

Working Paper 2024.2.2.10

- Vol 2, No 2

VẬN DỤNG MÔ HÌNH GENERALIZED DOUBLE DIAMOND TRONG PHÂN TÍCH NĂNG LỰC CẠNH TRANH CỦA NGÀNH GIÀY DÉP Ở VIỆT NAM, TRUNG QUỐC VÀ ẤN ĐỘ

Lê Trần Duy¹, Lênh Mỹ Linh, Nguyễn Anh Huy, Lê Hiếu Ngân, Nguyễn Nhất Phát

Sinh viên K62 - Kinh tế đối ngoại

Trường Đại học Ngoại Thương, Cơ sở II tại TP. Hồ Chí Minh, Việt Nam

Đào Quốc Phương

Giảng viên Bộ môn Khoa học Cơ bản

Trường Đại học Ngoại Thương, Cơ sở II tại TP. Hồ Chí Minh, Việt Nam

Tóm tắt

Ngành giày dép đã và đang đóng vai trò là động lực quan trọng cho sự phát triển kinh tế - xã hội của Việt Nam. Trước bối cảnh của quá trình hội nhập quốc tế và sự gia tăng các thách thức từ thị trường toàn cầu, việc đánh giá năng lực cạnh tranh (NLCT) quốc tế của ngành công nghiệp giày dép Việt Nam là điều cần thiết để xác định các điểm trọng yếu cần tập trung nhằm nâng cao vị thế ngành của Việt Nam trên thị trường toàn cầu. Mô hình Diamond (Porter, 1990) gợi ý một số yếu tố quyết định quan trọng đối với NLCT toàn cầu của một quốc gia. Tuy nhiên, mô hình này chưa đầy đủ, chủ yếu là do nó không kết hợp các hoạt động đa quốc gia và chỉ phù hợp với những quốc gia có nền kinh tế lớn như Mỹ, Nhật Bản,... Vì vậy, mô hình Generalized Double Diamond (GDD) đã ra đời, phát triển dựa trên mô hình Diamond. Đây là cách tiếp cận toàn diện hơn trong việc đánh giá sự cạnh tranh của các công ty, ngành công nghiệp và quốc gia, đặc biệt là đối với các quốc gia có mức độ kết nối và phụ thuộc quốc tế đáng kể. Do đó, bài nghiên cứu áp dụng GDD để giúp nâng cao NLCT trong ngành giày dép của Việt Nam.

Từ khóa: mô hình Diamond, mô hình Generalized Double Diamond, năng lực cạnh tranh, ngành giày dép Việt Nam, ngành giày dép Trung Quốc, ngành giày dép Ấn Độ.

¹ Tác giả liên hệ, email: k62.2311115021@ftu.edu.vn

APPLYING THE GENERALIZED DOUBLE DIAMOND MODEL FOR COMPARATIVE ANALYSIS OF COMPETITIVE CAPACITIES IN THE FOOTWEAR INDUSTRIES OF VIETNAM, CHINA AND INDIA

Abstract

The footwear industry has been acting as a driving force for Vietnam's socio-economic development. Amidst escalating global market integration and burgeoning challenges, there arises a pressing need to scrutinize the international competitive edge of Vietnam's footwear industry, pinpointing pivotal areas warranting concentrated efforts to fortify its global standing and enhance its competitiveness. Porter's Diamond model (1990) delineates key determinants for a nation's global competitiveness. However, this model is incomplete, mainly because it does not incorporate multinational activities and it is merely suitable for big countries such as the USA, Japan, etc. Hence, the advent of the Generalized Double Diamond model (GDD), evolved from Porter's framework, offers a more nuanced approach to evaluating the competitive prowess of corporations, industries, and nations, particularly for those heavily enmeshed in international networks and dependencies. Consequently, this research applies the GDD to help improve competitiveness in Vietnam's footwear industry.

Keyword: Diamond model, Generalized Double Diamond model, competitiveness, Vietnamese footwear industry, Chinese footwear industry, Indian footwear industry.

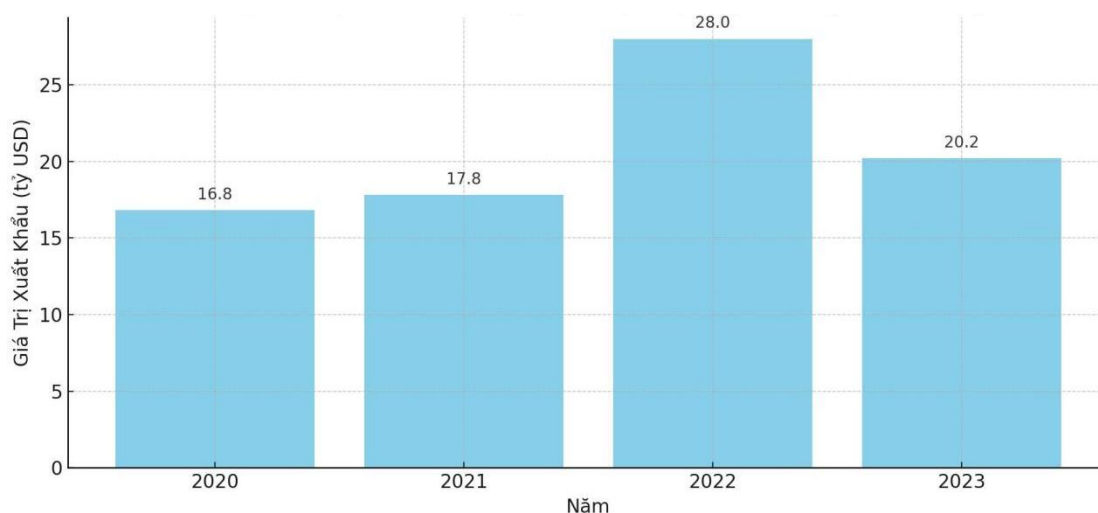
1. Giới thiệu

Theo Tổ chức Hợp tác và Phát triển Kinh tế (OECD), NLCT là khả năng của doanh nghiệp, ngành, quốc gia, khu vực trong việc tạo ra việc làm và thu nhập cao hơn trong điều kiện kinh tế quốc tế. Vì vậy, NLCT đóng vai trò vô cùng quan trọng đối với mỗi quốc gia trong quá trình toàn cầu hóa.

