

Xuất khẩu gạo và thủy sản nhìn từ lợi thế cạnh tranh

VÕ HÙNG DŨNG

Bài viết vận dụng quan điểm của hai chiến lược gia về lý thuyết cạnh tranh quốc tế là M. Porter và M. Fairbank để phân tích toàn diện về hai ngành có vị trí rất quan trọng trong lĩnh vực sản xuất và xuất khẩu của nước ta: lúa gạo và thủy sản (cá Tra). Một số bài học kinh nghiệm, định hướng phát triển chiến lược có tính bền vững cũng được tác giả nêu rõ.

1. Các quan điểm cơ bản của M. Porter về lợi thế cạnh tranh

Các quan niệm của M. Porter về:

Cạnh tranh và lợi thế cạnh tranh

Cạnh tranh, theo Porter (1985) là vấn đề cơ bản quyết định sự thành công hay thất bại của doanh nghiệp. Mỗi doanh nghiệp trong hoạt động của mình luôn chịu sức ép từ nhiều phía: (i) các đối thủ hiện tại trong ngành, (ii) các sản phẩm thay thế, (iii) các đối thủ tiềm năng sắp nhập cuộc, (iv) sức mạnh thương lượng của người bán, (v) sức mạnh thương lượng của người mua.

Lợi thế cạnh tranh theo Porter (1985) là giá trị mà doanh nghiệp tạo ra cho khách hàng, dưới dạng giá cả thấp hơn đối thủ cạnh tranh, hoặc do việc cung cấp những lợi ích vượt trội so với đối thủ khiến người mua chấp nhận một mức giá cao hơn. Có 2 loại lợi thế cạnh tranh cơ bản: chi phí tối ưu (cost leadership) và khác biệt hóa (differentiation). Lợi thế cạnh tranh giúp chiến lược trở nên vững chắc hơn. Các doanh nghiệp chỉ đạt được thành công so với đối thủ của mình nếu họ sở hữu lợi thế cạnh tranh bền vững.

Chiến lược cạnh tranh

Ba chiến lược cạnh tranh phổ biến là: (i) chiến lược cạnh tranh về chi phí, (ii) chiến lược khác biệt hóa và (iii) chiến lược tập trung hóa vào một phân khúc, hoặc một nhóm khách hàng mục tiêu.

Với chiến lược tập trung hóa có thể tập trung hóa vào chi phí, hoặc tập trung hóa

vào khác biệt. Chiến lược cạnh tranh về giá là chiến lược đơn giản, dễ áp dụng và thường được sử dụng bởi các công ty ở các nước tận dụng lợi thế so sánh.

Chiến lược cạnh tranh về chi phí thường được thiết kế nhằm mục tiêu giành thị phần, thường được sử dụng với những công ty mới nhập cuộc. Cuộc chiến giảm giá là cuộc chiến rất dễ gây tổn thương cho các đối thủ nhập cuộc. Để có thể giảm chi phí liên tục đòi hỏi công ty đó phải có khả năng vốn rất cao, hoặc sự đầu tư và đổi mới công nghệ có hiệu quả. Nếu không có cả hai điều đó, thì các công ty này sẽ nhanh chóng rời bỏ thị trường sau thời gian nhập cuộc.

Lợi thế cạnh tranh của các quốc gia

Trước khi đi vào nội dung lợi thế cạnh tranh, M. Porter (1990) đã đề cập đến lợi thế so sánh, một quan niệm đã có từ lâu trong thương mại quốc tế. Lợi thế so sánh được hiểu rằng, mỗi quốc gia sẽ được lợi qua trao đổi nếu tập trung vào những hàng hóa mà mình sản xuất với chi phí tương đối thấp.

M. Fairbank (tác giả một nghiên cứu mà Porter có trích dẫn trong lời giới thiệu quyển sách xuất bản năm 1998) đưa ra kết luận: các nước đang phát triển đã sai lầm trong lựa chọn phương thức cạnh tranh². Một trong những

Võ Hùng Dũng, TS., VCCI Cần Thơ.

1. Cả 3 quyển này với phiên bản tiếng Việt đã được Nhà xuất bản Trẻ xuất bản năm 2008.

2. Michael Fairbanks, Stace Lindsay, *Plowing the sea*, 1997. Bản dịch của Chương trình giảng dạy kinh tế Fulbright.

sai lầm mà Fairbanks chỉ ra là việc các nước đang phát triển đã quá phụ thuộc vào các yếu tố sản xuất căn bản (chỉ lợi thế so sánh). Đó là việc các nhà sản xuất nội địa cho rằng, các lợi thế về tài nguyên thiên nhiên và chi phí nhân công rẻ sẽ giúp họ đạt được vị trí dẫn đầu trong các thị trường xuất khẩu và do đó họ đã không tạo ra được điều kiện thuận lợi để cải thiện công việc. (Fairbank, 1997).

Khung hình thoi / mô hình kim cương của Porter

Để giải thích nguồn gốc tạo nên lợi thế cạnh tranh quốc gia, M. Porter đưa ra 4 nhân tố trong một cấu trúc hình thoi để giải thích, bao gồm: (1) các điều kiện về yếu tố sản xuất, (2) các điều kiện về cầu, (3) các ngành công nghiệp liên quan và hỗ trợ, (4) chiến lược, cấu trúc và cạnh tranh của các công ty.

Cấu trúc ngành được nêu chủ yếu bởi đặc tính kỹ thuật, công nghệ của ngành đó làm cho nó có sự khác biệt với ngành khác. Công nghệ thay đổi sẽ làm chiến lược cạnh tranh của các hãng thay đổi.

Các ngành công nghiệp liên quan và hỗ trợ giúp cho các ngành chính yếu đang hoạt động thuận lợi, chuyên môn hóa sâu để tăng sức cạnh tranh. Bản thân các ngành liên quan và hỗ trợ, đến lượt nó lại là đối tượng chính cũng cần những hoạt động hỗ trợ và các ngành liên quan khác. Sự đan xen này hình thành những tổ hợp phức tạp, càng phát triển thì càng đòi hỏi sự mở rộng, liên kết chặt chẽ tạo nên lợi thế trong cạnh tranh, mà các thành phần tham gia trong đó đều được hưởng lợi. Lợi thế này không chỉ nhờ kinh tế quy mô mà là lợi thế tạo nên bởi các cụm ngành (cluster).

Các điều kiện về cầu nhấn mạnh đến đặc tính của nhu cầu trong nước. Trong kinh tế vi mô cầu là cơ sở của cung. Cầu gia tăng sẽ thúc đẩy gia tăng sản xuất. Lý thuyết cạnh tranh của Porter nhấn mạnh đến đặc tính của cầu như là yếu tố dẫn đến lựa chọn công nghệ và cấu trúc quản lý của các nhà sản

xuất địa phương để có những sản phẩm có tính khác biệt.

Các điều kiện nhân tố, đầu vào. Bao gồm các yếu tố tài nguyên, lao động, đất đai, vị trí, vốn, cơ sở hạ tầng. M. Porter không loại trừ các yếu tố đầu vào đất đai, lao động, tài nguyên như một nguồn ban đầu để tạo lợi thế cạnh tranh. Nhưng lợi thế cạnh tranh là được tạo ra chứ không do kế thừa mà có. Porter, và đặc biệt ở Fairbanks phê phán cách sử dụng các yếu tố tài nguyên mà không thể nâng cấp, không biến nó thành lợi thế cạnh tranh.

Sự phát triển của khung hình thoi được gọi là mô hình kim cương khi Porter đưa thêm vào đó nhân tố chính phủ.

Chính phủ đóng vai trò quan trọng trong các nhân tố cạnh tranh với tư cách người đặt hàng, đưa ra các điều kiện về cầu, các chương trình đầu tư, chương trình đào tạo, nâng cấp yếu tố sản xuất, đưa ra các quy định về thể chế, tạo lập môi trường kinh doanh, yếu tố cơ bản để phát triển kinh doanh ở mỗi đất nước. Hành vi chính phủ tác động đến tất cả các yếu tố trong hình thoi có thể làm thay đổi năng lực cạnh tranh quốc gia, nhưng cũng có thể tác động làm xấu thêm bức tranh nếu năng lực chính phủ yếu kém.

Chuỗi giá trị

Chuỗi giá trị là khái niệm quan trọng trong lý thuyết cạnh tranh của M. Porter, nó cũng là công cụ cơ bản để thực hiện lợi thế cạnh tranh của doanh nghiệp. (Porter 1985).

Chuỗi giá trị của một doanh nghiệp là tập hợp của các hoạt động thiết kế, sản xuất, bán hàng, phân phối và hỗ trợ sản phẩm của doanh nghiệp đó. Đó là một hệ thống các hoạt động phụ thuộc lẫn nhau, được kết nối với nhau bằng những liên kết. Liên kết dọc trong chuỗi giá trị của doanh nghiệp là sự liên kết với phía nhà cung cấp, hoặc với người mua (kênh phân phối) hoặc cả hai, là cách thức để doanh nghiệp tăng cường lợi thế cạnh tranh của mình. Doanh nghiệp cần quản lý chuỗi giá trị như một hệ

thống hơn là một tập hợp các bộ phận rời rạc. (Porter, 1985).

Khi bàn đến lợi thế cạnh tranh quốc gia, khái niệm về chuỗi giá trị của doanh nghiệp đã được bổ sung với cách hiểu là một hệ thống.

Hệ thống chuỗi giá trị bao gồm các nhà cung cấp đầu vào (như nguyên liệu thô, linh kiện hợp thành, máy móc và dịch vụ), chuỗi giá trị của kênh phân phối và chuỗi giá trị của người mua. Doanh nghiệp có thể tạo ra lợi thế cạnh tranh bằng cách tối ưu hóa hoặc phối hợp những liên kết với bên ngoài tốt hơn, nhưng lợi thế cạnh tranh ngày càng phụ thuộc vào cách một công ty quản lý toàn bộ hệ thống này (Porter 1990).

Nâng cấp chuỗi giá trị là nâng cấp toàn bộ năng lực của cả một hệ thống, điều này vốn hết sức phức tạp, nên việc tạo năng lực cạnh tranh thường được làm ở khâu mạnh nhất có tác động lôi kéo, các khâu yếu kém sẽ được điều chỉnh ngay khi phát hiện. Việc định hình lại một chuỗi giá trị, bằng cách phân bố, sắp xếp và phân loại lại, hay thậm chí loại bỏ các hoạt động không cần thiết có thể dẫn đến sự cải thiện lớn vị trí cạnh tranh.

