



Working Paper 2022.1.6.13
- Vol 1, No 6

VẬN DỤNG MÔ HÌNH KIM CƯƠNG CỦA M.PORTER PHÂN TÍCH LỢI THẾ CẠNH TRANH XUẤT KHẨU HẠT ĐIỀU CỦA VIỆT NAM SANG THỊ TRƯỜNG EU HIỆN NAY

Dương Thu Hằng, Vũ Nguyễn Hải Anh, Đoàn Thị Khánh Huyền
Sinh viên K59 Kinh tế đối ngoại - Viện Kinh tế và kinh doanh quốc tế
Trường Đại học Ngoại thương, Hà Nội, Việt Nam

Tạ Khánh Linh
Sinh viên K59 Thương mại quốc tế - Viện Kinh tế và Kinh doanh quốc tế
Trường Đại học Ngoại thương, Hà Nội, Việt Nam

Đoàn Thu Hà, Nguyễn Thu Hà
Sinh viên K59 Tài chính quốc tế - Khoa Tài chính ngân hàng
Trường Đại học Ngoại thương, Hà Nội, Việt Nam

Vũ Huyền Phương
Giảng viên Viện Kinh tế và kinh doanh quốc tế
Trường Đại học Ngoại thương, Hà Nội, Việt Nam

Tóm tắt

Hạt điều là một trong những mặt hàng nông sản thế mạnh của Việt Nam và luôn dẫn đầu thế giới về xuất khẩu trong suốt 15 năm trở lại đây. Đối với ngành điều xuất khẩu nước ta, EU không phải là một thị trường mới nhưng cho đến nay, thị trường này vẫn còn nhiều sự hấp dẫn cũng như tiềm năng phát triển. Nghiên cứu này vận dụng lý thuyết về mô hình kim cương Porter để tìm hiểu những lợi thế của ngành điều Việt Nam trong thị trường châu Âu dựa trên các dữ liệu được tổng hợp tính đến thời điểm năm 2021. Bài viết đưa ra tổng quan về các lợi thế cạnh tranh của ngành điều Việt Nam khi xuất khẩu sang EU, cùng với đó là sự hỗ trợ của sự phát triển không ngừng từ phía xã hội, những tiến bộ về khoa học công nghệ và cả những lợi thế từ việc quan hệ thương mại quốc tế ngày càng được mở rộng. Trong những năm gần đây, với sự bùng phát mạnh mẽ của đại dịch COVID-19 đã gây ra không ít khó khăn cũng như xáo trộn trong đời sống, tuy nhiên kết quả của mô hình nghiên cứu đồng thời chỉ ra rằng dù khó khăn là thế, ngành điều Việt Nam vẫn không bị ảnh hưởng quá nhiều nhờ có những điều kiện thuận lợi để phát triển và có nhiều triển vọng trong năm 2022.

Từ khóa: Mô hình kim cương, lợi thế cạnh tranh, xuất khẩu hạt điều, Việt Nam, EU.

**APPLYING M.PORTER'S DIAMOND MODEL TO ANALYZE
THE COMPETITIVE ADVANTAGES OF VIETNAM'S CASHEWS WHEN
EXPORTING TO THE EU MARKET TODAY**

Abstract

Cashew nuts are a significant agricultural commodity in Vietnam, and they have led the globe in export for the past 15 years. The EU is not a new market for our country's cashew export business, but it still has a lot of potential for growth. Based on aggregated data up to 2021, this study uses the Porter diamond model theory to understand the advantages of the Vietnamese cashew business in the European market. The article presents an overview of Vietnam's cashew industry's competitive advantages when exporting to the EU, as well as the support of the country's ongoing growth, improvements in science and technology, and the benefits of growing international trade connections. The severe breakout of the COVID-19 pandemic in recent years has created many challenges and disruptions in life; nonetheless, the results of the study model reveal that, despite the difficulties, as a result of the excellent growth conditions, Vietnam's cashew sector has not been adversely affected and has a bright future in 2022.

Keywords: Diamond model, competitive advantage, cashew export, Vietnam, EU.

1. Tổng quan về hoạt động xuất khẩu hạt điều Việt Nam sang EU và mô hình kim cương của M.Porter

1.1. Tổng quan về sự hình thành và phát triển ngành hạt điều Việt Nam:

Việt Nam thuộc khu vực Đông Nam Á, có điều kiện tự nhiên thuận lợi cho sự phát triển của cây điều. Vì thế, ngay từ những năm 1980, Đảng và Nhà nước ta đã bắt đầu quan tâm đến cây điều. Tuy nhiên ở thời kỳ này, giá trị kinh tế hạt điều Việt Nam mang lại còn thấp.

Phải đến 10 năm sau, ngành hạt điều Việt Nam mới bắt đầu khởi sắc. Ngày 29/11/1990, Bộ trưởng Bộ Nông Nghiệp và Công Nghiệp thực phẩm đã ra quyết định số 346/NN-TCCB/QĐ thành lập Hiệp hội cây điều Việt Nam (VINACAS) (Wikipedia).

Năm 2006, Việt Nam đã vượt Ấn Độ – cường quốc về cây điều – để trở thành quốc gia xuất khẩu hạt điều hàng đầu thế giới.

Đến nay, hạt điều Việt Nam đã có mặt tại hơn 90 quốc gia và vẫn đang giữ vững vị trí số 1 thế giới về xuất khẩu.

