

**DỰ ÁN “THÚC ĐẨY TRIỂN KHAI HIỆU QUẢ CHƯƠNG TRÌNH
HNKTQT CỦA TP.HCM VÀ HỖ TRỢ CÁC TỈNH TRONG VÙNG”**

BÁO CÁO

**ĐÁNH GIÁ NĂNG LỰC CẠNH TRANH
CỦA CỤM NGÀNH DỆT MAY TRÊN ĐỊA BÀN THÀNH PHỐ
HỒ CHÍ MINH VÀ MỘT SỐ ĐỊA PHƯƠNG LÂN CẬN**



Australian Government
Aid Program



B - WTO



HCC-WTO



UKaid
from the Department for
International Development

ĐƠN VỊ THỰC HIỆN:



TP.HCM, tháng 11 năm 2013

**ĐÁNH GIÁ NĂNG LỰC CẠNH TRANH
CỦA CỤM NGÀNH DỆT MAY TRÊN ĐỊA BÀN
THÀNH PHỐ CHÍ MINH VÀ MỘT SỐ ĐỊA PHƯƠNG LÂN CẬN**

Thành viên nhóm nghiên cứu:

1) Viện Chính sách Công (IPP)

Vũ Thành Tự Anh

Mai Hoàng Chương

Đình Công Khải

Đặng Thị Tuyết Nhung

Nguyễn Xuân Thành

Đỗ Thiên Anh Tuấn

Trần Anh Tuấn

2) Viện Nghiên cứu Quản lý Kinh tế Trung ương (CIEM)

Nguyễn Thị Tuệ Anh

Nguyễn Đình Cung

Nguyễn Minh Thảo

MỤC LỤC

DANH MỤC VIẾT TẮT TIẾNG VIỆT	iv
DANH MỤC VIẾT TẮT TIẾNG ANH	v
DANH MỤC BẢNG BIỂU	vii
DANH MỤC HÌNH VẼ.....	ix
TÓM TẮT	x
PHẦN I. BỐI CẢNH VÀ MỤC TIÊU NGHIÊN CỨU	1
I.1. Bối cảnh ngành dệt may của Việt Nam, TP.HCM, Đồng Nai và Bình Dương.....	1
I.2. Mục đích nghiên cứu	7
I.3. Câu hỏi nghiên cứu.....	8
I.4. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu	9
I.5. Cách tiếp cận và phương pháp luận	9
PHẦN II. KHUNG PHÂN TÍCH.....	11
II.1. Cơ sở lý thuyết về cụm ngành	11
II.1.1. Khái niệm về cụm ngành.....	11
II.1.2. Phạm vi và cấu trúc của cụm ngành	13
II.1.3. Vai trò của cụm ngành đối với năng lực cạnh tranh và nâng cấp công nghiệp.....	14
II.1.4. Quá trình hình thành và phát triển của cụm ngành.....	15
II.1.5. Đánh giá lợi thế cạnh tranh của địa phương.....	18
II.1.6. Vai trò của nhà nước trong phát triển cụm ngành	20
II.2. Cơ sở lý thuyết về chuỗi giá trị toàn cầu	22
II.2.1. Khái niệm chuỗi giá trị toàn cầu	22
II.2.2. Năng lực cạnh tranh và nâng cấp công nghiệp nhìn từ lý thuyết chuỗi giá trị.....	24
II.2.3. Quản trị chuỗi giá trị toàn cầu	27
II.2.4. Phân tích chuỗi giá trị như một công cụ chính sách.....	29
II.3. Kết hợp khung phân tích cụm ngành và chuỗi giá trị cho ngành dệt may	30
II.3.1. Sự tương đồng và dị biệt của hai khái niệm cụm ngành và chuỗi giá trị	30
II.3.2. Cách tiếp cận kết hợp cụm ngành và chuỗi giá trị	31
PHẦN III. BỐI CẢNH THỊ TRƯỜNG VÀ CẠNH TRANH QUỐC TẾ.....	34
III.1. Vị trí của Việt Nam trong thị trường xuất nhập khẩu dệt may toàn cầu	34
III.2. Nhu cầu về các sản phẩm dệt may vẫn tiếp tục tăng trưởng ổn định	37
III.3. Thay đổi về cấu trúc nhu cầu trên thị trường toàn cầu	39
III.4. Thay đổi cấu trúc và chiến lược của chuỗi cung ứng	40
III.5. Vai trò tiếp tục quan trọng của khu vực FDI.....	41
PHẦN IV. HỘI NHẬP QUỐC TẾ VÀ CHÍNH SÁCH CỦA CHÍNH PHỦ	43
IV.1. Hội nhập kinh tế quốc tế của ngành dệt may	43
IV.1.1. Gia nhập Tổ chức Thương mại Thế giới (WTO)	43
IV.1.2. Hiệp định Đối tác Kinh tế Việt Nam - Nhật Bản (VJEPA).....	44
IV.1.3. Hiệp định Đối tác Xuyên Thái Bình Dương (Trans Pacific Partnership, TPP).....	46
IV.1.4. Cơ hội và thách thức đối với ngành dệt may Việt Nam khi tham gia TPP	46
IV.2. Tác động của chính sách của Chính phủ đối với ngành dệt may	51
IV.2.1. Chính sách thuế	54

IV.2.2.	Thủ tục hải quan	56
IV.2.3.	Chính sách tỷ giá	57
IV.2.4.	Chính sách tín dụng	58
IV.2.5.	Chính sách liên quan đến lao động.....	59
IV.2.6.	Chính sách đất đai	60
IV.2.7.	Chính sách môi trường	60
IV.3.	Tác động chính sách của chính quyền địa phương đối với ngành dệt may.....	61
IV.3.1.	Tổng hợp và đánh giá chiến lược, quy hoạch ngành dệt may	61
IV.3.2.	Thực trạng triển khai chính sách đối với ngành dệt may	62
IV.3.3.	Tác động của chính sách đến ngành dệt may	66
IV.3.4.	Định hướng về chính sách trong thời gian tới.....	69
PHẦN V. LƯỢC SỬ PHÁT TRIỂN NGÀNH DỆT MAY CỦA VÙNG		71
V.1.	Ngành dệt may từ thời Pháp thuộc đến 1975	71
V.2.	Ngành dệt may từ sau giải phóng đến cuối thập niên 1980	73
V.3.	Ngành dệt may từ 1990 đến nay.....	74
V.3.1.	Một vài xu thế của ngành dệt may TP. Hồ Chí Minh từ năm 2000	76
V.3.2.	Một vài xu thế của ngành dệt may Bình Dương từ năm 2000	78
V.3.3.	Một vài xu thế của ngành dệt may Đồng Nai từ năm 2000.....	79
V.3.4.	So sánh các xu thế của ngành dệt may của các địa phương trong Vùng.....	79
PHẦN VI. ĐIỀU TRA DOANH NGHIỆP DỆT MAY TRONG VÙNG		83
VI.1.	Điều tra doanh nghiệp dệt may về năng lực cạnh tranh	83
VI.1.1.	Tổng thể doanh nghiệp điều tra.....	83
VI.1.2.	Phương án lấy mẫu	86
VI.1.3.	Tổng quan về phiếu điều tra	86
VI.1.4.	Điều tra thực địa	87
VI.2.	Tổng quan tính cạnh tranh của doanh nghiệp dệt may từ kết quả điều tra.....	88
VI.3.	Tác động của chính sách đến tính cạnh tranh DN dệt may từ kết quả điều tra.....	91
PHẦN VII. PHÂN TÍCH CHUỖI GIÁ TRỊ DỆT MAY CỦA VÙNG		100
VII.1.	R&D và thiết kế.....	100
VII.2.	Nguyên liệu thô (bông, xơ)	102
VII.3.	Mạng lưới nguyên phụ liệu (sợi, dệt vải, nhuộm, hoàn tất)	103
VII.3.1.	Sợi.....	103
VII.3.2.	Dệt, in nhuộm và hoàn tất	104
VII.4.	May mặc	106
VII.5.	Hoạt động xuất khẩu, marketing và xây dựng thương hiệu	108
VII.6.	Đánh giá mức độ hợp tác và liên kết giữa trong chuỗi giá trị dệt may Vùng	110
PHẦN VIII. PHÂN TÍCH CỤM NGÀNH DỆT MAY CỦA VÙNG.....		113
VIII.1.	Sự tập trung theo cụm của các doanh nghiệp dệt may	113
VIII.2.	Phác thảo mô hình kim cương của Vùng	116
VIII.3.	Những điều kiện của nhân tố sản xuất	119
VIII.3.1.	Lao động tập trung với chi phí thấp	119
VIII.3.2.	Chi phí sản xuất dệt may tương đối thấp.....	122
VIII.3.3.	Chi phí sản xuất – kinh doanh tổng thể cao	124
VIII.4.	Bối cảnh chiến lược và cạnh tranh của doanh nghiệp.....	126

VIII.4.1.	Cạnh tranh chủ yếu ở hoạt động gia công cho phân khúc thấp và trung bình.....	126
VIII.4.2.	TPP (Hiệp định đối tác kinh tế chiến lược xuyên TBD)	127
VIII.4.3.	Hàng NK tràn ngập, đặc biệt là từ Trung Quốc	127
VIII.5.	Các điều kiện về cầu.....	129
VIII.5.1.	Nhu cầu nội địa tăng nhanh nhưng nhìn chung còn thiếu tinh tế.....	129
VIII.6.	Các ngành CN hỗ trợ và liên quan	130
VIII.6.1.	Dịch vụ hỗ trợ (tài chính, marketing, vận tải, logistics) yếu	130
VIII.6.2.	Liên kết với các ngành/cụm ngành liên quan lỏng lẻo.....	131
VIII.6.3.	Sự hợp tác và liên kết giữa ngành dệt may với các viện nghiên cứu, trường đại học – cao đẳng – dạy nghề và thể chế hỗ trợ còn lỏng lẻo.....	132
VIII.7.	Vẽ sơ đồ và đánh giá NLCT cụm ngành dệt may của Vùng.....	136
PHẦN IX. KẾT LUẬN VÀ ĐỀ XUẤT		140
IX.1.	Một số nhận xét kết luận	140
IX.2.	Quan điểm phát triển ngành dệt may.....	144
IX.2.1.	Quan điểm 1: Phát triển ngành dệt may theo hướng nâng cấp công nghiệp, tức là nâng cấp chuỗi giá trị và hoàn thiện cụm ngành dệt may.	145
IX.2.2.	Quan điểm 2: Lấy giá trị gia tăng làm mục tiêu, đồng thời là thước đo cho sự phát triển của ngành.	146
IX.2.3.	Quan điểm 3: Cân đối lợi ích của việc phát triển ngành dệt may với bảo vệ môi trường.	147
IX.2.4.	Quan điểm 4: Cần hiểu và vận dụng đúng quy luật thị trường về xu thế dịch chuyển lao động cũng như phát triển thị trường thời trang dệt may.....	147
IX.2.5.	Quan điểm 5: Tạo điều kiện tối đa cho khu vực tư nhân phát triển. Tận dụng tối đa cơ hội và nguồn lực (cả trong và ngoài nước) để nâng cấp chuỗi giá trị và hoàn thiện cụm ngành dệt may trong nước.	148
IX.3.	Khuyến nghị chính sách	148
IX.3.1.	Xem xét lại chính sách khuyến khích các DN dệt may sử dụng nhiều lao động di dời ra khỏi Vùng.....	149
IX.3.2.	Nâng cấp cụm ngành, tăng cường liên kết và hợp tác trong cụm ngành dệt may.	150
IX.3.3.	Tận dụng cơ hội tham gia Hiệp định Xuyên Thái Bình Dương (TPP) để thu hút đầu tư nâng cấp chuỗi giá trị dệt may	152
IX.3.4.	Khuyến khích nâng cấp công nghiệp dệt may trong mối quan hệ cân đối với bảo vệ môi trường	153
IX.3.5.	Các chính sách giúp DN kiểm soát chi phí	154
IX.3.6.	Thay đổi chính sách thuế VAT và cải tiến thủ tục hải quan	156
IX.3.7.	Các chính sách đào tạo và phúc lợi cho lao động.....	156
IX.3.8.	Phát triển và khai thác thị trường nội địa	158
TÀI LIỆU THAM KHẢO		160
PHỤ LỤC 1: PHIẾU ĐIỀU TRA		163
PHỤ LỤC 2: CÁC BẢNG SỐ LIỆU ĐIỀU TRA NHÂN TỐ SX VÀ CSHT HỖ TRỢ		179

DANH MỤC VIẾT TẮT TIẾNG VIỆT

Từ viết tắt	Tên đầy đủ
BD	Bình Dương
CN	Công nghiệp
CTCP	Công ty cổ phần
DN	Doanh nghiệp
ĐN	Đồng Nai
ĐVT	Đơn vị tính
GTGT	Giá trị gia tăng
GTSX	Giá trị sản xuất
GTSXCN	Giá trị sản xuất công nghiệp
HNX	Sàn giao dịch chứng khoán Hà Nội
HSX	Sàn giao dịch chứng khoán Hồ Chí Minh
KH-ĐT	Kế hoạch và Đầu tư
KN	Kim ngạch
KNXK	Kim ngạch xuất khẩu
KNNK	Kim ngạch nhập khẩu
m ²	Mét vuông
MMTB	Máy móc thiết bị
NK	Nhập khẩu
NLCT	Năng lực cạnh tranh
SP	Sản phẩm
TP	Thành phố
TP.HCM	Thành phố Hồ Chí Minh
TTCK	Thị trường chứng khoán
UBND	Ủy ban Nhân dân
USD	USD
VND	Việt Nam đồng
XK	Xuất khẩu
XNK	Xuất nhập khẩu

DANH MỤC VIẾT TẮT TIẾNG ANH

Từ viết tắt	Tên đầy đủ tiếng Anh	Tên đầy đủ tiếng Việt
AANZFTA	ASEAN Australia Newzealand Free Trade Agreement	Hiệp định thương mại tự do ASEAN - Úc - New Zealand
ACFTA	ASEAN China Free Trade Area	Khu vực mậu dịch tự do ASEAN - Trung Quốc
AJCEP	ASEAN Japan Comprehensive Economic Partnership	Hiệp định đối tác kinh tế toàn diện ASEAN - Nhật Bản
AKFTA	ASEAN - Korea Free Trade Area	Khu vực mậu dịch tự do ASEAN - Hàn Quốc
ASEAN	Association of Southeast Asian Nations	Hiệp hội các Quốc gia Đông Nam Á
BTA	Bilateral Trade Agreement	Hiệp định thương mại song phương
CAGR	Compound Annual Growth Rate	Phép tính tỉ lệ tăng trưởng hàng năm
CCED	Cluster - based City Economic Development	Phát triển kinh tế thành phố dựa vào cụm ngành
CMT	Cut, Make and Trim	May gia công đơn giản
COD	Chemical Oxygen Demand	Nhu cầu oxy hóa học
CPSIA	Consumer Product Safety Improvement Act	Cải thiện tính an toàn sản phẩm tiêu dùng
CSR	Corporate Social Responsibility	Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp
EU	European Union	Liên minh châu Âu
FAO	Food and Agriculture Organization	Tổ chức lương thực và nông nghiệp thế giới
FDI	Foreign Direct Investment	Đầu tư trực tiếp nước ngoài
FOB	Free On Board	Miễn trách nhiệm trên boong tàu nơi đi
FTA	Free Trade Agreement	Hiệp định thương mại tự do
GATT	General Agreement on Tariffs and Trade	Hiệp ước chung về thuế quan và mậu dịch
GDP	Gross Domestic Product	Tổng sản phẩm quốc nội
GSP	Generalized System of Preferences	Quy ước ưu đãi thuế quan phổ cập
GVC	Global Value Chain	Chuỗi giá trị toàn cầu
IIP	Index of Industrial Production	Chỉ số phát triển công nghiệp
ISO	International Organization for Standardization	Tổ chức tiêu chuẩn hóa quốc tế
MFA	Multi - Fiber Arrangement	Hiệp định đa sợi

Từ viết tắt	Tên đầy đủ tiếng Anh	Tên đầy đủ tiếng Việt
MFN	Most Favoured Nation	Đãi ngộ tối huệ quốc
MNCs	Multinational corporations	Những công ty đa quốc gia
NIC	Newly Industrialized Country	Nước công nghiệp hóa mới
OBM	Original Brand name Manufacturing	Nhà sản xuất có thương hiệu riêng
ODM	Original design manufacturer	Thiết kế và chế tạo sản phẩm theo đơn đặt hàng
OEA	Original Equipment Assembling	Sản xuất lắp ráp thiết bị nguyên gốc
OEM	Original Equipment Manufacturing	Nhà cung cấp sản phẩm trọn gói hoặc sản xuất những thiết bị gốc
R&D	Research and Development	Nghiên cứu và phát triển
SA	Social Accountability	Trách nhiệm giải trình xã hội
SMEs	Small and Medium Enterprises	Những doanh nghiệp vừa và nhỏ
TBT	Technical Barriers to Trade	Hàng rào kỹ thuật trong thương mại
TPP	Trans - Pacific Partnership	Đôi tác Xuyên Thái Bình Dương
TSS	Total Suspended Solid	Tổng chất rắn lơ lửng
UNIDO	United Nation Industrial Development Organization	Tổ chức phát triển Công nghiệp Liên hợp quốc
VITAS	Vietnam Textile Association	Hiệp hội dệt may Việt Nam
VJEPA	Vietnam Japan Economic Partner Agreement	Hiệp định đối tác kinh tế Việt Nam - Nhật Bản
WAP	Wireless Application Protocol	Giao thức ứng dụng không dây
WTO	World Trade Organization	Tổ chức thương mại thế giới

DANH MỤC BẢNG BIỂU

Bảng 1. Giá trị sản xuất CN chế tạo, chế biến TP.HCM so với cả nước.....	3
Bảng 2. KNXX may mặc và KNNK nguyên phụ liệu may TP.HCM (chưa kể khu vực FDI)..	4
Bảng 3. Giá trị sản xuất CN chế tạo, chế biến Đồng Nai so với cả nước	4
Bảng 4. Giá trị sản xuất CN chế tạo, chế biến Bình Dương so với cả nước.....	5
Bảng 5. KNXX hàng may mặc và KNNK nguyên phụ liệu may mặc trên địa bàn Đồng Nai và Bình Dương (triệu USD).....	6
Bảng 6. Sự dịch chuyển những phân khúc trong chuỗi giá trị.....	26
Bảng 7. Các nhân tố quyết định tới quản trị chuỗi	28
Bảng 8. So sánh chuỗi giá trị do người bán và người mua chi phối	28
Bảng 9. Quản trị và nâng cấp trong cách tiếp cận cụm ngành và chuỗi giá trị.....	31
Bảng 10. Việt Nam và 10 quốc gia có KNXX sản phẩm may mặc lớn nhất.....	34
Bảng 11. Việt Nam và 10 quốc gia có KNNK sản phẩm may mặc lớn nhất.....	35
Bảng 12. Việt Nam và 10 quốc gia có KNXX dệt lớn nhất.....	36
Bảng 13. Việt Nam và 10 quốc gia có KNNK dệt lớn nhất.....	36
Bảng 14. Ma trận tương quan xuất nhập khẩu hàng may mặc và dệt của Việt Nam 2012.....	37
Bảng 15. Kim ngạch xuất khẩu Việt Nam sang Nhật Bản (triệu USD).....	45
Bảng 16. Kim ngạch xuất khẩu Việt Nam sang EU 27 (triệu USD)	49
Bảng 17. Kim ngạch xuất khẩu Việt Nam sang ASEAN và Đông Bắc Á (triệu USD).....	50
Bảng 18. Mục tiêu trong Chiến lược ngành dệt may đến năm 2020	52
Bảng 19. Số cơ sở sản xuất, lao động, và GTSXCN dệt - may TP.HCM (2000-2011)	77
Bảng 20. Số cơ sở sản xuất, lao động, và GTSX CN dệt - may Bình Dương (2000-2011)	78
Bảng 21. Số cơ sở sản xuất, lao động, và GTSX CN dệt - may Đồng Nai (2000-2011).....	79
Bảng 22. So sánh ba địa phương về tốc độ tăng trưởng ngành dệt may (2000 – 2011)	80
Bảng 23. So sánh ba địa phương về chất lượng tăng trưởng ngành dệt may 2000-2011	81
Bảng 24. Phân ngành cấp 4 và tỷ trọng theo ngành.....	84
Bảng 25. Phân loại các doanh nghiệp theo loại hình doanh nghiệp và quy mô lao động.....	85
Bảng 26. Số lượng các DN dệt may trong mẫu khảo sát theo từng ngành nghề hoạt động	86
Bảng 27. Phân loại doanh nghiệp điều tra thực tế theo địa bàn và ngành	88
Bảng 28. Phân loại doanh nghiệp điều tra thực tế theo địa bàn và ngành	88
Bảng 29. Vị trí của doanh nghiệp so với các đối thủ cạnh tranh	89
Bảng 30. Chiến lược cạnh tranh cốt lõi trong lĩnh vực kinh doanh chính của DN.....	89
Bảng 31. Lý do chọn vị trí kinh doanh của các doanh nghiệp.....	90
Bảng 32. Quan điểm của khách hàng về sản phẩm của DN	91
Bảng 33. Đánh giá của DN về tác động của lạm phát đến ngành dệt may	91
Bảng 34. Đánh giá của các DN FDI so với các DN nội địa về tác động của lạm phát.....	92
Bảng 35. Đánh giá của DN về tác động của tỷ giá đến ngành dệt may.....	93
Bảng 36. Đánh giá của DN về tác động của lãi suất đến ngành dệt may	93

Bảng 37. Quan điểm của DN FDI so với các DN nội địa về tác động của tỷ giá.....	94
Bảng 38. Quan điểm của DN FDI so với các DN nội địa về tác động của lãi suất	94
Bảng 39. Đánh giá của DN về tác động của gánh nặng thuế đối với ngành dệt may	95
Bảng 40. Đánh giá của các DN FDI so với các DN nội địa về tác động chính sách thuế	95
Bảng 41. Đánh giá của DN về tác động của chính sách đất đai đến DN.....	96
Bảng 42. Đánh giá của DN về tác động của chính sách hải quan đến DN	96
Bảng 43. Đánh giá của DN về tác động của quy định tiền lương tối thiểu tới lợi thế cạnh tranh của DN	97
Bảng 44. Đánh giá của DN về mức độ trợ cấp của nhà nước đối với ngành dệt may	97
Bảng 45. Quan điểm của DN về chính sách hữu hiệu nhất để thúc đẩy phát triển CN dệt may của Vùng	98
Bảng 46. Đánh giá của DN về những yếu tố, nếu xảy ra, sẽ là nguyên nhân chính dẫn đến suy thoái hoạt động dệt may ở Vùng TP.HCM, Đồng Nai và Bình Dương.....	99
Bảng 47. Các cơ sở R&D hiện nay đang hỗ trợ cho các DN trong Vùng như thế nào trong thang đo từ 1 (không có) đến 5 (hỗ trợ rất tốt)	101
Bảng 48. Nếu có các cơ sở R&D tốt ở bên ngoài thì tác động của các cơ sở này tới tính cạnh tranh của doanh nghiệp sẽ như thế nào theo thang đo từ 1-5.....	101
Bảng 49. Nhập khẩu bông, xơ, sợi của Việt Nam.....	102
Bảng 50. Đánh giá nguyên liệu và phụ liệu dệt may nhập khẩu từ nước ngoài so với sản phẩm sản xuất trong nước.....	103
Bảng 51. NK vải và nguyên phụ liệu dệt may 2002 – 2012 (triệu USD)	105
Bảng 52. Phương thức sản xuất hiện nay của DN	107
Bảng 53. Đánh giá mức độ có lợi/bất lợi của việc sản xuất giữa các mô hình sản xuất hàng may mặc theo thang đo từ 1 (rất bất lợi) đến 5 (rất có lợi).....	107
Bảng 54. Dự định chuyển mô hình sản xuất của các DN may trong 3 năm tới.....	107
Bảng 55. Tỷ lệ doanh nghiệp xuất khẩu và bán hàng trong nước.....	110
Bảng 56. DN dệt may bán sản phẩm cho các DN nghiệp khác theo vị trí địa lý (% DN).....	116
Bảng 57. Đánh giá các vị trí lao động trong doanh nghiệp may.....	120
Bảng 58. Đánh giá các vị trí lao động trong doanh nghiệp dệt.....	121
Bảng 59. So sánh chi phí sản xuất dệt may ở một số quốc gia (2007)	123
Bảng 60. Chi phí lao động trung bình trong ngành dệt may (USD/giờ).....	124
Bảng 61. Chỉ số năng lực logistics của một số quốc gia cạnh tranh.....	131
Bảng 62. Số lượng lao động trong ngành dệt và may của Vùng (2000 – 2010).....	134
Bảng 63. Một số nét chính về các tổ chức hỗ trợ của Việt Nam đối với ngành dệt may	136
Bảng 64. Đo lường các nhân tố ngành may mặc của Vùng trong mô hình kim cương.....	137
Bảng 65. Đo lường các nhân tố ngành dệt của Vùng trong mô hình kim cương.....	138
Bảng 66. Hai cách tiếp cận đối với chiến lược phát triển ngành dệt may	145

DANH MỤC HÌNH VẼ

Hình 1. Sơ đồ cụm ngành dệt may của Vùng	xvi
Hình 2. Quy mô, tăng trưởng và tỷ trọng của các ngành kinh tế TP.HCM so với cả nước.....	2
Hình 3. Ví dụ minh họa về sơ đồ cụm ngành dệt may.....	14
Hình 4. Các nguồn gốc của lợi thế cạnh tranh địa phương.....	20
Hình 5. Mô hình cách tiếp cận chính sách lấy cụm ngành làm trung tâm.....	21
Hình 6. Chuỗi giá trị theo cách tiếp cận của Michael Porter (1985)	23
Hình 7. Ví dụ minh họa về chuỗi giá trị và cụm ngành dệt may	33
Hình 8. Thay đổi trong chi tiêu bình quân và quy mô thị trường may mặc ở một số nước.....	38
Hình 9. Nhu cầu xơ toàn cầu 2005 – 2030 (triệu tấn).....	38
Hình 10. KNNK và thuế suất NK đối với hàng may mặc VN vào thị trường Hoa Kỳ	47
Hình 11. Tỷ trọng của dệt may trong tổng giá trị sản xuất CN.....	73
Hình 12. Tốc độ tăng trưởng doanh nghiệp dệt – may TP.HCM (1995-2011)	75
Hình 13. Vị trí của các doanh nghiệp dệt may trong Vùng theo quy mô lao động	114
Hình 14. Mô hình kim cương: Nguồn gốc của lợi thế cạnh tranh của Vùng TP.HCM – Bình Dương – Đồng Nai.....	118
Hình 15. Tốc độ tăng trưởng năng suất và mức lương thực ở một số nước (2008-2011)	125
Hình 16. So sánh trình độ lao động dệt may với một số ngành CN khác ở TP.HCM.....	135
Hình 17. Sơ đồ cụm ngành dệt may của Vùng	139

TÓM TẮT

Ngành dệt may Việt Nam đã phát triển mạnh mẽ từ đầu thập niên 1990 và ngày càng đóng vai trò quan trọng trong nền kinh tế. Tính đến cuối năm 2012, toàn ngành có khoảng hơn 6.000 doanh nghiệp (DN), với tổng doanh thu hơn 20 tỷ USD, sử dụng khoảng 2,5 triệu lao động. Năm 2012, với kim ngạch xuất khẩu (KNXK) là 17,2 tỉ USD, dệt may tiếp tục duy trì vị trí xuất khẩu hàng đầu, đóng góp khoảng 15% trong tổng kim ngạch xuất khẩu của cả nước. Theo cơ sở dữ liệu thương mại của Liên Hợp Quốc (UN Comtrade), kim ngạch xuất khẩu may mặc của Việt Nam hiện đứng thứ tư trên thế giới, với thị phần toàn cầu tăng từ 1,9% trong năm 2005 lên 3,1% vào năm 2010 nhờ có tốc độ tăng trưởng cao nhất trong nhóm các nước xuất khẩu lớn. Trong khi đó cũng theo số liệu của UN Comtrade, sản phẩm dệt của Việt Nam, với thị phần chỉ có 0,35%, hầu như không có chỗ đứng trên thị trường vải thế giới. Trong khi Việt Nam phải nhập khẩu khoảng 90% vải thì xuất khẩu xơ sợi của Việt Nam trong năm 2011 lên tới 1,5 tỉ USD, chiếm 2,6% thị phần và đứng thứ 12 toàn cầu. Trong thành tựu chung này của ngành dệt may cả nước, không thể không kể tới vai trò to lớn của Thành phố Hồ Chí Minh (TP.HCM), Bình Dương và Đồng Nai (gọi chung là Vùng), cùng nhau đóng góp tới 56,4% tổng giá trị sản xuất dệt may, 39,4% kim ngạch xuất khẩu, và gần 30% lực lượng lao động của ngành dệt may cả nước trong năm 2011.

Tuy nhiên, ngành dệt may Việt Nam nói chung và của Vùng nói riêng đã và đang tồn tại nhiều điểm yếu có tính cố hữu như phát triển chủ yếu theo chiều rộng, giá trị gia tăng và hàm lượng công nghệ thấp, liên kết dọc trong chuỗi giá trị dệt may còn yếu, phụ thuộc quá nhiều vào nguồn nguyên phụ liệu nhập khẩu, tập trung chủ yếu ở khâu gia công giá trị thấp v.v.

Từ góc độ chính sách, tình trạng này đặt ra nhiều câu hỏi cần được trả lời nếu muốn tiếp tục phát triển ngành dệt may. Dự án nghiên cứu *“Khảo sát đánh giá năng lực cạnh tranh của cụm ngành dệt may trên địa bàn TP và một số địa phương lân cận”* được thực hiện nhằm giới thiệu một phương pháp có hệ thống, đang được nhiều quốc gia và địa phương sử dụng, để đánh giá năng lực cạnh tranh (NLCT) của cụm ngành dệt may - một cụm ngành công nghiệp (CN) nổi bật của Vùng. Những kết quả của nghiên cứu này sẽ là cơ sở để đưa ra những khuyến nghị về quan điểm phát triển và giải pháp chính sách cho ngành dệt may của chính quyền TP. HCM và, trong một chừng mực nhất định, cho cả chính quyền tỉnh Bình Dương và Đồng Nai. Mặc dù đây là một nghiên cứu chính sách, và do vậy đối tượng thụ hưởng chính của nó là các nhà hoạch định và phân tích chính sách, tuy nhiên nghiên cứu này cũng có thể hữu ích cho các DN và hiệp hội dệt may trong nỗ lực nâng cao NLCT tổng thể của cụm ngành dệt may.

Mục đích cụ thể của dự án nghiên cứu này bao gồm:

- Đánh giá NLCT của cụm ngành dệt may TP.HCM, Bình Dương, và Đồng Nai (hay Vùng) trong mối quan hệ so sánh với một số cụm ngành cạnh tranh trong khu vực Châu Á.
- Vẽ sơ đồ và đánh giá NLCT cụm ngành dệt may của Vùng.
- Định vị chuỗi giá trị dệt may của Vùng trong chuỗi giá trị dệt may toàn cầu.

-
- Đề xuất tầm nhìn, mục tiêu và chiến lược phát triển cụm ngành dệt may của chính quyền TP.HCM, Bình Dương, và Đồng Nai.
 - Đề xuất khuyến nghị chính sách cụ thể để nâng cấp và nâng cao NLCT của cụm ngành dệt may TP.HCM, Bình Dương, và Đồng Nai.

Để đạt được các mục tiêu trên, nghiên cứu này tập trung trả lời *bốn nhóm câu hỏi* chính sau:

- Kết quả hoạt động của cụm ngành dệt may của Vùng hiện nay như thế nào?
- Thực trạng NLCT cụm ngành dệt may của Vùng so với các cụm ngành cạnh tranh trong khu vực như thế nào? Đây là những vấn đề then chốt về năng lực cạnh tranh mà cụm ngành đang và sẽ gặp phải?
- Vị trí hiện tại của ngành CN dệt may của Vùng trong chuỗi giá trị dệt may toàn cầu như thế nào? Tại sao lại ở vị trí này?
- Chính quyền TP.HCM, Bình Dương, và Đồng Nai cần có quan điểm phát triển và chính sách cụ thể nào để nâng cao NLCT cụm ngành dệt may của Vùng?

Về *phương pháp*, nghiên cứu này sử dụng kết hợp cách tiếp cận phân tích chuỗi giá trị (value chain) và đánh giá NLCT cụm ngành (industrial cluster). Theo khung phân tích của Michael Porter, cụm ngành được hiểu là “sự tập trung về mặt địa lý của các doanh nghiệp, các nhà cung ứng và các doanh nghiệp có tính liên kết cũng như của các công ty trong các ngành có liên quan và các thể chế hỗ trợ (như các trường đại học, cục tiêu chuẩn, hiệp hội thương mại) trong một số lĩnh vực đặc thù, vừa cạnh tranh vừa hợp tác” (Michael Porter 2008). NLCT của cụm ngành được đo lường bằng năng suất, và đến lượt mình năng suất được đo bằng giá trị gia tăng do một đơn vị lao động hay một đơn vị vốn tạo ra trong một đơn vị thời gian.