Cụm ngành (industry cluster / business cluster)

Cụm ngành (cluster) là sự tập hợp về mặt địa lý các doanh nghiệp có cùng ngành nghề, hoặc thuộc các ngành nghề có liên quan gần nhau. Bao gồm một nhóm: (i) các doanh nghiệp hạt nhân, (ii) các nhà sản xuất cung cấp các dịch vụ đầu vào, máy móc thiết bị, (iii) dịch vụ và các hoạt động liên quan. Cụm ngành còn bao gồm các cơ sở hạ tầng, các nhà cung cấp dịch vụ logistics, các tổ chức chuyên môn đào tạo, giáo dục, cung cấp thông tin, nghiên cứu và hỗ trợ kỹ thuật, các hiệp hội chuyên ngành.

Hình thành cụm ngành là yếu tố quan trọng trong xây dựng năng lực cạnh tranh quốc gia. Nâng cấp cụm ngành là yếu tố mà Porter nêu nhiều trong các nghiên cứu và trình bày sau này, xem đó như là một trong các điều kiện hàng đầu tạo lập lợi thế cạnh tranh bền vững quốc gia.

Các tiếp cận về lý thuyết cạnh tranh của Porter được biết nhiều hơn khi Thủ tướng Phan Văn Khải sang Hoa Kỳ và gặp giáo sư M. Porter. Năm 2008, giáo sư Porter sang Việt Nam và có cuộc hội thảo tại TP Hồ Chí Minh, Nhà xuất bản Trẻ xuất bản cả 3 quyển sách của ông. Tháng 11-2010, giáo sư M. Porter trở lại Việt Nam, lần này ông chủ trì cuộc hội thảo giới thiệu Báo cáo Năng lực cạnh tranh quốc gia của Việt Nam. Giờ đây, lý thuyết lợi thế cạnh tranh của M. Porter được nhiều người trong giới nghiên cứu, sinh viên, các nhà kinh doanh biết nhiều.

2. Xuất khẩu lúa gạo

Xuất khẩu lúa gạo ở vùng ĐBSCL đã trải qua lịch sử hơn 100 năm, nhưng qua nhiều lần gián đoạn³.

Từ năm 1975-1985 sản xuất lúa gạo phục hồi rất chậm, cung không đủ cầu. Thiếu hụt lương thực là nguyên nhân quan trọng của tình trạng lạm phát cao trong các năm này.

Sự thay đổi chính sách với nông nghiệp, cùng những nỗ lực lớn trong chương trình khai phá vùng Đồng Tháp Mười và Tứ giác Long Xuyên đã tăng thêm được diện tích đất trồng lúa. Sản lượng đã tăng 5,3% năm trong các năm 1986-1990, gấp đôi con số 2,4% trong các năm 1976-1980. Trong các năm 1987-1988 vùng ĐBSCL đã bắt đầu xuất khẩu với số lượng nhỏ vài chục nghìn tấn. Đến năm 1989,

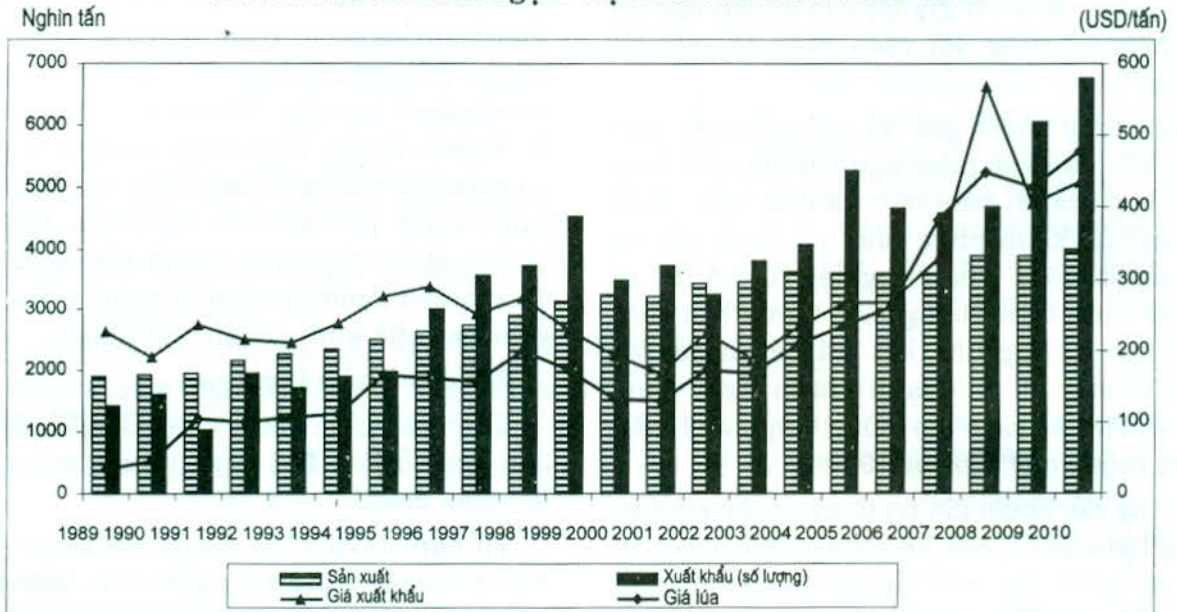
3. Các số liệu ghi nhận không đầy đủ và liên tục. Chẳng hạn: năm 1908, Nam kỳ xuất khẩu hơn 1,3 triệu tấn (Báo cáo đề dẫn Kinh xáng Xà No, Festival lúa gạo Việt Nam lần thứ 1, Hậu Giang, tháng 11-2009, dẫn theo *Nam Bộ xưa và nay*, Nxb TP. Hồ Chí Minh và *Tạp chí Xưa và nay* (1999).

Nguồn khác cho biết: gạo xuất khẩu trong các năm 1913-1917, và sau đó là 1928-1932 đã chiếm hơn 60% kim ngạch xuất khẩu của Đông Dương thuộc Pháp (Nguyễn Thế Anh, Việt Nam thời Pháp đô hộ, Nxb Văn học, 2008). Gạo cũng đã được xuất khẩu trong những năm chính quyền Sài Gòn: 470 nghìn tấn năm 1958, 832 nghìn tấn năm 1960, nhưng chỉ còn 16,5 nghìn tấn năm 1964. Gạo và cao su là 2 mặt hàng xuất khẩu chính của miền Nam, chiếm đến 90% kim ngạch xuất khẩu. Hồ Thới Sang, Kinh tế Việt Nam, Sài Gòn, 1969.

khi Chính phủ đồng ý cho xuất khẩu gạo, thì số lượng tăng lên đến 1,4 triệu tấn, kim ngạch

hơn 320 triệu USD mở đầu cho thời kỳ Việt Nam trở lại thị trường xuất khẩu gạo quốc tế.

HÌNH 1: Xuất khẩu gạo Việt Nam từ năm 1989-2010



Nguồn: Hiệp hội Lương thực Việt Nam và tác giả thu thập, xử lý.

- Từ năm 1989-1995: trung bình sản xuất tăng 4,7%/năm; xuất khẩu tăng 5,7% năm, giá lúa tăng 29,8%/năm.
- Từ năm 1996-1999: trung bình sản xuất tăng 5,9%/năm, xuất khẩu tăng 22,7% năm, giá lúa tăng 1,2%/năm.
- Từ năm 2000-2004: trung bình sản xuất tăng 2,9%/năm; xuất khẩu giảm -2,1% năm, giá lúa tăng 3,8%/năm.
- Từ năm 2005-2010: trung bình sản xuất tăng 1,7%/năm; xuất khẩu tăng 8,4% năm, giá lúa tăng 14,7%/năm.

Từ năm 1989 đến 2010, Việt Nam đã xuất khẩu 76,5 triệu tấn gạo, với kim ngạch 21,5 tỷ USD. Lúa gạo đã trở thành 1 trong 10 mặt hàng có kim ngạch xuất khẩu trên 1 tỷ USD từ năm 1998 và trên 2 tỷ USD từ năm 2008 đến nay.

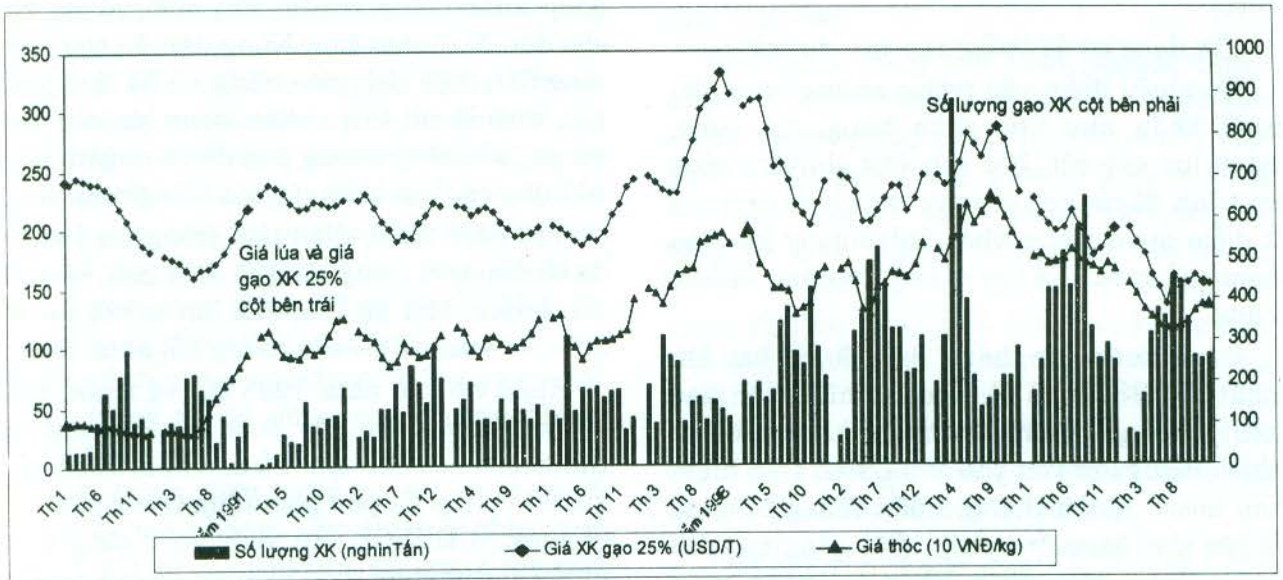
Trong 6 năm, từ 2005 đến 2010, xuất khẩu 32 triệu tấn gạo chiếm 42% số lượng, 11,8 tỷ USD chiếm 56% về tổng trị giá. Năm 2010 so năm 1989 sản xuất lúa cao gấp 2,1 lần; xuất khẩu (số lượng) gấp 4,6 lần; giá xuất khẩu trung bình cao gấp 2 lần, giá lúa trung bình cao gấp 15 lần. Về mặt nào đó, đây là thành tích của ngành nông nghiệp, kể đến là các nhà xuất khẩu gạo, đặc biệt là với Hiệp hội Lương thực Việt Nam (VFA).

