

VẬN DỤNG MÔ HÌNH KIM CƯƠNG CỦA MICHAEL PORTER PHÂN TÍCH LỢI THẾ CẠNH TRANH TRONG XUẤT KHẨU CỦA GẠO VIỆT NAM

Võ Thị Tuyết Anh¹, Lê Phương Ngọc Hiền²

Tóm tắt

Ngành xuất khẩu gạo của Việt Nam là một trong những ngành xuất khẩu quan trọng luôn được Nhà nước đặt lên hàng đầu và hiện nay ngành gạo Việt Nam đang có chỗ đứng quan trọng trên thị trường quốc tế. Dựa vào mô hình kim cương của Michael Porter nhóm tác giả tiến hành phân tích lợi thế cạnh tranh xuất khẩu của ngành gạo Việt Nam nhằm nhìn nhận, đánh giá tính cấp thiết và đề xuất hướng đi cho ngành xuất khẩu gạo hiện tại và trong tương lai.

Keywords: lợi thế cạnh tranh, xuất khẩu, mô hình kim cương, xuất khẩu gạo.

APPLYING MICHAEL PORTER'S DIAMOND MODEL TO ANALYZE COMPETITIVE ADVANTAGE IN EXPORTING VIETNAM'S RICE

Abstract

Vietnam's rice export industry is one of the important export industries that is always given top priority by the State; and it currently has an important position in the international market. Based on Michael Porter's diamond model, the authors analyzed the competitive advantage of Vietnam's rice export industry to recognize and evaluate the urgency and propose directions for the rice export industry at present and in the future.

Từ khóa: competitive advantage, export, diamond model, rice export.

JEL classification: E17, L66, Q27, Q17, L81.

1. Đặt vấn đề

Thương mại quốc tế có vị trí quan trọng trong việc hỗ trợ thực hiện mục tiêu công nghiệp hóa và hiện đại hóa đất nước, ngành xuất khẩu gạo với vai trò là mặt hàng nông sản xuất khẩu chủ lực, đang đứng trước những cơ hội cũng như những thách thức lớn từ quá trình hội nhập quốc tế. Việc xem xét hoạt động xuất khẩu gạo của Việt Nam trong điều kiện hội nhập kinh tế quốc tế vừa có ý nghĩa lý luận vừa có ý nghĩa thực tiễn đưa Việt Nam hội nhập thành công và đạt được mục tiêu cơ bản trở thành nước công nghiệp nhanh chóng trong những năm tới.

Tại Việt Nam, trong những năm gần đây có khá nhiều nghiên cứu về năng lực cạnh tranh với các cấp độ, phạm vi khác nhau; đóng góp nhiều về lý luận cũng như thực tiễn quản trị kinh doanh, quản lý kinh tế. Bùi Thị Thanh và Nguyễn Xuân Hiệp (2012) đã nghiên cứu về "Nâng cao lợi thế cạnh tranh của doanh nghiệp - Nghiên cứu trường hợp các siêu thị tại TP. Hồ Chí Minh" và đưa ra kết quả là 5 yếu tố chính quyết định lợi thế cạnh tranh của các siêu thị tại TP Hồ Chí Minh là tập hàng hóa; giá cả; không gian siêu thị; tin cậy và nhân viên phục vụ. Theo Bùi Xuân Phong (2007),

các yếu tố cấu thành năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp gồm trình độ tổ chức và quản lý; trình độ của đội ngũ lãnh đạo; các nguồn lực của doanh nghiệp; hoạt động nghiên cứu và triển khai; quản lý môi trường của doanh nghiệp; năng lực cạnh tranh của sản phẩm dịch vụ; thị phần của doanh nghiệp; năng suất sản xuất kinh doanh; hiệu quả kinh doanh; danh tiếng, uy tín của doanh nghiệp. Năm 2010, Nguyễn Đình Thọ và Nguyễn Thị Mai Trang đã công bố kết quả nghiên cứu về một số yếu tố tạo thành năng lực động của doanh nghiệp ở TP. Hồ Chí Minh. Tác giả đã xác định được 5 nhân tố (vô hình) tạo nên năng lực động của doanh nghiệp - những nhân tố thỏa mãn tiêu chí VRIN và là nguồn tạo nên năng lực cạnh tranh bền vững cho doanh nghiệp. Đó là định hướng kinh doanh; năng lực marketing (đáp ứng thị trường); định hướng học hỏi; nội hóa tri thức. Về các yếu tố nguồn lực tạo nên năng lực cạnh tranh, các nhà nghiên cứu đã đưa ra khái niệm nguồn NLCT cốt lõi (core competitive). Theo Barney (1991), đó là những nguồn lực thỏa mãn đồng thời 4 tiêu chí là có giá trị; hiếm có; khó có thể bắt chước và không thể thay thế được (gọi tắt là VRIN). Những nguồn lực như vậy là yếu tố quyết

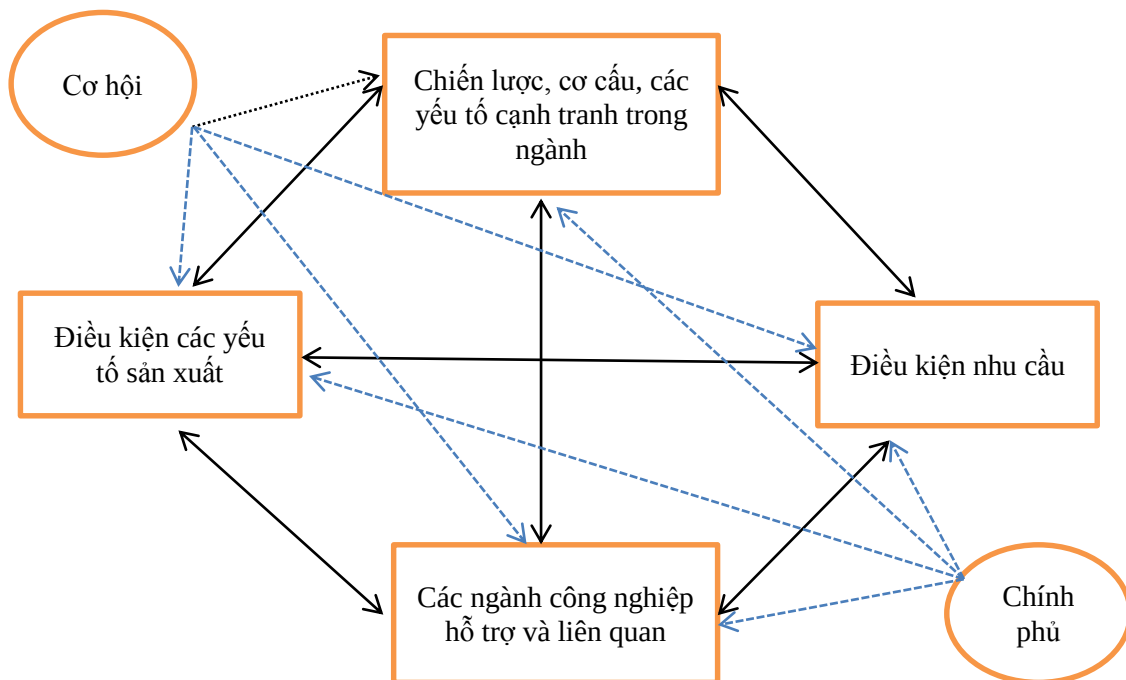
định tạo nên lợi thế cạnh tranh bền vững cho doanh nghiệp. Khi nghiên cứu về NLCT, khái niệm năng lực động (academic capabilities) đã được đề xuất. Theo Teece D.J. và các cộng sự (1997), năng lực động là khả năng tích hợp, xây dựng và định dạng lại những tiềm năng của doanh nghiệp để đáp ứng với thay đổi của môi trường kinh doanh. Các nhà nghiên cứu cho rằng đây là yếu tố quyết định thành công của doanh nghiệp trong môi trường cạnh tranh năng động hiện nay.

