

THỰC TRẠNG KINH TẾ THỂ THAO Ở NƯỚC TA, MỘT GÓC NHÌN VỀ LÝ THUYẾT CẠNH TRANH THEO MÔ HÌNH KIM CƯƠNG

ThS. Tần Lê Minh¹; ThS. Nguyễn Kim Hoan²; ThS. Trần Lan Hương³

Tóm tắt: Qua mô hình kim cương về năng lực cạnh tranh của nhà kinh tế học Michael Porter, nhóm nghiên cứu phân tích về thực trạng hoạt động kinh tế thể thao ở nước ta, dựa trên 6 yếu tố bao gồm: 1) các yếu tố sản xuất; 2) nhu cầu; 3) các ngành công nghiệp hỗ trợ và liên quan; 4) chiến lược, cấu trúc và các yếu tố cạnh tranh trong ngành; 5) cơ hội và 6) Chính phủ.

Từ khóa: mô hình kim cương, kinh tế thể thao, công nghiệp thể thao...

Abstract: Based on Michael Porter's Diamond Model, this paper gives a analysis about Vietnam sports industry with 6 factor: 1) Factor condition; 2) Demand condition; 3) Related and supporting industries; 4) Strategy, structure and rivalry; 5) Chance; 6) Government, thereby drawing conclusion about competitiveness of Vietnam sports industry.

Keywords: diamond model, sports economics, sports industry...

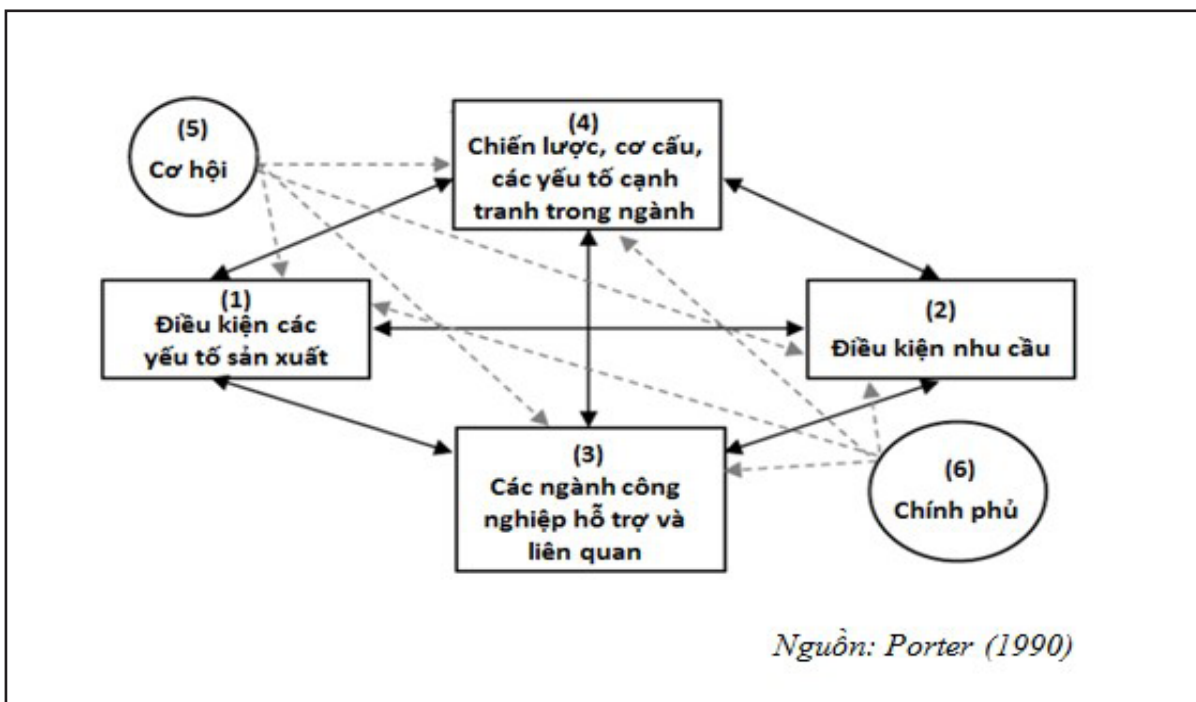
1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Mô hình kim cương là mô hình kinh tế được tạo ra bởi Michael Porter, trong cuốn sách về Lợi thế cạnh tranh của các quốc gia. Mô hình này được giới thiệu lần đầu vào năm 1990, được nhiều học giả, nhà nghiên cứu, doanh nhân sử dụng để đánh giá về năng lực cạnh tranh của một quốc gia hay của một ngành, lĩnh vực, một tổ chức.

