

NGHIÊN CỨU CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN CHUỖI GIÁ TRỊ SẢN PHẨM DẪM GỖ KEO TRÊN ĐỊA BÀN TỈNH THANH HÓA

Lê Thị Thanh Thủy¹, Lê Hữu Vinh², Lê Thị Thùy Linh³

TÓM TẮT

Gỗ keo là một loại cây trồng nguyên liệu lâm nghiệp tiềm năng cho chế biến dăm gỗ và các sản phẩm từ gỗ cho một số các ngành công nghiệp và xuất khẩu. Đề tài nghiên cứu sử dụng kết hợp dữ liệu sơ cấp và thứ cấp để mô tả về địa bàn nghiên cứu, phân tích thực trạng về chuỗi giá trị ngành dăm gỗ keo tại Thanh Hóa, kiểm định các yếu tố ảnh hưởng đến chuỗi giá trị. Kết quả nghiên cứu cho thấy sự phân phối lợi ích không đồng đều giữa các bên liên quan, đặc biệt là đối với các hộ trồng rừng nhỏ, đồng thời trong chuỗi giá trị sản phẩm dăm gỗ trên địa bàn tỉnh Thanh Hóa, các nhân tố “hiệu quả giao hàng”, “tương tác”, “giá cả” và “chất lượng sản phẩm” theo thứ tự tác động quan trọng đến nâng cao chuỗi giá trị sản phẩm, từ đó là cơ sở để đề xuất giải pháp nâng cao hiệu quả hoạt động cho các đối tượng trong chuỗi giá trị sản phẩm dăm gỗ keo.

Từ khóa: Dăm gỗ, chuỗi giá trị, gỗ keo, tỉnh Thanh Hóa, yếu tố ảnh hưởng.

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Việt Nam là một quốc gia có nhiều tiềm năng phát triển ngành lâm nghiệp. Tính đến hết ngày 31/12/2015, Việt Nam có diện tích 14.061.856 ha rừng trong đó rừng tự nhiên 10.175.519 ha và rừng trồng là 3.886.337 ha phần lớn tập trung ở các khu vực miền núi và trung du phía Bắc, Bắc Trung bộ, và duyên hải Miền Trung, chiếm 72% tổng diện tích rừng trồng của cả nước (Bộ NN & PTNN, 2016). Kim ngạch xuất khẩu sản phẩm từ gỗ năm 2015 đạt 6,97 tỷ USD, tăng 10,71% so với năm 2014, trong đó xuất khẩu dăm gỗ đạt hơn 1,2 tỷ USD (Tổng cục hải quan, 2016).

Tại Thanh Hóa, trong những năm qua, ngành lâm nghiệp đã có nhiều chuyển biến tích cực trong lĩnh vực trồng rừng nguyên liệu, diện tích ngày càng tăng, bước đầu tạo được vùng nguyên liệu cho công nghiệp chế biến dăm gỗ và các sản phẩm gỗ khác. Trong các loại cây lâm nghiệp trồng rừng thì gỗ keo được trồng phổ biến với các ưu thế vượt trội so với cây trồng khác là cung cấp gỗ dăm, nguyên liệu đầu vào cho nhiều ngành công nghiệp chế biến gỗ như dăm gỗ cho xuất khẩu, bột cho công nghiệp giấy, dăm và bột... Tuy nhiên ngành gỗ keo cũng đang đứng trước nhiều thách thức, trở ngại như sự bất lợi về điều kiện tự nhiên, cơ sở hạ tầng kém phát triển, chi phí vận chuyển cao, năng lực của người nông dân thấp, thiếu

^{1,3} Giảng viên khoa Kinh tế - Quản trị kinh doanh, Trường Đại học Hồng Đức

² Cục Hải quan Thanh Hóa

vốn và khả năng khó tiếp cận tín dụng, chất lượng giống thấp, tiếp cận thị trường kém, thiếu tính liên kết hiệu quả giữa các đối tác. Đề chuỗi gỗ keo đạt được hiệu quả, đem lại lợi ích cao nhất cho các đối tượng tham gia chuỗi đặc biệt là những người dân trồng rừng thì cần có sự nỗ lực của các tác nhân liên quan. Nghiên cứu này với mục tiêu đánh giá, phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến chuỗi giá trị dăm gỗ keo, từ đó gợi ý những giải pháp làm gia tăng giá trị cho ngành gỗ keo, đặc biệt là cho những người trồng rừng quy mô nhỏ tại Thanh Hóa, hình thành đề tài “*Nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến chuỗi giá trị sản phẩm dăm gỗ keo trên địa bàn tỉnh Thanh Hóa*”.