1.2. Tình hình xuất khẩu hạt điều của Việt Nam sang thị trường EU:

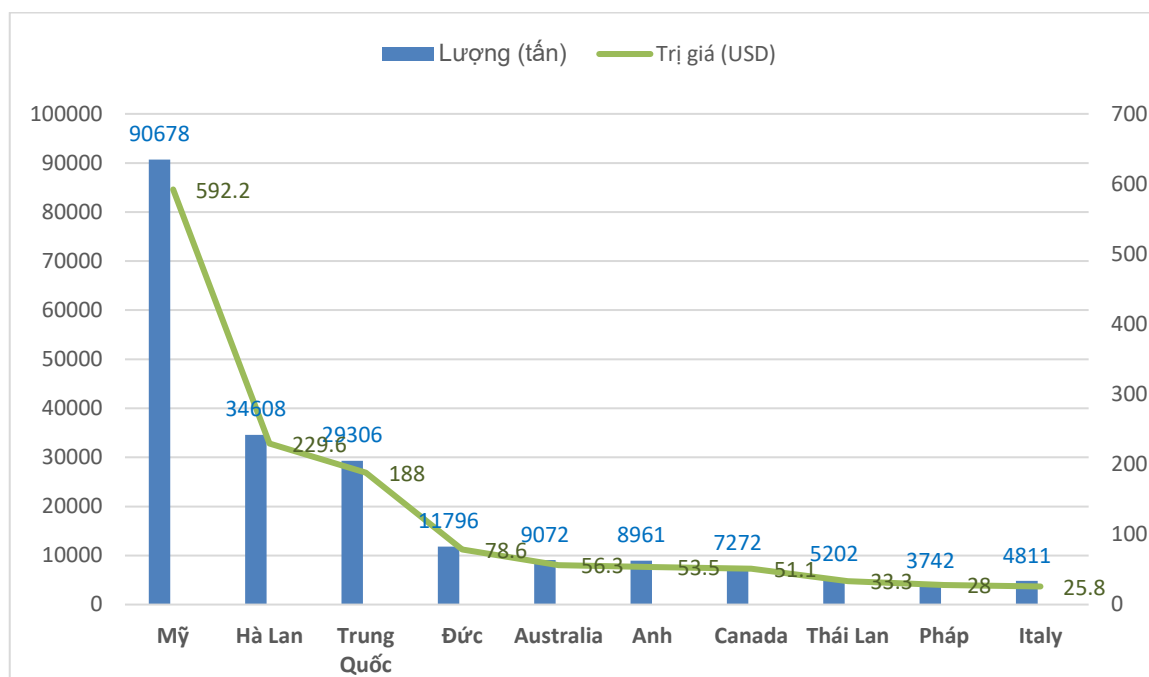
1.2.1. Trong những năm gần đây (2017-2020):

Trong 8 tháng đầu năm 2017, cả nước xuất khẩu hơn 225.000 tấn hạt điều, trong đó EU là thị trường xuất khẩu lớn thứ hai, sau Hoa Kỳ. Lượng xuất khẩu hạt điều vào châu Âu chiếm 27% tổng lượng và tổng kim ngạch xuất khẩu hạt điều cả nước (FBNC, 2017).

Trong 10 tháng đầu năm 2018, thị trường EU chiếm trên 24% tổng lượng và tổng kim ngạch xuất khẩu hạt điều của Việt Nam, đạt 73.760 tấn, trị giá 693,99 triệu USD (Viện KHKT Nông nghiệp miền Nam, 2018).

Năm 2019, thị trường EU chiếm trên 23% trong tổng lượng và tổng kim ngạch, đạt 104.818 tấn, tương đương 762,51 triệu USD, tăng 16,7% về lượng nhưng giảm 6,9% về kim ngạch do thiếu nguyên liệu và rủi ro từ phía đối tác (Thủy, 2020).

Trong 7 tháng đầu năm 2020, xuất khẩu sang Hà Lan tăng mạnh: tăng 57,8% về lượng, 34,5% về kim ngạch so với cùng kỳ 2019, đạt 34.608 tấn, tương đương 229,59 triệu USD; chiếm 13% trong tổng lượng và tổng kim ngạch xuất khẩu hạt điều của cả nước (Agroinform, 2020).



Hình 1. Top 10 thị trường Việt Nam xuất khẩu hạt điều nhiều nhất 7 tháng 2020

Nguồn: Vietnambiz (2020)

1.2.2. Trong giai đoạn hiện nay (2021-2022):

Theo Bộ Công Thương, EU hiện nay vẫn là thị trường xuất khẩu hạt điều lớn thứ hai của Việt Nam, chiếm khoảng 23% tổng lượng và tổng giá trị toàn ngành.

Theo ước tính, trong năm 2021, kết hợp xuất khẩu hạt điều W320 và W240 với đẩy mạnh xuất khẩu hạt điều có giá trị cao như W180, Việt Nam đã xuất khẩu điều sang 23 nước EU, trong đó thị trường Hà Lan và Đức là hai thị trường được khai thác tốt nhất (Bảo, 2022).

Bảng 1. Xuất khẩu hạt điều sang một số nước EU 9 tháng năm 2021

Thị trường	9 tháng 2021		So với cùng kỳ năm 2020 (%)		Tỷ trọng (%)	
	Lượng (tấn)	Trị giá (USD)	Lượng	Trị giá	Lượng	Trị giá
Hà Lan	53.072	290.747.017	15,22	-2,93	12,42	10,94
Đức	15.686	98.048.565	1,9	-2,76	3,67	3,69

Thị trường	9 tháng 2021		So với cùng kỳ năm 2020 (%)		Tỷ trọng (%)	
	Lượng (tấn)	Trị giá (USD)	Lượng	Trị giá	Lượng	Trị giá
Pháp	6.143	43.221.576	24,53	20,85	1,44	1,63
Tây Ban Nha	4.596	31.627.018	47,92	51,45	1,08	1,19
Italia	6.047	30.909.916	-1,71	-4,02	1,42	1,16
Hy Lạp	1.913	13.303.015	45,48	52,45	0,45	0,5

Nguồn: Vinanet/VITIC (2021)

