

LỢI THẾ CẠNH TRANH CỦA CÁC DOANH NGHIỆP NGÀNH THỰC PHẨM VIỆT NAM TRƯỚC LÀN SÓNG ỨNG DỤNG CÔNG NGHỆ

● TRƯƠNG NGỌC CHÂN¹ - VŨ THANH HƯỜNG¹

¹Khoa Tài chính - Ngân hàng và Bảo hiểm,
Trường Đại học Kinh tế - Kỹ thuật Công nghiệp

TÓM TẮT:

Ngành Thực phẩm Việt Nam đang đứng trước cơ hội và thách thức to lớn trước sự phát triển công nghệ trong thời gian qua. Để nắm bắt được thời cơ này, các doanh nghiệp cần xác định rõ thực trạng lợi thế cạnh tranh của ngành và của doanh nghiệp để kịp thời ứng dụng công nghệ và tiếp tục giữ vững, phát huy vị thế trong sản xuất, kinh doanh. Bài viết này đánh giá thực trạng lợi thế cạnh tranh và những vấn đề cần phải đối mặt để nâng cao lợi thế cạnh tranh của ngành Thực phẩm Việt Nam trong thời gian tới.

Từ khóa: lợi thế cạnh tranh, ngành thực phẩm, ứng dụng công nghệ.

1. Đặt vấn đề

Ngành Thực phẩm là một trong những ngành công nghiệp mũi nhọn, được Chính phủ lựa chọn và ưu tiên phát triển trong giai đoạn 2025, tầm nhìn 2035. Tận dụng những lợi thế cạnh tranh về nguồn nguyên liệu, chi phí nhân công và sự hỗ trợ của Chính phủ, Việt Nam đã trở thành một trong những quốc gia dẫn đầu thế giới về xuất khẩu nông sản, đặc biệt là gạo, cà phê, hạt điều, thủy sản và trái cây nhiệt đới. Tuy nhiên, sau khi kết thúc Covid-19, các doanh nghiệp Việt Nam đối mặt với nhiều thách thức khi các tốc độ tăng trưởng suy giảm, nền kinh tế toàn thế giới suy thoái và nhiều biến động khác. Ngành sản xuất thực phẩm còn phải đối mặt với thách thức về đảm bảo chất lượng nguyên liệu chế biến, xây dựng được liên kết trong chuỗi giá trị - từ người sản xuất nguyên liệu, nhà chế biến, nhà phân phối đến người tiêu dùng. Sự thiếu gắn kết giữa các khâu khiến chi phí gia tăng, thông tin thiếu

minh bạch và giá trị gia tăng không được phân bổ công bằng. Điều này ảnh hưởng trực tiếp đến tính bền vững và năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp, đặc biệt trong bối cảnh ngày càng có nhiều tiêu chuẩn khắt khe từ thị trường xuất khẩu.

2. Thực trạng lợi thế cạnh tranh các doanh nghiệp ngành Thực phẩm Việt Nam

Theo mô hình hai chiến lược để đạt được lợi thế cạnh tranh của Porter (1985), các doanh nghiệp muốn xây dựng lợi thế cạnh tranh cần dựa vào lợi thế cạnh tranh chi phí thấp hoặc lợi thế cạnh tranh khác biệt. Một số nghiên cứu trên thế giới trong lĩnh vực thực phẩm đã chỉ ra, lợi thế cạnh tranh thường được sử dụng trong ngành này là lợi thế cạnh tranh dựa vào chi phí thấp. Nghiên cứu Felzensztein, C. và Gimmon, E. (2014) cho thấy ngành cá hồi của Chile theo đuổi lợi thế cạnh tranh dựa trên giảm chi phí mang lại hiệu quả cao hơn so với theo đuổi lợi thế cạnh tranh dựa trên khác biệt

hóa. Nghiên cứu của Nguyễn và cộng sự (2023) kết luận chiến lược cạnh tranh chi phí thấp thể hiện vai trò đáng kể trong nâng cao hiệu quả đổi mới quy trình và tổ chức; chiến lược cạnh tranh khác biệt hóa được chứng minh có khả năng thúc đẩy đổi mới sản phẩm, marketing và tổ chức tại các doanh nghiệp chế biến thực phẩm Việt Nam.

Ở Việt Nam, lợi thế đối với ngành Thực phẩm của Việt Nam xuất phát từ các yếu tố nội tại, đến từ nguồn đầu vào, sự hỗ trợ của Chính phủ, qua đó tạo ra thị trường rộng lớn đầu ra.