2. NỘI DUNG

2.1. Cơ sở lý thuyết và phương pháp nghiên cứu

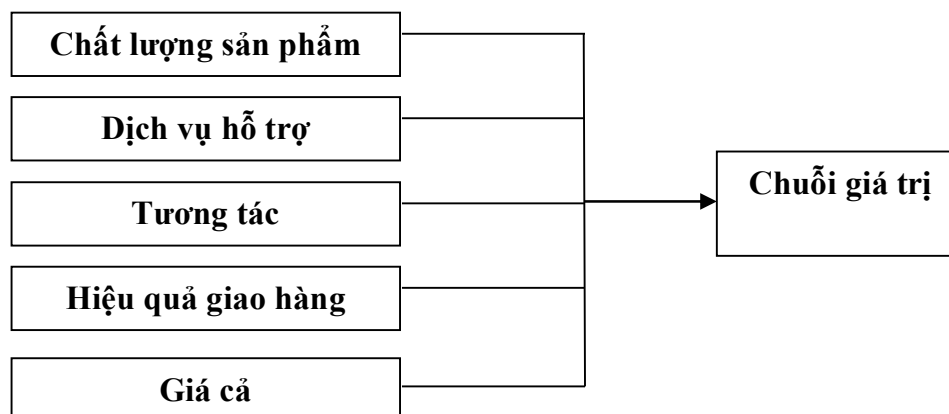
2.1.1. Cơ sở lý thuyết và khung phân tích

Theo sự phân loại về khái niệm, có ba luồng nghiên cứu chính trong các tài liệu về chuỗi giá trị: (1) phương pháp Filiere, chú trọng đến cách các hệ thống sản xuất địa phương được kết nối với công nghiệp chế biến, thương mại, xuất khẩu và khâu tiêu dùng cuối cùng; (2) khung khái niệm của Porter (1985), theo đó chuỗi giá trị là một chuỗi các hoạt động mà các sản phẩm trải qua tất cả các hoạt động của chuỗi theo một thứ tự và tại mỗi hoạt động thì sản phẩm đó gia tăng thêm một số giá trị và (3) phương pháp toàn cầu của Kaplinsky (2001) cho rằng chuỗi giá trị là cả loạt những hoạt động cần thiết để biến một sản phẩm hoặc một dịch vụ từ lúc còn là khái niệm, đến khi phân phối đến tay người tiêu dùng cuối cùng và vứt bỏ sau khi đã sử dụng.

Các hoạt động trong chuỗi giá trị có thể chia làm hai loại chính: hoạt động sơ cấp và hoạt động hỗ trợ. Nhóm hoạt động sơ cấp bao gồm dãy năm loại hoạt động: đưa nguyên vật liệu vào kinh doanh (logistics đầu vào); vận hành, sản xuất - kinh doanh; vận chuyển ra bên ngoài (logistics đầu ra); marketing và bán hàng; cung cấp các dịch vụ liên quan. Nhóm hoạt động hỗ trợ chứa các hoạt động tạo ra giá trị bao gồm: hạ tầng, quản trị nhân lực, công nghệ và thu mua. Các hoạt động hỗ trợ xảy ra bên trong từng loại hoạt động chính.

Trên thế giới, đã có rất nhiều các nghiên cứu đề cập đến mối quan hệ giữa các tác nhân trong chuỗi giá trị. Nghiên cứu của Whipple và Russell (2007) cho thấy một hệ thống gồm ba loại tiếp cận hợp tác được giả định là: quản lý giao dịch hợp tác, quản lý sự kiện hợp tác và quản lý quá trình hợp tác. Backtrand (2007) nghiên cứu về mức độ tương tác trong chuỗi giá trị đã kết luận có 5 nhân tố chính ảnh hưởng đến mức độ các quan hệ chuỗi giá trị, gồm: tín nhiệm, quyền lực, khung thời gian, độ thuần thực và tần suất giao dịch. Các nghiên cứu của Ulaga & cộng sự từ năm 2001 đến năm 2006 chủ yếu đề cập tới 6 yếu tố: (1) chất lượng sản phẩm, (2) hỗ trợ dịch vụ, (3) hiệu quả giao hàng, (4) tương tác trong công việc, (5) bí quyết nhà cung cấp, và (6) hỗ trợ phát triển sản phẩm mới.