Hiện nay nhu cầu nhập khẩu gạo tại các thị trường truyền thống của Việt Nam như: Philippines, Trung Quốc, Indonesia và các quốc gia châu Phi đang gia tăng. Tại các nước châu Âu, do xung đột chính trị giữa Nga và Ukraine khiến nhu cầu dự trữ lương thực tăng lên, đây là yếu tố giúp các doanh nghiệp xuất khẩu gạo được hưởng lợi trong thời gian tới. Báo cáo của Cục Xuất nhập khẩu - Bộ Công Thương cho biết, theo số liệu thống kê của cơ quan hải quan, trong quý I/2023, kim ngạch xuất khẩu gạo đạt hơn 1,85 triệu tấn, với trị giá 981 triệu USD, tăng hơn 23% về lượng và tăng 34% về kim ngạch so với cùng kỳ năm 2022. Trong khi nhu cầu nhập khẩu gạo tăng thì nguồn cung gạo từ các quốc gia xuất khẩu gạo hàng đầu thế giới như: Ấn Độ, Pakistan tiếp tục hạn chế; giá gạo Thái Lan tăng do đồng Baht tăng giá trở lại. Việt Nam đang có lợi thế nguồn cung

có sớm từ vụ Đông Xuân cho nên sản lượng và chất lượng lúa gạo ổn định tạo nên vị thế cạnh tranh năng lực cho ngành gạo của Việt Nam.

2. Lý thuyết lợi thế cạnh tranh quốc gia

Lý thuyết về lợi thế cạnh tranh quốc gia do Michael Porter đưa ra vào những năm 1990 trong cuốn sách lợi thế cạnh tranh quốc gia. Đây là công trình nghiên cứu của một tập thể các nhà khoa học bắt đầu từ năm 1986 ở 12 nước như New Zealand, Bồ Đào Nha, Canada, Thụy Điển, Anh, Thụy Sĩ, Hàn Quốc, Đức,... Mục đích của lý thuyết này là giải thích tại sao một số quốc gia lại có được vị trí dẫn đầu trong việc sản xuất một số sản phẩm, hay nói cách khác đi tại sao lại có những quốc gia có lợi thế cạnh tranh về một số sản phẩm. Theo lý thuyết này, lợi thế cạnh tranh quốc gia được thể hiện ở sự liên kết của 4 nhóm yếu tố, mỗi liên kết của 4 nhóm này tạo thành mô hình kim cương. Các nhóm yếu tố đó bao gồm: (1) điều kiện các yếu tố sản xuất, (2) điều kiện về cầu, (3) các ngành công nghiệp hỗ trợ và có liên quan, (4) chiến lược, cơ cấu và mức độ cạnh tranh của ngành. Các yếu tố này tác động qua lại lẫn nhau và hình thành nên khả năng cạnh tranh quốc gia. Ngoài ra, còn 2 yếu tố khác là chính sách của Chính phủ và cơ hội. Đây là 2 yếu tố có thể tác động đến 4 yếu tố cơ bản kể trên.



Hình 1. Mô hình kim cương M. Porter

(1) *Điều kiện các yếu tố sản xuất*: một quốc gia có thể duy trì lợi thế cạnh tranh dựa trên đầu vào khi quốc gia có các đầu vào cần thiết cho cạnh tranh ngành cụ thể nào đó là các đầu vào cao cấp và chuyên ngành. Các đầu vào có thể được tạo ra bởi các đơn vị tư nhân hoặc Chính phủ. Khu vực Chính phủ thường tập trung đầu tư tạo ra các đầu vào cơ bản và phổ biến. Trừ khi có mối quan hệ chặt chẽ với các ngành, khu vực Chính phủ nói chung thường không thành công trong việc đầu tư tạo ra các đầu vào chuyên ngành và cao cấp.

(2) *Điều kiện nhu cầu trong nước*: ba khía cạnh của nhu cầu trong nước ảnh hưởng lớn tới lợi thế cạnh tranh của doanh nghiệp là bản chất của nhu cầu, dung lượng và quy mô tăng trưởng của nhu cầu và cơ chế lan truyền nhu cầu trong nước ra các thị trường quốc tế. Bản chất nhu cầu tác động tới lợi thế cạnh tranh thông qua cấu trúc nhu cầu, mức độ đòi hỏi của người mua và tính hướng dẫn của nhu cầu.

(3) *Các ngành công nghiệp hỗ trợ và liên quan*: một quốc gia có lợi thế cạnh tranh trong nhiều ngành hỗ trợ và nhiều ngành liên quan sẽ tạo ra lợi thế cạnh tranh cho doanh nghiệp. Lợi thế cạnh tranh của các ngành hỗ trợ và liên quan sẽ tạo ra lợi thế tiềm tàng cho các doanh nghiệp như cung cấp trong thời gian ngắn và với chi phí thấp, duy trì quan hệ hợp tác liên tục...

(4) *Chiến lược, cơ cấu và môi trường cạnh tranh*: toàn bộ ngành công nghiệp sẽ tiến bộ nhanh hơn do những ý tưởng mới được phổ biến và ứng dụng nhanh hơn. Tình trạng có nhiều đối thủ cạnh tranh có thể khắc phục được một số điểm bất lợi

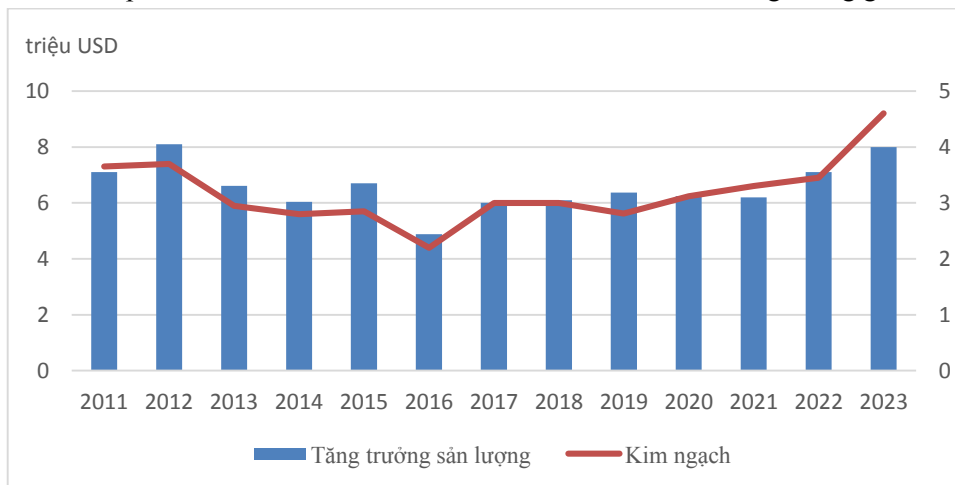
là thiếu đối thủ cạnh tranh tạo ra sức ép buộc Chính phủ phải đưa ra nhiều hình thức hỗ trợ như trợ cấp, bảo hộ sản xuất trong nước thiếu hợp lý...