Mặc dù vẫn phát triển theo xu thế cụm ngành, nhưng hoạt động sản xuất dệt may cũng thường phân tán theo không gian nhằm khai thác lợi thế cạnh tranh của các nước và khu vực địa lý để tối đa hóa giá trị gia tăng cho từng khâu của chuỗi giá trị toàn cầu. Do đó, áp dụng công cụ phân tích chuỗi giá trị sẽ giúp đánh giá vị trí, cơ hội và thách thức của ngành dệt may của Vùng trong chuỗi giá trị toàn cầu, từ đó đưa ra khuyến nghị nhằm nâng cấp chuỗi giá trị dệt may của Vùng.

Như vậy, việc sử dụng phối hợp cách tiếp cận cụm ngành và chuỗi giá trị sẽ giúp phân tích và nhận diện một cách toàn diện những lợi thế so sánh và NLCT của các tác nhân tham gia chuỗi giá trị, đồng thời có thể đánh giá được tính liên kết, hỗ trợ của các nhà cung ứng dịch vụ, các ngành có liên quan và các thể chế hỗ trợ đối với những hoạt động cốt lõi của ngành – vốn là những nhân tố quyết định NLCT của cụm ngành.

Về *nguồn thông tin và dữ liệu thứ cấp*, Báo cáo sử dụng những tài liệu hiện hữu về quá trình hình thành và phát triển của ngành dệt may Việt Nam nói chung và của Vùng nói riêng, các dữ liệu liên quan đến chính sách của Chính phủ, của TP.HCM, Bình Dương và Đồng Nai về phát triển và quản lý cụm ngành dệt may, một số cơ sở dữ liệu dệt may quốc tế, một số nghiên cứu đánh giá NLCT dệt may của một số đối thủ cạnh tranh chủ yếu trong khu vực, và báo cáo phân tích ngành dệt may của một số tổ chức tư vấn chuyên nghiệp quốc tế.

Về nguồn thông tin và dữ liệu sơ cấp, Báo cáo dựa trên kết quả khảo sát 188 DN dệt may (trong số 485 phiếu điều tra phát ra) dọc theo các khâu của chuỗi giá trị. Bên cạnh đó, nhóm nghiên cứu cũng thực hiện phỏng vấn sâu lãnh đạo của một số công ty dệt may hàng đầu trên địa bàn, lãnh đạo của Hiệp hội Dệt May, một số nhà cung ứng dịch vụ, tổ chức nghiên cứu, và một số thể chế hợp tác khác trong cụm ngành dệt may.

Một cách khái quát, kết quả nghiên cứu của Báo cáo cho thấy mặc dù ngành dệt may của Vùng đã gặt hái được nhiều thành công ấn tượng, đặc biệt kể từ sau Luật Doanh nghiệp 1999 và ký kết BTA năm 2001, song vẫn tồn tại rất nhiều điểm yếu. Trong số những điểm yếu của ngành dệt may mà chúng tôi đề cập – chẳng hạn như phát triển tự phát, theo chiều rộng, chủ yếu tập trung vào khâu gia công giá trị thấp – nhiều điểm đã được nhận diện từ lâu, và do vậy có thể được coi là những vấn đề có tính cố hữu, thậm chí là “mãn tính” của ngành. Với cách tiếp cận phối hợp chuỗi giá trị và cụm ngành, Báo cáo này sẽ giúp chúng ta giải đáp tại sao mặc dù triệu chứng của vấn đề đã được nhận biết nhưng vẫn chưa có những biện pháp hữu hiệu để khắc phục.

Báo cáo này chỉ ra rằng sự lúng túng của ngành dệt may trong việc tham gia vào hoạt động sản xuất và xuất khẩu ở những khâu và theo những phương thức đem lại giá trị gia tăng cao là biểu hiện của “bẫy gia công giá trị thấp” và tình trạng thiếu vắng sự hỗ trợ của cụm ngành (cluster). Mặc dù có sự khác biệt nhất định song nhìn chung các DN dệt may (cả nhà nước, tư nhân trong nước và FDI) chủ yếu vẫn co cụm ở khâu may gia công - là khâu dễ dàng nhất nhưng đồng thời cũng là khâu có giá trị gia tăng thấp nhất. Báo cáo cũng chỉ ra rằng để vượt ra khỏi “bẫy gia công” này, nhất thiết ngành dệt may của Vùng nói riêng và của Việt Nam nói chung phải vươn tới hai đầu thượng nguồn và hạ nguồn của chuỗi giá trị. Tuy nhiên, điều này không chỉ phụ thuộc vào nỗ lực của riêng các DN trong ngành dệt may mà còn phụ thuộc vào rất nhiều các nhân tố khác trong cụm ngành. Chẳng hạn như sự yếu kém về cơ sở hạ tầng giao thông vận tải, hậu cần xuất nhập khẩu khiến cho hoạt động sản xuất trong ngành bị tách biệt với thị trường tiêu thụ; khâu đào tạo thiết kế ở các trường dạy nghề vẫn còn yếu kém, lạc hậu so với xu hướng thời trang trên thế giới; những bất cập trong chương trình giáo dục khiến cho chất lượng công nhân, kỹ sư, và nhà quản lý ngày càng kém cạnh tranh so với các nước khác; vai trò của các cụm ngành máy móc thiết bị, cụm ngành hoá chất còn mờ nhạt trong việc hỗ trợ cho hoạt động sản xuất ngành dệt may. Những yếu tố mang tính chất địa phương này trở thành lực cản khiến các DN dệt may của Vùng cũng như của Việt Nam khó dịch chuyển sang những phương thức sản xuất có giá trị gia tăng cao hơn. Đáng tiếc là cho đến thời điểm này, quan điểm chiến lược và các biện pháp chính sách cụ thể nhằm phát triển dệt may của Vùng và Việt Nam nhìn chung không có gì mới, không những thế còn có tính chia cắt và thiếu tính đồng bộ. Chính vì vậy, sự phát triển dệt may của Vùng mặc dù rất ấn tượng nhưng nặng tính tự phát, manh mún, thiếu sự liên kết, thiếu tính tương hỗ, và hệ quả cuối cùng là kém chất lượng và không bền vững.

Một cách cụ thể hơn, từ góc độ phân tích chuỗi giá trị, Báo cáo chỉ ra một thực trạng là chuỗi giá trị của ngành dệt may trong Vùng vừa ngắn (chủ yếu co cụm ở khâu may gia công, và trong một chừng mực hạn chế hơn, ở khâu xơ sợi), vừa có giá trị thấp.

Năng lực R&D và thiết kế của đa số các DN dệt may trong Vùng chỉ ở mức trung bình thấp, không chỉ do sự thiếu hụt về nguồn lực tài chính, vật chất, hay con người, mà cơ bản hơn,

xuất phát từ sự thiếu thông tin về nhu cầu và thị hiếu thời trang của người tiêu dùng cuối cùng, không chỉ trên thị trường quốc tế mà ngay cả trong thị trường nội địa.

Mạng lưới cung cấp nguyên-phụ liệu cho ngành dệt may của Vùng yếu, đặc biệt là khâu trồng bông và dệt-nhuộm-hoàn tất. Hệ quả là đa số nguyên phụ liệu phải nhập khẩu, và nếu có xuất khẩu đi chẳng nữa thì chủ yếu cũng là xuất thô, với đa số nguyên liệu đầu vào phải nhập khẩu. Báo cáo cũng nhấn mạnh rằng những yếu kém về cung cấp nguyên-phụ liệu này xuất phát từ những bất lợi có tính tự nhiên (như đất đai, khí hậu) hay có tính chính sách (như sự chậm trễ và kém hiệu quả trong việc phát triển các ngành công nghiệp hỗ trợ). Vì vậy, để giải quyết những vấn đề “mãn tính” này, không thể vội vàng và duy ý chí mà phải biết tận dụng những cơ hội và nguồn lực mới từ bên trong và bên ngoài nền kinh tế.

Trong cả chuỗi giá trị dệt may thì may là khâu có thể mạnh nổi trội nhất, nhưng chủ yếu là nhờ phát triển theo chiều rộng và nhờ vào chi phí nhân công thấp – hai nhân tố này chắc chắn không thể duy trì mãi. Tuy nhiên, ngay cả trong khâu mạnh nhất này, do chủ yếu là may gia công và hơn nữa các mặt hàng gia công cũng chỉ có giá trị trung bình và thấp nên giá trị gia tăng không cao, biên lợi nhuận thấp.

Hoạt động phân phối xuất khẩu của các DN dệt may Việt Nam nói chung và trong Vùng nói riêng hiện nay vẫn chưa phát triển và đang phụ thuộc vào người mua nước ngoài, bao gồm các DN bán lẻ, các nhà sản xuất, và các nhà buôn. Đa số các DN dệt may trong Vùng, đặc biệt là các SMEs, thường không thể bán hàng trực tiếp cho những người mua toàn cầu, mà phụ thuộc hầu như toàn bộ vào các nhà buôn trong khu vực.

Cũng cần nói thêm rằng “hệ sinh thái” dệt may của Vùng có tính chất phân tầng khá rõ: Tầng cao nhất bao gồm một số rất ít DN nhà nước và FDI lớn; tầng thấp nhất bao gồm đại đa số các DN vừa, nhỏ và siêu nhỏ; và tầng ở giữa bao gồm các DN có quy mô vừa còn lại. Một cách công bằng mà nói, mặc dù những điểm yếu đã kể ở trên áp dụng cho gần như tất cả các DN ở tầng thứ ba, đa số DN ở tầng thứ hai, nhưng không phải không có những ngoại lệ ở tầng thứ nhất. Theo kết quả khảo sát của chúng tôi, một tỷ lệ đáng lưu ý DN dệt và may tự tin về năng lực R&D và thiết kế của mình, được minh chứng bằng khả năng xuất khẩu dưới hình thức ODM. Đồng thời, cũng có một số DN – mặc dù còn là thiểu số – đã tiếp cận trực tiếp được với hệ thống phân phối toàn cầu cho những sản phẩm đẳng cấp (premium products).

Từ góc độ tiếp cận cụm ngành, Báo cáo cho thấy cụm ngành dệt may của Vùng tuy đã hình thành nhưng chưa hoàn chỉnh, liên kết rời rạc, NLCT hạn chế và thiếu bền vững.

Trong nhóm các điều kiện nhân tố sản xuất, lợi thế nổi bật của Vùng là lao động rẻ và tương đối dồi dào. Trong ngắn và trung hạn, lợi thế này chắc chắn sẽ tiếp tục được duy trì, và do vậy sẽ tiếp tục là nhân tố duy trì tốc độ tăng trưởng trong thời gian tới. Tuy nhiên, nếu cứ tiếp tục sống nhờ vào giá lao động rẻ thì sớm muộn ngành dệt may sẽ phải đối diện với nguy cơ trở nên quá phụ thuộc vào chi phí lao động rẻ, từ đó dẫn tới nguy cơ tiếp tục bị kẹt trong “bẫy gia công” và “bẫy công nghệ thấp”, mà hệ quả tất yếu là chất lượng và giá trị thấp. Lương thấp cùng với hiện tượng “nhảy việc” phổ biến trong ngành dệt may làm trầm trọng thêm tình trạng lao động chất lượng thấp và thiếu kỹ năng hiện nay. Cần lưu ý rằng lợi thế lao động rẻ không thể duy trì được mãi, mà nếu giả sử có duy trì được thì cũng không phải là điều đáng

mong muốn. Như vậy, trong dài hạn, giá trị gia tăng cao, chứ không phải chi phí thấp, phải trở thành cái đích cho các DN và cả ngành dệt may Việt Nam hướng tới.

Mặc dù so với các đối thủ cạnh tranh trong khu vực, chi phí lao động của Vùng thấp nhưng chi phí sản xuất – kinh doanh lại không hề thấp. Nguyên nhân của tình trạng này là: thứ nhất, do năng suất lao động thấp và tỷ lệ hao hụt cao nên sau khi điều chỉnh mức độ hiệu quả thì chi phí lao động của Việt Nam không hề rẻ hơn so với Ấn Độ và rẻ hơn không nhiều so với Trung Quốc; Thứ hai, các DN Việt Nam nói chung phải chịu một số chi phí cao hơn hẳn so với các đối thủ cạnh tranh, đặc biệt là nguyên-vật liệu (do phải nhập khẩu) và chi phí vốn (do lãi suất cao); Thứ ba, đa số DN dệt may Việt Nam có quy mô nhỏ và vừa, vì vậy không tận dụng được lợi thế theo quy mô để giảm chi phí; Thứ tư, thời gian nhập khẩu nguyên liệu và xuất khẩu thành phẩm dài, cùng với việc thiếu khả năng đáp ứng các đơn hàng lớn và yêu cầu dịch vụ khách hàng đã làm tăng đáng kể chi phí cơ hội của các DN dệt may Việt Nam.

Trong nhóm các nhân tố bối cảnh chiến lược và cạnh tranh, nổi lên tình trạng cạnh tranh chủ yếu ở hoạt động gia công cho phân khúc thấp và trung bình. Điều này hoàn toàn dễ hiểu sau những phân tích về chuỗi giá trị và điều kiện nhân tố sản xuất ở trên. Chắc chắn là để thoát ra khỏi hoạt động gia công thuần túy và vượt lên trên phân khúc thấp và trung bình cần rất nhiều nỗ lực không chỉ của bản thân DN mà của toàn bộ các bộ phận khác nhau trong cụm ngành. Đáng tiếc là do năng lực, tính liên kết và mức độ hỗ trợ trong cụm ngành dệt may của Vùng rất thấp, vì vậy có thể thấy trước được rằng, tình trạng đa số DN co cụm ở phân khúc thấp và trung bình sẽ vẫn tiếp tục tái diễn trong nhiều năm sắp tới.

TPP là một ẩn số trong môi trường cạnh tranh của các DN dệt may của Vùng nói riêng và Việt Nam nói chung. Việc Việt Nam là “cường quốc dệt may” duy nhất của Châu Á tham gia TPP có thể được coi là cơ hội. Tuy nhiên, có nhiều dấu hiệu cho thấy không những chúng ta chưa chắc có thể tận dụng được cơ hội, mà còn đứng trước một số nguy cơ không nhỏ khi gia nhập TPP. Trong điều kiện các DN dệt may của Việt Nam nhập đa số nguyên phụ liệu thì quy định “từ sợi trở đi” của TPP nếu được áp dụng một cách nghiêm ngặt sẽ đồng nghĩa với việc lợi ích của việc gia nhập TPP bị vô hiệu hóa đối với phần lớn DN Việt Nam. Tương lai phát triển của ngành dệt may phụ thuộc vào khả năng của Chính phủ và bản thân DN trong việc tận dụng cơ hội và ngoại lực để hoàn chỉnh cụm ngành dệt may, bằng không Việt Nam sẽ chỉ được các DN dệt may FDI sử dụng như một bàn đạp nhân công rẻ để xuất khẩu.

Trong khi các DN Việt Nam mãi mê theo đuổi phân khúc thấp và trung bình trên thị trường xuất khẩu thì sản phẩm dệt may nước ngoài, đặc biệt là từ Trung Quốc, lại đang chiếm lĩnh chính những phân khúc này trên thị trường nội địa. Nguyên nhân quan trọng nhất của tình trạng “thua trên sân nhà” là do đa số các DN Việt Nam chủ động bỏ qua thị trường nội địa, không phải vì thị trường này thiếu tiềm năng, mà vì khó có thể cạnh tranh được với hàng nhập khẩu, đặc biệt là từ Trung Quốc, chủ yếu vì đa số các DN Việt Nam không biết cách xây dựng và quản trị chuỗi giá trị một cách hiệu quả, do tình trạng nhập lậu tràn lan, và do mặt bằng hiệu suất và năng suất của DN Việt Nam thua xa Trung Quốc.

Trong nhóm các nhân tố các điều kiện cầu, một đặc điểm nổi bật là nhu cầu nội địa tăng rất nhanh. Ước tính là nhu cầu nội địa đối với hàng may mặc ở nước ta đã tăng từ khoảng 1,1 tỉ USD vào năm 2005 lên khoảng 3 tỉ USD vào năm 2012, ứng với tốc độ tăng trưởng danh nghĩa trung bình khoảng 18,0%/năm và tốc độ tăng trưởng thực trung bình khoảng

11,3%/năm. Nếu tốc độ tăng trưởng này tiếp tục được duy trì thì thị trường trong nước sẽ mở ra vô vàn cơ hội mới cho các DN hiện hữu cũng như các DN sắp gia nhập ngành. Cơ hội trên thị trường nội địa lớn như vậy, song đáng tiếc là chưa được các DN dệt may trong nước khai thác một cách hiệu quả do nhiều nguyên nhân, trong đó một nguyên nhân then chốt là xu thế thị hiếu của thị trường và chiến lược kinh doanh của đa số DN dệt may Việt Nam không tương thích với nhau.

Nhóm nhân tố yếu kém nhất của cụm ngành dệt may trong Vùng nói riêng và của Việt Nam nói chung liên quan đến các ngành công nghiệp hỗ trợ và liên quan. Chính sự yếu kém này là cơ sở khiến chúng tôi nhận định rằng cụm ngành dệt may của Vùng tuy đã thành hình nhưng chưa hoàn chỉnh, mức độ liên kết và hợp tác lỏng lẻo, và hệ quả tất yếu là NLCT thấp.

Cho đến thời điểm này, thị trường chứng khoán ở Việt Nam vẫn chưa trở thành kênh huy động vốn hiệu quả cho DN, đặc biệt là các DN vừa và nhỏ. Hiện chỉ có 6 DN dệt may đang niêm yết trên sàn giao dịch chứng khoán, tuy nhiên nguồn vốn chính của các công ty này cũng chủ yếu đến từ vốn vay, thể hiện qua đòn bẩy tài chính trung bình lên tới 2,6 lần.

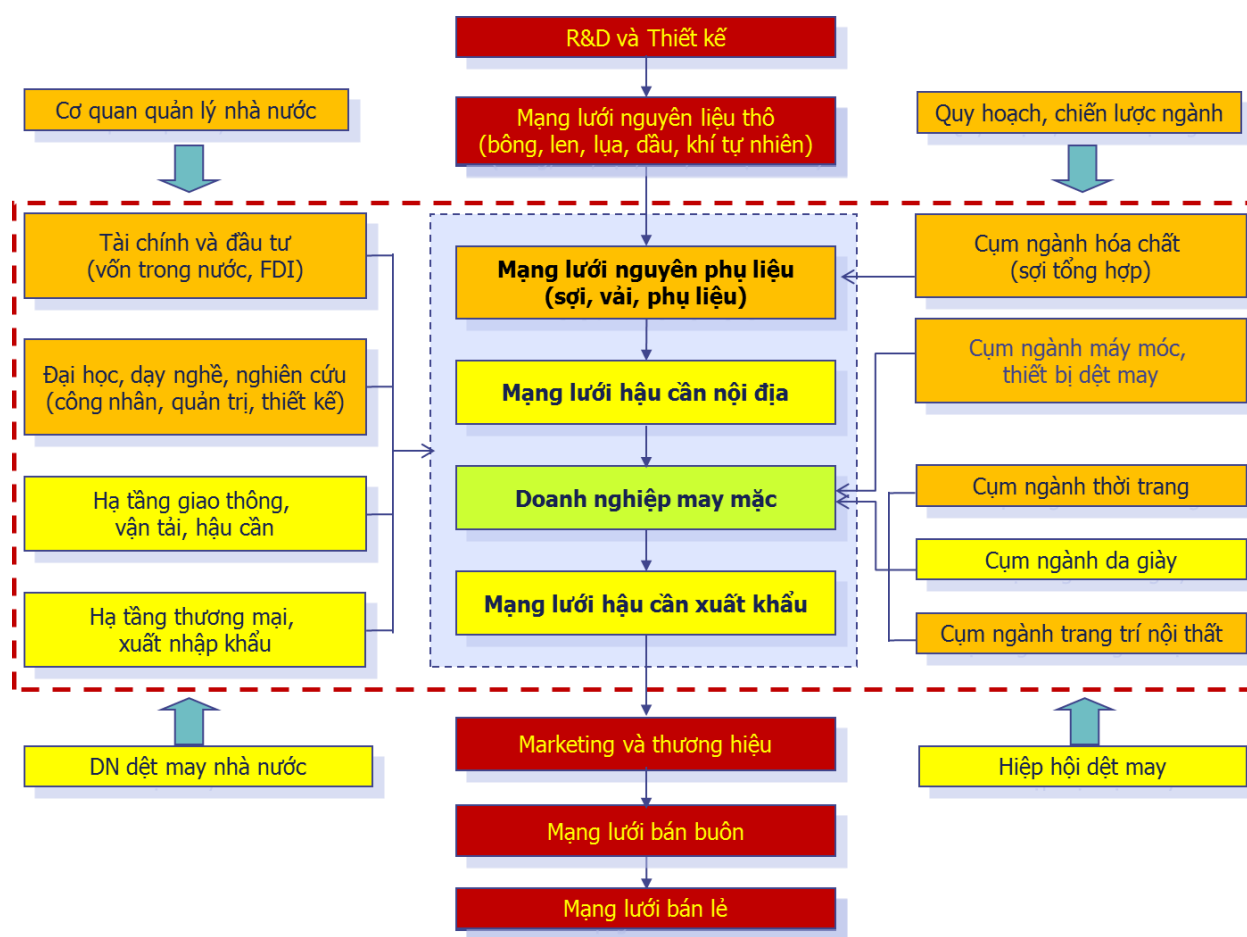
Về logistics, mặc dù có nhiều tiền đề thuận lợi để phát triển cụm ngành logistics như tốc độ phát triển kinh tế cao, công nghiệp chế tạo – chế biến tăng trưởng nhanh, vị trí địa lý nằm trên tuyến giao thương Á – Âu, địa hình bằng phẳng, có nhiều sông ngòi và cảng biển lớn – thế nhưng cụm ngành logistics của Vùng vẫn mới chỉ ở giai đoạn ban đầu, phát triển chủ yếu về số lượng nhưng kết quả hoạt động rất khiêm tốn và chủ yếu chỉ phục vụ thị trường nội địa. Nguyên nhân chính là do thiếu chuyên môn, ít kinh nghiệm, quy mô nhỏ, hạn chế về liên kết và hiểu biết quốc tế.

Đối với các ngành, cụm ngành gắn gũi như máy móc và thiết bị dệt may, hóa chất, thời trang, da giày, nội thất, lẽ ra cụm ngành dệt may phải có mối liên hệ chặt chẽ và thiết thân. Thế nhưng trên thực tế, mối liên kết và hỗ trợ giữa chúng nhìn chung rất lỏng lẻo, thậm chí trong một số trường hợp hầu như không tồn tại. Tương tự như vậy, sự hợp tác và liên kết giữa cụm ngành dệt may với các viện nghiên cứu, trường đại học – cao đẳng – dạy nghề và thể chế hỗ trợ rất mờ nhạt.

Trên cơ sở những thông tin, dữ liệu thống kê và phân tích định tính, chúng ta có thể đánh giá khái quát năng lực cạnh tranh của cụm ngành trong mối tương quan so sánh với một số đối thủ cạnh tranh chủ yếu trong khu vực Châu Á. Kết quả đánh giá được tóm tắt trong hình dưới đây, trong đó quy ước về năng lực cạnh tranh tương ứng với cách tô màu như sau:

Rất yếu	Yếu	Trung bình	Mạnh	Rất mạnh

Hình 1. Sơ đồ cụm ngành dệt may của Vùng



Cuối cùng, Báo cáo trình bày một số đề xuất nhằm khắc phục những điểm yếu có tính cố hữu trong chuỗi giá trị và cụm ngành dệt may của Vùng. Khuyến nghị của Báo cáo bao gồm hai tầng. Ở tầng thứ nhất – tầng quan điểm phát triển có tính chiến lược về phát triển ngành dệt may của Việt Nam nói chung và của Vùng nói riêng – Báo cáo so sánh hệ thống quan điểm của Nhóm nghiên cứu với hệ quan điểm phát triển ngành dệt may của Chính phủ (được phát biểu trong Quyết định số 36/2008/QĐ-TTg ngày 10/3/2008 phê duyệt Chiến lược phát triển ngành công nghiệp Dệt May Việt Nam đến năm 2015, định hướng đến năm 2020). Sự so sánh này được tóm tắt trong bảng dưới đây.

Khi so sánh, Nhóm nghiên cứu tuân thủ nguyên tắc là việc so sánh phải được thực hiện từ góc độ chính sách công. Nói cách khác, hệ quan điểm phát triển phải phản ánh được tầm nhìn của Chính phủ và chính quyền các địa phương về vai trò và chức năng của mình cũng như của các cơ quan nhà nước hữu quan trong việc phát triển ngành dệt may. Điều này cũng có nghĩa là một số vai trò và chức năng của khu vực DN cần phải được trả lại cho DN chứ nhà nước không ôm đồm làm thay hay can thiệp quá mức. Bên cạnh đó, cũng cần nói thêm là các thuật ngữ mà Nhóm nghiên cứu sử dụng để bày tỏ quan điểm của mình đều có nội hàm chính sách cụ thể và sẽ được định nghĩa trong bài nghiên cứu. Điều này có nghĩa là một khi đã hiểu hệ quan điểm của Nhóm tác giả thì độc giả hoàn toàn có thể liên hệ với những nội dung sẽ được trình bày trong Báo cáo để thấy được hàm ý chính sách của những quan điểm này.

Hai cách tiếp cận đối với chiến lược phát triển ngành dệt may

	<i>Quyết định phê duyệt Chiến lược phát triển ngành công nghiệp Dệt May Việt Nam đến năm 2015, định hướng đến năm 2020</i>	<i>Khảo sát đánh giá năng lực cạnh tranh của cụm ngành dệt may trên địa bàn Thành phố và một số địa phương lân cận</i>
1	“Phát triển ngành Dệt May theo hướng <u>chuyên môn hóa, hiện đại hóa</u> , nhằm tạo ra bước nhảy vọt về chất và lượng sản phẩm.”	Phát triển ngành dệt may theo hướng <u>nâng cấp công nghiệp</u> , tức là nâng cấp chuỗi giá trị và hoàn thiện cụm ngành dệt may.
2	“ <u>Lấy xuất khẩu làm mục tiêu</u> cho phát triển của ngành, mở rộng thị trường xuất khẩu, đồng thời phát triển tối đa thị trường nội địa.”	<u>Lấy giá trị gia tăng làm mục tiêu</u> , đồng thời là thước đo cho sự phát triển của ngành.
3	“Phát triển ngành Dệt May <u>phải gắn với</u> bảo vệ môi trường và xu thế dịch chuyển lao động nông nghiệp nông thôn.”	<u>Cân đối lợi ích</u> của việc phát triển ngành dệt may với bảo vệ môi trường.
4	“ <u>Chuyển các DN Dệt May</u> sử dụng nhiều lao động về các vùng nông thôn, đồng thời <u>phát triển thị trường thời trang</u> Dệt May Việt Nam tại các đô thị và thành phố lớn.”	Cần <u>hiểu và vận dụng đúng quy luật thị trường</u> về xu thế dịch chuyển lao động cũng như phát triển thị trường thời trang dệt may.
5	“ <u>Đa dạng hóa sở hữu và loại hình DN</u> trong ngành Dệt May, huy động mọi nguồn lực trong và ngoài nước để đầu tư phát triển Dệt May Việt Nam.”	<u>Tạo điều kiện tối đa cho khu vực tư nhân phát triển</u> . Tận dụng tối đa cơ hội và nguồn lực (cả trong và ngoài nước) để nâng cấp chuỗi giá trị và hoàn thiện cụm ngành dệt may trong nước.
6	“Phát triển nguồn nhân lực cả về số lượng và chất lượng cho sự phát triển bền vững của ngành Dệt May Việt Nam.”	Ưu tiên phát triển chất lượng nguồn nhân lực phục vụ cho nâng cấp chuỗi giá trị và hoàn thiện cụm ngành.

Ở tầng thứ hai, Báo cáo đưa ra một số khuyến nghị chính sách cụ thể dựa trên các quan điểm phát triển ngành dệt may và những kết quả nghiên cứu của Nhóm. Một cách vắn tắt, các khuyến nghị cụ thể của Báo cáo bao gồm:

Xem xét lại quan điểm khuyến khích các DN dệt may sử dụng nhiều lao động di dời ra khỏi Vùng. Sau 12 năm tăng trưởng rất nhanh kể từ Hiệp định Thương mại Việt Nam – Hoa Kỳ, cụm ngành dệt may của Vùng vẫn đang trong quá trình hình thành, đồng thời hoạt động sản xuất may mặc trong Vùng vẫn đang có lợi thế so sánh về nguồn cung đầu vào như lao động, đất đai và CSHT. Bên cạnh đó, các địa phương ngoài Vùng hoàn toàn có khả năng thu hút đầu tư mới vào dệt may, chứ không nhất thiết là dệt may sẽ di dời khỏi Vùng sang các địa phương khác. Vì vậy, nếu hạn chế đầu tư vào Vùng và thúc ép các DN dệt may di chuyển ra khỏi Vùng thì có thể dẫn đến nguy cơ là hoạt động kinh tế này sẽ không di chuyển ra các địa phương khác mà di chuyển sang các nước khác. Để khai thác tối đa lợi thế so sánh của Vùng cũng như lợi ích của ngành dệt may, các địa phương trong Vùng, đặc biệt là TP. HCM nên (i) *Chỉ khuyến khích di dời đối với các DN dệt may nằm trong các quận đô thị đã phát triển và nằm ngoài các KCN*; (ii) *Không thực hiện chính sách hạn chế dự án đầu tư dệt may mới vào*

Vùng mà thay vào đó là chính sách *thu hút đầu tư có chọn lọc nhằm tăng GTGT* hoạt động SX dệt may; và (iii) *Việc nâng cấp chuỗi giá trị và hướng tới các hoạt động có GTGT cao hơn sẽ đến từ đầu tư mới*; và đó chính là trọng tâm của chính sách thu hút đầu tư dệt may vào Vùng trong thời gian tới đây.

Nâng cấp cụm ngành, tăng cường liên kết và hợp tác trong cụm ngành dệt may: Cụm ngành dệt may của Vùng tuy đã hình thành nhưng chưa hoàn chỉnh, liên kết giữa các bộ phận của cụm ngành vô cùng rời rạc và lỏng lẻo, hệ quả là NLCT của cụm ngành vừa yếu vừa thiếu bền vững. Vì vậy việc *nâng cấp cụm ngành và tăng cường liên kết và hợp tác trong cụm ngành* là một yêu cầu thiết yếu để tiếp tục phát huy và khai thác tiềm năng của ngành dệt may trong Vùng. Để thực hiện được mục tiêu này, cần có sự nỗ lực và hợp tác của nhiều bên, đặc biệt là của chính quyền địa phương, các hiệp hội dệt may, và Phòng Thương mại và Công nghiệp. Báo cáo đặc biệt nhấn mạnh kiến nghị phát triển vai trò liên kết và hợp tác của các hiệp hội dệt may để nó thực sự trở thành một *thể chế hỗ trợ* (supporting institution) then chốt cho sự phát triển của cụm ngành dệt may trong Vùng. Cụ thể *Thể chế hỗ trợ này sẽ đóng vai trò cung cấp thông tin thị trường, làm cầu nối giữa các bộ phận của cụm ngành, và kênh đối thoại chính sách giữa cộng đồng DN trong cụm ngành dệt may với các cơ quan của nhà nước, giúp đỡ các DN trong ngành trong hoạt động xúc tiến thương mại*. Nói tóm lại, Thể chế hỗ trợ – mà cụ thể là các hiệp hội dệt may – cần phải trở thành người đại diện đích thực và tích cực cho lợi ích của các doanh nghiệp trong ngành, đóng vai trò là diễn đàn và cầu nối của các DN dệt may với các cơ quan hữu quan của chính quyền và các thành phần khác của cụm ngành. Nếu không xây dựng được một thể chế hỗ trợ có tính đại diện, liên kết, và hợp tác như thế thì các DN dệt may của chúng ta vẫn sẽ phải đơn thương độc mã trên thị trường toàn cầu. Khi ấy “bẫy gia công” và “bẫy công nghệ thấp” vẫn sẽ là tương lai của đại đa số DN trong ngành.

Tận dụng cơ hội tham gia Hiệp định xuyên Thái Bình Dương (TPP) để thu hút đầu tư nâng cấp chuỗi giá trị dệt may. Mặc dù TPP – với quy tắc “từ sợi trở đi” – sẽ là một thách thức rất lớn đối ngành dệt may Việt Nam và các DN dệt may trong Vùng, nhưng TPP đồng thời cũng là cơ hội lớn để chúng ta tìm cách nâng cấp chuỗi giá trị dệt may thông qua việc nâng cấp công đoạn dệt - nhuộm - hoàn tất. Chính sách của chính quyền địa phương trong Vùng nên hướng đến việc *ưu tiên thu hút đầu tư trực tiếp của các DN dệt may nước ngoài có năng lực về vốn, trình độ kỹ thuật, khả năng tổ chức quản lý, và nhất là hiểu biết nhu cầu dệt may trên thị trường thế giới đầu tư vào các công đoạn sợi – dệt – nhuộm – hoàn tất*. Đây là cách nhanh nhất để gia tăng sự kết nối giữa khâu trong quy trình sản xuất sợi – dệt – may, từ đó giúp nâng cấp chuỗi giá trị dệt may và tận dụng được cơ hội hưởng ưu đãi thuế suất xuất khẩu từ mức trung bình 17,3% hiện nay xuống 0% vào thị trường các nước thuộc TPP. Tất nhiên, hướng tới thu hút FDI không có nghĩa là bỏ quên khu vực DN trong nước. *Các địa phương trong Vùng cũng cần tạo điều kiện cho các DN dệt may nội địa, đặc biệt là các DN lớn (bao gồm cả các DNNN thuộc Tập đoàn Dệt May Việt Nam), tham gia đầu tư vào các công đoạn sợi – dệt – nhuộm – hoàn tất*. Tuy nhiên, với năng lực hạn chế hiện nay của các DN trong nước, khuyến khích đầu tư nước ngoài vẫn nên là ưu tiên chính sách trước mắt nhằm đáp ứng các yêu cầu của Hiệp định TPP.

