

NÂNG CAO NĂNG LỰC CẠNH TRANH SẢN PHẨM ĐIỀU XUẤT KHẨU CỦA VIỆT NAM TRONG BỐI CẢNH HỘI NHẬP

IMPROVE COMPETITIVE ABILITIES OF EXPORTED PRODUCT OF CASHEW NUT FROM VIETNAM FOR INTERNATIONAL INTEGRATION

Nguyễn Thị Thái Thủy

Trung tâm Công nghệ sinh học và vệ sinh an toàn thực phẩm – Trường ĐH KTKTCN

Đến Tòa soạn ngày 22/ 02/2017, chấp nhận đăng ngày 20/3/2017

Tóm tắt: Nhận thức đầy đủ những lợi thế và bất lợi trong sản xuất và kinh doanh sản phẩm Điều của Việt Nam trong bối cảnh hội nhập là một vấn đề có ý nghĩa quan trọng để chủ động và tự tin hơn trong quá trình chỉ đạo sản xuất và thị trường. Vấn đề là làm sao kết hợp được các lợi thế so sánh, phát huy tối đa hiệu quả của chúng. Muốn vậy đòi hỏi sự nỗ lực của cả xã hội và sự kết hợp chặt chẽ của các ngành các cấp, các đơn vị sản xuất, đặc biệt là vai trò điều tiết của Chính phủ, nhằm chủ động tạo lập và xác định các chiến lược về mặt hàng xuất khẩu, ngành hàng xuất khẩu và thị trường xuất khẩu chủ lực, để có thể từ những lợi thế (từ trạng thái tĩnh sang trạng thái động), tạo sức cạnh tranh cao cho sản phẩm Điều của Việt Nam trên thị trường thế giới, giúp cho các doanh nghiệp kinh doanh xuất khẩu Điều có thể nâng cao được hiệu quả hoạt động của mình

Từ khóa: Năng lực cạnh tranh sản phẩm Điều xuất khẩu

Abstract: Being comprehensively aware of the advantages and disadvantages in manufacturing and trading the product of Cashew nut in Vietnam, especially in the era of integration, is such an important issue to become more active and confident in operating manufacturing process and market. The main point is how to combine the comparative advantages in order to optimize their benefits. To achieving that, it requires a lot of attempts from the society and the co-operation between different organizations and manufacturing units, as well as the controlling role by the Government to actively establish and create different strategies of the exported industry, exported products and also exported market. By doing that, together with the advantages when changing from inactive to active condition, the product of Cashew nut in Vietnam can gain a highly competitive ability in the worldwide market, which helps Cashew nut exporting enterprises improve their business effectiveness.

Keywords: Competitive ability of the exported product of Cashew nut

1. Tổng quan về xuất khẩu điều của Việt Nam.

Việt Nam là quốc gia nằm trong khu vực Đông Nam Á, thổ nhưỡng và khí hậu của Việt Nam rất phù hợp cho sự phát triển của cây điều. Thấy được giá trị kinh tế của cây điều, ngay từ những năm 1980, Đảng và Nhà nước đã bước đầu có sự quan tâm đến cây điều, đặc biệt là công nghệ chế biến điều xuất khẩu. Những năm gần đây mặc dù gặp rất nhiều khó khăn, ngành điều Việt Nam vẫn kiên trì thực hiện các mục tiêu đã đề ra. Diện tích cây điều được giữ vững, nhiều vùng, nhiều hộ nông dân trồng điều không những xoá được đói, giảm được nghèo mà còn

khá hơn từ trồng điều. Công nghiệp chế biến dần hoàn thiện, ngày càng đi vào công nghiệp hoá, thân thiện với môi trường hơn, chất lượng sản phẩm được nâng cao, vệ sinh an toàn thực phẩm được đảm bảo.