3. Tình hình xuất khẩu gạo của Việt Nam hiện nay

Năm 1989, Việt Nam lần đầu tiên xuất khẩu gạo, chấm dứt thời kỳ thiếu gạo và chuyển sang xuất khẩu. Trải qua hơn 30 năm (1989-2022), đến nay, hạt gạo Việt Nam có mặt ở hơn 150 nước/vùng lãnh thổ, trở thành 1 trong 3 nước xuất khẩu gạo lớn trên thế giới.

Theo ước tính của Bộ Công Thương, năm 2023 Việt Nam sẽ xuất khẩu khoảng 8 triệu tấn gạo, với kim ngạch khoảng 4,5 tỷ USD, đây sẽ là con số cao nhất từ trước đến nay. Trong 10 tháng đầu năm 2023, Việt Nam xuất khẩu đạt 7,1 triệu tấn gạo, trị giá 3,97 tỷ USD, tăng 17% về lượng và tăng 35% về giá trị so với cùng kỳ năm 2022. Giá gạo xuất khẩu bình quân ước đạt 558 USD/tấn, tăng 15,3%. Đây cũng là con số xuất khẩu gạo 10 tháng đầu năm cao nhất mà Việt Nam đạt được trong suốt 38 năm qua, kể từ khi Việt Nam gia nhập thị trường gạo thế giới.

Về cơ cấu thị trường xuất khẩu gạo theo khu vực, 9 tháng năm 2023, thị trường lớn nhất của Việt Nam là khu vực châu Á, chiếm 76% tổng lượng gạo xuất khẩu (tăng 31,6%). Kế đó là khu vực châu Phi, chiếm gần 17% tổng lượng gạo xuất khẩu (tăng 10,8%). Nhờ sự tăng trưởng mạnh, tăng 17,5%, Châu Úc đã giữ vững vị trí thứ 3 khi chiếm 2,41% tổng lượng gạo xuất khẩu của Việt Nam. Hai khu vực còn lại là châu Mỹ và châu Âu lần lượt chiếm 1,5% và 1,6% tổng lượng gạo xuất khẩu.



Hình 2. Sản lượng xuất khẩu gạo Việt Nam qua các năm

Nguồn tổng hợp tác giả

Về các thị trường đơn lẻ, Philippines tiếp tục là thị trường nhập khẩu gạo lớn nhất của Việt Nam trong 9 tháng đầu năm 2023, với gần 2,5 triệu tấn, chiếm 38,1% tổng lượng gạo xuất khẩu, tăng 0,8% so với cùng kỳ năm trước.

Đứng thứ hai là Indonesia với gần 884.200 tấn, tăng đột biến gần 17 lần cả về lượng và kim ngạch, chiếm 13,7% trong tổng lượng xuất khẩu gạo của cả nước. Một thị trường cũng tăng trưởng mạnh là Trung Quốc, tăng 41,1% đạt gần 859.000 tấn, chiếm 13,4% tổng lượng gạo xuất khẩu của Việt Nam.

Vị trí thứ 4 và 5 lần thuộc về Ghana và Bồ Đào Nha với lượng gạo nhập khẩu từ Việt Nam lần lượt là 503.700 tấn và gần 393.000 tấn, tăng 55% và giảm 28% so với cùng kỳ năm trước, tương ứng chiếm 7,84% và 6,11%.

Từ tháng 8 vừa qua, sau khi Ấn Độ - một trong những nguồn cung gạo hàng đầu ra thế giới - ban hành lệnh cấm xuất khẩu gạo, giá gạo xuất khẩu của các quốc gia khác đã đẩy lên rất cao, trong đó giá gạo 5% tấm xuất khẩu của Việt Nam và Thái Lan đã vượt 600 USD/tấn.

Những năm gần đây, chủng loại gạo xuất khẩu của Việt Nam ngày càng đa dạng, phong phú, với các mặt hàng gạo xuất khẩu chủ yếu như gạo thơm các loại, gạo cao cấp, gạo nếp, gạo janopica... Các doanh nghiệp Việt Nam chú trọng đến việc nâng cao chất lượng gạo, truy xuất nguồn gốc và hướng đến đáp ứng các tiêu chuẩn cao của các thị trường xuất khẩu thông qua việc đầu tư phát triển vùng nguyên liệu, sản xuất theo tiêu chuẩn an toàn, đưa vào các giống lúa đạt chuẩn, cải tiến dây chuyền công nghệ xay xát, chế biến.

Do vậy, chất lượng gạo xuất khẩu của Việt Nam ngày càng được nâng cao, cơ cấu chủng loại gạo xuất khẩu của Việt Nam chuyển dịch theo hướng tăng tỉ trọng các loại gạo có giá trị gia tăng cao, giảm tỷ trọng các loại gạo phẩm cấp thấp. Sự chuyển dịch cơ cấu chủng loại gạo xuất khẩu của Việt Nam đáp ứng được nhu cầu của người tiêu dùng tại các thị trường xuất khẩu, từ đó nâng cao giá trị gia tăng của gạo xuất khẩu.

Theo số liệu của Hiệp hội Lương thực Việt Nam (VFA), ngày 2/11, giá gạo xuất khẩu của Việt Nam đã lần nữa lập kỷ lục khi tăng 10 USD/tấn lên 663 USD/tấn đối với gạo 5% tấm và

vẫn duy trì vị trí thị trường có giá gạo xuất khẩu cao nhất (cao hơn 90 USD/tấn với thị trường đứng thứ 2 là Thái Lan). Hiện Việt Nam cũng là thị trường duy nhất giá xuất khẩu vẫn đạt mức trên 600 USD/tấn trong 3 nguồn cung gạo chính cho thế giới (gồm Việt Nam, Thái Lan, Pakistan). Giá xuất khẩu gạo 25% tấm và gạo thơm Jasmine của Việt Nam lần lượt là 642 USD/tấn và 748 USD/tấn. Mức giá gạo xuất khẩu của Việt Nam có thể duy trì ở mức cao là do Việt Nam vẫn duy trì được sản lượng tốt và chất lượng ngày càng được nâng cao, trong khi hầu hết các thị trường cung cấp gạo chính ra thế giới đều đang thắt chặt nguồn cung do sản lượng giảm bởi tác động của tình hình thời tiết tiêu cực.