Đối với lĩnh vực thể dục thể thao (TDTT), áp dụng mô hình kim cương của Michael Porter để đánh giá thực trạng kinh tế thể thao (KTTT) giúp cung cấp một khung phân tích hữu ích để hiểu và đánh giá các

yếu tố ảnh hưởng đến sự phát triển và cạnh tranh của ngành KTTT. Đồng thời, giúp xác định rõ các yếu tố thúc đẩy và cản trở để phát triển KTTT, từ đó làm cơ sở cho các nhà quản lý hoạch định chính sách phát triển KTTT phù hợp, các doanh nghiệp và các bên liên quan có thể xây dựng chiến lược phát triển hiệu quả, nâng cao năng lực cạnh tranh quốc gia và thúc đẩy phát triển kinh tế bền vững. Mô hình kim cương dựa trên các yếu tố sau (hình 1), gồm:

1) Các điều kiện về yếu tố sản xuất (factor conditions) là tài nguyên thiên nhiên, vốn, máy móc thiết bị, nguồn nhân lực và công nghệ. Đây là những



Hình 1. Sơ đồ Mô hình kim cương của Michael Porter

yếu tố quyết định năng suất, hiệu quả và năng lực sáng tạo.

2) Các điều kiện về nhu cầu (demand conditions): nhu cầu quyết định đến quy mô và tốc độ tăng trưởng của thị trường.

3) Các ngành công nghiệp hỗ trợ và liên quan (related and supporting industries): một ngành công nghiệp không thể tự tạo ra sản phẩm mà cần phải có mối liên kết với nhiều ngành khác để cung cấp nguyên vật liệu, phụ kiện hay gia công. Xu thế hiện nay là để phát triển mạnh trên trường quốc tế thì cần có các cụm ngành thay vì một ngành riêng lẻ.

4) Chiến lược, cấu trúc và yếu tố cạnh tranh trong ngành (firm strategy, structure, and rivalry), bao gồm chiến lược phát triển ngành, lĩnh vực, cấu trúc thị trường và các yếu tố cạnh tranh trong ngành, lĩnh vực như hình ảnh, thương hiệu, công nghệ, hệ thống phân phối...

Ngoài 4 yếu tố chính, có 2 yếu tố là: 5) cơ hội (chance) và 6) chính phủ (government). Đây là 2 yếu tố có liên quan tới môi trường kinh doanh, có tác động tới 4 yếu tố chính. Cơ hội là những tác động của các sự kiện bên ngoài, đem lại những thuận lợi nhưng cũng có cả khó khăn, thách thức cần phải vượt qua. Chính phủ đóng vai trò vừa như chất xúc tác, vừa là người đề ra yêu cầu, định luật chơi. Luật lệ, thể chế, chính sách phát triển của chính phủ ảnh hưởng lớn tới sự phát triển của ngành, lĩnh vực.

Từ tính cần thiết trên, chúng tôi tiến hành đánh giá thực trạng KTTT ở nước ta, một góc nhìn về lý thuyết cạnh tranh theo mô hình kim cương.

Quá trình nghiên cứu sử dụng các phương pháp nghiên cứu sau: phân tích dữ liệu/ tài liệu; cân bằng tổng quát; phỏng vấn và toán học thống kê.

2. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU VÀ BÀN LUẬN

2.1. Khái quát về ngành KTTT ở nước ta

Khái niệm KTTT ở Việt Nam còn khá mới mẻ, kinh doanh TDTT còn ít phát triển (Luu Quang Hiệp và nhóm nghiên cứu, năm 2015) [3]. Tuy nhiên, trong những năm qua, hoạt động kinh doanh, dịch vụ TDTT ở nước ta phát triển khá sôi động. Phong trào TDTT phát triển kéo theo sự gia tăng tiêu thụ về trang, thiết bị, trang phục, giày dép thể thao của cá nhân, hộ gia đình. Thị trường hàng hóa, thiết bị thể thao ở Việt Nam đã hình thành và mở rộng quy mô nhanh chóng. Nhiều thương hiệu đồ thể thao lớn đã đặt nhà máy gia công tại Việt Nam, như Nike, Adidas, Reebok, Puma, Uniqlo.... Các loại hình dịch vụ tập luyện TDTT như bóng đá mini, cầu lông, gym, yoga, bơi lội, quần vợt, golf, thể dục thẩm mỹ, billiard... phát triển mạnh ở hầu hết các địa phương,

kéo theo sự hình thành của hơn 4.000 phòng tập, trung tâm thể thao, câu lạc bộ TDTT có thu phí. Một số giải thể thao đã bước đầu được điều hành, tổ chức thi đấu theo cơ chế chuyên nghiệp, điển hình là trong các môn bóng đá, bóng rổ. Hoạt động tài trợ, quảng cáo thể thao, khai thác bản quyền bước đầu đem lại doanh thu cho một số bộ môn thể thao. Nhiều sự kiện thể thao quy mô lớn đã khai thác tốt nguồn thu từ tài trợ, quảng cáo và thu phí tham gia thi đấu, như các giải chạy marathon, 3 môn phối hợp, chạy địa hình. Theo số liệu điều tra của nhóm nghiên cứu, tại 41 địa phương có tổng số 9376 cơ sở hoạt động kinh doanh, dịch vụ thể thao, trong đó có 936 doanh nghiệp, 8.440 hộ kinh doanh; thu nhập bình quân của người lao động trên 7.000 đồng.

2.2. Phân tích ngành KTTT theo mô hình kim cương

2.2.1. Điều kiện về yếu tố sản xuất

Nguồn nhân lực: nguồn lao động trong khu vực nhà nước của ngành TDTT năm 2019 là 35.626 người (niên giám thống kê ngành VH-TTDL năm 2019); nhân lực làm việc trong khu vực tư nhân chưa có kết quả thống kê. Có khoảng 50 trường Đại học, Cao đẳng có đào tạo về chuyên môn TDTT, tuy nhiên đào tạo về chuyên ngành KTTT hoặc khoa học quản lý (trong đó có chuyên môn về kinh tế và marketing thể thao) thì chỉ có 05 trường Đại học. Nhìn chung các doanh nghiệp, cơ sở kinh doanh thể thao đều thiếu nhân lực được đào tạo về quản trị kinh doanh hoặc các chuyên môn khác về KTTT.

Nguồn vốn: Ngân sách nhà nước chi cho TDTT vẫn đóng vai trò chủ đạo và tăng dần hàng năm, song các định mức chi nhìn chung còn thấp. Việc huy động vốn đầu tư ngoài ngân sách nhà nước trong những năm qua đã có kết quả khả quan tại nhiều địa phương, tuy nhiên lĩnh vực TDTT vẫn gặp khó khăn trong thu hút đầu tư xây dựng, khai thác, vận hành các công trình thể thao và tổ chức sự kiện thể thao do tính chất suất đầu tư lớn, khả năng sinh lợi không cao và vướng mắc về cơ chế hợp tác, liên doanh kiên kết. Tư nhân đầu tư chủ yếu trong việc thành lập các cơ sở hoạt động kinh doanh dịch vụ TDTT quy mô nhỏ.

