

Đổi mới hoạt động cung cấp dịch vụ của các hiệp hội ngành nông sản xuất khẩu Việt Nam

PHẠM TÚ TÀI

Cung cấp dịch vụ là một trong những hoạt động chủ yếu của các hiệp hội ngành hàng nông sản xuất khẩu. Việc thực hiện tốt chức năng cung cấp dịch vụ, một mặt, đáp ứng được nhu cầu thiết thực của hội viên và ngành hàng, nhờ đó tạo được lòng tin và sự gắn kết của hội viên với hiệp hội; mặt khác, tạo thêm nguồn thu cho hiệp hội để có điều kiện thực hiện tốt những hoạt động khác. Bài viết nêu lên thực trạng hoạt động trong đó nhấn mạnh sáu tồn tại nổi bật làm cơ sở cho việc đề xuất các giải pháp đổi mới hoạt động cung cấp dịch vụ ở các hiệp hội ngành hàng nông sản xuất khẩu Việt Nam.

1. Thực trạng hoạt động cung cấp dịch vụ ở các hiệp hội ngành hàng nông sản xuất khẩu Việt Nam

Trong thời gian qua, hoạt động cung cấp dịch vụ cho hội viên đã được các hiệp hội ngành hàng nông sản xuất khẩu chú trọng. Những dịch vụ thường được các hiệp hội thực hiện bao gồm: cung cấp thông tin; xúc tiến thương mại; đào tạo và huấn luyện kỹ năng¹. Tuy nhiên, do điều kiện và năng lực khác nhau nên hoạt động cung cấp dịch vụ cũng được các hiệp hội thực hiện ở những mức độ khác nhau.

Hoạt động cung cấp thông tin: đây là một trong những hoạt động chính và được các hiệp hội ngành hàng nông sản xuất khẩu triển khai ngay từ khi mới thành lập. Những vấn đề được hội viên quan tâm là các thông tin về chủ trương, chính sách của Đảng, pháp luật của Nhà nước; các thông tin về giá cả, thị trường xuất khẩu, hoạt động của ngành hàng... Để đáp ứng nhu cầu này, các hiệp hội đều đã xây dựng website của mình, trong đó có mục thông tin để cung cấp cho hội viên. Ngoài ra, hoạt động cung cấp thông tin còn được các hiệp hội thực hiện thông qua các ấn phẩm dưới dạng bản tin hàng tuần, tạp chí, báo hàng tháng...

Có thể nói, Hiệp hội Chế biến và xuất khẩu thủy sản Việt Nam là một trong những điển hình làm tốt chức năng cung cấp thông

tin cho hội viên. Ngay từ khi mới thành lập, hiệp hội này đã xin phép Bộ Văn hóa thông tin, cho ra đời Bản tin tuần Thương mại thủy sản phát hành hàng tuần. Tiếp đó, Hiệp hội phát hành bản tin nhanh đặc biệt và gửi bằng email hàng ngày cho các hội viên. Ngoài ra, Hiệp hội còn xuất bản Tạp chí Thương mại thủy sản phát hành hàng tháng, cung cấp những thông tin quan trọng về hoạt động của ngành hàng, giá cả thị trường... Đặc biệt Hiệp hội còn phối hợp với các tạp chí chuyên ngành có uy tín của nhiều quốc gia, giới thiệu, cung cấp những thông tin về hiệp hội, quảng bá về ngành thủy sản Việt Nam.

Các hiệp hội ngành hàng nông sản xuất khẩu khác cũng triển khai hoạt động cung cấp thông tin thông qua website và các bản tin nội bộ hàng tuần hoặc hàng tháng. Hầu hết các hiệp hội đều phát hành các loại báo, tạp chí để cung cấp thông tin cho hội viên và khách hàng²; phối hợp với các dự án nước ngoài

Phạm Tú Tài, ThS., Học viện Chính trị khu vực I, Học viện Chính trị quốc gia Hồ Chí Minh.

