

MẠNG SẢN XUẤT TOÀN CẦU CỦA NGÀNH DỆT MAY VÀ SỰ THAM GIA CỦA VIỆT NAM

Trần Thị Thu Trang

Viện Thương mại và Kinh tế Quốc tế, Trường Đại học Kinh tế quốc dân

Email: trang.tranthithu@gmail.com

Ngày nhận: 8/8/2016

Ngày nhận bản sửa: 15/9/2016

Ngày duyệt đăng: 5/10/2016

Tóm tắt:

Mạng sản xuất dệt may là mạng sản xuất khổng lồ có độ phân tán lớn trên toàn cầu. Hiện nay, mạng sản xuất dệt may đang có xu hướng dịch chuyển sang châu Á và đặc biệt phát triển mạnh mẽ ở khu vực Đông Á. Việt Nam là một trong những quốc gia có kim ngạch xuất khẩu dệt may lớn trên thế giới đang bắt đầu từng bước tham gia vào mạng sản xuất dệt may toàn cầu. Tuy nhiên cho tới nay, việc tham gia của Việt Nam trong mạng sản xuất này mới chỉ được đánh giá ở một số khâu gián đơn và còn nhiều hạn chế. Bài viết đưa ra những hiểu biết nền tảng về mạng sản xuất dệt may toàn cầu, đánh giá sự tham gia của Việt Nam vào mạng sản xuất này. Đồng thời, bài viết cũng phân tích một số yếu tố tác động đến sự tham gia của Việt Nam vào mạng sản xuất dệt may toàn cầu, từ đó kiến nghị giải pháp nâng cao mức độ tham gia của Việt Nam trong mạng sản xuất dệt may toàn cầu.

Từ khóa: Dệt may, mạng sản xuất toàn cầu, tham gia của Việt Nam.

Global production networks in textile and garment industry and participation of Vietnam

Abstract:

Textile and garment production network is a huge production network of a large dispersion around the globe. Currently, textile production network tends to shift to Asia, and has seen particularly strong growth in East Asia. Vietnam has been one of countries with large textile and garment exports in the world and began to gradually participate in global production networks in the textile and garment sector. However, until now, Vietnam's participation in the network of global textile and garment production has been evaluated in simple process and has had some limitation. The article gave fundamental understanding of the network of global textile and garment production, assessed the participation of Vietnam in the global production network in textile and garment sector. The author also analyzed a number of factors affecting the participation of Vietnam to the network of global textile and garment production, thereby proposing a number of measures to enhance the level of participation of Vietnam in network of global textile and garment production.

Keywords: Textile, global production networks, participation of Vietnam.

1. Đặt vấn đề

Mạng sản xuất toàn cầu bắt đầu xuất hiện từ những năm 1970 và phát triển trong nhiều ngành như công nghiệp điện tử, công nghiệp ô tô, viễn thông, dệt may... Với sự phát triển ngày càng sâu

rộng mạng sản xuất toàn cầu của các công ty đa quốc gia, sự cạnh tranh không chỉ giữa các doanh nghiệp, các quốc gia mà còn giữa các mạng sản xuất này. Việc làm thế nào để tổ chức hoạt động của mạng sản xuất, làm thế nào để phối hợp và kiểm

soát các nhà máy trong mạng sản xuất, đảm bảo tính liên tục, tính liên kết giữa các nhà máy là các yêu cầu của hoạt động quản trị. Các công ty đa quốc gia với kinh nghiệm nhiều năm trong việc quản lý các chi nhánh ở nhiều thị trường khác nhau đã xây dựng các mô hình quản trị mạng sản xuất toàn cầu phù hợp với đặc điểm của từng ngành, từng lĩnh vực cụ thể.

Việt Nam là một quốc gia đang phát triển, việc các doanh nghiệp tham gia vào mạng sản xuất toàn cầu của các công ty đa quốc gia là phù hợp với xu thế phát triển chung của kinh tế thế giới. Tuy nhiên, sự tham gia của các doanh nghiệp Việt Nam trong mạng lưới sản xuất toàn cầu còn khá khiêm tốn (chỉ 36% doanh nghiệp tham gia vào mạng lưới sản xuất bao gồm cả xuất khẩu trực tiếp và gián tiếp), trong khi các nền kinh tế có quy mô tương tự trong khu vực Đông Nam Á như Thái Lan, Malaysia thì tỷ lệ này là khoảng 60%. Trong mạng sản xuất toàn cầu của dệt may, số lượng các doanh nghiệp của Việt Nam tham gia không nhiều và chủ yếu tập trung vào các công đoạn gia công chế tạo với giá trị gia tăng thấp. Dự báo sau Hiệp định Đối tác xuyên Thái Bình Dương (TPP), dệt may sẽ là một trong số các ngành chịu nhiều tác động nhất, đồng thời, sẽ có rất nhiều công ty đa quốc gia đầu tư vào Việt Nam để tìm kiếm các nhà sản xuất nội địa nhằm xây dựng mạng lưới sản xuất của mình. Cơ hội cho các doanh nghiệp dệt may Việt Nam trở thành một mắt xích trong mạng sản xuất dệt may toàn cầu của các công ty đa quốc gia là rất lớn. Do vậy, việc tìm hiểu về mạng sản xuất toàn cầu của ngành dệt may và sự tham gia của Việt Nam là hết sức cần thiết.