Năm 2010, lần đầu tiên Việt Nam đạt kim ngạch xuất khẩu điều nhân trên “1 tỷ đô la” - là năm thứ 5 liên tiếp Việt Nam giữ vững vị trí xuất khẩu điều nhân lớn nhất thế giới. Đến năm 2014, kim ngạch xuất khẩu điều của Việt Nam cán mốc 2 tỷ USD. Đây cũng là năm khởi động chương trình “Giá trị điều Việt Nam” với mục tiêu kích cầu tiêu dùng nhân điều trong nước

thông qua việc quảng bá các giá trị dinh dưỡng của hạt điều. Phong trào chế biến sâu và quảng bá tiêu dùng hạt điều trong nước có bước phát triển mới. Chế biến điều có bước nhảy vọt do những thành tựu trong công nghệ, thiết bị chế biến điều. Việt Nam tiếp tục duy trì vị trí xuất khẩu điều lớn nhất thế giới với kim ngạch xuất khẩu năm 2016 đạt 2,8 tỷ USD. Hiệp hội Điều Việt Nam (VINACAS) đặt kế hoạch trong năm 2017 sẽ xuất khẩu 360.000 tấn nhân điều, đạt kim ngạch 3 tỷ USD.

Hiện nay, Việt Nam đã trở thành nước xuất khẩu nhân điều đứng đầu trên thế giới, tuy nhiên, chất lượng hạt điều Việt Nam chưa cao. Kích cỡ hạt nhỏ, bình quân 200 hạt/kg do đó tổn công chế biến và nhân thu được nhỏ, có giá thấp. Bên cạnh đó, tỷ lệ nhân thu hồi thấp (25% nhân), hạt không đồng đều về kích cỡ và hình dạng nên khó áp dụng cơ giới hóa vào quá trình chế biến hạt điều trong khi nhu cầu lao động cao là một nhược điểm lớn của việc phát triển sản xuất chế biến điều hiện nay.

2 Đánh giá năng lực cạnh tranh sản phẩm Điều xuất khẩu của Việt Nam.

2.1 Lợi thế cạnh tranh

Lợi thế cạnh tranh được hiểu là các đặc điểm hay các biến số của sản phẩm hoặc nhãn hiệu, mà nhờ có chúng mà người bán tạo ra được một số tính trội hơn, ưu việt hơn so với những người cạnh tranh trực tiếp. Lợi thế cạnh tranh được coi là bên ngoài khi chúng ta dựa trên chiến lược phân biệt sản phẩm, hình thành giá trị cho người mua. Lợi thế cạnh tranh bên trong dựa trên tính ưu việt của chi phí. [1]

Việt Nam có nhiều lợi thế cạnh tranh trong sản xuất và xuất khẩu điều:

Một là, vị trí địa lý. Việt Nam nằm ở vòng cung Châu á - Thái Bình Dương. Đây là một nơi đang diễn ra những dòng giao lưu kinh tế sôi động nhất và đầy hứa hẹn cho những bước phát triển trong tương lai, như một vùng xung động động lực cho quá trình tạo thế và đà phát triển. Việt Nam nằm trên các tuyến giao thông quốc tế quan trọng và có hệ thống cảng biển là cửa ngõ không chỉ cho nền kinh tế Việt Nam mà

còn cho nhiều quốc gia khác. Đây là điều kiện vô cùng thuận lợi so với các nước nằm sâu trong lục địa, hoặc nằm ở những nơi ít diễn ra các hoạt động thương mại quốc tế. Lợi thế so sánh về mặt địa lý của nước ta đang tạo ra môi trường kinh tế năng động, linh hoạt, giảm được chi phí vận chuyển và khả năng mở rộng các hoạt động dịch vụ cần khai thác và phát huy trong phát triển kinh tế. Nếu không biết tận dụng và phát huy là tự đánh mất cơ hội trong phát triển.

Hai là, lợi thế về điều kiện tự nhiên khí hậu và sinh thái. Nước ta có điều kiện khí hậu và sinh thái khá phong phú đa dạng, được phân thành 7 vùng sinh thái khác nhau, mỗi vùng có một thế mạnh và lợi thế riêng trong việc bố trí cây trồng, vật nuôi. Đặc biệt có nhiều tiểu vùng “sinh thái - khí hậu đặc thù” cho phép phát triển một số cây đặc sản có giá trị xuất khẩu cao mà ít nơi có được, tạo cho nông sản Việt Nam có năng suất sinh học cao và những đặc trưng về “*hương vị - chất lượng*” tự nhiên, được thế giới ưa thích, là những lợi thế trong cạnh tranh. Một số vùng với những cây trồng có giá trị xuất khẩu:

Vùng Đông Nam Bộ hiện nay được đánh giá là vùng có nền kinh tế nông nghiệp giàu có của cả nước, nằm trong khu vực kinh tế công nghiệp - dịch vụ và đô thị lớn nhất của cả nước, với điều kiện tự nhiên phong phú đa dạng cho phép bố trí sản xuất nhiều cây trồng vật nuôi có hiệu quả, nhất là một số cây như: cao su, cà phê, điều, ... Đặc biệt phát triển công nghiệp chế biến nông sản trong đó có sản phẩm Điều. [3]

Với những đặc điểm trên, sản xuất Điều đã có nhiều thuận lợi cơ bản, chứa đựng nhiều “tiềm năng” về lợi thế cạnh tranh của sản phẩm Điều trên thị trường. Đó là, năng suất, chất lượng và chi phí sản xuất thấp. Do vậy, chúng ta tuy xuất khẩu Điều chủ yếu vẫn ở dạng nguyên liệu thô hoặc có sơ chế, nhưng vẫn có lãi, chính là nhờ lợi thế có tính đặc thù nêu trên. Song cũng chỉ là tiền đề trong quá trình cạnh tranh. Vấn đề cốt lõi là phải biết phát huy các lợi thế đó để không ngừng nâng cao hiệu quả và sức cạnh tranh của nông sản xuất khẩu nói chung sản phẩm Điều nói riêng trong thời gian tới bằng những giải pháp hữu hiệu về khoa học, về công nghệ, chính sách... nhằm tạo sự biến đổi thực sự

trong chất lượng và năng suất lao động xã hội. Đó là sự thay đổi mục tiêu chiến lược của cạnh tranh, chuyển trọng tâm từ lợi thế so sánh dựa vào điều kiện tự nhiên, nguồn tài nguyên thiên nhiên dồi dào và giá nhân công rẻ sang lợi thế cạnh tranh mạnh hơn dựa trên tiềm lực khoa học với chi phí thấp cũng như nhiều sản phẩm và qui trình độc đáo hơn.

Ba là, nguồn lao động của Việt Nam dồi dào. Không chỉ về số lượng mà còn có nhiều lợi thế về chất lượng đó là sự thông minh, có khả năng tiếp thu nhanh chóng KHCN. Giá công lao động lại rẻ, thấp hơn nhiều lần so với các nước trong khu vực. Sản xuất nông nghiệp chủ yếu do nông dân tự làm, do vậy giá chi phí đầu vào về lao động càng thấp hơn nhiều so với thế giới. Chính vì vậy đã thu hút được sự đầu tư nước ngoài vào Việt Nam trong nhiều năm qua. Tuy nhiên lao động Việt Nam cũng còn một số hạn chế về năng suất thấp và ý thức tổ chức kỷ luật yếu, đòi hỏi phải có giải pháp khắc phục mới đáp ứng được yêu cầu của phân công lao động quốc tế. [4]

Bốn là, đường lối, chính sách của Đảng và Nhà nước. Từ khi thực hiện đường lối đổi mới của Đảng (từ Đại hội VI năm 1981) đến nay, nền kinh tế Việt Nam đã đạt những thành tựu đáng kể, kinh tế nông nghiệp không ngừng tăng trưởng, đời sống nông thôn từng bước được khởi sắc, nền kinh tế - xã hội trở nên năng động và linh hoạt. Kinh tế đối ngoại được tăng cường và phát triển trên tất cả các lĩnh vực: hoạt động xuất nhập khẩu, đầu tư, hợp tác và tham gia vào các tổ chức quốc tế. Chính sự ổn định về chính trị và đổi mới các chính sách đã tạo tiền đề cho quá trình phát triển. Như vậy chính sách và môi trường mới, được xem như là một trong những lợi thế, có vai trò quyết định (tác động hết sức nhạy cảm) tới quá trình phát triển nền kinh tế. Trong quá trình thực hiện đường lối đổi mới luôn luôn được bổ sung và hoàn thiện các chính sách, tạo môi trường kinh tế thuận lợi cho yêu cầu của sự nghiệp phát triển kinh tế và xã hội.