1. Theo kinh nghiệm của thế giới, những dịch vụ mà các hiệp hội có thể cung cấp cho hội viên bao gồm: (1) phát triển thương mại và thị trường; (2) đào tạo; (3) tư vấn; (4) cung cấp thông tin; (5) cung cấp dịch vụ hạ tầng; (6) các chức năng được Chính phủ ủy quyền.

2. Hiệp hội Chè Việt Nam, Hiệp hội Gạo và lâm sản Việt Nam, Hội Nghề cá Việt Nam... đều có báo và tạp chí riêng của hiệp hội.

in và phát hành nhiều ấn phẩm hướng dẫn về công nghệ và quản lý với những quy trình hiện đại của thế giới để cung cấp cho các hội viên. Ngoài ra, các hiệp hội còn cung cấp cho khách hàng nước ngoài những thông tin về hiệp hội, ngành hàng nhằm quảng bá thương hiệu, sản phẩm trên thị trường quốc tế.

- *Hoạt động xúc tiến thương mại* nói chung gồm có: Khuyến mại (hay khuyến mãi); quảng cáo thương mại; trưng bày, giới thiệu hàng hóa dịch vụ; hội chợ, triển lãm thương mại... Hoạt động xúc tiến thương mại thường được các hiệp hội thực hiện thông qua một số hoạt động được tổ chức ở nước ngoài nhằm mục đích giúp hội viên xây dựng mối quan hệ khách hàng; tìm kiếm thị trường và đối tác; tổ chức các buổi hội nghị, hội thảo để quảng bá tiềm năng ngành hàng hoặc tìm hiểu những quy định cần thiết của thị trường nhập khẩu; tham quan siêu thị, các trung tâm thương mại để tìm hiểu nhu cầu và thị hiếu khách hàng; tham gia các hội chợ, triển lãm để quảng bá sản phẩm, thương hiệu...

Một thuận lợi trong hoạt động xúc tiến thương mại ở các hiệp hội trong thời gian qua là nhận được sự hỗ trợ mang tính khởi động từ chương trình xúc tiến thương mại trọng điểm quốc gia. Các hiệp hội được hỗ trợ một phần kinh phí như: chi phí đi lại, chi phí tổ chức các chuyến đi khảo sát thị trường nước ngoài. Từ đó, các hiệp hội đã chủ động tiến hành các hoạt động xúc tiến thương mại phù hợp với tính chất, đặc điểm của ngành hàng mình.

Hiệp hội Chế biến và xuất khẩu thủy sản Việt Nam sau khi thành lập (1998) đã tổ chức các đoàn đi dự hội chợ thương mại quốc tế, tham dự triển lãm về thiết bị bao gói, khảo sát thị trường ở nhiều quốc gia khác nhau; Hiệp hội Chè Việt Nam là đầu mối tổ chức các hoạt động xuất khẩu chè cho các hội viên; Hiệp hội Cao su Việt Nam được Bộ Công thương giao chủ trì khảo sát thị trường và triển lãm sản phẩm tại nhiều nước như Pháp, Tây Ban Nha, Thái Lan... Qua việc triển khai, cán bộ hiệp hội đã dần dần tích

lũy được kinh nghiệm trong công tác tổ chức và triển khai hoạt động xúc tiến thương mại, có cơ hội giao lưu hợp tác với bạn hàng quốc tế. Điều quan trọng hơn là một số doanh nghiệp hội viên đã nhận thức được tầm trọng và lợi ích từ các chuyến đi này, sẵn sàng đóng góp kinh phí để hiệp hội tự tổ chức các chuyến khảo sát thị trường theo yêu cầu của hội viên.

Hoạt động đào tạo và huấn luyện kỹ năng: hầu hết các hiệp hội ngành hàng nông sản xuất khẩu đều nhận thức được vai trò của đào tạo và huấn luyện kỹ năng cho hội viên. Vì vậy, hiệp hội thường phối hợp với các cơ sở đào tạo để tổ chức các buổi tập huấn về định hướng sản xuất, các quy định về tiêu chuẩn chất lượng, vệ sinh an toàn thực phẩm, tìm hiểu về pháp luật trong nước và quốc tế. Một số hiệp hội như Hiệp hội Chế biến và xuất khẩu thủy sản Việt Nam, Hiệp hội Chè Việt Nam, Hiệp hội Hồ tiêu Việt Nam... còn thành lập các trung tâm về giáo dục, công nghệ để huấn luyện về kỹ năng cho hội viên. Các hoạt động đào tạo và huấn luyện đã được hiệp hội tổ chức với tần suất ngày càng nhiều, hình thức ngày càng phong phú, đáp ứng được phần nào nhu cầu hội viên.