Cơ sở hạ tầng kỹ thuật: cơ sở hạ tầng kỹ thuật về TDTT còn thiếu thốn, lạc hậu. Hệ thống các công trình thể thao trong nước mới chỉ đáp ứng yêu cầu đăng cai tổ chức SEA Games và một số đại hội thể thao châu lục (cấp độ không chính thức), chưa đủ điều kiện để đăng cai tổ chức các sự kiện thể thao quy mô lớn (mega sport). Các điều kiện về hạ tầng công nghệ như viễn thông, công nghệ thông tin tốt

hơn so với hạ tầng kỹ thuật cơ sở vật chất.

Đất đai: định mức đất đai cho TDTT đã được xác định trong quy hoạch chung về phát triển TDTT và lồng ghép trong quy hoạch phát triển kinh tế - xã hội của từng địa phương. Tuy nhiên việc bố trí đất, dành đất cho xây dựng các công trình TDTT trên thực tế còn gặp nhiều khó khăn. Giá cả bất động sản gia tăng trong giai đoạn vừa qua khiến cho việc triển khai quy hoạch, giải phóng mặt bằng và thực hiện các dự án đầu tư về TDTT gặp nhiều khó khăn.

2.2.2. Các điều kiện về cầu:

Thị trường TDTT ở nước ta có triển vọng quy mô lớn, do có khoảng 1/3 dân số thường xuyên tham gia hoạt động TDTT và phần đông dân số trong độ tuổi lao động. Nhu cầu về TDTT tăng nhanh do thu nhập được cải thiện, gia tăng thời gian rảnh rỗi và hình thành một số trào lưu về rèn luyện sức khỏe nhằm cải thiện hình thể và phòng chống bệnh tật. Trong đó đã bắt đầu xuất hiện nhu cầu về sản phẩm, dịch vụ thể thao cao cấp bởi sự hình thành của tầng lớp trung lưu. Tuy nhiên tiêu chuẩn chất lượng hàng hóa, sản phẩm thể thao trên thị trường còn thấp, năng lực quản lý chất lượng còn yếu. Hàng hóa nhập ngoại tự do lưu thông trên thị trường.

2.2.3. Các ngành công nghiệp phụ trợ và liên quan

Về lĩnh vực sản xuất hàng hóa, thiết bị thể thao, các ngành công nghiệp hỗ trợ phục vụ ngành sản xuất thiết bị, hàng hóa thể thao trong nước mới chỉ sản xuất được một số phụ kiện, vật tư có tính chất đơn giản, như phụ kiện cho quả cầu lông, lưới bóng đá, bóng chuyền, các bộ phận cấu kiện cho thiết bị tập luyện ngoài trời và một số phụ kiện quần áo, giày dép thể thao. Hầu hết các vật tư, phụ kiện, linh kiện để phục vụ sản xuất, gia công thiết bị, trang phục thể thao trong nước đều được nhập khẩu từ nước ngoài. Thị trường có nhiều doanh nghiệp FDI lớn, song mức độ liên kết giữa các doanh nghiệp FDI với nền sản xuất nội địa rất thấp, không có nhiều doanh nghiệp trong nước tham gia vào chuỗi giá trị của các doanh nghiệp FDI.

Về lĩnh vực dịch vụ, các loại hình dịch vụ hàng không, dịch vụ truyền thông, dịch vụ ngân hàng, bảo hiểm, dịch vụ vận tải, dịch vụ y tế, chăm sóc sức khỏe, cung cấp dinh dưỡng, thực phẩm chức năng và dịch vụ ăn uống là những lĩnh vực dịch vụ có mối quan hệ gắn kết với TDTT, đặc biệt là dịch vụ du lịch. Truyền thông cũng là đối tác đặc biệt của TDTT hay nói cách khác, TDTT là lĩnh vực được truyền thông nhiều nhất. Tuy nhiên những mối liên kết này chưa được thể hiện bằng các chính sách cụ thể để tạo mức độ tương hỗ, khai thác tối đa lợi ích

giữa các ngành. Trên thực tế có rất ít hoạt động giảm giá vé máy bay hay khách sạn, vận chuyển cho các sự kiện thể thao lớn, mặc dù các sự kiện này đem lại lợi ích cho nhiều ngành.