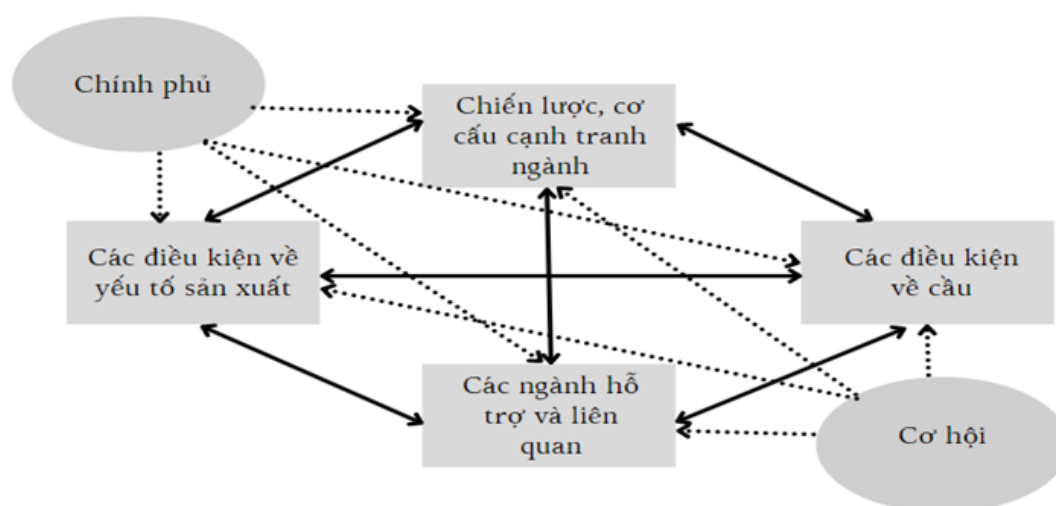
Cùng với những thuận lợi sau Hiệp định EVFTA, tình hình xuất khẩu hạt điều Việt Nam được dự đoán sẽ có những bước tiến quan trọng trong năm 2022, hứa hẹn sẽ là một năm khởi sắc của ngành hạt điều khi xuất khẩu sang thị trường EU (VINACAS, 2021).

1.3. Lý thuyết lợi thế cạnh tranh quốc gia:

Năm 1990, Michael Porter – Giáo sư trường Đại học Harvard - cùng hơn 30 cộng sự đã nghiên cứu 100 ngành tại 10 quốc gia khác nhau và cho ra mắt cuốn sách “Lợi thế cạnh tranh quốc gia”. Lý thuyết này ra đời với mục đích giải thích tại sao một số quốc gia đạt được sự thành công quốc tế trong một số ngành cụ thể (Giáo trình Kinh tế ngoại thương, 2006).

Ông đã xây dựng thành công lý thuyết về bốn thuộc tính lớn của một quốc gia hình thành nên môi trường cạnh tranh cho các công ty ở nước đó: (1) Điều kiện về các yếu tố sản xuất, (2) Điều kiện về cầu, (3) Các ngành công nghiệp hỗ trợ có liên quan, (4) Chiến lược, cơ cấu và môi trường cạnh tranh ngành. Những thuộc tính trên tạo thành mô hình kim cương, trong đó một yếu tố bị tác động sẽ làm ảnh hưởng tất cả các yếu tố còn lại. Ngoài ra, những thay đổi hai yếu tố phụ chính phủ và cơ hội cũng tác động đến bốn yếu tố chính trong mô hình.

1.4. Mô hình kim cương:



Hình 2. Mô hình kim cương M. Porter

- Các điều kiện về yếu tố sản xuất:

Dựa vào trọng tâm lý thuyết H-O, M.Porter thừa nhận sự phân cấp của hai yếu tố sản xuất là yếu tố cơ bản và yếu tố tiên tiến; trong đó, yếu tố tiên tiến có vai trò quan trọng vì nó được cải tiến theo thời gian thông qua trí tuệ, kiến thức, kỹ năng cũng như kích thích sự phát triển thuộc tính của sản phẩm.

- Các điều kiện về cầu:

Yếu tố này tập trung vào yêu cầu của khách hàng. Nếu khách hàng yêu cầu sản phẩm tinh vi và chất lượng hơn thì đó sẽ là động lực thúc đẩy nhà sản xuất nâng cao chất lượng sản phẩm.

- Các ngành hỗ trợ và liên quan:

Sự phát triển của các ngành công nghiệp luôn hỗ trợ lẫn nhau, điều này chiếm vị trí khá quan trọng trong việc kết nối và giúp nhau phát triển và tiếp cận toàn diện.

- Chiến lược, cơ cấu và môi trường cạnh tranh ngành:

Yếu tố này tập trung vào sự cạnh tranh trong thị trường từ đó đưa ra những chính sách khuyến khích tăng năng suất lao động, tạo ra những giá trị mới, nâng cao mức độ dịch vụ nhằm tăng khả năng cạnh tranh giữa các công ty, song song dẫn đến sự phát triển toàn diện của quốc gia.

- Chính phủ:

Yếu tố Chính phủ đóng vai trò là kim chỉ nam cho các quyết định của tất cả đối tượng trong nền kinh tế bằng những chính sách phát triển kinh tế. Thông qua môi trường pháp lý, Chính phủ sử dụng các công cụ điều tiết và phân bổ lợi ích công bằng cho các chủ thể kinh tế, tạo điều kiện lành mạnh cho các hoạt động cạnh tranh.

- Cơ hội:

Mặc dù trong mô hình kim cương không đề cập đến sự may rủi nhưng thực tế, nó luôn tồn tại khách quan mà các chủ thể kinh tế không thể kiểm soát được. Các cơ hội thường xảy ra ngẫu nhiên

trong chiến lược lâu dài nhưng ít nhất họ có thể xác định được và nhanh chóng đưa ra những chiến lược để nắm bắt thời cơ.