Bài viết sẽ làm rõ một số vấn đề về mạng sản xuất toàn cầu của ngành dệt may, nghiên cứu thực trạng và các yếu tố tác động đến sự tham gia mạng sản xuất dệt may toàn cầu của Việt Nam, từ đó đưa ra một số kiến nghị và giải pháp nâng cao mức độ tham gia vào mạng sản xuất dệt may toàn cầu của Việt Nam.

2. Tổng quan nghiên cứu

2.1. Tình hình nghiên cứu ngoài nước

Trên thế giới đã có một số nghiên cứu về mạng sản xuất toàn cầu của ngành dệt may, cụ thể như: Gereffi (1994) đã nghiên cứu về cách thức người mua xây dựng mạng lưới sản xuất toàn cầu ở các quốc gia xuất khẩu lớn nhất trên thế giới như thế nào, cùng với việc phân tích các đặc điểm tổ chức của chuỗi giá trị do người mua chi phối trong đó

diễn hình là chuỗi giá trị dệt may. Gereffi & Memedovic (2003) sử dụng chuỗi giá trị toàn cầu để giải thích về sự thay đổi trong sản xuất, thương mại và chiến lược công ty của các doanh nghiệp dệt may trong thập niên 90 của thế kỷ XX. Về sự tham gia của dệt may Việt Nam trong chuỗi giá trị toàn cầu có nghiên cứu của Nadvi & Thoburn (2004) và Goto Kenta (2007) xem xét các chiến lược phát triển ngành dệt may Việt Nam nhằm tăng giá trị gia tăng xuất khẩu hàng may mặc thông qua liên kết dọc và xuất khẩu thương hiệu gốc.

Các nghiên cứu ngoài nước đã khái quát về mạng sản xuất dệt may toàn cầu, tuy nhiên các phân tích tham gia của Việt Nam đều đứng ở góc độ chuỗi giá trị, không phải là mạng sản xuất toàn cầu.

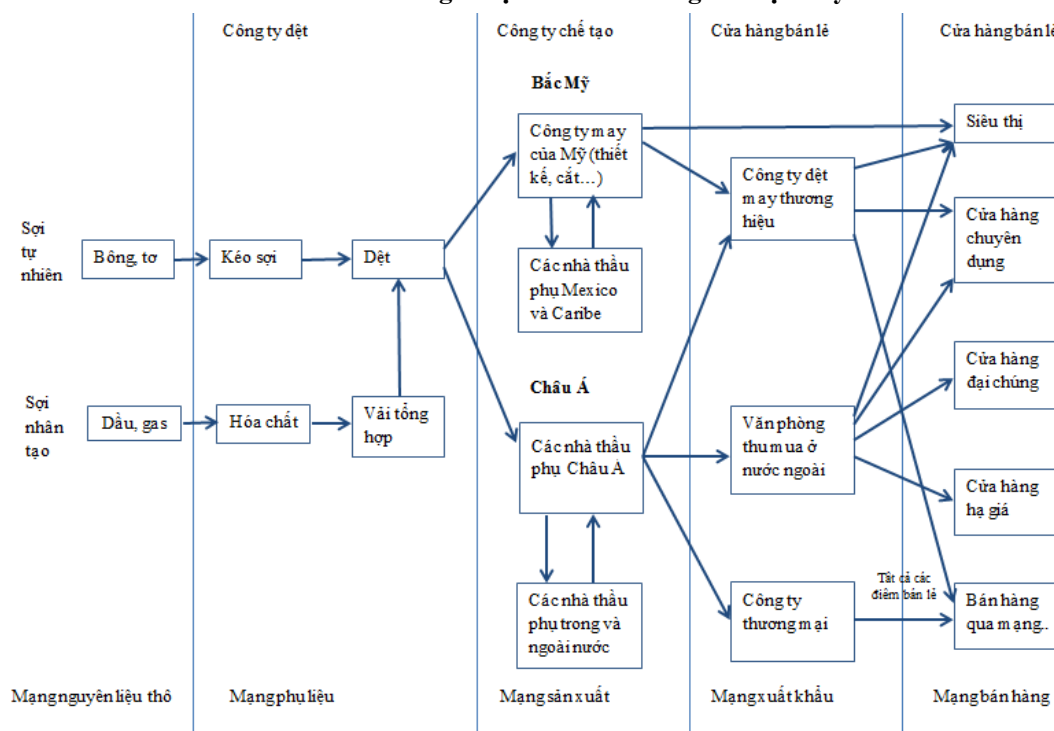
2.2. Tình hình nghiên cứu trong nước

Ở trong nước, Lê Thị Ái Lâm (2012) đã làm rõ một số vấn đề lý luận và thực tiễn về mạng sản xuất toàn cầu, lựa chọn diễn hình ngành điện tử và dệt may, và vai trò của các công ty đa quốc gia trong việc hình thành và phát triển các mạng này. Cù Chí Lợi (2011) đã phân tích thực trạng cũng như đánh giá khả năng của các doanh nghiệp Việt Nam tham gia mạng sản xuất khu vực và toàn cầu. Các nghiên cứu của các tác giả trong nước đã phân tích và đánh giá về khả năng tham gia của các doanh nghiệp Việt Nam trong mạng sản xuất toàn cầu nói chung, tuy nhiên chưa đi sâu nghiên cứu cụ thể của các doanh nghiệp ngành dệt may.