Tuy nhiên cũng có không ít những than phiền, thậm chí là những phê phán rất nặng nề về các nhà xuất khẩu, về trung

gian thương lái. Các phê phán đôi khi lại là những nhận xét như “Việt Nam là nước xuất khẩu gạo đứng hàng thứ 2 trên thế giới nhưng nông dân không giàu”? Và rằng “Việt Nam xuất khẩu gạo nhiều nhưng thu nhập của nông dân trồng lúa vẫn thấp”. Cũng có những câu hỏi dai dẳng vì sao giá gạo xuất khẩu của Việt Nam hiện vẫn thấp hơn Thái Lan tới mấy mươi USD một tấn?

Sự xuất hiện của Việt Nam trên thị trường lúa gạo quốc tế vào năm 1989 với số lượng lên đến gần 1,5 triệu tấn là một cú bất ngờ nằm ngoài dự báo. Vì trước đó Việt Nam vẫn còn nhập khẩu lương thực và vay mượn gạo của Ấn Độ. Ngay khi xuất khẩu ra thị trường thế giới với khối lượng lớn, giá xuất khẩu đã lập tức giảm, giảm rất sâu, mãi đến năm 1991 mới phục hồi lại gần bằng mức của đầu năm 1989.

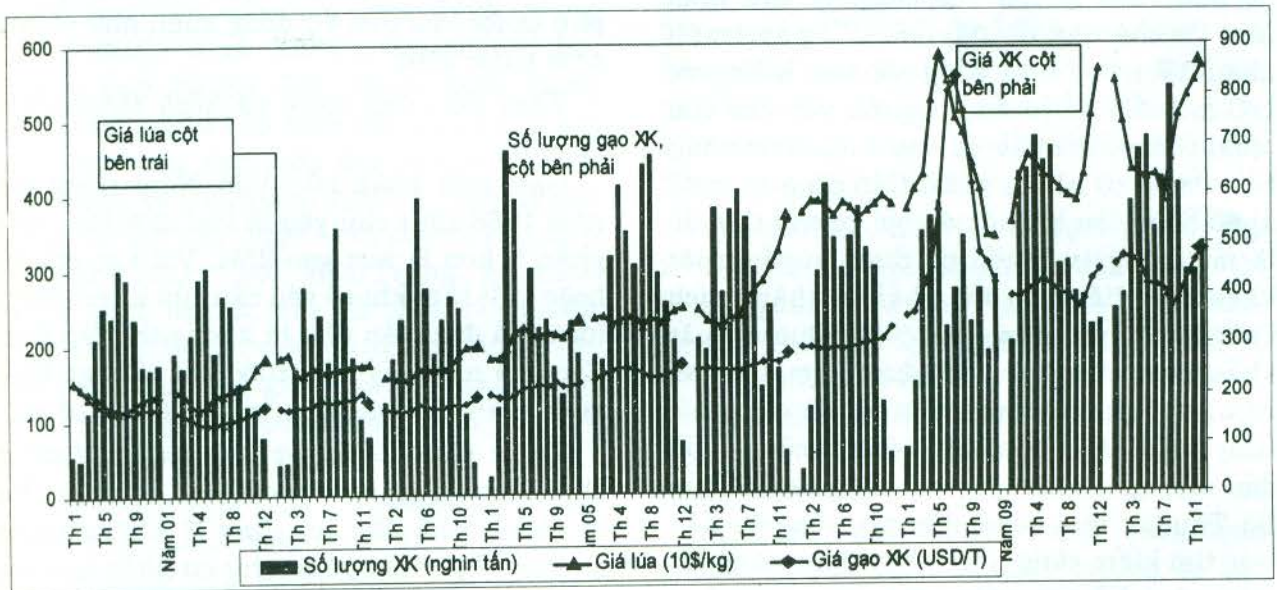
HÌNH 2: Số lượng xuất khẩu, giá xuất khẩu gạo và giá lúa hàng tháng từ năm 1989-2000



Nguồn: Số liệu từ Tổng cục Thống kê, VFA và tác giả thu thập và xử lý.

Hình 2: giá lúa xuống thấp trong thời vụ đông xuân của những năm đầu xuất khẩu. Giá xuất khẩu tăng vào các tháng cuối năm và đầu năm sau. Giá xuất khẩu cũng thường tăng vào lúc khối lượng xuất khẩu đã ít đi, sau những tháng xuất khẩu hàng nhiều.

HÌNH 3: Số lượng xuất khẩu, giá xuất khẩu gạo và giá lúa hàng tháng từ năm 2000-2010



Nguồn: Số liệu từ Tổng cục Thống kê, VFA và tác giả thu thập và xử lý
 Hình 3: ghi nhận giá cả tăng vọt từ sau năm 2006, đặc biệt là năm 2008.

Giá cả là động lực chính của việc gia tăng sản lượng. Hình 2 và 3, biên độ giá xuất khẩu và giá lúa giữ khoảng cách rất cao trong những năm 1989-1996, thu hẹp dần

trong những năm sau đó, khoảng cách này mở rộng trở lại trong các năm từ 2006 đến 2010. Trong những năm biên độ chênh lệch mở rộng sản xuất gia tăng, những năm biên

độ thu hẹp làm thu hẹp diện tích, tăng chậm (hiệu ứng còn kéo dài trong một số năm tiếp theo).

Tín dụng và hệ thống xay xát, dự trữ

Có nhiều điểm yếu trong những năm đầu xuất khẩu như kho chứa hàng, tín dụng, năng lực xay xát, bốc xếp vận chuyển, cảng và trình độ của các công ty xuất khẩu, nhưng 2 điểm quan trọng nhất ảnh hưởng lớn đến hiệu quả xuất khẩu là cơ chế tín dụng và kho hàng.

Đông xuân (từ tháng 3-5) là vụ lúa lớn nhất ở ĐBSCL và là nguồn chính cho gạo xuất khẩu cả năm. Do thiếu kho chứa và thiếu cả nguồn vốn thu mua, nên thời điểm thu hoạch rộ (từ tháng 3 đến tháng 5) cũng là lúc giá lúa xuống thấp. Các công ty xuất khẩu thiếu vốn, ngân hàng lại ngần ngại trong việc cung cấp vốn cho hoạt động thu mua.

Cơ chế của ngân hàng là các công ty xuất khẩu phải có hợp đồng, ngân hàng mới có kế hoạch cho vay. Và khi L/C được mở thì họ mới tháo khoán cho công ty thu mua lúa. Cơ chế này đã đẩy các công ty tranh nhau ký trước hợp đồng và tìm kiếm các L/C mở sớm để có được nguồn vốn cho thu mua. Giá xuất khẩu do vậy luôn luôn thấp bởi sức ép từ nhiều phía. Các công ty xuất khẩu cũng còn bị thúc ép bởi cơ chế thời đó là một công ty muốn có được quyền xuất khẩu trực tiếp gạo thì phải có thành tích xuất khẩu của năm trước đó. Quota xuất khẩu của năm hiện tại được dựa trên số lượng xuất khẩu năm trước đó. Và rằng mỗi tỉnh (ở ĐBSCL) cũng chỉ có một công ty là đầu mối xuất khẩu gạo mà thôi. Cơ chế của Bộ Thương mại cũng đẩy các công ty đến việc tìm kiếm càng nhiều hợp đồng càng tốt mà không hề quan tâm đến giá cả. Những cơ chế kỳ lạ như vậy ngày nay sẽ là rất khó hiểu. Nhưng với cơ chế đang áp dụng hiện nay, 10 năm sau, một số điểm có thể cũng có ý nghĩa tương tự như vậy.

Thay đổi cơ cấu mùa vụ, đóng góp quan trọng xuất khẩu gạo Việt Nam

Theo quy luật hàng năm, giá lúa giảm xuống rất thấp trong thời vụ thu hoạch lúa đông xuân, tăng trở lại vào cuối vụ hè thu cho đến đầu năm sau. Nông dân đã tìm cách tăng dần diện tích gieo trồng vụ hè thu, bước tiếp theo là cải thiện chất lượng lúa của thời vụ này khi tăng cường đắp đê bao ngăn lũ và sử dụng các loại máy sấy lúa trong mùa mưa.

Vào năm 2000, diện tích trồng lúa hè thu đã chiếm 48% trong tổng số diện tích, và 42% sản lượng. Một sự thay đổi lớn so với con số 35% diện tích, 34% sản lượng hồi năm 1990.

Khác với các năm 1995 trở về trước, thời vụ đông xuân sau này được bắt đầu sớm và thu hoạch kéo dài hơn. Từ sau năm 2000, sản xuất 2 vụ lúa đã phổ biến rộng trong phạm vi cả nước, ở ĐBSCL sản xuất vụ 3 cũng được nhiều địa phương thực hiện.

Việc chuyển dịch sang cơ cấu mùa vụ mới đã giúp tiết kiệm chi phí xây dựng kho hàng, chi phí lưu kho và bảo quản, đã giúp hạt gạo Việt Nam có thêm sức cạnh tranh mới. Năng lực xuất khẩu được cải thiện, việc giao hàng được thực hiện quanh năm chứ không còn phụ thuộc vào thời vụ đông xuân như những năm trước 2000.

Thay đổi công nghệ và hình thành cụm ngành

Gạo xuất khẩu của Việt Nam trong các năm 1988-1991 chủ yếu là loại 35% tấm, một phần ít hơn là loại gạo 25%. Với loại gạo 10 hoặc 15% tấm khi có yêu cầu của khách hàng lúc đó là điều gần như là không thể đáp ứng. Các nhà máy xay xát trước khi có hoạt động xuất khẩu đã trong tình trạng hết sức bệ rạc.

