

Giới thiệu

Theo truyền thống, quyền lực của những người mua ở EU khá mạnh, nhưng do tình trạng khan hiếm nguồn hàng và giá cả ngày càng tăng, cán cân quyền lực này đang chuyển sang các nhà cung ứng ở nơi sản xuất hàng hóa. Giá cả cao và sự khan hiếm nguồn hàng ngày càng gia tăng theo thời gian sẽ thu hút thêm các nhà cung ứng mới. Theo dự báo, thị trường EU đối với hầu hết các gia vị và thảo mộc sẽ tiếp tục phát triển, do đó sẽ tiếp tục tạo ra nhiều cơ hội cho các nhà cung ứng có khả năng đáp ứng được các yêu cầu chất lượng cao và an toàn thực phẩm của người mua. Đặc biệt, những cơ hội cho các doanh nghiệp vừa và nhỏ ở các nước đang phát triển có thể tìm thấy trong phần khúc cao cấp của thị trường.

Thâm nhập thị trường

Đối với nguồn cung ứng mới: khó thâm nhập nhưng ngày càng dễ bán được hàng

Các yêu cầu nghiêm ngặt của người mua mà các nhà cung ứng phải tuân thủ (ví dụ như chất lượng, an toàn thực phẩm và khả năng truy xuất nguồn gốc) đã tạo thành một rào cản khó khăn cho việc thâm nhập thị trường. Các yêu cầu gia nhập thị trường ngày càng trở nên nghiêm ngặt hơn do những tiến bộ công nghệ và những vụ bê bối liên quan đến an toàn thực phẩm. Ngoài ra, các yêu cầu không ghi trong luật pháp của những người mua EU cũng đang trở nên khắt khe hơn và đòi hỏi các nhà cung ứng chú ý nhiều hơn.

Tình trạng khan hiếm nguồn hàng ngày càng gia tăng, nhu cầu toàn cầu và giá cả gia tăng đang làm thay đổi bộ mặt thị trường. Một số người mua sẽ tập trung nhiều hơn vào các nhà cung ứng hiện tại của họ, đầu tư vào việc gia tăng năng suất và nâng cao chất lượng. Tuy nhiên, người mua cũng sẽ bị buộc phải tìm kiếm thêm các nguồn khác để đảm bảo nguồn cung bổ sung. Họ sẽ phải ít kén chọn hơn về giá cả và quy mô đơn hàng, cho phép những nguồn cung ứng mới gia nhập thị trường. Điều này cũng tạo cơ hội cho các nhà cung ứng mới cũng như các nhà cung ứng quy mô nhỏ hơn.

Lưu ý:

- Hãy xây dựng một chiến lược xuất khẩu minh bạch. Hãy nói rõ ràng về những ưu tiên của bạn, ví dụ: các mối quan hệ lâu dài hoặc bán hàng với giá cao nhất trên thị trường giao ngay. Một chiến lược dài hạn mang lại lợi thế ổn định quan trọng cho phép bạn củng cố doanh nghiệp của mình. Điều này có thể được thực hiện bằng cách tập trung vào những người mua quan trọng nhất của bạn. Một cách để xác định những người mua này là quy tắc 80/20 (xác định 20% số người mua tạo ra 80% doanh thu cho bạn).

Các nhà cung ứng mới có thể có nguồn gốc từ các nước cung cấp hiện tại hoặc từ các khu vực khác.

Những người mua hàng châu Âu vẫn còn ngần ngại đối với việc thu mua hàng từ các quốc gia châu Phi vùng hạ Sahara (ngoại trừ một số nước như Nam Phi) do những lo ngại về môi trường chính trị và kinh tế và mức độ chuyên nghiệp. Tuy nhiên, với nguồn tài nguyên đất đai phong phú và chi phí tiền lương thấp sẽ khiến cho châu Phi

trở thành một nguồn cung cấp quan trọng hơn trong những năm tới.

