

MỘT SỐ GIẢI PHÁP NHẪM ĐẨY MẠNH SỰ THAM GIA CỦA VIỆT NAM VÀO CÁC CHUỖI GIÁ TRỊ TOÀN CẦU

*Nguyễn Văn Quang**
Email: quanghou@hou.edu.vn

Ngày tòa soạn nhận được bài báo: 03/01/2023
 Ngày nhận kết quả phản biện đánh giá: 04/07/2023
 Ngày bài báo được duyệt đăng: 28/07/2023

DOI: 10.59266/houjs.2023.285

Tóm tắt: Dựa trên việc tổng hợp các công trình nghiên cứu đã có về vai trò của các chuỗi giá trị (CGT) toàn cầu đối với sự phát triển công nghiệp và dựa trên phân tích về thực trạng của Việt Nam trong các CGT toàn cầu, với cách tiếp cận hệ thống, bài viết đề xuất các giải pháp cơ bản nhằm đẩy mạnh sự tham gia của Việt Nam vào các CGT toàn cầu một cách bền vững. Nghiên cứu cho thấy việc tham gia vào các CGT toàn cầu đóng vai trò quan trọng đối với sự phát triển kinh tế-xã hội của các quốc gia đang phát triển như Việt Nam. Dù đã đạt được nhiều thành công, Việt Nam hiện nay vẫn đang nằm ở đáy của các CGT toàn cầu. Để đẩy mạnh sự tham gia vào các CGT toàn cầu, Việt Nam cần phải có cách tiếp cận hệ thống, chú trọng đến tính toàn diện và tính bền vững, tập trung nâng cao năng lực của doanh nghiệp trong việc tuân thủ tiêu chuẩn chất lượng, đẩy mạnh xúc tiến đầu tư, phát triển các cụm công nghiệp và liên minh xuất khẩu, phát triển các mạng lưới trao đổi tri thức và các mạng lưới học tập, xanh hóa các chuỗi giá trị và đảm bảo công bằng xã hội trong việc phát triển các CGT.

Từ khóa: Chuỗi giá trị toàn cầu, phát triển kinh tế-xã hội, tham gia, giải pháp.

I. Đặt vấn đề

Sự phát triển của các CGT toàn cầu mở ra những cơ hội lớn cho các quốc gia đang phát triển như Việt Nam tham gia vào nền kinh tế thế giới, tiếp thu tri thức, công nghệ, từ đó tạo giá trị gia tăng (GTGT) cho sản phẩm của mình. Tuy nhiên, sự phát triển của các CGT toàn cầu có thể khiến những doanh nghiệp (DN) nội địa thiếu năng lực tài chính cũng như thiếu sự hỗ

trợ từ các công ty đa quốc gia và từ chính phủ bị gạt ra khỏi cuộc chơi. Hơn nữa, khi tham gia vào các CGT toàn cầu, các quốc gia đang phát triển có thể phải đối mặt với một rủi ro lớn: mãi mãi dậm chân ở các vị trí có GTGT thấp trong các CGT, với cơ hội học hỏi và cơ hội nâng cấp hạn chế. Bên cạnh đó, lợi ích thu được từ việc tham gia các CGT toàn cầu phụ thuộc nhiều vào các yếu tố liên quan đến năng lực cạnh

* Khoa Tài chính – Ngân hàng, Trường Đại học Mở Hà Nội

tranh, sức mạnh thị trường và chính sách phân phối thu nhập. Vì vậy, khi tham gia các CGT toàn cầu, các quốc gia đang phát triển cần phải tính đến các mục tiêu chính sách công rộng lớn, bao trùm, chẳng hạn như số lượng và chất lượng việc làm được tạo ra, tác động lan tỏa sang những lĩnh vực khác, tác động đến môi trường, v.v.

Trong bối cảnh đó, dựa trên việc tổng hợp các công trình nghiên cứu đã có về vai trò của các CGT toàn cầu đối với sự phát triển kinh tế-xã hội của các quốc gia đang phát triển và dựa trên phân tích về thực trạng của Việt Nam trong các CGT toàn cầu, với cách tiếp cận hệ thống, bài viết đề xuất các giải pháp cơ bản nhằm đẩy mạnh sự tham gia của Việt Nam vào các CGT toàn cầu một cách bền vững.

II. Cơ sở lý thuyết

2.1. Khái niệm về chuỗi giá trị

Có bốn cách hiểu chính về chuỗi giá trị. Thứ nhất, CGT là tập hợp những hoạt động làm gia tăng giá trị. Chẳng hạn, Kaplinsky và Morris (2001, tr. 4) định nghĩa CGT là “tập hợp các hoạt động cần thiết để đưa một sản phẩm hoặc dịch vụ từ khâu hình thành ý tưởng, qua các khâu sản xuất, giao hàng tới người tiêu dùng cuối cùng và xử lý sau khi hết hạn sử dụng.” Thứ hai, CGT là các mạng liên kết. Chẳng hạn, Webber và Labaste (2010) coi CGT là các liên kết cùng có lợi giữa các doanh nghiệp giúp doanh nghiệp tận dụng cơ hội thị trường. Thứ ba, CGT là mạng lưới hoặc hệ thống. Chẳng hạn, Jeannet (2006, tr. 23) mô tả CGT là một hệ thống “bao gồm tất cả những người tham gia trong ngành, được kết nối trong một CGT gia tăng liên tiếp, từ sản xuất nguyên liệu thô đến nhà bán buôn, bán lẻ và khách hàng,

và trong một số trường hợp bao gồm cả khâu tái chế.» Thứ tư, CGT là các chu kỳ. Chẳng hạn, UNIDO (2013) lập luận rằng tiềm năng xanh hóa của một ngành hàng chỉ có thể được xác định khi xét đến CGT của ngành hàng đó, từ khâu sản xuất đến tiêu dùng, đặc biệt tập trung vào việc sử dụng tài nguyên, quản lý và tái chế chất thải.