Ngoài các hoạt động kể trên, các hiệp hội ngành hàng nông sản xuất khẩu còn triển khai hoạt động tư vấn và hỗ trợ hội viên. Tuy nhiên, chất lượng tư vấn chưa cao, tần suất còn thấp. Nội dung tư vấn chủ yếu tập trung vào các vấn đề về sản lượng, quy mô sản xuất và giá cả nông sản...

Bên cạnh những kết quả nói trên, hoạt động cung cấp dịch vụ ở các hiệp hội ngành hàng nông sản nước ta vẫn còn nhiều tồn tại, yếu kém. Những dịch vụ mà các hiệp hội cung cấp chất lượng chưa cao, giá trị thương mại thấp và chưa đáp ứng được nhu cầu của hội viên và ngành hàng. Cụ thể là:

Thứ nhất, những hoạt động các hiệp hội đã và đang thực hiện như: cung cấp thông tin, xúc tiến thương mại... chưa đúng nghĩa là cung cấp dịch vụ. Bởi vì, khi nói đến dịch

vụ tức là nói đến những sản phẩm hàng hóa mà hiệp hội bán lại cho hội viên và các đối tượng khác trong ngành hàng cũng như xã hội. Song, trên thực tế, hầu hết các hoạt động này đang được các hiệp hội ngành hàng nông sản xuất khẩu cung cấp miễn phí cho hội viên. Như vậy, chất lượng dịch vụ hoàn toàn phụ thuộc vào năng lực và nhiệt tình của người cung cấp mà không có sự kích thích bởi những động lực khác.

Thứ hai, tần suất cung cấp các dịch vụ ở các hiệp hội ngành hàng nông sản xuất khẩu còn thấp, chưa đáp ứng được nhu cầu về dịch vụ của hội viên và ngành hàng. Theo kết quả điều tra của Phòng Thương mại và công nghiệp Việt Nam năm 2013, trong các dịch vụ hiệp hội ngành hàng cung cấp thì hoạt động cung cấp thông tin được tiến hành đều nhất (54% số hiệp hội thực hiện trên 10 lần trong một năm); hoạt động đào tạo và xúc tiến thương mại được tiến hành ít nhất chỉ khoảng 10% số hiệp hội thực hiện trên 10 lần trong một năm. Vì vậy, có tới 73% số hiệp hội yêu cầu tăng tần suất cung cấp thông tin; 84% số hiệp hội yêu cầu tăng số lượng các hoạt động xúc tiến thương mại³.

Thứ ba, dịch vụ các hiệp hội cung cấp chưa đáp ứng nhu cầu hội viên. Việc triển khai hoạt động dịch vụ ở các hiệp hội ngành hàng nông sản xuất khẩu hiện nay chưa căn cứ vào nhu cầu hội viên và ngành hàng mà chủ yếu vẫn dựa vào ý chí của người lãnh đạo hiệp hội. Cũng theo điều tra của Phòng Thương mại và công nghiệp Việt Nam, chỉ có 41% số hiệp hội cung cấp thông tin dựa vào nhu cầu hội viên, 36% là do ý chí của người lãnh đạo, số còn lại là theo chỉ đạo của các cơ quan quản lý nhà nước⁴. Bên cạnh đó, có những hiệp hội triển khai hoạt động của mình không căn cứ vào nhu cầu hội viên mà triển khai những gì hiệp hội có thể làm được. Vì vậy các dịch vụ hiệp hội cung cấp không đáp ứng được nhu cầu của hội viên và ngành hàng, đây là một thực trạng đáng lo ngại ở các hiệp hội ngành hàng nông sản xuất khẩu hiện nay.