Khuyến khích nâng cấp công nghiệp dệt may trong mối quan hệ cân đối với bảo vệ môi trường. Nếu chính quyền của các địa phương trong Vùng vẫn giữ quan điểm *không* khuyến khích thu hút đầu tư trong và ngoài nước vào ngành dệt nhuộm do những lo ngại về môi trường thì đây sẽ là một trở ngại lớn cho việc nâng cấp chuỗi giá trị dệt may thông qua việc nâng cấp công đoạn dệt – nhuộm – hoàn tất. Điều này cũng có nghĩa là mục tiêu nâng cao giá trị gia tăng hàng dệt may xuất khẩu sẽ khó đạt được và mức độ hưởng lợi từ Hiệp định TPP sẽ rất hạn chế. Do đó, chúng tôi cho rằng *chính quyền địa phương của Vùng cần tạo điều kiện để thu hút đầu tư vào các công đoạn dệt – nhuộm – hoàn tất, đồng thời cân đối với chính sách bảo vệ môi trường.* Để thực hiện được chính sách này, thứ nhất chính quyền địa phương *cần quy hoạch các khu công nghiệp tập trung cho các ngành ô nhiễm nói chung và ngành dệt nhuộm nói riêng* trong đó có các khu xử lý nước thải tập trung nhằm làm giảm chi phí xử lý nước thải cho các DN. Trong trường hợp không thể xây dựng các khu công nghiệp tập trung như đã nói ở trên thì khi thu hút đầu tư vào ngành dệt nhuộm, chính quyền địa phương *cần định hướng thu hút các DN có năng lực xử lý nước thải.* Cuối cùng, cần nhất quán với tiêu chuẩn nước thải sau xử lý thải ra môi trường bên ngoài là loại B theo quy định của pháp luật để mức chi phí xử lý nước thải hợp lý.

Giúp DN kiểm soát chi phí. Mặc dù lợi thế cạnh tranh nhờ lao động rẻ không thể tồn tại mãi, nhưng một cách thực tế, lợi thế này vẫn sẽ là năng lực cạnh tranh cốt lõi của các DN dệt may Việt Nam ít nhất là trong ngắn và trung hạn. Để giúp các DN dệt may trong Vùng duy trì được tính cạnh tranh về chi phí, chính quyền địa phương và các sở ngành hữu quan cần giúp các DN dệt may nâng cao hiệu quả thông qua việc *đào tạo lao động có kỹ năng và tinh thần kỷ luật, đồng thời áp dụng các quy trình quản lý sản xuất chuẩn mực.* Các sở ngành hữu quan cũng cần phối hợp cùng với hiệp hội dệt may *xây dựng hệ thống cơ sở dữ liệu và thông tin thị trường,* nhờ đó giúp DN giảm chi phí tìm kiếm thông tin giá cả, thị trường, đối tác, nguồn cung ứng; đồng thời *thử nghiệm xây dựng mô hình cầu nối hay đầu mối mua/nhập khẩu/cung ứng nguyên phụ liệu tập trung* để giúp DN, đặc biệt là các DN nhỏ và vừa, khắc phục bất lợi do yếu thế trong đàm phán, đặc biệt là về giá cả, phương thức và điều kiện thanh toán. Nhìn thấy trước nhu cầu tích tụ và mở rộng quy mô của các DN dệt may, chính quyền của các địa phương trong Vùng *cần tạo điều kiện thuận lợi cho việc tích tụ và mở rộng quy mô của các DN dệt may,* đặc biệt là các cơ sở sản xuất công nghiệp phục vụ xuất khẩu. Cuối cùng, việc *cải thiện dịch vụ logistics* thông qua việc tiếp tục xây dựng cơ sở hạ tầng mới và nâng cao hiệu quả khai thác các cơ sở hạ tầng hiện hữu, giảm thời gian và chi phí thông quan hàng hóa sẽ giúp giảm đáng kể chi phí xuất nhập khẩu của các DN dệt may. Điều này chỉ có thể thực hiện được nếu các địa phương trong Vùng cùng nhau *tiếp tục đẩy mạnh phát triển cơ sở hạ tầng trên tinh thần hợp tác và liên kết vùng.*

Thay đổi chính sách thuế và cải tiến thủ tục hải quan: Đây là nhiệm vụ của Bộ Tài chính, Tổng cục Hải quan trực thuộc Bộ Tài chính. Về chính sách thuế, một nghịch lý tồn tại từ lâu là theo Luật thuế giá trị gia tăng thì nguyên liệu nhập khẩu để sản xuất, gia công hàng hoá xuất khẩu theo hợp đồng sản xuất, gia công xuất khẩu ký kết với bên nước ngoài là đối tượng không chịu thuế VAT, trong khi đó nguyên liệu trong nước được sử dụng làm đầu vào để sản xuất hàng xuất khẩu lại phải chịu thuế VAT 10%. Hệ quả là các ngành công nghiệp hỗ trợ nói chung và dệt may nói riêng vốn đã yếu kém lại còn bị phân biệt đối xử, và do vậy không thể phát triển được. *Bộ Tài chính cần thay đổi chính sách thuế VAT theo hướng xóa bỏ phân biệt*

đổi xử giữa nguyên vật liệu nhập khẩu và sản xuất trong nước để sản xuất hàng xuất khẩu. Về Hải quan, theo số liệu của Ngân hàng Thế giới cũng như kết quả khảo sát của VCCI, hải quan Việt Nam nhìn chung vừa chậm, vừa không thuận lợi, đồng thời mức độ tham nhũng lại cao. Những điều này cùng nhau làm tăng chi phí kinh doanh, đồng thời kéo dài thời gian giao hàng của doanh nghiệp. Vì vậy, *giảm chi phí và thời gian thông quan* – chẳng hạn như thông qua hải quan điện tử hay tăng cường hậu kiểm – phải là một trong những ưu tiên của Bộ Tài chính và Tổng cục Hải quan nếu muốn gia tăng NLCT cho hàng xuất khẩu của Việt Nam nói chung và của ngành dệt may nói riêng.

Các chính sách đào tạo và phúc lợi cho lao động. Lao động dồi dào và giá tương đối rẻ là nhân tố cốt lõi cấu thành nên năng lực cạnh tranh của các DN dệt may trong Vùng. Tuy nhiên, theo ý kiến của các DN, lao động có kỹ năng (đặc biệt là quản lý và kỹ thuật) của Vùng yếu cả về chất lượng và số lượng. Không những thế, lợi thế của Vùng về lao động rẻ đang có xu thế bị xói mòn bởi một số thách thức quan trọng. Về mặt quản lý nhà nước, nhu cầu cung ứng dịch vụ công và cơ sở hạ tầng kinh tế - xã hội tăng đột biến vượt quá khả năng đáp ứng của chính quyền. Về phía DN, do sự bất cập trầm trọng của các cơ sở đào tạo nghề nên rất khó để duy trì chứ chưa nói đến cải thiện chất lượng lao động. Tình trạng “nhảy việc” phổ biến có thể làm nảy sinh hiện tượng thiếu lao động cục bộ và tạm thời. Hơn nữa, với tốc độ tăng lương nhanh hơn tốc độ tăng năng suất hiện nay, lợi thế về giá lao động rẻ sẽ dần dần bị xói mòn. Để khắc phục những thất bại của thị trường cũng như của nhà nước kể trên, trong khuôn khổ nghiên cứu này chúng tôi kiến nghị: Thứ nhất, nếu các địa phương trong Vùng muốn tiếp tục phát triển ngành dệt may thì Chính quyền địa phương *nên khuyến khích và hỗ trợ các cơ sở đào tạo nghề dệt may, nhất là những cơ sở có liên kết chặt chẽ với khu vực DN.* Thứ hai, *chính quyền địa phương cần khuyến khích các cơ sở đào tạo đại học và cao đẳng trên địa bàn đào tạo các chuyên ngành này, tốt nhất là với sự phối hợp của các DN dệt may hàng đầu.* Thứ ba, *thực hiện tốt các chính sách phúc lợi dành cho người lao động* mà đứng về tổng thể và dài hạn sẽ đem lại lợi ích cho toàn ngành dệt may, mặc dù sẽ làm tăng chi phí ngắn hạn cho DN.

Phát triển và khai thác thị trường nội địa. Nếu tốc độ tăng trưởng hiện nay được duy trì thì quy mô thị trường nội địa của hàng may mặc ở Việt Nam sẽ tăng từ mức 3 tỉ USD hiện nay lên khoảng 7 tỉ USD vào năm 2020, do đó mở ra vô vàn cơ hội mới cho các DN hiện hữu cũng như các DN sắp gia nhập ngành. Thế nhưng, thị trường nội địa hiện nay đang gần như bị bỏ ngỏ cho hàng nhập khẩu, chủ yếu từ Trung Quốc. Để phát triển và giành lại thị trường nội địa, cần thực hiện một cách đồng bộ nhiều chính sách. Thứ nhất, vì thị trường may mặc là “thị trường của người mua” nên *các địa phương trong Vùng, đặc biệt là TP. HCM, nên khuyến khích và tạo điều kiện thuận lợi cho các công ty thương mại lớn chuyên mua bán – bán lẻ sản phẩm may mặc phát triển hệ thống bán lẻ tại địa phương của mình.* Thứ hai, vì nguyên nhân quan trọng khiến đa số các DN dệt may bỏ qua thị trường nội địa là vì họ thiếu những hiểu biết dù là sơ đẳng nhất về thị trường nội địa, đặc biệt là về quy mô, cơ cấu, và xu thế thị hiếu của thị trường. Vì vậy, *các sở ban ngành hữu quan, và đặc biệt là Hiệp hội Dệt May (của các địa phương trong Vùng cũng như của cả nước) cần tiến hành những nghiên cứu toàn diện và xây dựng hệ thống cơ sở dữ liệu về thị trường nội địa,* là những điều mà một DN đơn lẻ không thể tự mình làm được. Thứ ba, *cần kiểm soát chặt chẽ hoạt động nhập khẩu tiểu ngạch và buôn lậu, đồng thời xiết chặt các tiêu chuẩn vệ sinh an toàn sản phẩm may mặc*

để một mặt giúp hàng dệt may nội địa có vị trí xứng đáng hơn trên thị trường trong nước, mặt khác giúp bảo vệ quyền lợi của người tiêu dùng và tạo ra môi trường thương mại và cạnh tranh công bằng, lành mạnh hơn ở Việt Nam.

PHẦN I. BỐI CẢNH VÀ MỤC TIÊU NGHIÊN CỨU

I.1. Bối cảnh ngành dệt may của Việt Nam, TP.HCM, Đồng Nai và Bình Dương

Ngành dệt may Việt Nam đã phát triển mạnh mẽ từ đầu thập niên 1990 và ngày càng đóng vai trò quan trọng trong quá trình tăng trưởng của nền kinh tế. Theo Bộ Công thương, từ năm 2008 đến nay tỷ trọng đóng góp của ngành dệt may đối với GDP cả nước từ 8%-10%,¹ tốc độ tăng trưởng XK bình quân 15%/năm.² Tính đến cuối năm 2012, cả nước có 5.982 doanh nghiệp sản xuất dệt may, với gần 1.700 doanh nghiệp có vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI). Ngành sử dụng khoảng 2,5 triệu lao động.

Năm 2007, lần đầu tiên dệt may vượt qua dầu thô để trở thành ngành có kim ngạch xuất khẩu lớn nhất cả nước. Cho đến nay, vị trí dẫn đầu này vẫn đang được duy trì một cách vững chắc. Nếu so với các mặt hàng công nghiệp (CN) xuất khẩu khác, dệt may là ngành có kim ngạch và tốc độ tăng trưởng xuất khẩu lớn nhất. Năm 2012, với giá trị KNXK dệt may cả nước là 17,2 tỉ USD, trong đó may mặc là 14,4 tỉ, vải 689 triệu, xơ và sợi dệt 184 tỉ USD, nguyên phụ liệu dệt may (tính cả da giày) có giá trị 769 triệu USD.³

Song, tổng kim ngạch nhập khẩu (KNNK) nguyên phụ liệu để phục vụ XK và tiêu dùng nội địa lên tới 11,3 tỉ USD, trong đó, NK bông 877 triệu, xơ sợi các loại 1,4 tỉ, vải 7,04 tỉ, nguyên phụ liệu các loại 2,04 tỉ USD.⁴ Lượng nguyên phụ liệu NK cao đã làm cho tỷ trọng và giá trị gia tăng (GTGT) của ngành chỉ đạt ở mức thấp. Đó là chưa kể, khi giá nguyên liệu thế giới có biến động, hoạt động sản xuất, kinh doanh của các doanh nghiệp luôn bị tác động xấu.

Mặc dù tăng trưởng XK đạt và vượt so với mục tiêu, song tỷ lệ nội địa hóa của ngành vẫn còn là một khoảng cách khá xa so với mục tiêu do các chính sách và kế hoạch thực thi các giải pháp về đầu tư, phát triển nguồn nhân lực, khoa học công nghệ hoặc thị trường trong các chiến lược và quy hoạch phát triển CN dệt may Việt Nam trước đây.

Thực tế cho thấy, ngành CN dệt may thế giới có xu hướng chuyển dịch nhanh đến các quốc gia có lợi thế về nguồn nhân lực, giá gia công thấp. Ngành CN dệt may Việt Nam đã đạt được một số thành tựu đáng kể, nhưng cũng đang đứng trước những thách thức lớn trong việc nâng cao GTGT, phát triển ngành dệt và xây dựng vị trí bền vững trong ngành dệt may thế giới. Tuy vậy, ngành dệt may Việt Nam được dự báo vẫn có lợi thế để phát triển trong vòng 10 năm tới.

Nói về ngành dệt may Việt Nam thành tựu chung này, không thể không kể tới vai trò to lớn của ngành dệt may của TP.HCM, đóng góp tới gần 40% tổng giá trị sản xuất (GTSX) dệt may của cả nước.⁵ Nhưng việc đánh giá ngành dệt may của TP.HCM cũng không thể tách rời ngành này ra

¹ Đỗ Trường (2013), “TPP và tác động đối với ngành dệt may Việt Nam”, Vietnam+ TTXVN, truy cập ngày 18/10/2013 tại <http://www.vietnamplus.vn/Home/TPP-va-tac-dong-doi-voi-nganh-det-may-Viet-Nam/20139/214724.vnplus>. Cũng cần bình luận thêm rằng con số 10% đóng góp cho GDP có phần phóng đại so với thực tế. Theo Hiệp hội Dệt May Việt Nam, tỷ lệ giá trị gia tăng của hàng dệt may Việt Nam chỉ vào khoảng 25% trên giá trị xuất khẩu. Như vậy, với 17,2 tỉ USD xuất khẩu năm 2012, tổng giá trị gia tăng tạo ra chỉ khoảng 4,3 tỷ. Cộng thêm với giá trị gia tăng của các sản phẩm tiêu thụ nội địa (mà tổng doanh thu ước chừng 3 tỉ USD) thì trong năm 2012, tối đa dệt may cũng chỉ đóng góp được khoảng 5% trong tổng GDP của Việt Nam mà thôi.

² Theo Baodautu.vn, xem tại <http://baodautu.vn/news/vn/dau-tu/khuyen-khich-dua-det-may-ve-nong-thon.html>

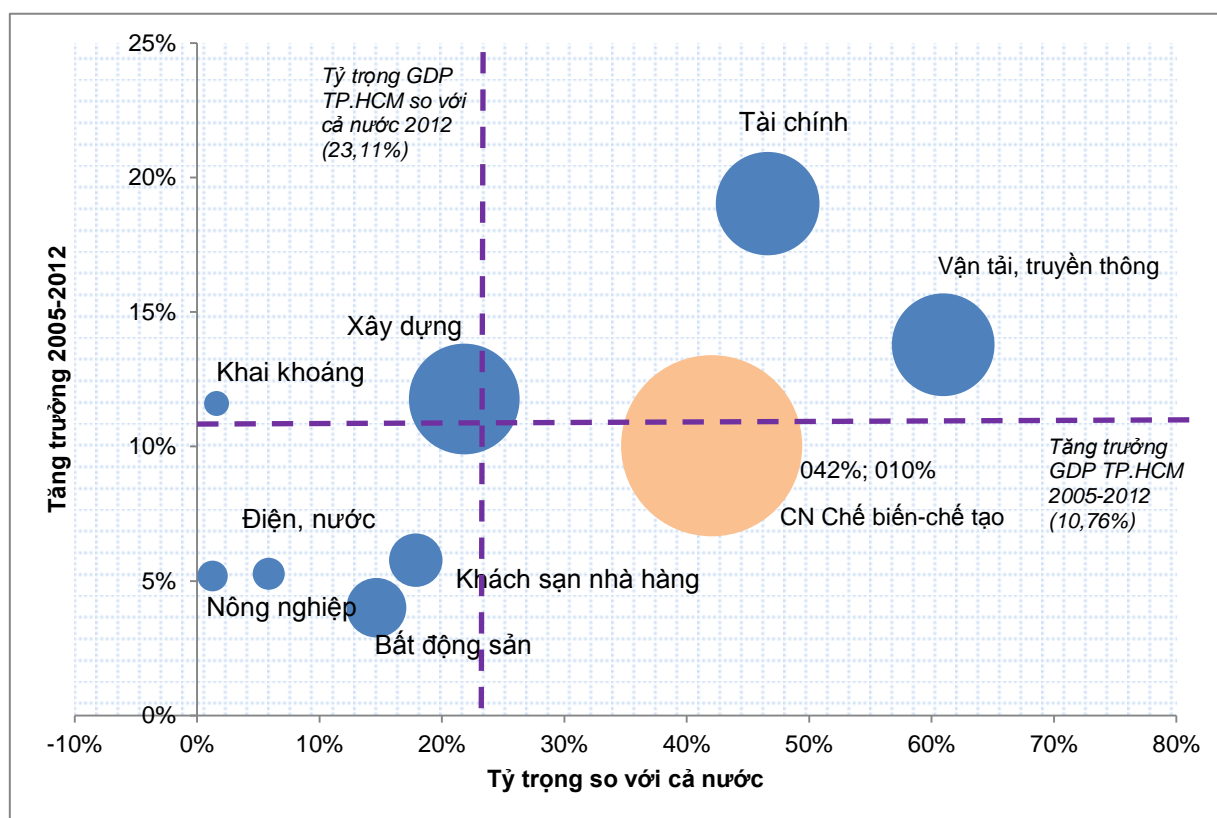
³ Số liệu thống kê chính thức của Tổng cục Hải quan Việt Nam.

⁴ Số liệu thống kê chính thức của Tổng cục Hải quan Việt Nam và Viện Dệt may Việt Nam, xem tại <http://baodautu.vn/news/vn/dau-tu/khuyen-khich-dua-det-may-ve-nong-thon.html>

⁵ Tính riêng khu vực trong nước, xuất khẩu dệt may của TP.HCM trong năm 2011 chiếm gần 20% tổng KNXK của cả nước.

khởi tổng thể các ngành CN chế tạo - chế biến, nhất là trong bối cảnh đẩy mạnh quá trình tái cơ cấu kinh tế của TP hiện nay. Xét về cơ cấu kinh tế, thế mạnh truyền thống của TP.HCM vẫn là các ngành CN chế biến - chế tạo. Các ngành này không chỉ tạo ra giá trị GDP lớn nhất cho TP.HCM mà còn chiếm tỷ trọng tới trên 42% so với GTGT của CN chế biến – chế tạo cả nước (trong khi GDP TP.HCM chỉ chiếm 23% so với cả nước) vào năm 2012 (Hình 2). Tuy nhiên, đồ thị cũng cho thấy tốc độ tăng trưởng bình quân của CN chế biến – chế tạo trong thời gian qua thấp hơn mức tăng chung của nền kinh tế TP. Nói một cách khác, TP.HCM đang có xu hướng chuyển dịch sang các ngành dịch vụ. Chính vì vậy, một vấn đề đặt ra trong bối cảnh hiện nay là nhận diện vị trí của ngành dệt và may trong cơ cấu CN chế biến nói riêng và cơ cấu của cả nền kinh tế TP.HCM.

Hình 2. Quy mô, tăng trưởng và tỷ trọng của các ngành kinh tế TP.HCM so với cả nước



Nguồn: Tác giả tính toán từ số liệu trong Niên giám Thống kê cả nước và TP.HCM các năm.

Trong năm 2011, GTSX dệt và may lần lượt chiếm 4,24% và 8,15% tổng GTSX CN chế biến của TP.HCM (Bảng 1). May mặc là ngành đứng thứ 5, trong khi dệt đứng thứ 11. Xét theo ba tiêu chí là GTSX tuyệt đối, tỷ trọng so với cả nước và tốc độ tăng trưởng dài hạn 2001-10 thì TP.HCM có 6 ngành CN chế biến quan trọng là chế biến thực phẩm, thiết bị điện, may mặc, giày dép, thiết bị điện tử và đồ gỗ nội thất. May mặc trong năm 2010 chiếm tới 37,1% GTSX may mặc cả nước và cũng là ngành có tốc độ tăng trưởng cao, bình quân 17,04%/năm trong giai đoạn 2001-10. Tuy nhiên, tốc độ tăng trưởng này cũng giảm đáng kể trong giai đoạn 2006-10 so với 2001-05 và thấp hơn so với tốc độ tăng ngành may mặc cả nước (18,42%/năm). CN dệt của TP.HCM, mặc dù chiếm tỷ trọng gần 22% so với cả nước, nhưng đang giảm một cách tương đối

do tốc độ tăng trưởng bình quân chỉ là 8,1%, thấp hơn đáng kể so với mức 11,6% của cả nước trong giai đoạn 2001-2010.

Bảng 1. Giá trị sản xuất CN chế tạo, chế biến TP.HCM so với cả nước

STT	Ngành công nghiệp chế biến, chế tạo	Giá trị SX 2010 (tỷ VNĐ, giá TT)	Tỷ trọng so với cả nước 2010 (%)	Tốc độ tăng, 2001-05 (%/năm)	Tốc độ tăng, 2006-10 (%/năm)
1	Thực phẩm và đồ uống	93.304	16,0	10,8	9,4
2	Hóa chất	71.489	39,7	13,4	15,6
3	Cao su & nhựa	59.187	45,6	22,8	14,5
4	Thiết bị điện	46.447	50,4	26,4	21,1
5	Trang phục	46.071	37,1	19,6	14,5
6	Sản phẩm kim loại	45.445	25,8	22,6	13,6
7	Giày dép	40.926	40,1	15,1	14,8
8	TB điện tử, vi tính, quang	30.585	27,2	18,4	15,4
9	Đồ nội thất	26.752	28,5	22,7	17,0
10	SP phi kim loại khác	24.918	15,4	16,1	15,5
11	Dệt	24.442	21,7	11,0	5,2
12	MMTB khác	18.357	55,7	0,7	23,5
13	Xe có động cơ	17.586	20,6	14,5	20,6
14	Giấy	17.225	31,0	16,3	15,7
15	Thuốc lá	12.624	46,1	13,0	4,6
16	Phương tiện vận tải khác	9.537	8,6	18,9	6,3
17	Sản xuất kim loại	8.715	6,6	15,1	-7,7

Nguồn: Tác giả tính toán từ số liệu trong Niên giám Thống kê cả nước và TP.HCM các năm.

Tầm quan trọng của CN may mặc TP.HCM thể hiện rõ nhất trong cơ cấu kim ngạch XNK. Hàng may mặc luôn là sản phẩm chiếm tỷ trọng lớn nhất trong cơ cấu XK của TP.HCM (không kể dầu thô và vượt xa KNXK giày dép, thủy sản và gạo). Trong năm 2011, XK sản phẩm may mặc trên địa bàn TP.HCM là 2,2 tỉ USD, chiếm 16,8% tổng kim ngạch XK của TP.HCM và tăng 19,5% so với 2010. Còn trong 9 tháng đầu năm 2012, KNXK may mặc của TP.HCM là 1,77 tỉ USD, chiếm 19,7% tổng kim ngạch và tăng 9,5% so với cùng kỳ. Bảng 2 dưới đây trình bày KNXK hàng may mặc và KNNK nguyên phụ liệu may mặc trên địa bàn TP.HCM, từ đó phản ánh một thực tế về chuỗi giá trị dệt may của TP.HCM phụ thuộc rất nhiều vào việc NK hàng dệt và phụ liệu để chế biến hàng may mặc XK.

Bảng 2. KNXK hàng may mặc và KNNK nguyên phụ liệu may mặc trên địa bàn TP.HCM (chưa kể khu vực FDI)

	2007	2008	2009	2010	2011	2012
KNXK may mặc	1.434,6	1.578,9	1.593,9	1.862,9	2.199,8	1.765,4
KNNK nguyên phụ liệu may trong đó, vải	653,4 473,5	772,1 573,4	693,1 528,3	796,5 616,6	958,4 -	757,2 -

Nguồn: Niên giám Thống kê TP.HCM năm 2010 và báo cáo kinh tế - xã hội TP.HCM năm 2011, 9 tháng 2012 của Cục Thống kê TP.HCM.

Bảng 3. Giá trị sản xuất CN chế tạo, chế biến Đồng Nai so với cả nước

STT	Ngành CN chế biến, chế tạo	Giá trị SX 2010 (tỷ VNĐ, giá TT)	Tỷ trọng so với cả nước 2010 (%)
1	Thực phẩm và đồ uống	70.861	12,16
2	Giày dép	34.054	33,36
3	Dệt	32.885	29,17
4	Hóa chất	25.409	14,11
5	Thiết bị điện	25.132	27,25
6	Điện tử, vi tính và quang	22.668	11,18
7	Nội thất	18.006	9,40
8	Sản phẩm kim loại	16.553	19,21
9	Cao su & nhựa	14.514	7,73
10	SP phi kim loại khác	12.494	13,89
11	Xe có động cơ	11.862	20,12
12	Trang phục	8.967	7,22
13	Phương tiện vận tải khác	8.323	12,28
14	MMTB khác	6.887	20,91
15	Giấy	6.830	9,62
16	Sản xuất kim loại	6.390	4,84
17	Thuốc lá	5.352	7,48
18	Sản xuất sản phẩm gỗ và lâm sản	4.708	19,55
19	Xuất bản, in và sao bản ghi	379	1,54

Nguồn: Tác giả tính toán từ số liệu trong Niên giám Thống kê cả nước và Đồng Nai các năm.

Việc đánh giá ngành dệt may của TP.HCM cũng không thể tách rời ra khỏi cụm ngành dệt may của vùng phụ cận, đặc biệt là của Đồng Nai và Bình Dương - hai tỉnh có quy mô ngành dệt may nổi trội không chỉ so với khu vực Đông Nam Bộ mà còn so với cả nước. Bảng 3 và Bảng 4 trình bày số liệu GTSX CN chế biến-chế tạo của Đồng Nai và Bình Dương so với cả nước. Khác với

TP.HCM, CN dệt may của hai địa phương này đều đứng sau CN giày dép. Dệt là ngành CN quan trọng của Đồng Nai, đứng thứ 3 về GTSX và chiếm 29% tổng GTSX dệt cả nước vào năm 2010. Tại Bình Dương, cả dệt và may đều không phải là những ngành CN chế biến lớn nhất. Cộng cả TP.HCM, Đồng Nai và Bình Dương, dệt và may mặc lần lượt chiếm 53,5 và 48,1% GTSX CN dệt, may mặc của cả nước năm 2010.

Bảng 4. Giá trị sản xuất CN chế tạo, chế biến Bình Dương so với cả nước

STT	Ngành CN chế biến, chế tạo	Giá trị SX 2010 (tỷ VNĐ, giá TT)	Tỷ trọng so với cả nước 2010 (%)
1	Thực phẩm và đồ uống	47.403	3,68
2	Nội thất	39.050	14,67
3	Hóa chất	24.470	5,11
4	Sản xuất kim loại	23.997	7,02
5	Sản phẩm kim loại	21.056	4,06
6	Cao su & nhựa	13.570	5,06
7	Thiết bị điện	13.564	4,52
8	Giày dép	12.790	5,05
9	Điện tử, vi tính và quang	12.725	5,27
10	Trang phục	11.963	3,79
11	Giấy	9.224	2,28
12	Dệt	8.629	6,61
13	MMTB khác	8.341	2,65
14	SP phi kim loại khác	7.796	7,69
15	Sản xuất sản phẩm gỗ và lâm sản	6.882	5,13
16	Xe có động cơ	3.042	1,06
17	Phương tiện vận tải khác	2.246	0,76
18	Xuất bản, in và sao bản ghi	1.502	2,43
19	Thuốc lá	228	0,44

Nguồn: Tác giả tính toán từ số liệu trong Niên giám Thống kê cả nước và Bình Dương các năm.

Nếu nhìn sâu hơn một chút vào mối quan hệ giữa nhập khẩu (NK) nguyên phụ liệu và XK thành phẩm hàng dệt may ở Đồng Nai và Bình Dương (Bảng 5), chúng ta cũng thấy tình trạng tương tự như ở TP.HCM. Thậm chí, tình trạng phụ thuộc vào nguyên phụ liệu NK ở hai tỉnh này còn có phần trầm trọng hơn. Ở Đồng Nai, tỷ lệ NK nguyên phụ liệu so với KNXX đã liên tục tăng lên trong giai đoạn 2006-2009, từ mức hơn 38% lên gần 72%. Tỷ lệ này vẫn chưa bao gồm vải may mặc nhập khẩu. Những năm sau đó, do tác động của sự suy giảm của kinh tế trong nước, tỷ lệ này có sự sụt giảm sâu xuống còn khoảng 14% do suy giảm mạnh của KNNK nguyên phụ liệu hàng may mặc trong khi vẫn duy trì được sức tăng trưởng xuất khẩu hàng may mặc. Đối với

Bình Dương, do không có dữ liệu giá trị kim ngạch xuất khẩu hàng may mặc nên không tính được trực tiếp tỷ lệ phụ thuộc nguyên liệu NK, song bức tranh ở Bình Dương được phân tích cũng giống như Đồng Nai, thậm chí có thể còn nghiêm trọng hơn.

Bảng 5. KNXK hàng may mặc và KNNK nguyên phụ liệu may mặc trên địa bàn Đồng Nai và Bình Dương (triệu USD)

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	Sơ bộ 2012
KNXK hàng may mặc							
Đồng Nai	829,2	1.036,9	1.297,2	1.198,3	1.239,0	1.572,3	1.716,6
Bình Dương (triệu SP) ⁽¹⁾	144,03	178,9	234,5	350,3	461,3	521,5	-
KNNK nguyên phụ liệu may mặc							
Đồng Nai ⁽²⁾	317,1	487,6	1.032,9	862,3	189,9	220,6	222,3
Bình Dương	256,4	353,1	404,1	358,6	388,3	433,3	-

Ghi chú: (1) Trong Niên giám Thống kê Bình Dương, thước đo XK hàng may mặc là “1.000 sản phẩm” chứ không phải là giá trị. (2) Không tính vải may mặc.

Nguồn: Niên giám Thống kê Đồng Nai năm 2012 và Niên giám Thống kê Bình Dương năm 2011.

Tình trạng phụ thuộc vào nguồn nguyên phụ liệu NK và tập trung chủ yếu ở khâu gia công không chỉ đúng với ngành dệt may của TP.HCM mà còn đúng cho toàn ngành dệt may cả nước. Theo Báo cáo tổng kết hoạt động của ngành dệt may giai đoạn 2007-2010 do Hiệp hội dệt may Việt Nam công bố tháng 11/2010, tỷ lệ XK hàng may mặc theo phương thức gia công CMT chiếm đến 60%, XK theo phương thức FOB chỉ khoảng 38%, và còn lại XK theo phương thức ODM chỉ có 2%.⁶ Chính vì vậy, tỷ lệ NK nguyên phụ liệu của ngành dệt may rất lớn, lên tới 70-80%; đồng thời GTGT của các sản phẩm dệt may XK còn thấp, chỉ khoảng 25% so với KNXK. Theo Báo cáo của Hiệp hội dệt may Việt Nam 2010, tỷ suất lợi nhuận của ngành chỉ đạt từ 5 đến 10%. Nói tóm lại, mặc dù GTSXCN và KNXK lớn và liên tục tăng từ năm 2000 cho đến nay, nhưng hiệu quả XK của ngành dệt may hiện đang khá thấp.

Hiện trạng trên một phần là do liên kết dọc giữa các công đoạn trong chuỗi giá trị dệt may hiện nay còn yếu khiến cho ngành dệt may Việt Nam không thể chủ động được nguồn nguyên liệu để sản xuất các mặt hàng may mặc với GTGT cao hơn. Hiện nay giá bông, vải và nguyên phụ liệu dệt may khác trên thị trường thế giới đang biến động mạnh, gây sức ép rất lớn cho doanh nghiệp sản xuất may mặc Việt Nam. Bên cạnh đó, khách hàng quốc tế đòi hỏi ngày càng cao về chất lượng sản phẩm, chi phí sản xuất và thời gian giao hàng. Xu hướng mua hàng của các nhà NK lớn trên thế giới hiện đang thay đổi, các nhà mua hàng lớn tại Mỹ, Nhật Bản và các nước châu Âu muốn chọn những doanh nghiệp có khả năng sản xuất và cung ứng dịch vụ trọn gói, từ tổ chức nguồn nguyên phụ liệu cho đến cắt, may, và hoàn tất sản phẩm cuối cùng. Do đó nếu không chủ động nguồn nguyên phụ liệu thì ngành dệt may Việt Nam sẽ khó có thể thúc đẩy hoạt

⁶ CMT là hình thức xuất khẩu đơn giản nhất, chỉ bao gồm việc gia công theo mẫu thiết kế với nguyên liệu do khách hàng cung cấp. FOB là hình thức xuất khẩu cao cấp hơn CMT, trong đó nhà sản xuất tự chủ động phần nguyên liệu đầu vào. ODM là hình thức xuất khẩu cao nhất, trong đó các nhà sản xuất bán sản phẩm theo mẫu thiết kế và thương hiệu riêng của mình.