3. Mạng sản xuất toàn cầu của ngành dệt may

Mạng sản xuất toàn cầu ra đời dựa trên sự kết hợp hai quá trình: tái cấu trúc phân bố về mặt địa lý ra bên ngoài biên giới quốc gia và tái tổ chức các hoạt động sản xuất ra bên ngoài biên giới công ty (Dieter Ernst & Linsu Kim, 2001). Khái niệm mạng sản xuất thường hay được nhắc cùng với khái niệm chuỗi giá trị, chuỗi cung ứng toàn cầu vì thực tế chúng có nhiều điểm chung. Tuy nhiên, chuỗi giá trị là một quy trình sản xuất một sản phẩm hoặc dịch vụ theo trật tự đầy đủ các hoạt động tạo giá trị gia tăng cần thiết để đưa sản phẩm chuyển từ khái niệm đến thiết kế, tìm kiếm và sử dụng các nguyên liệu thô ban đầu và các đầu vào trung gian, sản xuất, marketing, phân phối và hỗ trợ cho người tiêu dùng cuối cùng (Abonny George, 2006). Khi các hoạt động cấu thành trong chuỗi giá trị được phân tách về mặt địa lý trên nhiều nước khác nhau thì nó trở thành chuỗi giá trị toàn cầu. Trong khi đó, mạng sản xuất là sự thể hiện các liên kết bên trong hoặc giữa các

Hình 1. Chuỗi giá trị toàn cầu của ngành dệt may



Nguồn: Gereffi & Memedovic, 2003

nhóm công ty trong một chuỗi giá trị toàn cầu để sản xuất, phân phối và hỗ trợ tiêu dùng các sản phẩm cụ thể. Như vậy, một hệ thống tạo ra sản phẩm, nếu được nhìn từ góc độ tạo giá trị sẽ có hàm ý của chuỗi giá trị, còn nếu được nhìn từ góc độ tổ chức sản xuất sẽ có hàm ý của một mạng sản xuất (Lê Thị Ái Lâm, 2012).

Về cơ bản, các thành phần của mạng sản xuất gồm có công ty đứng đầu mạng, các nhà cung ứng toàn cầu và các nhà cung ứng địa phương. Cấu trúc hoạt động giữa công ty đứng đầu và các nhà cung ứng có sự liên kết với nhau theo một cơ cấu khá chặt chẽ. Hiện nay, trên thế giới có hai loại mạng sản xuất phổ biến là mạng do nhà sản xuất dẫn dắt và mạng do nhà bán lẻ chi phối. Mạng do nhà sản xuất dẫn dắt là loại mạng mà công ty chế tạo đa quốc gia lớn là công ty đứng đầu, đóng vai trò trung tâm kiểm soát chặt chẽ việc điều phối mạng lưới các nhà cung ứng toàn cầu và nhà cung ứng địa phương. Mạng do nhà sản xuất dẫn dắt thường gắn với các sản phẩm có hàm lượng vốn và công nghệ cao như ô tô, điện tử, bán dẫn... Mạng do nhà bán lẻ chi phối là mạng trong đó các nhà bán lẻ đóng vai trò dẫn dắt trong việc tạo nguồn từ các mạng lưới phi tập trung các nhà cung ứng độc lập, xác định quy chuẩn sản phẩm và quy trình. Mạng do nhà bán lẻ chi phối

thường gắn với các sản phẩm có sử dụng nhiều lao động như dệt may, giày dép, nông sản... Như vậy, mạng sản xuất toàn cầu của ngành dệt may là mạng sản xuất do nhà bán lẻ chi phối dựa trên chuỗi giá trị hướng về khách hàng. Hình 1 thể hiện chuỗi giá trị toàn cầu trong ngành dệt may, gồm có 5 khâu: cung ứng nguyên liệu thô gồm sợi tự nhiên và sợi tổng hợp; cung cấp nguyên phụ liệu gồm chỉ, vải, tơ,... công đoạn sản xuất hàng may mặc gồm các nhà thầu phụ trong nước và nước ngoài; công đoạn xuất khẩu được hình thành bởi các đại lý thương mại và công đoạn marketing ở cấp độ bán lẻ. Do đó, mạng sản xuất của ngành dệt may là mạng liên ngành, liên kết nhiều mạng sản xuất khác nhau như mạng sản xuất sợi tự nhiên và tổng hợp, mạng sản xuất vải và dệt may, mạng sản xuất may mặc, mạng xuất khẩu và phân phối và các mạng marketing và bán lẻ.

Mạng sản xuất dệt may bao gồm hai nhóm thành phần tham gia chủ chốt là các nhà chế tạo và các công ty đứng đầu mạng. Các công ty đứng đầu mạng thường là những người mua toàn cầu hay các nhà bán lẻ, là các công ty của Mỹ và châu Âu như Liz Claiborne, Gap, The Limited Inc, Levi's, Walmart... Họ có thể thiết kế và/hoặc tiếp thị nhưng không sản xuất những sản phẩm có thương hiệu mà họ đặt hàng, hoạt động sản xuất hàng vật chất tách