Thứ tư, chất lượng dịch vụ thấp nên không thu hút được hội viên và ngành hàng tham gia sử dụng dịch vụ của hiệp hội. Hiện nay, ở nhiều hiệp hội ngành hàng nông sản xuất khẩu vẫn chưa coi những hoạt động như cung cấp thông tin, xúc tiến thương mại, tư vấn... là những hoạt động dịch vụ có thu. Vì vậy, một số hoạt động được các hiệp hội triển khai miễn phí cho hội viên và ngành hàng, nhưng chất lượng thấp nên không có nhiều ý nghĩa với hội viên. Một số hiệp hội như Hiệp hội Điều Việt Nam, Hiệp hội Hồ tiêu Việt Nam... đã triển khai dịch vụ môi giới khách hàng nhưng không thường xuyên và số lần thành công trong các giao dịch không cao nên hiệp hội không đặt vấn đề bắt buộc hội viên phải đóng phí dịch vụ mà để hội viên tự nguyện đóng góp. Một số dịch vụ như đào tạo, tư vấn và hỗ trợ kỹ thuật... các hội viên có nhu cầu rất lớn nhưng hiệp hội lại không đáp ứng được cả về số lượng và chất lượng. Bên cạnh đó, các hoạt động xúc tiến thương mại lâu nay vẫn được Nhà nước hỗ trợ kinh phí thông qua các chương trình xúc tiến thương mại quốc gia nên các hiệp hội coi đó là hoạt động "phi lợi nhuận" và phải bù đắp thêm kinh phí hoạt động.

Thứ năm, do hoạt động của các hiệp hội ngành hàng nông sản xuất khẩu hiện nay chủ yếu tập trung cho mục tiêu xuất khẩu nên các hiệp hội thường không quan tâm đến các hoạt động triển lãm, hội thảo và quảng bá thương hiệu của ngành hàng ở trong nước. Đây là một sai lầm lớn, ảnh hưởng đến sự phát triển lâu dài của các ngành hàng nông sản. Bởi vì trong bối cảnh hội nhập hiện nay, các ngành hàng nông sản không chỉ thất bại trên thị trường thế giới mà còn thất bại ngay trên chính thị trường nội địa của mình.

Thứ sáu, hoạt động cung cấp dịch vụ của các hiệp hội vẫn chủ yếu để phục vụ hội viên của hiệp hội. Xuất phát từ thực trạng về mặt

3. Báo cáo nghiên cứu: Năng lực hoạt động của các hiệp hội doanh nghiệp Việt Nam. Hà Nội, 2013.

4. Báo cáo nghiên cứu: Năng lực hoạt động của các hiệp hội doanh nghiệp Việt Nam. Hà Nội, 2013.

tổ chức, các hiệp hội ngành hàng nông sản xuất khẩu ở nước ta hiện nay vẫn chỉ là hiệp hội của những doanh nghiệp xuất khẩu nông sản. Trong khi đó, một bộ phận lớn các đối tượng trong các ngành hàng nông sản xuất khẩu như: nông dân, các nhà chế biến nhỏ, các nhà thu gom sản phẩm... gần như không được các hiệp hội quan tâm. Chính vì thế, các đối tượng này hầu như không được sử dụng dịch vụ của các hiệp hội.

Những tồn tại, hạn chế trên của các hiệp hội ngành hàng nông sản xuất khẩu, một mặt, không đáp ứng được nhu cầu của hội viên và các ngành hàng nông sản, dẫn đến làm giảm vai trò, uy tín của hiệp hội, mặt khác, ảnh hưởng đến nguồn thu của hiệp hội do đó ảnh hưởng đến kinh phí để hiệp hội thực hiện các chức năng khác. Do đó, đổi mới hoạt động cung cấp dịch vụ phải được coi là một nội dung quan trọng trong đổi mới hoạt động ở các hiệp hội ngành hàng nông sản xuất khẩu hiện nay.