2. Phân tích lợi thế cạnh tranh xuất khẩu hạt điều của VN sang EU hiện nay

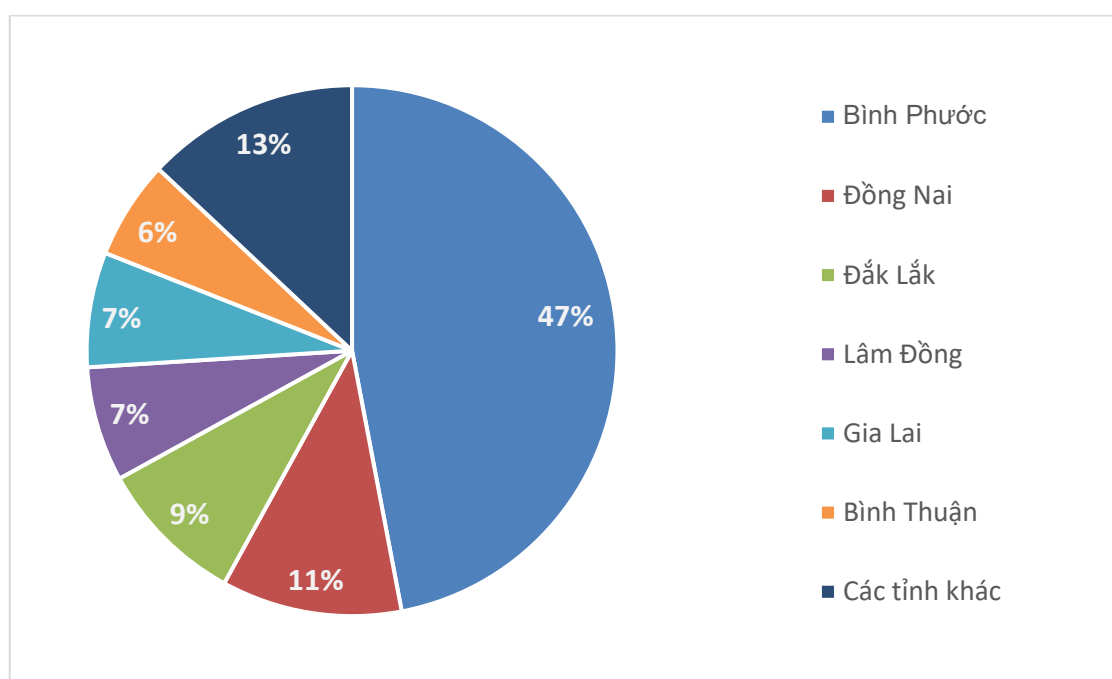
2.1. Điều kiện các yếu tố sản xuất:

2.2.1. Yếu tố cơ bản:

Ngày nay, hạt điều rất được ưa chuộng ở các nước phương Tây. Kể từ năm 2006 đến nay, Việt Nam luôn là nước đứng đầu thế giới về xuất khẩu nhân điều. Để đạt được kết quả đó thì nguyên nhân đầu tiên phải kể đến chính là điều kiện về các yếu tố sản xuất.

Việt Nam có khí hậu nhiệt đới nóng ẩm và lượng mưa hàng năm khoảng 1000mm – 2000mm. Kiểu khí hậu này thể hiện rõ rệt nhất ở vùng từ Quảng Trị vào các tỉnh phía Nam, trong đó vùng Đông Nam Bộ là vùng có lợi thế trồng điều tốt nhất với diện tích đất bazan màu mỡ, rất thuận lợi cho sự phát triển tối ưu của cây điều nên mang lại năng suất rất cao.

Bên cạnh đó, Việt Nam có diện tích trồng điều rất lớn. Tính đến năm 2021, theo Cục Trồng trọt, diện tích điều của Việt Nam trong 30 – 40 năm qua ổn định ở mức 300.000 ha, trong đó, Bình Phước chiếm gần 50% tổng diện tích (Vinacas, 2021):



Hình 3. Bình Phước chiếm gần 50% diện tích điều của cả nước

Nguồn: Số liệu Cục Trồng trọt

Việt Nam còn có đường bờ biển dài, rất thuận lợi cho giao thông và chuyên chở đường biển. Yếu tố này đã tạo nên lợi thế xuất khẩu điều của nước ta sang nước ngoài, đặc biệt là các nước châu Âu.

Ngoài ra, Việt Nam cũng đang trong thời kỳ “cơ cấu dân số vàng”, cung cấp nguồn lao động dồi dào cho ngành công nghiệp sản xuất và chế biến hạt điều. Tính đến đầu năm 2017, số dân trong độ tuổi từ 15 đến 64 chiếm 69,3%. Tính đến đầu năm 2022, độ tuổi trung bình của người dân Việt Nam là 33,3 tuổi (Dân số, 2022).

2.2.2. Yếu tố cao cấp:

Hiện nay, cả nước có khoảng 200 doanh nghiệp chế biến điều, trong đó 30 doanh nghiệp đạt tiêu chuẩn HACCP, ISO 9001, ISO 14000, ISO 22000, BRC (Đức, 2016).

Từ nhiều năm nay, nước ta đã sở hữu công nghệ chế biến điều thô riêng thay vì phải nhập khẩu đất đỏ từ nước ngoài nhờ các loại thiết bị, máy móc công nghệ cao. Đáng chú ý, VINACAS đã đầu tư và hoàn thiện công nghệ chế tạo máy tự động tách vỏ và bóc vỏ lụa nhân nhằm phục vụ chế biến điều xuất khẩu cho các doanh nghiệp, giúp giảm chi phí sản xuất trả cho người lao động.

Các viện nghiên cứu, các trường đại học về nông nghiệp ở nước ta cũng đã ứng dụng tiến bộ khoa học kỹ thuật để tăng sản lượng điều trong nước (cải tạo đất trồng, phun thuốc chống sâu bệnh, công nghệ tưới tiêu,...)

2.2. Điều kiện về cầu:

Tại thị trường Nga, hạt điều Việt Nam đang khẳng định vị trí số một. Mặc dù tại Nga, nền nông nghiệp đang áp dụng nhiều tiến bộ khoa học kỹ thuật nhưng do gặp vấn đề về thời tiết, Nga phải tăng cường nhập khẩu điều để phục vụ tiêu dùng nội địa (Hatdieu.info, 2021).

Tại Đức, hạt điều đang tập trung nhiều vào phân khúc snack, trong khi nhu cầu về hạt điều xuất phát từ ngành công nghiệp thực phẩm đang dần trên đà phát triển. Gần đây, nhân điều nhờ hương vị ngon cạnh tranh với hạnh nhân và tốt cho sức khỏe nên chiếm được sự yêu thích của người tiêu dùng. Theo Mordor Intelligence, nhu cầu tiêu thụ điều tại Đức sẽ tăng trưởng bình quân 4,1% trong giai đoạn 2020-2025 (Uyên, 2021).

Theo nghiên cứu của chuyên gia, thị trường Pháp có tốc độ tăng trưởng bình quân đạt 7,99%/năm và có tiềm năng phát triển trong thời gian tới. Người tiêu dùng Pháp ngày càng ưa chuộng các loại sản phẩm snack từ hạt điều. Theo điều tra thị trường, hạt điều hữu cơ đang dần trở thành xu hướng. Ngoài ra, người tiêu dùng Pháp cũng rất ưa chuộng sữa hoặc các món ăn từ điều (Hatdieu.info, 2021).