Hình 1. Mô hình nghiên cứu



(Nguồn: Mô hình nghiên cứu đề xuất, 2017)

Trong phạm vi nghiên cứu này, tác giả tập trung khảo sát hai nhóm yếu tố thành phần của giá trị mỗi quan hệ được nhiều tác giả quan tâm là lợi ích và chi phí, đặc biệt nghiên cứu này tập trung vào các yếu tố đã được tác giả Ulaga & cộng sự thực hiện, trong đó, (1) *Chất lượng sản phẩm*: là yếu tố cốt lõi liên quan đến cảm nhận của khách hàng; (2) *Dịch vụ hỗ trợ*: là việc nhà cung cấp hỗ trợ khách hàng trong suốt quá trình hợp tác kinh doanh với khách hàng; (3) *Tương tác* được thể hiện thông qua việc trao đổi thông tin giữa nhà cung cấp và khách hàng (Ganesan, 1994); (4) *Hiệu quả giao hàng* thể hiện tốc độ và thời gian giao hàng (Stalk and Hout, 1990); (5) *Giá cả* (Hình 1).

2.1.2. Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu sử dụng kết hợp số liệu sơ cấp và thứ cấp. Trước khi nghiên cứu định lượng, tác giả tiến hành nghiên cứu sơ bộ sử dụng các số liệu thứ cấp và sơ cấp (phỏng vấn hộ trồng) để mô tả về địa bàn nghiên cứu, phân tích thực trạng về chuỗi giá trị ngành dăm gỗ keo ở Thanh Hóa. Nghiên cứu định lượng đánh giá độ tin cậy của thang đo và kiểm định các yếu tố ảnh hưởng đến chuỗi giá trị được đề xuất theo mô hình nghiên cứu. Các kết quả nghiên cứu này là căn cứ để đánh giá thực trạng và đề xuất giải pháp. Thông tin mẫu nghiên cứu được thu thập bằng kỹ thuật phỏng vấn các hộ trồng và các doanh nghiệp, các đại lý tham gia trong chuỗi giá trị theo khung mẫu đã xác định (Bảng 1).

Bảng 1. Đối tượng điều tra của nghiên cứu

TT	Đối tượng	Số lượng	Tỷ lệ	Ghi chú
1	Hộ trồng rừng	100	38,5%	Phiếu điều tra hộ trồng rừng
2	Đại lý thu gom	100	38,5%	Phiếu điều tra doanh nghiệp, đại lý
3	Cơ sở chế biến	50	19,2%	
4	Doanh nghiệp xuất khẩu	10	3,8%	

(Nguồn: Tổng hợp số liệu thu thập, năm 2017)

Mẫu nghiên cứu được lựa chọn theo phương pháp chọn mẫu phân tầng. Trong tỉnh, nhiều huyện có rừng trồng, trong đó nghiên cứu chọn ra những huyện có đặc điểm khác biệt như: sản lượng khai thác lớn, có sự khác biệt về khoảng cách địa lý, đặc điểm tự nhiên. Nghiên cứu tập trung vào 3 huyện miền núi có trữ lượng gỗ keo lớn nhất và tập trung nhiều nhà máy sơ chế, sản xuất và xuất khẩu gỗ keo là Như Xuân, Thường Xuân và Bá Thước của tỉnh Thanh Hóa. Từ các huyện chọn ra các xã có diện tích rừng trồng lớn và chọn ngẫu nhiên các hộ trong thôn thuộc xã đó. Do thời gian hạn chế về địa bàn trải rộng nên nghiên cứu chỉ tiến hành khảo sát điều tra từ các hộ gia đình và các đối tượng thu gom ở thôn Ra Đê, xã Thượng Quảng, huyện Bá Thước; thôn Bình Thuận, xã Bình Điền, huyện Như Xuân; và thôn Phú Hải, xã Lộc Vĩnh huyện Thường Xuân. Trong nghiên cứu này, phân tích định lượng có 20 biến phụ thuộc được phát triển từ 5 nhân tố ảnh hưởng đề xuất, vì vậy kích thước mẫu tối thiểu là 80 đến 100 là đảm bảo tính đại diện theo cách thức lấy mẫu được gợi ý bởi một số nhà nghiên cứu (Hoàng Trọng và Chu Nguyễn Mộng Ngọc, 2008). Dữ liệu sau khi được thu thập được mã hóa và làm sạch, xử lý với sự hỗ trợ của phần mềm SPSS 20. Các phương pháp phân tích được sử dụng trong nghiên cứu này là phương pháp phân tích thống kê mô tả (Frequency, Case summary), phân tích hồi quy, thống kê suy luận (Anova).