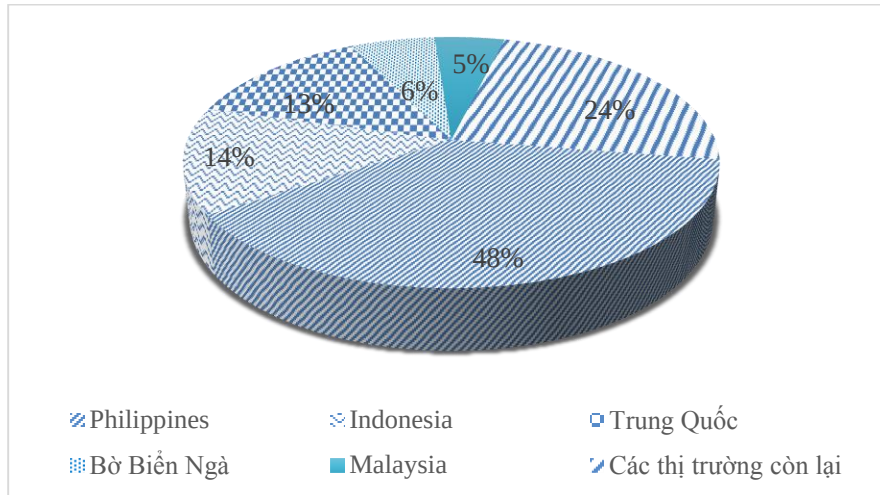
Tuy nhiên, đi kèm với giá xuất khẩu tăng thì giá thu mua gạo trong nước cũng tăng trưởng “chóng mặt”, nhiều doanh nghiệp xuất khẩu gạo cho hay doanh nghiệp hiện tại không dám ký hợp đồng xuất khẩu mới, một phần vì lo không đủ nguồn cung, một phần vì giá thu mua gạo trong nước đang quá cao, nếu cộng thêm các chi phí xay xát, vận chuyển thì doanh nghiệp vẫn phải chịu lỗ.

Ngày 15 tháng 8 năm 2018, Chính phủ đã ban hành Nghị định số 107/2018/NĐ-CP về kinh doanh xuất khẩu gạo, cùng với Quyết định số 942/QĐ-TTg ngày 03/07/2017 của Thủ tướng Chính phủ Phê duyệt “Chiến lược phát triển thị trường gạo của Việt Nam giai đoạn 2017-2020, định hướng đến năm 2030”. Việc ban hành và thực thi Nghị định 107 được đánh giá là bước tiến mới về thể chế, hoàn thiện khung khổ pháp lý cho hoạt động kinh doanh xuất khẩu gạo và công tác điều hành xuất khẩu theo hướng mở, xây dựng thể chế, tạo ra môi trường minh bạch, thuận lợi cho hoạt động xuất khẩu gạo. Chính sách thông thoáng đã tạo điều kiện kinh doanh thuận lợi cho các doanh nghiệp xuất khẩu, đặc biệt là các doanh nghiệp vừa và nhỏ mở rộng thị trường mà không cần ủy thác qua doanh nghiệp khác, đẩy mạnh xuất khẩu các loại gạo cao cấp, gạo đặc sản đang có nhu cầu tiêu thụ lớn từ các thị trường như Trung Quốc, EU, Châu Phi, Tiểu vương quốc Ảrập thống nhất, Ảrập Xêút, Hồng Kông, Đài Loan...

Bộ Công Thương chủ trì, phối hợp cùng các Bộ, ngành, Hiệp hội Lương thực Việt Nam

triển khai và hướng dẫn các doanh nghiệp thực hiện hiệu quả các FTA đã ký kết để tận dụng tối đa cơ hội thị trường, duy trì các thị trường truyền thống và mở rộng ra các thị trường tiềm năng. Bên cạnh đó, Bộ Công Thương đẩy mạnh các hoạt động xúc tiến thương mại mặt hàng gạo thông qua các Chương trình xúc tiến thương mại

Quốc gia, Thương vụ của Việt Nam ở nước ngoài tổ chức cho các doanh nghiệp tham gia các Hội chợ triển lãm về nông sản, gạo ở nước ngoài, tìm kiếm đối tác nhập khẩu, đồng thời tiếp tục xây dựng và phát triển thương hiệu gạo Việt Nam trong thời gian tới.



Hình 3: Cơ cấu khu vực thị trường xuất khẩu gạo của Việt Nam trong 9 tháng đầu năm 2023

Nguồn: Tổng cục Hải Quan năm 2023

4. Phân tích lợi thế cạnh tranh quốc gia ngành gạo việt nam dựa trên mô hình kim cương của M. Porter

4.1. Điều kiện các yếu tố sản xuất

- Đầu vào cơ bản: Việt Nam có lợi thế cạnh tranh xuất khẩu gạo và trở thành nước đứng thứ ba thế giới, phần lớn là do nước ta có điều kiện các yếu tố sản xuất cơ bản giữ vai trò tiên quyết tạo ra lợi thế này. Các yếu tố đó bao gồm tài nguyên, khí hậu vị trí địa lý, lao động giản đơn và nguồn vốn tài chính.

- Đầu vào nâng cao:

+ Cơ sở hạ tầng: Hiện nay ở Việt Nam các công trình giao thông, truyền thông, thủy lợi, điện...được nhà nước đầu tư xây dựng.

+ Khoa học kỹ thuật: theo Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, sản xuất nông nghiệp đã từng bước được cơ giới hóa từ khâu làm đất, chăm sóc, thu hoạch, cho đến bảo quản và chế biến nông sản. Tính đến nay diện tích làm đất đối với cây lúa, rau màu... được cơ giới hóa trên 90%, diện tích lúa thu hoạch được cơ giới hóa chiếm khoảng 80%, trong đó khoảng 10% sử dụng máy gặt đập liên hoàn; cơ giới hóa trong khâu chăm sóc như

phun thuốc bảo vệ thực vật cho lúa và rau màu khoảng 10%.

+ Lao động trình độ cao: chất lượng lao động thấp, chủ yếu là lao động nông nghiệp, nông thôn, chưa đáp ứng được yêu cầu phát triển: Nguồn cung lao động ở Việt Nam hiện nay luôn xảy ra tình trạng thiếu nghiêm trọng lao động kỹ thuật trình độ cao, lao động một số ngành dịch vụ (ngân hàng, tài chính, thông tin viễn thông, du lịch...) và công nghiệp mới. Tỷ lệ lao động được đào tạo nghề còn thấp, kỹ năng, tay nghề, thể lực và tác phong lao động công nghiệp còn yếu nên khả năng cạnh tranh thấp.