2.2.4. Chiến lược, cấu trúc và yếu tố cạnh tranh trong ngành

Chiến lược phát triển: ngành TDTT thực hiện định hướng phát triển theo các Nghị quyết, Kết luận chuyên đề của Bộ Chính trị (Nghị quyết 08-CT/TW, Kết luận 70-KL/TW) và Chiến lược phát triển thể dục, thể thao, Quy hoạch phát triển TDTT đến năm 2020, định hướng đến năm 2030 của Thủ tướng Chính phủ, trong đó có xác định một số mục tiêu, nhiệm vụ cụ thể về phát triển KTTT [1], [2], [6]. Các địa phương cũng ban hành Nghị quyết, Quyết định phê duyệt quy hoạch, kế hoạch phát triển TDTT tại địa phương. Tuy nhiên, chưa có kế hoạch, đề án tổng thể về phát triển KTTT ở nước ta.

Cấu trúc thị trường: thị trường các hoạt động kinh tế TDTT ở Việt Nam nhìn chung chưa đầy đủ cấu trúc như thị trường của một số quốc gia lân cận (Trung Quốc, Thái Lan). Các loại hình thị trường phổ biến là thị trường dịch vụ tập luyện TDTT và trao đổi, mua bán hàng hóa, thiết bị thể thao. Thị trường sản xuất hàng hóa thể thao chủ yếu là gia công cấu kiện, thành phẩm cho nước ngoài hoặc thực hiện dây chuyền sản xuất của công ty nước ngoài theo hình thức FDI. Các thị trường đào tạo, chuyên nhượng vận động viên, khai thác bản quyền, tài trợ, quảng cáo, chăm sóc y tế, chữa trị chấn thương... quy mô còn nhỏ bé.

Các yếu tố cạnh tranh :

- Độ mở của thị trường và rào cản thương mại: kinh doanh hoạt động TDTT của doanh nghiệp thể thao, CLB thể thao chuyên nghiệp được xác định là loại hình kinh doanh có điều kiện; các quy định về điều kiện kinh doanh cũng không quá phức tạp. Đối với hàng hóa, thiết bị thể thao nhập khẩu, rào cản kỹ thuật có thể là các tiêu chuẩn, quy chuẩn kỹ thuật, song hiện nay chưa có quy chuẩn kỹ thuật được ban hành và chỉ có 06 nhóm mặt hàng hóa thể thao nhóm 2 được yêu cầu chứng nhận chất lượng. Các thủ tục hành chính liên quan đến kinh doanh TDTT đang được đơn giản hóa. Khó khăn rõ nhất là việc TDTT chưa được đưa vào danh sách các lĩnh vực được áp dụng cơ chế PPP là trở ngại trên thực tế đối với thu hút đầu tư. Việc thực hiện các quy định liên quan chính sách khuyến khích xã hội hóa trong sử dụng đất đai, công trình thể thao gặp vướng mắc do các quy định pháp luật khác về đất đai và quản lý tài sản công.

- Số lượng các doanh nghiệp kinh doanh thể thao tương đối ít, các cơ sở kinh doanh dịch vụ tồn tại chủ yếu dưới mô hình hộ kinh doanh.

- Về môi trường cạnh tranh, còn thiếu các quy định cụ thể về chính sách cạnh tranh, chống độc quyền trong lĩnh vực TDTT.

- Các quy định về bản quyền, sở hữu trí tuệ trong lĩnh vực TDTT tuy đã có nhưng còn thiếu cụ thể, chưa phát huy sức mạnh. Tình trạng vi phạm quyền sở hữu giải, bản quyền thương hiệu, hình ảnh trong lĩnh vực TDTT, xâm phạm quyền lợi của nhà tài trợ còn diễn ra khá phổ biến. Hoạt động đặt cược thể thao bất hợp pháp còn diễn ra trên quy mô không nhỏ, trong khi đặt cược thể thao hợp pháp chậm triển khai.