2.2. Kết quả nghiên cứu và thảo luận

2.2.1. Kết quả nghiên cứu

Theo kết quả nghiên cứu, thị trường gỗ keo có thể được chia thành hai kênh chính về số lượng và chất lượng. Kênh 1 là phổ biến nhất cho thị trường gỗ keo, trong đó những người trồng rừng quy mô nhỏ bán sản phẩm gỗ keo cho những người thu mua bằng thỏa thuận miệng là chủ yếu. Kênh 2 chiếm tỷ lệ nhỏ trên thị trường và chủ yếu dành cho những người trồng cây keo có quy mô tương đối lớn trên 3 ha. Trong kênh này, người trồng rừng trực tiếp bán gỗ keo của họ cho các nhà máy sản xuất gỗ dăm, cho các nhà máy cưa và nhà máy chế biến gỗ khác. Từ các số liệu đã thu thập và phân tích, tác giả đã tổng hợp chi phí gia tăng, lợi nhuận của những đối tượng tham gia chuỗi để có thể thấy được sự phân chia lợi nhuận so với chi phí mỗi đơn vị gia tăng của các tác nhân trong chuỗi ở bảng 2.

Bảng 2. Bảng tổng hợp chi phí và lợi nhuận của các tác nhân trong chuỗi

(Đơn vị tính: 1000đ)

Người tham gia chuỗi	Chi phí			Đơn giá	Lợi nhuận		Lợi nhuận biên	
	Tổng chi phí trên một ha	Chi phí mỗi đơn vị gia tăng	% gia tăng		Lợi nhuận mỗi ha	% Tổng lợi nhuận	Lợi nhuận biên mỗi ha	% giá bán cuối cùng
Nông dân	12.520	12.520	12,30	32.000	19.480	21,69	32.000	16,70
Thu mua	48.805	16.805	16,50	70.457	21.652	24,11	38.457	20,07
Công ty	142.958	72.501	71,20	191.625	48.667	54,20	121.168	63,23
Tổng		101.826	100		89.799	100	191.625	100

(Nguồn: Xử lý số liệu thu thập, năm 2017)

Theo kết quả phân tích từ khảo sát, trong kết cấu lợi nhuận thì công ty chế biến có kết cấu cao nhất (54,2%), đến người thu gom là 24,11% cuối cùng đến người nông dân là 21,69%.

2.2.1.1. Kết quả phân tích nhân tố khám phá - EFA

Nghiên cứu tiến hành phân tích định lượng, kiểm định KMO và Barlett's cho 20 biến quan sát ban đầu thể hiện sự ảnh hưởng tới chuỗi giá trị ngành gỗ dăm cho thấy chỉ số KMO cao (0,855) với mức ý nghĩa bằng 0. Như vậy, chỉ số KMO lớn cho thấy việc áp dụng phân tích yếu tố khám phá bộ thang đo trong này là phù hợp. Tổng phương sai trích đạt mức tốt, khoảng 64,071%. Điều này nói lên việc sử dụng 5 yếu tố này có thể giải thích được 64,071% khả năng giải thích của tất cả các nhân tố ảnh hưởng.

Bảng 3. Kết quả kiểm định KMO và Barlett's

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,855
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	3640,277
	Df	406
	Sig.	,000

(Nguồn: Xử lý số liệu thu thập, năm 2017)

2.2.1.2. Kết quả kiểm định độ tin cậy của thang đo

Các thang đo sau khi kiểm định độ tin cậy đều cho hệ số Cronbach Alpha > 0,6 cho thấy các thang đo lường đều đạt tiêu chuẩn là những thang đo tốt, có độ tin cậy cao. Tất cả các biến quan sát đều có tương quan biến tổng đạt yêu cầu > 0,4. Do đó các thang đo yếu tố ảnh hưởng đến chuỗi giá trị sản phẩm dăm gỗ keo tại Thanh Hóa đều đủ điều kiện để phân tích hồi quy ở bước tiếp theo.