2. Giải pháp đổi mới hoạt động cung cấp dịch vụ ở các hiệp hội ngành hàng nông sản xuất khẩu Việt Nam

Để hoạt động cung cấp dịch vụ của các hiệp hội ngành hàng nông sản xuất khẩu nước ta thực sự đổi mới theo hướng kinh doanh, tạo nguồn thu cho hiệp hội, đáp ứng được nhu cầu của hội viên và ngành hàng nông sản, trong thời gian tới, các hiệp hội cần tiến hành một số giải pháp sau đây:

Một là, đổi mới nhận thức của hiệp hội và hội viên về hoạt động cung cấp dịch vụ. Đổi mới tư duy về hoạt động cung cấp dịch vụ là một yêu cầu cấp thiết đối với các hiệp hội ngành hàng nông sản xuất khẩu và hội viên của họ. Khi tham gia hiệp hội, hội viên đều mong muốn nhận được những lợi ích từ phía hiệp hội. Song, ở đây, nhiều hội viên đã hiểu sai về vấn đề lợi ích. Trong suy nghĩ của hội viên, lợi ích là những thứ mà hiệp hội cung cấp cho họ một cách miễn phí nên họ không sẵn sàng trả phí cho những thứ nhận được từ hiệp hội. Thậm chí có những hội viên còn nhầm lẫn giữa hội phí và phí dịch vụ. Trong

khí đó, nhiều hiệp hội ngành hàng nông sản xuất khẩu vẫn quan niệm, cung cấp dịch vụ cho hội viên là sứ mệnh của họ. Vì vậy, khả năng có bao nhiêu thì làm bấy nhiêu mà không đặt vấn đề kinh doanh. Ngoài ra, hầu hết các hiệp hội cho rằng, họ chỉ cung cấp dịch vụ cho hội viên của hiệp hội, các đối tượng khác trong ngành hàng nhưng không phải là hội viên thì không liên quan đến hoạt động của hiệp hội. Với cách hiểu này, các hiệp hội gặp rất nhiều khó khăn khi triển khai hoạt động cung cấp dịch vụ. Hiệp hội không đủ nguồn kinh phí để triển khai các dịch vụ chất lượng cao, đồng thời cũng không có động lực để làm tốt các hoạt động của mình. Từ đó, dịch vụ hiệp hội cung cấp không đáp ứng được nhu cầu hội viên. Đối với hội viên, họ sẽ không sẵn sàng trả tiền cho những thứ mà lợi ích mang lại cho họ ít hơn chi phí họ phải bỏ ra.

Để đổi mới nhận thức về hoạt động cung cấp dịch vụ, các hiệp hội ngành hàng nông sản xuất khẩu phải làm tốt các vấn đề sau:

- Cần có quy định rõ ràng, làm cho hội viên hiểu thấu đáo về hội phí và các khoản phí dịch vụ mà họ phải đóng khi thụ hưởng dịch vụ của hiệp hội. Những quy định này phải được cụ thể hóa trong điều lệ hiệp hội.

- Lãnh đạo hiệp hội phải nhận thức được trách nhiệm của họ khi triển khai các hoạt động dịch vụ. Đây là những hoạt động vừa đáp ứng nhu cầu hội viên vừa tạo được nguồn tài chính bền vững, độc lập cho hiệp hội - điều kiện cần để hiệp hội hoạt động hiệu quả. Khi đã thực sự trở thành dịch vụ thì có thể cung cấp cho cả những đối tượng trong ngành hàng có nhu cầu, không nhất thiết phải là hội viên hiệp hội.

Hai là, nâng cao tần suất và chất lượng cung cấp dịch vụ, đáp ứng tốt hơn nhu cầu hội viên. Để đổi mới hoạt động cung cấp dịch vụ, các hiệp hội phải chú trọng hơn nữa đến tần suất thực hiện và chất lượng các dịch vụ. Muốn vậy, các hiệp hội ngành hàng nông sản xuất khẩu phải giải quyết các vấn đề sau:

- Nâng cao trình độ của cán bộ chuyên trách ở các bộ phận như: thông tin, xúc tiến thương mại, đào tạo, công nghệ... thông qua việc tuyển dụng hoặc chế độ thuê chuyên gia. Muốn thu hút được những người có năng lực thực sự thì phải có chế độ đãi ngộ xứng đáng và được quy định rõ ràng trong điều lệ hiệp hội. Khi cung cấp dịch vụ có chất lượng cao thì nguồn thu của hiệp hội sẽ tăng lên, đó là điều kiện để đảm bảo thu nhập cho cán bộ chuyên trách.