Cách tiếp cận thực chứng trong phân tích CGT thường tập trung vào bốn khía cạnh: 1) Cấu trúc đầu vào-đầu ra; 2) Phân bố địa lý; 3) Vai trò của các công ty dẫn dắt hoặc các bên trung gian, các nhà cung cấp, các thương nhân có quyền lực chi phối chuỗi; và 4) Bối cảnh thể chế ở cấp quốc tế, khu vực và quốc gia. Cách tiếp cận chuẩn tắc trong phân tích CGT thường tập trung vào những gì cần thay đổi để cải thiện hiệu suất của CGT.

Việc sử dụng một cách có hiệu quả các kết quả phân tích thực chứng và phân tích chuẩn tắc về CGT không phải là điều dễ dàng. Do đó, để phát triển các CGT, cần nhận thức được bản chất hệ thống của việc phát triển CGT, theo dõi và kiểm soát tác động của các CGT đối với những mục tiêu khác nhau. Theo UNIDO (2011), việc phân tích CGT mang tính toàn diện phải bao hàm một tập hợp những khía cạnh cụ thể, tập trung vào tất cả các phân khúc của CGT và một loạt những vấn đề xuyên suốt toàn bộ CGT, bao gồm cả công tác quản trị và tài chính.

2.2. Cách tiếp cận trong phát triển chuỗi giá trị

Bài viết tập trung vào khía cạnh phát triển các CGT trong bối cảnh phát triển công nghiệp. Có năm cách tiếp cận cơ bản theo hướng này.

Một là, Quản lý doanh nghiệp. Các công trình tiêu biểu của Porter (1985, 1990) xây dựng hai nền tảng quan trọng cho khái niệm CGT. Một là, Porter phân biệt các khâu khác nhau trong quy trình sản xuất, bao gồm hậu cần đầu vào, các hoạt động của DN, hậu cần đầu ra, tiếp thị và bán hàng cũng như các dịch vụ hỗ trợ. Sự phân chia các khâu như vậy được phát triển từ góc nhìn của một DN riêng lẻ, xem xét đến các mối liên kết ngược và liên kết xuôi của doanh nghiệp trong chuỗi sản xuất. Hai là, Porter khám phá cách tạo ra giá trị trong một hệ thống gồm nhiều mối liên kết. Theo Porter, hiệu quả hoạt động của DN phụ thuộc vào cách thức DN quản lý các mối quan hệ cung ứng của mình, cách thức các mối quan hệ này được gắn kết vào cấu trúc tổng thể của CGT ngành hàng và cách thức tổ chức CGT ngành hàng cũng như khả năng của toàn chuỗi. Do đó, cấu trúc công nghiệp và cách thức tổ chức hoạt động công nghiệp là một trong những yếu tố quyết định đến sự phát triển của DN cũng như của toàn bộ ngành hàng liên quan.

Hai là, Phát triển các cụm công nghiệp. Các cụm công nghiệp là sự tập trung về mặt địa lý của những DN có liên kết với nhau, sản xuất hàng hóa hoặc dịch vụ theo những cách thức và chủng loại tương tự nhau. Phương pháp phân tích cụm công nghiệp tập trung xem xét mối liên kết giữa các DN tập trung về mặt địa lý (liên kết ngang) và mối liên kết giữa các DN này với các DN và các tổ chức trong các phân khúc khác của CGT (liên kết dọc). Việc phát triển các cụm công nghiệp thường liên quan đến việc hỗ trợ các cụm doanh nghiệp cải thiện hoạt động kinh doanh, tăng cường kết nối với các

nhà cung cấp và người mua, phát triển năng lực mang tính hệ thống dựa trên trao đổi thông tin, học hỏi và đổi mới, tương tự như những hỗ trợ trong phát triển CGT. USAID (United States Agency for International Development – Cơ quan phát triển quốc tế của Hoa Kỳ) (2008) cho rằng cách tiếp cận theo cụm công nghiệp sẽ giúp khắc phục những hạn chế của CGT, đặc biệt là những hạn chế đòi hỏi phải thay đổi nội hàm các mối quan hệ của các bên liên quan.

Ba là, Quản trị và nâng cấp trong CGT. Gereffi và cộng sự (2001) đánh dấu sự chuyển đổi từ phân tích ở cấp độ DN sang việc phân tích ở cấp độ các mạng lưới tổ chức của DN và các thể chế hỗ trợ trong CGT. Trọng tâm của cách tiếp cận này là cấu trúc quản trị CGT và điều kiện để các nhà cung cấp có thể tham gia và nâng cấp trong CGT. Nâng cấp được hiểu là cải thiện năng suất và khả năng cạnh tranh của DN thông qua việc nâng cao năng lực quản lý và công nghệ để đưa doanh nghiệp thâm nhập vào CGT. Trong các CGT toàn cầu, một số “người chơi” nhất định có quyền áp đặt các điều kiện hợp đồng với những người chơi khác. Những công ty dẫn dắt CGT thường được hưởng tỷ trọng cao hơn trong GTGT do họ sở hữu thương hiệu lâu đời, công nghệ độc quyền hoặc quyền tiếp cận thông tin độc quyền về các thị trường và các sản phẩm. Vì vậy, một trong những trọng tâm trong nghiên cứu về CGT là các mối quan hệ quyền lực bất đối xứng và những rào cản đối với các nhà sản xuất ở các quốc gia đang phát triển trong nỗ lực trở thành nhà cung cấp trong CGT toàn cầu.