Thứ nhất, nguồn đầu vào của các doanh nghiệp thực phẩm Việt Nam có lợi thế rất lớn xuất phát từ sự dồi dào nguyên liệu và chi phí sản xuất thấp. Nguồn nguyên liệu dồi dào, phong phú, từ các loại rau củ quả, sản xuất sữa đến các chế phẩm từ thịt, hải sản, nhờ ưu thế đường biển, đất đai khí hậu thổ những phù hợp trồng trọt chăn nuôi... đáp ứng tiêu dùng trong nước và xuất khẩu. Mặt khác, chi phí sản xuất thấp, mặc dù chi phí nhân công của Việt Nam tăng dần qua các năm do tốc độ GDP và thu nhập bình quân của lao động tăng dần, nhưng giá nhân công của Việt Nam vẫn thấp tương đối so với các quốc gia đang phát triển khác. Giá nhân công của Việt Nam hiện nay đang xếp thứ tư tại khu vực châu Á. Hai yếu tố trên giúp cho chi phí giá vốn của sản phẩm thực phẩm Việt Nam có lợi thế cạnh tranh lớn.

Thứ hai, chính sách hỗ trợ từ chính phủ Việt Nam đối với ngành Thực phẩm: Việc ký kết các hiệp định thương mại quốc tế như EVFTA (với các nước thành viên EU) và CPTPP (với các quốc gia Mỹ, Canada, Nhật Bản...) đã tạo điều kiện cho hành hóa Việt Nam xuất khẩu ra các quốc gia trên thế giới. Mở rộng thị trường xuất khẩu, lộ trình giảm thuế suất thuế xuất khẩu giảm xuống mức 0%-5% với các mặt hàng giúp nâng cao năng lực cạnh tranh về giá... là những lợi thế doanh nghiệp Việt Nam đạt được khi Chính phủ Việt Nam tham gia các hiệp định nói trên. Đến năm 2025 với số dân cư ước tính 100 triệu dân, khách du lịch khoảng 17,5 triệu, thị trường xuất khẩu được mở rộng là tiền đề cho thị trường đầu ra của ngành thực phẩm trên khắp cả nước.

Với những lợi thế cạnh tranh như trên, thị trường xuất khẩu năm 2024 đạt những kỷ lục mới: gạo đạt 8,18 triệu tấn, trị giá 5,75 tỷ USD, tăng 12,9% về lượng và tăng 23% về giá trị so với năm 2023; cafe

đạt 1,34 triệu tấn cafe, trị giá 5,62 tỷ USD, giá cũng tăng 59% so với năm 2023; thủy sản đạt 10,07 tỷ USD, tăng 12,1% so với 2023. Trái cây rau củ đạt trên 7 tỷ USD, tăng hơn 27%. Các doanh nghiệp sữa như TH true milk, Vinamilk, Masan, KIDO... đã từng bước xuất khẩu sang thị trường mới như châu Phi và Trung Đông.

Một doanh nghiệp điển hình trong ngành Thực phẩm với những lợi thế cạnh tranh rõ rệt đó là Công ty Vinamilk. Vinamilk có hệ thống 14 trang trại quy mô lớn, 75 trạm thu mua, 6.000 hộ nông dân đối tác, với hơn 40.000 đàn bò thuần chủng và cao sản, 100.000 đàn bò địa phương; cùng 13 nhà máy sản xuất trong nước và 2 nhà máy ở nước ngoài, mạng lưới phân phối rộng khắp với 200 nhà phân phối độc quyền, 190.000 điểm bán truyền thống, 720 cửa hàng, 6000 điểm bán hiện đại, 8 kênh đối tác thương mại điện tử. Doanh nghiệp này luôn dẫn đầu thị trường về thương hiệu và tối ưu hóa danh mục sản phẩm: lượng hàng hóa xuất khẩu đến 5 lục địa và 60 đất nước và vùng lãnh thổ. Vinamil đã có 47 năm trên thị trường nội địa, với 3/4 ngành hàng dẫn đầu thị trường, theo thống kê có 9/10 gia đình Việt Nam tin dùng sản phẩm của Vinamil. Ban lãnh đạo của Công ty giàu kinh nghiệm và đa dạng chuyên môn hóa. Vinamilk có quy mô lớn nhất về tổng tài sản (hơn 55.000 tỷ đồng cuối năm 2024), doanh thu gần 62.000 tỷ đồng, ROA ở mức 17,5%. Qua trường hợp điển hình này, những lợi thế đã đạt được của Vinamilk gồm có: tính quy mô - chiếm thị phần lớn, chi phí thấp, xây dựng chuỗi giá trị tích hợp bền vững. Đây cũng chính là những lợi thế cạnh tranh được chính doanh nghiệp ghi nhận và công bố trên báo cáo tài chính. Điều này tương tự với kết quả của một số nghiên cứu trên thế giới, rằng các doanh nghiệp ngành thực phẩm ưa thích dựa trên lợi thế cạnh tranh chi phí thấp nhằm thu được lợi nhuận hơn là dựa vào lợi thế cạnh tranh khác biệt.