4.2. Điều kiện về cầu

Nhu cầu nhập khẩu gạo tại các thị trường truyền thống của Việt Nam như: Philippines, Trung Quốc, Indonesia và các quốc gia châu Phi tăng đang tạo cơ hội để ngành gạo tăng tốc xuất khẩu.

Cả Indonesia và châu Phi đều công bố lượng nhập khẩu tăng đáng kể so với năm trước, đảm bảo dự trữ lương thực quốc gia. Đơn cử, Indonesia đã quyết định gia tăng lượng gạo thu mua dự trữ lên 2,4 triệu tấn thay vì khoảng 1,2 triệu tấn nhằm đảm bảo an ninh lương thực.

Để đáp ứng nhu cầu về gạo ước đạt trên 42,2 triệu tấn trong năm 2023, châu Phi dự kiến nhập khẩu khoảng 17,7 triệu tấn. Chúng loại gạo nhập khẩu chính của các nước châu Phi bao gồm gạo thơm, gạo trắng và gạo tằm. Nguồn cung cấp gạo chính của châu Phi vẫn sẽ tập trung chủ yếu vào các nước Ấn Độ, Pakistan, Thái Lan và Việt Nam.

Vụ thị trường châu Á-châu Phi (Bộ Công thương) đánh giá, việc tăng nhập gạo dự trữ của Indonesia đang mở thêm cơ hội cho các nhà xuất khẩu gạo khu vực, trong đó có Việt Nam, vốn nằm trong top 3 quốc gia xuất khẩu gạo lớn nhất.

- Điều kiện nhu cầu trong nước:

+ Quy mô và mức tăng trưởng: Việt Nam là một trong những nước xuất khẩu nông sản lớn trong khu vực và thế giới. Trong đó, gạo là một trong những mặt hàng nông sản xuất khẩu chủ lực của Việt Nam và là một trong số các mặt hàng nông sản xuất khẩu có kim ngạch xuất khẩu tăng trưởng mạnh trong thời gian qua. Trong bối cảnh nông nghiệp đang được đẩy mạnh, cơ cấu lại ngành lúa gạo theo hướng nâng cao hiệu quả và phát triển bền vững là hướng đi cần thiết. Với mục tiêu: Đáp ứng đầy đủ nhu cầu tiêu dùng trong nước, bảo đảm an ninh lương thực quốc gia; nâng cao chất lượng, giá trị dinh dưỡng, bảo đảm vệ sinh an toàn thực phẩm; hình thành và nâng cao hiệu quả chuỗi giá trị lúa gạo; nâng cao thu nhập của nông dân và lợi ích cho người tiêu dùng; xuất khẩu gạo đạt chất lượng và giá trị cao. Từ thế độc canh cây lúa chuyển sang đa dạng hóa các loại cây trồng, phát triển nông nghiệp hàng hóa.

+ Thị hiếu tiêu dùng và phân khúc thị trường: xu hướng thị trường thế giới hiện nay là hướng đến sản phẩm sạch, sản phẩm hữu cơ. Đặc biệt, Việt Nam đã gia nhập công đồng thương mại thế giới nên việc đảm bảo an toàn thực phẩm càng trở nên quan trọng.

- Các ngành hỗ trợ liên quan:

+ Các ngành hỗ trợ: gieo trồng, thu mua gạo, cung ứng bao bì, máy móc thiết bị, chế biến, đóng gói.

+ Các ngành liên quan: vận tải, kho bãi dự trữ, phân phối, cải tiến kỹ thuật.

4.3. Các ngành hỗ trợ có liên quan

4.3.1. Ngành phân bón

Cục Hóa chất - Bộ Công thương đánh giá đến năm 2021, nguồn cung phân bón nội địa đã

căn bản đáp ứng được nhu cầu, giảm sự phụ thuộc vào sản phẩm nhập khẩu, đặt mục tiêu phát triển phân bón hữu cơ, sản phẩm thân thiện với môi trường (Đông, 2021).

Đặc biệt, VINACAS cho biết, dự án “Xây dựng mô hình ứng dụng KH-CN sản xuất phân bón hữu cơ vi sinh và các chế phẩm sinh học Hudavil từ chất thải rắn và bùn hồ sinh học của các nhà máy chế biến tinh bột sắn (mì)” qua hai năm triển khai đã thu được kết quả khả quan. Các nhóm cây trồng gia tăng năng suất và lợi nhuận, năng suất nhóm cây bao gồm điều tăng trong khoảng 10,5 - 18,4% (Trần & Minh, 2021).

4.3.2. Ngành thuốc bảo vệ thực vật

Cả nước có hơn 200 doanh nghiệp, gần 100 nhà máy, khoảng 30.000 đại lý thuốc bảo vệ thực vật (Vietnam Business Monitor, 2017). Ngành này vẫn đối mặt nhiều khó khăn khi còn phụ thuộc vào nguyên liệu nhập khẩu; sự nghiêm ngặt trong quản lý; tình trạng nhập lậu, buôn lậu thuốc không rõ nguồn gốc xuất xứ.

Hiện nay, sự quan tâm với thực phẩm sạch, an toàn khuyến khích việc sử dụng thuốc bảo vệ thực vật sinh học. Bộ Nông nghiệp và phát triển nông thôn đặt mục tiêu khuyến khích sử dụng thuốc bảo vệ sinh học, tỷ lệ sử dụng tăng 10% đến năm 2025. (Minh Huệ, 2021).

4.3.3. Ngành chế tạo máy

Từ khi ban hành Nghị quyết số 26-NQ/TW ngày 05/8/2008 (khóa X) về vấn đề nông nghiệp, nông dân, nông thôn đến nay, cơ giới hóa nông nghiệp có bước phát triển nhanh, cụ thể: Số lượng, chủng loại máy, thiết bị nông nghiệp có mức tăng cao, nhiều loại máy, thiết bị được áp dụng trong sản xuất nông nghiệp, thể hiện: Năm 2021 so với năm 2016, số lượng máy kéo tăng 45,5%; máy gặt đập liên hợp tăng 77,1%; máy sấy nông sản tăng 25,8%; máy chế biến thức ăn gia súc tăng 90,6%; máy chế biến thức ăn thủy sản tăng 2,2 lần và máy, thiết bị phun thuốc bảo vệ thực vật tăng 3,1 lần.

Công suất các loại máy kéo làm động lực cho máy nông nghiệp có xu hướng chuyển dịch từ máy có công suất nhỏ (dưới 15 mã lực) sang sử dụng máy có công suất cỡ trung (18-35 mã lực) và cỡ lớn (trên 35 mã lực).

Mức độ cơ giới hóa bình quân cả nước một số khâu trong sản xuất nông nghiệp có mức độ

cao, cụ thể: Làm đất trồng cây hàng năm đạt 93%; Chăm sóc: phun thuốc bảo vệ thực vật cho lúa; xới cỏ, phun thuốc bảo vệ thực vật cho chè, cà phê mía đạt trên 75%; Thu hoạch cây hàng năm đạt trên 50%; Vận chuyển gần 100%. Ở Đồng bằng sông Cửu Long, cơ giới hóa 100% bằng các phương tiện ghe, thuyền, rơ moóc, ô tô, xe nông dụng.