Bốn là, Phương pháp thống kê. Một đóng góp đáng kể của các nghiên

cứu về CGT chính là sự ra đời của các phương pháp thống kê và đo lường đặc thù cho lĩnh vực này. Các tổ chức quốc tế như OECD (Organization for Economic Cooperation and Development - Tổ chức Hợp tác và Phát triển Kinh tế), UNCTAD (United Nations Conference on Trade and Development - Hội nghị Liên Hợp Quốc về Thương mại và Phát triển), UNIDO và WTO (World Trade Organization - Tổ chức Thương mại Thế giới) phân tích dữ liệu thương mại quốc tế và diễn giải về cách thức mà những số liệu này phản ánh giá trị thực tế do các công ty và các quốc gia tạo ra. Chẳng hạn, WTO đã phối hợp với UNCTAD và OECD chuẩn bị một báo cáo cho Hội nghị thượng đỉnh G-20 vào năm 2013, cho rằng CGT đã trở thành một đặc điểm nổi bật của thương mại và đầu tư thế giới, mang lại triển vọng mới cho tăng trưởng, phát triển và tạo công ăn việc làm (OECD, WTO và UNCTAD, 2013).

Năm là, Các hệ thống đổi mới. Cách tiếp cận hệ thống đổi mới ngụ ý rằng việc tiếp cận khả năng cạnh tranh của hệ thống, ở mức độ nào đó là việc tiếp cận tri thức và công nghệ, phụ thuộc vào khả năng đổi mới của doanh nghiệp. Điều này đồng nghĩa với việc để gắn kết các tác nhân trong CGT đòi hỏi phải có sự nâng cấp công nghệ, nghiên cứu & phát triển (R&D) và học hỏi. Trọng tâm của cách tiếp cận này là xây dựng năng lực cá nhân và năng lực tập thể của các tác nhân trong CGT, xây dựng mạng lưới trao đổi kiến thức và phát triển công nghệ cũng như các khuôn khổ thể chế và chính sách nhằm tạo môi trường thuận lợi cho các tác nhân trong CGT đổi mới và áp dụng các sáng kiến đổi mới (WB, 2012).

2.3. Vai trò của các chuỗi giá trị toàn cầu đối với các quốc gia đang phát triển

Khi mức độ hội nhập của nền kinh tế toàn cầu ngày càng gia tăng, các CGT toàn cầu mang đến ngày càng nhiều cơ hội cho các nước đang phát triển hội nhập vào nền kinh tế thế giới và thúc đẩy tăng trưởng kinh tế. Các thị trường mới nổi ngày càng đóng vai trò quan trọng và đa dạng hơn trong các CGT toàn cầu, khi các hoạt động sản xuất trên thế giới đang dịch chuyển từ Bắc Mỹ và Châu Âu sang các khu vực đang phát triển.

Mặc dù các CGT toàn cầu có thể khiến các nhà sản xuất ở các nước đang phát triển dễ bị tổn thương hơn trước sự can thiệp của những người chơi toàn cầu và sự cạnh tranh từ nước ngoài, các quốc gia đang phát triển không có nhiều lựa chọn ngoài việc phát triển các chiến lược phù hợp để tận dụng tốt nhất thực tế đó. Như Altenburg (2007) đã chỉ ra, câu hỏi thực sự đối với các nước đang phát triển không phải là liệu có nên tham gia vào các CGT toàn cầu hay không mà là làm thế nào để tham gia vào các CGT toàn cầu. Trên thực tế, các CGT toàn cầu đã trở thành những nhân tố chính trong việc hình thành các chiến lược và chương trình phát triển của quốc gia và các tổ chức đa quốc gia, với cách tiếp cận cân bằng, tập trung vào khả năng cạnh tranh, tính toàn diện và tính bền vững.

III. Phương pháp Nghiên cứu

Bài viết áp dụng cách tiếp cận hệ thống trong phân tích các CGT toàn cầu để làm rõ những khía cạnh cần quan tâm

trong việc đẩy mạnh sự tham gia của một quốc gia đang phát triển như Việt Nam vào các CGT toàn cầu.

Để làm rõ thực trạng tham gia của Việt Nam vào các CGT toàn cầu, bài viết sử dụng kết quả nghiên cứu điển hình về sự tham gia của ngành may mặc, một trong những ngành xuất khẩu chủ lực của Việt Nam thời gian qua và được kỳ vọng sẽ có nhiều đóng góp cho sự phát triển kinh tế-xã hội của Việt Nam trong thời gian tới.

Những khía cạnh cần quan tâm trong việc đẩy mạnh sự tham gia của một quốc gia đang phát triển vào các CGT toàn cầu được làm rõ thông qua phương pháp tổng hợp và phân tích các công trình nghiên cứu đã có về CGT toàn cầu và phát triển các CGT toàn cầu.

Thực trạng tham gia của Việt Nam vào CGT toàn cầu hàng may mặc được làm rõ thông qua dữ liệu thứ cấp thu thập từ dữ liệu của Hiệp hội Dệt May Việt Nam (VITAS) và một số công trình nghiên cứu đã có. Phương pháp thống kê và mô tả được sử dụng để phân tích dữ liệu đã thu thập được.

Các giải pháp được đề xuất dựa trên việc phân tích và thảo luận về những khía cạnh cần quan tâm trong việc đẩy mạnh sự tham gia của một quốc gia đang phát triển như Việt Nam vào các CGT toàn cầu và thực trạng tham gia của Việt Nam vào các CGT toàn cầu.