Các nhà cung cấp mới nên chú ý tới các ưu tiên của người mua EU. Điều này đặc biệt quan trọng trong những trường hợp người mua EU có các yêu cầu nghiêm ngặt về chất lượng, an toàn thực phẩm và ngày càng thường xuyên hơn là khả năng truy xuất nguồn gốc và tính bền vững. Thật khó để tìm được những nhà cung cấp có thể tuân thủ những yêu cầu đó. Trong một số trường hợp, ưu tiên cho một nguồn gốc cụ thể có liên quan đến hương vị. Gia vị và thảo mộc từ một nguồn gốc cụ thể thường có hương vị hoặc màu sắc đặc biệt, nhất là đối với hạt tiêu, vani và gừng. Vì vậy người mua khó có khả năng chuyển sang nguồn gốc khác vì hành động này có thể làm thay đổi mùi vị hoặc màu sắc sản phẩm của chính mình hoặc của khách hàng của họ. Ngoài ra, nhiều mối quan hệ kinh doanh giữa các nhà cung cấp và người mua EU đã trải qua vài thế hệ. Vì thế việc thay đổi các nguồn cung cấp có thể đưa đến những rủi ro, thách thức và các khoản đầu tư đáng kể cho những người mua ở EU. Việc chuyển đổi như vậy sẽ không thể xảy ra nhanh chóng mà cần có thời gian. Người mua sẽ chỉ xem xét chuyển đổi nếu họ đang phải đối mặt với tình trạng khan hiếm thực sự, nếu sự thay đổi có ý nghĩa trên quan điểm kinh doanh và nếu những rủi ro liên quan có thể quản lý được.

Lưu ý:

- Phải hiểu biết những ưu tiên của người mua tiềm năng liên quan đến nguồn gốc và những lý do đằng sau đó. Việc đưa cho người mua thấy các biện pháp bảo hộ như các chứng nhận và các hệ thống quản lý thích hợp để đảm bảo khả năng truy xuất nguồn gốc và an toàn thực phẩm sẽ giúp xoa tan ý tưởng chuyển đổi nguồn thu mua của người mua.
- Nếu bạn là người mới tham gia thị trường châu Âu, bạn nên tham quan các hội chợ thương mại và hội nghị để tiếp xúc các đối tác kinh doanh. [Food Ingredients Europe](#), [SIAL](#) và [Biofach](#) (hữu cơ) là những hội chợ thương mại quan trọng. Đối với các hội chợ thương mại khác, hãy truy cập trang web của [EventsEye](#).

Sự cạnh tranh về sản phẩm

- **Các sản phẩm thay thế cạnh tranh**

Hiện có một số nguồn chính thay thế cho các loại gia vị và thảo mộc: tổng hợp, tươi, bảo quản và các chiết xuất gia vị và thảo mộc. Ít có mối đe dọa cho một số loại gia vị và thảo mộc khác (ví dụ gừng cho hạt tiêu).

- **Gia vị và thảo mộc tổng hợp**

Một số gia vị và thảo mộc như vani và quế dễ bị thay thế bởi các hương liệu và chất tạo màu tổng hợp. Các chất thay thế chỉ là mối đe dọa thực sự trong ngành công nghiệp chế biến thực phẩm, đặc biệt là ở thị trường cấp thấp. Các lợi thế quan trọng của các chất thay thế là rẻ hơn gia vị và thảo mộc tự nhiên, không có vấn đề về cung ứng, tính chất đồng đều và có tính ổn định so với các sản phẩm tự nhiên. Mối đe dọa về chất thay thế vĩnh viễn hoặc tạm thời đặc biệt có liên quan đến các loại gia vị và thảo mộc đắt tiền đang bị thiếu hụt lượng cung ứng như vani. Tuy nhiên, hầu hết các

công ty chế biến thực phẩm sẽ luôn gắn bó với các sản phẩm tự nhiên do phần lớn nguồn tiêu thụ trong thị trường ưa chuộng đồ thật hơn vì được xem là lành mạnh và hương vị tốt hơn. Nhiều thương hiệu đã cam kết sử dụng các chất phụ gia không phải nhân tạo trong sản phẩm của họ. Việc thay đổi với gia vị và thảo mộc tổng hợp có nghĩa là thay đổi công thức nấu ăn, đóng gói và cả việc tiếp thị.

Lưu ý:

- Phân khúc cao cấp của thị trường là mục tiêu hấp dẫn cho các doanh nghiệp nhỏ và vừa kinh doanh khối lượng hàng tương đối nhỏ. Phân khúc này rất ưa chuộng các sản phẩm tự nhiên và nhìn chung sẽ chỉ xem xét chất thay thế khi nguồn cung gia vị và thảo mộc tự nhiên bị hạn chế và giá cả tăng.
- Hãy trung thực về khả năng cung cấp của bạn và thông báo cho người mua của bạn ngay lập tức trong trường hợp có vấn đề liên quan đến hậu cần và lượng cung cấp.