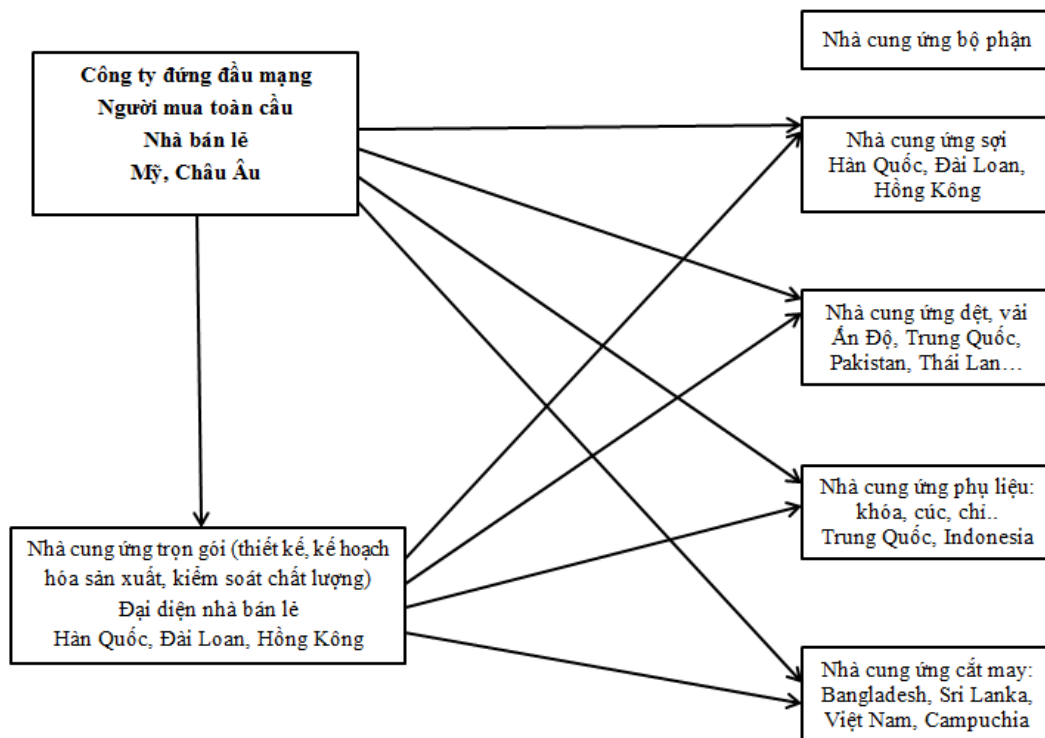
biệt với hoạt động thiết kế và tiếp thị. Họ là những người trực tiếp tiếp xúc với người tiêu dùng cuối cùng vì vậy họ sẽ áp đặt các yêu cầu về chất lượng, ấn định các chuẩn mực về sản xuất và lao động cho cả chuỗi. Những người mua toàn cầu này là yếu tố thực thi hoạt động quản trị và liên kết hệ thống của toàn bộ mạng. Các nhà chế tạo trong mạng sản xuất dệt may gồm hai nhóm: các nhà cung ứng bộ phận và các nhà cung ứng trọn gói. Các nhà cung ứng trọn gói là đại diện cho nhà bán lẻ, thực hiện thiết kế, lên kế hoạch hóa sản xuất, tìm kiếm và liên kết với các nhà cung ứng bộ phận và kiểm soát chất lượng sản phẩm theo yêu cầu và chuẩn mực mà công ty đứng đầu áp đặt. Nhà cung ứng trọn gói thường xây dựng mạng lưới các nhà cung ứng bộ phận lớn để không bị quá phụ thuộc vào một nhà cung ứng nào cả mà vẫn đưa ra những sản phẩm chất lượng cao giá thành thấp với độ tin cậy và thời gian ngắn nhất cho khách hàng. Các nhà cung ứng trọn gói thường là các công ty ở các nước phát triển mới như Hàn Quốc, Đài Loan, Hồng Kông như Li&Fung. Các nhà cung ứng bộ phận có thể do các công ty đứng đầu mạng hoặc các nhà cung ứng trọn gói lựa chọn, thực hiện rất ít các hoạt động sản xuất chính, tập trung chủ yếu vào các hoạt động cung ứng bộ phận và có sự phụ thuộc đáng kể vào các chủ

thể khác trong chuỗi nên họ dễ dàng tham gia vào mạng cũng dễ bị thay thế vì những hoạt động của họ không đòi hỏi năng lực cao. Khu vực của các nhà cung ứng bộ phận thường được lựa chọn là những nước có mức lương thấp nhất và ưu đãi từ chính sách của quốc gia như môi trường, hạn ngạch, thuế ưu đãi, khuyến khích đặc biệt... Đó chính là lý do các nhà cung ứng bộ phận thường xuất hiện ở các quốc gia như Thái Lan, Việt Nam, Philippines ở Đông Nam Á, Ấn Độ, Sri Lanka, Bangladesh ở Nam Á, Tunisia, Mauritius ở châu Phi... Hình 2 thể hiện mạng sản xuất toàn cầu trong ngành dệt may, với sự tham gia của công ty đứng đầu mạng và các nhà chế tạo.

4. Sự tham gia của Việt Nam vào mạng sản xuất toàn cầu của ngành dệt may

Sau hơn 20 năm liên tục phát triển với tỷ lệ tăng trưởng bình quân 15%/năm, ngành dệt may Việt Nam đã vươn lên trở thành ngành kinh tế hàng đầu, ngành xuất khẩu chủ lực của Việt Nam với kim ngạch xuất khẩu đóng góp từ 10-15% GDP hàng năm. Năm 2015, sản phẩm dệt may Việt Nam xuất khẩu đến hơn 180 quốc gia và vùng lãnh thổ với kim ngạch xuất khẩu đạt 22,81 tỷ USD; chiếm 14% tổng kim ngạch xuất khẩu và 11% GDP cả nước. Tốc độ

Hình 2. Mạng sản xuất toàn cầu trong ngành dệt may



Nguồn: Tác giả tổng hợp từ Abonnyi George (2006) và Cù Chí Lợi (2011)

tăng trưởng dệt may trong giai đoạn 2010 - 2015 đạt 16,4%/năm đưa Việt Nam trở thành một trong những quốc gia có tốc độ tăng trưởng kim ngạch xuất khẩu dệt may nhanh nhất thế giới. Việt Nam hiện là một trong 5 nhà xuất khẩu dệt may hàng đầu thế giới với thị phần 4-5%. Thị trường xuất khẩu chính của Việt Nam là Hoa Kỳ, EU và Nhật (chiếm trên 75% kim ngạch xuất khẩu hàng năm) với các sản phẩm may mặc chủ yếu là áo jacket, áo thun, quần và áo sơ mi – đều là các sản phẩm từ bông và sợi tổng hợp cho phân khúc thị trường trung cấp và bình dân.