Trước năm 1975, các nhà máy xay xát ở ĐBSCL nằm trong tay các chủ tư nhân. Họ là những nhà đầu tư, cũng là những người am hiểu kỹ thuật cũng như sự phân loại lúa gạo. Sự chuyển giao vào tay nhà nước trong thời kỳ cải tạo công thương nghiệp đã loại bỏ các chủ nhà máy và những người có trình độ kỹ thuật. Khi nhu cầu xuất khẩu loại gạo có phẩm chất cao hơn xuất hiện đã lôi kéo những người này trở lại làm việc cùng với dòng đầu tư tư nhân vào lĩnh vực này.

Năm 1989, Công ty Lương thực TP Hồ Chí Minh nhập khẩu dây chuyền thiết bị xay xát lúa của hãng Satake, Nhật trang bị cho nhà máy quy mô lớn được xây dựng bên bờ sông Bình Điền, huyện Bình Chánh nhằm nâng cao khả năng chế biến lúa gạo xuất khẩu. Hai năm sau đó, một công ty khác của Bộ Thương mại nhập khẩu 3 dây chuyền xay xát lúa của hãng Yanmar với quy mô nhỏ hơn trang bị cho các nhà máy nằm trong vùng Đồng Tháp Mười. Mặc dù việc nhập khẩu các dây chuyền này đã trở thành gánh nặng nợ nần của 2 công ty nói trên, nhưng nó đã đóng góp cho ngành cơ khí Việt Nam khi các kỹ sư tìm cách tiếp cận quy trình công nghệ và các thiết bị để sao chép, mô phỏng. Các thiết bị được chế tạo với giá rẻ hơn, thuận lợi trong lắp ráp và bảo hành đã đáp ứng nhu cầu của các nhà đầu tư tư nhân, tạo nên một phân khúc mới trong ngành xay xát, đó là hoạt động đánh bóng gạo, đấu trộn tẩm cung cấp cho các nhà xuất khẩu⁴.

Chính điều này đã xuất hiện 2 cụm ngành gạo đầu tiên vào năm 1995, trong vùng ĐBSCL ở xã An Cư, huyện Cái Bè, Tiền Giang và Sa Đéc thuộc tỉnh Đồng Tháp. Hạt nhân của cụm ngành này là các cơ sở lau bóng gạo, tiếp đến là các dịch vụ giao nhận vận chuyển. Những cụm ngành tương tự như vậy được hình thành sau đó ở Thốt Nốt (Cần Thơ), Sóc Trăng. Sự hình thành cụm ngành này là một bước tiến quan trọng trong việc nâng cao năng lực chế biến gạo và giao hàng xuất khẩu trong những năm cuối thập niên 90 (thế kỷ XX).

Nhu cầu lúa gạo xuất khẩu đã mang lại cơ hội cho nhiều công ty cơ khí Việt Nam đầu tư nâng cấp trong lĩnh vực chế tạo thiết bị. Một số nhà chế tạo nước ngoài còn chần chừ trong những năm trước đã nhảy vào cuộc như Satake. Ngành chế tạo thiết bị xay xát, lau bóng, tách màu, ép dầu, trích ly dầu cám cũng đã có bước phát triển nâng cấp. Xuất khẩu gạo của Việt Nam từ sau năm 2000 chủ yếu là loại gạo 5%, thay

cho gạo 35% của những năm trước.

ĐBSCL là cụm ngành lúa gạo tập trung của Việt Nam

ĐBSCL là vùng sản xuất lúa gạo chính của đất nước khi nó làm ra đến hơn 1/2 sản lượng và cung cấp hầu như tất cả cho việc xuất khẩu gạo hàng năm. Từ sản lượng dư thừa, giá cả cạnh tranh cho đến hạ tầng về giao thông, nhà máy, kho hàng, logistics, mối quan hệ khách hàng, cơ quan nghiên cứu, hiệp hội chuyên ngành, thể chế chính phủ yểm trợ cho hoạt động xuất khẩu. Có thể nói vùng ĐBSCL là cụm ngành của lúa gạo với hạt nhân là các tỉnh sản xuất lúa gạo lớn và khu vực cảng ở Cần Thơ, TP Hồ Chí Minh.

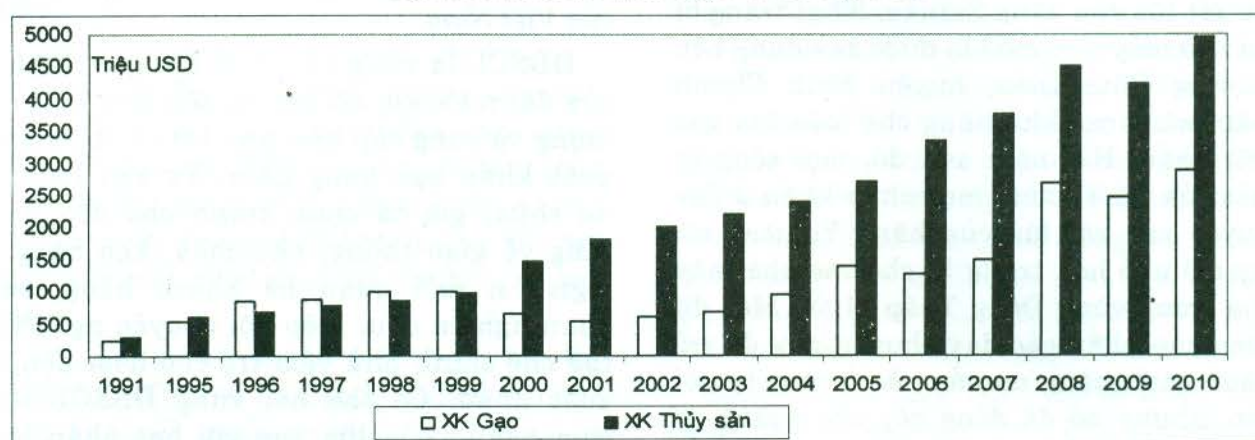
Việc tập trung sản xuất, hệ thống phân phối trong một vùng địa lý thuận lợi đã tạo nên lợi thế nhờ vào việc giảm chi phí, tạo ra tên tuổi và sự khác biệt. Cho dù ĐBSH có thể tạo ra năng suất lúa cao hơn so ĐBSCL, nhưng nhiều yếu tố khác không có đủ thì việc xuất khẩu lúa gạo ở miền Bắc vẫn không dễ dàng thực hiện có hiệu quả. Việc hình thành các cụm lau bóng lúa gạo đã tác động lớn và làm cho cấu trúc ngành gạo của Việt Nam khác biệt với Thái Lan với chi phí vận chuyển thấp, mức độ linh hoạt cao.

Với cả nước, ĐBSCL là cụm ngành tập trung, nhưng với phạm vi của vùng thì cụm ngành như vậy vẫn khá phân tán. Không phải bất kỳ vùng đất nào ở ĐBSCL đều cho năng suất lúa cao. Các cụm ngành đã hình thành thật ra đã quá xa cách với những vùng sản xuất lúa tập trung cho năng suất cao. Việc tách rời giữa xay xát (công đoạn đầu) với lau bóng (công đoạn cuối) của quá trình chuyển từ lúa ra gạo xuất khẩu làm tăng chi phí giao dịch, chi phí vận chuyển. Cải tổ lại hệ thống xay xát, phân phối sẽ rất có ý nghĩa trong nâng cao năng lực cạnh tranh của ngành.

4. Trước đó việc làm ra loại gạo xuất khẩu 35% tẩm hay 25% tẩm là do các nhà máy xay xát thực hiện.

3. Xuất khẩu thủy sản

HÌNH 4: Xuất khẩu gạo và thủy sản



Nguồn: Niên giám thống kê, số liệu năm 2010 là ước tính.

Vào năm 1990, kim ngạch xuất khẩu gạo và thủy sản tương đương nhau trong khoảng 300 triệu USD. Từ năm 1991 đến năm 1999 cả 2 ngành này cũng có kim ngạch xuất khẩu tương đương nhau ở dưới mức 1 tỷ USD. Nhưng từ năm 2000 đã có sự thay đổi mạnh, xuất khẩu thủy sản tăng vọt, trong khi gạo giảm dần. Năm 2003, kim ngạch xuất khẩu gạo chỉ đạt 700 triệu USD, trong khi thủy sản đã lên đến 2,2 tỷ USD. Năm 2007 xuất khẩu gạo đạt đến cột mốc 1,5 tỷ USD thì thủy sản

đã vượt qua khỏi mức 3,5 tỷ USD. Mặc dù xuất khẩu gạo tiếp tục tăng mạnh trong 3 năm 2008-2010 nhưng vẫn không thể theo kịp tốc độ gia tăng của xuất khẩu thủy sản.

Với thủy sản, tuy Việt Nam luôn gặp khó khăn bởi các rào cản từ các nước nhập khẩu, nhưng khả năng thích ứng của ngành khá tốt. Bản thân nhu cầu thủy sản của các nước nhập khẩu vẫn rất lớn. Con đường để Việt Nam gia tăng kim ngạch xuất khẩu ngành này vẫn còn nhiều hơn nếu so với gạo.

BẢNG 1: Tăng trưởng của lúa gạo và thủy sản

	Tăng trưởng (%)		
	1996-2000	2001-2005	2006-2009
Diện tích nuôi thủy sản	7,2	7,6	3,1
Diện tích trồng lúa	2,5	-0,9	0,4
Sản lượng lúa	5,4	2,0	2,1
Sản lượng thủy sản	7,3	9,0	8,2
Cá nuôi	13,3	20,0	19,1
Tôm nuôi	11,1	28,5	6,0

Trước năm 2000 sản lượng thủy sản và lúa tăng trưởng chênh nhau không quá lớn, nhưng sau năm 2000, tăng trưởng của thủy sản cao gấp 4 lần so với lúa. Phân gia tăng chủ yếu nhờ vào hoạt động nuôi trồng. Diện tích thủy sản cũng có mức tăng khá cao, trong khi diện tích lúa đã có dấu hiệu suy giảm.

Hiện tượng của con cá Tra

Năm 1998 khi xuất khẩu gạo đạt một tỷ USD, tôm 430 triệu USD thì xuất khẩu cá còn ở dưới 70 triệu USD. Nhưng sự thay đổi đã diễn ra rất nhanh trong những năm tiếp theo.

Đến năm 2008, xuất khẩu cá đã lên đến gần 2 tỷ USD, vượt qua khỏi kim ngạch xuất khẩu tôm và trong cuộc đua với xuất khẩu gạo.