Ngoài những thị trường nổi bật trên, Việt Nam cũng đang làm rất tốt và khá thành công khi khai thác được các thị trường khác trong EU như Tây Ban Nha, Ba Lan, Hà Lan, ...

2.3. Các ngành hỗ trợ có liên quan:

2.3.1 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).

2.3.2. 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).

2.3.3. Ngành chế tạo máy:

Là ngành công nghiệp nền tảng, ngành cơ khí nhận được nhiều chính sách hỗ trợ phát triển từ Chính phủ. Theo Hiệp hội Doanh nghiệp cơ khí Việt Nam, cơ khí chế tạo có quy mô khoảng 310 tỷ USD trong giai đoạn 2019 - 2030 (Phùng, 2019).

Những năm gần đây, nhiều cá nhân, doanh nghiệp cơ khí đã chế tạo thành công các thiết bị phục vụ cho chế biến hạt điều, giúp các doanh nghiệp điều tiết kiệm được chi phí cho máy móc, nhân công và hiện đại hóa dây chuyền sản xuất.

2.3.4. Ngành bao bì:

Ngành bao bì Việt Nam giữ vững mức tăng trưởng bình quân 15-20% trong những năm gần đây, nhờ sự thúc đẩy từ ngành hàng thực phẩm. Đại dịch Covid-19 đã có nhiều ảnh hưởng đến ngành bao bì trong nước. Kết quả nghiên cứu của Vietnam Report chỉ ra bốn khó khăn lớn của doanh nghiệp bao bì nhựa và giấy, liên quan đến vấn đề chuỗi cung ứng, tiếp cận thị trường, triển khai hoạt động kinh doanh và đảm bảo an toàn cho người lao động. (Vietnam Report, 2020).

2.4. Chiến lược, cơ cấu và môi trường cạnh tranh ngành:

2.4.1. Chiến lược, cơ cấu của ngành:

Hiện tại, chủ trương chung của ngành hạt điều Việt Nam là tiếp tục thực hiện mục tiêu “giữ lượng, tăng chất, tăng giá”. Ngành cần có chiến lược đúng đắn giúp tăng giá trị hạt điều, chuyển từ sơ chế nhân điều và xuất khẩu bán thành phẩm sang xuất khẩu thành phẩm chế biến tinh.

VINACAS đang tiến hành nghiên cứu để đề xuất với Chính phủ “Chiến lược phát triển ngành điều Việt Nam trong tình hình mới”. Chiến lược này có hai mục tiêu lớn, một là tập trung phát triển chế biến sâu nhằm đáp ứng nhu cầu đa dạng của thị trường; hai là phát triển mạnh vùng nguyên liệu, tạo thế chủ động về nguồn nguyên liệu. Cụ thể Chính phủ cần có những chính sách:

- Quy hoạch tổng thể ngành điều, đầu tư hình thành các khu chế biến tập trung nhằm tăng chế biến sâu, tăng giá trị ngành điều.
- Xây dựng vùng nguyên liệu bền vững, ban hành các chính sách trợ giúp người nông dân; đầu tư cơ sở hạ tầng cho các vùng trồng điều trọng điểm.
- Hỗ trợ xây dựng liên kết giữa các hộ trồng điều, các doanh nghiệp thu mua để đảm bảo đầu ra ổn định cho người nông dân cũng như tăng chuyên môn hóa về chế biến điều.
- Tạo điều kiện cho doanh nghiệp, có ưu đãi về vốn vay, lãi suất cho họ nhằm tăng động lực đầu tư sản xuất, phát triển dài hạn. Đào tạo nguồn nhân lực chất lượng cao cho ngành điều, tăng uy tín ngành chế biến hạt điều Việt Nam.

2.4.2. Môi trường cạnh tranh ngành:

- Môi trường cạnh tranh trong nước:

Do tình trạng thiếu nguyên liệu xảy ra, các doanh nghiệp đã cạnh tranh không lành mạnh với nhau, tạo ra cơn sốt giá nguyên liệu, buộc 70-80% doanh nghiệp chế biến quy mô nhỏ tại Bình Dương và một số doanh nghiệp tầm trung phải dừng hoạt động. Từ đầu năm 2019 tình hình đã khả quan hơn khi các doanh nghiệp bắt đầu tập trung vào phân tích thị trường để gia tăng giá trị sản phẩm, những doanh nghiệp chế biến lớn đã tập trung nhiều hơn vào lĩnh vực sản xuất chính của mình.

- Môi trường cạnh tranh quốc tế:

Hiệp định EVFTA đã tạo lợi thế giúp Việt Nam gia tăng xuất khẩu điều vào EU. Tuy nhiên ta phải chịu nhiều sức ép từ chính sách hỗ trợ người trồng điều, hạn chế xuất khẩu điều thô của các quốc gia như Bồ Đào Nha, Tanzania,... Trong khi ấy, lượng điều nhân xuất khẩu của Việt Nam sang các thị trường tiêu thụ lớn như Ấn Độ, Trung Quốc cũng bị hạn chế. COVID-19 khiến chuỗi cung ứng bị đứt gãy, giá điều Việt Nam khó cạnh tranh với giá điều thế giới. Tuy nhiên, Việt Nam vẫn là nguồn cung hạt điều số 1 tại thị trường Đức nhờ chất lượng đảm bảo và dự đoán sẽ khả quan trong năm 2022. Bên cạnh đó, nhu cầu nhập khẩu hạt điều của Đức tăng sẽ tác động tích cực lên ngành điều Việt Nam.

2.5. Chính phủ:

Nhận thức rõ được quy mô, thế mạnh cũng như lợi ích của ngành xuất khẩu hạt điều Việt Nam sang một thị trường lớn và vô cùng phát triển là EU, Chính phủ Việt Nam đã có những hành động, chính sách cụ thể để hỗ trợ các doanh nghiệp cũng như toàn ngành xuất khẩu hạt điều nước ta.

Ngày 01/08/2020, Hiệp định thương mại tự do Liên minh châu Âu – Việt Nam chính thức có hiệu lực, đánh dấu một bước tiến mới cho ngành xuất khẩu điều của Việt Nam sang thị trường EU khi thuế suất đối với hạt điều và tất cả các sản phẩm làm từ điều xuất khẩu từ thị trường Việt Nam vào EU đều giảm về mức 0% (Bộ Công thương, 2022).