Với tốc độ phát triển nhanh và quy mô xuất khẩu lớn của ngành dệt may, có thể thấy mức độ tham gia của các doanh nghiệp Việt Nam vào các mạng sản xuất toàn cầu trong ngành dệt may là lớn nhất trong các ngành kinh tế. Lý do là mạng sản xuất toàn cầu trong ngành dệt may có hàng rào thâm nhập thấp. Việt Nam với lợi thế chi phí lao động rẻ, lực lượng lao động dồi dào và chậm chễ đã có những thuận lợi trong việc thâm nhập vào các mạng sản xuất ngành dệt may. Bên cạnh đó, các yếu tố như sự ưu tiên hạn ngạch dệt may cho các nước đang phát triển tiếp cận vào thị trường các nước phát triển lại tạo ra những thuận lợi hơn nữa. Tuy nhiên, ngành công nghiệp dệt may Việt Nam hiện nay mới chỉ tham gia vào phần thứ ba trong chuỗi cung ứng dệt may toàn cầu là cắt và may, sản xuất theo phương thức gia công đơn giản, thiếu khả năng cung cấp trọn gói, nên giá trị gia tăng còn thấp. Theo thống kê của Hiệp hội Dệt may Việt Nam (VITAS), tỷ lệ xuất khẩu hàng may mặc theo phương thức gia công CMT vẫn chiếm chủ yếu (khoảng 85%), xuất khẩu theo phương thức FOB (chủ yếu là FOB cấp 1) khoảng 13% và chỉ khoảng 2% xuất khẩu theo phương thức ODM. Tỷ lệ xuất khẩu các sản phẩm may mặc theo phương thức FOB, ODM, OBM vẫn thấp do ngành dệt may của Việt Nam không chủ động được nguồn nguyên liệu, khả năng quản lý, huy động vốn nên vẫn chưa khai thác hết các lợi thế để thu lợi nhuận tối đa ở khâu này. Bên cạnh đó, tính đến năm 2015, tỷ lệ nội địa hóa của ngành mới đạt 51,1% nguồn nguyên phụ liệu xuất, khiêm tốn so với mức 90% của Ấn Độ và 95% của Trung Quốc, nên giá trị thặng dư của ngành cũng khó được cải thiện. Các hoạt động cung ứng đầu vào và đầu ra của ngành dệt may Việt Nam đều còn yếu kém. Về cung ứng đầu vào, ngành dệt may Việt Nam vẫn còn phụ thuộc lớn vào nguyên phụ liệu nhập khẩu (khoảng 70%), chủ

yếu từ thị trường Trung Quốc, Đài Loan, Hàn Quốc. Sự lệ thuộc của các doanh nghiệp trong nước với nguồn nguyên phụ liệu từ nước ngoài là điều dễ hiểu vì nhiều sản phẩm cơ bản của ngành dệt may như bông, sợi tổng hợp, hóa chất... các doanh nghiệp Việt Nam đều chưa sản xuất được hoặc có sản xuất nhưng chất lượng sản phẩm không đáp ứng đủ điều kiện. Cụ thể: ngành mới chỉ đáp ứng được 2% nhu cầu bông, 1/8 nhu cầu vải với chất lượng chưa đảm bảo. Về cung ứng đầu ra của các doanh nghiệp dệt may Việt Nam hiện nay phụ thuộc chủ yếu vào các nhà cung ứng trọn gói trong mạng sản xuất hàng dệt may trên thế giới. Các nhà cung ứng này thường từ Hàn Quốc, Đài Loan và Hồng Kông, họ có toàn quyền đưa ra các điều kiện và lựa chọn các doanh nghiệp cung ứng sản phẩm cho mình để tham gia vào mạng sản xuất toàn cầu của ngành dệt may. Trong một số trường hợp, các công ty bán lẻ, đa số thuộc thị trường Mỹ, châu Âu có thể lựa chọn các doanh nghiệp cung ứng bộ phận trong mạng sản xuất, nhưng đó thường là các doanh nghiệp có công nghệ sản xuất hiện đại, có thể đáp ứng điều kiện ngặt nghèo về chất lượng, môi trường và nhân lực. Có thể thấy, các doanh nghiệp dệt may Việt Nam vẫn chưa thể tiếp cận được với những người tiêu dùng cuối cùng mà chỉ thực hiện các hợp đồng gia công theo đơn đặt hàng của các nhà sản xuất trong khu vực. Lý do là vì các doanh nghiệp Việt Nam hiện nay còn yếu kém trong các hoạt động tạo giá trị gia tăng nhiều nhất trong chuỗi giá trị dệt may toàn cầu như nghiên cứu và phát triển (R&D), marketing và phân phối. Các doanh nghiệp Việt Nam chưa có sự đầu tư thích đáng cho các hoạt động này về cả vốn, công nghệ và nhân lực. Hiện tại, số các doanh nghiệp Việt Nam sản xuất hàng hóa bằng chính những thiết kế và thương hiệu của riêng mình chưa nhiều, mà mới chỉ tạo dựng được thương hiệu ở thị trường trong nước. Bên cạnh đó, việc các doanh nghiệp chỉ chú trọng vào thực hiện các đơn hàng gia công làm hạn chế cơ hội đưa các sản phẩm mang thương hiệu riêng của mình để tiếp cận với các nhà bán lẻ và người tiêu dùng toàn cầu.