IV. Kết quả, Thảo luận và Khuyến nghị

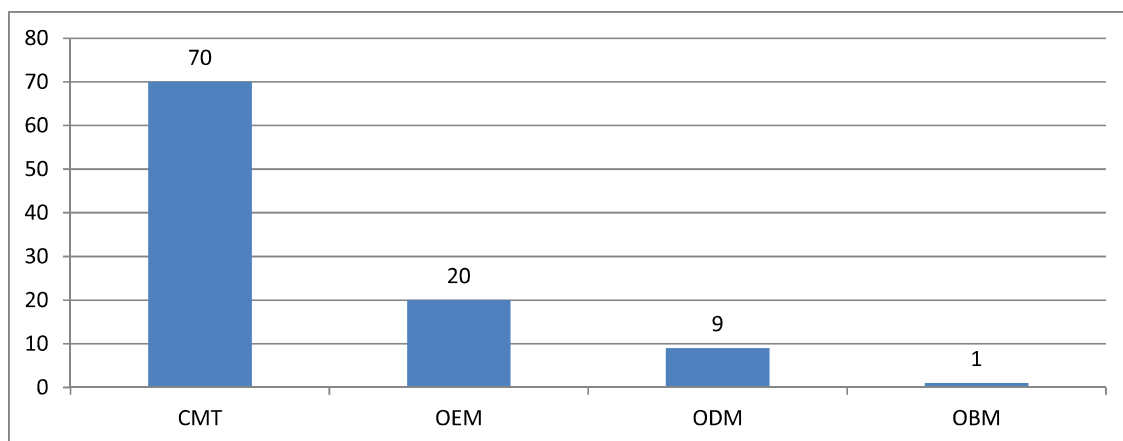
4.1. Thực trạng tham gia chuỗi giá trị toàn cầu của Việt Nam

Nghiên cứu này làm rõ thực trạng tham gia các CGT toàn cầu của Việt Nam

thông qua nghiên cứu điển hình về vị trí của Việt Nam trong CGT toàn cầu hàng may mặc. Ở Việt Nam, ngành may mặc đã có lịch sử phát triển lâu đời và đã có nhiều đóng góp quan trọng vào sự phát triển kinh tế-xã hội của đất nước. Đặc biệt kể từ khi Việt Nam gia nhập WTO, ngành may mặc đã đạt được những thành công rực rỡ. Ngành này được Việt Nam xác định là ngành kinh tế định hướng xuất khẩu quan trọng trong thời gian tới, với các chỉ tiêu rất cao. Theo “Quy hoạch phát triển ngành dệt may Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn 2030” do Bộ Công Thương ban hành theo Quyết định 3218 / QĐ-BCT ngày 11/4/2014 (Bộ Công Thương, 2014), mục tiêu xuất khẩu của toàn ngành dệt may nói chung giai đoạn 2021 - 2030 là 6% đến 7% / năm.

Mặc dù vậy, nhìn chung Việt Nam vẫn đang nằm ở đáy của CGT hàng may mặc toàn cầu. Đối với khâu R&D và Thiết kế, ngành may mặc của Việt Nam vẫn còn rất yếu. Điều này một mặt được phản ánh qua việc rất ít doanh nghiệp may mặc Việt Nam thực hiện phương thức sản xuất ODM (Original Design Manufacturing) hoặc OBM (Original Brand Manufacturing), vốn đòi hỏi phải phát triển các khâu R&D và Thiết kế, mặt khác thể hiện ở chỗ hầu hết các doanh nghiệp may mặc của Việt Nam chỉ thực hiện phương thức sản xuất CMT (Cut-Make-Trim), nhận đầu vào từ các nhà mua toàn cầu (Hình 1). Có rất ít doanh nghiệp may mặc Việt Nam nắm bắt được thông tin về nhu cầu thị trường, do đó họ gặp khó khăn trong hoạt động R&D và Thiết kế.

Đơn vị: Phần trăm



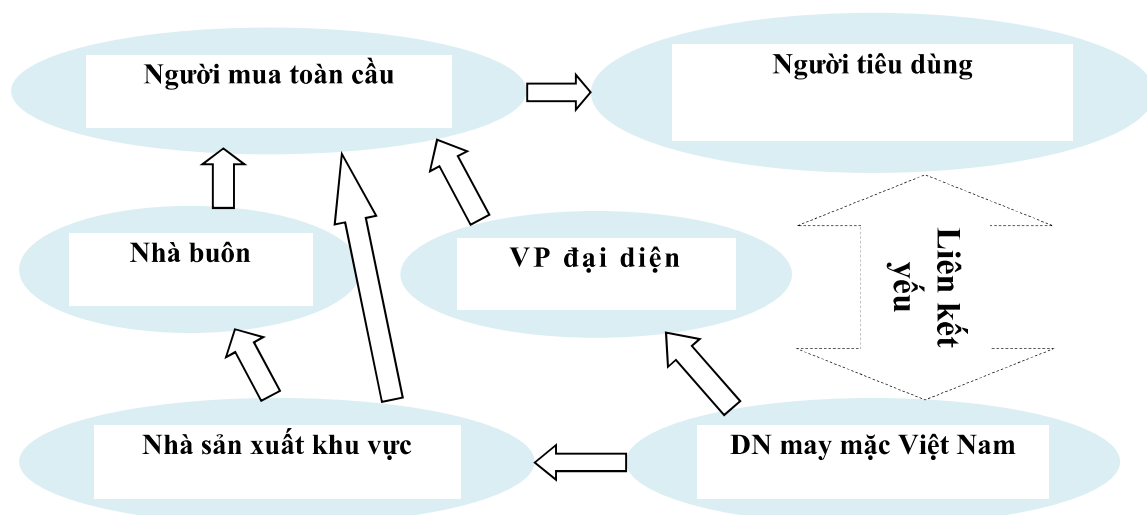
Hình 1. Phân bố các doanh nghiệp may mặc Việt Nam theo phương thức sản xuất, 2022

Nguồn: Tính toán từ dữ liệu của Hiệp hội Dệt may Việt Nam (VITAS, 2022)

Đối với khâu cung ứng nguyên phụ liệu, Việt Nam phải nhập khẩu phần lớn nguyên phụ liệu, đặc biệt là vải để sản xuất hàng may mặc. Năm 2022, ngành may mặc nhập khẩu 72% lượng vải để sản xuất trong nước và xuất khẩu (VITAS, 2022).