động sản xuất và XK ở các phương thức cao hơn. Định vị ngành dệt may Việt Nam trong chuỗi giá trị toàn cầu từ đó xác định được lợi thế so sánh của các công đoạn sản xuất của ngành dệt may Việt Nam tham gia vào chuỗi giá trị dệt may toàn cầu là cơ sở quan trọng để thiết kế chiến lược nâng cấp chuỗi một cách khả thi và hiệu quả nhằm sản xuất sản phẩm dệt may có GTGT cao hơn.

Lúng túng trong việc tham gia vào hoạt động sản xuất và XK hàng dệt may ở những khâu và theo những phương thức đem lại GTGT cao của ngành dệt may Việt Nam là biểu hiện của tình trạng thiếu vắng sự hỗ trợ của cụm ngành (cluster) đối với hoạt động sản xuất và XK của ngành dệt may. Chẳng hạn như sự yếu kém về cơ sở hạ tầng giao thông vận tải, hậu cần XNK khiến cho hoạt động sản xuất trong ngành bị tách biệt với thị trường tiêu thụ; khâu đào tạo thiết kế ở các trường dạy nghề vẫn còn yếu kém, lạc hậu so với xu hướng thời trang trên thế giới; những bất cập trong chương trình giáo dục khiến cho chất lượng công nhân, kỹ sư, và nhà quản lý ngày càng kém cạnh tranh so với các nước khác; vai trò của các cụm ngành máy móc thiết bị, cụm ngành hoá chất còn mờ nhạt trong việc hỗ trợ cho hoạt động sản xuất ngành dệt may. Những yếu tố mang tính chất địa phương này trở thành lực cản khiến các doanh nghiệp dệt may Việt Nam khó dịch chuyển sang những phương thức sản xuất có GTGT cao hơn.

Nghiên cứu của chúng tôi cho thấy ngành dệt may của TP.HCM, Bình Dương và Đồng Nai (gọi tắt là Vùng, viết hoa) cũng không nằm ngoài tình trạng chung của ngành dệt may cả nước. Những phân tích ở trên cho thấy ngành dệt may Việt Nam nói chung và cụm ngành dệt may của Vùng nói riêng đang đứng trước sức ép cạnh tranh phải thay đổi để tồn tại và phát triển. Do đó, cần thiết phải xây dựng được một phương pháp tốt nhằm đánh giá năng lực cạnh tranh của cụm ngành dệt may của TP, từ đó đề xuất chính sách nâng cao năng lực cạnh tranh của cụm ngành CN quan trọng này của TP, thực hiện chuyển dịch cơ cấu và nâng cao hiệu quả kinh tế trong nội ngành. Thành công của nghiên cứu này có thể được nhân rộng ra đối với các cụm ngành quan trọng khác như logistics, điện - điện tử, công nghệ thông tin, tài chính - ngân hàng, v.v., qua đó góp phần thúc đẩy chuyển dịch cơ cấu kinh tế của TP một cách vững chắc và hiệu quả. Để làm được điều này, nhóm nghiên cứu đề nghị cách tiếp cận cụm ngành kết hợp với chuỗi giá trị nhằm đánh giá một cách đầy đủ và toàn diện năng lực cạnh tranh của cụm ngành dệt may TP.HCM và xác định đúng vị trí của ngành dệt may TP.HCM hiện nay trong chuỗi giá trị dệt may toàn cầu. Trên cơ sở này, nhóm nghiên cứu sẽ đề xuất một hệ thống chính sách giúp tăng cường năng lực cạnh tranh của cụm ngành dệt may và tạo điều kiện cho các doanh nghiệp dệt may TP.HCM có thể dịch chuyển đến các mắt xích có GTGT cao hơn, qua đó nâng cao giá trị và vị thế của ngành dệt may Việt Nam trong chuỗi giá trị dệt may toàn cầu.

I.2. Mục đích nghiên cứu

Hiện nay, TP.HCM chủ trương triển khai các hoạt động hội nhập kinh tế quốc tế theo chiều sâu và phù hợp với yêu cầu của nền kinh tế TP, đồng thời mở rộng các hoạt động này sang các địa phương lân cận có nhu cầu. Chủ trương sáng tạo này của TP không những nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh của các ngành và của TP, mà còn góp phần thực hiện mục tiêu nâng cao năng lực cạnh tranh các cụm ngành và hội nhập kinh tế quốc tế trong vùng. TP.HCM coi việc tập trung hỗ trợ nâng cao sức cạnh tranh cho doanh nghiệp và các ngành, giúp doanh nghiệp tận dụng được

lợi thế trong cuộc cạnh tranh toàn cầu là một trong những hoạt động trọng tâm của chương trình hội nhập trong giai đoạn này.

Tuy nhiên, phương pháp tiếp cận truyền thống về quy hoạch và chuyển dịch cơ cấu ngành của giai đoạn 2005-2010 đã không đem lại hiệu quả mong muốn. Vì vậy, TP đã đề xuất áp dụng phương pháp tiếp cận mới là phân tích năng lực cạnh tranh theo cụm ngành và chuỗi giá trị để phân tích đánh giá năng lực cạnh tranh của các ngành kinh tế then chốt của TP.

Dự án nghiên cứu “*Khảo sát đánh giá năng lực cạnh tranh của cụm ngành dệt may trên địa bàn TP và một số địa phương lân cận*” được đề xuất trong bối cảnh này nhằm xây dựng một phương pháp có hệ thống và hiệu quả để việc đánh giá năng lực cạnh tranh của cụm ngành dệt may - một cụm ngành CN nổi bật của TP và vùng phụ cận. Những kết quả của nghiên cứu này sẽ là cơ sở để đưa ra những khuyến nghị về giải pháp chính sách đối với ngành dệt may cho chính quyền Thành phố. Mặc dù đối tượng thụ hưởng chính của nghiên cứu là các nhà hoạch định và phân tích chính sách, tuy nhiên nghiên cứu này cũng có thể hữu ích cho các doanh nghiệp và hiệp hội dệt may trong nỗ lực nâng cao NLCT tổng thể của cụm ngành dệt may.

Về mặt nội dung, mục đích cụ thể của dự án nghiên cứu này bao gồm:

- Đánh giá NLCT của cụm ngành dệt may TP.HCM, Bình Dương, và Đồng Nai trong mối quan hệ so sánh với các cụm ngành cạnh tranh.
- Vẽ sơ đồ và đánh giá cụm ngành dệt may TP.HCM, Bình Dương, và Đồng Nai.
- Định vị chuỗi giá trị dệt may TP.HCM, Bình Dương, và Đồng Nai trong chuỗi giá trị dệt may toàn cầu.
- Đề xuất tầm nhìn, mục tiêu và chiến lược phát triển cụm ngành dệt may của chính quyền TP.HCM, Bình Dương, và Đồng Nai.
- Đề xuất khuyến nghị chính sách và kế hoạch hành động cụ thể để nâng cấp và nâng cao NLCT của cụm ngành dệt may TP.HCM, Bình Dương, và Đồng Nai.

I.3. Câu hỏi nghiên cứu

Trên cơ sở những yêu cầu trên, Nhóm nghiên cứu sẽ tập trung trả lời bốn nhóm câu hỏi chính sau:

- Kết quả hoạt động của cụm ngành dệt may của Vùng TP.HCM, Bình Dương, và Đồng Nai hiện nay như thế nào?
- Thực trạng NLCT của cụm ngành dệt may của Vùng? Đây là những vấn đề then chốt về NLCT mà cụm ngành đang và sẽ gặp phải (về môi trường kinh doanh của cụm ngành, các công ty nòng cốt, mức độ hợp tác, bản chất và tác động của các chính sách chính phủ đối với cụm ngành dệt may TP.HCM, Bình Dương, và Đồng Nai)?
- Vị trí hiện tại của ngành CN dệt may của Vùng trong chuỗi giá trị dệt may toàn cầu như thế nào? Tại sao lại ở vị trí này?
- Chính quyền TP.HCM, Bình Dương, và Đồng Nai cần có quan điểm chính sách nào để nâng cấp và nâng cao NLCT cụm ngành dệt may của Vùng?

I.4. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

- *Đối tượng nghiên cứu:* Cụm ngành dệt may ở TP.HCM, Bình Dương, và Đồng Nai và các khâu trong chuỗi giá trị toàn cầu được cụm ngành dệt may này thực hiện. Ngành dệt may theo phân loại thống kê ở Việt Nam hiện nay bao gồm sản xuất sợi, vải dệt thoi, vải dệt kim - đan móc; hoàn thiện sản phẩm dệt; sản xuất hàng may sẵn, trang phục.
- *Phạm vi nghiên cứu:* Tập trung phân tích đánh giá NLCT của cụm ngành dệt may TP.HCM và hai tỉnh lân cận là Đồng Nai và Bình Dương. Các tỉnh lân cận khác như Long An và Tây Ninh sẽ nằm ngoài phạm vi nghiên cứu bởi vì số lượng và vai trò của các doanh nghiệp dệt may ở những địa phương này không lớn.

I.5. Cách tiếp cận và phương pháp luận

Khung phân tích chi tiết được trình bày trong Phần II. Nói một cách tóm tắt, nhóm nghiên cứu đề xuất cách tiếp cận và phương pháp luận đánh giá NLCT của cụm ngành dệt may ở Vùng như sau:

(i) Theo Michael Porter, khái niệm có ý nghĩa nhất về NLCT là năng suất (productivity)⁷. Do vậy, NLCT được đo lường bằng năng suất, và đến lượt mình năng suất được đo bằng GTGT do một đơn vị lao động hay một đơn vị vốn tạo ra trong một đơn vị thời gian. Năng suất là nhân tố quyết định quan trọng nhất của mức sống dài hạn và là nguyên nhân sâu xa của thu nhập bình quân đầu người. Để tăng trưởng năng suất bền vững đòi hỏi nền kinh tế phải được liên tục nâng cấp. Một cách lý tưởng, để đo lường về NLCT của cụm ngành dệt may, chúng ta cần có số liệu chi tiết về GTGT hay năng suất của lao động dệt may của các địa phương trong Vùng. Song vì cả hai số liệu này đều hoặc không tồn tại hoặc không tồn tại ở dạng có thể so sánh được nên chúng tôi đành phải bằng lòng với những chỉ tiêu đơn giản hơn, chẳng hạn như giá trị sản xuất công nghiệp, doanh thu, hay kim ngạch xuất khẩu. Tuy nhiên, điều này không cản trở việc đánh giá NLCT của cụm ngành dệt may của Vùng theo phương pháp của Michael Porter.

(ii) Phương pháp tiếp cận được sử dụng để đánh giá NLCT của ngành dệt may Vùng là phối hợp sử dụng phối hợp hai công cụ “cụm ngành” (industrial cluster) và “chuỗi giá trị” (value chain), trong đó cụm ngành sẽ là công cụ chính⁸. Việc phối hợp sử dụng hai công cụ này sẽ giúp phân tích và nhận diện một cách đầy đủ những lợi thế so sánh và NLCT của các tác nhân tham gia chuỗi giá trị vừa có thể đánh giá được tính liên kết, hỗ trợ của các nhà cung ứng dịch vụ, các nhóm ngành có liên quan và các thể chế hỗ trợ đối với những hoạt động cốt lõi của ngành hình thành NLCT của cụm ngành dệt may.

⁷ Các lý thuyết kinh tế truyền thống thường đánh giá NLCT của một quốc gia dựa vào các nhân tố vĩ mô (như ổn định kinh tế vĩ mô, thâm hụt ngân sách, chính sách tiền tệ, mức độ mở cửa thị trường) hay dựa trên lợi thế so sánh của các nhân tố đầu vào (như lao động, vốn, tài nguyên thiên nhiên). Trong cách tiếp cận vi mô của Michael Porter, NLCT của một quốc gia, địa phương, hay cụm ngành phụ thuộc vào chất lượng của môi trường kinh doanh. Một môi trường kinh doanh tốt sẽ không chỉ tạo điều kiện cho các DN tiếp cận được các nhân tố đầu vào cần thiết mà còn giúp cho DN sử dụng các nhân tố đầu vào này hiệu quả hơn. Theo quan điểm này, NLCT không nhất thiết phụ thuộc vào việc DN cạnh tranh trong ngành nào mà quan trọng hơn, phụ thuộc vào việc DN cạnh tranh như thế nào – tức là vào năng suất, khả năng nâng cao giá trị dựa vào đổi mới và nâng cấp công nghiệp.

⁸ Khái niệm “cụm ngành” sẽ được trình bày chi tiết trong phần Khung phân tích. Ở đây, cần nhấn mạnh là khái niệm “cụm ngành” không hề có cùng nội hàm so với khái niệm “cụm công nghiệp” ở Việt Nam.

(iii) Cách tiếp cận cụm ngành nhằm phân tích hoạt động dệt may với các doanh nghiệp sản xuất sản phẩm cuối cùng, một số doanh nghiệp liên kết khâu trước – khâu sau và các thể chế hỗ trợ cùng tập trung gần nhau tại một vùng địa lý là địa bàn Vùng, được kết nối với nhau bởi các giá trị chung và sự tương hỗ. Về các yếu tố quản lý nhà nước và chính sách công, báo cáo cũng phân tích hiện trạng và nhu cầu đổi mới các chính sách (đầu tư, tài chính, thuế, v.v.), đổi mới thể chế, xây dựng pháp luật, cải cách quản lý nhà nước, tạo môi trường thuận lợi hơn cho kinh doanh và đầu tư.

(iv) Mặc dù vẫn phát triển theo xu thế cụm ngành, nhưng một đặc điểm quan trọng của hoạt động sản xuất dệt may là sự phân tán về mặt địa lý nhằm khai thác lợi thế cạnh tranh, từ đó đem lại GTGT cho từng khâu của chuỗi giá trị toàn cầu. Do đó, áp dụng công cụ chuỗi giá trị sẽ giúp phân tích các cơ hội và thách thức khi ngành dệt may ở Vùng tham gia vào chuỗi giá trị toàn cầu, từ đó đưa ra khuyến nghị về những khâu then chốt, có tính quyết định cần tập trung.

(v) Về nguồn thông tin và dữ liệu thứ cấp, Báo cáo sử dụng những tài liệu hiện hữu về quá trình hình thành và phát triển của ngành dệt may Việt Nam nói chung và của Vùng nói riêng, các dữ liệu liên quan đến chính sách của Chính phủ, của TP.HCM, Bình Dương và Đồng Nai về phát triển và quản lý cụm ngành dệt may, một số cơ sở dữ liệu dệt may quốc tế, một số nghiên cứu đánh giá NLCT dệt may của một số đối thủ cạnh tranh chủ yếu trong khu vực, và báo cáo phân tích ngành dệt may của một số tổ chức tư vấn chuyên nghiệp quốc tế.

(vi) Về nguồn thông tin và dữ liệu sơ cấp, Báo cáo dựa trên kết quả khảo sát 188 DN dệt may dọc theo các khâu của chuỗi giá trị. Bên cạnh đó, nhóm nghiên cứu cũng thực hiện phỏng vấn sâu lãnh đạo của một số công ty dệt may hàng đầu trên địa bàn, lãnh đạo của Hiệp hội Dệt May, một số nhà cung ứng dịch vụ, tổ chức nghiên cứu, và một số thể chế hợp tác khác trong cụm ngành dệt may.

(vii) Sử dụng những thông tin thứ cấp và các dữ liệu sơ cấp thu thập được, Báo cáo sẽ tập trung phân tích môi trường phát triển ngành dệt may của Vùng, trong đó chú trọng phân tích, đánh giá về NLCT của cụm ngành dệt may TP.HCM, mức độ liên kết và hợp tác giữa các tác nhân trong cụm ngành nhằm xác định những vấn đề then chốt ảnh hưởng đến NLCT của cụm ngành ở hiện tại và những thách thức trong tương lai, đặc biệt là những yếu tố cạnh tranh quốc tế bởi các chính sách bảo hộ của các thị trường thế giới đối với những đối thủ cạnh tranh trực tiếp trong ngành dệt may như Thái Lan, Indonesia và Trung Quốc.

PHẦN II. KHUNG PHÂN TÍCH

II.1. Cơ sở lý thuyết về cụm ngành

II.1.1. Khái niệm về cụm ngành

Cụm ngành (cluster), hiểu một cách đơn giản như là sự tập trung về mặt địa lý của các hoạt động sản xuất và thương mại trong một lĩnh vực nhất định hoặc một số lĩnh vực có liên quan chặt chẽ, là một hiện tượng tồn tại từ nhiều thế kỷ trước.⁹ Tuy nhiên, về phương diện học thuật, quan niệm về cụm ngành lần đầu tiên được Alfred Marshall (1890) sử dụng trong tác phẩm kinh điển của ông nhan đề Các nguyên tắc kinh tế học (*Principles of Economics*). Trong tác phẩm này, Marshall sử dụng thuật ngữ “khu vực CN” (industrial district) để mô tả sự tập trung và gắn kết về địa lý của các doanh nghiệp trong nội ngành, nhờ đó tạo ra ngoại tác tích cực và lợi thế kinh tế nhờ quy mô cho các doanh nghiệp hoạt động trong khu vực đó. Lợi thế kinh tế xuất hiện khi sự tập trung tạo ra thị trường lao động linh hoạt cho những công nhân có tay nghề và kỹ năng; tạo điều kiện thuận lợi cho việc phát triển các nhân tố đầu vào và dịch vụ chuyên biệt; và tạo được tác động lan tỏa từ việc phát triển công nghệ và bí quyết.

Theo quan điểm của Marshall, cần có ba điều kiện để hình thành một khu vực CN, bao gồm: (1) lao động, (2) các doanh nghiệp chuyên môn hóa và (3) khả năng đem tới hiệu ứng lan tỏa (external spill-overs) thông qua hoạt động chuyển giao bí quyết và ý tưởng bên trong khu vực (district). Tiếp theo Marshall, các học giả thuộc nhiều chuyên ngành khác nhau đã thảo luận về tầm quan trọng của sự tích tụ CN theo khu vực địa lý trong mối quan hệ với những biến chuyển lớn đang diễn ra trên phạm vi toàn cầu và vai trò của sự tích tụ này đối với phát triển kinh tế cũng như cơ cấu kinh tế của các quốc gia, vùng, và địa phương. Nhiều nhà kinh tế sau này đã có những nghiên cứu gắn gũi với khái niệm ban đầu của Marshall.¹⁰

Khi mô hình của “chủ nghĩa Ford” về tập đoàn CN tích hợp dọc (vertically integrated conglomerates) với quy mô khổng lồ bộc lộ nhiều vấn đề thì theo Piore và Sabel (1984), mối quan tâm về cụm ngành tăng lên. Cũng theo hai tác giả này, đến cuối thế kỷ 20 đã xuất hiện một sự chuyên môn hóa CN lần thứ 2 (“*second industrial divide*”) - đó là sự chuyên môn hóa theo vùng, được tổ chức quanh mạng lưới các nhà sản xuất quy mô nhỏ. Việc phát triển cụm ngành theo chiều ngang tạo ra sự hấp dẫn vì ngay cả các doanh nghiệp nhỏ và vừa cũng có thể tham gia vào cụm ngành. Theo thời gian, cụm ngành ngày càng được coi như một nhân tố quyết định đối với tăng trưởng kinh tế và NLCT (Porter, 1990).

Theo Krugman (1991), nguồn gốc hình thành cụm ngành phần nhiều là do lợi thế kinh tế nhờ quy mô hơn là do lợi thế so sánh. Krugman còn cho rằng việc hình thành các cụm ngành có tính ngẫu nhiên, đồng thời nhờ sự mở rộng quy mô kinh tế một cách bền vững.¹¹ Trong khi đó, Rosenfeld (1997) nhấn mạnh tới tầm quan trọng của hạ tầng xã hội, luồng thông tin và hợp tác giữa các doanh nghiệp. Theo quan điểm của Rosenfeld, cụm ngành là sự tập trung về không gian địa lý của các doanh nghiệp sản xuất các sản phẩm tương tự, sản phẩm có liên quan hoặc sản

⁹ Ở Việt Nam, phường, hội, và các làng nghề truyền thống tồn tại hàng trăm năm trước là những biểu hiện lịch sử cho sự tồn tại của cụm ngành.

¹⁰ Ví dụ về các ngành khoa học này bao gồm địa kinh tế mới (new economic geography), khoa học về vùng (regional science), kinh tế học về vùng và đô thị (urban and regional economics), nghiên cứu về sáng tạo (innovation studies), mạng lưới xã hội (social networks), và cụm ngành CN (industrial cluster). Xem thêm phân tích và tài liệu tham khảo trong Porter (2008: 223).

¹¹ Porter tuy cũng nhấn mạnh tầm quan trọng của các nhân tố ngẫu nhiên, nhưng đồng thời cũng chỉ ra rằng nếu xét một cách cận kề thì nhiều nhân tố được coi là “ngẫu nhiên” này không hoàn toàn “ngẫu nhiên” mà bắt nguồn từ những tiền đề lịch sử (xem Porter 2008: 254).

phẩm hỗ trợ thông qua các kênh giao dịch, liên lạc và đối thoại nhằm chia sẻ về hạ tầng, thị trường lao động và dịch vụ, đồng thời cũng để đối phó với những cơ hội và nguy cơ chung.

Trong các tác giả hiện đại, có lẽ Michael Porter là học giả có đóng góp nhiều nhất cho việc phát triển khái niệm cụm ngành cũng như xây dựng khung phân tích cho việc áp dụng khái niệm này để nghiên cứu các vấn đề liên quan đến cạnh tranh (competition) và NLCT (competitiveness) ở hầu hết các cấp độ phân tích, bao gồm công ty, ngành CN, địa phương, vùng, và quốc gia. Với những đóng góp này của Porter (1990) và nhiều học giả khác, thuật ngữ cụm ngành đã trở nên phổ biến và được áp dụng một cách rộng rãi.

Tuy nhiên, ngay cả trong hoàn cảnh này thì các học giả khác nhau cũng đưa ra những khái niệm khác nhau về cụm ngành. Với mục đích của nghiên cứu này và để đảm bảo sự nhất quán, chúng tôi sử dụng khái niệm cụm ngành của Porter (1990, 1998, 2008) như sau:

Cụm ngành là “sự tập trung về mặt địa lý của các doanh nghiệp, các nhà cung ứng và các doanh nghiệp có tính liên kết cũng như của các công ty trong các ngành có liên quan và các thể chế hỗ trợ (ví dụ như các trường đại học, cục tiêu chuẩn, hiệp hội thương mại...) trong một số lĩnh vực đặc thù, vừa cạnh tranh vừa hợp tác với nhau”.

Khái niệm cụm ngành này được xây dựng dựa vào hai trụ cột quan trọng. Đầu tiên và quan trọng nhất là vai trò của sự tập trung về mặt địa lý của hoạt động kinh tế. Việc nhấn mạnh vào vai trò của sự tập trung này trong lý thuyết cụm ngành đem lại nhiều hiểu biết sâu sắc mới về bản chất của cạnh tranh và về vai trò của vị trí (location) đối với lợi thế so sánh. Ngày nay, có thể tìm thấy sự hiện diện của cụm ngành ở mọi quốc gia, từ công nghệ cao ở Silicon Valley (Mỹ) đến điện ảnh ở Bollywood (Ấn Độ), từ giày da ở Riviera del Brenta (Ý) đến rượu vang ở Western Cape (Nam Phi), từ thiết kế và thời trang ở Paris (Pháp) đến thủy sản ở Đồng bằng sông Cửu Long (Việt Nam). Sự tồn tại phổ biến của cụm ngành gợi ý rằng NLCT của mỗi công ty và của mỗi ngành CN không chỉ do bản thân công ty hay ngành CN ấy quyết định, mà phụ thuộc rất nhiều vào “hệ sinh thái” - hay cụm ngành - trong đó công ty và ngành CN tồn tại.

Cột trụ thứ hai là tính “liên kết” và “liên quan”. Cụm ngành không phải là một tập hợp rời rạc của một nhóm công ty bất kỳ mà nó được gắn kết bởi sự tương hỗ và được cộng hưởng bởi tác động lan tỏa tích cực. Nói cách khác, sức mạnh chung của cụm ngành lớn hơn tổng sức mạnh của các thành viên riêng lẻ gộp lại. Chẳng hạn như sự thành công của mô hình Silicon Valley chỉ có được nhờ vào sự hội tụ của nhiều công ty với năng lực kỹ thuật tiên tiến, của những nhà khởi nghiệp đầy hoài bão, của các trường đại học và các cơ sở nghiên cứu khó học danh tiếng, của các quỹ đầu tư mạo hiểm, và của khả năng tiếp cận thị trường v.v. Nếu tách biệt các nhân tố này ra khỏi nhau thì Silicon Valley sẽ không còn là một hệ sinh thái thống nhất nữa, và vì vậy sẽ khó thành công trong việc phát triển công nghệ cao, đồng thời sẽ suy giảm sức cạnh tranh so với các cụm ngành công nghệ cao khác. Cũng cần nhấn mạnh thêm là sự tồn tại của nhiều doanh nghiệp/tổ chức trong cùng một ngành ở cùng một khu vực địa lý tất yếu làm gia tăng cạnh tranh. Tuy nhiên, cạnh tranh không chỉ gây ra tác động tiêu cực (chẳng hạn như làm giảm tỷ suất lợi nhuận trung bình) mà nó còn đem lại nhiều lợi ích to lớn (chẳng hạn như thải loại những ý tưởng tồi và doanh nghiệp kém hiệu quả). Chính nhờ sự cạnh tranh quyết liệt này mà một cụm ngành trở nên năng động, luôn đổi mới, và có sức sống.

Như vậy, khái niệm cụm ngành đem đến một cách tiếp cận mới về NLCT, và qua đó, một phương thức tư duy mới về cách thức phối hợp, xây dựng, và nâng cao NLCT của một nền kinh tế (quốc gia, khu vực hay địa phương) thông qua việc gia tăng năng suất và hiệu quả hoạt động, kích thích và thúc đẩy đổi mới, và tạo điều kiện thuận lợi cho sự ra đời các doanh nghiệp mới.¹²

¹² Theo nghĩa này, khái niệm “cụm ngành” hoàn toàn khác khái niệm “cụm CN” đang sử dụng ở Việt Nam.

Trong những mục tiếp theo của chương này, chúng tôi sẽ lần lượt trình bày cách thức xác định phạm vi và cấu trúc của cụm ngành, ý nghĩa của cụm ngành đối với NLCT và nâng cấp CN, sự hình thành và phát triển của cụm ngành, và cuối cùng sẽ xem xét cụm ngành như một công cụ chính sách, và qua đó rút ra vai trò của nhà nước trong việc phát triển cụm ngành để nâng cao NLCT.

II.1.2. Phạm vi và cấu trúc của cụm ngành

Như đã trình bày, cụm ngành là tập trung về mặt địa lý của một nhóm công ty và các thể chế liên quan, được kết nối với nhau bởi những sự tương đồng và tương hỗ. Vì vậy, phạm vi địa lý của một cụm ngành có thể là một TP, một vùng, một quốc gia, hay thậm chí là một nhóm các quốc gia lân bang. Tương tự như vậy, cấu trúc của cụm ngành cũng hết sức đa dạng, tùy thuộc vào chiều sâu và mức độ phức tạp của nó. Nhìn chung, các thành phần của một cụm ngành điển hình bao gồm các doanh nghiệp sản xuất sản phẩm cuối cùng, các doanh nghiệp ở thượng nguồn và hạ nguồn, các doanh nghiệp cung ứng chuyên biệt, các đơn vị cung cấp dịch vụ, các ngành liên quan (về sản xuất, công nghệ và quan hệ khách hàng), các thể chế hỗ trợ (tài chính, giáo dục, nghiên cứu, và cơ sở hạ tầng) ...

Sự đa dạng về phạm vi và cấu trúc của cụm ngành đặt ra câu hỏi: làm thế nào để xác định được cụm ngành? Để làm điều này, chúng ta phải dựa vào định nghĩa cụm ngành để từ đó xác định các thành viên của cụm ngành cũng như mối quan hệ của chúng với nhau.

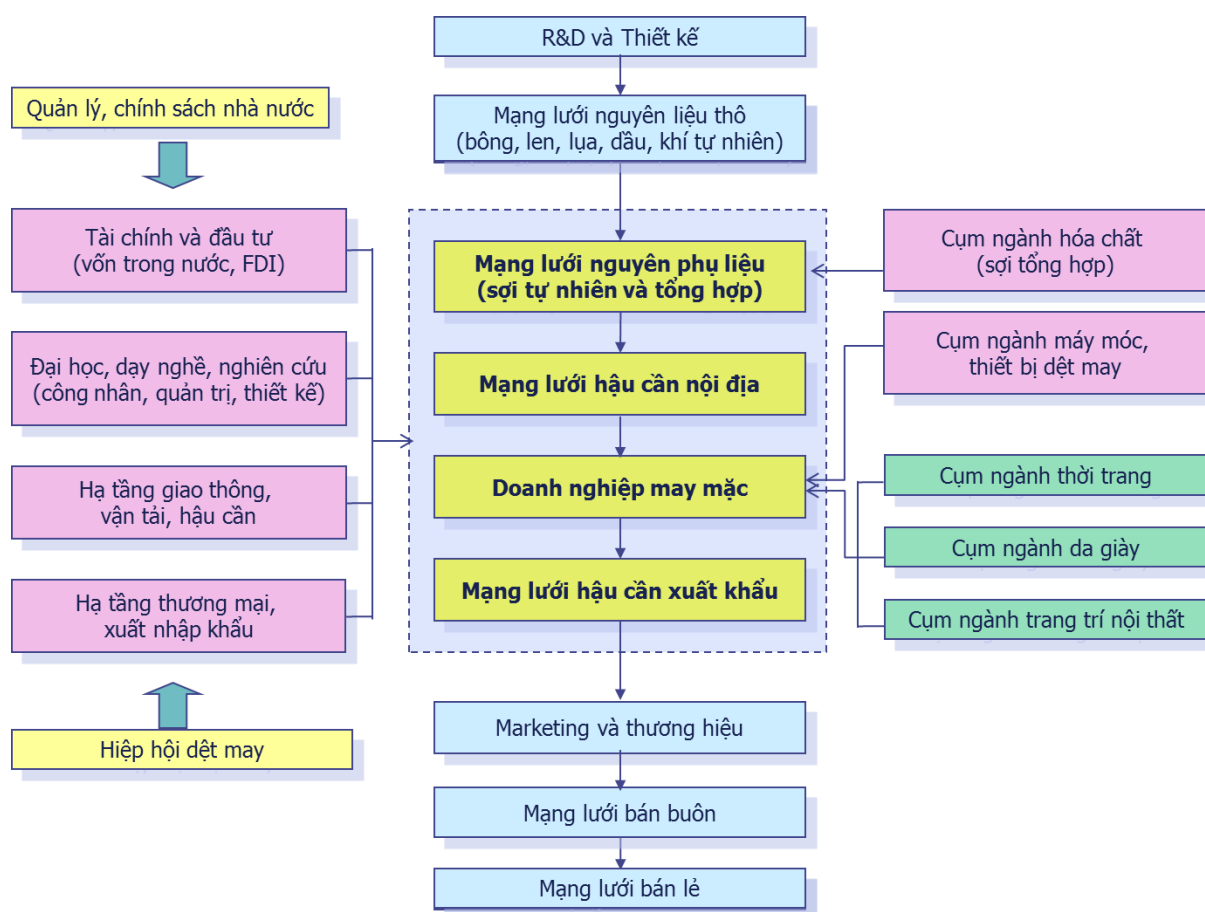
Theo Porter (2008, tr. 216), để xác định các bộ phận của cụm liên quan thì nên bắt đầu với một (hoặc một số) công ty lớn đại diện cho hoạt động cốt lõi của cụm ngành, sau đó tìm kiếm các công ty/tổ chức thượng nguồn và hạ nguồn trong chuỗi theo chiều dọc. Chẳng hạn như trong cụm ngành dệt may (Hình 3), hoạt động cốt lõi là sản xuất dệt may. Khi tìm kiếm theo chiều dọc, chúng ta sẽ thấy các công ty thượng nguồn (ví dụ như thiết kế, cung cấp nguyên liệu thô) và các công ty hạ nguồn (ví dụ như hậu cần XK, thương hiệu, bán buôn, bán lẻ).

Bước tiếp theo là nhìn theo chiều ngang để xác định các ngành CN liên quan. Tính “liên quan” có thể trên cơ sở sản xuất các sản phẩm và dịch vụ có tính chất bổ sung cho ngành dệt may (như thời trang, da giày, hay đồ gỗ), hoặc sử dụng chung một số nhân tố đầu vào chuyên biệt (như thời trang, da giày), hoặc sử dụng các kênh phân phối và truyền thông tương tự nhau (như da giày).