Bảng 4. Kết quả kiểm định độ tin cậy của thang đo

Biến quan sát	Tương quan biến tổng	Cronbach's Alpha nếu loại biến
Thang đo "Sản phẩm"	Cronbach's Alpha = 0,866	
X luôn cung cấp cho chúng tôi sản phẩm có chất lượng cao	,612	,852
Chất lượng sản phẩm do X cung cấp luôn ổn định	,654	,846
X luôn thỏa mãn yêu cầu của chúng tôi về chất lượng	,731	,836
Sản phẩm do X cung cấp có chất lượng luôn đáng tin cậy	,625	,849
Thang đo "Dịch vụ hỗ trợ"	Cronbach's Alpha = 0,853	
X luôn sẵn sàng khi chúng tôi cần thông tin	,557	,841
X luôn cung cấp cho chúng tôi những thông tin hữu ích	,590	,836
X cung cấp thông tin cho chúng tôi rất nhanh chóng	,612	,834
X cung cấp thông tin cho chúng tôi rất chính xác	,624	,832

Thang đo “Hiệu quả giao hàng”	Cronbach's Alpha = 0,743	
Chúng tôi ít gặp trục trặc trong vấn đề giao hàng của X	,410	,739
X luôn giao hàng cho chúng tôi đúng thời gian	,561	,679
X luôn giao hàng chính xác (không sai số lượng, mẫu mã,...)	,533	,689
Thang đo “Giá cả”	Cronbach's Alpha = 0,854	
Giá cả của X rõ ràng, minh bạch	,615	,834
Giá cả của X phù hợp với chất lượng sản phẩm	,547	,842
Khách hàng có thể dễ dàng so sánh giá bán giữa các sản phẩm	,624	,833
Giá bán của X cạnh tranh so với các hệ thống bán hàng khác	,674	,827
Thang đo “Tương tác”	Cronbach's Alpha = 0,678	
Mối quan hệ giữa chúng tôi và nhân viên của X rất tốt	,452	,664
Khi gặp vấn đề khó khăn, rất dễ dàng thông tin với X	,505	,665
Làm việc giữa chúng tôi với X rất dễ dàng	,435	,627
Rất dễ dàng thảo luận với X khi gặp phải những vướng mắc	,499	,643
X luôn xem chúng tôi như một đối tác kinh doanh quan trọng	,480	,606
Thang đo “Chuỗi giá trị”	Cronbach's Alpha = 0,840	
Quan hệ kinh doanh với X đem lại giá trị như mong đợi	,648	,806
Quan hệ kinh doanh với X tạo ra giá trị rất cao cho chúng tôi	,672	,799
Quan hệ kinh doanh với X đem lại nhiều lợi ích hơn là chi phí	,645	,808
Nhìn chung, quan hệ với X giúp việc kinh doanh tốt đẹp hơn	,651	,805

(Nguồn: Xử lý số liệu thu thập, năm 2017)

2.2.1.3. Phân tích hồi quy

Với mức ý nghĩa Sig. <0,05 nên hầu hết các hệ số hồi quy đều có ý nghĩa, ngoại trừ đối với yếu tố “dịch vụ hỗ trợ” có hệ số ý nghĩa là 0,097 > 0,05, điều này chứng tỏ không có cơ sở để khẳng định yếu tố “dịch vụ hỗ trợ” có ảnh hưởng tới chuỗi giá trị ngành gỗ dăm.

Bảng 5. Kết quả hệ số hồi quy

Mô hình		Hệ số Beta chuẩn hóa	Giá trị t	Mức ý nghĩa	Đa cộng tuyến	
		Beta			Dung sai	VIF
1	(Constant)		2,053	,041		
	Sản phẩm	,201	4,007	,000	,497	2,013
	Dịch vụ hỗ trợ	,184	3,601	,097	,476	2,100
	Hiệu quả giao hàng	,309	6,594	,000	,571	1,751
	Tương tác	,247	5,682	,000	,662	1,510
	Giá cả	,226	5,345	,000	,703	1,422

(Nguồn: Xử lý số liệu thu thập, năm 2017)

Các yếu tố đều có hệ số hồi quy chuẩn hóa >0 tức là các yếu tố ảnh hưởng “sản phẩm”, “hiệu quả giao hàng”, “tương tác”, “giá cả” đều tác động cùng chiều đến việc nâng cao chuỗi giá trị ngành dăm gỗ keo trên địa bàn tỉnh Thanh Hóa, trong đó biến “hiệu quả giao hàng” là nhân tố tác động nhiều nhất, từ đó gợi mở các giải pháp cho các thành viên của chuỗi giá trị dăm gỗ keo cần tăng cường hơn nữa hiệu quả giao hàng để tăng hiệu quả của chuỗi giá trị.