2.2 Những khó khăn trong tạo lợi thế cạnh tranh cho sản phẩm Điều xuất khẩu của Việt Nam.

Thứ nhất, chất lượng và công nghệ sản xuất - chế biến nông sản xuất khẩu nói chung và sản phẩm Điều xuất khẩu nói riêng còn thấp. Chất lượng sản phẩm là vấn đề có tính quyết định, là chỉ tiêu tổng hợp phản ánh mức độ thoả mãn nhu cầu của hàng hoá về qui cách, phẩm chất, kiểu dáng, sở thích và tập quán tiêu dùng... Vì vậy sản phẩm thô và sơ chế mang tính đáp ứng thấp và đơn điệu đối với người tiêu dùng. Vấn đề chất lượng và công nghệ là nội dung cốt lõi của cạnh tranh và suy đến cùng cạnh tranh về chất lượng thực chất là cạnh tranh về kỹ thuật và công nghệ chế biến.

Bên cạnh đó công nghệ chế biến còn quá lạc hậu, chủ yếu được hình thành trong “cơ chế kế hoạch hoá tập trung - bao cấp” nên hầu hết các trang thiết bị, máy móc và công nghệ đã lạc hậu hàng chục thế hệ, không thích hợp với nền kinh tế thị trường hiện nay. Các xí nghiệp, kho tàng, bến bãi, máy móc - thiết bị công kênh nhưng kém hiệu quả, các định mức tiêu hao nguyên - nhiên - vật liệu thường rất cao, mà sản phẩm sản xuất ra chất lượng lại thấp. Tuy có nhiều doanh nghiệp rất tích cực đổi mới công nghệ, nhưng nguồn vốn hạn hẹp, nên thường sử dụng chấp vá, không đồng bộ và kèm theo đó là tổ chức sản xuất và bộ máy quản lý công kênh, bất cập với công nghệ, đang là những cản lực trong cạnh tranh. [5]

Thứ hai, sự hạn chế trong việc xâm nhập, tạo lập và ổn định thị trường. Các doanh nghiệp Việt Nam tham gia hoạt động kinh doanh trên thị trường thế giới, trong bối cảnh thị trường thế giới đã được phân chia và sự phân công lao động quốc tế đã được xác lập tương đối ổn định. Các doanh nghiệp Việt Nam còn non trẻ đã phải chấp nhận cạnh tranh với các tập đoàn đa quốc gia hoặc với công ty hay doanh nghiệp lớn nhiều kinh nghiệm trên thương trường.

Mặt khác là sự yếu kém của chúng ta trong công tác tổ chức thông tin chưa kịp thời, thiếu đồng bộ, chất lượng không cao. Bên cạnh đó trình độ tổ chức quản lý, điều hành các hoạt động xuất nhập khẩu và khả năng tiếp thị của các doanh nghiệp còn yếu.

Thứ ba, tổ chức thu mua. Do thiếu tổ chức hợp tác hợp lực một cách chặt chẽ nên hiện

nay có quá nhiều doanh nghiệp của trung ương và địa phương, của nhiều ngành nhiều cấp quản lý trên một vùng lãnh thổ cùng tham gia sản xuất kinh doanh, xuất khẩu một ngành hàng, một mặt hàng. Nhưng không có sự hình thành rõ quan hệ ngành hàng (giữa sản xuất - chế biến - lưu thông tiêu thụ), vẫn trong tình trạng nhiều nhưng mà thiếu, đông nhưng không mạnh, thiếu sự hướng dẫn, điều hành, phân công và sự phối kết hợp trong hoạt động kinh doanh đã dẫn đến tình trạng lộn xộn trên thị trường mỗi khi có nhu cầu hàng cho xuất khẩu mạnh ai nấy làm, phân tán cục bộ, tranh mua tranh bán, làm suy yếu lẫn nhau... Hậu quả xảy ra là giá mua trong nước bị đẩy lên cao và giá bán ở thị trường nước ngoài bị đẩy xuống, gây thiệt hại tới lợi ích xã hội và người sản xuất.