Bước tiếp theo sau là xác định các tổ chức cung cấp cho các thành viên của cụm ngành những kỹ năng chuyên môn, công nghệ, thông tin, vốn, hoặc cơ sở hạ tầng hoặc những đầu vào thiết yếu khác. Trong trường hợp của ngành dệt may, những tổ chức này có thể là các các kênh đầu tư và tài chính, trường thiết kế thời trang, trường đào tạo công nhân kỹ thuật, các tổ chức cung cấp hạ tầng giao thông, XNK, và thương mại. Những tổ chức này cũng có thể là các cụm ngành có liên quan khác. Chẳng hạn như sự phát triển của mạng lưới nguyên phụ liệu dệt tổng hợp phụ thuộc vào cụm ngành hóa chất. Tương tự như vậy, hoạt động của các doanh nghiệp dệt may cần có sự hỗ trợ của cụm ngành máy móc, thiết bị dệt may.

Bước cuối cùng là tìm kiếm các cơ quan thuộc chính phủ hoặc các thể chế, cơ chế quản lý có ảnh hưởng đáng kể đến hoạt động của các thành viên trong cụm ngành. Trong trường hợp của cụm ngành dệt may, các nhân tố tác động này có thể là các phòng ban khác nhau thuộc bộ chuyên ngành (như Bộ Công thương chẳng hạn), các hiệp hội dệt may (ở cấp trung ương và địa phương), các hiệp định và cam kết quốc tế ảnh hưởng đến hoạt động của cụm ngành (ví dụ như Hiệp ước đa sợi, cam kết mở cửa thị trường, tiêu chuẩn an toàn v.v.).

Hình 3. Ví dụ minh họa về sơ đồ cụm ngành dệt may



Nguồn: Nhóm tác giả vẽ dựa vào khảo sát doanh nghiệp và thông tin thứ cấp.

Việc xác định ranh giới của cụm ngành (hay vẽ sơ đồ cụm ngành) không phải bao giờ cũng rõ ràng, và vì vậy đòi hỏi một sự thấu hiểu đối với các bộ phận của cụm ngành, mối liên kết tương hỗ giữa chúng, cũng như mối liên hệ giữa bản thân cụm ngành đang nghiên cứu với các cụm ngành có liên quan. Suy đến cùng, việc đưa một bộ phận vào trong hay rút một bộ phận ra khỏi sơ đồ cụm ngành phụ thuộc vào bản chất của mối liên hệ và sức mạnh của hiệu ứng lan tỏa giữa bộ phận ấy và những bộ phận còn lại của cụm ngành.

II.1.3. Vai trò của cụm ngành đối với NLCT và nâng cấp CN

Ngoại trừ các cụm ngành được tạo ra một cách duy ý chí, nhìn chung các cụm ngành ra đời khi các doanh nghiệp tìm thấy những lợi ích nhất định khi định vị mình bên cạnh các đối thủ cạnh tranh (và tất nhiên cả khách hàng và nhà cung cấp nữa). Những lợi ích này bao gồm sự tiện lợi cho khách hàng, giảm chi phí vận hành chuỗi cung ứng, tăng khả năng tuyển dụng nhân công lành nghề, và tiếp cận dễ dàng hơn đối với các chuyên gia và kỹ thuật chuyên ngành. Bên cạnh những lợi thế dễ nhận ra này, Porter còn chỉ ra rằng cụm cung cấp cho các doanh nghiệp thêm một ưu thế cạnh tranh nữa nhờ tăng năng suất, đổi mới, thương mại hóa và khởi nghiệp (Hộp 1).

Hộp 1. Các lợi thế cạnh tranh do cụm ngành tạo ra

- **Thúc đẩy năng suất và hiệu quả**
 - Tăng khả năng tiếp cận với các nhân tố đầu vào chuyên biệt như nguyên vật liệu, thông tin, dịch vụ, lao động kỹ năng, thể chế, cũng như các “hàng hóa công” khác.
 - Tăng tốc độ và giảm chi phí điều phối cũng như chi phí giao dịch giữa các doanh nghiệp trong cụm ngành.
 - Tăng khả năng truyền bá các thực hành tốt và kinh nghiệm kinh doanh hiệu quả.
 - Tăng động cơ và NLCT nhờ việc có thể so sánh trực tiếp với các đối thủ trong cụm ngành.
 - Tăng sức ép đổi mới và nhu cầu định vị chiến lược (phân biệt hóa) doanh nghiệp của mình so với các đối thủ cạnh tranh.
 - **Thúc đẩy đổi mới**
 - Tăng khả năng nhận diện cơ hội đổi mới công nghệ và mở rộng thị trường do tiếp cận được với nhiều nguồn thông tin (chẳng hạn như về sự tồn tại của các nhu cầu chưa được đáp ứng, về thị hiếu tinh tế và yêu cầu khắt khe của khách hàng v.v.)
 - Tăng cường khả năng đổi mới nhờ sự hiện hữu của nhiều nhà cung ứng, các chuyên gia hàng đầu và các thể chế hỗ trợ.
 - Giảm chi phí và rủi ro thử nghiệm công nghệ mới nhờ sự sẵn có của nguồn lực tài chính và kỹ năng, dịch vụ hỗ trợ và các doanh nghiệp khâu trước – khâu sau.
 - **Thúc đẩy thương mại hóa và ra đời doanh nghiệp mới**
 - Cơ hội cho các công ty mới và/hoặc dòng sản phẩm mới được cụm ngành “kiềm định” chính xác hơn so với trường hợp đứng biệt lập bên ngoài cụm ngành.
 - Khuyến khích việc tách một bộ phận của công ty hiện hữu để trở thành một công ty độc lập (spinoff) và thành lập công ty khởi nghiệp mới nhờ sự hiện diện của các công ty trong ngành, của các mối quan hệ thương mại, và của nhu cầu có tính tập trung trong cụm ngành.
 - Giảm chi phí thương mại hóa sản phẩm mới và thành lập doanh nghiệp mới trong hệ sinh thái cụm ngành nhờ sự có sẵn các nguồn lực về tài chính và kỹ năng.
-

Như vậy, lợi ích then chốt của các cụm ngành CN là giúp tăng cường cạnh tranh, đồng thời đẩy mạnh hợp tác, qua đó tạo ra hiệu ứng cộng hưởng (hiệu ứng mạng lưới) và tác động lan tỏa, và kết quả cuối cùng là tăng năng suất, đổi mới, thương mại hóa, và khởi nghiệp. Sự phát triển của cụm ngành, vì vậy, đóng vai trò quan trọng đối với việc nâng cấp CN và phát triển kinh tế. Điều này cũng có nghĩa là nhà nước có thể sử dụng cách tiếp cận cụm ngành để thực hiện chiến lược và mục tiêu phát triển của mình. Tuy nhiên, kinh nghiệm quốc tế cho thấy, trong nhiều trường hợp, sự can thiệp thái quá của nhà nước có thể mang lại những hệ lụy tiêu cực, vì bản thân sự ra đời và phát triển của cụm ngành tuân theo những quy luật nhất định. Trong phần tiếp theo, chúng tôi sẽ thảo luận về nguồn gốc và một số mô thức hình thành - phát triển của các cụm ngành. Trên cơ sở đó, những phần tiếp sau sẽ thảo luận về khả năng sử dụng cụm ngành như một công cụ chính sách và vai trò thích hợp của nhà nước trong việc hình thành và phát triển cụm ngành.

II.1.4. Quá trình hình thành và phát triển của cụm ngành

Các cụm ngành thường hình thành trên cơ sở những lợi thế đặc thù nhất định. Những lợi thế đặc

thù này hết sức đa dạng, và do vậy cũng có nhiều mô thức hình thành và phát triển cụm ngành. Trong phần này, chúng tôi sẽ thảo luận và đưa ra các ví dụ minh họa cho một số mô thức phổ biến nhất.

Đầu tiên, cụm ngành có thể được hình thành và phát triển nhờ vào những điều kiện tự nhiên và sự sẵn có các nhân tố sản xuất. Ví dụ điển hình nhất là đa số các cụm ngành có tính truyền thống như nông nghiệp và tiểu thủ CN, hay các cụm ngành phụ thuộc vào thiên nhiên như du lịch đều hình thành từ những điều kiện tự nhiên thuận lợi. Một ví dụ khác là cụm ngành may mặc, cụm ngành giày dép, hay nói chung là các cụm ngành thâm dụng lao động thường xuất hiện ở những nơi dồi dào lao động chi phí thấp.¹³ Một ví dụ nữa, tuy không thực sự sát lắm nhưng thú vị là trường hợp của Silicon Valley - một ví dụ kinh điển về sự thành công của cụm ngành. Sự phát triển của Silicon Valley như một hệ sinh thái ươm tạo và phát triển công nghệ cao được hỗ trợ mạnh mẽ bởi sự hiện hữu của các doanh nhân giàu khát vọng, của các trường đại học và cơ sở nghiên cứu đỉnh cao, nhờ cơ sở hạ tầng tài chính thuận lợi, khả năng tiếp cận thị trường, và nhờ cả vào thời tiết ôn hòa. Mô hình này sau đó đã được bắt chước ở một số nơi khác như Helsinki (Phần Lan), Cambridge (Mỹ), Tel Aviv (Israel), Bangalore (Ấn Độ) và Đài Bắc (Đài Loan).

Thứ hai, cụm ngành có thể được hình thành và phát triển nhờ vào những điều kiện về nhu cầu. Nhu cầu thị trường đủ lớn và tăng trưởng với một tốc độ đủ hấp dẫn hiển nhiên là một cơ hội thị trường tốt, và do đó có thể thúc đẩy sự hình thành của cụm ngành nhằm khai thác cơ hội này. Có vô vàn ví dụ minh họa cho nguồn gốc hình thành cụm ngành xuất phát từ nhu cầu. Trong trường hợp của Việt Nam, có thể thấy rằng việc hình thành cụm ngành xe máy ở Vĩnh Phúc, Sóc Sơn và một số địa bàn phụ cận xuất phát từ sự bùng nổ nhu cầu đi lại bằng xe máy ở Việt Nam. Ví dụ thứ hai là sự phát triển của cụm ngành tôm và cá basa ở Đồng bằng sông Cửu Long chỉ thực sự khởi sắc khi xuất hiện nhu cầu rất lớn ở các thị trường mới, đặc biệt là Mỹ sau khi Việt Nam và Mỹ ký hiệu định thương mại song phương (BTA) vào năm 2001. Quay trở lại trường hợp Silicon Valley, trong giai đoạn ban đầu, cụm ngành công nghệ cao ở đây phát triển nhanh một phần là nhờ đơn đặt hàng của chính phủ. Trong thập niên 1950 và 1960 của thời kỳ Chiến tranh lạnh, nhu cầu bóng bán dẫn bằng chất liệu silicon (silicon transistor) lớn nhất đến từ hệ thống điện tử, hệ thống dẫn đường và điều khiển của lực lượng không quân. Mặc dù đơn đặt hàng béo bở của Bộ Quốc phòng đã tạo điều kiện thuận lợi ban đầu cho các công ty ở Silicon Valley phát triển, song quan trọng hơn là các khoản tài trợ khổng lồ dành cho R&D, tiêu biểu là Chương trình Vũ trụ trong thập niên 1960. Chính chương trình sản xuất tên lửa hạt nhân Minuteman I đã thúc đẩy công ty Bán dẫn Fairchild nhanh chóng hoàn thiện công nghệ bóng bán dẫn phẳng (planar transistor), từ đó tạo điều kiện cho việc sản xuất hàng loạt các mạch tích hợp. Sự hỗ trợ ban đầu mang mục đích quốc phòng của chính phủ cuối cùng đã giúp ngành điện tử dân dụng đơm hoa kết trái.¹⁴

Thứ ba, cụm ngành có thể được hình thành nhờ vào một hay một số doanh nghiệp chủ chốt. Chẳng hạn như ở Việt Nam, cụm ngành lắp ráp xe máy được hình thành từ sự xuất hiện đồng thời của Honda Việt Nam (Vĩnh Phúc) và Yamaha Motor Việt Nam (Sóc Sơn, Hà Nội) vào năm 1998. Ở miền Nam, cụm ngành gốm sứ ở Bình Dương mặc dù đã tồn tại từ lâu nhưng chỉ thực sự lớn mạnh và vươn ra quốc tế với sự phát triển của Minh Long từ thập niên 1990. Gần đây hơn, sự xuất hiện của Intel ở TP.HCM mở ra cơ hội cho việc hình thành và phát triển cụm ngành

¹³ Tuy nhiên, điều ngược lại - cụ thể là sự dồi dào lao động chi phí thấp - không nhất thiết là điều kiện cần (và càng không phải là điều kiện đủ) cho sự phát triển của ngành may mặc hay giày dép. Vì nếu điều này xảy ra thì chúng ta đã không được chứng kiến sự phát triển của cụm ngành dệt may ở bang North và South Carolina (Mỹ); cũng như sẽ không nhìn thấy sự phát triển mạnh mẽ của cụm ngành giày dép da ở Brenta và nhiều địa phương khác ở nước Ý. Như chúng ta sẽ thấy, việc cạnh tranh như thế nào thậm chí còn quan trọng hơn việc cạnh tranh trong ngành nào.

¹⁴ Một ví dụ nổi tiếng khác là sự ra đời của Internet (xem Clarke và Plank 2012).

vi mạch điện tử và công nghệ thông tin. Trở lại Silicon Valley, theo truyền thuyết ở địa phương, sự ra đời của cụm ngành công nghệ cao ở đây được bắt đầu tại nhà để xe của số nhà 367 Addison Avenue ở Palo Alto vào mùa thu năm 1938, nơi hai sinh viên tốt nghiệp của trường ĐH Stanford là Bill Hewlett và Dave Packard cùng nhau chế tạo bộ dao động âm tần đầu tiên. Đây đồng thời cũng là sản phẩm đầu tiên của Hewlett - Packard (HP), một trong những công ty công nghệ thành công nhất ở Silicon Valley. Mặc dù bộ dao động âm tần là một trong những phát minh đầu tiên của Silicon Valley, song tên của địa danh này lại đến từ ngành CN bán dẫn, và lần này, một công ty khác - Fairchild - đóng vai trò tiên phong.

Thứ tư, sự ra đời của một cụm ngành có thể xuất phát từ sự thành công của các cụm ngành đã hình thành từ trước. Cụm ngành mới này có thể là sự phát triển hay chuyển hóa (transformation) của cụm ngành cũ. Chẳng hạn như cụm ngành tách sợi bông ở Tirupur (Ấn Độ) đã chuyển thành cụm ngành dệt tất chân (hosiery) và cuối cùng trở thành cụm ngành dệt kim (knitware); hay cụm ngành công nghệ thông tin ở Silicon Valley đã được phát triển từ cụm ngành bán dẫn. Cụm ngành mới cũng có thể không phải là sự phát triển trực tiếp từ các cụm ngành có trước. Ví dụ như cụm ngành du lịch chữa bệnh ở Thái Lan được ra đời từ sự thành công của cụm ngành du lịch. Ở Ấn Độ, cụm ngành công nghệ thông tin và truyền thông (ICT) ở Bangalore (được mệnh danh là Silicon Valley của Ấn Độ) được hình thành từ cụm ngành công nghệ (dân dụng và quốc phòng) của nhà nước. Ở Đài Loan, cụm ngành thiết bị phân tích (analytical instruments) được hình thành nhờ sự phát triển của cụm ngành công nghệ thông tin.

Thứ năm, sự ra đời của cụm ngành có thể dựa (gần như) hoàn toàn vào đầu tư của nhà nước. Ví dụ điển hình ở Việt Nam là trường hợp cụm ngành đóng tàu ở Hải Phòng - Quảng Ninh xoay quanh tâm điểm là Vinashin, và cụm ngành lọc hóa dầu ở Dung Quất. Nhìn ra thế giới, chúng ta thấy cụm ngành công nghệ thông tin và truyền thông ở Bangalore được hình thành từ đầu tư nhà nước vào CN quốc phòng. Cụm ngành đóng tàu của Hàn Quốc được bắt đầu với sự hỗ trợ to lớn của nhà nước về tín dụng, ngoại tệ, và mua sắm công. Bên cạnh những khoản đầu tư có tính hỗ trợ trực tiếp của nhà nước, cũng cần phải kể đến những khoản đầu tư tuy gián tiếp nhưng hết sức quan trọng - ví dụ như đầu tư vào cơ sở hạ tầng, giáo dục, y tế - cũng như hệ thống thể chế tạo lập môi trường kinh doanh thuận lợi - như bảo vệ sở hữu trí tuệ và xây dựng hệ thống tiêu chuẩn hóa.

Mặc dù có nhiều con đường khác nhau đưa đến sự hình thành và phát triển của cụm ngành, tuy nhiên để có thể cạnh tranh thành công, các cụm ngành đều phải dựa vào một hay một số lợi thế đặc thù nào đó. Các lợi thế này có thể đến từ những nhân tố hiện đại, chẳng hạn như nhu cầu phát triển sức mạnh quốc phòng như ở Mỹ và Ấn Độ, quyết tâm sắt đá của lãnh đạo quốc gia như Hàn Quốc và Singapore, cách mạng khoa học kỹ thuật như trường hợp Internet trong thập niên 1990 v.v. Tuy nhiên, hầu hết các cụm ngành nổi tiếng mà chúng ta thấy trên toàn thế giới là những cụm ngành truyền thống, được hình thành và phát triển nhờ sự kết hợp của các yếu tố như nguyên liệu, nhiên liệu, giao thông, vận tải, lao động dồi dào và/hoặc lành nghề, các trường đại học xuất sắc, tiếp cận thị trường v.v.

Một cách khái quát, theo Porter, các cụm ngành cần có một số điều kiện tiên đề nhất định để phát triển (Hộp 2). Trong thế giới ngày nay, sự phát triển năng động của cụm ngành, dù là hiện đại hay truyền thống, đều phụ thuộc vào sự trỗi dậy của các doanh nghiệp then chốt, từ đó thu hút các doanh nghiệp cạnh tranh khác, các doanh nghiệp ở thượng nguồn, hạ nguồn, và các dịch vụ hỗ trợ. Khi hiệu quả theo quy mô đã đạt được, các tác động tương hỗ sẽ giúp duy trì sự phát triển của cụm ngành.

Hộp 2. Một số điều kiện tiên đề để phát triển cụm ngành

- Cụm ngành có một lượng đủ lớn các công ty nội địa hoặc chi nhánh công ty nước ngoài đã vượt qua phép thử của thị trường
 - Cụm ngành có một số lợi thế đặc thù hay thế mạnh đặc biệt trong bốn yếu tố của hình thái (bao gồm các điều kiện về nhu cầu thị trường, các điều kiện về nhân tố sản xuất, các ngành CN hỗ trợ và có liên quan, và bối cảnh của chiến lược và cạnh tranh của doanh nghiệp.)
 - Nhu cầu đặc thù (thiên thời), vị trí đặc địa (địa lợi), tài năng đặc biệt (nhân hòa) v.v.
 - Cụm ngành có sự hiện diện của công ty đa quốc gia hàng đầu thế giới đã có những đầu tư quan trọng, đồng thời có cam kết mở rộng hoạt động
 - Có thể mạnh trong các cụm ngành liên quan gần gũi
 - Thỏa mãn được một số điều kiện trong bốn điều kiện này điều kiện cần để một cụm ngành có thể thành công
 - Tối kỵ việc duy ý chí trong việc nhận dạng hay phát triển cụm ngành
-

Trong mục tiếp theo, chúng ta sẽ thảo luận một khuôn khổ lý thuyết nhằm đánh giá lợi thế cạnh tranh của các địa phương. Chỉ trên cơ sở những đánh giá như thế này thì chính quyền địa phương mới có thể có những chính sách thích hợp về cụm ngành.

II.1.5. *Đánh giá lợi thế cạnh tranh của địa phương*

Có nhiều phương pháp đánh giá lợi thế cạnh tranh của địa phương. Trong mục này, chúng tôi sẽ giới thiệu phương pháp do Porter (1990, 1998, 2008) đề xuất, được biết đến với tên gọi “mô hình kim cương”.

Mô hình kim cương được hình thành dựa theo quan niệm của Porter về cạnh tranh, trong đó cải tiến (innovation) và khác biệt chiến lược (strategic difference) đóng vai trò then chốt. Quan niệm này cũng cho rằng những lợi thế về nhân tố sản xuất, dù lớn thế nào đi chăng nữa, cũng chỉ là một điều kiện cần mà không phải là điều kiện đủ cho cạnh tranh, đặc biệt là trong thế giới ngày càng trở nên toàn cầu hóa. Một cách khái quát, vai trò tương đối của những nhân tố hữu hình ngày càng nhường chỗ cho các nhân tố “vô hình” như năng lực sáng tạo, tài năng quản lý, hay sự kết nối mật thiết với khách hàng và nhà cung ứng, bởi vì chính những nhân tố vô hình này (chứ không phải các nhân tố hữu hình) mới là nguồn gốc của đổi mới sáng tạo và của khác biệt chiến lược. Hơn nữa, vì cạnh tranh là một trò chơi động nên việc đạt được hiệu quả ngày hôm nay dựa vào lợi thế của các nhân tố đầu vào (như lao động và tài nguyên rẻ) sẽ không đủ để duy trì thế vị cạnh tranh, mà lợi thế quyết định nằm ở khả năng tăng cường tốc độ cải thiện hiệu quả nhờ gia tăng năng suất.¹⁵

Trong khái niệm vừa rộng vừa động hơn về cạnh tranh này, các nhân tố có tính địa phương ảnh hưởng đến lợi thế cạnh tranh thông qua ảnh hưởng của nó đến năng suất và đặc biệt là tăng trưởng năng suất. Trong thế giới toàn cầu hóa ngày nay, năng suất - nhân tố then chốt quyết định sự thịnh vượng - không nằm ở việc huy động các nhân tố đầu vào mà nằm ở hiệu quả sử dụng các nhân tố đầu vào này như thế nào. Tương tự như vậy, năng suất và sự thịnh vượng của một địa phương không phụ thuộc nhiều vào ngành CN trong đó các công ty sở tại cạnh tranh, mà

¹⁵ Năng suất (productivity) ở đây được đo bằng là giá trị gia tăng do một đơn vị lao động (hay một đơn vị vốn) tạo ra được trong một đơn vị thời gian.

quan trọng hơn, phụ thuộc vào cách thức họ cạnh tranh như thế nào. Một công ty có thể được phân loại là “công nghệ cao” nhưng nếu công nhân của nó chỉ làm đúng một việc là dùng tay gắn vài con chip vào một bo mạch dựng sẵn thì giá trị gia tăng sẽ thấp hơn, chẳng hạn so với một công ty chế biến các mặt hàng thủy sản cao cấp, cung ứng trực tiếp cho các chuỗi nhà hàng cao cấp ở Tây Âu hay Bắc Mỹ. Tương tự như vậy, giá trị gia tăng của khâu lắp ráp i-phone trên dây truyền tự động hiện đại nhất cũng chỉ xấp xỉ với giá trị gia tăng của việc trồng cà phê bằng phương pháp thủ công truyền thống.

Sự thịnh vượng của địa phương phụ thuộc vào năng suất của những công ty hoạt động tại địa phương đó. Năng suất này, đến lượt mình, lại phụ thuộc vào chất lượng của môi trường kinh doanh tại địa phương. Có thể chia các yếu tố môi trường kinh doanh thành hai nhóm: các yếu tố có tính quốc gia (như kinh tế vĩ mô, luật pháp, cơ sở hạ tầng xuyên quốc gia) và các yếu tố có tính địa phương (như sự hiện hữu của một vài công ty tầm cỡ, một số kỹ năng đặc thù, các trường đại học, viện nghiên cứu, hay trung tâm dạy nghề). Năng suất của doanh nghiệp phụ thuộc vào cả hai nhóm yếu tố này. Chẳng hạn như doanh nghiệp sẽ không thể hoạt động hiệu quả trong môi trường vĩ mô bất ổn hay môi trường pháp lý phức tạp nhiều khâu. Doanh nghiệp cũng không thể hiệu quả nếu như cơ sở hạ tầng giao thông tắc nghẽn, điện lưới pháp phù, hay thiếu lao động có kỹ năng.

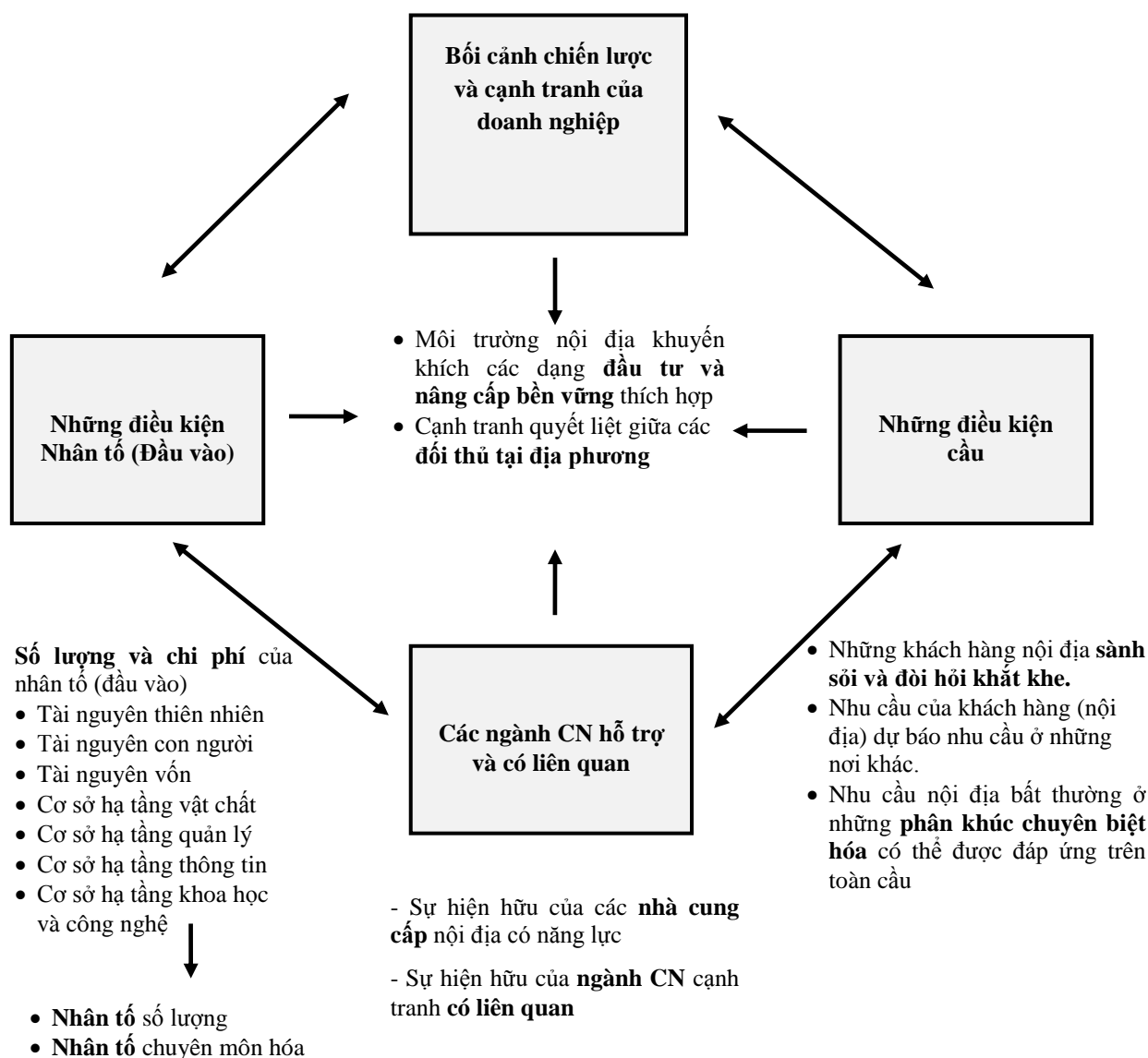
Để khái quát hóa những lợi thế cạnh tranh có tính địa phương, Porter đề xuất mô hình kim cương bao gồm bốn nhân tố:

- Các điều kiện về nhân tố sản xuất (factor conditions) bao gồm lao động có kỹ năng, nguồn lực, công nghệ và cơ sở hạ tầng;
- Các điều kiện về cầu (demand conditions) bao gồm nhu cầu trong và ngoài nước về sản phẩm và dịch vụ;
- Các ngành CN hỗ trợ và có liên quan (related and supporting industries) bao gồm các nhà cung ứng và phân phối hỗ trợ ngành và cụm; và
- Bối cảnh chiến lược và cạnh tranh của doanh nghiệp (context for firm strategy and rivalry) bao gồm những điều kiện ảnh hưởng tới việc tạo lập, tổ chức và quản lý doanh nghiệp; và đặc điểm của các đối thủ trong nước.

Bốn nhân tố của mô hình kim cương được tóm tắt trong Hình 4.¹⁶ Hiện nay, mô hình kim cương của Porter là một trong những mô hình được sử dụng nhiều nhất khi phân tích về cụm ngành. Mặc dù mô hình này có hạn chế là không đề cập tới khía cạnh không gian trong phân tích cụm ngành, song nó vẫn là một khung phân tích hữu ích, được áp dụng phổ biến trong các phân tích về cụm ngành, đặc biệt là để nhận ra các nhân tố ảnh hưởng tới NLCT của địa phương và của ngành hay để phân tích mối quan hệ tác động qua lại giữa các nhân tố cạnh tranh, từ đó xây dựng chiến lược phát triển cụm ngành nói riêng và kinh tế nói chung.

¹⁶ Ngoài ra, vận may (chance) và chính phủ (government) cũng là hai nhân tố ảnh hưởng tới lợi thế cạnh tranh (xem Porter 1990). Vận may là những sự kiện xảy ra mà không có quan hệ một cách nhân quả rõ rệt với các điều kiện của địa phương (chẳng hạn như việc Microsoft đặt trụ sở chính ở Seattle). Chính phủ có thể giúp tăng cường (hoặc triệt tiêu bớt) lợi thế cạnh tranh thông qua các chính sách thuận lợi (hoặc bất lợi) cho các nhà đầu tư và cho việc cải thiện hiệu quả.

Hình 4. Các nguồn gốc của lợi thế cạnh tranh địa phương



Nguồn: Porter (2008, tr. 227).

II.1.6. Vai trò của nhà nước trong phát triển cụm ngành

Những phân tích và ví dụ cho đến thời điểm này cho thấy vai trò hết sức quan trọng của nhà nước đối với sự hình thành và phát triển của cụm ngành. Nhìn từ góc độ lý thuyết, cơ sở để nhà nước can thiệp xuất phát từ các thất bại của thị trường - chẳng hạn như nhu cầu yếu ớt (nhất là trong giai đoạn đầu), rủi ro cao (đặc biệt là với công nghệ tiên phong), thị trường không đầy đủ (chưa có quỹ đầu tư mạo hiểm và cơ chế phòng ngừa rủi ro tài chính), người ăn theo (do tính chất hàng hóa công của khoa học và công nghệ), ngoại tác tiêu cực (đặc biệt liên quan đến tiêu chuẩn về an toàn sản phẩm và vệ sinh môi trường) v.v.

Từ góc độ thực tiễn chính sách, sự thành công của các doanh nghiệp nói riêng và của cụm ngành nói chung là một thắng lợi về kinh tế cho địa phương. Sự phát triển của cụm ngành góp phần tạo ra môi trường kinh doanh năng động và hấp dẫn. Đến lượt mình, môi trường này thu hút thêm các doanh nghiệp và nhà đầu tư, nhờ vậy tạo ra công ăn việc làm, tăng trưởng kinh tế, và mở rộng cơ sở thuế cho địa phương. Chính vì vậy, chính quyền địa phương có động cơ mạnh mẽ để đóng vai trò tích cực trong việc hỗ trợ, giúp cho cụm ngành ở địa phương mình trở nên phát đạt.

Vai trò của nhà nước có thể được thực hiện bằng nhiều cách và trên nhiều phương diện. Nhà nước có thể chủ động nhận diện những cụm ngành mới manh nha hay đang trỗi dậy để có chính sách hỗ trợ thích hợp. Đối với những cụm ngành hiện hữu, nhà nước cần đảm bảo các điều kiện cần thiết yếu, đồng thời giải quyết những trở ngại để chúng có thể tiếp tục phát triển - chẳng hạn như thông qua việc đảm bảo khả năng tiếp cận các nguồn lực và nhân tố sản xuất, tích cực thu hút đầu tư (trong và ngoài nước) vào các hoạt động nòng cốt và phụ trợ của cụm ngành.

Như chúng ta đã thấy, sự phát triển của một cụm ngành không chỉ phụ thuộc vào các bộ phận trong cụm ngành đó mà có thể còn dựa trên và đòi hỏi sự phát triển của những cụm ngành khác có liên quan. Vì vậy, trong chính sách phát triển cụm ngành của mình, nhà nước nên hướng vào những chính sách hỗ trợ rộng rãi (chứ không nhất thiết chỉ hỗ trợ cá biệt cho một vài bộ phận của cụm ngành), chẳng hạn như thông qua việc tạo ra môi trường kinh doanh hấp dẫn, xây dựng cơ sở hạ tầng thích hợp, nâng cao chất lượng giáo dục và đào tạo nghề, cải thiện chất lượng và mức độ bao phủ của các chính sách y tế và an sinh xã hội v.v.