5. Các yếu tố tác động đến sự tham gia của Việt Nam vào mạng sản xuất toàn cầu của ngành dệt may

Thứ nhất, về trình độ công nghệ. Trình độ công nghệ của các doanh nghiệp dệt may Việt Nam tương đối thấp, dẫn đến chất lượng sản phẩm không đảm bảo, ảnh hưởng đến khả năng tham gia mạng sản

xuất toàn cầu. Theo đánh giá của VITAS, trong ngành dệt số thiết bị kéo sợi ở mức trung bình và dưới trung bình chiếm tỷ lệ 70%, thiết bị dệt thoi cũng ở mức trung bình chỉ đáp ứng 13-14% lượng vải may xuất khẩu. Công nghệ trong ngành dệt còn lạc hậu, trình độ tự động hóa thấp, chất lượng sản phẩm không cao. Đối với thiết bị công nghệ của ngành may, các doanh nghiệp đã có sự đầu tư mở rộng sản xuất và đổi mới thiết bị, tuy nhiên ngân sách đầu tư vẫn chưa tương xứng với quy mô của doanh nghiệp. Công nghệ sản xuất thấp và lạc hậu nên các doanh nghiệp nước ngoài cũng không mặn mà với việc thiết lập quan hệ kinh doanh với các doanh nghiệp Việt Nam. Các doanh nghiệp nước ngoài tự hợp tác với nhau và tạo ra một mạng sản xuất nước ngoài trong nước và có sự chia cắt giữa doanh nghiệp trong nước và doanh nghiệp nước ngoài. Chính vì vậy, để có thể tham gia sâu hơn và nâng cấp mức độ tham gia vào mạng sản xuất toàn cầu thì các doanh nghiệp dệt may Việt Nam cần phải có sự đầu tư thích đáng vào công nghệ sản xuất, đặc biệt trong ngành sản xuất sợi và dệt.

Thứ hai, về nguồn nhân lực. Các doanh nghiệp dệt may Việt Nam hầu hết đều gặp phải vấn đề liên quan đến thiếu hụt nguồn nhân lực, trình độ và năng suất lao động. Tình trạng chuyển dịch lao động trong ngành lớn do cường độ làm việc cao và sự cạnh tranh giữa các doanh nghiệp lớn. Hiện tại, ngành dệt may có lực lượng lao động khoảng trên 2,5 triệu người, với lao động có tuổi đời dưới 30, chiếm 69,7% lực lượng lao động, ngành dệt chiếm 55,5%, ngành may chiếm 73,2%. Trong đó lao động không qua đào tạo chiếm tới 85% lực lượng lao động của ngành. Lao động đã qua đào tạo chỉ chiếm 15%, bao gồm cả đào tạo nghề, trung cấp, cao đẳng và đại học. Các cán bộ quản lý trong ngành đều có trình độ chuyên môn khá nhưng trình độ quản lý, kỹ năng giao tiếp còn yếu. Bên cạnh đó, năng suất lao động của các doanh nghiệp dệt may Việt Nam chỉ đạt 2,4; trong khi các quốc gia sản xuất dệt may lớn khác như Trung Quốc, Indonesia là 6,9 và 5,2 cho thấy năng suất lao động ngành dệt may của Việt Nam còn rất thấp so với các quốc gia khác trong khu vực. Việc đào tạo nhân lực cho ngành dệt may trong bối cảnh hội nhập là hết sức cấp thiết, đặc biệt là nhân lực thiết kế thời trang được đào tạo tại Việt Nam chỉ có khả năng kinh doanh ở quy mô nhỏ mà chưa thể thiết kế và triển khai sản xuất để thương mại hóa với quy mô toàn ngành. Đảm bảo lực lượng

lao động trong ngành về lượng cũng như về chất sẽ giúp các doanh nghiệp dệt may Việt Nam có điều kiện để nâng cao mức độ tham gia trong mạng sản xuất toàn cầu.

Thứ ba, về liên kết của các doanh nghiệp. Hiện nay, mức độ liên kết của các doanh nghiệp dệt may trong nước với nhau và giữa các doanh nghiệp trong nước và các doanh nghiệp nước ngoài đều khá yếu. Các doanh nghiệp dệt may Việt Nam chưa có tính liên kết mạng sản xuất hoặc là mạng trong nước hoặc là mạng khu vực hoặc toàn cầu. Sự kết nối giữa ngành sợi và dệt nhuộm trong nước chưa phát triển như kỳ vọng. Hơn 60% lượng sợi sản xuất trong nước được xuất khẩu, trong khi các doanh nghiệp dệt trong nước lại nhập khẩu sợi từ nước ngoài do liên kết giữa các doanh nghiệp trong nước chưa mạnh, cung và cầu trong nước chưa phù hợp với nhau về số lượng và chất lượng sợi. Không chỉ có mối liên hệ giữa các doanh nghiệp trong nước, công nghiệp hỗ trợ của ngành yếu kém nên mối liên hệ giữa các doanh nghiệp nước ngoài và doanh nghiệp nội địa cũng không phát triển. Vì phần lớn nguyên liệu, linh phụ kiện phải nhập khẩu hoặc mua từ những doanh nghiệp nước ngoài khác ở Việt Nam nên các công ty đa quốc gia tại Việt Nam chỉ tự sản xuất ở trong nước, thu hút các doanh nghiệp nước ngoài khác đến đầu tư và cung cấp nguyên phụ liệu cho họ. Các doanh nghiệp Việt Nam gần như có rất ít cơ hội để tham gia vào mạng lưới sản xuất của họ. Do vậy, các doanh nghiệp nội địa trong ngành cần quan tâm đến mối liên kết với các doanh nghiệp nước ngoài để có thể tham gia sâu hơn vào chuỗi cung ứng toàn cầu.