Thứ tư, thể chế quản lý kinh tế của nhà nước. Tuy trong lĩnh vực xuất nhập khẩu Nhà nước đã có nhiều chính sách ban hành nhằm khuyến khích tạo điều kiện mở rộng các hoạt động thương mại, nhưng do cơ chế quản lý kinh tế nói chung và quản lý xuất nhập khẩu nói riêng thay đổi thường xuyên làm cho các doanh nghiệp không kịp xoay sở, bị động, lúng túng, thậm chí không xác định rõ phương hướng hoạt động của doanh nghiệp. Một số doanh nghiệp chưa thật sự yên tâm bỏ vốn đầu tư mở rộng sản xuất kinh doanh hàng nông sản xuất khẩu nói chung sản phẩm Điều nói riêng. [5]

3. Các giải pháp nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh của sản phẩm Điều xuất khẩu của Việt Nam .

Để nâng cao năng lực cạnh tranh sản phẩm Điều xuất khẩu trong bối cảnh hội nhập, Việt Nam cần tập trung một số giải pháp sau:

3.1. Về công tác quy hoạch

Cần nâng cao chất lượng công tác quy hoạch trên cơ sở tiếp tục triển khai việc rà soát, điều chỉnh quy hoạch phát triển sản phẩm Điều trên phạm vi cả nước. Quy hoạch này phải đảm bảo phù hợp, đồng bộ cả hai mặt: sản xuất nguyên liệu và chế biến:

Đối với vùng nguyên liệu: Các địa phương rà soát, quy hoạch diện tích trồng Điều

cao sản tập trung, quy hoạch vùng nguyên liệu cụ thể cho từng nhà máy chế biến Điều. Trong quy hoạch, quan tâm lồng ghép việc phát triển Điều ở các vùng thấp của tỉnh Tây Nguyên và Duyên hải miền trung với chương trình phát triển 5 triệu ha rừng. Phối hợp với ngành lâm nghiệp phát triển trồng Điều ở vùng phòng hộ lấy hạt, kết hợp với việc phòng hộ đầu nguồn, ven biển và bảo vệ môi trường sinh thái.

Đối với mạng lưới chế biến: Rà soát lại việc quy hoạch tổng thể mạng lưới chế biến căn cứ theo thị trường và khả năng cung cấp nguyên liệu kể cả nhập khẩu để đảm bảo sự phát triển ổn định. Mạng lưới chế biến được quy hoạch theo nguyên tắc chế biến gắn với vùng nguyên liệu và thị trường, mỗi cơ sở chế biến phải có một vùng nguyên liệu ổn định riêng. Cần nghiên cứu, đầu tư xây dựng những nhà máy quy mô lớn, hiện đại ở vùng nguyên liệu tập trung lớn. Giảm dần các cơ sở chế biến thủ công, nhỏ lẻ để kiểm soát và đảm bảo vệ sinh an toàn thực phẩm và bảo vệ môi trường.

3.2 Về công tác nghiên cứu và ứng dụng khoa học công nghệ trong sản xuất chế biến và xuất khẩu Điều

Không ngừng áp dụng khoa học kỹ thuật công nghệ hiện đại vào các hoạt động sản xuất và chế biến, đặc biệt chú trọng khâu chế biến để nâng cao chất lượng sản phẩm Điều xuất khẩu, Xuất khẩu Điều của Việt Nam thời gian qua chủ yếu xuất khẩu sản phẩm thô, giá trị lợi nhuận thấp. Việt Nam vẫn bị các nước nhập khẩu viện dẫn những điều khoản thương mại WTO hay Hiệp định thương mại khu vực để có thể phân biệt đối xử bất lợi cho hàng nông sản của Việt Nam. Vì vậy, việc trở thành thành viên của Tổ chức thương mại thế giới - WTO có ý nghĩa hết sức to lớn đối với Việt Nam.

Tập trung đầu tư kỹ thuật, công nghệ tạo ra những năng lực cạnh tranh mới cho ngành Điều có thêm điều kiện phát triển sản xuất kinh doanh Điều. Tăng khả năng cạnh tranh sản phẩm Điều nhân xuất khẩu của Việt Nam phải trên cơ sở sản xuất hàng hóa và ứng dụng tiến bộ khoa học kỹ thuật – công nghệ tiên tiến, có hàm lượng khoa học công nghệ trong giá trị sản phẩm cao, nâng cao giá trị mặt hàng Điều xuất khẩu.