Theo Porter (1990), NLCT bao gồm bốn thuộc tính chính cho phép một tổ chức hoạt động tốt hơn các đối thủ cạnh tranh. Nhưng mô hình này phù hợp với các quốc gia lớn, không áp dụng được cho tất cả các quốc gia nhỏ khác, vì vậy, Moon và cộng sự (1995) đã điều chỉnh khuôn khổ thành GDD để phù hợp khi phân tích tất cả các nền kinh tế nhỏ và Việt Nam cũng là một trong số ấy. Năm 1998, Moon và các cộng sự đã có một nghiên cứu điển hình tại 2 nền kinh tế nhỏ là Hàn Quốc và Singapore (Moon và cộng sự, 1998) và thu được những kết quả khả quan. Nhiều bài báo cáo và nhà khoa học khác cũng đã áp dụng mô hình GDD để phân tích năng lực cạnh tranh giữa các quốc gia (Birdwell và Kuo (2006), H.Moon và Kim (2010), Liu và Hsu (2009),...). Nhận thấy được sự ưu việt của mô hình GDD, trong bài nghiên cứu này chúng tôi tiếp tục sử dụng mô hình GDD để phân tích NLCT của Việt Nam đối với ngành giày dép.

Từ năm 1998, ngành giày dép Việt Nam đã tham gia câu lạc bộ các mặt hàng đạt kim ngạch xuất khẩu từ 1 tỷ USD trở lên và nhanh chóng ghi danh trong nhóm có kim ngạch cao (WTO, FTA). Việt Nam chiếm 9.9% tổng số lượng giày dép xuất khẩu toàn cầu, đứng thứ hai trên thế giới sau Trung Quốc về lượng xuất khẩu (The World Footwear 2022 Yearbook). Từ Hình 1, có thể thấy giá trị xuất khẩu ngành giày dép Việt Nam đã tăng lên từ năm 2020 đến 2021, và có bước nhảy vọt đáng kể vào năm 2022, trước khi giảm nhẹ vào năm 2023. Tuy

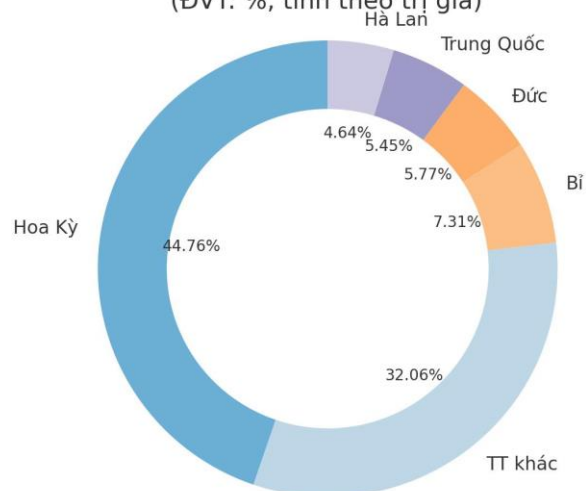
nhien, ngay ca voi su giam nhẹ đó, giá trị xuất khẩu của năm 2023 vẫn cao hơn so với năm 2020 và 2021, cho thấy sự tăng trưởng mạnh mẽ của ngành giày dép Việt Nam trong giai đoạn này. Dữ liệu cho thấy xuất khẩu ngành giày dép Việt Nam là một ngành trọng điểm, đóng vai trò quan trọng trong nền kinh tế Việt Nam (Bộ Công Thương Việt Nam), vì vậy việc tìm hiểu để tăng NLCT của ngành giày dép Việt Nam trên thị trường quốc tế và đề ra những giải pháp, chiến lược đổi mới kịp thời là vô cùng quan trọng.



Hình 1. Tổng giá trị xuất khẩu ngành giày dép Việt Nam (2020-2023)

Nguồn: Tổng cục Hải quan, Tổng cục thống kê

Cơ cấu thị trường xuất khẩu giày dép tháng 4/2022
(ĐVT: %, tính theo trị giá)



Hình 2. Cơ cấu thị trường xuất khẩu giày dép tháng 4/2022

Nguồn: Bộ Công thương

Biểu đồ từ Hình 2 thể hiện sự phân chia thị trường xuất khẩu giày dép của Việt Nam trong tháng 4/2022. Việt Nam xuất khẩu giày dép qua nhiều thị trường lớn như Hoa Kỳ (chiếm gần một nửa giá trị xuất khẩu), Trung Quốc (5,45%), Đức (5,77%), Bỉ (7,31%), Hà Lan (4,64%).

Cơ cấu xuất khẩu này cho thấy sự tập trung mạnh vào thị trường Mỹ và sự đa dạng hóa đối với các thị trường ở châu Á và châu Âu.

Bài nghiên cứu sẽ phân tích NLCT của ngành giày dép Việt Nam với các quốc gia Ấn Độ và Trung Quốc từ đó định hướng thay đổi mới, đề ra chiến lược để nâng cao NLCT của ngành giày dép Việt Nam.

Bài nghiên cứu này gồm 6 phần: (1) Giới thiệu, trong phần này chúng tôi nói về tầm quan trọng của NLCT và đặc biệt đối với ngành giày dép tại Việt Nam là một ngành có tỷ lệ xuất khẩu cao trong những năm gần đây; (2) Cơ sở lý thuyết, trong phần này chúng tôi trình bày về khái niệm NLCT cùng với những mô hình sẽ được giới thiệu cũng như phân tích những ưu nhược điểm của từng mô hình; (3) Tổng quan ngành giày dép tại Trung Quốc, Ấn Độ và Việt Nam; (4) Phương pháp nghiên cứu; (5) Thảo luận; (6) Kết luận.

2. Cơ sở lý thuyết

2.1. Năng lực cạnh tranh (NLCT)

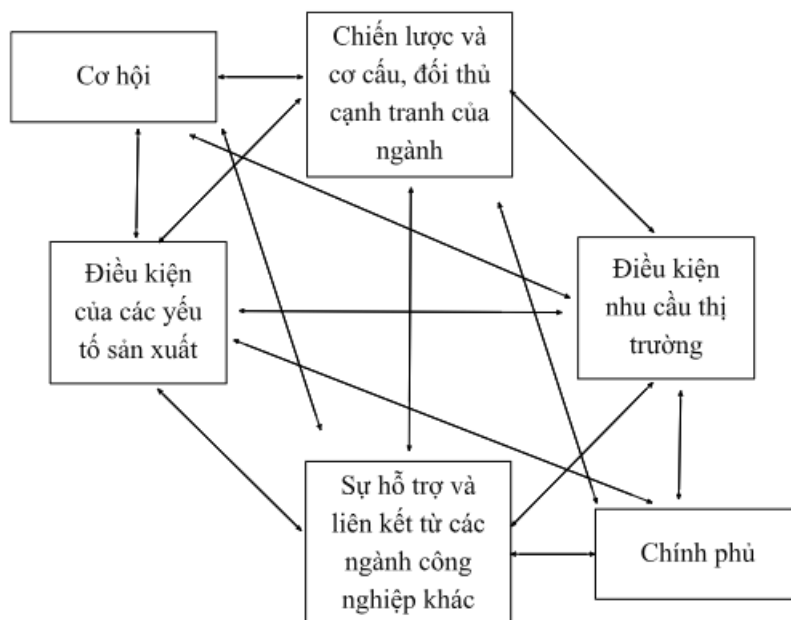
NLCT hiện đang trở thành mối quan tâm hàng đầu của chính phủ và các ngành công nghiệp trong mọi quốc gia (Porter, 1990). Dẫu vậy, vẫn chưa có một khung lý thuyết đủ thuyết phục để giải thích NLCT (Porter, 1990). Theo tổng quan kinh tế, khái niệm về NLCT còn gây nhiều tranh cãi (Psafogiorgos, Nikolaos, 2015). NLCT của một quốc gia bao gồm một hệ thống các tổ chức, chính sách và yếu tố quyết định mức độ năng suất của một quốc gia (X. Sala-i-Martin, E.V. Artadi, 2004). NLCT của một quốc gia được xác định là mức độ mà một quốc gia có thể, trong điều kiện thị trường tự do và công bằng, sản xuất hàng hóa và dịch vụ đáp ứng được các tiêu chuẩn của thị trường quốc tế đồng thời mở rộng thu nhập thực tế của công dân, từ đó cải thiện chất lượng sống của họ (E.W. Artto, 1987; N. R. Swanson, H. White, 1997). Do đó, dựa trên phân tích NLCT, quốc gia có thể tìm ra những lĩnh vực mà quốc gia có khả năng cạnh tranh và đạt được sự thịnh vượng trong tương lai.