• Sản phẩm tươi

Mối đe dọa thay thế cho các sản phẩm tươi chủ yếu liên quan đến các loại thảo mộc khô (ví dụ như húng quế, húng tây và rau mùi tây) nhưng cũng có thể có liên quan đến một số loại gia vị như ớt và gừng. Một phân khúc thị trường lớn đang hướng tới các sản phẩm tươi. Ở các nước Nam Âu, các sản phẩm tươi (đặc biệt là thảo mộc) thường được ưa chuộng hơn so với các sản phẩm khô và ít có các cơ hội cho sản phẩm sấy khô.

• Các sản phẩm bảo quản

Có nhiều cách để bảo quản các sản phẩm tươi. Thị trường cho các loại thảo mộc và gia vị đông nhanh riêng rẽ (IQF) ngày càng gia tăng là một diễn biến quan trọng. Các sản phẩm IQF kết hợp được sự tươi mát với sự tiện lợi và thời hạn sử dụng kéo dài. Đây là một nguồn thay thế quan trọng cho các sản phẩm có thể được sử dụng tươi nhưng kém quan trọng hơn đối với gia vị và thảo dược nhiệt đới xuất khẩu sang EU. Tình hình cũng tương tự đối với các sản phẩm được bảo tồn theo những phương cách khác (ví dụ: cách đông lạnh, gia vị và các loại thảo mộc ngâm trong nước muối).

• Các chiết xuất

Các chiết xuất từ gia vị và thảo mộc có thể là một nguồn thay thế quan trọng đối với các nhà cung ứng cho ngành chế biến thực phẩm. Chúng có thể được sử dụng để tăng thêm hương vị hoặc màu sắc cho sản phẩm. Do đó các nhà sản xuất các chất chiết xuất có thể là những đối thủ cạnh tranh và cũng là người mua gia vị và thảo mộc.

Các loại gia vị và thảo mộc quan trọng trong chế độ ăn uống của EU (ví dụ như tiêu, ớt ngọt) ít có xu hướng bị thay thế hơn.

Các gia vị và thảo mộc mới lạ đang ngày càng được sử dụng nhiều ở EU. Tuy nhiên, chúng nhạy cảm hơn với xu hướng tiêu dùng luôn thay đổi so với những thứ được sử dụng trong các món ăn truyền thống, vì vậy, nguy cơ bị thay thế là cao hơn.

Cạnh tranh giữa các doanh nghiệp

- **Định vị trên thị trường**

Mức độ cạnh tranh: nhiều thay đổi trong môi trường cạnh tranh

Mức độ cạnh tranh phụ thuộc vào rất nhiều biến số như sản phẩm, quốc gia mục tiêu, phân khúc thị trường, mức độ chế biến, và đặc biệt là sự cân bằng giữa cung và cầu tại một thời điểm nhất định. Điều này có thể thay đổi từ vụ thu hoạch (của bạn hoặc của các nước cạnh tranh) sang vụ thu hoạch kế tiếp.

Mức độ cạnh tranh thường cao ở các thị trường về các sản phẩm đồng nhất, còn nguyên hạt có giá trị gia tăng thấp. Phân khúc này thường bị chi phối bởi các nhà cung ứng lớn có khả năng phân phối số lượng lớn và cạnh tranh về giá cả. Các doanh nghiệp vừa và nhỏ ở các nước đang phát triển sẽ cạnh tranh rất khó khăn trong các phân đoạn thị trường này. Đối với các loại gia vị và thảo mộc đặc sản được buôn bán với số lượng nhỏ hơn (ví dụ: các chủng loại đặc biệt, chất lượng cao, bền vững), mức độ cạnh tranh thường thấp hơn.

Ở phân khúc cao cấp của thị trường, vẫn còn có nhiều chỗ để tạo sự khác biệt sản phẩm. Trong phân khúc này, thị trường thường tập trung ít hơn vào giá cả nhưng nhiều hơn vào chất lượng, hương vị, màu sắc và tính bền vững. Nhìn chung, phân đoạn này tạo ra nhiều cơ hội tốt cho các doanh nghiệp vừa và nhỏ có khả năng đáp ứng được những yêu cầu nghiêm ngặt của thị trường này. Đối với các sản phẩm chế biến (ví dụ: xay, nghiền, trộn và đóng gói), có rất nhiều sự cạnh tranh từ các nhà chế biến của EU và các nhà chế biến lớn ở các nước cung ứng lớn (ví dụ như Việt Nam).