Việc Chính phủ đưa Hiệp định EVFTA có hiệu lực được xem như một sự hỗ trợ to lớn, quan trọng và kịp thời trong bối cảnh khó khăn: dịch bệnh COVID – 19 diễn biến phức tạp tạo rất nhiều rào cản về thuế quan, chi phí cũng như các thủ tục thông quan, kiểm duyệt hàng hóa trở nên phức tạp rườm rà hơn bao giờ hết.

Ngoài ra, Chính phủ ta còn hỗ trợ người nông dân cũng như các doanh nghiệp sản xuất điều giảm áp lực khi đưa các sản phẩm của mình vào xuất khẩu bằng cách giảm thiểu tối đa các thủ tục rườm rà nhưng vẫn đảm bảo tính an toàn, chất lượng.

2.6. Cơ hội:

Hiệp định EVFTA tạo điều kiện cho hạt điều Việt Nam nhập khẩu vào EU với mức thuế 0% thay vì 7-12% như trước.

Theo Bộ Công Thương, EU hiện là thị trường xuất khẩu điều lớn thứ 2 của Việt Nam và Việt Nam là nguồn cung hạt điều lớn nhất cho EU. Trong khi đó, EU ngày càng giảm nhập khẩu điều Ấn Độ (Thu, 2022). Như vậy Việt Nam đang từng bước khẳng định vị thế vững chắc khó thay thế trên thị trường điều EU, cho thấy tương lai phát triển vô cùng khả quan.

Nhiều chuyên gia nhận định tiềm năng phát triển ngành điều thế giới rất tốt, đặc biệt là tại các nước phát triển như EU. Theo Mordor Intelligence, thị trường điều toàn cầu được dự báo đạt tốc độ tăng trưởng bình quân 4,6% giai đoạn 2021 – 2026 (Phạm, 2022). Bên cạnh đó, mọi người ngày càng quan tâm tới thực phẩm tốt cho sức khỏe, với mức giá hấp dẫn năm 2021, lượng tiêu thụ điều tăng nhanh ở nhiều nước trong đó có EU. Như vậy, Việt Nam hoàn toàn có cơ hội phát triển ngành điều một cách bền vững, trở thành “cashew hub” của thế giới.

2.7. Đánh giá, nhận xét về lợi thế cạnh tranh của ngành điều Việt Nam:

Dựa vào việc phân tích mô hình kim cương của M.Porter, có thể thấy ngành điều Việt Nam sở hữu nhiều ưu thế cạnh tranh xuất khẩu sang thị trường EU. Các yếu tố của mô hình cũng có sự tác động qua lại lẫn nhau. Các yếu tố sản xuất đạt điều kiện tốt nhờ tận dụng tối đa sự hỗ trợ từ các ngành có liên quan. Những cơ hội cùng với sự cải thiện của các yếu tố sản xuất và các ngành hỗ trợ liên quan đã tác động tích cực lên cầu hạt điều trên thế giới nói chung và thị trường EU nói riêng. Bên cạnh đó, sự tăng lên của cầu, chiến lược phát triển, cơ cấu tập trung chuyên sâu của Chính phủ cũng như các doanh nghiệp là động lực to lớn cho sự phát triển của các ngành hỗ trợ có liên quan. Cuối cùng, yếu tố Chiến lược, cơ cấu và môi trường cạnh tranh ngành dựa vào điều kiện các yếu tố sản xuất, điều kiện về cầu và tình hình của các ngành hỗ trợ có liên quan để hoạch

định được các kế hoạch, chiến lược phát triển xuất khẩu điều Việt Nam sang thị trường EU. Tuy ngành điều Việt Nam có nhiều điểm mạnh, lợi thế có thể tăng sức cạnh tranh nhưng vẫn còn một số khó khăn tồn tại cần được khắc phục nhanh chóng, nhất là giảm thiểu ảnh hưởng tiêu cực của dịch bệnh Covid-19 tới sản xuất, các ngành phụ trợ và các yếu tố liên quan đến vận chuyển, logistics.

3. Tầm nhìn 2022, một số giải pháp nâng cao năng lực cạnh tranh cho hoạt động xuất khẩu điều sang EU

3.1. Tầm nhìn và dự báo tình hình xuất khẩu hạt điều từ Việt Nam sang thị trường EU vào năm 2022:

Ngành xuất khẩu điều của nước ta vào một thị trường lớn như EU đã đạt được các thành tích vô cùng nổi bật, trong đó có thể kể đến việc Việt Nam được ghi nhận là nguồn cung hạt điều lớn nhất cho EU tính đến thời điểm hiện tại theo báo cáo cuối năm 2021 của Bộ Công thương Việt Nam (2022).

Với những thành tích nổi bật cũng như số liệu khả quan của năm 2021, ngành xuất khẩu hạt điều của Việt Nam sang thị trường EU đã có một năm có thể coi là thành công trong bối cảnh khó khăn khi dịch bệnh COVID – 19 lan rộng và diễn biến vô cùng phức tạp.

Năm 2022 được xem là một năm đầy hứa hẹn của ngành xuất khẩu điều từ Việt Nam sang thị trường EU. Theo báo cáo phân tích từ Bộ Công thương Việt Nam (2022), triển vọng xuất khẩu hạt điều vào thị trường EU được kỳ vọng sẽ tăng khoảng 15% về sản lượng và 10% về mặt giá trị so với năm 2021 trước đó. Dự báo trên được đưa ra hoàn toàn có căn cứ, dựa trên những phân tích về yếu tố cung – cầu, giá cả, và nhìn chung các nhà phân tích dự báo rằng ngành xuất khẩu hạt điều và các sản phẩm làm từ điều của Việt Nam sang EU có xu hướng không chỉ ổn định mà còn rất có tiềm năng phát triển, tiến xa và đạt được các thành tích đáng kể hơn vào năm 2022.