Một khía cạnh khác, Krugman (1994) lập luận rằng đưa ra các quyết định phụ thuộc hoàn toàn vào NLCT mang lại ba mối nguy. Thứ nhất, điều này có thể dẫn đến việc tăng chi tiêu chính phủ để nâng cao NLCT quốc gia. Thứ hai, điều này có thể kích thích chủ nghĩa bảo hộ và chiến tranh thương mại. Cuối cùng, điều này có thể dẫn đến các chính sách công cộng ngoài mong muốn. Ngược lại, nhiều học giả khác, điển hình như Thurow (1992) nhận định rằng điều này không phải lúc nào cũng sai hay nguy hại. Họ lập luận rằng lòng nhiệt huyết trong việc xây dựng một nền kinh tế hàng đầu thế giới để tạo ra một tiêu chuẩn sống cao cho công dân là điều mà tất cả các quốc gia nên tìm kiếm để đạt được. Để làm được điều này, việc đặt tiêu chuẩn không phải là để tuyên chiến kinh tế với các đối thủ nước ngoài mà là để học hỏi họ và nâng cao tiêu chuẩn hiệu suất của một quốc gia (Cho và Moon, 2022). Do đó, việc xây dựng nên một hệ thống lý thuyết rõ ràng, đúng đắn để phân tích NLCT là cấp thiết đối với các quốc gia.

2.2. Mô hình Diamond

Có hai yếu tố quan trọng để xem xét một hệ thống lý thuyết giải thích NLCT là hợp lý và toàn diện (Cho và Moon, 2022). Đầu tiên, lý thuyết cần phải đủ bao quát để có thể nắm bắt

được sự đa dạng của các biến số ảnh hưởng, từ tài nguyên thiên nhiên đến nguồn nhân lực. Thứ hai, nó cần phải thích ứng được với sự biến đổi liên tục và đa dạng của các yếu tố định hình NLCT quốc gia trong môi trường kinh tế toàn cầu đầy biến động và không ngừng phát triển (Cho và Moon, 2022). Và mô hình Diamond của Porter thỏa mãn 2 tiêu chí này. Mô hình Diamond của Porter được cấu trúc xung quanh bốn yếu tố chính: (1) điều kiện của các yếu tố sản xuất, (2) điều kiện nhu cầu thị trường, (3) sự hỗ trợ và liên kết từ các ngành công nghiệp khác, (4) chiến lược và cơ cấu cạnh tranh nội bộ của ngành. Ngoài ra, có hai yếu tố quan trọng khác, bao gồm (5) cơ hội và (6) chính phủ, tác động gián tiếp nhưng đáng kể đến bốn yếu tố trên, qua đó ảnh hưởng đến NLCT quốc gia.



Hình 3. Mô hình Diamond

Nguồn: Porter, 1990

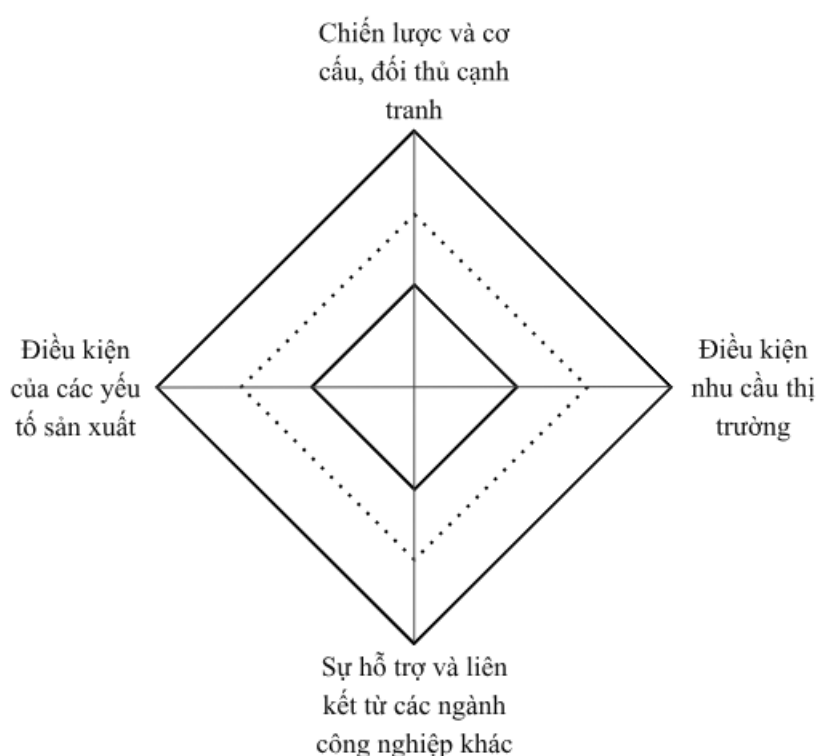
Kể từ khi được Porter công bố vào năm 1990, Mô hình Diamond đã được sử dụng rộng rãi trong việc phân tích sức mạnh của một hoặc một số quốc gia nhất định, nhằm đề xuất các phương hướng và biện pháp thúc đẩy sự phát triển (Fainshmidt và cộng sự, 2016). Những kết quả thu được từ các bài nghiên cứu cũng đã chứng minh được giá trị của khung lý thuyết trong việc phân tích NLCT. Nhiều học giả đã lập luận rằng mặc dù mô hình Diamond chứa đựng những biến số quan trọng, nhưng vẫn chưa đủ toàn diện để giải thích cho những nền kinh tế ngày càng phức tạp của thời đại hiện nay (Cho và Moon, 2022). Cartwright (1993) đã phân tích một số ngành công nghiệp tại New Zealand và phát hiện rằng các ngành này hoạt động tốt trên trường quốc tế, mặc dù chúng không đáp ứng các yêu cầu cần thiết cho sự thành công như được xác định trong mô hình Diamond của Porter (Rotterdam và cộng sự, 2007). Bên cạnh đó, O'Shaughnessy (1996), Rotterdam và cộng sự (2007) đã tuyên bố rằng Porter đã bỏ qua vai trò của lịch sử, văn hóa trong mô hình Diamond (Melih Astarlıoğlu, 2012).