Đối với khâu Tiếp thị, Phân phối và Xây dựng Thương hiệu, mặc dù Việt Nam hiện là một trong những nước xuất khẩu hàng may mặc hàng đầu thế giới nhưng người tiêu dùng chỉ biết đến Việt Nam như

một công xưởng may. Các doanh nghiệp may mặc của Việt Nam hầu như không tham gia vào các hoạt động Tiếp thị, Phân phối và Xây dựng Thương hiệu. Nguyên nhân cơ bản là do các doanh nghiệp may mặc Việt Nam chưa có sự liên kết trực tiếp với người tiêu dùng. Các doanh nghiệp may mặc Việt Nam xuất khẩu sản phẩm chủ yếu thông qua các trung gian như văn phòng đại diện của người mua toàn cầu hoặc các nhà sản xuất khu vực (Hình 2).



Hình 2. Liên kết giữa doanh nghiệp may mặc Việt Nam và người tiêu dùng thế giới

Nguồn: VIRAC, 2023

Phân tích trên cho thấy sau nhiều năm với kim ngạch xuất khẩu liên tục tăng, ngành may mặc Việt Nam vẫn chỉ tập trung vào phương thức sản xuất CMT và vẫn ở đáy của CGT toàn cầu hàng may mặc. Mặc dù ngành may mặc của Việt Nam vẫn đang được hưởng lợi từ nguồn lao động giá rẻ, lợi thế này sẽ nhanh chóng biến mất. Nếu ngành may mặc của Việt Nam không nâng cấp thông qua việc phát triển các công đoạn có GTGT cao và tăng cường liên kết giữa các công đoạn này, ngành sẽ đánh mất lợi thế cạnh tranh.

4.2. Thảo luận và khuyến nghị

Có một thực tế phổ biến là các nhà hoạch định chính sách trong việc phát triển CGT thường không quan tâm đầy đủ tới tính toàn diện và tính bền vững. Từ những phân tích ở trên, với cách tiếp cận hệ thống, bài viết đề xuất những giải pháp cơ bản sau đây để giúp đẩy mạnh sự tham gia của Việt Nam vào các CGT toàn cầu một cách bền vững.

4.2.1. Nâng cao năng lực của doanh nghiệp trong việc tuân thủ tiêu chuẩn chất lượng

Các thương hiệu và các nhà bán lẻ trong các CGT toàn cầu hiện nay rất khắt khe đối với vấn đề tuân thủ tiêu chuẩn chất lượng, nhất là các tiêu chuẩn liên quan đến phát triển bền vững. Các yêu cầu tuân thủ tiêu chuẩn chất lượng thường được “đẩy xuống” các nhà cung cấp, và sau cùng được đẩy xuống các nhà sản xuất ở các quốc gia đang phát triển. Trong bối cảnh đó, để hỗ trợ các nhà sản xuất, Nhà nước cần thực hiện các hành động sau:

Một là, xây dựng hệ thống các chính sách về tiêu chuẩn chất lượng. Các chính sách về tiêu chuẩn chất lượng cần hài hòa

với các chính sách khác, chẳng hạn như chính sách phát triển công nghiệp, chính sách thương mại, chính sách đầu tư, v.v.

Hai là, nâng cao năng lực của các cơ quan nhà nước trong việc quản lý việc tuân thủ tiêu chuẩn chất lượng, bao gồm các cơ quan xây dựng tiêu chuẩn, các cơ quan đo lường, các cơ quan công nhận tiêu chuẩn, các cơ quan giám định và cấp giấy chứng nhận tiêu chuẩn, v.v.

Ba là, phát triển các dịch vụ tư vấn và hỗ trợ nhằm giúp DN thực hiện các quy trình tuân thủ tiêu chuẩn chất lượng, tuân thủ các tiêu chuẩn quốc tế, đáp ứng yêu cầu của thị trường.

Bốn là, nâng cao năng lực đội ngũ quản lý sản xuất và quản lý chất lượng tại các DN.

4.2.2. Đẩy mạnh xúc tiến đầu tư

Xúc tiến đầu tư có thể góp phần phát triển các CGT thông qua việc tác động vào các lĩnh vực sau đây:

Một là, thông tin về cơ hội đầu tư. Các cơ quan nhà nước, các chương trình phát triển hoặc bộ phận xúc tiến đầu tư của các hiệp hội có thể tạo điều kiện để các nhà đầu tư tiềm năng tiếp cận thông tin cập nhật và đáng tin cậy về các hoạt động, các dự án và các DN mà họ có thể đầu tư. Các khoản đầu tư cần được hướng tới việc phát triển một số CGT nhất định nào đó, dựa trên phân tích CGT và tính khả thi về mặt tài chính.

Hai là, đầu tư nước ngoài. Qua việc thiết lập các mối liên kết kinh doanh, nhà đầu tư nước ngoài có thể giúp các DN địa phương nâng cấp năng lực của mình để đáp ứng những đòi hỏi khắt khe hơn, điều này có thể giúp các DN địa phương dịch

chuyển dần lên vị thế cao hơn trong các CGT toàn cầu. Đổi lại, điều này sẽ hỗ trợ quá trình học hỏi và tích lũy kiến thức của các DN địa phương và nâng cao năng lực công nghệ của nước sở tại.

Ba là, đăng ký và cấp phép kinh doanh. Việc đăng ký và cấp phép kinh doanh có thể mất nhiều thời gian, đặc biệt là ở các nước đang phát triển. Do đó, cần thành lập các trung tâm một cửa để hỗ trợ các doanh nghiệp giải quyết tất cả các thủ tục hành chính. Kinh nghiệm quốc tế cho thấy, bên cạnh sự hỗ trợ trực tiếp của các cơ quan của nhà nước, nhà nước cần hỗ trợ các hiệp hội nghề nghiệp để họ đảm nhận vai trò trợ giúp các DN đăng ký hoạt động trong các lĩnh vực cụ thể.