Thứ tư, về chính sách của Chính phủ. Hiện nay, Việt Nam chưa có chính sách riêng biệt để xác định mục tiêu, quan điểm và định hướng phát triển đối với các doanh nghiệp ngành dệt may tham gia vào mạng sản xuất toàn cầu. Việt Nam mới chỉ có Quy hoạch phát triển ngành công nghiệp dệt may Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030 (ban hành theo Quyết định số 3218/QĐ-BCT ngày 11/04/2014) và Quy hoạch tổng thể phát triển công nghiệp hỗ trợ đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030 (ban hành theo Quyết định số 9028/QĐ-BCT ngày 08/10/2014 của Bộ trưởng Bộ Công Thương) thể hiện tập trung nhất quán chính sách thúc đẩy liên kết giữa các công ty Việt Nam với nhau cũng như các công ty Việt Nam với công ty nước ngoài. Văn bản này nêu rõ mục tiêu phát triển công nghiệp

hỗ trợ ngành dệt may là phát triển nguyên vật liệu và phụ liệu phục vụ ngành dệt may, đáp ứng mục tiêu đến năm 2020, tỷ lệ cung cấp trong nước của ngành công nghiệp dệt may đạt 65% với các sản phẩm có giá trị gia tăng cao phục vụ sản xuất xuất khẩu. Định hướng phát triển ngành công nghiệp hỗ trợ của dệt may là ưu tiên thu hút đầu tư vào lĩnh vực nguyên vật liệu và phụ liệu phục vụ ngành dệt may, đảm bảo chủ động trong sản xuất nội địa và tăng khả năng cạnh tranh của sản phẩm xuất khẩu; hình thành các cụm liên kết ngành trong sản xuất công nghiệp hỗ trợ ngành dệt may tại các vùng kinh tế trọng điểm. Dựa trên đó, các doanh nghiệp sẽ thúc đẩy liên kết giữa các công ty nước ngoài và các công ty Việt Nam nói riêng cũng như giữa các công ty với nhau nói chung.

6. Giải pháp nâng cao mức độ tham gia của Việt Nam trong mạng sản xuất dệt may toàn cầu

Thứ nhất, đầu tư công nghệ hiện đại để đảm bảo chất lượng sản phẩm. Đứng trước cơ hội hàng may mặc của Việt Nam được hưởng ưu đãi về thuế suất (0%) khi xuất khẩu sang thị trường Mỹ và các nước thành viên TPP, nhưng kèm theo các điều kiện về nguồn nguyên liệu phải có nguồn gốc xuất xứ từ Việt Nam hoặc các nước thành viên TPP, các doanh nghiệp Việt Nam bắt buộc phải đầu tư vào công nghiệp hỗ trợ dệt may. Do vậy, các doanh nghiệp dệt may Việt Nam cần chú trọng hơn đầu tư vào các thiết bị công nghệ sản xuất từ nguyên liệu như sợi, dệt nhuộm, dệt kim... trong đó đầu tư lớn vào công nghệ sản xuất sợi – vốn là khâu yếu kém nhất của các doanh nghiệp Việt Nam hiện nay. Các doanh nghiệp dệt may nên tiếp cận và sử dụng máy móc thiết bị từ quốc gia có công nghệ hàng đầu thế giới về dệt may như Đức. Công nghệ Đức có chi phí cao nhưng đảm bảo sự ổn định trong vận hành, tiết kiệm nhân công, an toàn với môi trường mà chất lượng sản phẩm đầu ra đều đạt tiêu chuẩn của các đối tác lớn như Mỹ và châu Âu.

Thứ hai, tạo nguồn lao động ổn định, đào tạo và phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao về quản lý, ngoại ngữ và kỹ năng làm việc. Doanh nghiệp cần chủ động trong việc quản trị nguồn nhân lực: lập kế hoạch, thực hiện tuyển chọn, đào tạo và phát triển nhân lực cùng với việc đưa ra các chế độ đãi ngộ phù hợp để đảm bảo quyền và lợi ích đối với đội ngũ nhân lực tạo sự ổn định và phát triển lâu dài cho doanh nghiệp. Từ đó, hạn chế tình trạng bỏ việc, kích thích sự sáng tạo và cống hiến của người lao

động. Ngoài ra, doanh nghiệp không nên quá phụ thuộc vào nhân lực có sẵn do các trường đào tạo mà cần chấp nhận đầu tư, chủ động đào tạo nhân lực cho ngành cùng với việc tăng cường liên kết, hỗ trợ các trường dạy nghề trong công tác đào tạo và phát triển nhân lực ở các nội dung như: đào tạo về kỹ thuật, công nghệ và các kỹ năng mềm trong lĩnh vực quản trị, phát triển sản phẩm, thiết kế và nghiên cứu thị trường, đào tạo chuyên môn, kỹ năng sống, phong cách làm việc chuyên nghiệp, ngoại ngữ... để chuẩn bị sẵn sàng khi Việt Nam bước vào hội nhập với khu vực và thế giới.