Quá trình sản xuất chế biến, tổ chức kinh doanh xuất khẩu Điều cần chú ý ứng dụng rộng rãi kết quả nghiên cứu khoa học. Trước hết là ứng dụng các giống điều mới năng suất cao, quy trình kỹ thuật thâm canh, quy trình công nghệ và trang thiết bị chế biến, bảo quản tiên tiến, nâng cao chất lượng và đa dạng hóa sản phẩm, hạn chế đến mức thấp nhất các tổn thất sau thu hoạch, tăng khả năng cạnh tranh, giữ vững thương hiệu của mặt hàng Điều Việt Nam trên thị trường thế giới. Từng bước hiện đại hóa phương thức kinh doanh phù hợp với xu thế mới của thương mại thế giới (Thương mại điện tử, thị trường chứng khoán...)

3.3 Về cơ chế chính sách

Tiếp tục đổi mới cơ chế chính sách theo hướng minh bạch, đồng bộ và phù hợp với thông lệ quốc tế. Điều chỉnh các chính sách hỗ trợ nông nghiệp của Nhà nước theo hướng phù hợp với quy định của WTO (tăng cường đầu tư cho nông nghiệp thông qua nhóm chính sách hộp xanh và hỗ trợ đầu vào cho sản xuất nông nghiệp.v.v..). Quá trình điều chỉnh chính sách cần phải đảm bảo tạo ra môi trường thuận lợi để khuyến khích sản xuất và kinh doanh hàng nông sản.

Đổi mới hình thức tổ chức hoạt động xúc tiến thương mại theo hướng chú trọng khâu tổ chức và xử lý thông tin thị trường, đồng thời nâng cao khả năng dự báo nhu cầu thị trường. Xóa bỏ tình trạng các DN ỷ lại vào sự hỗ trợ của Nhà nước. Coi trọng thị trường truyền thống, mở rộng thị trường mới, giảm xuất khẩu qua thị trường trung gian.

Cần xem xét hướng tới tổ chức lại các hiệp hội và ngành hàng để có sự nối kết hợp tác với nhau; tăng cường đưa tiến bộ khoa học kỹ thuật áp dụng vào để giảm giá thành sản phẩm, tăng năng suất, giảm chi phí giao dịch trong chuỗi giá trị sản phẩm, tăng chất lượng sản phẩm đầu ra... có như vậy, mới có thể thúc đẩy sự tăng trưởng bền vững trong nông nghiệp, góp phần nâng cao hơn nữa đời sống người nông dân.

Việc thực hiện đồng bộ các giải pháp trên góp phần từng bước nâng cao năng lực cạnh tranh cho các sản phẩm Điều của Việt nam trên trường Quốc tế, giúp cho các doanh nghiệp xuất khẩu hàng nông sản của Việt nam có điều kiện nâng cao hiệu quả kinh doanh của mình và đạt được mục tiêu kinh doanh mà các doanh nghiệp đề ra.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] PGS.TS Lê Văn Tâm, Giáo trình quản trị chiến lược, Nhà xuất bản Thống kê, 2000.
- [2] GS.TS Hoàng Đức Thân - GS.TS Đặng Đình Đào, *Giáo trình kinh tế thương mại*, Nhà xuất bản kinh tế quốc dân, 2011.
- [3] Nghiên cứu của ISGMARD về “*Tác động của tự do hóa thương mại đến một số ngành hàng nông nghiệp Việt Nam: Lúa gạo, cà phê, điều, chè, đường*”, 2002.
- [4] Lê Văn Tâm, “*Giáo trình quản trị kinh doanh xuất khẩu*”, NXB giáo dục, 2008.
- [5] PGS.TS. Đinh Văn Thành, *Tăng cường năng lực tham gia của hàng nông sản vào chuỗi giá trị toàn cầu trong điều kiện hiện nay ở Việt Nam*, Nhà xuất bản Công Thương, 2010.

Thông tin liên hệ:

Nguyễn Thị Thái Thủy

Điện thoại : 0903 260 514

- Email : thaithuy@uneti.edu.vn

Đơn vị công tác: Trung tâm Công nghệ sinh học và vệ sinh an toàn thực phẩm
– Trường ĐHKTKTCN