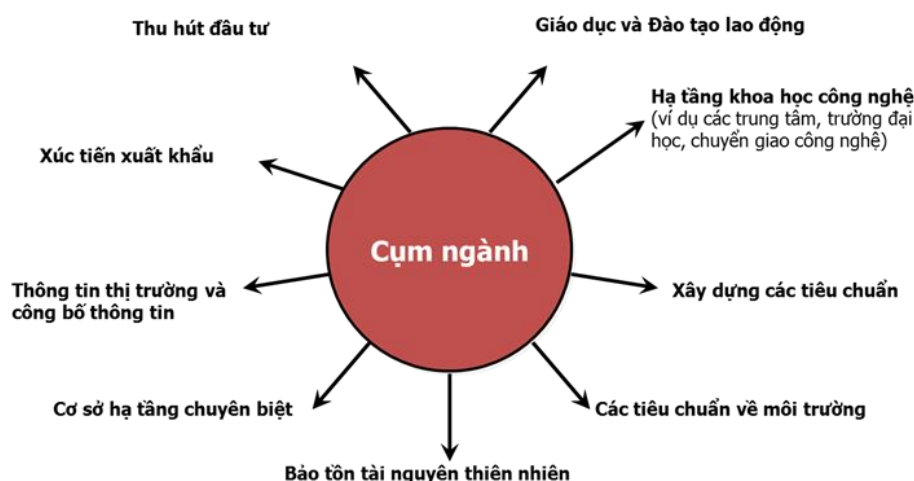
Ở mức độ chủ động cao hơn, nhà nước không chỉ dừng lại ở việc nâng đỡ các cụm ngành manh nha hay trợ giúp các cụm ngành đang tồn tại, mà còn sử dụng cụm ngành như một công cụ chính sách và lấy (một số) cụm ngành làm trung tâm trong chiến lược phát triển kinh tế (xem Hộp 3).

Hộp 3. Cụm ngành như một công cụ chính sách

Cụm ngành có thể đóng vai trò như:

- Một diễn đàn giúp khuyến khích sự hợp tác giữ khu vực tư nhân (gồm cả MNCs) với các hiệp hội thương mại, cơ quan chính phủ, trường đại học, viện nghiên cứu
- Một cơ chế đối thoại có tính xây dựng giữa chính phủ và doanh nghiệp
- Một công cụ giúp phát hiện các cơ hội cũng như nguy cơ, từ đó xây dựng chiến lược và gợi ý hành động thích hợp
- Một phương thức tổ chức và thực hiện chính sách
- Một phương tiện thực hiện các đầu tư (công và tư) giúp tăng cường sức mạnh cho nhiều đối tượng cùng một lúc
- Một cách thức thúc đẩy các loại hình cạnh tranh năng động và tinh vi hơn thay vì bóp méo thị trường

Hình 5. Mô hình cách tiếp cận chính sách lấy cụm ngành làm trung tâm



Mặc dù vai trò tích cực của nhà nước là cần thiết để có thể phát triển cụm ngành, song vai trò này cần có một điểm dừng nhất định. Nói cách khác, nhà nước cần xuất phát từ những tiền đề và nương theo những lợi thế có sẵn (xem Hình 5). Không nên xây dựng cụm ngành một cách chủ quan, duy ý chí. Kinh nghiệm quốc tế và trong nước đều cho thấy việc nhà nước đứng ra tạo lập cụm ngành hoàn toàn mới bằng cách tự đứng ra đầu tư, trợ giá, và bảo hộ, bất chấp điều kiện về nhân tố sản xuất, nhu cầu, cấu trúc thị trường và ngành phụ trợ thường dẫn tới thất bại hơn là thành công.

II.2. Cơ sở lý thuyết về chuỗi giá trị toàn cầu

II.2.1. Khái niệm chuỗi giá trị toàn cầu

Theo nghĩa đơn giản, chuỗi giá trị bao gồm các hoạt động cần thiết của một chu trình sản xuất sản phẩm hoặc dịch vụ kể từ giai đoạn nghiên cứu sáng chế, qua các giai đoạn khác nhau của quá trình sản xuất, phân phối đến người tiêu dùng cuối cùng, cũng như xử lý rác thải sau khi sử dụng (Kaplinsky 2000). Tuy nhiên, chuỗi giá trị trên thực tế phức tạp hơn với nhiều liên kết hơn. Chuỗi giá trị theo nghĩa rộng là một phức hợp những hoạt động do nhiều người tham gia khác nhau thực hiện để biến nguyên liệu thô thành thành phẩm được bán lẻ và tiêu dùng. Các hoạt động này bao gồm các hoạt động trực tiếp bắt đầu từ sản xuất nguyên vật liệu, thu mua, chế biến, đến bán sỉ, bán lẻ, và các hoạt động hỗ trợ như cung cấp đầu vào, dịch vụ tài chính, vận tải, đóng gói và tiếp thị (xem Sonja Vermeulen và cộng sự, 2008). Do đó chuỗi giá trị bao gồm không chỉ các hoạt động sản xuất mà cả các vấn đề về tổ chức và điều phối, chiến lược và mối quan hệ quyền lực của các tác nhân khác nhau trong chuỗi. Nếu một chuỗi giá trị của một sản phẩm hay dịch vụ diễn ra qua nhiều nước trên phạm vi toàn cầu thì chuỗi giá trị đó được gọi là chuỗi giá trị toàn cầu (GVC - Global Value Chain). Chuỗi giá trị toàn cầu là chuỗi giá trị cho phép các công đoạn của chuỗi đặt tại những địa điểm (quốc gia) có khả năng mang lại hiệu quả cao nhất với chi phí thấp nhất.

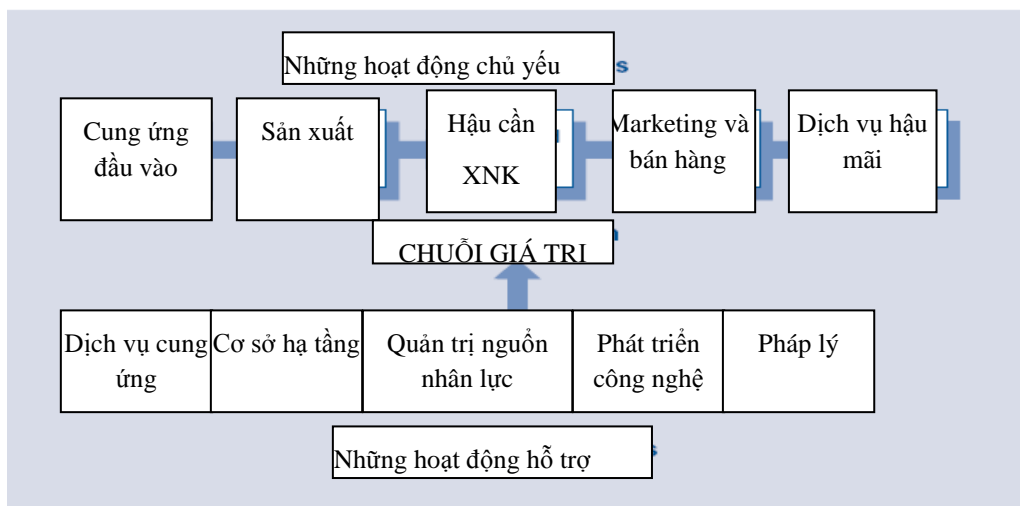
Trước khi khái niệm “chuỗi giá trị” được thống nhất và sử dụng rộng rãi như hiện nay, một số các nhà nghiên cứu, chuyên gia đã sử dụng một số thuật ngữ có thể xem như là tiền thân của khái niệm “chuỗi giá trị”. Điển hình là các khái niệm sau đây:

Khái niệm về dòng (bắt nguồn từ thuật ngữ *filière* của tiếng Pháp): Khái niệm này được sử dụng để mô tả dòng các yếu tố đầu vào vật chất và dịch vụ trong sản xuất một sản phẩm cuối cùng (một sản phẩm hay một dịch vụ).

Khái niệm về chuỗi giá trị của M. Porter (1985): Theo quan điểm của ông thì chuỗi giá trị là “*tổng thể các hoạt động liên quan đến sản xuất và tiêu thụ một sản phẩm hoặc dịch vụ nào đó. Trong chuỗi giá trị diễn ra quá trình tương tác giữa các yếu tố cần và đủ để tạo ra một hoặc một nhóm sản phẩm và các hoạt động phân phối, tiêu thụ sản phẩm, nhóm sản phẩm đó theo một phương thức nhất định. Giá trị tạo ra của chuỗi là tổng các giá trị tạo ra tại mỗi công đoạn của chuỗi*”. Khái niệm này cho thấy chuỗi giá trị gồm các hoạt động chủ yếu (primary activities) như chuẩn bị sản xuất (inbound logistics), sản xuất (operations), hậu cần sau sản xuất (outbound logistics), tiếp thị và bán hàng (marketing và sales), và hậu bán hàng (after sales). Các công đoạn này diễn ra kế tiếp nhau và tác động lẫn nhau để cùng tạo ra sản phẩm và tiêu thụ sản phẩm. Để duy trì chuỗi giá trị, bên cạnh các hoạt động chủ yếu chuỗi giá trị còn có các hoạt động hỗ trợ bao gồm lập kế hoạch chiến lược (planning), quản lý hành chính (administration), phát triển cơ sở hạ tầng (infrastructure development), quản lý nguồn nhân lực (human resource management), cung cấp thông tin (information), phát triển công nghệ (technology development), và mua đầu vào (procurement). Theo Porter, “*mặc dù các hoạt động tạo ra giá trị được dựa trên các lợi thế cạnh tranh, nhưng chuỗi giá trị không phải là tập hợp của các hoạt động độc lập. Các hoạt động tạo ra giá trị có liên quan với nhau qua các mối liên kết trong chuỗi giá trị*”.

Cách phân loại của Porter mang tính tổng quát và không nhất thiết phù hợp với tất cả các quy trình sản xuất, nhưng có thể được điều chỉnh để áp dụng và phân tách theo các hoạt động nhỏ hơn nhằm thiết lập các mối quan hệ liên quan khi áp dụng cho các ngành khác nhau. Theo khung khái niệm của Porter, việc phân tích chuỗi giá trị nhằm mục đích đánh giá lợi thế cạnh tranh của công ty cũng như NLCT của cụm ngành.

Hình 6. Chuỗi giá trị theo cách tiếp cận của Michael Porter (1985)



Nguồn: Porter (1985).

Chuỗi hàng hóa (Commodity chains) của Gereffi (2001): Chuỗi hàng hóa bao gồm các hoạt động liên quan đến hoạt động thiết kế, sản xuất và marketing một sản phẩm. Theo Gereffi (2001) có hai loại chuỗi hàng hóa. Thứ nhất là chuỗi hàng hóa do phía cung tạo ra. Đây là những chuỗi hàng hóa mà trong đó tác nhân chính các nhà sản xuất lớn, thường là những nhà sản xuất xuyên quốc gia hợp nhất theo chiều dọc đóng vai trò trung tâm trong việc phối hợp các mạng lưới sản xuất quốc tế. Các ngành CN thâm dụng vốn và công nghệ như sản xuất xe hơi, máy bay, điện tử là đặc trưng của chuỗi cung ứng do phía cung quyết định. Thứ hai là chuỗi hàng hóa do phía cầu hay người mua quyết định. Đây là đặc trưng của những ngành CN sản xuất hàng tiêu dùng thâm dụng lao động như ngành may mặc, giày dép, và các hàng thủ công khác. Các nhà bán lẻ lớn, các nhà buôn và các nhà sản xuất có thương hiệu là những tác nhân chính đóng vai trò cốt yếu trong việc hình thành các mạng lưới sản xuất được phân cấp tại nhiều quốc gia XK. Đặc điểm chính của chuỗi giá trị do người mua quyết định là sự hợp nhất theo mạng lưới để thúc đẩy sự phát triển của các khu chế xuất và thực hiện thuê gia công toàn cầu của các nhà bán lẻ.

Ngành dệt may là một minh họa kinh điển của chuỗi giá trị do người mua quyết định, việc tạo ra sản phẩm cuối cùng phải qua nhiều công đoạn và hoạt động sản xuất thường được tiến hành ở nhiều nước. Trong đó các nhà sản xuất với thương hiệu nổi tiếng, các nhà buôn, nhà bán lẻ lớn đóng vai trò then chốt trong việc thiết lập mạng lưới sản xuất và định hình việc tiêu thụ hàng loạt thông qua các thương hiệu mạnh và sự phụ thuộc của chúng vào những chiến lược thuê gia công toàn cầu nhằm thỏa mãn nhu cầu này (Gereffi, 1999).

Gereffi và Memodovic (2003) đã phân chia chuỗi giá trị dệt may toàn cầu thành năm phân khúc chính. Phân khúc thứ nhất là mạng lưới nguyên liệu thô, bao gồm các hoạt động sản xuất sợi thiên nhiên và sợi tổng hợp. Phân khúc thứ hai là mạng lưới nguyên phụ liệu, bao gồm các công ty dệt sử dụng nguyên liệu đầu vào là các loại sợi từ mạng lưới nguyên liệu thô. Phân khúc thứ ba là mạng lưới sản xuất, bao gồm các nhà máy may mặc, các nhà thầu phụ may mặc tập trung chủ yếu ở Bắc Mỹ và Châu Á thực hiện việc thiết kế, cắt, may và hoàn thiện sản phẩm. Phân khúc thứ tư là mạng lưới XK được điều hành bởi các công ty may mặc có thương hiệu, các công

ty thương mại để chuyển sản phẩm tới cho các nhà bán lẻ trên toàn thế giới. Phân khúc thứ năm là mạng lưới tiếp thị được thực hiện bởi các nhà bán lẻ trên toàn thế giới để đưa sản phẩm tới người tiêu dùng cuối.

Đường cong nụ cười: Mô hình chuỗi giá trị có thể được xem xét từ nhiều khía cạnh khác nhau. Trước hết, có thể nhận thấy sự phân bố giá trị trong các ngành sản xuất khác nhau có sự khác nhau đáng kể và nó còn phụ thuộc vào trình độ phát triển của khoa học – công nghệ, trình độ tổ chức và sản xuất, tư duy kết nối toàn cầu và mức độ mở cửa của các nền kinh tế, các thị trường đầu vào và đầu tư. Chuỗi giá trị khác nhau ở từng tổ chức cụ thể và mỗi tổ chức là một chuỗi giá trị đặc thù. Tuy nhiên, có thể mô phỏng mức độ phân bố giá trị của các khâu trong chuỗi giá trị toàn cầu (GVC) của một số mặt hàng cụ thể qua các dạng: dạng parabol “ngửa”, dạng parabol “úp” và dạng đường thẳng.

Với dạng này, các khâu trong chuỗi giá trị có mật độ giá trị cao rơi vào các khâu đầu là thiết kế và khâu cuối là khâu tiêu thụ. Khâu đầu vốn là những khâu đòi hỏi đầu tư nhiều về kiến thức và thông tin; khâu cuối là khâu tiêu thụ được coi là khâu phức tạp nhất trong điều kiện cạnh tranh của nền kinh tế thị trường bao gồm các hoạt động thiết kế kênh tiêu thụ, chiến lược giá cả, quảng bá,... Nguyên nhân là do sự thay đổi liên tục của ngành sản xuất và sản phẩm với sự xuất hiện của các sản phẩm tinh xảo, có độ phức tạp ngày càng cao trong thiết kế hoặc sản phẩm nhằm đáp ứng nhu cầu cao của một nhóm khách hàng khó tính trong sử dụng. Chẳng hạn, trong GVC ngành dệt may, khâu đầu tiên chiếm tới 35% giá trị, khâu tiêu thụ chiếm tới khoảng 35 – 40% giá trị, còn khâu sản xuất chỉ chiếm khoảng 20 – 25% giá trị thậm chí còn thấp hơn. Cả khâu đầu và khâu cuối tập trung vào các nước CN phát triển như các nước Bắc Mỹ, EU và Nhật Bản,... còn khâu sản xuất ở giữa – khâu trực tiếp tạo ra giá trị lại được đặt ở các nước có nguồn lao động dồi dào và giá lao động rẻ như Trung Quốc, Việt Nam, Bangladesh v.v.

II.2.2. NLCT và nâng cấp CN nhìn từ lý thuyết chuỗi giá trị

Quá trình toàn cầu hóa mạnh mẽ trong những năm vừa qua đã dẫn đến sự phân công lại lao động ở các nước CN phát triển, các quốc gia có thu nhập trung bình và các nước đang phát triển ở trình độ thấp. Điều này đã thể hiện rõ ràng khi các quốc gia này tham gia vào chuỗi giá trị toàn cầu. Theo đó những hoạt động tạo ra giá trị gia tăng cao như thiết kế, nghiên cứu phát triển, tạo thương hiệu, tiếp thị, hậu cần, dịch vụ tài chính,... tập trung ở các nước có nền CN phát triển. Các hoạt động sản xuất (các hoạt động liên quan đến việc biến đổi hàng hóa) đòi hỏi năng lực sản xuất theo qui trình có mức độ phát triển cao được các nước có thu nhập trung bình như Trung Quốc, Thái Lan, Malaysia,... đảm trách. Trong khi các nước có trình độ thấp hơn sẽ đảm nhận những công việc liên quan đến hoạt động gia công dựa trên lợi thế cạnh tranh về lao động rẻ.

Tuy nhiên sự phân công này mang tính động bởi vì các công ty, các quốc gia khi tham gia vào chuỗi giá trị toàn cầu đều chịu sự cạnh tranh của các công ty, các quốc gia khác trong cùng phân khúc thậm chí ở những phân khúc khác. Sự cạnh tranh này dẫn đến hoặc các công ty, các quốc gia hoặc bị đào thải ra khỏi chuỗi giá trị vì không còn duy trì được lợi thế cạnh tranh về lao động giá rẻ, hay các bí quyết về công nghệ bị lỗi thời,... hoặc các công ty, các quốc gia này sẽ dịch chuyển lên những phân khúc có giá trị gia tăng cao hơn. Điển hình như một số quốc gia Đông Á đã dịch chuyển từ những phân khúc “lắp ráp” dựa trên lợi thế cạnh tranh về lao động giá rẻ sang những phân khúc thâm dụng tri thức hơn. Các nước Đông Á như Nhật những năm 1950, các nước như Hàn Quốc, Đài Loan, Singapore những năm 1970-1980 và Trung Quốc ở những năm 1990 đã trở thành những nhà XK toàn cầu nhờ việc tham gia vào chuỗi hàng hóa do người mua quyết định, trong đó các mặt hàng chủ yếu mà các nước này XK là những hàng hóa thâm dụng lao động như giày da, dệt may, đồ chơi trẻ em v.v.

Chìa khóa cho sự thành công của các nước Châu Á trong việc tham gia chuỗi giá trị do người mua quyết định là họ đã nâng cấp từ những nhà sản xuất dựa chủ yếu vào hoạt động gia công trở thành những nhà cung cấp sản phẩm trọn gói hoặc sản xuất những thiết bị gốc (OEM - Original Equipment Manufacturing). Sau đó, Nhật Bản và một số các công ty thuộc các nước CN mới (NICs) đã trở thành những nhà sản xuất có thương hiệu riêng (OBM - Original Brand name Manufacturing) khi họ sản xuất những sản phẩm do họ thiết kế và làm thương hiệu. Sự thành công của các nước Đông Á trong việc chuyển từ các nhà sản xuất gia công sang các công ty cung cấp sản phẩm trọn gói nằm ở chỗ họ đã thiết lập được các mối liên kết chặt chẽ với các công ty “lãnh đạo” trong chuỗi hàng hóa do người mua quyết định. Các công ty “lãnh đạo” trong chuỗi giá trị do người mua quyết định chính là nguồn cung cấp yếu tố đầu vào, chuyển giao công nghệ và các “bí quyết” trong việc tổ chức mạng lưới tổ chức sản xuất.

Tóm lại, nhìn từ lý thuyết chuỗi giá trị các công ty, quốc gia khi tham gia vào chuỗi giá trị cần thiết phải tìm ra hướng đi trong việc nâng cấp CN để nâng cao NLCT và dịch chuyển lên những phân khúc có giá trị gia tăng cao hơn hoặc ít ra là phòng vệ để khỏi bị đào thải khỏi chuỗi giá trị mà họ tham gia. Về cơ bản có bốn hướng phát triển mà các công ty và thông qua đó, các quốc gia có thể áp dụng trong việc theo đuổi mục tiêu nâng cấp, cụ thể là:

- *Nâng cấp qui trình*: gia tăng tính hiệu quả của các qui trình nội bộ để cho các qui trình này tốt hơn đáng kể so với các đối thủ cạnh tranh, cả bên trong các liên kết riêng lẻ trong chuỗi (ví dụ, tốc độ quay vòng hàng tồn kho tăng lên, tỷ lệ hư hỏng thấp hơn) lẫn giữa các liên kết trong chuỗi (ví dụ, các lần giao hàng thường xuyên hơn, có số lượng nhỏ hơn và đúng thời điểm).
- *Nâng cấp sản phẩm*: giới thiệu các sản phẩm mới hay cải thiện các sản phẩm cũ nhanh hơn các đối thủ cạnh tranh. Điều này có liên quan đến việc thay đổi các qui trình phát triển sản phẩm mới cả bên trong các liên kết riêng lẻ trong chuỗi giá trị lẫn trong mối quan hệ giữa các liên kết chuỗi khác nhau.
- *Nâng cấp chức năng*: tăng giá trị gia tăng bằng cách thay đổi sự phối hợp các hoạt động mà doanh nghiệp thực hiện (ví dụ, đảm trách hoặc thuê ngoài các chức năng kế toán, hậu cần và chất lượng) hay chuyển dịch các hoạt động sang các liên kết khác trong chuỗi giá trị (ví dụ, từ chế tạo sang thiết kế), bằng cách điều chỉnh các hoạt động được đảm trách trong nội bộ một liên kết cụ thể, hoặc bằng cách dịch chuyển sang các hoạt động diễn ra ở các liên kết khác.
- *Nâng cấp chuỗi*: chuyển sang một chuỗi giá trị mới (ví dụ, các công ty Đài Loan đã chuyển từ việc chế tạo các máy thu thanh bán dẫn sang máy tính bỏ túi, sang tivi, sang màn hình máy vi tính, sang máy tính xách tay và hiện nay là điện thoại WAP).

Kinh nghiệm quốc tế cho thấy rằng có một trật tự cho quá trình nâng cấp CN theo đó bắt đầu từ việc nâng cấp quy trình rồi đến nâng cấp sản phẩm, nâng cấp chức năng và cuối cùng là nâng cấp chuỗi. Quá trình nâng cấp này tương ứng với sự dịch chuyển của các công ty, quốc gia dịch chuyển sang những phân khúc trong chuỗi giá trị như sau:

Bảng 6. Sự dịch chuyển những phân khúc trong chuỗi giá trị

Hướng đi	Nâng cấp quy trình	Nâng cấp sản phẩm	Nâng cấp chức năng	Nâng cấp chuỗi
Ví dụ	Gia công, lắp ráp → Sản xuất trọn gói →(EOA)	Thiết kế (ODM)	Làm thương hiệu (OBM)	Dịch chuyển sang chuỗi mới
Mức độ độc lập với người mua nước ngoài	Giá trị gia tăng thu về tăng dần			

Nguồn: Raphael Kaplinsky và Mike Morris, 2002.

Kinh nghiệm từ thành công của các nước Đông Á đã cho thấy một quy trình nâng cấp chuỗi giá trị từ sản xuất OEA (gia công, lắp ráp thiết bị) tạo ra ít giá trị sang nhà sản xuất thiết bị chính đến cung cấp các sản phẩm mang nhãn mác (thương hiệu) của người mua, rồi ODM (sản xuất có thiết kế) và giờ đây là OBM (sản xuất có thương hiệu cho riêng mình). Đó cũng là quy trình mà người sản xuất dần dần thoát khỏi sự phụ thuộc vào người mua toàn cầu trong việc thiết kế, tạo dựng thương hiệu cho chính mình và nhờ đó thu lại nhiều giá trị gia tăng từ sản phẩm.

Cụ thể hơn, việc gia nhập chuỗi giá trị toàn cầu sẽ đem lại những lợi ích sau cho các quốc gia trong việc nâng cao NLCT và nâng cấp CN:

Thứ nhất, việc nghiên cứu và quyết định gia nhập chuỗi giá trị toàn cầu của từng ngành đóng vai trò cốt yếu trong việc hiểu biết về nhu cầu và qui mô của khả năng cạnh tranh mang tính hệ thống của từng ngành. Cụ thể, sự phân tích và xác định các năng lực cốt lõi sẽ giúp các công ty trong việc tập trung chuyên môn hóa, đầu tư vào phát triển các hoạt động thế mạnh và thuê ngoài những chức năng mà nó không có khả năng đặc biệt. Xem xét dòng chảy các yếu tố đầu vào (sản phẩm và hàng hóa) trong chuỗi sản xuất cũng cho phép mỗi công ty quyết định hành vi của các bên liên quan đóng vai trò quan trọng trong thành công của mình như thế nào.

Thứ hai, việc tiếp cận theo hướng chuỗi giá trị toàn cầu sẽ giúp cho các công ty và các quốc gia hiểu biết hơn những thuận lợi và bất lợi nếu họ đang tập trung phát triển vào sản xuất hơn là dịch vụ, và từ đó họ sẽ nhận ra lý do tại sao các nhà sản xuất nào tạo được liên kết với thị trường cuối cùng có thể ảnh hưởng đến khả năng hưởng lợi từ việc tham gia vào các thị trường toàn cầu của mình. Từ đó thúc đẩy các ngành CN liên quan phát triển

Thứ ba, kinh nghiệm của các quốc gia cho thấy chính sự gia nhập vào chuỗi giá trị toàn cầu đã góp phần lớn trong việc giải thích việc tạo ra sự phân phối các lợi ích, đặc biệt là thu nhập cho những tác nhân tham gia. Sự thành công của việc gia nhập chuỗi giá trị toàn cầu ở các quốc gia phát triển cũng đã cho thấy rằng để tham gia vào các thị trường toàn cầu và đạt được sự tăng trưởng thu nhập bền vững thì đòi hỏi họ phải liên tục nâng cao khả năng học hỏi và nâng cấp NLCT. Điều này cũng thúc đẩy các chính phủ xây dựng và thực thi các chính sách CN, chính sách ngoại thương, chính sách thương mại thật tốt nhằm tạo khả năng cho các nhà sản xuất và quốc gia mình thâm nhập vào các phân khúc tạo ra nhiều giá trị gia tăng một cách dễ dàng hơn.

II.2.3. Quản trị chuỗi giá trị toàn cầu

Theo Humphrey và Schmitz (2002) quản trị chuỗi giá trị là quản trị mối quan hệ giữa các bên tham gia vào chuỗi và các cơ chế, thể chế thông qua đó các hoạt động điều phối phi thị trường được thực hiện. Nghiên cứu của Gereffi, Humphrey và Timothy Sturgeon (2005) đã đưa ra năm mô hình quản trị khác nhau của GVC gồm:

- *Thị trường*: Đây là hình thức đơn giản nhất của quản trị GVC. Cơ chế quản trị trung tâm là giá cả. Các mối liên kết giữa các hoạt động chuỗi giá trị không chặt chẽ vì các thông tin được trao đổi và kiến thức được chia sẻ là tương đối đơn giản. Do đó, chi phí để chuyển sang các đối tác khác là thấp cho các tác nhân trong chuỗi.
- *Chuỗi giá trị kiểu mẫu*: Các nhà cung cấp trong kiểu quản trị này cung cấp sản phẩm hoặc dịch vụ theo các chỉ dẫn chi tiết của khách hàng. Tuy vậy, khi cung cấp các dịch vụ theo dạng “chia khóa trao tay”, các nhà cung cấp có xu hướng chịu trách nhiệm hoàn toàn về quy trình công nghệ và thường sử dụng các loại máy móc phổ biến để thu hồi đầu tư từ một lượng khách hàng lớn. Điều này giữ chi phí chuyển đổi thấp và giới hạn đầu tư vào các giao dịch cụ thể, ngay cả khi quan hệ giữa người mua và nhà cung cấp là phức tạp. Các liên kết trong kiểu quản trị này chặt chẽ hơn kiểu quản trị thị trường giản đơn vì khối lượng thông tin luân chuyển trong liên kết giữa các công ty lớn hơn.
- *Chuỗi giá trị quan hệ*: Trong mô hình quản trị mạng lưới GVC có sự phụ thuộc lẫn nhau quy định bởi danh tiếng, và quan hệ xã hội gần gũi, gia đình và các quan hệ ràng buộc khác. Các ví dụ rõ ràng nhất của quản trị mạng theo kiểu này là trong các cộng đồng đặc biệt, hoặc "cụm CN", nhưng những ảnh hưởng do lòng tin và danh tiếng cũng có thể có tác dụng trong các mạng lưới không gắn kết. Vì sự tin tưởng và sự phụ thuộc lẫn nhau trong kiểu quản trị này cần nhiều thời gian để xây dựng, và các quan hệ xã hội gần gũi bị giới hạn bởi một số công ty tương đối nhỏ nên các chi phí chuyển đổi sang các đối tác mới thường cao hơn.
- *Chuỗi giá trị phụ thuộc*: Trong kiểu quản trị chuỗi này, nhà cung cấp nhỏ có xu hướng phụ thuộc vào những người mua lớn và người mua chi phối. Việc phụ thuộc vào một công ty đầu ngành làm tăng chi phí chuyển đổi đối với các nhà cung cấp. Trong mạng lưới có kiểu quản trị này, các công ty dẫn đầu thường đóng vai trò kiểm soát và giám sát chặt chẽ các hoạt động trong toàn chuỗi. Quan hệ quyền lực bất cân xứng trong chuỗi buộc các nhà cung cấp liên kết với khách hàng chặt chẽ hơn và do đó chi phí chuyển đổi cũng cao hơn.
- *Cấp bậc*: mô hình quản trị này là đặc trưng của hội nhập theo chiều dọc (tức là các giao dịch diễn ra bên trong một công ty duy nhất). Hình thức quản trị chi phối là kiểm soát việc quản lý, theo thứ tự từ người quản lý tới nhân viên hoặc từ trụ sở tới công ty con và chi nhánh.

Các nhân tố quyết định tới quản trị chuỗi dựa trên các tiêu chí về mức độ phức tạp của các giao dịch, khả năng hệ thống hóa giao dịch, năng lực cung ứng cũng như mức độ bất cân xứng quyền lực trong các các quản trị chuỗi khác nhau.

Bảng 7. Các nhân tố quyết định tới quản trị chuỗi

Dạng quản trị	Mức độ phức tạp của giao dịch	Khả năng hệ thống hóa giao dịch	Năng lực cung ứng	Mức độ bất cân xứng quyền lực
Thị trường	Thấp	Cao	Cao	Thấp
Mẫu	Cao	Cao	Cao	↕
Quan hệ	Cao	Thấp	Cao	
Phụ thuộc	Cao	Cao	Thấp	
Cấp bậc	Cao	Thấp	Thấp	Cao

Nguồn: Gary Gereffi, John Humphrey, Timothy Sturgeon, 2005.

Vai trò của “quản trị chuỗi” đối với việc hình thành loại hình chuỗi giá trị:

Vai trò lãnh đạo trong chuỗi giá trị thuộc về người mua. Đây là chuỗi giá trị do người mua quyết định.

Chuỗi giá trị do người mua chi phối (“Buyer-driven commodity chain”) là chuỗi trong đó những nhà bán lẻ lớn và các nhà sản xuất uy tín đóng vai trò then chốt trong việc thiết lập hệ thống sản xuất phi tập trung tại các nước đang phát triển, mà đặc biệt là tại các nước thuộc thế giới thứ ba. Đặc điểm chính của chuỗi giá trị do người mua quyết định là sự hợp nhất theo mạng lưới để thúc đẩy sự phát triển của các khu chế xuất và thực hiện thuê gia công toàn cầu của các nhà bán lẻ. Đây là đặc trưng của những ngành CN sản xuất hàng tiêu dùng thâm dụng lao động như ngành may mặc, giày dép, và các hàng thủ công khác.

Bảng 8. So sánh chuỗi giá trị do người bán và người mua chi phối

Các tiêu chí	Chuỗi do người bán chi phối	Chuỗi do người mua chi phối
Hoạt động chi phối	Sản xuất CN	Thương mại
Năng lực cốt lõi	Nghiên cứu và phát triển, sản xuất	Thiết kế, Marketing
Rào cản gia nhập	Lợi thế kinh tế theo quy mô	Lợi thế kinh tế theo đặc thù
Ngành hàng	Hàng tiêu dùng lâu bền, sản phẩm cấp trung, tư bản phẩm	Hàng tiêu dùng không lâu bền
Các ngành điển hình	Điện thoại, máy tính, máy bay	Hàng may mặc, giày dép, đồ chơi
Chủ thể hữu các công ty sản xuất	Các công ty xuyên quốc gia	Các công ty nội địa, chủ yếu ở các nước đang phát triển
Những liên kết hệ thống chính	Đầu tư	Thương mại
Kết cấu hệ thống	Theo chiều dọc	Theo chiều ngang

Nguồn: G. Gereffi, A Commodity Chains Framework for Analyzing Global Industries, 1999.

Vai trò lãnh đạo trong chuỗi giá trị thuộc về nhà sản xuất. Đây là chuỗi giá trị do người bán quyết định.