Dù mô hình vẫn còn thiếu sót, nhưng chúng ta cần công nhận rằng giá trị mà Porter đã đóng góp là vô cùng lớn. Grant (1991) nhận định rằng những thiếu sót của mô hình là vô cùng nhỏ, so sánh với những thành tựu mà khung lý thuyết này đem lại (Melih Astarlıoğlu, 2012).

Nhìn chung, mô hình của Diamond của Porter đã cơ bản giải thích vì sao một quốc gia lại thành công trong một vài ngành công nghiệp nhất định mà không phải ở các ngành công nghiệp khác.

2.3. Mô hình Generalized Double Diamond (GDD)

Một số học giả về kinh doanh quốc tế đã phê bình rằng mô hình Diamond chủ yếu tập trung vào các yếu tố bên trong của quốc gia là nguồn gốc của NLCT quốc gia, bỏ qua vai trò của các hoạt động và ảnh hưởng đa quốc gia trong việc nâng cao NLCT (Cho và Moon, 2022). Rõ ràng trong kỷ nguyên toàn cầu hóa hiện nay, việc cần phải xem xét các yếu tố quốc tế là hợp lý và cần thiết để đánh giá NLCT của các quốc gia. Để giải quyết vấn đề này, Dunning (1992) đề xuất xem xét “hoạt động đa quốc gia” như một yếu tố ngoại cảnh thứ ba bên cạnh “cơ hội” và “chính phủ”, cần được bổ sung vào mô hình của Porter (Moon và cộng sự, 1998). Vì thế mô hình Diamond của Porter đã được mở rộng thành GDD (Moon, Rugman và Verbeke, 1995) để phù hợp với tất cả các nền kinh tế bằng cách tích hợp chính thức các hoạt động đa quốc gia giữa nội địa và quốc tế (Liu and Hsu 2009; Moon, Rugman and Verbeke 1998).



Hình 4. Mô hình Generalized Double Diamond (GDD)

Nguồn: Moon và cộng sự, 1995

Hình 4 có viên kim cương bên ngoài đại diện cho mô hình kim cương quốc tế và viên kim cương bên trong đại diện cho mô hình kim cương quốc nội. Kim cương được vẽ bằng nét đứt, nằm giữa hai viên kim cương là kim cương toàn diện, thể hiện NLCT của quốc gia được xác định bởi cả hai yếu tố trong nước và quốc tế (Moon, Rugman và Verbeke, 1995).

Trên thế giới, những doanh nghiệp từ các quốc gia nhỏ như Hàn Quốc hay Singapore đã dành sự quan tâm nhất định đến việc khai thác nguồn lực và thị trường không chỉ ở nội địa và mà còn ở quốc tế (Moon và cộng sự, 1998). Hướng đến mục tiêu toàn cầu cũng trở nên rất quan

trọng đối với các công ty đến từ các nền kinh tế lớn như Hoa Kỳ (Moon và cộng sự, 1998). Thực tế, khung lý thuyết này đã được áp dụng nhiều kể từ khi được công bố. Ví dụ, Birdwell và Kuo (2006) đã sử dụng mô hình này để so sánh ngành công nghiệp máy tính ở Trung Quốc và Đài Loan. H. Moon và Kim (2010) sử dụng nó để so sánh NLCT công nghiệp của Singapore và Hàn Quốc. Liu và Hsu (2009) sử dụng nó để so sánh NLCT kinh tế của Đài Loan và Hàn Quốc. Son và Kenji (2014) đã sử dụng nó để so sánh ngành thời trang của Trung Quốc, Hàn Quốc và Nhật Bản.

Tính toàn diện của GDD đã được xác nhận thông qua các nghiên cứu khoa học trước đây. Đây là cơ sở vững chắc để áp dụng mô hình này trong việc nghiên cứu và phân tích thị trường giày dép, đặc biệt trong bối cảnh của Trung Quốc, Ấn Độ và Việt Nam. Điều này nhấn mạnh khả năng ứng dụng và tính liên quan của mô hình trong phân tích so sánh thị trường giữa các nền kinh tế quốc gia khác nhau.

3. Phương pháp nghiên cứu

Bài nghiên cứu này sử dụng phối hợp cả phương pháp định tính và định lượng trong quá trình nghiên cứu để đánh giá sâu sắc các khía cạnh của năng lực cạnh tranh trong ngành giày dép ở 3 nước Việt Nam, Trung Quốc và Ấn Độ thông qua việc xem xét 4 yếu tố quyết định trong cả nội địa và quốc tế. Về khía cạnh định lượng, mô hình này đề xuất việc sử dụng các biến số và chỉ số quan trọng, như sản lượng kinh tế, giá trị và khối lượng xuất khẩu và hiệu suất sản xuất (Bảng 1), làm cơ sở để đánh giá khả năng cạnh tranh. Bên cạnh đó, mô hình còn tiếp cận phương pháp định tính thông tin qua việc đánh giá các yếu tố như chất lượng quản trị, độ đổi mới và sáng tạo và hỗ trợ chính sách từ phía chính phủ. Nhóm đã thu thập và nghiên cứu các đánh giá về mô hình GDD trên các bài nghiên cứu từ năm 2009 và đã có một số kết quả tốt về mô hình.

Tiếp theo nhóm thu thập số liệu và các chỉ số để đánh giá từng yếu tố quyết định trong cả nội địa và quốc tế. Vấn đề mấu chốt trong việc so sánh là ở cách chọn các biến để đại diện cho bốn yếu tố quyết định ở nội địa và quốc tế trong GDD. Những nghiên cứu trước của Rugman, Verbeke (1993), Sardy and Fetscherin (2009), Balcarová (2010) chỉ sử dụng một vài biến số nhất định đại diện cho NLCT. Tổng cộng, có 27 chỉ số đại diện cho 8 yếu tố quyết định của GDD.