Bốn là, xây dựng kế hoạch kinh doanh và khả năng tiếp cận tài chính. Các DN nội địa ở các quốc gia đang phát triển thường gặp khó khăn trong xây dựng các kế hoạch kinh doanh khả thi do họ không thể hình dung đầy đủ về các mối quan hệ với người mua và nhà cung cấp trong CGT; đồng thời họ cũng thiếu khả năng huy động vốn. Trong bối cảnh đó, các dự án hỗ trợ kỹ thuật và ươm tạo doanh nghiệp có thể cung cấp kiến thức chuyên môn về tài chính và phát triển kế hoạch kinh doanh cũng như giúp các doanh nghiệp triển khai các dự án khả thi. Công tác tư vấn và hỗ trợ liên kết có thể giúp giảm thiểu nguy cơ thất bại ngay từ những khâu đầu trong quá trình kinh doanh.

Năm là, thích ứng với môi trường kinh doanh địa phương. Các nhà đầu tư có thể gặp phải khó khăn khi đầu tư tại những địa phương chưa đủ khả năng hấp thụ tri thức và công nghệ cho sản xuất. Trong những tình huống như vậy, các dự

án hợp tác kỹ thuật có thể cung cấp tri thức và công nghệ cần thiết để giúp các doanh nghiệp hoạt động hiệu quả và mang lại lợi nhuận cho các khoản đầu tư. Các chương trình như vậy có thể nhắm tới mục tiêu cung cấp kiến thức và công nghệ cho các CGT cụ thể. Công nghệ có thể được chuyển giao bằng cách xây dựng một nhà máy sản xuất thử nghiệm, cũng có thể được cung cấp bởi nhà đầu tư nước ngoài thông qua các thỏa thuận cấp phép cụ thể. Hợp tác kỹ thuật cũng sẽ giúp điều chỉnh công nghệ nước ngoài cho phù hợp với điều kiện địa phương và đào tạo nhân viên sở tại. Một hình thức chuyển giao công nghệ tương đối mới mẻ nhưng đã được áp dụng rộng rãi trên thế giới hiện nay là “cho vay công nghệ”, trong đó các công ty đa quốc gia cung cấp công nghệ của họ để sản xuất các bộ phận cần thiết cho các phân đoạn khác nhau trong hoạt động toàn cầu của họ.

Sáu là, nâng cao năng lực của các cơ quan xúc tiến đầu tư. Kinh nghiệm thế giới cho thấy các cơ quan xúc tiến đầu tư của nhà nước sẽ hoạt động hiệu quả hơn khi có được sự phối hợp giữa các cơ quan nhà nước khác nhau với các hiệp hội tư nhân. Việc tăng cường liên kết thương mại và đầu tư trong các CGT ngày càng đòi hỏi sự phối hợp chặt chẽ hơn giữa các cơ quan xúc tiến đầu tư và thương mại trong nước, cũng như hướng mục tiêu cụ thể hơn vào các phân khúc CGT phù hợp với lợi thế của quốc gia sở tại.

Bảy là, cải thiện môi trường kinh doanh. Công tác xúc tiến đầu tư cần được thực hiện song hành với các biện pháp chính sách tạo dựng môi trường kinh doanh thuận lợi hơn.

Thông qua việc tác động vào các khía cạnh nêu trên, công tác xúc tiến đầu tư cần có cách tiếp cận chủ động để có thể thu hút được các khoản đầu tư có chất lượng và có thể cung cấp các dịch vụ hỗ trợ kinh doanh. Điều này đòi hỏi phải đánh giá tác động của các khoản đầu tư, đặc biệt là FDI, đối với các CGT của quốc gia, cũng như giám sát hiệu suất đầu tư bằng các chỉ tiêu có thể đo lường, ví dụ năng suất, số lượng việc làm được tạo ra...

4.2.3. Phát triển các cụm công nghiệp và liên minh xuất khẩu

Các cụm công nghiệp là sự tập trung về mặt địa lý của các công ty có liên kết với nhau và các tổ chức có liên quan. Các công ty trong một cụm công nghiệp thường nằm trong cùng một CGT. Khi cùng sản xuất hàng hóa hoặc dịch vụ giống nhau hoặc có liên quan với nhau, họ có thể hưởng lợi từ quy mô kinh tế nhờ tham gia vào hành động tập thể trong việc mua sắm vật tư và tiếp thị sản phẩm. Họ cũng có thể hưởng lợi từ việc trao đổi thông tin, chia sẻ các sáng kiến, v.v.

Việc thành lập các liên minh xuất khẩu liên quan đến việc phát triển cụm công nghiệp. Đối với nhiều doanh nghiệp nhỏ và vừa (DNNVV), xuất khẩu thường là một hoạt động kinh doanh phức tạp và có rủi ro cao. Họ có thể thiếu kiến thức và tài chính cần thiết, có thể không đáp ứng các yêu cầu quản lý của nước ngoài, có thể sản xuất sản phẩm với số lượng hoặc chất lượng không phù hợp với người mua nước ngoài, hoặc có thể đơn giản là không tiếp cận được hoặc không có kiến thức về các thị trường tiềm năng. Những vấn đề này thường có thể được khắc phục bằng cách tăng cường hợp tác giữa các DNNVV và