Nói đến sự thần kỳ của con cá, là phải nói đến con cá Tra. Từ năm 2000 đến năm 2009,

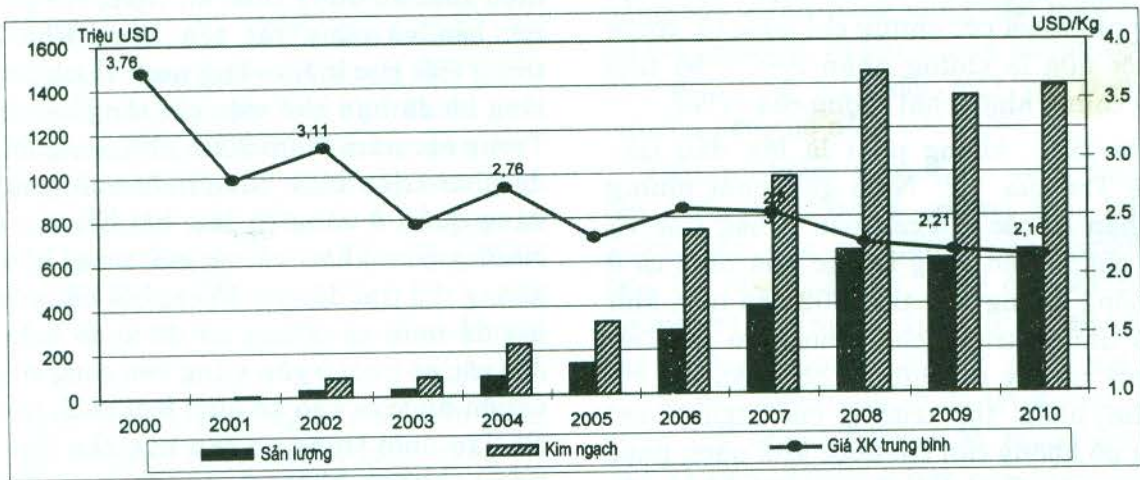
kim ngạch xuất khẩu cá Tra (và Basa) đã tăng 830 lần về mặt sản lượng và 460 lần về mặt kim ngạch.

Siêu lợi nhuận do xuất khẩu mang lại trong những năm đầu (2000-2003, cũng tương tự như với lúa gạo trong những năm 1989-1995) đã cuốn vào đây cơn sốt đầu tư. Sản lượng cá nuôi ở ĐBSCL năm 2008 tăng gấp 12 lần so năm 1995. Trong vòng 5 năm, từ 2003 đến 2008, số nhà máy chế biến thủy sản tăng 2,3 lần, công suất thiết kế tăng 2,7 lần, số nhà máy chế biến thức ăn tăng 3,5 lần về số lượng và công suất. Hàng loạt dịch vụ phục vụ cho ngành cá ra đời, hình thành nên cụm ngành thủy sản chuyên về cá ở ĐBSCL, cung ứng cho xuất khẩu trên 1 tỷ USD mỗi năm và sử dụng hàng triệu lao

động chỉ trong một thời gian chưa đầy 10 năm.

Năm 2006 là thời điểm bùng nổ của con cá Tra, giá cá tăng vọt bất thường, rồi sau đó sụt giảm cũng đầy kịch tính như lúc tăng. Cũng từ đó, giá tất cả các loại đầu vào cho nó đều tăng. Giá thức ăn (chiếm đến 60% giá thành) đến thời điểm tháng 4 năm 2010 đã tăng 65% so với tháng 3 năm 2006, nhưng giá cá xuất khẩu thì lại giảm liên tục trong nhiều năm và giảm rất sâu. Giá cá xuất khẩu trung bình năm 2009 chỉ còn bằng 60% so năm 2000. Nông dân, những người góp phần công sức đáng kể trong câu chuyện thần kỳ của ngành cá là nạn nhân đầu tiên và là nạn nhân lớn nhất của tình trạng suy giảm.

HÌNH 5: Xuất khẩu cá Tra, Basa từ năm 2000-2010



Năm 2009, kim ngạch xuất khẩu cá Tra chỉ còn 1,34 tỷ USD, giảm gần 8% so năm 2008, và cũng là năm đầu tiên trong chuỗi dài liên tiếp sản lượng cá nuôi đã chững lại. Năm 2010, xuất khẩu cá Tra tăng về lượng so năm 2008 nhưng giảm mạnh về kim ngạch. Diễn biến các tháng cho thấy giá trung bình càng lúc càng thấp. Vào tháng 8, giá xuất khẩu trung bình chỉ còn 2,12 USD/kg thấp hơn so tháng 6 là 2,15USD. Tình hình ở khu vực nuôi nhìn chung là rất xấu. Hàng loạt ao nuôi bị treo vì người nuôi không còn chịu đựng được. Một số hộ nuôi đang nghĩ tới việc ra khỏi ngành. Ở khu vực chế biến không ít nhà máy

đang chạy dưới công suất rất xa. Trung bình toàn ngành công suất huy động ở dưới mức 50% so thiết kế.

Vào cuối năm, tình hình có vẻ như được phục hồi khi giá cá nội địa tăng lên đến trên 20.000 đồng/kg (trước đó lúc thấp nhất chỉ có 16.000 đồng/kg), giá xuất khẩu cũng nhích dần lên, nhưng người nuôi vẫn còn khá thờ ơ bởi lỗ lã trước đó đã quá lớn.

Để cố gắng phục hồi, Hiệp hội các nhà chế biến cá Tra (trong VASEP) đề ra mục tiêu cải thiện mức giá sàn quanh mốc 3USD/kg và đề nghị thiết lập mức giá sàn xuất khẩu như đã áp dụng ở ngành xuất khẩu lúa gạo.

Vào cuối năm 2010, Quỹ quốc tế bảo vệ thiên nhiên (WWF) ở 6 nước EU (Đức, Áo, Thụy Sĩ, Bỉ, Na Uy và Đan Mạch) liệt con cá Tra vào danh sách đỏ, khuyến cáo người tiêu dùng không mua vì cho rằng quy trình nuôi đã không đảm bảo và lo ngại sự không bền vững của môi trường. VASEP và Tổng cục Thủy sản Việt Nam đã phản ứng quyết liệt, cho rằng cách làm của WWF là thiên vị và không sát với thực tế đang diễn ra ở Việt Nam. Đại diện của WWF, đã vào Việt Nam ngay sau đó để làm việc và đồng ý sẽ gỡ bỏ danh mục cá Tra khỏi danh sách đỏ kể từ ngày 17-12-2010. Tuy nhiên, việc gỡ bỏ này đi kèm theo thỏa thuận về một lộ trình người nuôi của Việt Nam sẽ thực thi Bộ tiêu chuẩn sản xuất cá Tra bền vững (ASC) của WWF. Theo đó, trong giai đoạn 5 năm 2011-2015, phần đầu 100% cá tra Việt Nam được chứng nhận bởi các chứng chỉ quốc tế, trong đó, một nửa là chứng nhận ASC - bộ tiêu chuẩn chứng nhận chất lượng của WWF.

Năm 2010, không phải là lần đầu tiên con cá Tra của Việt Nam gặp phải những khó khăn từ các rào cản bên ngoài. Các vụ tranh chấp, kiện tụng từ các nhà nuôi cá ở Mỹ không ngừng từ năm 2002 đến nay. Mỗi lần có những tranh chấp, hoặc do rào cản mới, tuy có gây ra những khó khăn đối với sự xâm nhập thị trường của ngành cá, nhưng nó không cản trở được khả năng phát triển sau đó. Trái lại những khó khăn nội tại lại đến từ bên trong từ chuỗi ngành này sau thời gian phát triển.

Cụm ngành và chiến lược cạnh tranh của các nhà xuất khẩu cá

Mặc dù cá Tra trở thành ngành công nghiệp chưa đầy 10 năm, nhưng lịch sử nuôi loài cá này đã có từ rất lâu đời. Hàng trăm năm trước, những người nông dân ở các tỉnh đầu nguồn sông Cửu Long thuộc các tỉnh Đồng Tháp, An Giang đã có truyền thống nuôi cá Tra trong hầm từ những bột cá được vớt trên sông vào mùa nước nổi (các tháng 5-8) hàng năm. Vớt bột cá từ các bột nước là một nghề học hỏi từ kinh nghiệm, dần dần

hình thành những làng nghề ương nuôi cá giống ở các huyện đầu nguồn tỉnh Đồng Tháp và An Giang.

Năm 1995, đánh dấu sự thay đổi khi một nhóm kỹ sư thủy sản người Pháp cùng với nhóm nghiên cứu ở Đại học Nông lâm, TP Hồ Chí Minh và Cần Thơ đã thành công trong việc ép đẻ nhân tạo. Chính từ đây đánh dấu sự thay đổi mạnh của nghề nuôi cá⁵.

Xuất khẩu cá ở ĐBSCL trong những năm 1990 chủ yếu là loại cá Basa, một loài cá nước ngọt được nuôi trên sông trong các lồng bè. Vào lúc đó một số lượng nhỏ cá Tra được nuôi trong hầm, nhưng không được ưa chuộng do thịt có màu vàng.

Cá nuôi trong các lồng bè cho thịt trắng, được ưa chuộng nhưng chi phí đầu tư cao, hiệu suất sử dụng thức ăn thấp, chi phí duy trì, bảo vệ cũng rất tốn kém. Khó khăn trong việc tìm kiếm vùng nước thích hợp đặt lồng bè đã hạn chế việc gia tăng sản lượng. Trong các năm 2000-2002 những người nuôi đã phát triển hình thức nuôi mới trong các đặng quần ở vùng cù lao, bãi bồi ven sông. Nhưng cơn khát về cá gia tăng liên tục, không thể tìm đâu ra đủ các bãi bồi, vùng cù lao để nuôi cá. Cũng từ đó xuất hiện việc đào các ao nuôi ở gần vùng ven sông và xử lý nguồn nước ra vào ao nuôi một cách triệt để. Cá Tra nuôi trong ao sau này cho thịt màu trắng, không khác gì so với nuôi lồng bè trước đây.

5. Báo Tuổi trẻ, ngày 16-4-2010 nêu tên 2 kỹ sư người Pháp là Philippe Cacot tốt nghiệp Đại học Nông nghiệp Paris và Marc Campet, làm việc trên nhà bè của công ty Agifish, An Giang.