2.2.2 Thảo luận kết quả nghiên cứu

Từ nghiên cứu thực trạng chuỗi giá trị gỗ dăm và đánh giá các nhân tố ảnh hưởng đến chuỗi giá trị gỗ dăm cho thấy: (1) các hộ nông dân là thành viên có tỷ xuất lợi nhuận thấp nhất, ngược lại các doanh nghiệp chế biến và xuất khẩu có tỷ xuất lợi nhuận cao nhất. Điều này cho thấy hộ nông dân trồng rừng là thành viên yếu thế nhất trong chuỗi giá trị; (2) Giao dịch của các hộ nông dân thường là các thỏa thuận miệng. Điều này tạo ra thế yếu cho các hộ nông dân khi bị người thu gom ép giá. Mặt khác vấn đề này cũng gây khó khăn cho các thành viên trong chuỗi giá trị vì không có hợp đồng ràng buộc dẫn đến trục trặc hoặc chậm trễ khi giao hàng; (3) Trong khi đó yếu tố “hiệu quả giao hàng” được đánh giá là yếu tố quan trọng nhất trong chuỗi giá trị gỗ dăm. Điều này gợi mở các giải pháp cho các thành viên của chuỗi giá trị gỗ dăm cần tăng cường hơn nữa hiệu quả giao hàng để tăng hiệu quả chuỗi giá trị; (4) “Tương tác trong công việc” là nhân tố có ảnh hưởng thứ hai đến chuỗi giá trị ngành gỗ dăm. Kết quả này cho thấy các thành viên trong chuỗi cần nỗ lực hơn để tăng sự tương tác và hỗ trợ trong công việc để nâng cao hiệu quả chuỗi giá trị.

3. KẾT LUẬN VÀ KIẾN NGHỊ

Chuỗi giá trị được tổ chức do những liên kết giữa các nhóm nhà sản xuất, nhà buôn, nhà chế biến và người cung cấp dịch vụ, người cùng tham gia để cải tiến năng suất và giá trị gia tăng của các hoạt động của họ. Bằng cách cùng tham gia, những người tham gia vào chuỗi giá trị tăng tính cạnh tranh và có thể duy trì tính cạnh tranh này tốt hơn thông qua sự đổi mới. Những giới hạn của từng cá nhân người tham gia trong chuỗi được khắc phục bằng việc thiết lập tính hỗ trợ và các quy tắc quản trị nhằm tạo ra giá trị cao hơn. Vì vậy, khi đề xuất giải pháp, nghiên cứu chú trọng vào các nhóm yếu tố: (1) Phát triển nguồn lực liên quan đến khả năng sản xuất của ngành gỗ nhằm giải quyết các vấn đề liên quan đến sản lượng, tăng số lượng, cải tiến chất lượng, tăng năng suất và chất lượng cây rừng; đa dạng hóa nơi tiêu thụ và đào tạo, cải thiện tình trạng thiếu kiến thức sản xuất, tiêu thụ, thị trường, đặc biệt là các hộ trồng rừng; (2) xây dựng các mô hình liên kết giữa các thành viên trong chuỗi giá trị thông qua việc hợp thành các nhóm hỗ trợ sản xuất giữa những hộ nông dân; hình thành một số mô hình hợp tác, liên kết giữa doanh nghiệp và các chủ rừng (hộ dân, nông lâm trường) để trồng rừng sản xuất; (3) Nâng cao năng suất và đa dạng hóa sản phẩm, có thể đạt được bằng cách sử dụng giống chất lượng cao và đầu tư hiệu quả, đặc biệt là ứng dụng phân bón; (4) Kiến nghị áp dụng chứng chỉ rừng theo Hội đồng quản trị rừng thế giới (Forest Stewardship Council-FSC); (5) tìm kiếm thị trường mới.