bằng cách thiết lập các liên minh xuất khẩu. Liên minh xuất khẩu là liên minh tự nguyện của các công ty hướng tới mục tiêu thúc đẩy xuất khẩu. Bằng cách kết hợp kiến thức, nguồn lực tài chính và các mối quan hệ trong một liên minh xuất khẩu, các DNNVV có thể cải thiện đáng kể tiềm năng xuất khẩu của mình và giảm chi phí cũng như rủi ro liên quan đến việc thâm nhập thị trường nước ngoài. Thông thường, các hoạt động phát triển liên minh xuất khẩu được thực hiện trong khuôn khổ các chương trình phát triển cụm công nghiệp, nhấn mạnh khía cạnh liên kết với các đối tác kinh tế nhỏ hơn hoặc dưới dạng các dự án cụ thể hướng tới các DNNVV năng động trong các lĩnh vực định hướng tăng trưởng. Hầu hết các liên minh xuất khẩu là các tổ chức phi lợi nhuận và các thành viên của họ giữ quyền tự chủ về tài chính, pháp lý, quản lý và thương mại. Mặc dù tham gia vào các liên minh xuất khẩu, các công ty thành viên không từ bỏ bất kỳ quyền kiểm soát nào đối với hoạt động kinh doanh của họ. Đây là điểm khác biệt chính giữa liên minh xuất khẩu và các loại liên minh chiến lược khác.

4.2.4. Phát triển các mạng lưới trao đổi tri thức và các mạng lưới học tập

Bằng cách tập hợp các tác nhân và các bên liên quan trong các CGT, các mạng lưới này có thể góp phần thực hiện các mục tiêu sau đây:

Một là, các doanh nghiệp thành viên tham gia vào các hoạt động kinh doanh và quy trình sản xuất tương tự trong CGT có thể trao đổi kiến thức và học hỏi các thông lệ tốt nhất. Họ cũng có thể được tiếp xúc với các chuyên gia hàng đầu, các nhà đổi mới và các công ty thành công nhất.

Hai là, các thành viên của mạng lưới có thể là người nhận công nghệ thí điểm phù hợp với CGT và trở thành đối tượng của các biện pháp can thiệp tăng cường năng lực.

Ba là, các mạng lưới có thể cung cấp thông tin định kỳ về thị trường, công nghệ và các xu hướng khác trong CGT toàn cầu.

Bốn là, các công ty thành viên có thể tìm kiếm và xây dựng mối quan hệ với các đối tác kinh doanh ở các phân khúc thượng nguồn và hạ nguồn của CGT.

Năm là, các bên liên quan có thể phát triển tầm nhìn chung cho sự phát triển của CGT và xây dựng các hành động phát triển vì lợi ích chung.

4.2.5. Xanh hóa các chuỗi giá trị

Nhà nước cần tăng cường các hoạt động đa dạng nhằm hỗ trợ các doanh nghiệp và các ngành công nghiệp sử dụng nguồn lực hiệu quả hơn và áp dụng các quy trình sản xuất sạch hơn. Điều này có thể liên quan đến việc xanh hóa các khu công nghiệp, áp dụng công nghệ tiết kiệm nước và năng lượng, tạo ra năng lượng xanh từ các loại nguyên liệu hữu cơ, chất thải, gió, nước và ánh sáng mặt trời, phát triển và sử dụng các thiết bị và công nghệ xử lý và giảm thiểu ô nhiễm. Các giải pháp xanh hóa cần nhắm đến các phân khúc cụ thể trong các CGT. Tuy nhiên, các sản phẩm và chất thải có thể đi qua nhiều phân đoạn khác nhau của CGT, và vì vậy cần tổ chức các CGT hợp lý để sử dụng bền vững tài nguyên, năng lượng và nước cũng như quản lý tốt chất thải.

Các cơ quan nhà nước có thể trở thành động lực thúc đẩy xanh hóa các

CGT thông qua việc xây dựng và thực thi các quy định cũng như cung cấp hỗ trợ trực tiếp cho các doanh nghiệp trong nỗ lực xanh hóa của họ. Tuy nhiên, điều quan trọng nhất là các công ty phải chủ động tham gia vào việc xanh hóa hoạt động của chính họ hoặc của các đối tác kinh doanh ở thượng nguồn và/hạ nguồn vì các lý do liên quan tới tính tuân thủ, hiệu quả chi phí, hình ảnh của công ty, v.v.

Nhà nước có thể tác động vào những lĩnh vực sau đây để thúc đẩy quá trình này:

Một là, tăng cường đối thoại chính sách: các nhà hoạch định chính sách, các doanh nghiệp và các bên liên quan khác cần đối thoại để nâng cao nhận thức về các vấn đề môi trường liên quan đến các CGT. Đối thoại chính sách sẽ dẫn đến việc xây dựng và thực thi các bộ luật và các quy định cũng như phát triển các chương trình xanh hóa CGT do cả nhà nước và khu vực tư nhân cùng thực hiện.

Hai là, xây dựng và cung cấp các báo cáo về tiềm năng xanh hóa và đề xuất công nghệ phù hợp cho các ngành hàng. Cần thành lập các nhóm chuyên gia đa ngành để xây dựng các báo cáo như vậy, giúp định hướng cho doanh nghiệp và các bên liên quan trong việc áp dụng các chính sách và thực hành công nghiệp xanh.

Ba là, xác định tiềm năng sản xuất sạch và tiết kiệm năng lượng trong các CGT quốc gia. Việc xác định này thường dựa trên yêu cầu của Nhà nước và/hoặc khu vực tư nhân và có sự phân tích của các chuyên gia ở cấp địa phương. Sau đó, cần có các chương trình xanh hóa để thực hiện các khuyến nghị được đề xuất.

Bốn là, tạo điều kiện chuyển giao và phổ biến công nghệ sạch và tiết kiệm năng

lượng. Điều này có thể đạt được thông qua các dự án và chương trình do Nhà nước và các cơ quan phát triển thực hiện. Trọng tâm có thể nằm ở việc giới thiệu các thí điểm và trình diễn để kích thích các nhà khai thác khác trong nước sao chép và giới thiệu các công nghệ mới.