Báo Người Lao động, ngày 7-6-2003 ghi là một nhóm kỹ sư Đại học Nông lâm, làm việc với sự hỗ trợ của một nông dân nuôi cá là ông Nguyễn Hữu Thọ, ngày 9-8-1998 đã ép thành công đẻ cá giống đầu tiên với 900 ngàn con cá Basa, theo www.ctu.vn/.../catra6.

Tài liệu do Trường Đại học Nông lâm TP. Hồ Chí Minh ghi lại là Philippe Cacot (CIRAD), TS. Lê Thanh Hùng (Đại học Nông lâm), TS. Nguyễn Thanh Phương (Đại học Cần Thơ). Đại học Nông lâm TP. Hồ Chí Minh, Nửa thế kỷ xây dựng và phát triển.

Việc chuyển từ lồng bè đến ao nuôi là một thay đổi rất lớn trong nghề nuôi cá. Nhiều vùng đất ven sông trước đây bị bỏ hoang, do không đủ điều kiện canh tác trồng trọt đã được sử dụng cho việc nuôi cá. Giá thành cá giảm một cách đáng kể nhờ việc dịch chuyển này. An Giang, nổi tiếng là quê hương của con cá Tra, cá Basa, vốn dẫn đầu về diện tích nuôi và chế biến đã nhường chỗ cho các tỉnh nằm về phía hạ lưu của con sông.

Số liệu do Bộ Nông nghiệp và phát triển nông thôn cung cấp, trên vùng nuôi tập trung ven sông, với diện tích nuôi năm 2008 là 6.160 ha đã cung cấp sản lượng cá hơn 1,1 triệu tấn, để chế biến 633 nghìn tấn cá, xuất khẩu hơn 1,4 tỷ USD. Tính bình quân 1 ha nuôi đạt sản lượng 183 tấn, cung cấp cho chế biến 103 tấn thành phẩm và xuất khẩu 234 nghìn USD.

Trong những năm 1990, hoạt động chế biến thủy sản hầu hết tập trung ở TP Hồ Chí Minh. Khi ngành nuôi cá lớn mạnh, nhu cầu nhà máy gần nơi cung cấp nguyên liệu đã hướng các nhà đầu tư xây dựng nhà máy ở gần vùng nuôi. Đầu tiên là ở An Giang, sau đó là Đồng Tháp, rồi đến Cần Thơ, Tiền Giang, Vĩnh Long, Bến Tre, Trà Vinh, các tỉnh nằm về phía hạ lưu cũng có nhà máy chế biến cá.

Sự hình thành cụm ngành là một bước phát triển chuyển từ lợi thế so sánh sang lợi thế cạnh tranh. Vào lúc đầu, ngành cá khởi phát từ An Giang, sau đó lan rộng dần sang các tỉnh vùng hạ nguồn. Sự mở rộng vùng nuôi mới làm gia tăng thêm sản lượng và cụm ngành hình thành là nhân tố quan trọng giúp tiết giảm khoản chi phí lớn làm

cho giá thành sản phẩm chế biến giảm. Điều này giải thích vì sao ngành cá đã có một sự gia tăng đáng kinh ngạc như vậy.

Chiến lược cạnh tranh

Nhưng thay vì lợi dụng những ưu thế trên, các nhà xuất khẩu có thể kiếm lợi lớn hơn cho quốc gia (và cho mình) qua nâng cấp chất lượng và dịch vụ, thì đã làm điều ngược lại là năm này qua năm khác liên tục hạ giá bán. Nhìn tổng thể, và trong nhiều năm chiến lược của các nhà xuất khẩu Việt Nam áp dụng là chiến lược cạnh tranh về giá.

Thực tế ngành cá từ cuối năm 2009 và 2010 đã là không sáng sủa. Hàng loạt ao nuôi đã bị treo, nhiều nông dân được lợi trong những năm trước nay đã trắng tay. Rất nhiều nhà máy chế biến đã chuyển gánh nặng của mình sang nông dân nuôi cá, khi nợ tiền mua cá nhiều tháng không trả. Các nhà máy chế biến đối mặt với thiếu hụt nguyên liệu cho năm 2011.

Việc tìm kiếm được vùng nuôi mới có chi phí thấp hơn trong trường hợp trên đã không dẫn đến kết quả tốt cho người dân, trái lại nó lại là sự cung cấp lợi thế tài nguyên ra bên ngoài cho quốc gia nhập khẩu thụ hưởng. Nhưng tại các quốc gia nhập khẩu, hầu hết trong số đó lại không cần sự giảm giá nhanh chóng và mạnh bạo như vậy. Ở một số trường hợp nào đó họ đã quay sang kháng cự. Các nhà xuất khẩu cá thay vì phân tích lại chiến lược của mình thì quay sang đổ lỗi cho bên nước ngoài để tiếp tục cung cấp lợi thế tài nguyên ra bên ngoài, tiếp tục hạ giá bán và tiếp tục bị chỉ trích.

4. Chuỗi giá trị của lúa gạo và thủy sản

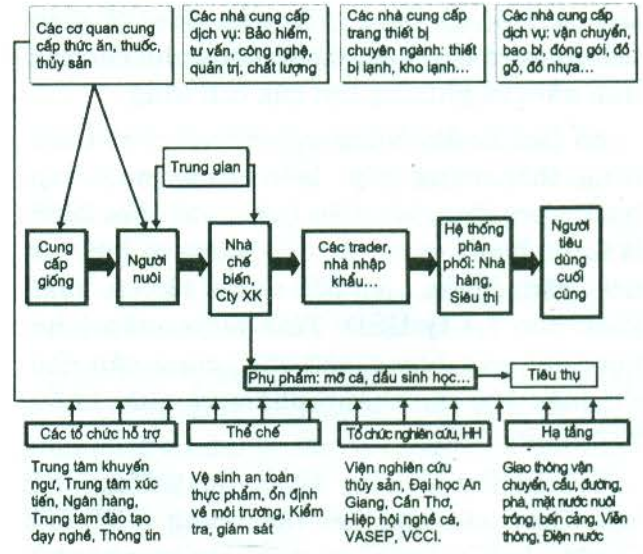
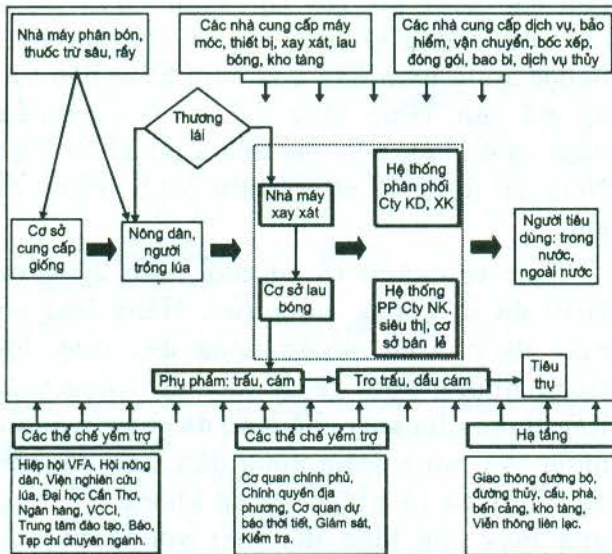
Mối liên kết trong chuỗi giá trị lúa gạo



Sơ đồ dưới đây mô tả mối liên hệ trong chuỗi giá trị lúa gạo và cá Tra xuất khẩu. Cả 2 đều được mô tả giống nhau trong mối quan hệ liên kết đi từ khâu đầu của quá

trình đến khâu cuối, nhưng giữa chúng cũng có những khác biệt. Sự khác biệt đó có thể là nguyên nhân làm cho chúng đã có sự phát triển khác nhau.

HÌNH 6: Chuỗi giá trị lúa gạo và cá
Chuỗi giá trị lúa gạo và chuỗi giá trị cá Tra XK



Những điểm tương đồng

- Cả lúa gạo và cá (ở đây là cá Tra) đều là sản phẩm nông nghiệp, phụ thuộc vào thời tiết, khí hậu, đất đai và nguồn nước. Cả 2 là sản phẩm chính yếu, quan trọng của vùng ĐBSCL. Thiên nhiên ưu đãi là điều kiện ban đầu cho phát triển, nó cũng chịu nhiều tác động của biến đổi khí hậu trong thời gian tới.

- Nông dân, những người thực hiện ở khâu đầu tiên (nuôi, trồng), nằm rất xa với người tiêu dùng, không có điều kiện để nắm bắt sự thay đổi, những thông tin về thị trường, khách hàng và giá cả. Là một thành phần quan trọng, là nguồn xuất phát của chuỗi, tham gia trong chuỗi giá trị toàn cầu, nhưng những người nông dân này biết rất ít về toàn cầu hóa, cũng không hiểu được vị trí của mình trong chuỗi ấy như thế nào để hành xử.

- Sản phẩm của người nông dân phải qua một trung gian là các thương lái trước khi đến các nhà máy chế biến, một khâu quan trọng trước khi xuất khẩu sản phẩm ra nước ngoài. Các nhà xuất khẩu là người thực hiện công đoạn cuối trong giao dịch và đưa sản phẩm ra

nước ngoài, ít gặp bất lợi hơn so người nông dân. Các nhà xuất khẩu tập hợp nhau trong một Hiệp hội và Hiệp hội này không có tiếng nói của người nuôi (cá), người trồng lúa.

Hai khác biệt quan trọng

- Thương lái hoạt động trong ngành gạo khá rộng và gần như không thể thay thế, ngược lại trong ngành cá, vai trò của thương lái đang thu hẹp dần⁶. Nhiều nhà máy hiện nay đã có vùng nuôi cung cấp nguyên liệu cho mình, thương lái không đóng vai trò gì ở đây nữa cả. Khác biệt này là một trong những khác biệt rất lớn làm cho chi phí ở ngành lúa gạo xuất khẩu khó có thể giảm xuống, nhưng ở ngành cá thì liên tục cải thiện.

Khi các nhà máy trực tiếp mở vùng nuôi cho mình, các nhà cung cấp thức ăn cung cấp trực tiếp đến ao nuôi và bỏ đi khoản hoa hồng đại lý (khoảng 5%). Nhà máy cũng được món lợi thêm vào là được khấu trừ thuế VAT

6. Các nghiên cứu gần đây cho thấy hơn 95% lúa từ nông dân chuyển đến các công ty xuất khẩu là qua thương lái, nhưng chưa đầy 10% ở cá là qua thương lái.