Qua nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến chuỗi giá trị dăm gỗ keo, đề tài đã làm rõ tính cấp thiết của nghiên cứu được thể hiện qua tình hình phát triển rừng Việt Nam; sự phát triển của ngành chế biến và xuất khẩu dăm gỗ, đặc biệt là thực trạng chuỗi giá trị dăm gỗ trên địa bàn tỉnh Thanh Hóa. Nghiên cứu cũng đã làm rõ cơ sở lý luận về chuỗi giá trị và giải quyết được mục tiêu chính là tìm hiểu được đặc điểm của các đối tượng tham gia trong chuỗi giá trị, sự phân phối lợi ích giữa các bên liên quan và tìm hiểu các thuận lợi và khó khăn của từng đối tượng tham gia chuỗi, đánh giá sự tác động của một số các nhân tố tới chuỗi giá trị sản phẩm dăm gỗ trên địa bàn tỉnh Thanh Hóa để đề xuất giải pháp nâng cao hiệu quả đối với các đối tượng trong chuỗi giá trị của sản phẩm này.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Bộ Nông nghiệp & Phát triển nông thôn (2016), *Quyết định số 3158/QĐ-BNN-TCLN công bố hiện trạng rừng năm 2015*, của Bộ trưởng bộ Nông nghiệp & Phát triển nông thôn.
- [2] Porter M. E. (1985), *Lợi thế cạnh tranh*, dịch bởi Nguyễn Phúc Hoàng, Nxb. Trẻ, Tp. Hồ Chí Minh.
- [3] Tổng cục hải quan (2016), *Tình hình xuất khẩu, nhập khẩu hàng hóa của Việt Nam tháng 12 và 12 tháng năm 2016*, số liệu thống kê trên website (<http://www.customs.gov.vn/list/Thongkehaiquan/ViewDetails.aspx?ID=1038&Category=Ph&Group=>).
- [4] Hoàng Trọng, Chu Nguyễn Mộng Ngọc (2008), *Phân tích dữ liệu nghiên cứu với SPSS*, Nxb. Hồng Đức, Hà nội.
- [5] Backstrand (2007), *Levels of Interaction in Supply Chain Relations*, Dissertation in the field of engineering and industrial management; Jönköping University, Sweden.
- [6] Christopher (1998), *Logistics and Supply Chain Management*, FT/Prentice Hall, London.
- [7] Corbett (1999), *Inclusion and Exclusion: issues for debate*, in L. Barton and F. Armstrong (eds) *Difference and Difficulty: Insights, Issues and Dilemmas*, University of Sheffield, UK.
- [8] Cravens, Nigel F. Piercy & Shannon H. Shipp (1996), *New Organizational Forms for Competing in Highly Dynamic Environments: the Network Paradigm*, British Journal of Management, September 1996.
- [9] Crosby (1979), *Three experts on Quality management*, TQLO Publication No. 92-02 July 1992.
- [10] Ganesan S. (1994), *Determinants of long-term orientation in buyer-seller relationship*, Journal of Marketing, vol.58, No 2 April, pp.1-19.

- [11] Horvath (2001), *Collaboration: the key to value creation in supply chain management*, Supply Chain Management: An International Journal, ISSN: 1359-8546.
- [12] Juran (1974), *Juran's Quality Handbook*, published by The McGraw-Hill Companies, Inc.
- [13] Kaplinsky & Morris (2001), *A Handbook for Value Chain Research*, Brighton, UK, Institute of Development Studies, University of Sussex.
- [14] Sahay (2003), *Supply chain collaboration: the key to value creation*, Work Study, Vol. 52, No. 2, pp. 76-83.
- [15] Stalk & Hout (1990), *Competing against Time*, Free Press, New York.
- [16] Ulaga & Eggert (2001), *Developing a standard scale of relationship value in business markets*, IMP2001.
- [17] Ulaga & Eggert (2003), *Relationship value in Business markets: Development of a measurement scale*, ISBM Report 2, 2003.
- [18] Ulaga (2003), *Capturing value creation in business relationships: A customer perspective*, Industrial Marketing Management, Vol. 32, pp. 677-693.
- [19] Ulaga & Eggert (2005), *Relationship value in Business markets: The construct and its dimensions*, Journal of Business-to-Business Marketing, Vol. 12(1), 2005, pp. 77 - 99.
- [20] Ulaga & Eggert (2006a), *Relationship value and Relationship quality: Broadening the nomological network of business-to-business relationships*, European Journal of Marketing, Vol. 40, 2006, pp. 311-327.
- [21] Whipple & Russell (2007), *Building supply chain collaboration: a typology of collaborative approaches*, The International Journal of Logistics Management, Vol. 18 Issue: 2, pp.174-196.