Bảng 1. Biến số và chỉ số của mô hình GDD đối với ngành giày dép

Yếu tố quyết định	Biến số	Chỉ số
Điều kiện các yếu tố sản xuất	Quốc nội	
	Nhân tố cơ bản	Lương của người lao động trong ngành giày dép (USD/ giờ) Số lượng người lao động trong ngành giày dép (triệu người) Năng suất lao động trong ngành G&T (giờ/ người/ ngày)
	Nhân tố nâng cao	Chi phí cho nghiên cứu phát triển (% GDP)
	Quốc tế	
	Nhân tố nâng cao	Dòng vốn FDI đầu vào cho sản xuất (tỷ USD) Dòng vốn FDI đầu ra cho sản xuất (tỷ USD)
Điều kiện nhu cầu thị trường	Quốc nội	
	Kích thước	Tổng dân số (triệu người) GDP (triệu USD) Tỷ lệ việc làm (%)
	Sự tinh tế	GDP bình quân đầu người (USD) Chỉ số giáo dục Tỷ lệ chi tiêu của hộ gia đình cho ngành giày dép so với tổng thu nhập gộp (%)
	Quốc tế	
	Kích thước	Kim ngạch xuất khẩu của ngành giày dép (tỷ USD) Tỷ lệ tăng trưởng xuất khẩu trung bình của ngành giày dép (%)
Sự hỗ trợ và liên kết từ các ngành công nghiệp khác	Quốc nội	
	Ngành công nghiệp hỗ trợ	Sản lượng đầu ra ngành da và dệt may (nghìn tấn) Sản lượng đầu ra ngành cao su (nghìn tấn)
	Cơ sở hạ tầng hỗ trợ	Đường sắt (Tổng độ dài - km) Đường bộ, được nhựa hóa (% tổng đường đi) Chỉ số ICT
	Quốc tế	
		Kim ngạch xuất khẩu ngành da và dệt may (nghìn tấn) Kim ngạch xuất khẩu ngành cao su (nghìn tấn) Lưu lượng cảng biển (Triệu Teus) Vận tải hàng không (số chuyến bay của các hãng đã đăng ký trên toàn thế giới)
Chiến lược và cơ cấu, đối thủ cạnh tranh của ngành	Quốc nội	
	Đối thủ	Mức độ cạnh tranh cục bộ
	Bối cảnh kinh doanh	Điểm số World Bank DTF
	Quốc tế	
	Đối thủ	Thị phần của ngành giày dép trên trường quốc tế (%)
	Bối cảnh kinh doanh	Tỷ lệ thuế nhập khẩu trung bình đối với ngành công nghiệp giày dép (%)

Nguồn: Dựa trên những nghiên cứu của Vu và Pham (2016), Rugman và Verbeke (1993), Sardy and Fetscherin (2009), Balcarová (2010).

4. Vận dụng mô hình Generalized Double Diamond để đánh giá năng lực cạnh tranh ngành giày dép ở Trung Quốc, Ấn Độ và Việt Nam

4.1. Trung Quốc

Trong ngành hàng giày dép, Trung Quốc là quốc gia dẫn đầu năm 2022, với xấp xỉ 13 tỷ đôi giày dép được sản xuất, đóng góp vào sự thống trị của khu vực Châu Á - Thái Bình Dương trong ngành công nghiệp này (Smith, 2023). Trung Quốc cũng là quốc gia xuất khẩu giày dép lớn nhất thế giới với 7.89 tỷ đôi giày dép và giá trị xuất khẩu xấp xỉ 42.67 tỷ USD (Yihan Ma, 2022).

Dựa trên GDD, khi phân tích về viên kim cương thứ nhất, cụ thể trong điều kiện nhu cầu, Trung Quốc thể hiện rõ sự vượt trội so với các quốc gia khác. Về kích cỡ thị trường, tổng dân

số Trung Quốc năm 2023 là 1,409.67 triệu người (Textor, 2024), đứng thứ hai trên toàn thế giới, sau Ấn Độ và chính điều này cũng làm cho thị trường nội địa Trung Quốc trở nên tiềm năng đối với ngành hàng giày dép. Bên cạnh đó tỷ lệ việc làm ở Trung Quốc là 95% (The World Bank, 2022), tỷ lệ việc làm cao cho thấy Trung Quốc có một thị trường lao động ổn định và khả năng tạo ra việc làm cho dân số của mình. Điều này cũng cho thấy nền kinh tế đang phát triển mạnh mẽ và có khả năng duy trì mức tăng trưởng kinh tế ổn định. Về tổng sản phẩm quốc nội, Trung Quốc chiếm 17,700.9 tỷ USD, đứng thứ hai thế giới sau Mỹ (Textor, 2023). Khi xét đến yếu tố sự hỗ trợ và liên kết từ các ngành công nghiệp khác, sản lượng đầu ra của ngành dệt may Trung Quốc là 370 nghìn tấn, sản lượng đầu ra của ngành cao su là 853 nghìn tấn (OECD, 2022). Hai ngành này cung cấp nguyên liệu, phụ liệu, và hỗ trợ trong việc mở rộng thị trường, thúc đẩy đổi mới sáng tạo cho ngành giày dép. Khi phân tích về viên kim cương thứ hai, Trung Quốc dẫn đầu trong xuất khẩu ngành giày dép trên thế giới với giá trị xuất khẩu là 57,577 triệu USD (Smith, 2023). Ngành xuất khẩu giày dép của Trung Quốc cũng đạt tỷ lệ tăng trưởng từ 8.5% đến 17% trong khoảng thời gian từ năm 2011 đến năm 2014 (Yihan Ma, 2021).

Từ những phân tích trên ta có thể rút ra những xu hướng phát triển sắp tới của ngành giày dép Trung Quốc. Đối với đổi mới công nghệ, ngành công nghiệp giày dép của Trung Quốc dự kiến sẽ đầu tư nhiều hơn vào nghiên cứu và phát triển công nghệ mới để nâng cao hiệu suất lao động và chất lượng sản phẩm (Euromonitor International, 2023). Ngoài ra, xu hướng bảo vệ môi trường cũng sẽ đóng vai trò quan trọng trong phát triển của ngành giày dép Trung Quốc (China Leather Industry Association, 2023).

4.2. Ấn Độ

Ấn Độ là nước sản xuất giày dép lớn thứ hai toàn cầu sau Trung Quốc, chiếm 13% trong tổng sản lượng giày dép toàn cầu là 16 tỷ đôi. Nhập khẩu giày dép toàn cầu tăng từ 124.43 tỷ USD năm 2013 lên 134.943 tỷ USD năm 2017, tăng trưởng với tốc độ CAGR là 2.1%. Trong năm 2017, thị phần của Ấn Độ trong nhập khẩu toàn cầu là 2% (ITPO, 2019). Gần 90% xuất khẩu giày dép của Ấn Độ là sang các nước châu Âu và Mỹ.

Ở hầu hết các nước châu Á, tăng trưởng và phát triển kinh tế phụ thuộc vào hoạt động xuất khẩu (Tsen, 2006). Bernard & Jensen (1999) cho rằng xuất khẩu có mối quan hệ tích cực với tăng trưởng kinh tế và góp phần tăng năng suất của một quốc gia. Do đó việc phân tích NLCT quốc tế của Ấn Độ trong ngành giày dép là điều hết sức quan trọng để phát huy ưu thế của ngành giày dép trên thị trường quốc tế.