đầu vào, mà nếu mua từ những hộ nuôi lẻ sẽ không có được. Với nông dân trồng lúa thì không thể có được những khoản giảm trừ hoa hồng đại lý như vậy. Các nhà máy xay xát, lau bóng cũng không được khấu trừ thuế VAT khi mua hàng từ các thương lái.

- Các nhà chế biến xuất khẩu cá cũng là nhà xuất khẩu, nhưng với ngành gạo thì không⁷. Các công ty xuất khẩu gạo tuy có sở hữu nhà máy thì cũng chỉ nắm một phần nhỏ trong tổng công suất, phần lớn phải dựa vào các nhà cung ứng. Trong quá trình phát triển, hoạt động chế biến để từ lúa thành gạo xuất khẩu đã tách ra thành 2 bộ phận là xay xát và lau bóng, nằm cách xa nhau, chi phí vận chuyển, bốc xếp do vậy cũng rất lớn. Chính quy trình này mà thương lái ngày càng đông thêm trong xuất khẩu lúa gạo.

Điểm chung chiến lược

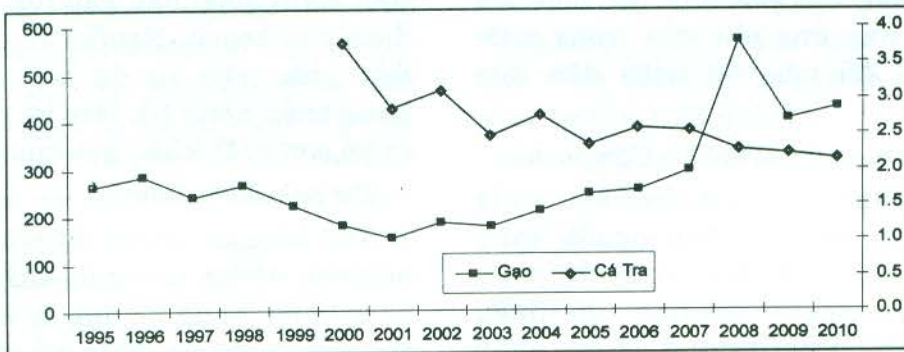
Các nhà xuất khẩu gạo và cá đều có chiến lược chung về cạnh tranh khá giống nhau: Đó là chiến lược về giá. Trong hầu hết các giai đoạn xuất khẩu của gạo, các nhà xuất khẩu đều thực hiện chiến lược hạ giá bán để tranh thủ khách hàng và giành thị phần. Ở ngành cá cũng tương tự như vậy. Có điểm chung về cơ chế ở đây là sự tương thưởng các doanh nghiệp dựa trên thành tích là số lượng hoặc kim ngạch xuất khẩu. Việc xét cấp cho phép doanh nghiệp được quyền xuất khẩu cũng

dựa trên thành tích về số lượng nói trên. Việc áp dụng giá sàn được thực hiện ở ngành gạo nay cũng được ngành cá nghiên cứu áp dụng.

Việc đua nhau hạ giá đã gây nhiều thiệt hại cho ngành gạo trong những năm đầu xuất khẩu, nên VFA (Hiệp hội xuất khẩu lương thực) đã đưa ra sáng kiến áp dụng quy định giá sàn. Quy định này được ủng hộ của Bộ Thương mại, nhưng hầu hết các nhà xuất khẩu chỉ thực hiện bằng cách kê khai cho phù hợp mức giá sàn, thực tế thương lượng hợp đồng được quyết định bởi bên mua và bán. Trong giai đoạn từ năm 2005 đến nay giá xuất khẩu gạo đạt mức cao hơn trước là do nhu cầu thị trường thế giới tăng lên hơn là kết quả do VFA quy định giá sàn. Việc áp dụng giá sàn như vậy có bị đưa ra xem xét ở WTO hay không nếu có ai đó thưa kiện là vấn đề. Nhưng với thị trường trong nước nếu các nhà kinh doanh gạo họp nhau và đưa ra mức giá sàn chắc chắn bị phản đối bởi vi phạm luật cạnh tranh.

Áp dụng giá sàn xuất khẩu là biện pháp khá thô thiển, nó che chắn, bảo vệ các doanh nghiệp yếu kém, làm cho cả ngành bị suy yếu hơn là cải thiện sức mạnh cạnh tranh quốc gia. Điều này thể hiện khá rõ ở khả năng thích ứng, năng lực đổi mới và đầu tư chiều sâu ở các doanh nghiệp xuất khẩu gạo.

HÌNH 7: Giá xuất khẩu trung bình của gạo và cá



Nguồn: Tác giả dựa theo số liệu VFA và VASEP.

Hình 7: giá cá giảm sâu liên tục từ năm 2000 đến năm 2008. Giá gạo cũng đã có thời kỳ giảm sâu từ năm 1996 đến năm 2001 và phải đến 2007 mới phục hồi được mức giá của năm 1996.

7. Ở ngành gạo năm 2009 có hơn 200 công ty xuất khẩu, nhưng chỉ có 57 công ty có xuất khẩu với số lượng trên 10.000 tấn, 82 công ty xuất khẩu dưới 1.000 tấn (theo VFA). Ở ngành cá cũng có số lượng khá đông. Số liệu ghi nhận có 320 nhà xuất khẩu cá trước tháng 10/1010. Kinh doanh thua lỗ đã làm giảm số lượng xuống còn 120 trong cuối năm 2010. (Báo Người Lao động, ngày 11-12-2010).

5. Cải thiện năng lực cạnh tranh

Triển vọng thị trường của lúa gạo

Cho dù có những đánh giá khác nhau về thị trường lúa gạo dài hạn thì triển vọng về nguồn cung không mấy dồi dào so với nhu cầu gia tăng vẫn ám ảnh các nước tiêu dùng gạo. Kịch bản về giá lúa gạo gia tăng đột ngột như năm 2008 khó có thể nói là không xảy ra. Xu hướng chung của giá lúa gạo là tiếp tục gia tăng bởi đầu vào của sản xuất đang gia tăng, chi phí đầu tư để tăng sản lượng giờ đây cũng cao hơn rất nhiều so với trước. Đó là chưa nói đến đất canh tác lúa đang bị giảm khó thể ngăn chặn.

Một rủi ro rất khó dự đoán hiện nay là diễn biến bất thường của thời tiết hàng năm. Biến đổi khí hậu có thể làm mất đi nhiều vùng đất trồng lúa, cùng với sự thất thường hàng năm làm cho xu hướng giá cả trở nên bất định. Thời kỳ của giá lúa gạo rẻ mạt có thể không còn, nhưng mặt bằng giá của mọi thứ đều đã thay đổi. Với các nhà xuất khẩu, chuyện thừa thiếu, cung cầu mất cân bằng trong ngắn hạn vẫn có thể tạo nên những cơn sốt hoặc suy yếu của mức giá.

Vấn đề quan tâm hàng đầu của Việt Nam trong dài hạn không phải là triển vọng thị trường thế giới như thế nào, mà là khả năng đáp ứng nhu cầu trong nước như thế nào đối với 100 triệu dân tiêu dùng gạo.

Các đối thủ mới: Myanmar và Campuchia

Việc gia nhập thị trường của Campuchia (và Myanmar) sẽ làm tăng nguồn cung trên thị trường, có thể làm giảm thị phần của Việt Nam trong những năm tới. Chiến lược mà Campuchia sử dụng để gia nhập thị trường sẽ không khác chiến lược mà Việt Nam đã áp dụng.

Việt Nam đã có quá trình sản xuất thâm canh, có cơ sở hạ tầng phục vụ xuất khẩu gạo tốt hơn Campuchia nên sẽ có một phần lúa, gạo từ Campuchia chuyển sang

làm tăng nguồn cung cho Việt Nam. Nhưng điều đó có thể đảo ngược khi cơ sở hạ tầng của Campuchia được nâng cấp. Nếu Campuchia đi vào phân khúc sản xuất gạo có giá trị cao, giá xuất khẩu tốt hơn so Việt Nam thì gạo cấp thấp, giá rẻ của Việt Nam sẽ chảy qua Campuchia.

Việc Campuchia gia nhập thị trường gạo thế giới không phải là điều xấu đối với Việt Nam, trái lại nó mang lại những hệ quả tốt hơn. Xét theo lý thuyết cạnh tranh, điều này sẽ làm Việt Nam thay đổi chiến lược lâu nay áp dụng. Sự thay đổi chiến lược đòi hỏi phải nâng cấp chuỗi giá trị, phải tạo ra sự khác biệt, phải định vị lại thị trường và có thể chỉ xuất khẩu những sản phẩm có giá trị cao hơn. Chiến lược cạnh tranh của Việt Nam phải thay đổi, phải thu hẹp phân khúc giá thấp, cung cấp gạo đại trà cho nhiều nước sang loại gạo có giá cả cao hơn, cho một số thị trường nhất định.

Tín dụng và hệ thống dự trữ

Các cải thiện chiến lược nhằm giành lợi thế ở ngành gạo cần tập trung vào 2 điểm chính về tín dụng cho nông dân, dự trữ đảm bảo an ninh lương thực. Sự khác biệt trong nhận thức hiện nay so với thập niên trước ở chỗ, tín dụng hiện nay cần được cung cấp cho nông dân để giúp họ cải thiện tình trạng phải bán gập lúa trả nợ tại thời điểm thu hoạch. Nguồn tín dụng này sẽ là một phần cho sự dự trữ ngắn hạn của hàng triệu nông hộ, làm lợi cho họ và cũng có lợi cho xuất khẩu gạo của Việt Nam.

Dự trữ chiến lược

Yếu kém hệ thống dự trữ lúa và gạo là một vấn đề lớn trong lợi thế cạnh tranh, ở khía cạnh khác nó lại là an ninh lương thực của quốc gia. Việc lựa chọn chiến lược phải đảm bảo kết hợp cả 2 yếu tố trên. Trên thị trường lúa gạo quốc tế, Việt Nam là một nhà xuất khẩu lớn, các quyết định bán hay không bán đều ảnh hưởng đến giá thế giới, đặc biệt trong điều kiện cung cầu mất cân đối. Với một hệ thống dự trữ tốt,

Chính phủ có thể có thêm công cụ tốt hỗ trợ an ninh lương thực toàn cầu, đảm bảo an ninh lương thực quốc gia và điều hành thị trường lúa gạo trong nước ổn định hơn so với cơ chế hiện nay. Đó cũng là cách Việt Nam tham gia vào chuỗi giá trị toàn cầu ở một ngành mà Việt Nam có nhiều điểm mạnh.