Tuy nhiên, các sản phẩm cơ khí nông nghiệp của Việt Nam mới chỉ dừng lại ở việc chế tạo máy kéo phục vụ cho sản xuất lúa, còn đối với máy móc cho sản xuất các cây trồng khác hầu như vẫn còn để trống.

Ngay cả trong khâu sản xuất lúa, việc áp dụng cơ giới hóa cũng chỉ tập trung chủ yếu ở một số khâu như: làm đất, bơm tưới, tuốt đập, vận chuyển và xay xát. Còn các khâu như gieo cấy, chăm sóc, thu hoạch và bảo quản sau thu hoạch có mức độ cơ giới hóa rất thấp, phần lớn vẫn là lao động thủ công.

4.3.4. Chế biến

Có thể thấy, xuất khẩu gạo đang có nhiều dư địa và cơ hội để phát triển. Dù vậy, các DN xuất khẩu gạo vẫn còn rất nhiều việc phải làm nếu muốn nâng tầm, nâng vị trí, thương hiệu của mình cao hơn trên thị trường quốc tế. Theo giới chuyên gia, một trong những nguyên nhân khiến xuất khẩu gạo vẫn chưa đạt được giá trị gia tăng như kỳ vọng là do Việt Nam còn thiếu các sản phẩm chế biến sâu từ gạo trong khi nhu cầu tiêu dùng trên thế giới đối với các loại sản phẩm này ngày một tăng và giá bán cũng cao hơn gấp nhiều lần so với gạo thô. Chính bởi vậy, các DN xuất khẩu gạo cần phải đẩy mạnh hơn nữa đầu tư vào chế biến sâu, tạo ra những sản phẩm làm từ gạo như: Nước uống từ gạo, sữa gạo, mỳ, bún... đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của người tiêu dùng ở thị trường thế giới. Theo ông Phạm Thái Bình - Tổng Giám đốc Công ty CP Nông nghiệp công nghệ cao Trung An, đây là phân khúc giá trị rất cao, vì nếu loại gạo chế biến có mức giá gần 700 USD/tấn thì giá trị đem lại của sản phẩm chế biến có thể nâng giá trị của 1 tấn gạo đó lên đến 2.500 - 3.000 USD... Nhiều ý kiến cho rằng, thời gian qua, các DN cũng đã nỗ lực trong việc hoàn thiện các khâu, chuỗi sản xuất. Theo đó, việc sử dụng các phụ phẩm trong quá trình chế biến lúa gạo, từ vỏ trấu đến cám

gạo... cũng đều đã đạt được giá trị gia tăng lớn. Tuy nhiên, DN cần phối hợp với địa phương đẩy mạnh việc xây dựng chuỗi giá trị ngành hàng lúa gạo theo hướng xanh, sạch, bền vững.

4.3.5. Đóng gói

Để có thể đóng gói và vận chuyển gạo xuất khẩu một cách an toàn, nhanh chóng và giữ được hương vị ban đầu thì việc thực hiện đúng quy cách đóng gói là vô cùng cần thiết. Gạo thường được đóng gói trong túi ni lông và các gói có trọng lượng từ 25kg đến 50kg. Giống như các loại nông sản khác, gạo có các thành phần chính như sau:

Độ ẩm có thể thay đổi tùy thuộc vào điều kiện môi trường. Nếu độ ẩm bên ngoài thấp, lúa có thể bị ứ đọng, dẫn đến hao hụt khối lượng từ 1,5 -> 3,5% trở lên. Khi độ ẩm bên ngoài cao hơn gạo sẽ hút nước, còn nếu gặp ẩm ướt thì gạo nhanh bị thối rữa, phân tán và mất nhiệt. Mùi có thể ảnh hưởng đến các mô xung quanh.

Làm khô gạo là chìa khóa để nấu gần như được quản lý, vì vậy việc chuẩn bị tầng hầm thích hợp và bố trí ứ thông thoáng là điều tối quan trọng khi vận chuyển gạo. Dùng túi để gói gạo, chú ý chuẩn bị túi (sạch sẽ, không tiện dụng)

Hiện nay có các cách đóng gói gạo như sau:

Đóng gói gạo bằng máy đóng gói gạo: Máy đóng gói sản phẩm gạo hoàn thiện quy trình đóng gói sản phẩm gạo. Gạo được đóng gói trong các bao có kích thước thông thường: 1kg, 3kg, 5kg, 10kg, 20kg, v.v. Bao bì gạo dày và chắc chắn. Các mép túi được dán kín để tránh ẩm mốc. Máy đóng gói bao gạo được sử dụng để đóng gói các loại ngũ cốc khác như gạo, đậu, v.v. Máy này được sử dụng chủ yếu trong ngành công nghiệp thực phẩm và dược phẩm. Cơ chế tạo áp suất khí của máy giúp bao gạo không bị giãn nở, tiết kiệm không gian bảo quản và vận chuyển.

Đóng gói máy đóng gói gạo hút chân không: Máy hút chân không đóng gói gạo còn có thể đóng gói gạo thành các bao với kích thước linh hoạt theo yêu cầu của người sử dụng.

4.4. Chiến lược, cơ cấu và môi trường cạnh tranh

Mục tiêu, chiến lược và môi trường cạnh tranh: chiến lược doanh nghiệp là hệ thống các đường lối và biện pháp phát triển doanh nghiệp, các mục tiêu cần đạt, các nguồn lực phải sử dụng

để đạt được các mục tiêu, dự định trong thời hạn của chiến lược. Theo M.Porter, “Chiến lược là việc tạo ra một sự hài hoà giữa các hoạt động của một công ty. Sự thành công của chiến lược chủ yếu dựa vào việc tiến hành tốt nhiều việc... và kết hợp chúng với nhau... cốt lõi của chiến lược là lựa chọn cái chưa được làm”.

Cạnh tranh ngành: Theo Bộ Công Thương, năm 2023, xuất khẩu gạo có thể đạt khoảng 7 triệu tấn với kim ngạch đạt 4 tỷ USD. Dù khối lượng thấp hơn năm 2022 (7,13 triệu tấn), song kim ngạch cao hơn hẳn (3,45 tỷ USD). Trong thời gian tới, ngành gạo sẽ tiếp tục phải đối mặt với không ít khó khăn, thách thức. Thách thức này yêu cầu ngành gạo Việt Nam cần tiếp tục hoàn thiện những yếu kém nội tại như sản xuất còn manh mún, khâu chế biến còn chưa bảo đảm tính liên tục và còn nhiều vấn đề như chất lượng gạo chưa thực sự ổn định, khâu tổ chức thu mua còn nhiều bất cập; sự ứng phó của nhiều doanh nghiệp kinh doanh gạo đối với những biến động trên thị trường thế giới còn thiếu linh hoạt. Ngành gạo cần có những biện pháp ứng phó kịp thời và thích ứng với những biến đổi của thị trường gạo thế giới. Tạo lập và duy trì thị trường xuất khẩu gạo ổn định hàng năm, góp phần tiêu thụ lúa gạo cho nông dân; nâng cao giá trị kim ngạch xuất khẩu với những sản phẩm gạo chất lượng cao. Đẩy mạnh công tác xây dựng thương hiệu gạo Việt Nam trên thị trường thế giới.