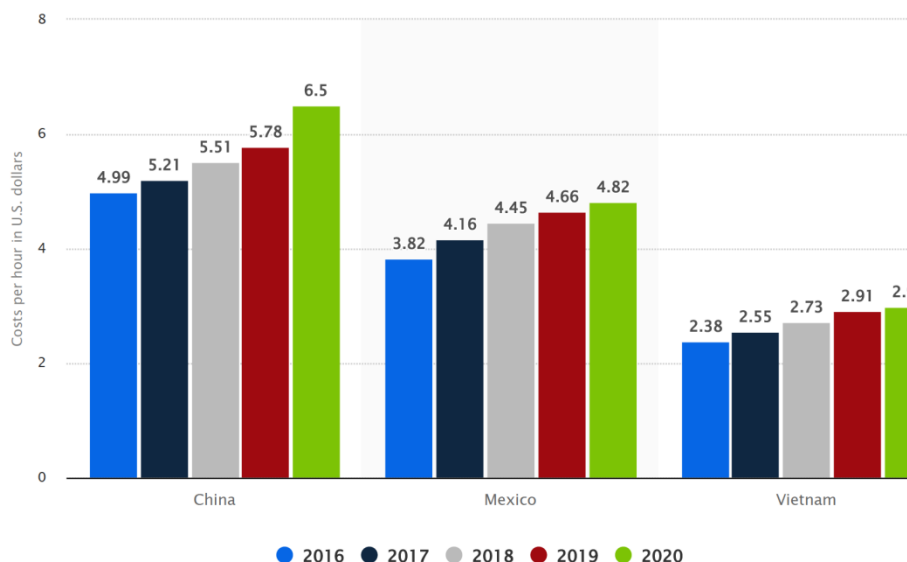
Dựa vào mô hình GDD, khi xét viên kim cương thứ nhất - Domestic Diamond, ngành giày dép của Ấn Độ có sự tác động và ảnh hưởng từ các ngành hỗ trợ. Sự tương tác này làm tăng khả năng cạnh tranh của ngành giày dép ở trên thị trường quốc tế. Trong đó, ngành da có tác động lớn đến ngành giày dép của Ấn Độ. Ấn Độ đứng trong số những quốc gia hàng đầu về sản xuất và xuất khẩu da (IBEF). Ngành công nghiệp da của Ấn Độ không chỉ cung cấp nguyên liệu chất lượng cao mà còn thúc đẩy sự đa dạng trong sản xuất giày dép. Việc cung cấp nguyên liệu da trong nước giúp giảm bớt chi phí nhập khẩu cho các nhà sản xuất giày dép. Điều này không chỉ giúp giảm chi phí sản xuất mà còn tăng khả năng cạnh tranh của sản phẩm giày dép Ấn Độ trên thị trường quốc tế. Khi xét đến yếu tố điều kiện sản xuất nội địa, Ấn Độ không những giữ lợi thế với số lượng lao động phổ thông lớn là 31,57 triệu người (The World Bank,

2022), quốc gia này còn có lợi thế về chi phí nhân công thấp, giúp làm tăng khả năng cạnh tranh của quốc gia trên thị trường quốc tế. Về yếu tố cầu nội địa, Ấn Độ là nước đông dân nhất thế giới nên nhu cầu về giày dép trong nước cao. Ấn Độ sản xuất 2065 triệu đôi các loại giày dép khác nhau, (giày da - 909 triệu đôi, mũ giày da - 100 triệu đôi và giày dép không phải da - 1056 triệu đôi). Ấn Độ xuất khẩu khoảng 115 triệu đôi. Như vậy, gần 95% sản lượng sản xuất của công ty là để đáp ứng nhu cầu trong nước (ITPO, 2019). Điều này cho thấy ngành giày dép của Ấn Độ trong thị trường nội địa có năng lực cạnh tranh cao.

Xét viên kim cương thứ hai - International Diamond, về điều kiện nhu cầu thị trường, xuất khẩu ngành giày dép và da của Ấn Độ dự kiến đạt 6 tỷ USD trong năm 2022 - 2023, theo Hội đồng Xuất khẩu Da Ấn Độ (CLE). Sự tăng trưởng này được thúc đẩy bởi nhu cầu tăng lên ở Mỹ và các thị trường mới như Trung Đông, Châu Phi và Mĩ Latinh. Các thỏa thuận thương mại tự do ký kết với UAE cũng được kỳ vọng sẽ đẩy mạnh xuất khẩu và tạo việc làm trong ngành. Từ tháng 4 đến tháng 6 năm 2023 - 2024, xuất khẩu giày dép của Ấn Độ đạt giá trị 511.44 triệu USD. Trong tổng số da và sản phẩm da xuất khẩu, phân khúc giày dép chiếm phần lớn xuất khẩu với tổng giá trị 649.92 triệu USD, tương đương 54.12% tổng xuất khẩu da và sản phẩm da.

4.3. Việt Nam

Khi so sánh NLCT quốc tế trong ngành dệt may của Việt Nam đối với Trung Quốc về viên kim cương thứ nhất - Domestic Diamond, ngoại trừ yếu tố điều kiện sản xuất, Việt Nam kém cạnh tranh hơn so với Trung Quốc ở tất cả các yếu tố quyết định trong nước (Huong & Lam, 2016). Nguyên nhân đằng sau việc đo lường các yếu tố điều kiện sản xuất của Việt Nam cao hơn là do nguồn lao động phổ thông dồi dào với chi phí thấp. Năm 2014, Việt Nam là quốc gia đông dân thứ 14 trên thế giới và có cơ cấu dân số vàng (CIA 2014). Tuy nhiên, hơn 80% lao động ở Việt Nam chưa qua đào tạo (Tổng cục Thống kê 2015), do đó được trả lương thấp. Hình 6 cho thấy chi phí lao động sản xuất mỗi giờ ở Việt Nam là 2.99 USD, thấp nhất so với Trung Quốc và Mexico. Điều này phản ánh rằng, trong bối cảnh toàn cầu, các doanh nghiệp xuất khẩu của Việt Nam đang liên tục khai thác lợi thế cạnh tranh từ nguồn lao động của mình, đồng thời gia tăng lợi thế so sánh đối với các sản phẩm giày dép phân khúc trung và thấp thông qua việc mở rộng sản xuất quy mô lớn, giảm chi phí và áp dụng các phương pháp sản xuất hiệu quả khác để nâng cao NLCT trên thị trường quốc tế.