A STUDY OF FACTORS AFFECTING VALUE CHAIN OF ACACIA WOOD CHIPS PRODUCTS IN THANH HOA PROVINCE

Le Thi Thanh Thuy, Le Huu Vinh, Le Thi Thuy Linh

ABSTRACT

Acacia is a potential forest material tree for the processing of wood chips and products for some industries and for export. The researcher combines the using of primary and secondary data to describe current situation of acacia chipwood industry chain in Thanh Hoa province and examines the influence factors based on related studies and theoretical models. The research results show that the distribution of benefits is not equal between stakeholders, especially for smallholders; and in the value chain of wood chips in

Thanh Hoa province, the “delivery efficiency”, “interaction”, “price” and “product quality” in order of importance affect to the value chain enhancement, which is the basis for proposing solutions of improving operational efficiency for the stakeholders in the value chain of acacia wood chips.

Keywords: *Acacia, influence factors, Thanh Hoa province, value chain, woodchips.*

VẤN ĐỀ XÂY DỰNG CON NGƯỜI CÓ ĐỨC VÀ TÀI THEO TƯ TƯỞNG HỒ CHÍ MINH TRONG THỜI KỲ CÔNG NGHIỆP HÓA, HIỆN ĐẠI HÓA ĐẤT NƯỚC

Lê Thị Hòa¹

TÓM TẮT

Tư tưởng Hồ Chí Minh về xây dựng con người có đức và tài chiếm một vị trí quan trọng đối với sự nghiệp cách mạng Việt nam. Người đặc biệt nhấn mạnh sự cần thiết phải có yếu tố đức và tài trong mỗi con người nói chung và mỗi cán bộ đảng viên nói riêng. Trong sự nghiệp công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước, cần có những con người phát triển toàn diện trên các mặt đạo đức và tài năng. Nội dung bài viết nhằm chỉ rõ quan điểm Hồ Chí Minh về mối quan hệ giữa đức và tài; làm cơ sở để Đảng ta đưa ra chiến lược xây dựng con người Việt Nam thời kỳ công nghiệp hóa, hiện đại hóa.

Từ khóa: Hồ Chí Minh, đức và tài, công nghiệp hóa, hiện đại hóa.

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Trong tư tưởng Hồ Chí Minh, “đức” với “tài” là phẩm chất và năng lực của mỗi con người cần phải có để sống, trưởng thành, góp phần tồn tại và phát triển đất nước. Theo Người, giữa đức với tài, hồng với chuyên phải gắn bó chặt chẽ nhau, bổ trợ nhau mới làm nên sự hoàn thiện nhân cách của con người. Trong thời kỳ công nghiệp hóa, hiện đại hóa, có nhiều người đã phát huy được trí tuệ, tố chất, sự năng động để giải quyết mọi công việc và góp phần vào sự tăng trưởng của nền kinh tế. Tuy nhiên, cùng với những khả năng đó, con người còn bộc lộ những hành vi thiếu đạo đức như sống vô cảm, thờ ơ, không trung thực dẫn đến tham nhũng, vụ lợi. Do đó, nhiệm vụ giáo dục đạo đức cho họ là điều cần thiết và phải tiến hành thường xuyên. Trước yêu cầu của sự nghiệp công nghiệp hóa, hiện đại hóa ở nước ta đòi hỏi cần phải có những con người có phẩm chất đạo đức, trình độ, năng lực hoạt động thực tiễn. Hiện nay, tư tưởng Hồ Chí Minh về con người có đức và tài vẫn còn nguyên giá trị, soi sáng cho Đảng và nhân dân ta thực hiện mục tiêu dân giàu, nước mạnh. *Nghị quyết Trung Ương 9 khóa XI chỉ rõ: “Chăm lo xây dựng con người Việt Nam phát triển toàn diện gắn liền với việc giáo dục đạo đức cách mạng, nâng cao trí lực con người Việt Nam thời kỳ công nghiệp hóa, hiện đại hóa và hội nhập quốc tế”* [10].

2. NỘI DUNG

2.1. Mối quan hệ giữa đức và tài trong quan điểm Hồ Chí Minh

Theo Hồ Chí Minh, xây dựng con người mới là đào tạo, xây dựng con người phát triển toàn diện: đức, trí, thể, mỹ. Con người mà Hồ Chí Minh hướng đến xây dựng trước hết là

¹ Giảng viên khoa Lý luận Chính trị - Luật, Trường Đại học Hồng Đức