Lưu ý:

- Trong phạm vi nhất định, vị thế cạnh tranh của bạn có thể dự đoán được. Hãy tìm đọc các báo cáo về vụ mùa trên mạng hoặc tham gia các sự kiện, nơi các thông tin trong ngành xuất khẩu thường được chia sẻ. Tham khảo các báo cáo về vụ mùa của [McCormick](#), [Jayanti](#) và [Nedspice](#) để tìm hiểu về những dự báo về lượng thu hoạch trên toàn thế giới và mức độ tồn kho ở các nước tiêu thụ và sản xuất. Cũng nên theo dõi lịch thu hoạch của các đối thủ cạnh tranh của bạn trên toàn thế giới. Hãy sử dụng thêm các nguồn tham khảo sau đây: [Spice Board India](#) và [Martin Spices](#).
- Các nhà xuất khẩu quan tâm đến việc cung cấp cho thị trường EU nên xem xét thực hiện các hoạt động bền vững trong doanh nghiệp của mình. Đây cũng là tiêu chí lựa chọn của nhiều người mua. Việc công ty hoặc sản phẩm của bạn được chứng nhận tuân thủ các nguyên tắc bền vững có thể mở ra những thị trường mới. Điều này liên quan đến việc đầu tư thời gian và tiền bạc, và chỉ nên xem xét nếu phù hợp với chiến lược dài hạn của công ty bạn.
- Hãy cố gắng tạo sự khác biệt cho sản phẩm của bạn để tăng giá trị, có thể bằng cách cải thiện chất lượng (cải thiện vệ sinh, các giống khác hoặc trình bày). Một phương án khác là tùy biến sản phẩm của bạn (ví dụ: loại xay nghiền đặc biệt).

- Trước tiên phải thành công trong việc cung cấp các sản phẩm giá trị gia tăng cho thị trường nội địa trước khi xem xét tham gia thị trường EU.

Mức độ cạnh tranh có thể khác nhau tùy theo khu vực hoặc thị trường EU. Những nước mua hàng lớn của EU như Hà Lan, Đức và Anh nhập khẩu một lượng lớn hàng trực tiếp từ các nước xuất xứ. Cạnh tranh ở các nước này chủ yếu là từ các nhà cung ứng thuộc các nguồn khác. Các nước EU khác (Bắc Âu và Đông Âu) chủ yếu dựa vào các thương nhân của EU về nguồn cung ứng. Cạnh tranh ở các nước này cũng sẽ đến từ các nhà cung ứng EU.

Một vấn đề khác quyết định mức độ cạnh tranh là mức độ chế biến. Một số quốc gia như Anh nhập khẩu một lượng lớn các loại thảo mộc và gia vị đã xay từ các nước đang phát triển. Các nước khác lại ưa thích tự chế biến (ví dụ như Đức) hoặc dựa vào các nước EU khác vì đáng tin cậy hơn. Vấn đề độ tin cậy ngày càng trở nên quan trọng. Tình trạng gian lận và pha tạp trong lãnh vực thực phẩm đang là vấn đề hàng đầu đối với ngành gia vị EU. Ngày càng có nhiều loại gia vị và thảo mộc, đặc biệt là nghiền và nghiền nát bị pha tạp cố ý (ví dụ trộn với các chủng loại rẻ tiền hơn, với vỏ đậu phộng hoặc muối bột) hoặc vô ý (ví dụ như nhiễm các hóa chất như phân bón, thuốc trừ sâu hoặc lẫn cả côn trùng) đã được phát hiện trong năm qua. Ngoài ra, độ tin cậy là một phần thiết yếu của nền thương mại quốc tế bền vững.

Vào tháng 1/2014, đã có những thay đổi quan trọng trong Hệ thống Ưu đãi Phổ cập (GSP) của Liên minh châu Âu. Một trong những thay đổi đó có liên quan đến thị trường gia vị và thảo mộc, đó là gia vị từ Trung Quốc và Brazil sẽ không còn được hưởng ưu đãi về thuế nhập khẩu, nên phải chịu thuế suất cao hơn nhiều nước đang phát triển, đưa đến khả năng chuyển đổi sang các nước cung ứng khác hưởng thuế suất nhập khẩu thấp hơn.