4.2.6. Đảm bảo công bằng xã hội trong việc phát triển các chuỗi giá trị

Sự phát triển của các CGT không bao giờ mang tính trung lập về mặt kinh tế-xã hội. Tùy thuộc vào các sản phẩm được sản xuất và công nghệ được áp dụng cũng như các nguồn lực và kỹ năng cần thiết, sự tham gia của các nhóm người khác nhau sẽ khác nhau. Sự phát triển của các CGT luôn làm thay đổi trạng thái cân bằng của những người hiện đang tham gia vào chuỗi giá trị.

Sự hòa nhập của phụ nữ, thanh niên và các nhóm dễ bị tổn thương - một mục tiêu của nhiều chương trình phát triển chuỗi giá trị - không dễ đạt được. Việc tham gia vào cuộc đua trở thành nhà cung cấp có tính cạnh tranh trong CGT toàn cầu hàm ý rằng những người đã sẵn có năng lực và lợi thế cạnh tranh nhất định sẽ là người chiến thắng. Rất khó để các nhóm dễ bị tổn thương trở thành những người chiến thắng trong cuộc đua này.

Trong bối cảnh đó, cần xác định một số điểm khởi đầu để tạo việc làm cho các nhóm đối tượng khác nhau. Trong một số điều kiện nhất định, ngay từ đầu có thể tập trung phát triển các CGT hướng tới thanh niên, phụ nữ và các nhóm dễ bị tổn thương khác. Điều này có thể đạt được bằng cách cung cấp công nghệ và kiến thức phù hợp với kỹ năng và đặc tính của các nhóm cụ thể. Có thể tập trung vào việc đào tạo các

nhóm đối tượng để phù hợp với các công việc cụ thể trong CGT. Điều này có thể đạt được thông qua các chương trình đào tạo nghề, hỗ trợ phát triển chương trình giảng dạy tại các cơ sở giáo dục hướng đến phụ nữ, thanh niên và các nhóm đối tượng khác trong phát triển sản xuất, phát triển kỹ năng tại chỗ và thông qua mạng lưới học tập chung. Đồng thời, có thể đẩy mạnh phát triển tinh thần kinh doanh, hỗ trợ thanh niên, phụ nữ...trở thành doanh nhân trong CGT. Phát triển khởi nghiệp có thể đặc biệt quan trọng trong các chức năng cung cấp dịch vụ của CGT, dịch vụ tư vấn, vận tải, quản lý nhà máy, công nghệ thông tin, kế toán....

V. Kết luận

Nghiên cứu cho thấy việc tham gia vào các CGT toàn cầu đóng vai trò quan trọng đối với sự phát triển kinh tế-xã hội của các quốc gia đang phát triển như Việt Nam. Dù đã đạt được nhiều thành công, Việt Nam hiện nay vẫn đang nằm ở đáy của các CGT toàn cầu, với giá trị gia tăng thấp. Để đẩy mạnh sự tham gia vào các CGT toàn cầu, Việt Nam cần phải có cách tiếp cận hệ thống, chú trọng đến tính toàn diện và tính bền vững, tập trung nâng cao năng lực của doanh nghiệp trong việc tuân thủ tiêu chuẩn chất lượng, đẩy mạnh xúc tiến đầu tư, phát triển các cụm công nghiệp và liên minh xuất khẩu, phát triển các mạng lưới trao đổi tri thức và các mạng lưới học tập, xanh hóa các chuỗi giá trị và đảm bảo công bằng xã hội trong việc phát triển các chuỗi giá trị.

Tài liệu tham khảo:

- [1]. Altenburg, T. (2007). Donor approaches to supporting pro-poor value chains. Report prepared for the Donor

- Committee for Enterprise Development Working Group on Linkages and Value Chain, German Development Institute, (January).
- [2]. Bộ Công thương (2014). “Quy hoạch phát triển ngành công nghiệp dệt may Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030”, Bộ Công thương ban hành theo Quyết định số 3218/QĐ-BCT ngày 11/4/2014.
- [3]. Jeannet, J. P. (2006). Value Chain Marketing. In K. Kashani (Ed.), *Beyond traditional marketing: innovation in marketing practice* (pp. 19–59). Chichester: Wiley
- [4]. Kaplinsky, R., and Morris, M. (2001). *A Handbook for Value Chain Research*. Prepared for the International Development Research Centre (IDRC).
- [5]. OECD, WTO, and UNCTAD (2013). *Implications of Global Value Chains for Trade, Investment, Development and Jobs*. Proceedings of the G-20 Leaders Summit, September 2013, Saint Petersburg
- [6]. Porter, M. E. (1985). *The Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. New York: Free Press.
- [7]. Porter, M. E. (1990). *The Competitive Advantage of Nations*. New York: Free Press.
- [8]. UNIDO (2011). *Diagnostics for Industrial Value Chain Development: An Integrated Tool*. Vienna: UNIDO.
- [9]. UNIDO (2013). *Greening Value Chains For Sustainable Handicrafts Production in Viet Nam*. Vienna: UNIDO.
- [10]. USAID (2008). *Value Chains and the Cluster Approach. Transforming Relationships to Increase Competitiveness and Focus on End Markets*. microREPORT, 148(October).
- [11]. VIRAC (2023). Tổng quan và dự báo ngành dệt may 2023, truy cập ngày 22/6/2023, tại địa chỉ: <https://viracresearch.com/tong-quan-va-du-bao-nganh-det-may-viet-nam-2023/>
- [12]. VITAS (2022). Công thông tin điện tử của Hiệp hội Dệt may Việt Nam, truy cập ngày 22/6/2023, tại địa chỉ: <http://www.vietnamtextile.org.vn/>
- [13]. Webber, C. M., and Labaste, P. (2010). *Building Competitiveness in Africa's Agriculture. A guide to value chain concepts and applications*. Washington DC: The World Bank
- [14]. World Bank (2012). *Agricultural Innovation Systems: An Investment Sourcebook*. Washington DC: The World Bank.