Để tạo dựng lợi thế cạnh tranh bền vững, các doanh nghiệp thực phẩm cũng đã và đang quan tâm, đầu tư cho các quy trình sản xuất và chất lượng sản phẩm. Nhiều doanh nghiệp đầu tư vào công nghệ chế biến sâu, đạt tiêu chuẩn Global GAP, HACCP, ISO 22000... nhằm gia tăng giá trị cho sản phẩm tiêu dùng và xuất khẩu, giá bán ra thị trường cao hơn. Ngành Nông thủy sản trên thị trường qua kiểm định được tính đạt hơn 97% so

với tiêu chuẩn chất lượng và an toàn thực phẩm trong nước. Chất lượng nông thủy phẩm xuất khẩu đi nước ngoài đang ngày càng tăng, đạt tỷ lệ cao với tiêu chuẩn EU và Mỹ. Nhiều doanh nghiệp Việt đã ứng dụng công nghệ, chuyển đổi số trong quá trình sản xuất ứng dụng IoT giúp giám sát các chỉ số môi trường nước, cảnh báo thời tiết, dự phòng dịch bệnh dịch bệnh, thời tiết và con người; Big Data giúp tự động thu thập dữ liệu, phân tích đa chiều, dự báo và tối ưu hóa cũng như điều chỉnh môi trường sống của các loại thủy sản; Blockchain giúp theo dõi nguồn gốc xuất xứ, tăng tính minh bạch, giảm rủi ro an toàn thực phẩm và tăng cường quản lý chuỗi cung ứng. Công nghệ cũng giúp cho việc phân phối sản phẩm có thể đến tay người tiêu dùng qua kênh đặt hàng online, sàn thương mại điện tử được nhanh, đa dạng hơn bên cạnh các kênh truyền thống. Sự thay đổi thói quen tiêu dùng sang mua bán online sau đại dịch Covid-19 đã giúp các doanh nghiệp sản xuất thực phẩm tiếp cận với người tiêu dùng gần hơn. Trong doanh nghiệp, ứng dụng công nghệ còn giúp doanh nghiệp tăng khả năng vận hành, giảm những chi phí nhân sự mà công nghệ có thể thay thế được. Như vậy, ứng dụng các công nghệ giúp cho doanh nghiệp giảm chi phí sản xuất, tăng hiệu quả kinh doanh.

Thách thức hiện nay đối với ngành Thực phẩm chính là chiến tranh thương mại Mỹ - Trung Quốc. Với những lợi thế cạnh tranh mà ngành Thực phẩm trong nước đang có, doanh nghiệp Việt vẫn có thể gặp phải những khó khăn nếu Mỹ tăng thuế nhập khẩu. Về góc độ chất lượng, các thị trường quốc tế đang có những yêu cầu gắt gao về kiểm định chất lượng, như EU siết quy định về dư lượng thuốc trừ sâu trên các loại nông sản, Mỹ tăng kiểm dịch thủy sản... Các quy định này dự kiến sẽ có hiệu lực vào tháng 6/2025 và đó là một thách thức mới đối với doanh nghiệp Việt Nam khi kiểm soát chất lượng sản phẩm xuất khẩu và tham gia cạnh tranh với các doanh nghiệp trên thế giới. Ngoài ra, còn là sự cạnh tranh khốc liệt về giá cả và chất lượng từ các quốc gia khác như Thái Lan, Ấn Độ... bởi xuất khẩu gạo của Ấn Độ đang đứng đầu thế giới và Thái Lan cũng rất cạnh tranh. Các doanh nghiệp thực phẩm Việt Nam cũng đang đứng trước làn sóng mua bán - sáp nhập (M&A) đến từ nhiều tập đoàn đa quốc gia có tiềm lực tài