4.5. Chính phủ

Thủ tướng Chính phủ giao Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, Bộ Công Thương đánh giá, có giải pháp hỗ trợ doanh nghiệp thúc đẩy xuất khẩu gạo vào EU tận dụng lợi thế, ưu đãi của EVFTA.

Hỗ trợ nông dân bảo vệ và phát triển đất lúa: Chính sách hỗ trợ nông dân bảo vệ và phát triển đất lúa được thể hiện trong Nghị định 42/2012/NĐ-CP ngày 5/11/2012 về quản lý, sử dụng đất trồng lúa tại các vùng trồng lúa trên cả nước và Thông tư 205/2012/TT-BTC ngày 23/11/2012 của Bộ Tài chính hướng dẫn thực hiện Nghị định 42/2012/NĐ-CP.

- Miễn giảm thuế sử dụng đất nông nghiệp
- Các hỗ trợ về thủy lợi phí và mặt bằng
- Hỗ trợ khắc phục thiệt hại do thiên tai, dịch bệnh.

- Ưu đãi tín dụng cho trồng trọt, trong đó có lúa gạo.

- Đảm bảo chất lượng, sự an toàn của giống, phân bón phục vụ sản xuất.

- Hỗ trợ áp dụng VietGap trong sản xuất lúa.

4.6. Cơ hội

Hiện nay khi tham gia Hiệp định UKVFTA là mức thuế nhập khẩu trong hạn ngạch với gạo Việt Nam giảm xuống 0%. Đây được coi là cơ hội mở rộng thị trường cho chủng loại gạo thơm của Việt Nam khi Anh dành cho nước ta hạn ngạch 13.358 tấn/năm, trong đó có 5.001 tấn gạo thơm. Việc miễn thuế trong hạn ngạch là lợi thế cạnh tranh lớn cho gạo Việt bởi các quốc gia khác xuất khẩu gạo sang Anh vẫn phải chịu mức thuế 17,4%. Đây còn là cơ hội để doanh nghiệp ngành gạo Việt Nam tái cơ cấu theo hướng phát triển bền vững. Bởi để tận dụng tốt các hiệp định thương mại nói chung, doanh nghiệp xuất khẩu gạo Việt Nam buộc phải liên kết với các địa phương trồng lúa chuyên canh nhằm bảo đảm tiêu chuẩn, chất lượng sản phẩm đáp ứng đòi hỏi cao từ thị trường xuất khẩu...

Tuy nhiên việc sản xuất và xuất khẩu gạo thời gian qua cũng gặp nhiều biến động từ giá thế giới và biến đổi khí hậu. Xuất khẩu gạo cũng đối mặt với nhiều khó khăn do giá xăng dầu và các chi phí vận chuyển, logistics tăng và chịu sức ép cạnh tranh từ nhiều nước xuất khẩu gạo có nguồn cung lớn và giá rẻ như Ấn Độ và Pakistan. Đồng thời, nhu cầu thị trường có nhiều thay đổi, các nước tăng cường các rào cản kỹ thuật trong thương mại và người tiêu dùng cũng ngày càng đòi hỏi cao về chất lượng sản phẩm. Ngoài ra, do giá vật tư đầu vào tăng mạnh nên giá thành sản xuất lúa gạo tăng cũng làm ảnh hưởng đến sức cạnh tranh của sản phẩm lúa gạo, cũng như thu nhập của nông dân trồng lúa.

5. Một số giải pháp

Bên cạnh những thành tựu nêu trên ngành xuất khẩu lúa gạo ở nước ta vẫn còn nhiều mặt hạn chế vẫn tồn tại như: chất lượng, hiệu quả, giá trị gia tăng, tính cạnh tranh, xuất khẩu gạo số lượng lớn nhưng giá trị thấp. Do quy mô sản xuất hộ nông dân nhỏ lẻ, diện tích đất lúa/ nông hộ thấp, trong khi các hình thức tổ chức liên kết nông dân chưa phát triển rộng, sản xuất chưa đáp ứng thực

sự tốt theo yêu cầu của thị trường. Đa số doanh nghiệp xuất khẩu mua gạo từ thương lái không liên kết với nông dân xây dựng cánh đồng lớn, vùng nguyên liệu dẫn đến chất lượng gạo xuất khẩu thấp do doanh nghiệp thu gom từ nhiều nguồn khác nhau.

Phân tích các thuộc tính cấu thành năng lực cạnh tranh của ngành gạo Việt Nam cho thấy có nhiều thuận lợi từ điều kiện tự nhiên, từ cơ hội và từ phía Chính phủ. Tuy nhiên, với những yêu cầu ngày càng tăng về chất lượng trên thị trường nội địa và thế giới, đòi hỏi phải có những giải pháp cụ thể nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh của ngành.

Thứ nhất, tăng cường hướng dẫn nông dân ứng dụng các thành tựu khoa học, công nghệ trong các lĩnh vực sản xuất giống, công nghệ sản xuất,... Tăng cường nghiên cứu giống lúa mới có phẩm chất tốt, thích ứng với biến đổi khí hậu, hoàn thiện quy trình sản xuất lúa gạo đáp ứng các tiêu chuẩn quốc tế.

Thứ hai, đẩy mạnh công tác tuyên truyền, đào tạo nhằm thay đổi tập quán sản xuất nông nghiệp của người nông dân. Thay đổi ý thức của người nông dân về tầm quan trọng của việc chuyển sang sử dụng công nghệ sạch thực hiện đồng bộ các giải pháp nhằm nâng cao chất lượng gạo xuất khẩu, xây dựng thương hiệu gạo Việt Nam trên thị trường quốc tế.

Các chuyên gia, kỹ sư nông nghiệp cần hỗ trợ cho người nông dân để thay đổi tập quán sản xuất truyền thống, sử dụng hạt giống do hệ thống chính thống cung cấp, tuân thủ theo quy trình sản xuất khoa học từ khâu làm đất, chọn giống, gieo hạt, chăm sóc đến thu hoạch và chế biến, bảo quản để có thể cung ứng cho các doanh nghiệp xuất khẩu gạo những sản phẩm có chất lượng, đảm bảo đáp ứng các tiêu chuẩn như dư lượng thuốc bảo vệ thực vật.