Nhưng chi phí xây dựng kho dự trữ để bảo quản dài ngày là hết sức tốn kém, chi phí duy tu bảo quản, chi phí lưu kho hàng hóa không hề nhỏ. Xây dựng nhiều kho dự trữ cũng có thể trở thành phản tác dụng một khi vượt quá nhu cầu. Phải kết hợp hệ thống dự trữ 3 cấp: dự trữ của nông dân (dự trữ ngắn hạn quy mô nhỏ của hàng triệu hộ); dự trữ kinh doanh của các công ty và dự trữ chiến lược của nhà nước. Các kho hàng đang có nhìn chung là chưa bảo đảm yêu cầu trên, nhất là dự trữ của nông dân và dự trữ của nhà nước.

Nâng cấp chuỗi giá trị lúa gạo

Để nâng cấp chuỗi giá trị ngành gạo cần tính đến việc hình thành nhiều cụm ngành nhỏ, gắn với khu vực sản xuất của nông dân. Các cụm ngành này phải nằm gần vùng sản xuất lúa, cần có sự liên hoàn từ xay xát đến lau bóng. Tích hợp khâu xay xát lúa và lau bóng gạo sẽ làm giảm thiểu các hoạt động trung gian và chi phí vận chuyển. Để nâng cấp cụm ngành, bước tiếp theo là việc hình thành một số cụm có qui mô lớn trong vùng bao gồm các khâu xay xát, lau bóng và hệ thống kho dự trữ lúa, gạo của quốc gia. Thực hiện điều này nhằm tiết giảm chi phí, nâng cao năng lực cạnh tranh ngành gạo, tích tụ các yếu tố sản xuất, nâng cấp cơ sở hạ tầng và hình thành nên những phức hợp mới với các cơ sở chế biến sâu hơn phụ phẩm từ trấu, từ cám, chế biến thực phẩm từ lúa, gạo, cá, trái cây đến ngành cơ khí, các dịch vụ giao nhận, dịch vụ kinh doanh, dịch vụ thông tin.

Cần xem các cụm ngành này là bước khởi đầu cho quá trình phát triển kinh tế ở

khu vực nông thôn gắn với quá trình công nghiệp và đô thị hóa, để chính sách hướng vào đó hỗ trợ cho quá trình phát triển.

Sự phát triển của ngành lúa gạo sẽ dẫn đến việc tập trung ở những vùng có năng suất cao, thay thế cho quá trình phát triển trên diện rộng hiện nay. Điều này là cần thiết để nâng cao năng suất trồng lúa, chuyển một phần diện tích đất xấu sang cho phát triển đô thị, công nghiệp. Việc giảm số lao động trong nông nghiệp, kể cả số đang nằm ở khâu trung gian như thương lái, bốc xếp, vận chuyển lúa gạo là rất cần thiết cho nhu cầu lao động công nghiệp. Không thể duy trì diện tích trồng lúa bằng mọi giá, mà cần xem xét tình trạng của đất, năng suất của đất trồng lúa. Những vùng được lựa chọn để trồng lúa phải đảm bảo được đầu tư một cách thích đáng để có năng suất cao và để người nông dân ở đó được hưởng lợi một cách xứng đáng.

Triển vọng và chiến lược ở ngành cá

So với lúa, gạo, ngành cá có những triển vọng dài hạn tốt hơn. Mặc dù có các rào cản mới ở một số nước, nhưng không có dấu hiệu nào về sự đi xuống của thị trường tiêu thụ. Các biện pháp an toàn thực phẩm được áp dụng tuy có gây khó khăn cho các nhà xuất khẩu, nhưng vượt qua các tiêu chuẩn khắt khe đó thực ra là một phần trong thực hiện chiến lược khác biệt hóa làm tăng thêm lợi thế cạnh tranh mà các công ty cần vượt qua.

Nếu giá xuất khẩu ở mức bình quân 3 USD/kg thì xuất khẩu cá Việt Nam mỗi năm sẽ có thêm 500- 600 triệu USD. Với mức giá đó thì lợi ích tối thiểu các bên trong chuỗi giá trị mới được đảm bảo. Với mức đó kim ngạch xuất khẩu cá Tra sẽ vượt qua con số 2 tỷ USD trong các năm tới mà chưa cần gia tăng sản lượng. Nhưng cá fillet chỉ là một phần giá trị của con cá. Nhiều phần khác trong toàn bộ giá trị của con cá chưa được khai thác có giá trị không phải là thấp so với phần thịt

fillet xuất khẩu. Với lúa gạo cũng có tình trạng tương tự⁸.

Các nhà xuất khẩu cá cần thay đổi hẳn chiến lược cạnh tranh của mình. Điều xảy ra ở ngành gạo, có thể lặp lại ở ngành cá. Việt Nam nuôi được cá và có mức độ thành công, thì Campuchia (và những nước khác) cũng sẽ nuôi được cá và trở thành đối thủ cạnh tranh.

Mặc dù có những điểm khác biệt, nhưng việc nghiên cứu bước đi và kinh nghiệm ở ngành này làm bài học cho ngành kia là cần thiết. Gạo chưa phải là mô hình tốt để ngành cá học tập, nhưng nó vẫn cần được thảo luận. Trái lại, cá có thể là mô hình, là bài học để ngành gạo nghiên cứu nhiều hơn. Chiến lược cạnh tranh nên đi sâu vào chất lượng, quảng bá và xây dựng thương hiệu, tạo niềm tin và sự ưu chuộng của khách hàng hơn là loay quay mắc kẹt trong các biện pháp quản lý giá hiện nay.

Cải thiện năng lực cạnh tranh ở 2 ngành này xét từ lý thuyết của M. Porter là sự nâng cấp các thành phần trong chuỗi giá trị, hình thành các cụm ngành và nâng cấp không ngừng các cụm ngành trong quá trình cạnh tranh. Nâng cao lợi thế cạnh tranh của quốc gia ở 2 ngành này nằm ở chỗ nâng cấp các yếu tố trong khung hình thoi. Các doanh nghiệp là người chịu trách nhiệm chính trong cải thiện chiến lược kinh doanh, đổi mới và tăng cường năng lực với tư cách chủ thể trong chuỗi, có vai trò dẫn dắt toàn chuỗi. Vai trò của Chính phủ nằm ở chỗ nâng cấp các điều kiện, nhân tố, các ngành liên quan và hỗ trợ thông qua việc ban hành chính sách và chương trình đầu tư, các tiêu chuẩn, các điều kiện về cầu.

Xuất khẩu gạo và cá thực ra mới chỉ thực hiện một phần giá trị của 2 sản phẩm này. Những “phụ phẩm” có thể mang lại giá trị mới lên đến hàng tỷ USD ở 2 ngành này là con số không hề nhỏ. Lúa gạo, thủy sản còn là nguồn đầu vào quan trọng cho việc phát triển cụm ngành chế biến thực phẩm ở vùng ĐBSCL. Đó cũng là ý nghĩa sự phát triển

của các ngành công nghiệp liên quan và hỗ trợ. Thay vì chỉ tập trung vào sự phát triển ngành công nghiệp chính như cách làm truyền thống thì đây cũng là một phân bổ sung triển khai lợi thế cạnh tranh ở nước ta./.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Fairbanks, Michael and Stace Lindsay (1997): *Plowing the sea*. Bản dịch của chương trình giảng dạy kinh tế Fulbright.
2. Porter, Michael E (1990): *Lợi thế cạnh tranh quốc gia*, bản tiếng Việt, Nxb Trẻ, 2008.
3. Porter, Michael E (1985): *Lợi thế cạnh tranh*, bản tiếng Việt, Nxb Trẻ, 2008.
4. Porter, Michael E (1980): *Chiến lược cạnh tranh*, bản tiếng Việt, Nxb Trẻ, 2008.
5. Stamer, Jorg Meyer: *Các khái niệm về PACA (Đánh giá lợi thế cạnh tranh có sự tham gia của nhiều đối tượng)*, phiên bản 4.0 tháng 1-2003. Bản dịch do chương trình hỗ trợ doanh nghiệp tư nhân GTZ.
6. Ban tổ chức Festival thủy sản Việt Nam năm 2010: *Hội thảo Thủy sản Việt Nam tiềm năng-phát triển và hội nhập*, Cần Thơ, tháng 4-2010, tài liệu hội thảo.
7. Bộ Nông nghiệp và phát triển nông thôn: *Đề án sản xuất và tiêu thụ cá Tra vùng ĐBSCL đến năm 2020*, Hà Nội, tháng 11-2009, tài liệu hội thảo.
8. Hiệp hội Chế biến và xuất khẩu thủy sản Việt Nam (VASEP): *Bản tin Thương mại thủy sản*. www.vasep.com.vn.
9. Hiệp hội Lương thực Việt Nam (VFA) : www.Vietfood.org.vn.
10. Niên giám thống kê - Tổng cục Thống kê Việt Nam.
11. Tạp chí Nghiên cứu kinh tế số 278, tháng 7-2001: *Xuất khẩu lương thực: thành tựu, thách thức và chính sách*.

8. Các chế phẩm từ cá như dầu sinh học, dầu ăn, mỹ phẩm dưỡng da, collagen, các phụ phẩm như mỡ cá, da cá, đầu cá, xương cá... có thể tạo thêm giá trị không thấp hơn phần thịt cá file xuất khẩu.

Trấu chiếm 20% trọng lượng của lúa, trước kia bị bỏ đi. Về sau này trấu được dùng làm chất đốt trong các lò gạch, đun nấu thông thường. Các công nghệ mới (biomass) cho phép chế biến trấu thành chất đốt sử dụng trong công nghiệp có nhiệt lượng tương đương loại than cám, giá xuất khẩu trung bình từ 100-120USD/tấn. Với sản lượng 20 triệu tấn lúa ở ĐBSCL, lượng trấu được chế biến có thể lên đến 4 triệu tấn. Tro của chất đốt này cũng được sử dụng cho nhu cầu công nghệ khác với mức giá rất cao. Cám, đầu trích ly từ cám cũng đều được sử dụng làm nguồn năng lượng biomass. Những ngành được xếp vào biomass còn được hưởng qui chế mua bán khí thải. Những phụ phẩm như vậy có thể bổ sung thêm 1 tỷ USD cho vùng ĐBSCL.