chính và công nghệ vượt trội. Xu hướng này đặt ra áp lực đáng kể đối với các doanh nghiệp thực phẩm vừa và nhỏ trong nước, vốn còn hạn chế về năng lực quản trị, công nghệ và quy mô sản xuất. Khi các doanh nghiệp lớn nước ngoài thu tóm những thương hiệu nội địa, nguy cơ hình thành các thế lực độc quyền hoặc chi phối thị trường ngày càng hiện hữu, khiến nhiều doanh nghiệp Việt bị đẩy ra ngoài cuộc chơi. Bên cạnh đó, cùng với sự phát triển nhanh chóng của công nghệ số, các doanh nghiệp nước ngoài còn có khả năng tiếp cận người tiêu dùng Việt một cách trực tiếp, nhanh chóng và hiệu quả hơn thông qua các nền tảng thương mại điện tử, marketing số và hệ thống phân phối hiện đại. Đặc biệt, ứng dụng công nghệ trong quy trình sản xuất của họ thường ở mức chuyên sâu, bài bản và tích lũy kinh nghiệm lâu dài, tạo ra lợi thế về chi phí, chất lượng và khả năng mở rộng thị trường.

3. Một số đề xuất

Đứng trước những thách thức như đã phân tích ở trên, doanh nghiệp kinh doanh thực phẩm của Việt Nam cần phải cải thiện và xây dựng lợi thế cạnh tranh bền vững. Bên cạnh những lợi thế về chi phí, doanh nghiệp cần xây dựng những lợi thế về sự khác biệt để kéo dài lợi thế cạnh tranh, tạo một khoảng cách với các đối thủ cạnh tranh trên thị trường. Cụ thể như sau:

Thứ nhất, các doanh nghiệp cần tiếp tục ứng dụng công nghệ, thậm chí phải nghiên cứu và đi đầu trong ứng dụng để đáp ứng các tiêu chuẩn ngày càng khắt khe của thị trường châu Âu, Mỹ, Nhật. Việc ứng dụng công nghệ giúp gia tăng giá trị sản phẩm, nâng cao vị thế sản phẩm Việt Nam trên thị trường trong tương lai.

Thứ hai, các doanh nghiệp cần nghiên cứu thị trường mới, đa dạng hóa thị trường xuất khẩu, để phân bổ rủi ro, tránh ảnh hưởng của thuế quan hoặc các quyết định cấm nhập khẩu của các thị trường lớn. Mặt khác, việc phân loại hàng hóa theo tiêu chuẩn của thị trường xuất khẩu trước mắt có thể giúp các doanh nghiệp có sản phẩm chưa đáp ứng được tiêu chuẩn chất lượng cao tiêu thụ được.

Nếu doanh nghiệp tận dụng tốt các hiệp định thương mại trước khi xảy ra những biến cố lớn như quyết định thay đổi thuế suất của Mỹ, giá trị xuất khẩu của thực phẩm Việt Nam có thể tiếp tục tăng và đạt mốc hơn 60 tỷ USD vào năm 2030 ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

Nguyễn Thị Mỹ, N., Nguyễn Hoàng, V., & Vũ Tuấn, D. (2023). Chiến lược cạnh tranh của các doanh nghiệp chế biến thực phẩm Việt Nam: Vai trò của đổi mới sáng tạo. Tạp chí Kinh tế và Phát triển, (308), 11-21.

Tổng cục Thống kê (2025), Truy cập tại <https://www.nso.gov.vn>

Hương Loan (2024), Phát triển ngành Chế biến thực phẩm theo hướng bền vững, Tạp chí Kinh tế Việt Nam, 47, 34-38.

Felzensztein, C. and Gimmon, E. (2014), "Competitive advantage in global markets: the case of the salmon industry in Chile", European Business Review, 26(6), 568-587.

Porter, M.E. (1985), Competitive advantage, Free Press, New York, US.

Ngày nhận bài: 18/1/2025

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 4/2/2025

Ngày chấp nhận đăng bài: 20/2/2025

ENHANCING COMPETITIVE ADVANTAGES OF VIETNAMESE FOOD ENTERPRISES IN THE ERA OF TECHNOLOGICAL ADVANCEMENT

● **TRUONG NGOC CHAN¹**

● **VU THANH HUONG¹**

¹ Faculty of Finance - Banking and Insurance,
University of Economics - Technology for Industries

ABSTRACT:

The Vietnamese food industry is undergoing significant transformation amid rapid technological advancement, presenting both substantial opportunities and challenges. To capitalize on these developments, businesses must clearly identify their industry-level and firm-specific competitive advantages, enabling timely adoption of appropriate technologies and the sustained strengthening of their market position. This study evaluates the current state of competitive advantage in the Vietnamese food industry, analyzes emerging challenges, and proposes directions to enhance competitiveness in the context of digital transformation and global integration.

Keywords: competitive advantage, food industry, technology application.