3.2. Đề xuất một số giải pháp nâng cao năng lực cạnh tranh:

Thứ nhất, ngành điều cần chủ động nguyên liệu, sẵn sàng cung ứng cho các nhà máy nhằm đảm bảo chuỗi sản xuất. Muốn phát triển bền vững, diện tích trồng điều ổn định thì cần cải tạo, tăng năng suất vườn điều, đẩy mạnh hoạt động chế biến sâu. Ngành điều cần một số giống mới cho chất lượng cao hơn, kết hợp với Nhà nước để xây dựng cơ sở hạ tầng, chuẩn hóa quy trình canh tác.

Thứ hai, tổ chức tuyên truyền nâng cao nhận thức của các hộ trồng điều, hướng dẫn họ áp dụng kỹ thuật, quy trình sản xuất đạt chuẩn như VietGAP, UTZ, 4C, ... Thị trường EU có yêu cầu cao về nguồn gốc xuất xứ cũng như quy trình sản xuất chế biến, do vậy bắt buộc hạt điều xuất khẩu của Việt Nam cần đưa công nghệ truy xuất nguồn gốc vào sản phẩm.

Thứ ba, tăng cường sự liên kết, hợp tác giữa doanh nghiệp với hộ nông dân sản xuất hạt điều theo chuỗi giá trị từ sản xuất – chế biến – tiêu thụ. Từ khâu tạo giống, chọn giống đến quá trình trồng trọt, thu hoạch, sau thu hoạch đều cần sự gắn kết giữa các doanh nghiệp và người nông dân nhằm tăng giá trị hạt điều, đảm bảo chất lượng cũng như cách bảo quản.

Thứ tư, đẩy mạnh ứng dụng các tiến bộ khoa học công nghệ vào quá trình sản xuất, nghiên cứu, định hướng để nâng cao chất lượng hạt điều. Cần áp dụng công nghệ hiện đại vào kỹ thuật trồng trọt, gieo giống đến khi thu hoạch, chế biến, tạo ra thành phẩm.

Thứ năm, đẩy mạnh xúc tiến đầu tư và xây dựng thương hiệu đối với hàng nông sản xuất khẩu. Ngành hạt điều cần tăng cường công tác nghiên cứu, cảnh báo, ban hành các chính sách nhằm hỗ trợ doanh nghiệp Việt Nam tham gia chuỗi giá trị hàng nông sản khu vực EU.

4. Kết luận

Mô hình kim cương của M. Porter giúp chúng ta có cái nhìn bao quát về tình hình và lợi thế cạnh tranh của ngành điều Việt Nam xuất khẩu sang EU hiện nay. Việc phân tích dựa theo mô hình còn cho thấy những điểm sáng và triển vọng về tiềm năng phát triển trong tương lai thị trường điều Việt Nam ra thế giới.

Ngành điều Việt Nam đã có những lợi thế nhất định trên thị trường điều xuất khẩu sang EU, giúp mang lại những thành tựu đáng nể trong suốt nhiều năm liền. Nhờ có sự quan tâm chỉ đạo đúng đắn, kịp thời của Đảng và Nhà nước, những cơ hội mở ra từ những Hiệp định thương mại tự do, ngành đã xây dựng cho mình được vị thế vững chắc không chỉ ở thị trường châu Âu mà còn ở nhiều nơi trên thế giới. Tuy nhiên, chúng ta vẫn luôn cần cố gắng phát triển theo sự đổi mới không ngừng của thời đại, khắc phục những yếu kém tồn tại, đặc biệt là từ sau khi đại dịch Covid-19 xuất hiện khiến thị trường biến động, ảnh hưởng đến nhiều ngành cung ứng có liên quan.

Tài liệu tham khảo

- Agroinfor. (2020), “THỊ TRƯỜNG XUẤT KHẨU HẠT ĐIỀU 7 THÁNG ĐẦU NĂM 2020”, http://agro.gov.vn/vn/tID29974_Thi-truong-xuat-khau-hat-dieu-7-thang-dau-nam-2020.html, truy cập ngày 08/02/2022.
- An, P. (2019), “Ngành điều với những tín hiệu vui”, *Nhân dân Sài Gòn online*, <https://doanhnhansaigon.vn/thoi-su-trong-nuoc/nganh-dieu-voi-nhung-tin-hieu-vui-1094151.html>, truy cập ngày 09/02/2022.
- Bảo, P. (2022), “Xuất khẩu điều sang EU tăng mạnh trong năm 2021”, <https://chatluongvacuocsong.vn/amp/xuat-khau-dieu-sang-eu-tang-manh-trong-nam-2021-d92376.html>, truy cập ngày 08/02/2022.
- Bộ Công thương Việt Nam. (2022), “Xuất khẩu hạt điều của Việt Nam sang EU tăng cả lượng và kim ngạch trong năm 2021”, <https://moit.gov.vn/tin-tuc/thi-truong-nuoc-ngoai/xuat-khau-hat->