2.2.4. Cơ hội

Có nhiều cơ hội cho phát triển KTTT ở nước ta, như quy mô dân số (độ lớn của thị trường); năng suất lao động và thu nhập người dân không ngừng được cải thiện; quá trình đô thị hóa diễn ra nhanh chóng, nhu cầu tập luyện, xem thi đấu thể thao và tham gia các hoạt động thể thao giải trí của người dân ngày càng cao; hội nhập quốc tế diễn ra mạnh mẽ, kéo theo sự du nhập của nhiều loại hình thể thao mạo hiểm, thể thao giải trí mới, thu hút giới trẻ tham gia.

2.2.5. Chính phủ

Chính phủ luôn quan tâm tới phát triển sự nghiệp TDTT, ban hành nhiều chiến lược, quy hoạch, chương trình, dự án phát triển TDTT và chỉ đạo xây dựng, hoàn thiện hệ thống pháp luật về TDTT [6]. Chính phủ đang chỉ đạo xây dựng Chiến lược phát triển TDTT đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045. Chính phủ cũng có chính sách ưu đãi đối với cơ sở thực hiện xã hội hóa trong lĩnh vực TDTT; đẩy mạnh cải cách hành chính, cải cách thể chế để tạo điều kiện thuận lợi và thúc đẩy hoạt động kinh doanh, dịch vụ TDTT. Chi tiêu công của Chính phủ cũng đóng vai trò quan trọng trong tăng cung, kích cầu và tăng cường cơ sở vật chất về TDTT.

3. KẾT LUẬN

Thông qua phân tích mô hình kim cương đối với hoạt động KTTT ở nước ta có thể thấy rằng đây là ngành kinh tế còn non trẻ, có nhiều tiềm năng, triển vọng để phát triển nhưng cũng đứng trước thách thức lớn để tận dụng các cơ hội và khắc phục những hạn chế về năng lực cạnh tranh. Thực trạng các điều kiện về yếu tố sản xuất và đầu vào còn thiếu và yếu, cấu trúc ngành kinh tế thể thao chưa đầy đủ, số lượng và quy mô doanh nghiệp tham gia lĩnh vực tương đối nhỏ, các ngành công nghiệp hỗ trợ và liên quan còn

thiếu sự gắn kết, chính sách pháp luật để duy trì môi trường cạnh tranh bình đẳng, thuận lợi cho các chủ thể kinh tế còn một số bất cập. Những vấn đề đó cho thấy năng lực cạnh tranh của ngành KTTT ở nước ta ở mức tương đối thấp, cần có những chính sách, biện pháp mạnh mẽ trong thời gian tới để tạo bước phát triển đột phá.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Ban chấp hành Trung ương (2011), *Nghị quyết số 08-NQ/TW ngày 01/12/2011 của Ban chấp hành Trung ương về tăng cường sự lãnh đạo của Đảng tạo bước phát triển mạnh mẽ về TDTT đến năm 2020.*
2. Bộ Chính trị (2024), *Kết luận số 70-KL/TW ngày 31/01/2024 của về phát triển TDTT trong giai đoạn mới.*
3. Lưu Quang Hiệp và cộng sự (2015), *Đề tài khoa học công nghệ cấp nhà nước: Giải pháp phát triển kinh tế TDTT ở Việt Nam trong quá trình hội nhập quốc tế” (mã số KX.01.05/11-15).*
4. Grant, R.M. (1991). *Porter's Competitive Advantage Of Nations: An Assesment.* Strategic Management Journal .
5. Porter, M.E. (1990). *The Competitive Advantage Of Nations.* Harvard Business Review.
6. Thủ tướng Chính phủ (2010), *Quyết định số 2198/QĐ-TTg ngày 03/12/2010 phê duyệt Chiến lược phát triển thể dục, thể thao đến năm 2020.*
7. *Các báo cáo tổng kết công tác TDTT hàng năm của các địa phương.*

Nguồn bài báo: được trích từ kết quả đề tài nghiên cứu cấp Bộ “Nghiên cứu xây dựng định hướng phát triển kinh tế thể thao đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045”, Trần Lê Minh.

Ngày nhận bài: 15/4/2024; **Ngày duyệt đăng:** 15/5/2024.