Nhưng cũng cần phải biết rằng không phải lúc nào những người mua EU cũng dễ dàng tiến hành việc chuyển đổi này. Họ thường có nhu cầu chuyên biệt về hương vị, khả năng truy xuất nguồn gốc, chất lượng, an toàn thực phẩm (ví dụ như đối với dư lượng thuốc trừ sâu) mà chỉ có vài nhà cung ứng có thể đáp ứng được.

Những thay đổi gần đây về thuế nhập khẩu có thể gia tăng lợi thế cho các nhà cung cấp cạnh tranh với Trung Quốc và Brazil. Tuy nhiên, chỉ có mức chênh lệch giá tương đối nhỏ này thường không đủ để thúc đẩy người mua phải đầu tư thêm để tìm kiếm các nguồn cung ứng khác.

- **Định vị trong chuỗi cung ứng**

- + **Quyền lực của người mua: vẫn còn đáng kể nhưng đang giảm dần**

Hầu hết các gia vị và thảo mộc nhập khẩu vào EU đều do các nhà nhập khẩu và bán sỉ của EU mua về. Quy mô của những người mua này rất khác nhau nhưng phần nhiều là các doanh nghiệp cỡ trung bình và phần lớn doanh thu của họ do các nhà chế biến thực phẩm và các nhà bán lẻ tạo ra. Quy mô hoạt động của họ cho phép họ đặt ra mức giá cả và các yêu cầu về chất lượng và an toàn thực phẩm vượt quá mức pháp định. Các nhà nhập khẩu và người bán sỉ sẽ chuyển những yêu cầu và điều kiện này sang cho nhà cung ứng (tức là bạn). Quyền lực của người mua mạnh hơn trong các thị

trường hàng hóa (ví dụ: sản phẩm thấp và đồng nhất) so với các thị trường đặc sản (ví dụ như các sản phẩm bền vững và chất lượng cao) - nơi ít tập trung vào giá cả hơn.

Một diễn biến quan trọng đó là quyền lực của người mua tại EU đang giảm dần đi, chủ yếu do sự tổ chức của các nhà cung ứng đã được củng cố, các yêu cầu nghiêm ngặt của người mua EU và tình trạng khan hiếm hàng ngày càng tăng trên thị trường thế giới. Các thị trường mới nổi (ví dụ như Trung Quốc, Ấn Độ và Brazil) có các yêu cầu ít nghiêm ngặt hơn và thường nằm gần các nước sản xuất, nên đang trở nên hấp dẫn hơn đối với các nhà cung ứng. Luật pháp của EU có thể sẽ không nới lỏng hơn do đó họ sẽ tiếp tục trả giá cao để giữ chân các nhà cung ứng quan tâm đến EU.

Lưu ý:

- Thị trường Liên minh châu Âu vẫn rất hấp dẫn do qui mô và giá cả nhận được. Tuy nhiên, các thị trường mới nổi cũng có thể tạo ra các cơ hội thị trường tuyệt vời. Nếu bạn không đáp ứng các yêu cầu về chất lượng nghiêm ngặt được áp đặt ở các thị trường Bắc và Tây Âu, hãy cân nhắc việc cung ứng cho thị trường Đông Âu. Các yêu cầu pháp lý tương tự được áp dụng ở Đông Âu nhưng họ thường chấp nhận các loại gia vị và thảo mộc có chất lượng thấp hơn (tỷ lệ dầu thấp hơn, màu đục hoặc bị hỏng nhẹ) và có thể cũng không đòi hỏi đảm bảo thêm về hệ thống quản lý an toàn thực phẩm.

Những người mua EU ngày càng gia tăng các hoạt động thu mua trực tiếp để có thể kiểm soát tốt hơn chuỗi cung ứng và đảm bảo nguồn cung cấp. Điều này cũng liên quan đến những người mua và các ngành sản xuất mới mà trước đó thường mua từ các nhà nhập khẩu. Những người mua EU có nguồn lực đang hợp tác chặt chẽ hơn với các nhà cung ứng và thậm chí họ còn đang thiết lập các cơ sở của mình tại các quốc gia có nguồn hàng. Việc thu mua trực tiếp sẽ trở nên phổ biến hơn do tình trạng khan hiếm hàng toàn cầu vẫn tiếp tục. Đối với các doanh nghiệp vừa và nhỏ ở các nước đang phát triển có tham gia vào hoạt động thương mại và chế biến, việc này có thể là cơ hội để làm việc cùng nhau hoặc cũng có thể là mối đe dọa bị loại bỏ khỏi chuỗi cung ứng.