Chuỗi giá trị do người bán chi phối (“Producer-driven commodity chain”) là chuỗi trong đó các công ty, chủ yếu là các công ty đa quốc gia đóng vai trò trung tâm trong việc kết hợp hệ thống sản xuất (bao gồm cả liên kết xuôi chiều và ngược chiều). Các ngành CN thâm dụng vốn và công nghệ như sản xuất điện thoại, xe hơi, máy bay, điện tử là đặc trưng của chuỗi cung ứng này.

II.2.4. Phân tích chuỗi giá trị như một công cụ chính sách

Phân tích chuỗi giá trị giúp giải thích sự phân phối các lợi ích, đặc biệt là thu nhập, cho những ai tham gia vào nền kinh tế toàn cầu. Điều này làm cho việc xác định các chính sách mà có thể được thực thi nhằm tạo khả năng cho các nhà sản xuất và quốc gia riêng lẻ gia tăng tỷ phần của mình trong những lợi ích này trở nên dễ dàng hơn.

Phân tích chuỗi giá trị giúp các nền kinh tế nhận thấy những rủi ro khi tham gia vào quá trình toàn cầu hóa và tìm ra cách thức phù hợp tham gia vào quá trình toàn cầu hóa.

Phân tích chuỗi giá trị cung cấp một điểm gia nhập chủ yếu trong phân tích này, cũng như trong ý nghĩa chính sách mà được đặt ra:

- Nó xác định bản chất và các định tố của khả năng cạnh tranh, và đóng góp cụ thể vào việc nâng cao tầm nhìn từ công ty riêng lẻ sang nhóm các công ty có kết nối với nhau.
- Bằng cách tập trung vào tất cả các liên kết trong chuỗi (không chỉ là trong sản xuất) và tất cả các hoạt động trong mỗi liên kết (ví dụ, sự biến đổi vật chất của nguyên vật liệu trong liên kết sản xuất), phân tích chuỗi giá trị giúp xác định hoạt động nào được hưởng lợi tức tăng dần và hoạt động này phải chịu lợi tức giảm dần.
- Là kết quả của khả năng thực hiện những sự phân biệt có liên quan đến bản chất của lợi tức trong suốt các liên kết khác nhau trong chuỗi này, vì vậy các nhà hoạch định chính sách được trợ giúp trong việc hình thành các chính sách phù hợp và thực hiện các chọn lựa cần thiết. Những điều này có thể bảo vệ các liên kết đang bị đe dọa đặc biệt (nghĩa là các nhà sản xuất nghèo thuộc khu vực kinh tế phi chính thức) và/hoặc tạo điều kiện thuận lợi cho việc nâng cấp các liên kết khác nhằm tạo ra lợi tức lớn hơn.
- Phân tích chuỗi giá trị cho thấy rằng mặc dù có thể đã đạt được khả năng cạnh tranh thì phương thức kết nối vào nền kinh tế toàn cầu có thể đòi hỏi một sự tập trung vào các chính sách vĩ mô và những liên kết về định chế, và những điều này đòi hỏi một tập hợp khác của các phản ứng chính sách đối với những chính sách mang lại khả năng cạnh tranh ở cấp độ doanh nghiệp.
- Tham gia vào các thị trường toàn cầu, cho dù có thể cạnh tranh được vào một thời điểm thì có thể không tạo ra được sự tăng trưởng thu nhập bền vững theo thời gian. Bằng cách tập trung vào hướng đi liên quan đến sự tham gia vào thị trường toàn cầu, phân tích chuỗi giá trị cho phép một sự hiểu biết về các định tố động của sự phân phối thu nhập.
- Phân tích chuỗi giá trị không nhất thiết phải được giới hạn trong việc đánh giá mức độ qua đó sự tham gia vào các thị trường toàn cầu quyết định sự lan tỏa các lợi ích của toàn cầu hóa. Nó cũng có thể được sử dụng để hiểu biết về động thái của sự phân phối thu nhập trong nội bộ quốc gia, đặc biệt là trong các nền kinh tế lớn.

-
- Vì vậy, vấn đề chính sách chủ yếu không phải là liệu có tham gia vào các chuỗi giá trị toàn cầu không mà là phải thực hiện điều này như thế nào theo cách thức tạo ra sự tăng trưởng thu nhập bền vững.

II.3. Kết hợp khung phân tích cụm ngành và chuỗi giá trị cho ngành dệt may

II.3.1. Sự tương đồng và dị biệt của hai khái niệm cụm ngành và chuỗi giá trị

Toàn cầu hóa khiến doanh nghiệp nói chung và doanh nghiệp ở các nước đang phát triển nói riêng luôn chịu áp lực cải thiện hiệu quả và tăng cường NLCT, đặc biệt là trong các ngành CN chế tạo - chế biến thâm dụng lao động do sự xuất hiện liên tục của các nhà sản xuất mới với chi phí thấp. Một thách thức quan trọng mà doanh nghiệp chế tạo - chế biến ở các nước đang phát triển phải đối diện là làm thế nào để nâng cao NLCT, không chỉ ở thị trường nội địa mà cả trên thị trường toàn cầu, trong khi vẫn duy trì được một mức lợi nhuận khả dĩ. Những nghiên cứu về NLCT chỉ ra rằng chìa khóa để vượt qua thách thức này nằm ở khả năng “nâng cấp” (upgrading) hoạt động của doanh nghiệp. Nhìn chung, các nhà kinh tế thuộc mọi trường phái đồng ý với nhau rằng sự nâng cấp này có thể được thực hiện thông qua việc tạo ra sản phẩm tốt hơn, với hiệu quả cao hơn, hoặc tiến vào các hoạt động có giá trị gia tăng cao hơn (Porter 1990, Gereffi 1994, Kaplinsky 2000). Tuy nhiên, các nhà kinh tế lại có quan điểm khác nhau về phương diện tổ chức không gian của hoạt động sản xuất để thực hiện nâng cấp.

Một số quan điểm, ví dụ như của “địa kinh tế mới” (new economic geography), khoa học về vùng (regional science), nghiên cứu về sáng tạo (innovation studies), hay cụm ngành CN (industrial cluster) nhấn mạnh vai trò quyết định của các nhân tố địa phương đối với nâng cấp và NLCT. Các quan điểm này không chỉ lạc quan về khả năng nâng cao NLCT thông qua chính sách CN của địa phương hay của vùng, mà thậm chí còn cho rằng trong nền kinh tế toàn cầu, cơ sở bền vững duy nhất để duy trì lợi thế cạnh tranh nằm ở tri thức “bí truyền” (tacit knowledge), được sinh ra từ sự tương tác giữa các doanh nghiệp với nhau và với các tổ chức khác (như hiệp hội, trường đại học, viện nghiên cứu, thậm chí cả chính quyền) - nghĩa là những tương tác có tính địa phương.¹⁷

Đồng thời, một số quan điểm khác, trong đó nổi bật là chuỗi giá trị toàn cầu (global value chain - GVC), lại nhấn mạnh tới vai trò quyết định của những người mua toàn cầu (global buyers) và của quản trị chuỗi giá trị (chain governance) đối với nâng cấp và NLCT. Như vậy, theo quan điểm này, việc tham gia vào chuỗi giá trị toàn cầu là một cách thức quan trọng để nâng cấp để tăng cường NLCT. NLCT này, sau đó, trở thành cơ sở để doanh nghiệp tiếp tục vượt ra khỏi phạm vi địa phương để tiến lên những nấc thang cao hơn trong chuỗi giá trị toàn cầu.

Thoạt nhìn, hai cách tiếp cận về nâng cấp vừa trình bày có vẻ mâu thuẫn nhau. Cách tiếp cận cụm ngành nhấn mạnh tới vai trò của sự tương tác và phối hợp giữa các công ty và thể chế ở địa phương, trong khi cách tiếp cận chuỗi giá trị toàn cầu nhấn mạnh tới sự tương tác và phối hợp giữa các thành viên của chuỗi trên khắp thế giới. Những khía cạnh của sự khác biệt của hai cách tiếp cận này được tóm tắt trong Bảng 9. Tuy nhiên, như đã trình bày, mẫu số chung của cả hai cách tiếp cận này đều là nâng cấp và NLCT, và đây chính là cơ sở để chúng ta có thể kết hợp cả hai cách tiếp cận nhằm đánh giá, và từ đó thiết kế chính sách giúp tăng cường NLCT cho các ngành CN. Không những thế, sự kết hợp hai cách tiếp cận có thể vừa giữ lại những ưu điểm, đồng thời bổ khuyết được nhược điểm của mỗi cách tiếp cận. Cụ thể là trong khi bản thân các doanh nghiệp trong cụm ngành phải tham gia vào chuỗi giá trị quốc gia và/hoặc toàn cầu thì lý thuyết về cụm ngành lại không quan tâm đến quan hệ của cụm ngành với thế giới bên ngoài.

¹⁷ Trong phạm vi bài nghiên cứu này, chúng tôi chỉ thảo luận chi tiết đối với cách tiếp cận cụm ngành.

Cách tiếp cận chuỗi giá trị toàn cầu, vì vậy, có thể bỏ khuyết thiếu sót này. Tương tự như vậy, mặc dù khả năng nâng cấp của các thành viên trong chuỗi giá trị đều chịu tác động trực tiếp của các nhân tố địa phương, nhưng lý thuyết chuỗi giá trị thay lại bỏ qua những tương tác và phối hợp có tính địa phương.

Bảng 9. Quản trị và nâng cấp trong cách tiếp cận cụm ngành và chuỗi giá trị

	Cụm ngành	Chuỗi giá trị
Quản trị trong phạm vi địa phương	<ul style="list-style-type: none"> Quản trị địa phương mạnh, thể hiện qua sự hợp tác chặt chẽ giữa các công ty, các tổ chức tư nhân và nhà nước <p>Giảm rủi ro nhờ các cơ chế chia sẻ rủi ro ở địa phương</p>	<ul style="list-style-type: none"> Không thảo luận. <p>Hầu như bỏ qua sự hợp tác giữa các doanh nghiệp và chính sách của chính phủ</p>
<ul style="list-style-type: none"> Các quan hệ với thế giới bên ngoài 	<ul style="list-style-type: none"> Không có lý thuyết về mối quan hệ của cụm ngành với thế giới bên ngoài, hoặc giả định quan hệ này dựa trên giao dịch thị trường. 	<ul style="list-style-type: none"> Quản trị mạnh trong nội bộ chuỗi <p>Thương mại quốc tế ngày càng được quản lý thông qua các mạng lưới liên công ty.</p> <p>Giảm rủi ro nhờ các mối quan hệ trong chuỗi.</p>
<ul style="list-style-type: none"> Nâng cấp 	<ul style="list-style-type: none"> Nhấn mạnh vào nâng cấp tiệm tiến (học bằng hành) và lan tỏa đổi mới thông qua tương tác trong cụm ngành. Trung tâm đổi mới ở địa phương đóng vai trò quan trọng trong các sáng kiến nâng cấp lớn 	<ul style="list-style-type: none"> Nâng cấp tiệm tiến thông qua “học bằng hành” và do DN lãnh đạo chuỗi phân bổ nhiệm vụ mới cho các thành viên. Nâng cấp đột biến có thể được thực hiện bằng cách cho phép DN gia nhập vào chuỗi giá trị phức tạp hơn
<ul style="list-style-type: none"> Thách thức cạnh tranh chủ yếu 	<ul style="list-style-type: none"> Thúc đẩy hiệu quả chung thông qua tương tác trong cụm ngành 	<ul style="list-style-type: none"> Tiếp cận với các chuỗi và xây dựng quan hệ với các khách hàng lớn

Nguồn: Humphrey và Schmitz (2002).

II.3.2. Cách tiếp cận kết hợp cụm ngành và chuỗi giá trị

Trong phần này, chúng tôi sẽ trình bày chi tiết cách tiếp cận kết hợp cụm ngành và chuỗi giá trị để nâng cấp và cải thiện NLCT của các ngành CN chế biến - chế tạo thâm dụng lao động có định hướng XK ở các nước đang phát triển. Cách tiếp cận này sau đó sẽ được áp dụng cho ngành dệt may ở TP.HCM và một số địa phương lân cận.

Doanh nghiệp XK trong các ngành chế biến - chế tạo thâm dụng lao động luôn phải đối diện với sức ép cạnh tranh gay gắt trên thị trường toàn cầu, được biểu hiện rõ nét nhất qua áp lực phải liên tục cắt giảm chi phí để duy trì thế vị cạnh tranh trước những nhà sản xuất mới gia nhập thị trường với chi phí rẻ hơn. Tuy nhiên, việc đặt trọng tâm vào cắt giảm chi phí không phải là con đường duy nhất, lại càng không phải là con đường tốt nhất để duy trì lợi thế cạnh tranh. Các nghiên cứu lý thuyết và thực nghiệm từ nhiều năm nay cho thấy nâng cấp là cách tiếp cận toàn diện và có tính hệ thống hơn để tăng cường NLCT. Cụ thể là có bốn biện pháp nâng cấp bao

gồm nâng cấp quy trình, nâng cấp sản phẩm, nâng cấp chức năng, và nâng cấp liên ngành.¹⁸ Ba hình thức nâng cấp này đã được trình bày trong phần trên. Hình thức thứ tư - nâng cấp liên ngành - là đóng góp bổ sung của cách tiếp cận cụm ngành. Cụ thể là trong hình thức nâng cấp này, công ty của các cụm ngành di chuyển vào các hoạt động sản xuất mới dựa trên sự tận dụng năng lực của bản thân mình cũng như của các thành viên khác trong cụm ngành. Ví dụ như tri thức và năng lực sử dụng để sản xuất TV cũng có thể được sử dụng để sản xuất màn hình và các thiết bị máy tính khác. Chính những nỗ lực di chuyển theo chiều ngang sang các lĩnh vực mới như thế này đã giúp Đài Loan tiến vào và sau đó có một chỗ đứng vững chắc trong các ngành CN thâm dụng kỹ năng.

Có thể thấy ngay rằng bốn biện pháp nâng cấp này có thể được thực hiện qua việc tham gia ngày càng sâu hơn vào chuỗi giá trị toàn cầu và/hoặc cải thiện NLCT của các thành tố trong cụm ngành ở địa phương. Đến đây, chúng ta cần làm rõ sự tương tác giữa các thành tố của cụm ngành có tính địa phương với chuỗi giá trị có tính toàn cầu.

Với đối tượng phân tích của nghiên cứu này là các ngành CN chế biến - chế tạo thâm dụng lao động có định hướng XK ở các nước đang phát triển, tương tác đầu tiên giữa hai nhân tố “địa phương” và “toàn cầu” xuất phát từ việc doanh nghiệp muốn vươn ra thị trường quốc tế. Tuy nhiên, vì ở một nước đang phát triển, hơn nữa lại trong ngành thâm dụng lao động, nên đại đa số doanh nghiệp không thể tự mình tiến ra thị trường quốc tế, mà thường phải phụ thuộc vào các doanh nghiệp NK và người mua toàn cầu. Nói cách khác, cách thức phổ biến để các doanh nghiệp này, bất kể chúng thuộc cụm ngành nào hay ở địa phương nào, có thể XK là gia nhập vào các chuỗi giá trị toàn cầu.

Ở chiều ngược lại, mọi doanh nghiệp, dù thuộc chuỗi giá trị toàn cầu nào đi chăng nữa, cũng nằm ở một (hay một số) địa phương nhất định. Khi ấy, những yếu tố có tính địa phương như môi trường cạnh tranh, thị trường lao động, hay cơ sở hạ tầng không nhiều thì ít đều có tác động đến kết quả hoạt động của các doanh nghiệp này. Nói cách khác, hai doanh nghiệp mặc dù ở cùng một nấc thang trong cùng một chuỗi giá trị toàn cầu nhưng ở hai địa phương khác nhau hoàn toàn có thể đứng trước các khả năng và cơ hội nâng cấp rất khác nhau, phụ thuộc vào mức độ thuận lợi hay khó khăn của các nhân tố có tính địa phương. Nói như vậy cũng có nghĩa là ở mỗi địa phương, ứng với những điều kiện đặc thù của mình sẽ có những lợi thế cạnh tranh nhất định, và do đó có lợi khi chuyên môn hóa vào một số khâu nào đó trong toàn chuỗi giá trị toàn cầu. Đồng thời, những yếu tố bất lợi của địa phương cũng cản trở các doanh nghiệp ở địa phương đó di chuyển sang các khâu khác trong chuỗi giá trị toàn cầu. Như chúng ta sẽ thấy trong phần đánh giá NLCT ngành dệt may ở TP.HCM và một số địa phương lân cận, những điều kiện hiện hữu giúp các doanh nghiệp dệt may ở đây có lợi thế tương đối trong hoạt động gia công (như cắt, may), nhưng lại ngăn cản chúng chuyển sang các hoạt động có giá trị gia tăng cao hơn (như thiết kế, xây dựng thương hiệu, hay phân phối).

Hình 7 minh họa sơ đồ kết hợp chuỗi giá trị toàn cầu và cụm ngành, trong đó các thành tố của cụm ngành và chuỗi giá trị có tính địa phương nằm trọn vẹn trong khung chữ nhật màu đỏ. Hình này được xây dựng theo 3 bước:

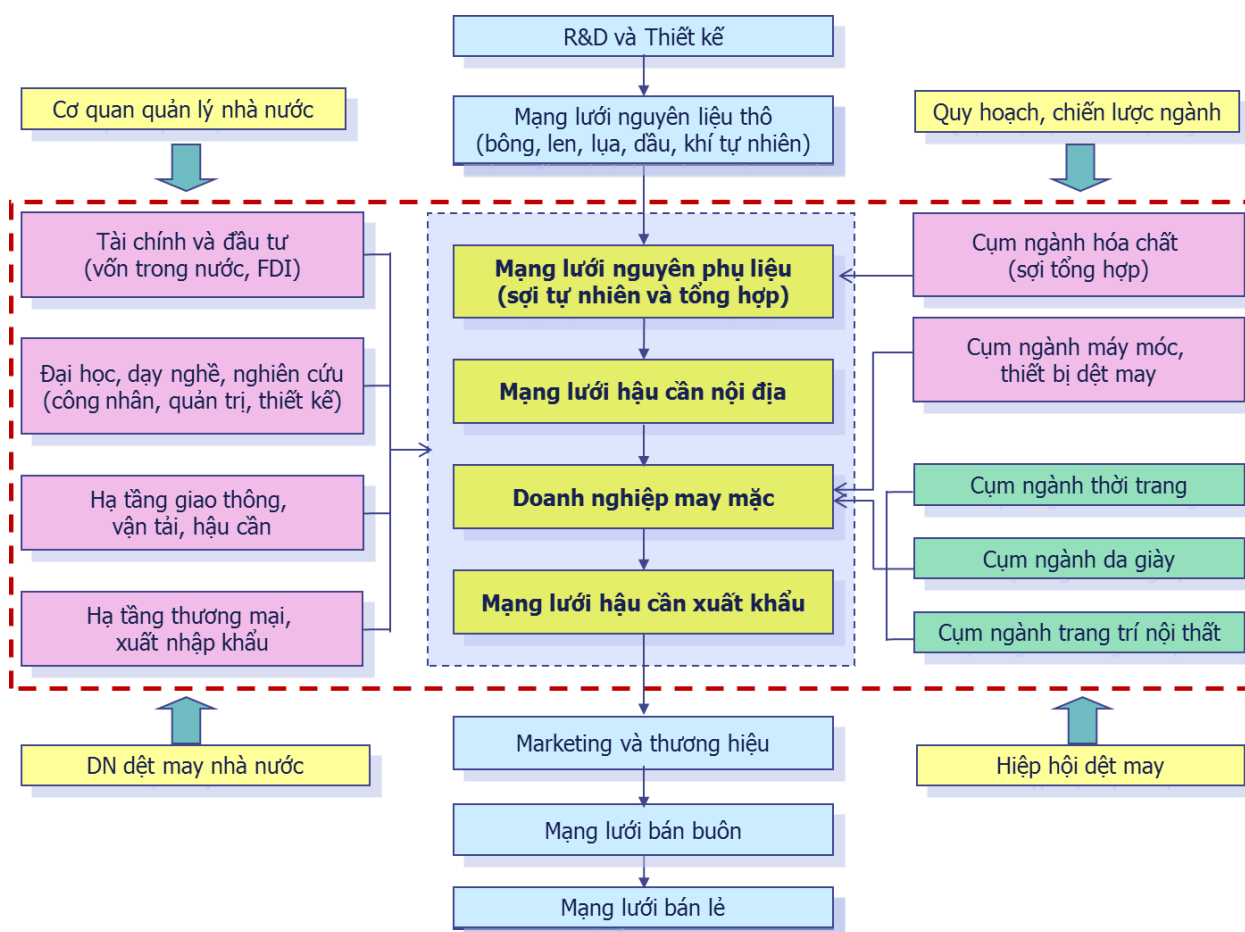
- Bước 1: Vẽ sơ đồ chuỗi giá trị toàn cầu
- Bước 2: Vẽ sơ đồ cụm ngành cho Vùng
- Bước 3: Xác định giao diện của chuỗi giá trị toàn cầu và cụm ngành của Vùng, từ đó xác định được ranh giới của cụm ngành và chuỗi giá trị (đường nét đứt đậm).

¹⁸ Xem thêm Humphrey và Schmitz (2002).

Nếu nhìn vào chuỗi giá trị (nhằm dọc theo trung tâm Hình 7), có thể thấy rằng các doanh nghiệp Việt Nam chỉ có chỗ đứng trong bốn khâu, bao gồm mạng lưới nguyên phụ liệu, mạng lưới hậu cần nội địa, doanh nghiệp may mặc, và mạng lưới hậu cần XK. Nói cách khác, về cơ bản, chuỗi giá trị dệt may nội địa của Việt Nam chỉ bao gồm bốn khâu này. Nếu nhìn chi tiết hơn thì trên thực tế, Việt Nam chỉ có thể mạnh trong hoạt động cắt may (CMT), còn mạng lưới hậu cần nguyên phụ liệu, hậu cần nội địa, và hậu cần XK đều có chất lượng hạn chế (xem phân tích chi tiết ở các phần sau). Điều này cũng có nghĩa là các doanh nghiệp của Việt Nam hầu như không tham gia được vào các hoạt động ở thượng nguồn (như thiết kế và sản xuất nguyên liệu thô) cũng như ở hạ nguồn (như thương hiệu, bán buôn và bán lẻ), mặc dù biết rằng đây là những khâu có giá trị gia tăng cao hơn hẳn so với cắt may.

Tình trạng này không xuất hiện một cách tự nhiên, đồng thời cũng không hề có tính chất tiền định, mà xuất phát từ sự yếu kém của bản thân các doanh nghiệp trong ngành dệt may cũng như từ các điều kiện hỗ trợ có tính địa phương. Chẳng hạn như chất lượng giáo dục, đào tạo, và nghiên cứu bắt cập làm cho chất lượng công nhân, kỹ sư, nhà quản lý và thiết kế của Việt Nam thấp kém so với các đối thủ cạnh tranh, vì vậy không thể vươn lên những nấc thang có giá trị gia tăng cao hơn và đành phải bằng lòng tập trung gần như hoàn toàn vào hoạt động may gia công, không chỉ với lợi nhuận thấp mà luôn chịu sức ép cạnh tranh khốc liệt về giá cả. Tương tự như vậy, sự yếu kém của các cụm ngành liên quan (như thời trang, da giày, nội thất) cũng làm hạn chế khả năng nâng cấp liên ngành của các doanh nghiệp dệt may Việt Nam.

Hình 7. Ví dụ minh họa về chuỗi giá trị và cụm ngành dệt may



PHẦN III. BỐI CẢNH THỊ TRƯỜNG VÀ CẠNH TRANH QUỐC TẾ

Đối với một số nước đang phát triển, dệt may là một ngành XK chủ lực, đồng thời KNXK dệt may lớn hơn nhiều so với giá trị tiêu dùng nội địa. Điều này cũng có nghĩa là ngành dệt may của các quốc gia này phụ thuộc rất nhiều vào môi trường cạnh tranh và thị trường quốc tế. Cả hai nhân tố này - môi trường cạnh tranh và thị trường quốc tế - đã trải qua nhiều thay đổi to lớn trong vòng 10 năm trở lại đây, được thúc đẩy bởi sự nổi lên mạnh mẽ của những người mua có tổ chức cùng các chiến lược thuê ngoài của họ, việc hết hiệu lực của Hiệp định đa sợi (MFA) vào cuối năm 2004, cuộc khủng hoảng kinh tế toàn cầu trong giai đoạn 2007-2009 và sự suy giảm nghiêm trọng của các nền kinh tế lớn vốn là những thị trường NK hàng may mặc quan trọng nhất. Trong bối cảnh này, ngành dệt may Việt Nam nói chung cũng như từng doanh nghiệp dệt may Việt Nam nói riêng cần đánh giá lại các xu thế lớn về thị trường và cạnh tranh - chủ đề mà phần này sẽ thảo luận.

III.1. Vị trí của Việt Nam trong thị trường xuất nhập khẩu dệt may toàn cầu

Theo số liệu của Tổ chức Thương mại Thế giới (WTO), KNXK các sản phẩm may mặc của Việt Nam năm 2012 đạt trên 14 tỷ USD, chiếm tỷ trọng hơn 3,33% tổng KNXK may mặc toàn cầu, đứng thứ 7 trên thế giới, sau các nước và vùng lãnh thổ như Trung Quốc, Hồng Kông, I-ta-lia, Băng-la-đét, Đức và Thổ Nhĩ Kỳ (xem Bảng 10).

Bảng 10. Việt Nam và 10 quốc gia có KNXK sản phẩm may mặc lớn nhất

Quốc gia	2005		2012		Thứ hạng		Tốc độ tăng 2005-12
	Kim ngạch (triệu USD)	Tỷ trọng	Kim ngạch (triệu USD)	Tỷ trọng	2005	2012	
Trung Quốc	74.163	26,68%	159.614	37,76%	1	1	11,57%
Hồng Kông	27.292	9,82%	22.573	5,34%	2	2	-2,68%
I-ta-lia	18.655	6,71%	22.148	5,24%	3	3	2,48%
Băng-la-đét	6.890	2,48%	19.948	4,72%	9	4	16,40%
Đức	12.394	4,46%	17.575	4,16%	4	5	5,12%
Thổ Nhĩ Kỳ	11.833	4,26%	14.290	3,38%	5	6	2,73%
Việt Nam	4.681	1,68%	14.068	3,33%	15	7	17,02%
Ấn Độ	8.739	3,14%	13.833	3,27%	6	8	6,78%
Pháp	8.500	3,06%	10.301	2,44%	7	9	2,78%
Tây Ban Nha	4.145	1,49%	9.675	2,29%	17	10	12,87%
Mê-hi-cô	7.306	2,63%	4.449	1,05%	8	17	-6,84%
Toàn cầu	277.988	100,00%	422.686	100,00%			6,17%

Nguồn: Cơ sở dữ liệu WTO.

Đây là một kết quả hết sức ấn tượng của ngành may mặc Việt Nam nếu so sánh với năm 2005, khi đó KNXK may mặc của Việt Nam chỉ khoảng gần 4,7 tỉ USD, chiếm tỷ trọng 1,68% và đứng thứ 15 trên thế giới. Tính chung trong giai đoạn 2005-2012, KNXK các sản phẩm may

mặc của Việt Nam đạt tốc độ tăng trưởng bình quân ở mức trên 17% một năm, cao hơn tất cả các quốc gia trong nhóm 10 nước có KNKK may mặc dẫn đầu và cao hơn nhiều so với mức bình quân 6,17% của thế giới.

Trong khi đó, về nhập khẩu hàng may mặc, năm 2012 KNNK của Việt Nam chỉ đạt 603 triệu USD, chiếm tỷ trọng 0,14% tổng KNNK sản phẩm may mặc toàn cầu, đứng thứ 51 trên thế giới. Tuy nhiên, tính chung trong giai đoạn 2005-2012, KNNK hàng may mặc của Việt Nam đạt mức tăng trưởng bình quân 8,92%, cao hơn nhiều so với 10 nước có KNNK sản phẩm may mặc lớn nhất thế giới cũng như so với mức bình quân chung của thế giới (6,78%) (xem Bảng 11). Hoa Kỳ luôn là nước dẫn đầu về quy mô KNNK sản phẩm may mặc, tiếp theo đó là các nước Nhật Bản, Đức và Anh Quốc.

Bảng 11. Việt Nam và 10 quốc gia có KNNK sản phẩm may mặc lớn nhất

Quốc gia	2005		2012		Thứ hạng		Tốc độ tăng 2005-12
	Kim ngạch (triệu USD)	Tỷ trọng	Kim ngạch (triệu USD)	Tỷ trọng	2005	2012	
Hoa Kỳ	80.071	28,68%	87.957	19,91%	1	1	1,35%
Nhật Bản	22.539	8,07%	33.942	7,68%	3	2	6,02%
Đức	25.155	9,01%	33.641	7,61%	2	3	4,24%
Anh Quốc	20.227	7,25%	22.466	5,08%	4	4	1,51%
Pháp	18.000	6,45%	22.004	4,98%	6	5	2,91%
Hồng Kông	18.437	6,60%	16.338	3,70%	5	6	-1,71%
I-ta-lia	12.198	4,37%	15.791	3,57%	7	7	3,76%
Tây Ban Nha	9.471	3,39%	13.895	3,14%	8	8	5,63%
Hà Lan	6.905	2,47%	9.990	2,26%	10	9	5,42%
Canada	5.975	2,14%	9.365	2,12%	11	10	6,63%
Việt Nam	332	0,12%	603	0,14%	53	51	8,92%
Toàn cầu	279.174	100,00%	441.828	100,00%			6,78%

Nguồn: Cơ sở dữ liệu WTO.

Đối với sản phẩm dệt, mặc dù KNKK không lớn so với may mặc nhưng ngành này lại có tốc độ tăng trưởng xuất khẩu rất cao. Trong giai đoạn 2005-2012, KNKK các sản phẩm dệt của Việt Nam đạt mức tăng trưởng hơn 28,15%, cao hơn rất nhiều so với mức tăng trưởng bình quân của thế giới, 5,01%, và thậm chí còn cao hơn nước dẫn đầu về KNKK dệt là Trung Quốc (12,81%). Điều này càng có ý nghĩa hơn đối với Việt Nam bởi trong cùng thời kỳ, một số nước trong nhóm dẫn đầu đã có sự sụt giảm về kim ngạch, chẳng hạn như I-ta-lia (-1,7%, từ hạng 2 xuống hạng 5), Hồng Kông (-3,8%, từ hạng 3 xuống hạng 8), Bỉ (-2,9%, từ hạng 9 xuống hạng 12). Trong khi đó, với tổng KNKK dệt đạt hơn 4,1 tỉ USD năm 2012, Việt Nam hiện đang đứng thứ 17 trên thế giới, tăng mạnh so với thứ hạng 33 vào năm 2005. Mặc dù vậy, tỷ trọng KNKK dệt của Việt Nam hiện vẫn chỉ chiếm 1,44% tổng KNKK dệt của thế giới (Bảng 12).

Bảng 12. Việt Nam và 10 quốc gia có KNXK dệt lớn nhất

Quốc gia	2005		2012		Thứ hạng		Tốc độ tăng 2005-12
	Kim ngạch (triệu USD)	Tỷ trọng	Kim ngạch (triệu USD)	Tỷ trọng	2005	2012	
Trung Quốc	41.050	20,24%	95.450	33,41%	1	1	12,81%
Ấn Độ	8.331	4,11%	15.274	5,35%	8	2	9,04%
Đức	13.578	6,69%	14.438	5,05%	4	3	0,88%
Hoa Kỳ	12.398	6,11%	13.485	4,72%	5	4	1,21%
I-ta-lia	14.834	7,31%	13.153	4,60%	2	5	-1,70%
Hàn Quốc	10.391	5,12%	11.970	4,19%	6	6	2,04%
Thổ Nhĩ Kỳ	7.076	3,49%	11.054	3,87%	11	7	6,58%
Hồng Kông	13.830	6,82%	10.546	3,69%	3	8	-3,80%
Đài Loan	9.706	4,79%	10.293	3,60%	7	9	0,84%
Pa-kix-tan	7.087	3,49%	8.705	3,05%	10	10	2,98%
Việt Nam	725	0,36%	4.117	1,44%	33	17	28,15%
Toàn cầu	202.839	100,00%	285.668	100,00%			5,01%

Nguồn: Cơ sở dữ liệu WTO.

Bảng 13. Việt Nam và 10 quốc gia có KNNK dệt lớn nhất

Quốc gia	2005		2012		Thứ hạng		Tốc độ tăng 2005-12
	Kim ngạch (triệu USD)	Tỷ trọng	Kim ngạch (triệu USD)	Tỷ trọng	2005	2012	
Hoa Kỳ	22.538	10,50%	25.956	8,59%	1	1	2,04%
Trung Quốc	15.503	7,22%	19.810	6,55%	2	2	3,56%
Đức	11.865	5,53%	13.068	4,32%	4	3	1,39%
Hồng Kông	13.793	6,43%	10.364	3,43%	3	4	-4,00%
Việt Nam	3.435	1,60%	9.195	3,04%	16	5	15,11%
Nhật Bản	5.813	2,71%	9.013	2,98%	9	6	6,47%
I-ta-lia	7.426	3,46%	8.007	2,65%	6	7	1,08%
Pháp	7.645	3,56%	7.277	2,41%	5	8	-0,70%
Anh Quốc	7.231	3,37%	7.187	2,38%	7	9	-0,09%
Thổ Nhĩ Kỳ	4.441	2,07%	6.441	2,13%	10	10	5,46%
Mê-hi-cô	6.043	2,82%	6.003	1,99%	8	11	-0,09%
Toàn cầu	214.617	100,00%	302.256	100,00%			5,01%

Nguồn: Cơ sở dữ liệu WTO.