- Thực hiện tốt việc tham vấn ý kiến hội viên về nhu cầu dịch vụ, đồng thời phát huy tính sáng tạo, nhạy bén của bộ phận chuyên trách nhằm phát hiện và cung cấp cho hội viên những dịch vụ mà họ cần, chất lượng cao. Khi đã đáp ứng tốt nhu cầu hội viên thì sản suất triển khai hoạt động cung cấp dịch vụ sẽ được nâng lên.

Ba là, đổi mới cách thức cung cấp dịch vụ ở các hiệp hội ngành hàng nông sản xuất khẩu. Lâu nay, do nhận thức chưa đầy đủ về hoạt động cung cấp dịch vụ nên các hiệp hội thường triển khai hoạt động này theo một cách thức giống nhau. Đó là cung cấp những gì hiệp hội có thể làm với nguồn nhân lực sẵn có. Cách làm này tạo ra một sự xơ cứng trong hoạt động và nghèo nàn về sản phẩm dịch vụ mà các hiệp hội cung cấp. Vì vậy, muốn thực sự đổi mới hoạt động cung cấp dịch vụ, các hiệp hội ngành hàng nông sản xuất khẩu cần phải đổi mới cả cách thức cung cấp dịch vụ của mình. Việc lựa chọn cách thức cung cấp dịch vụ phải căn cứ vào các yếu tố: (1) năng lực và kinh nghiệm của hiệp hội trong việc cung cấp dịch vụ; (2) nhu cầu của hội viên và ngành hàng; (3) nguồn lực tài chính và nhân lực để thực hiện hoạt

động dịch vụ; (4) sự cạnh tranh của các nhà cung cấp dịch vụ bên ngoài hiệp hội; (5) lợi ích mang lại cho hiệp hội và hội viên từ hoạt động cung cấp dịch vụ. Trên cơ sở những căn cứ này, các hiệp hội lựa chọn cho mình cách thức cung cấp dịch vụ phù hợp, hiệu quả. Có những dịch vụ nhất thiết phải do cán bộ của hiệp hội triển khai nhưng cũng có những dịch vụ hiệp hội có thể mua từ các nhà cung cấp dịch vụ bên ngoài.

Bốn là, hình thành quy trình hoạt động cung cấp dịch vụ một cách bài bản, khoa học. Khi đã đạt đến một trình độ phát triển nhất định, các hiệp hội ngành hàng nông sản xuất khẩu cần xây dựng cho mình một quy trình triển khai các hoạt động dịch vụ. Thông thường, việc triển khai dịch vụ ở các hiệp hội được tiến hành theo 7 bước là: (1) phân tích đánh giá hiện trạng; (2) đánh giá năng lực của hiệp hội; (3) xác định nhu cầu hội viên; (4) lựa chọn dịch vụ ưu tiên; (5) triển khai dịch vụ; (6) giám sát và đánh giá; (7) mở rộng hoạt động. Trên thực tế, tùy vào năng lực và điều kiện cụ thể mà các hiệp hội có thể xây dựng quy trình khác nhau. Tuy nhiên, để hoạt động của hiệp hội hiệu quả và có tính chuyên nghiệp cao thì việc xây dựng quy trình triển khai hoạt động cung cấp dịch vụ là hết sức cần thiết.

Đổi mới hoạt động cung cấp dịch vụ theo hướng kinh doanh là một yêu cầu cấp thiết đối với các hiệp hội ngành hàng nông sản xuất khẩu ở nước ta hiện nay. Thực hiện tốt hoạt động này sẽ tạo được uy tín của hiệp hội đối với hội viên và ngành hàng, nhờ đó khẳng định được vai trò không thể thiếu của các tổ chức hiệp hội trong quá trình hướng tới một xã hội phát triển./.