+ Quyền lực của nhà cung ứng: còn thấp nhưng đang cải thiện

Các loại gia vị và thảo mộc theo truyền thống thường được trồng bởi các nông hộ nhỏ với nguồn lực, khả năng tồn trữ và các cơ sở chế biến hạn chế. Ngoài ra, do hầu hết các nhà cung ứng đều cung cấp một sản phẩm thống nhất nên sẽ dễ dàng chuyển đổi nguồn cung ứng. Tuy nhiên, quyền lực của nhà cung ứng đang ngày càng gia tăng vì một lý do quan trọng: đó là tình trạng khan hiếm hàng, giá cả cao trong những năm gần đây, sự phát triển kinh tế ở nhiều khu vực thu mua và nắm bắt nhanh thông tin giá cả cập nhật. Điều này đã dẫn đến việc đầu tư vào các cơ sở có khả năng tồn trữ tốt hơn và tổ chức tốt hơn. Một minh họa đáng chú ý nhất là nông dân trồng tiêu và thương nhân Việt Nam hiện đang kiểm soát thị trường. Lý do họ có được vị thế vững mạnh là ở quy mô hoạt động, khả năng tồn trữ, hợp tác chặt chẽ với toàn ngành trong nước và giá cả cạnh tranh.

Quyền lực của nhà cung ứng tăng lên sẽ dẫn đến sự hợp tác và hội nhập chặt chẽ hơn giữa nông dân, thương nhân và nhà chế biến tại các quốc gia có nguồn hàng. Hợp tác và hội nhập là những chiến lược tồn tại lâu dài quan trọng cho các nhà buôn và các

nhà chế biến tại nơi có nguồn hàng, do vị thế của họ có thể bị đe dọa bởi việc tìm thu mua trực tiếp và việc tích hợp lùi (backward) của những người mua ở các nước tiêu thụ. Trong những điều kiện phù hợp, các chiến lược hội nhập theo chiều dọc này có thể tạo ra những lợi thế cho nông dân như tăng cường sự bảo đảm liên quan đến giá cả và thị trường, cũng như các cơ hội để gia tăng thêm giá trị. Mặt khác, có những trường hợp các nhà cung ứng có đủ sức cạnh tranh với các công ty nước ngoài này. Một số nhà cung ứng thậm chí còn tham gia tích cực vào quá trình hội nhập tiến tới (forward integration) và tiếp quản các công ty của EU để thâm nhập thị trường bằng chính các sản phẩm của mình. Tuy nhiên, đây là một chiến lược vượt quá khả năng của các doanh nghiệp vừa và nhỏ.

Lưu ý:

- Là một thương nhân hoặc nhà chế biến, bạn có thể tự định vị mình nằm giữa các nhà cung ứng của bạn, vốn ngày càng mạnh mẽ hơn, và những người mua đang ngày càng muốn đảm bảo lượng cung ứng. Trạng thái thay đổi này có thể có tác động đáng kể đến vị thế của bạn trong chuỗi cung ứng. Đánh giá vị thế của bạn trong chuỗi cung ứng và xác định nơi nào bạn thực sự đang làm gia tăng giá trị hoặc có thể tăng thêm giá trị trong tương lai.
- Để cải thiện mối quan hệ với nông dân, hãy chỉ bảo họ về sự hiệu quả và nông học. Đặc biệt, việc đào tạo cách thức sử dụng đúng thuốc trừ sâu và phân bón, cách thực hành nông nghiệp bền vững là điều quan trọng để nâng cao năng suất và lợi nhuận lâu dài.
- Để cải thiện mối quan hệ của bạn với các nhà cung ứng, bạn nên cộng tác với những người thu mua đáng tin cậy có những hoạt động bền vững (ví dụ như giá cả hợp lý). Nếu bạn đang muốn kiểm soát chuỗi cung ứng của bạn chặt chẽ hơn, nên xem xét việc thiết lập các trạm thu mua của chính mình.