Hình 5. Chi phí nhân công sản xuất mỗi giờ của Trung Quốc, Việt Nam, Mexico từ 2016 đến 2020 (U.S dollars)

Nguồn: Statista

Tuy nhiên, khi xét đến viên kim cương thứ 2 - International Diamond trong GDD trong ngành giày dép, lợi thế cạnh tranh về yếu tố điều kiện sản xuất của Việt Nam thấp hơn đáng kể so với các quốc gia lớn khác như Trung Quốc và Ấn Độ. Trung Quốc áp đảo Việt Nam về Điều kiện Yếu tố quốc tế vì FDI vào và ra nước ngoài cao (Zhou và Leung 2015). Dòng vốn FDI sản xuất vào Việt Nam chỉ bằng 3.76% và tương tự, dòng vốn FDI ra nước ngoài của Việt Nam chỉ bằng 2.72% so với của Trung Quốc (Trung tâm Thương mại Quốc tế, 2015). Tương tự, yếu tố công nghiệp hỗ trợ và liên quan của Việt Nam báo cáo kết quả đo lường thấp hơn nhiều so với Trung Quốc với cả bốn chỉ số đều kém cạnh tranh hơn. Khả năng vận chuyển hàng hóa ra thị trường quốc tế cũng yếu do chỉ số lưu thông cảng container bằng 4.77% và chỉ số vận tải hàng không bằng 4.31% của Trung Quốc (Huong & Lam, 2016). Thuộc tính này của Việt Nam là yếu nhất trong GDD và có sự khác biệt lớn nhất giữa Việt Nam và Trung Quốc, do đó cần được quan tâm toàn diện để cải thiện trong tương lai (Huong & Lam, 2016).

5. Thảo luận

Trong quá trình nghiên cứu và phân tích kể từ khi Porter giới thiệu mô hình Diamond, khung lý thuyết này đã chứng tỏ được giá trị trong việc phân tích NLCT ở nhiều quốc gia, bao gồm cả Việt Nam. Ở Việt Nam, mô hình đã được ứng dụng trong các ngành như hạt điều, ô tô, và chế biến gỗ. Tuy nhiên, mô hình này còn hạn chế ở việc không đầy đủ phản ánh các yếu tố quốc tế trong bối cảnh toàn cầu hóa. Các nghiên cứu liên quan đến các yếu tố quốc tế trong ngành công nghiệp Việt Nam vẫn còn hạn chế. Do đó, việc tiếp cận qua GDD có thể là lựa chọn phù hợp để phân tích NLCT của Việt Nam và các ngành công nghiệp trong thời điểm hiện tại.

Bảng 2. Bảng so sánh NLCT ngành giày dép ở Trung Quốc, Ấn Độ và Việt Nam

	Trung Quốc	Ấn Độ	Việt Nam
Home Diamond	Trong điều kiện nhu cầu, Trung Quốc thể hiện rõ sự vượt trội so với các quốc gia khác với tổng dân số năm 2023 là 1,409.67 triệu người.	Ngành giày dép của Ấn Độ có sự tác động và ảnh hưởng đáng kể từ các ngành hỗ trợ, đặc biệt là ngành da.	Ngoại trừ yếu tố điều kiện sản xuất, Việt Nam kém cạnh tranh hơn so với Trung Quốc ở tất cả các yếu tố quyết định trong nước.
	Khả năng vận chuyển hàng hóa quốc tế vượt trội.	Ngành giày dép ở Ấn Độ đã được cấp phép và không còn bị hạn chế. Chính phủ đã cho phép đầu tư trực tiếp nước ngoài 100% thông qua con đường tự động cho ngành công nghiệp giày dép.	Nguồn lao động phổ thông dồi dào với chi phí thấp. Mở rộng sản xuất quy mô lớn, giảm chi phí và áp dụng các phương pháp sản xuất hiệu quả khác đối với ngành giày dép để nâng cao NLCT.
Foreign Diamond	Trung Quốc áp đảo hai quốc gia còn lại về Điều kiện Yếu tố quốc tế vì FDI vào và ra nước ngoài cao.	Sự tăng trưởng trong tương lai của giày dép Ấn Độ sẽ tiếp tục được thúc đẩy bởi thị trường.	Việt Nam có lợi thế cạnh tranh trong yếu tố cầu vì đã tận dụng tốt các Hiệp định đối tác với EU
			Khả năng cạnh tranh quốc tế của Việt Nam trong yếu tố điều kiện và các ngành liên quan còn thấp do vốn FDI còn thấp và sự thiếu hụt về cơ sở hạ tầng.

Tổng quan, về viên kim cương nội địa, Việt Nam tỏ ra yếu thế hơn hai quốc gia còn lại trong tất cả các yếu tố, trừ yếu tố điều kiện. Nhưng trong viên kim cương thứ hai, Việt Nam thể hiện rõ tính cạnh tranh trong yếu tố nhu cầu. Nhưng khoảng cách lớn nhất được nhận thấy ở các ngành công nghiệp liên quan và hỗ trợ. Sự chênh lệch lớn thứ hai sẽ đến từ yếu tố điều kiện khi năng suất lao động của Việt Nam thấp hơn, cùng với đó là nguồn đầu tư giới hạn cho nghiên cứu và phát triển. Hơn nữa ngành giày dép Việt Nam đang phụ thuộc nhiều vào nguồn lao động giá rẻ và trở nên kém bền vững trong tương lai.

Những kết quả nghiên cứu đã chứng minh để có thể nâng cao khả năng cạnh tranh quốc tế, ngành giày dép Việt nam phải phát triển trên cả bốn yếu tố, đặc biệt là đặt trọng tâm vào nhóm ngành công nghiệp liên quan và hỗ trợ. Ngoài ra, cần đầu tư nhiều hơn vào đào tạo người lao động để nâng cao hiệu suất và đưa ra nguồn nhân lực chất lượng cao để mở rộng hoạt động nghiên cứu và phát triển.

6. Kết luận

Phân tích sâu rộng thông qua GDD giúp chúng ta nhận diện rõ ràng những NLCT khác biệt của ngành giày dép tại ba quốc gia: Việt Nam, Trung Quốc và Ấn Độ. Mô hình GDD không chỉ giúp phân tích lợi thế cạnh tranh của từng quốc gia mà còn phân tích các yếu tố quốc tế cùng với sự tương tác giữa thị trường trong nước và thị trường quốc tế. Từ đó, cung cấp một cái nhìn toàn diện hơn về lợi thế cạnh tranh của các quốc gia, đặc biệt là Việt Nam, trong bối cảnh toàn cầu. Tuy nhiên trên thực tế, do số liệu hạn chế cũng như sự khác biệt về hệ thống và phương pháp thống kê giữa Trung Quốc và Việt Nam, một số dữ liệu không có sẵn cho cả ba quốc gia. Do đó, một số đại lượng cho toàn bộ khu vực sản xuất đã được sử dụng thay vì các đại lượng cụ thể cho ngành giày dép bao gồm FDI vào, FDI ra và chi tiêu cho nghiên cứu.