- diều-cua-viet-nam-sang-eu-tang-ca-luong-va-kim-ngach-trong-nam-2021.html, truy cập ngày 09/02/2022.
- Bùi, X.L. & Nguyễn, H.K. (2006), *Giáo trình Kinh tế ngoại thương*, Nhà xuất bản Lao động - Xã hội.
- Dân số. (2022), “Dân số Việt Nam”, <https://danso.org/viet-nam/>, truy cập ngày 09/02/2022.
- Donafoods. (2018), “80% nhà máy chế biến hạt điều “nhỏ và mạnh mún” ngừng hoạt động”, <http://donafoodsvietnam.com/nha-may-hat-dieu-nho-va-manh-nhung-ngung-hoat-dong>, truy cập ngày 08/02/2022.
- Đào, T.L. (2021), “Cần một “Chiến lược phát triển bền vững ngành điều trong tình hình mới””, *Vinacas*, <https://www.vinacas.com.vn/can-mot-chien-luoc-phat-trien-ben-vung-nganh-dieu-trong-tinh-hinh-moi-bv2663.htm>, truy cập ngày 09/02/2022.
- Đức, T. (2016), “Nhiều DN chế biến điều không đạt chuẩn”, *Công an Nhân dân*, <https://cand.com.vn/Kinh-te/Nhieu-DN-che-bien-dieu-khong-dat-chuan-i392676/>, truy cập ngày 09/02/2022.
- Đồng, S. (2021), “Ngành Phân bón Việt Nam: Tập trung phát triển theo chiều sâu”, *Công thương*, <https://tapchicongthuong.vn/bai-viet/nganh-phan-bon-viet-nam-tap-trung-phat-trien-theo-chieu-sau-85795.htm>, truy cập ngày 08/02/2022.
- FBNC. (2017), “FBNC - hạt điều Việt Nam xuất khẩu chủ yếu sang Hoa Kỳ và EU”, <https://www.youtube.com/watch?v=GTmr2dBsLUw>, truy cập ngày 08/02/2022.
- Hatdieu.info. (2021), “Thị trường hạt điều (2021): Khi xuất khẩu bị ảnh hưởng bởi đại dịch và tình trạng giả mạo nguồn gốc xuất xứ của điều thô. liệu thị trường trong nước có phải là cứu cánh cho doanh nghiệp?”, <https://hatdieu.info/thi-truong-noi-dia-cua-hat-dieu-binh-phuoc/>, truy cập ngày 09/02/2022.
- Minh, H. (2021), “Gỡ khó cho sản xuất và sử dụng thuốc bảo vệ thực vật sinh học”, *Nhân dân*, <https://nhandan.vn/bandoc/go-kho-cho-san-xuat-va-su-dung-thuoc-bao-ve-thuc-vat-sinh-hoc-666607/>, truy cập ngày 08/02/2022.
- Minh, T. (2021), “Ngành điều cần chiến lược bài bản”, *Báo Điện tử Đại biểu Nhân dân*, <https://daibieunhandan.vn/nganh-dieu-can-chien-luoc-bai-ban-5lhm8cxjpx-56231>, truy cập ngày 09/02/2022.
- Phạm, H. (2022), “Tiêu thụ hạt điều tăng nhờ xu hướng sử dụng thực phẩm tốt cho sức khỏe”, *Vinanet*, <https://vinanet.vn/nong-san/tieu-thu-hat-dieu-tang-nho-xu-huong-su-dung-thuc-pham-tot-cho-suc-khoe-754049.html>, truy cập ngày 08/02/2022.
- Phùng, Q.H. (2019), “Tạo đột phá phát triển ngành cơ khí: Nền tảng cho xây dựng nền kinh tế độc lập, tự chủ và phát triển nhanh, bền vững”, *Tạp chí Cộng sản*,

- <https://www.tapchiconsan.org.vn/web/guest/kinh-te/-/2018/494302/tao-dot-pha-phat-trien-nganh-co-khi--nen-tang-cho-xay-dung-nen-kinh-te-doc-lap%2C-tu-chu-va-phat-trien-nhanh%2C-ben-vung.aspx>, truy cập ngày 08/02/2022.
- Thu, T. (2022), “Xuất khẩu hạt điều của Việt Nam sang EU tăng mạnh trong năm 2021”, *Tin tức Thông tấn xã Việt Nam*, <https://baotintuc.vn/kinh-te/xuat-khau-hat-dieu-cua-viet-nam-sang-eu-tang-manh-trong-nam-2021-20220106152751560.htm>, truy cập ngày 08/02/2022.
- Thủy, C. (2020), “Năm 2019 lượng hạt điều xuất khẩu tăng mạnh, nhưng giá và kim ngạch giảm”, <https://vinanet.vn/thuong-mai-cha/nam-2019-luong-hat-dieu-xuat-khau-tang-manh-nhung-gia-va-kim-ngach-giam-724371.html>, truy cập ngày 08/02/2022.
- Trần, T. & Minh, S. (2021), “Hiệu quả phân hữu cơ vi sinh (cho cây điều) từ chất thải chế biến sắn”, *Vinacas*, <https://www.vinacas.com.vn/hieu-qua-phan-huu-co-vi-sinh-cho-cay-dieu-tu-chat-thai-che-bien-san-bv2619.htm>, truy cập ngày 08/02/2022.
- Trung tâm WTO. (2021), “Ngành chế biến và xuất khẩu điều: Vượt rào cản, xuất khẩu điều về đích”, <https://trungtamwto.vn/chuyen-de/19602-nganh-che-bien-va-xuat-khau-dieu-vuot-rao-can-xuat-khau-dieu-ve-dich>, truy cập ngày 09/02/2022.
- Uyên, H. (2021), “Xuất khẩu hạt điều sang thị trường Đức sẽ khả quan trong năm 2022”, *Việt Nam Plus*, <https://www.vietnamplus.vn/xuat-khau-hat-dieu-sang-thi-truong-duc-se-kha-quan-trong-nam-2022/758225.vnp>, truy cập ngày 09/02/2022.
- Vietnam Business Monitor. (2017), “DOANH NGHIỆP XUẤT NHẬP KHẨU VIỆT NAM 2017 - NGÀNH BẢO VỆ THỰC VẬT”, http://vibiz.vn/upload/17604/20180416/BaO_CaO_BVTV_compressed.pdf, truy cập ngày 08/02/2022.
- Vietnam Report. (2020), “Công bố Top 10 Công ty Bao bì uy tín năm 2020”, <https://vietnamreport.net.vn/Cong-bo-Top-10-Cong-ty-Bao-bi-uy-tin-nam-2020-9369-1006.html>, truy cập ngày 08/02/2022.
- Viện KHKT Nông nghiệp miền Nam. (2018), “Xuất khẩu hạt điều sang các thị trường 10 tháng đầu năm 2018”, <http://iasvn.org/tin-tuc/Xuat-khau-hat-dieu-sang-cac-thi-truong-10-thang-dau-nam-2018-11601.html>, truy cập ngày 08/02/2022.
- Vinacas. (2021), “Vì sao Việt Nam không mở rộng diện tích trồng điều?”, 28/06/2021, <https://www.vinacas.com.vn/vi-sao-viet-nam-khong-mo-rong-dien-tich-trong-dieu-bv2318.htm>, truy cập ngày 09/02/2022.
- Wikipedia. (n.d.), “Hiệp hội Điều Việt Nam”, https://vi.wikipedia.org/wiki/Hi%E1%BB%87p_h%E1%BB%99i_%C4%90i%E1%BB%81u_Vi%E1%BB%87t_Nam#L%E1%BB%8Bch_s%E1%BB%AD, truy cập ngày 08/02/2022.