Thứ ba, đầu tư phát triển công nghiệp hỗ trợ và tăng cường liên kết giữa các doanh nghiệp trong ngành. Tập đoàn Dệt may Việt Nam là đơn vị đi đầu trong ngành cần xác định và đẩy mạnh đầu tư vào các địa bàn, khu vực trọng điểm để xây dựng các nguồn cung ứng nguyên phụ liệu như Hải Phòng, Ninh Bình, Nam Định, Long An, Trà Vinh, Quảng Nam, Thừa Thiên Huế... cho dệt may trong nước. Tập đoàn Dệt may Việt Nam tiến hành điều tra, lập dự án đầu tư mở rộng từ các vùng nguyên liệu trồng bông theo công nghệ mới, thành lập các khu liên hợp sợi - dệt nhuộm - may và các khu vực sản xuất phụ liệu như chỉ, cúc, bông tấm, nhãn, móc... Các doanh nghiệp vừa và nhỏ cần chủ động tìm kiếm nguồn nguyên liệu thô trong nước, kết nối với các doanh nghiệp khác trong ngành. Chính phủ thực hiện các chính sách hỗ trợ bằng ưu đãi về thuế đất, thuế thu nhập,... hỗ trợ vốn đầu tư xây dựng cơ bản và thiết bị, xây dựng cơ sở dữ liệu về năng lực và khả năng của các doanh nghiệp hỗ trợ Việt Nam thông qua thiết lập một cơ sở dữ liệu về công nghiệp hỗ trợ, thông tin về các tiêu chuẩn kỹ thuật, công nghệ, sản xuất của từng nhóm nước trong ngành để giảm tình trạng thiếu thông tin và mở rộng giao dịch giữa các đối tác nước ngoài với nhà cung cấp trong nước.

Thứ tư, Chính phủ cần xác định định hướng và mục tiêu tham gia mạng sản xuất toàn cầu đối với các doanh nghiệp dệt may Việt Nam phù hợp với mục tiêu phát triển ngành trong từng thời kỳ cụ thể. Việc tham gia mạng sản xuất toàn cầu cần xác định hướng đi phù hợp theo các mục tiêu phát triển kinh tế ngành của từng thời kỳ cụ thể. Việt Nam không thể phát triển ngành dệt may theo con đường của Ấn Độ vì không có lợi thế về ngành dệt phát triển lâu đời như Ấn Độ, do đó không thể nhảy cấp các mạng cung ứng từ bình dân lên cao cấp. Đài Loan, Hồng

Kông là các nước thành công trong ngành dệt may nhờ đa dạng hóa các khâu sản xuất trong chuỗi và quốc tế hóa quá trình chế tạo, thời điểm hiện tại doanh nghiệp Việt Nam chưa đủ điều kiện để đi theo. Với tình hình của Việt Nam hiện nay thì việc chuyển đổi hoạt động của các doanh nghiệp dệt may từ CMT sang xuất khẩu thương hiệu gốc là rất khó khăn. Chính phủ cần tập trung vào việc hỗ trợ các doanh nghiệp nâng cấp quy trình sản xuất, nâng cao

chất lượng sản phẩm, tăng cường các hoạt động thiết kế và phát triển thương hiệu, đảm bảo tiêu chuẩn lao động và vấn đề an toàn môi trường. Việc xác định con đường đi nào phù hợp với tình hình kinh tế hiện tại của đất nước cần Chính phủ và các cơ quan ban ngành liên quan cùng thống nhất và xây dựng thành chính sách để các doanh nghiệp trong ngành thực hiện. □

Tài liệu tham khảo

- Abonny George (2006), 'Linking Greater Mekong Subregion Enterprises to International Markets: The Role of Global Value Chains, International Production Networks and Enterprise Clusters', *Studies in trade and investment*, ESCAP.
- Cù Chí Lợi (2011), 'Công nghiệp Việt Nam trong mạng sản xuất khu vực: Vị trí, triển vọng và kiến nghị chính sách', *Chương trình KH&CN trọng điểm cấp Nhà nước KX.01/06-10*, Bộ Khoa học và Công nghệ.
- Dieter Ernst & Linsu Kim (2001), 'Global production networks, knowledge diffusion, and local capability formation, a conceptual framework', *Nelson & Winter Conference*, DRUID, Denmark.
- Gary Gereffi & Olga Memedovic (2003), *The Global Apparel Value Chain: what prospects for Upgrading by developing countries*, UNIDO, Vienna.
- Gereffi (1994), 'The organization of Buyer-Driven Global Commodity Chains: How U.S. Retailers Shape Overseas Production Networks', in *Commodity Chain and Global Capitalism*, Gary Gereffi and Miguel Korzeniewics (ed.), Greenwood publishing Group, USA, 95-123.
- Goto Kenta (2007), *Industrial Upgrading of the Vietnamese Garment Industry: An Analysis from the Global Value Chains Perspective*, RCAPS Working Paper No.07-1.
- Khavid Nadvi & John T. Thoburn (2004), 'Vietnam in the Global Garment and Textile Value Chain: Impacts on Firms and Workers', *Journal of International Development*, 16, 111-123.
- Lê Thị Ái Lâm (2012), *Mạng sản xuất toàn cầu và vai trò của các công ty đa quốc gia*, Nhà xuất bản Khoa học xã hội, Hà Nội.