Việt Nam cần đặt ưu tiên cao cho việc thúc đẩy các ngành công nghiệp hỗ trợ và liên quan. Tiếp theo là nhiệm vụ cải thiện Điều kiện Yếu tố bằng cách đầu tư nhiều hơn vào đào tạo nguồn nhân lực để nâng cao năng suất và đào tạo lao động có tay nghề cao nhằm cải thiện hoạt động nghiên cứu trong ngành. Cuối cùng, Việt Nam nên nỗ lực duy trì các thế mạnh hiện tại của mình so với Trung Quốc về tăng trưởng xuất khẩu giày dép và bối cảnh kinh doanh thuận lợi thông qua việc tận dụng các FTA hiện có cũng như EVFTA và TPP đầy hứa hẹn.

Bài báo đề xuất cải thiện nghiên cứu tương lai về ngành giày dép Việt Nam bằng cách khảo sát sâu và phỏng vấn các doanh nghiệp và Hiệp hội Giày Dép Việt Nam để thu thập dữ liệu chi tiết hơn về năng suất, R&D và FDI. Ngoài ra, để phân tích khả năng cạnh tranh quốc tế của ngành này một cách đa chiều, bài báo đề xuất so sánh Việt Nam với các quốc gia có quy mô tương tự như Bangladesh, Thổ Nhĩ Kỳ và Campuchia, thay vì chỉ so sánh với Ấn Độ và Trung Quốc.

Tài liệu tham khảo

ASTARLIOĞLU, M. (2012). “Moderating Effect of Porter’s Diamond Framework Between Firm Strategies and Export Performance: A Conceptual Model”.

Balcarová, P. (2010). *The generalized double diamond model—application for Czech Republic and Slovakia*. In: *2nd international PhD student conference in new economic challenges*, University of Masaryk University, Brno, 20–21 January

Cho, D.S & Moon, H.C. (2022). *The Competitiveness of Nations*. 1 : Navigating the US-China Trade War and the COVID-19 Global Pandemic.

Dyvik, E. H. (2024). “Manufacturing labor costs per hour: China, Vietnam”, *Mexico 2016-2020*.

E.W. Artto. (1987). “Relative total costs-an approach to competitiveness measurement of industries”, *Management International Review*, Vol. 27, pp. 47-58

Gray, H.P. (1991). “International Competitiveness: a Review Article [Review of the Competitive Advantage of Nations]”, *International Trade Journal*, Vol. 5 No. 5, pp. 503–17.

Hoang, L. T. P. & Pham, H. T. T. (2016). “An analysis of Vietnamese footwear manufacturers’ participation in the global value chain where they are and where they should proceed?”.

Jin, B. (2004). “Apparel industry in East Asian newly industrialized countries: Competitive Advantage”, *challenge and implications*.

Jin, B. & Moon, H. (2006). “The diamond approach to the competitiveness of Korea’s apparel industry: Michael Porter and beyond”.

Leather industry: Indian Leather Exports & Manufacturers in India: IBEF.

Ma, Y. (2021). “China: Footwear export value growth 2017”, Available at: <https://www.statista.com/statistics/1025599/china-footwear-export-value-growth/>

Ma, Y. (2022). China: Footwear export value.

Moon, H. C. (1998). “A generalized double diamond approach to the global competitiveness of Korea and Singapore”.

N. R. Swanson, H. White. (1997). “Forecasting economic time series using flexible versus fixed specification and linear versus nonlinear econometric models”, *International Journal of Forecasting*, Vol. 13 No. 4, pp. 439-461.

O’Shaughnessy, N.J. (1996). “Michael Porter’s Competitive Advantage revisited”, *Management Decision*, Vol. 34 No. 6.

Porter, M. E. (1990). “Competitive Advantage of Nations”, *Harvard Business Review*, Available at: <https://hbr.org/1990/03/the-competitive-advantage-of-nations>.

Porter, M.E. (1985). “Competitive advantage creating and sustaining superior performance”, *Harvard Business Review*.

Psofogiorgos, Nikolaos. (2015). “Porter vs Krugman: History, Analysis and Critique of Regional Competitiveness”.

Published by Statista Research Department & 23, F. (2024). “China: Footwear production volume 2021”.

Rotterdam, M., Roza, L., & Martinez, J. (2007). Issue of Competitiveness.

Rugman AM, Verbeke A. (1993) “Foreign subsidiaries and multinational strategic management: an extension and correction of Porter’s single diamond framework”, *Manag Int Rev* 33:71–84

Şahin, Ş. Ö. (2008). “A new perspective in competitiveness of nations”.

Sardy M, Fetscherin M (2009). “A double diamond comparison of the automotive industry of China, India, and South Korea”, *Compet Forum*, Vol. 7 No. 1, pp. 6–16.

Scalco, A., Straub, M., Wang, J. & Zipser, D. (2023). “Winning in China: Top priorities for global apparel and fashion brands”.

Schmitz, H. (2006). “Learning and earning in global garment and footwear chains - the European Journal of Development Research”.

Smith, P. (2023). “Leading 10 global footwear producers by country 2022”.

Smith, P. (2023b). “Leading footwear exporters based on Export Value Worldwide 2022”.

Smith, S.C. (1993). “The Competitive Advantage of Nations [Review of the Competitive Advantage of Nations]”, *Journal of Development Economics*, Vol. 40 No. 2, pp. 399–404

Son, M. (2014). “A comparative analysis on the competitiveness of the Korean, Chinese and Japanese Fashion Industries: The generalized double diamond model approach”.

Textor, C. & 10, O. (2023). “China: GDP at current prices 1985-2028”.

The Competitive Advantages of the Vietnam Footwear Industry: An Analysis Author & abs.

The World Footwear 2022 Yearbook. (2022).

The World Footwear 2023 Yearbook. (2023).

Trung tâm WTO và Hội nhập,. (2023). “Tổng Hợp Các Fta Của Việt Nam Tính đến Tháng 08/2023”.

Vu, H. T. & Pham, L. C. (2016). “A dynamic approach to assess international competitiveness of Vietnam’s garment and textile industry – springerplus”.

Vuong, Q. H. & Napier, N. K. (2014). “Resource curse or destructive creation in transition: Evidence from Vietnam’s corporate sector”.

Vuong, T. T., Semerák , V. & Vuong, Q. H. (1970). “The Vietnamese economy at the Crossroads”.

X. Sala-i-Martin, E.V. Artadi. (2004). *The Global Competitiveness Index. In The Global Competitiveness Report 2004-2005*, Oxford University Press for the World Economic Forum, New York.

Xuan Thi Thanh Phan & Cuong Hung Pham & Long Pham. (2016). “The Competitive Advantages of Vietnam Footwear Industry: An Analysis”, *International Journal of Financial Research*, Sciedu Press, Vol. 7 No. 3, pp. 65-80.