Bên cạnh việc nâng cao chất lượng gạo, Việt Nam cũng cần chú ý phát triển thị trường theo hướng duy trì thị trường truyền thống và đồng thời phát triển thị trường mới, đặc biệt, khi nhiều nước nhập khẩu châu Á và châu Phi có xu hướng phát triển đảm bảo tự túc lương thực. Nhà nước cần hoàn thiện cơ chế điều hành xuất khẩu và quản lý hoạt động kinh doanh xuất khẩu gạo, tạo thuận lợi cho thương nhân tham gia xuất khẩu gạo. Cùng

đàm phán mở cửa và phát triển thị trường thông qua các hiệp định thương mại tự do với các nước và khu vực trên thế giới, các doanh nghiệp cũng cần chủ động tìm hiểu những quy định trong các hiệp định đó để có thể tận dụng được tối đa các ưu đãi theo hiệp định; nghiên cứu thị trường nhập khẩu để nắm rõ yêu cầu của nước nhập khẩu đối với sản phẩm gạo.

Ngoài ra, các doanh nghiệp xuất khẩu gạo Việt Nam cần tích cực trong các hoạt động xúc tiến thương mại thông qua việc tuyên truyền, quảng cáo sản phẩm trên website của doanh nghiệp, tham gia các hội chợ, triển lãm, thành lập văn phòng đại diện ở nước ngoài, tham gia các sàn giao dịch nông sản... để người tiêu dùng nước ngoài có nhiều cơ hội biết đến gạo Việt Nam hơn, đưa gạo Việt Nam trở thành thương hiệu thế giới, đóng góp vào sự phát triển chung của nền kinh tế.

Thông qua việc phân tích các yếu tố cơ bản là điều kiện yếu tố sản xuất, chiến lược, cơ cấu và môi trường cạnh tranh, nhu cầu trong nước cũng như các ngành hỗ trợ và các ngành có liên quan có thể thấy được vai trò to lớn của chính phủ trong việc thực hiện chỉ đạo thực hiện tăng hiệu quả sản xuất lúa gạo. Chính phủ đã đưa ra các chiến lược quan trọng giúp cải tiến các yếu tố đầu vào, khắc phục được tình trạng thiếu giống và phân bón, ngăn ngừa lũ lụt và thiên tai, tăng cường đào tạo nâng cao tay nghề để người nông dân yên tâm sản xuất. Đồng thời có chính sách khuyến khích mở rộng quy mô các ngành hỗ trợ nhằm cung ứng đầy đủ các yếu tố sản xuất cần thiết và kịp thời để người nông dân gieo trồng, từ đó tạo ra lúa gạo đạt tiêu chuẩn đáp ứng nhu cầu tiêu dùng của người dân trong nước cũng như phục vụ quá trình xuất khẩu gạo của nước ta.

Kinh tế nông nghiệp của Việt Nam đang phát triển hết sức mạnh mẽ và theo hướng bền vững. Nông nghiệp được nhà nước hỗ trợ thông qua các dự án của Chính phủ. Thêm vào đó là sự phong phú dồi dào của các yếu tố sản xuất có vai trò nhất định đối với lợi thế cạnh tranh quốc gia. Mặc khác sự phát triển của các ngành hỗ trợ và có liên quan, nhu cầu trong nước cao, chiến lược cơ cấu hợp lý, môi trường cạnh tranh tốt, các tác động tích cực của Chính phủ và cơ hội đem lại cũng đã tạo ra lợi thế cạnh tranh tốt cho mặt hàng này. Tuy nhiên

bên cạnh đó còn có những mặt hạn chế còn tồn tại đã đang và sẽ tác động tiêu cực tới sự phát triển của mặt hàng này. Vì vậy những giải pháp nhằm nâng cao tính cạnh tranh của mặt hàng gạo trong

tương lai được đưa ra để chúng ta có thể tin tưởng về sự phát triển bền vững, khẳng định vị thế của "Gạo Việt Nam" trên thị trường quốc tế.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1]. Võ Thị Thúy Anh. (2011). Nâng cao năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp trên địa bàn Thành phố Đà Nẵng. *Tạp chí Sinh hoạt lý luận*, 3, 106.
- [2]. Michael E. Porter. (2016). *Lợi thế cạnh tranh*. Nhà xuất bản trẻ.
- [3]. Nguyễn Xuân Hiệp. (2011). Nâng cao lợi thế cạnh tranh cho các siêu thị tại Tp. Hồ Chí Minh giai đoạn 2011 – 2020. *LATS Kinh tế TP. Hồ Chí Minh*.
- [4]. Võ Khắc Huy. (2014). Nâng cao sức cạnh tranh và giá trị xuất khẩu gạo của các tỉnh đồng bằng sông Cửu Long. *Tạp chí Phát triển và Hội nhập*, 17, 27.
- [5]. Shelby D. Hunt & Robert M. Morgan. (1995). The comparative Advantage theory of competition. *Journal of Marketing*, 59, 1-15.
- [6]. Nguyễn Đức Thành và Đinh Tuấn Minh. (2015). Thị trường lúa gạo Việt Nam: Cải cách để hội nhập cách tiếp cận cấu trúc thị trường. *Nhà xuất bản Hồng Đức*.
- [7]. Nguyễn Viết Lâm. (2014). Bàn về phương pháp xác định năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp Việt Nam. *Tạp chí Kinh tế & Phát triển*, 206, 47- 53.
- [8]. Báo điện tử chính phủ. (2013). *Mở rộng thị trường gia tăng giá trị cho hạt gạo Việt*. Truy cập: [https://baohinhphu.vn/mo-rong-thi-truong-gia-tang-gia-tri-cho-hat-gao-viet-10223110612571574.htm#:~:text=V%E1%BB%81%20%C6%A1%20c%E1%BA%A5u%20th%E1%BB%8B%20tr%C6%B0%E1%BB%9Dng,m%E1%BA%A1nh%20\(17%2C5%25\)%20s](https://baohinhphu.vn/mo-rong-thi-truong-gia-tang-gia-tri-cho-hat-gao-viet-10223110612571574.htm#:~:text=V%E1%BB%81%20%C6%A1%20c%E1%BA%A5u%20th%E1%BB%8B%20tr%C6%B0%E1%BB%9Dng,m%E1%BA%A1nh%20(17%2C5%25)%20s) ngày 17/3/2024
- [9]. Viện nghiên cứu chiến lược, chính sách công thương. 2022. *Xuất Khẩu Gạo Việt Nam: Cơ hội và thách thức*. Truy cập: <https://vioit.org.vn/vn/chien-luoc-chinh-sach/xuat-khau-gao-viet-nam--co-hoi-va-thach-thuc-4396.4050.html> ngày 17/3/2024.

Thông tin tác giả:

1. Võ Thị Tuyết Anh

- Đơn vị công tác: Khoa Kinh tế, Trường Đại học Kiên Giang
- Địa chỉ email: vtanh@vnkgu.edu.vn

2. Lê Phương Ngọc Hiền

- Đơn vị công tác: Khoa Kinh tế, Trường Đại học Kiên Giang

Ngày nhận bài: 27/2/2024

Ngày nhận bản sửa: 29/3/2024

Ngày duyệt đăng: 29/3/2024