Ngược lại, nhập khẩu các sản phẩm dệt lại đóng một vai trò quan trọng trong ngành dệt Việt Nam nói riêng, dệt may nói chung. Năm 2012, KNNK các sản phẩm dệt của Việt Nam đạt mức gần 9,2 tỉ USD, chiếm tỷ trọng 3,04% tổng KNNK dệt của toàn cầu, đứng thứ 5 trên thế giới.

KNNK dệt của Việt Nam đã đạt mức tăng trưởng rất cao trên 15,1%/năm trong giai đoạn 2005-2012, từ mức chỉ chưa tới 3,5 tỉ USD, với tỷ trọng 1,6% và thứ hạng 16 thế giới năm 2005. Mức tăng trưởng này của Việt Nam gấp 3 lần so với bình quân của thế giới (5,01%) và cao hơn nhiều so với nhóm 10 nước dẫn đầu về KNNK dệt (Bảng 13).

Xâu chuỗi 4 bức tranh của ngành dệt may Việt Nam cho thấy có một điểm hết sức thú vị, đó là xuất khẩu các sản phẩm may mặc của Việt Nam cao đi cùng với nhập khẩu các sản phẩm dệt cao, ngược lại xuất khẩu các sản phẩm dệt thấp đi cùng với nhập khẩu các sản phẩm may mặc thấp. Điều này không phải do ngẫu nhiên mà có logic nội tại của nó. Logic này phản ánh một thực tế về chuỗi giá trị dệt may của Việt Nam đang phụ thuộc rất nhiều vào việc NK hàng dệt và phụ liệu để sản xuất hàng may mặc XK (Bảng 14).

Bảng 14. Ma trận tương quan xuất nhập khẩu hàng may mặc và dệt của Việt Nam 2012

	May mặc	Dệt
Xuất	Cao (14.068; 3,33%; 7)	Thấp (4.117; 1,44%; 17)
Nhập	Thấp (603; 0,14%; 51)	Cao (9.195; 3,04%; 5)

Ghi chú: Số liệu trong ngoặc tương ứng là (Kim ngạch (tỷ USD); tỷ trọng; thứ hạng trên thế giới).

III.2. Nhu cầu về các sản phẩm dệt may vẫn tiếp tục tăng trưởng ổn định

Nếu nhìn vào các nhân tố có tính vĩ mô, có thể thấy quy mô thị trường dệt may toàn cầu sẽ tiếp tục tăng trưởng ổn định trong dài hạn. Trong giai đoạn từ nay đến năm 2030, dân số thế giới sẽ tăng thêm khoảng 20%, từ mức 6,9 tỉ hiện nay lên 8,3 tỉ.¹⁹ Riêng khu vực Châu Á, là khu vực có tổng tiêu dùng chiếm tới 45% toàn cầu, ước tính dân số thuộc tầng lớp trung lưu sẽ tăng từ 1,9 tỉ người hiện nay lên 2,7 tỉ người vào năm 2030. Vì sản phẩm dệt may là nhu cầu thiết yếu, nên chắc chắn sự tăng trưởng liên tục về dân số và mức sống sẽ tiếp tục giữ cho thị trường này một nhịp độ tăng trưởng ổn định.

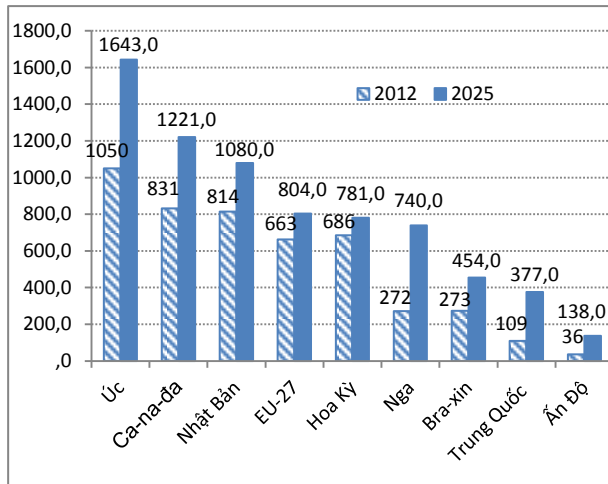
Theo dự báo của Wazir Management Consultants (2013), mức chi tiêu bình quân của người tiêu dùng trên toàn thế giới đối với sản phẩm may mặc sẽ tăng trưởng đều đặn trong giai đoạn 2012-2025, trong đó những nước có tốc độ tăng trưởng cao nhất là Ấn Độ (10,9%), Trung Quốc (10,0%), Nga (8,0%), và Bra-xin (4,0%). Trong khi đó, tốc độ tăng chi tiêu dệt may ở các nước đã phát triển – đồng thời cũng là những thị trường may mặc lớn nhất thế giới - như Hoa Kỳ, EU, Nhật Bản, Ca-na-đa suy giảm so với trước, chỉ dao động trong khoảng 1-3% (xem Hình 8).²⁰ Cũng theo Wazir Management Consultants (2013), mức tăng trong chi tiêu cùng với đà tăng dân số thế giới làm cho quy mô thị trường may mặc toàn cầu tăng gần gấp đôi, từ mức 1.100 tỉ USD lên 2.100 tỉ USD trong giai đoạn 2012-2025.

¹⁹ Xem United Nations Population Division, The 2008 Revision Population Database, “World Population Prospects – Medium Variant”.

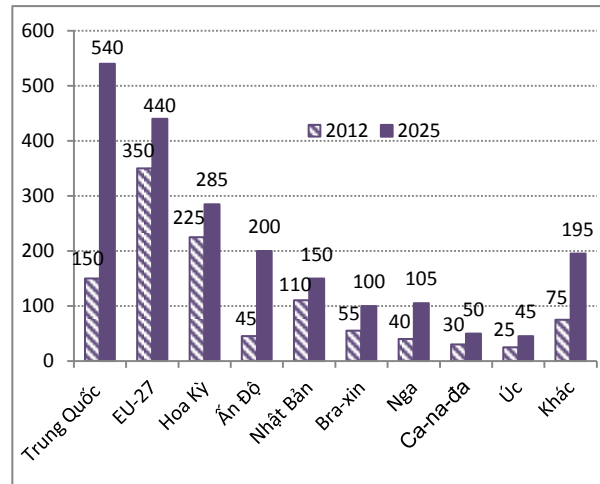
²⁰ Với tốc độ tăng trưởng rất cao từ xuất phát điểm không quá thấp cộng với dân số lớn nhất thế giới, Trung Quốc được dự báo sẽ chiếm khoảng 27% thị trường may mặc toàn cầu vào năm 2025. Mặc dù với xuất phát điểm thấp hơn nhưng với tốc độ tăng trưởng rất cao, Ấn Độ được dự báo sẽ chiếm khoảng 10% thị trường may mặc toàn cầu vào năm 2025. Như vậy, vào năm 2025, thị trường Trung Quốc và Ấn Độ gộp lại có thể sẽ nhỉnh hơn một chút so với thị trường Hoa Kỳ và EU cộng lại.

Hình 8. Thay đổi trong chi tiêu bình quân và quy mô thị trường may mặc ở một số nước

(A) Thay đổi trong chi tiêu bình quân (USD/người)



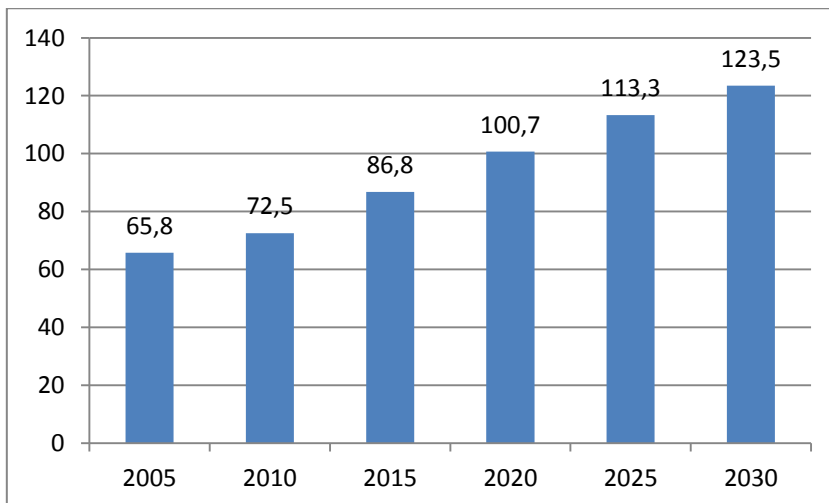
(B) Thay đổi về quy mô thị trường (tỉ USD)



Nguồn: Wazir Management Consultants (2013)

Quy mô thị trường may mặc tăng kéo theo sự tăng nhu cầu trong các khâu trước của chuỗi giá trị dệt may. Chẳng hạn trong ngành xơ sợi, nếu như vào năm 1990, một người tiêu dùng trung bình trên thế giới tiêu dùng khoảng 7,5 kg xơ mỗi năm thì đến năm 2000, con số này tăng lên thành 8,6 kg, và đến năm 2010 là 10,5 kg. Như vậy, trong thập niên 2000, tốc độ tăng tiêu dùng xơ trung bình trên đầu người là 2%/năm, tương đương với mức tăng thu nhập trong cùng thời kỳ.

Hình 9. Nhu cầu xơ toàn cầu 2005 – 2030 (triệu tấn)



Ghi chú: Số liệu từ 2015 trở đi là dự báo.

Nguồn: Deutsche Bank's Global Industrial (tháng 6/2013).

Tăng dân số và tăng tiêu dùng xơ trên đầu người cùng nhau góp phần làm tăng nhu cầu về xơ. Theo dự báo của Deutsche Bank (Hình 9), nhu cầu toàn cầu đối với xơ sẽ tăng từ mức 72,5 triệu tấn của năm 2010 lên tới 123,5 triệu tấn vào năm 2030 – tức là tăng trưởng trung bình

2,7%/năm.²¹ Không chỉ tăng trưởng về số lượng, chất lượng nhu cầu đối với sản phẩm dệt may cũng được dự báo sẽ nâng cao do mức sống ngày càng cao, quá trình đô thị hóa ngày một mở rộng, và sự lịch duyệt của người tiêu dùng ngày càng tinh tế.

Nếu nhìn sâu hơn vào thị trường xơ thì có thể thấy trước rằng cấu trúc của thị trường này sẽ thay đổi một cách cơ bản trong dài hạn. Cho đến thời điểm này, khoảng một phần ba sản lượng xơ được làm từ bông. Tuy nhiên, trong khi nhu cầu về xơ vẫn sẽ liên tục tăng như đã phân tích ở trên thì năng lực sản xuất bông không thể tăng một cách tương ứng. Nguyên nhân chính là do một mặt nhu cầu đất trồng bông sẽ phải cạnh tranh gay gắt với các nhu cầu thiết yếu khác như lương thực, thực phẩm và năng lượng sinh học. Không những thế, theo ước lượng của Tổ chức Lương thực và Nông nghiệp Liên Hợp Quốc (FAO), diện tích đất canh tác vào năm 2030 sẽ giảm khoảng 4,9% so với năm 2010, làm cho mức độ cạnh tranh giữa các nhu cầu sử dụng đất ngày càng trở nên gay gắt. Mặt khác, biến đổi khí hậu và thời tiết thất thường có thể làm tăng rủi ro đối với ngành trồng bông, và do vậy dẫn tới việc thu hẹp diện tích canh tác. Kết quả là nếu nhu cầu trung bình về xơ xen-lu-lô trong giai đoạn 2010-2030 được dự báo sẽ tăng từ 3,7 kg/người/năm lên 5,4 kg/người/năm thì sản lượng cung ứng chỉ đứng ở mức 3,1 kg/người/năm (Hämmerle 2011).²² Sự thiếu hụt về bông này chắc chắn phải được bù đắp bằng việc tăng sản lượng của các loại xơ khác, đặc biệt là xơ xen-lu-lô nhân tạo, đem lại cơ hội to lớn cho các doanh nghiệp trong lĩnh vực này. Trên thực tế, quá trình này đã và đang diễn ra trong những năm gần đây, và xơ bông tự nhiên đã một phần được thay thế bởi một số loại xơ xen-lu-lô nhân tạo như viscose, lyocell, modal, acetate, cupro, triacetate v.v.

Trong ngành dệt, các sản phẩm dệt kỹ thuật hay vải kỹ thuật (technical textiles)²³ được dự báo sẽ có sự bứt phá quan trọng về nhu cầu trong thập niên tới. Theo báo cáo xuất bản đầu tháng 7/2013 của Transparency Market Research thì quy mô thị trường vải kỹ thuật sẽ tăng từ mức 134 tỉ USD của năm 2012 lên tới 160 tỉ USD vào năm 2018 – tương ứng với tốc độ tăng trưởng trung bình 3,3%/năm, xấp xỉ với tốc độ tăng trưởng trung bình 3,2% /năm của giai đoạn 2007-2010.²⁴

III.3. Thay đổi về cấu trúc nhu cầu trên thị trường toàn cầu

Cho đến thời điểm này, nhu cầu đối với hàng may mặc ở các nước phát triển được thỏa mãn gần như hoàn toàn bởi các sản phẩm NK từ các nước đang phát triển. Nói cách khác, các sản phẩm may NK đã chiếm lĩnh gần như trọn vẹn thị trường ở các nước đã phát triển.²⁵ Điều này có nghĩa là các nước XK hàng may mặc sang các thị trường này sẽ tiếp tục phải cạnh tranh gay gắt với nhau, đặc biệt là sau khi hệ thống hạn ngạch đã được dỡ bỏ và nhu cầu NK trở nên đình trệ do khủng hoảng kinh tế toàn cầu. Theo số liệu của Văn phòng Dệt may, Bộ Thương mại Hoa Kỳ,

²¹ Dự báo về quy mô thị trường vải của Tập đoàn Lenzing còn khả quan hơn, lên tới 133,5 triệu tấn vào năm 2030. Xem http://www.lenzing.com/fileadmin/template/pdf/konzern/lenzinger_berichte/ausgabe_89_2011/LB_2011_2_Haemmerle.pdf

²² Theo dự báo của Hämmerle, sản lượng bông chỉ có thể tăng từ mức 21,8 triệu tấn vào năm 2010 lên mức bão hòa 26 triệu tấn trong dài hạn (cụ thể là 26,3 triệu tấn vào năm 2020 và 25,9 triệu tấn vào năm 2030).

²³ Vải kỹ thuật là vải được sản xuất nhằm mục đích cải thiện các tính năng kỹ thuật và hiệu suất của vải chứ không nhằm mục đích nâng cao tính thẩm mỹ hoặc trang trí của nó.

²⁴ Xem báo cáo nhan đề “Technical Textiles (Mobiltech, Buildtech, Meditech, Agrotech and Others) Market By Technology (Thermoforming, 3-D Weaving, 3-D Knitting and Others) - Global Industry Analysis, Size, Share, Growth, Trends and Forecast, 2012 – 2018”.

²⁵ Hiệp hội Nhập khẩu Dệt may Nhật Bản ước lượng rằng khoảng 90% quần áo ở thị trường Nhật Bản là hàng nhập khẩu. Tỷ lệ này ở Mỹ còn cao hơn, lên tới trên 95%.

tốc độ tăng trưởng KNNK hàng may mặc vào thị trường Hoa Kỳ đã giảm từ 8,0%/năm trong giai đoạn 1990-2005 xuống chỉ còn 1,8%/năm trong giai đoạn 2005-2012.

Mặc dù các nước đã phát triển là thị trường lớn nhất cho các sản phẩm may mặc, nhưng chúng không phải là những thị trường duy nhất. Thực tế là nếu như vào năm 2000, ba thị trường NK lớn nhất là EU-27, Mỹ và Nhật Bản chiếm tới 67% thị trường NK sản phẩm dệt may toàn cầu, thì đến năm 2011, tỷ lệ này đã giảm xuống đáng kể, chỉ còn 57%.²⁶ Đối diện với tình trạng cạnh tranh ngày càng gay gắt, đồng thời quy mô thị trường truyền thống không còn tăng trưởng nhanh như trước, một lựa chọn đối với các doanh nghiệp XK may mặc là mở rộng thị trường sang các nền kinh tế mới nổi, nơi có nhu cầu ít khắt khe hơn, đồng thời vẫn đang trên đà tăng trưởng. Tuy nhiên, sự chuyển hướng này đòi hỏi khả năng đa dạng hóa sản phẩm và thích nghi với các đối tác cùng môi trường kinh doanh mới, những điều không hề dễ dàng đối với đa số các doanh nghiệp dệt may ở các nước đang phát triển.

III.4. Thay đổi cấu trúc và chiến lược của chuỗi cung ứng

Từ thập niên 1980 trở đi, các nhà bán lẻ và tiếp thị thương hiệu (branded marketers) đã ngày một khẳng định vai trò của mình như là người điều phối chuỗi cung ứng thay cho vị trí của các nhà sản xuất. Họ thực sự trở thành người đưa ra hầu hết các quyết định quan trọng như mua hay NK từ đâu, mức giá, quá trình lưu chuyển sản phẩm. Họ đồng thời cũng kiểm soát nhiều khía cạnh của quá trình sản xuất như thiết kế, nguồn cung ứng vải, thời gian giao hàng, mức chất lượng và giá cả.

Cùng với thời gian, nhu cầu của người tiêu dùng ngày càng trở nên khắt khe, đồng thời cạnh tranh giữa các chuỗi cung ứng cũng trở nên ngày càng gay gắt. Thực tế này khiến các nhà bán lẻ và tiếp thị thương hiệu phải điều chỉnh chiến lược của mình. Dưới áp lực cạnh tranh, họ buộc phải cắt giảm chi phí bằng cách bắt đầu chuyển hướng sang NK từ các nước đang phát triển có chi phí sản xuất thấp. Quá trình thuê ngoài này sau đó đã trở thành một làn sóng lan rộng trong thế giới của các nước đã phát triển, đặc biệt trong bối cảnh toàn cầu hóa ngày một tăng tốc vào đầu thập niên 1990.²⁷ Bên cạnh đó, người ta cũng không thể không kể đến đóng góp quan trọng của một số tiến bộ mới về khoa học – công nghệ. Chẳng hạn như hệ thống quét mã vạch tại điểm bán hàng và công nghệ thông tin đã giúp các nhà bán lẻ thu thập được gần như ngay lập tức các thông tin chính xác về toàn bộ giao dịch trong hệ thống bán lẻ của mình. Với những thông tin này, các nhà bán lẻ có thể cải thiện đáng kể hiệu quả của hoạt động điều phối chuỗi cung ứng. Cụ thể là những đơn đặt hàng mới của họ phản ánh chính xác hơn số lượng và cơ cấu nhu cầu của thị trường, nhờ vậy vừa đáp ứng tốt và nhanh hơn thị hiếu của người tiêu dùng, đồng thời giảm khối lượng và chi phí tồn kho.

Với ưu thế gần như tuyệt đối về thông tin (cả về khối lượng, chất lượng và tốc độ), các nhà bán lẻ ngày càng đóng vai trò trụ cột trong hoạt động thiết kế và bán hàng, và bắt đầu tiến tới sản xuất các sản phẩm mang thương hiệu riêng. Kết quả là, từ vai trò là khách hàng chính của các nhà sản xuất, các nhà bán lẻ đã chuyển thành đối thủ cạnh tranh của chính những nhà sản xuất

²⁶ Theo số liệu của Tổ chức Thương mại Thế giới, truy cập từ website <http://stat.wto.org> ngày 21/7/2013.

²⁷ Tuy nhiên, cần lưu ý rằng làn sóng thuê ngoài này cũng không đồng đều ở tất cả các quốc gia đã phát triển. Trong khi các doanh nghiệp Hoa Kỳ luôn dẫn đầu làn sóng này thì ở EU, mức độ thuê ngoài hạn chế hơn nhiều.

này (Gereffi, 2001). Trong hai thập niên trở lại đây, sự thay đổi cơ cấu cơ bản này trong chuỗi cung ứng đã dẫn đến sự chuyển giao quyền lực trong chuỗi cung ứng từ tay của các nhà sản xuất sang tay của các nhà bán lẻ và tiếp thị thương hiệu – chuỗi cung ứng theo định hướng của người sản xuất (supplier-driven) đã chuyển thành chuỗi cung ứng theo định hướng của người mua (buyer-driven).

Nỗ lực cắt giảm chi phí của các nhà bán lẻ và tiếp thị thương hiệu được tiến hành song song với nỗ lực tăng cường hiệu quả quản lý chuỗi cung ứng thông qua việc tiết giảm các cơ sở cung ứng và chuyển giao thêm trách nhiệm cho nhà sản xuất ở các nước đang phát triển. Mạng lưới cung ứng tinh gọn hơn, đồng thời gánh nhiều trách nhiệm hơn giúp các nhà bán lẻ và tiếp thị thương hiệu rảnh tay hơn để tập trung vào các hoạt động và năng lực nòng cốt của mình. Những diễn biến này đưa đến một số hệ quả quan trọng đối với các công ty gia công ở các nước đang phát triển. Các công ty này buộc phải chấp nhận cạnh tranh gay gắt hơn và sàng lọc thị trường khắc nghiệt hơn do chỉ những công ty đáp ứng được các yêu cầu ngày càng trở nên ngặt nghèo của các nhà bán lẻ và tiếp thị thương hiệu mới có thể tồn tại. Những yêu cầu này không chỉ liên quan đến giá thành, chất lượng, và tốc độ giao hàng, mà còn buộc công ty gia công thực hiện thêm một số khâu trong quá trình sản xuất (chẳng hạn như làm FOB thay vì CMT), đảm bảo các tiêu chuẩn về lao động, vệ sinh, và môi trường v.v..

Áp lực cắt giảm chi phí của các nhà bán lẻ và tiếp thị thương hiệu dội ngược lại các khâu trước trong chuỗi cung ứng. Đến lượt mình, các nhà sản xuất dệt may cũng phải giải tỏa áp lực này bằng cách tìm kiếm đối tác gia công ở các nước chi phí thấp. Tuy nhiên, không giống như các nhà bán lẻ và tiếp thị thương hiệu, các nhà sản xuất dệt may ở các nước đã phát triển không tìm địa chỉ thuê ngoài ở châu Á mà ở ngay những nước láng giềng, nhất là những nước có quan hệ thương mại hữu hảo để tận dụng chi phí tạm xuất tái nhập thấp. Cụ thể là nhà sản xuất ở các nước đã phát triển (như Mỹ và EU) đã tạo ra một mạng lưới sản xuất mới, trong đó các nguyên phụ liệu trung gian (như vải đã cắt sẵn, chỉ, khuy, v.v.) được chuyển sang một số nước lân cận (như Mê-hi-cô và các nước Vịnh Ca-ri-bê đối với Mỹ, hay các nước Bắc Phi và Đông Âu đối với EU, hay các nước Nam Á và Đông Nam Á đối với Nhật Bản và các nước CN hóa mới ở Đông Á). Chiến lược này đã giúp các nhà sản xuất ở các nước đã phát triển tiết kiệm một cách đáng kể chi phí lao động, vốn có thể chiếm tới 80% tổng chi phí sản xuất quần áo (UNIDO 2008).²⁸

III.5. Vai trò tiếp tục quan trọng của khu vực FDI

Ở hầu hết các quốc gia XK dệt may, khu vực FDI tiếp tục đóng vai trò quan trọng, thậm chí là chủ chốt ở không ít quốc gia. Ở các quốc gia này, khu vực FDI chính là cầu nối giúp ngành dệt may hội nhập với thị trường toàn cầu. Điều này đặc biệt đúng cho Việt Nam. Theo số liệu của Hiệp hội Dệt may Việt Nam (Vitas), KNXX của khu vực này chiếm tới hơn 60% trong tổng KNXX dệt may từ Việt Nam, và trong năm 2012, 40 DN xuất khẩu hàng đầu do Vitas thống kê đều là các DN FDI. Không những thế, sản phẩm của các doanh nghiệp FDI nhìn chung có chất lượng cao hơn, do vậy vào được những phân khúc thị trường cao cấp hơn và đem lại nhiều lợi nhuận hơn.

²⁸ Xem thêm phân tích chi tiết ở Gereffi (2001) và Gereffi (2002).

Ở một phương diện khác, sự phụ thuộc quá nhiều vào khu vực FDI là một thách thức quan trọng mà các nước XK dệt may phải khắc phục nếu các nước này muốn nâng cấp năng lực sản xuất và XK của mình. Sự phụ thuộc vào khu vực FDI được thể hiện rõ nét trong “tam giác mạng lưới sản xuất” (triangular production networks), cụ thể là hoạt động sản xuất và XK hàng may mặc ở một nước đang phát triển (ví dụ như Việt Nam hay Cam-pu-chia) được tổ chức và điều phối bởi các công ty đến từ các nước phát triển hơn (như Hàn Quốc, Đài Loan, hay Trung Quốc), sau đó được XK sang thị trường cuối cùng là các nước phát triển hơn nữa (như Mỹ, EU, hay Nhật Bản). Nếu như mối quan hệ tam giác này đủ mạnh thì nó sẽ dẫn đến tình trạng các doanh nghiệp dệt may trong nước bị rơi vào “bẫy gia công” – tức là đơn giản trở thành người làm gia công cho các công ty FDI cũng như cho các công ty thương mại nước ngoài. Không những thế, vì chủ yếu chỉ đóng vai trò gia công nên các công ty trong nước có rất ít khả năng cải tiến công nghệ, nâng cấp sản phẩm, chủ động tham gia chuỗi cung ứng, hay được hưởng hiệu ứng lan tỏa từ khu vực FDI. Kết quả là sau một thời gian làm gia công, các doanh nghiệp này không còn có năng lực để theo đuổi bất kỳ một lựa chọn nào khác – tức là đã bị rơi vào “bẫy gia công” giá trị thấp.

Tuy nhiên, “bẫy gia công” hoàn toàn không có tính tiền định mà phụ thuộc vào rất nhiều nhân tố, trong đó quan trọng nhất là thời điểm ngành dệt may bắt đầu hội nhập, năng lực và tinh thần doanh nhân của giới doanh nghiệp nội địa, cấu trúc sản xuất – thương mại – thị trường trong nước, vai trò của hiệp hội và các doanh nghiệp đầu đàn, và tất nhiên là cả chính sách của chính quyền trung ương và địa phương.²⁹

²⁹ Như lập luận trong phần IV về lloợc sử phát triển ngành dệt may), “bẫy gia công” ở Việt Nam không phải là hiện tượng mới xuất hiện mà có nguyên nhân sâu xa từ thời kỳ Việt Nam là một bộ phận, và do vậy chịu sự phân công lao động, của Hội đồng Tương trợ Kinh tế (COMECON) của khối nước Xã hội Chủ nghĩa trước đây.

PHẦN IV. HỘI NHẬP QUỐC TẾ VÀ CHÍNH SÁCH CỦA CHÍNH PHỦ

IV.1. Hội nhập kinh tế quốc tế của ngành dệt may

IV.1.1. Gia nhập Tổ chức Thương mại Thế giới (WTO)

Ngày 7/11/2006, Việt Nam đã chính thức trở thành thành viên thứ 150 của Tổ chức Thương mại Thế giới (WTO). Để trở thành thành viên chính thức của WTO, Việt Nam đồng ý tuân thủ toàn bộ các hiệp định và các quy định mang tính ràng buộc của WTO từ thời điểm gia nhập.

Về hạn ngạch NK: Trong lĩnh vực dệt may, các thành viên WTO sẽ không được áp dụng hạn ngạch đối với Việt Nam khi Việt Nam vào WTO. Điều này giúp Việt Nam có thể đẩy mạnh xuất khẩu hàng dệt may sang thị trường các nước thành viên dựa trên nền tảng cạnh tranh công bằng hơn, ít nhất là về mặt pháp lý, với các nước sản xuất hàng dệt may lớn khác như Trung Quốc, Băng-la-đét, Thổ Nhĩ Kỳ, Ấn Độ, Mê-hi-cô, v.v.

Về quyền kinh doanh bao gồm quyền XK và NK hàng hóa, Việt Nam cam kết cho doanh nghiệp và cá nhân nước ngoài được quyền XK và NK hàng hóa như doanh nghiệp và cá nhân người Việt Nam kể từ khi gia nhập, ngoại trừ các mặt hàng thuộc danh mục thương mại nhà nước như xăng dầu, thuốc lá điếu, xì gà, băng đĩa hình, báo, tạp chí và một số mặt hàng nhạy cảm khác mà Việt Nam chỉ cho phép sau một thời gian chuyển đổi như gạo và dược phẩm.

Việt Nam đồng ý cho phép doanh nghiệp và cá nhân nước ngoài không có hiện diện tại Việt Nam được đăng ký quyền XNK tại Việt Nam. Tuy nhiên, trong mọi trường hợp, doanh nghiệp và cá nhân nước ngoài sẽ không được tự động tham gia vào hệ thống phân phối trong nước. Cam kết này tạo ra sự xuất hiện ngày càng tăng của các doanh nghiệp nước ngoài sản xuất và XK sản phẩm may mặc tại Việt Nam.

Về thuế XK, Việt Nam chỉ cam kết sẽ giảm thuế XK đối với phế liệu kim loại đen và màu theo lộ trình, không cam kết về thuế XK của các sản phẩm khác. Đối với mặt hàng dệt may XK, Việt Nam vẫn áp dụng mức thuế XK 0%.

Sau đây là một số hiệp định của WTO điều chỉnh hoạt động của ngành dệt may.

Hiệp định Tổng quan về Thuế quan và Thương mại (1994) được ký kết vào năm 1994 có những quy định chung về đối xử tối huệ quốc và đối xử quốc gia đối với hoạt động trao đổi hàng hóa, trong đó có hàng dệt may. Hàng dệt may XK của thành viên WTO vào một nước thành viên khác sẽ nhận được những đối xử tốt nhất (chẳng hạn, về thuế NK) mà nước thành viên ấy dành cho các thành viên WTO.

Hiệp định về Hàng rào Kỹ thuật trong Thương mại cũng ảnh hưởng đến hoạt động của ngành dệt may XK. Trong những năm gần đây, các quốc gia thành viên đã áp dụng rất nhiều quy định và tiêu chuẩn kỹ thuật, với lý do nhằm bảo đảm cho hàng hóa đủ chất lượng đáp ứng yêu cầu ngày càng cao của người dân bản xứ - vốn có mức sống cao hơn - hoặc nhằm khuyến khích các xã hội hiện đại sử dụng các hàng hóa thân thiện với môi trường. Tuy vậy, những lý do này thường được sử dụng để bào chữa cho những rào cản kỹ thuật có tác động bóp méo quá mức cần thiết. Việc đáp ứng các tiêu chuẩn kỹ thuật của nước ngoài gây ra chi phí không nhỏ cho các nhà sản xuất và XK, do đó làm giảm khả năng cạnh tranh của hàng XK. Các mặt hàng may mặc của Việt Nam chắc chắn cũng bị tác động lớn bởi các hàng rào kỹ thuật này.

Các quy định về xuất xứ của hàng hóa cũng có thể ảnh hưởng đến khả năng thâm nhập thị trường của các sản phẩm dệt may. Các quy định này liên quan đến các tiêu chí được sử dụng nhằm xác định xem sản phẩm được sản xuất ở đâu. Đây là một phần quan trọng trong quy định thương mại vì nhiều chính sách có phân biệt giữa các nước XK (liên quan đến hạn ngạch, thuế suất ưu đãi, chống bán phá giá, v.v.), trong khi quá trình toàn cầu hóa đang khiến các sản phẩm được sản xuất qua các công đoạn ở nhiều nước khác nhau trước khi đến với người tiêu dùng cuối cùng.

Theo Hiệp định về Quy định xuất xứ, các thành viên WTO phải bảo đảm các quy định xuất xứ được ban hành và thực thi một cách minh bạch, mà không có tác dụng hạn chế, bóp méo, hay gián đoạn đối với thương mại quốc tế, được quản lý một cách thống nhất, đầy đủ và hợp lý. Các quy định về xuất xứ được sử dụng nhằm thực hiện các biện pháp và công cụ chính sách thương mại như thuế chống bán phá giá, các biện pháp tự vệ, v.v.; xác định xem liệu sản phẩm NK sẽ nhận được ưu đãi tối huệ quốc hay chỉ là ưu đãi thương mại; thống kê thương mại; vận dụng các quy định về nhãn mác; và phục vụ cho mua sắm chính phủ. Tuy vậy, các quy định này cũng có thể được vận dụng thiếu hợp lý với mục đích bảo hộ. Chính vì vậy, Hiệp định về xuất xứ hàng hóa cũng dẫn đến tăng chi phí của doanh nghiệp dệt may XK, do đó ảnh hưởng đến NLCT của ngành dệt may.

Định giá hải quan cũng là một vấn đề ảnh hưởng tới XK hàng may mặc của Việt Nam. Định giá hải quan là một thủ tục hải quan được thực hiện nhằm xác định giá trị hải quan của hàng NK. Đối với các đơn vị NK, quá trình này có ý nghĩa quan trọng như là mức thuế được áp dụng, vì nếu mức thuế được tính theo tỷ lệ % của giá trị hải quan, giá trị hải quan cũng ảnh hưởng đến mức thuế phải chịu đối với hàng NK. Hiệp định về định giá hải quan trong khuôn khổ WTO hướng tới một hệ thống định giá hàng hóa cho mục đích hải quan được thực hiện một cách công bằng, đồng nhất, và trung tính. Kể từ khi kết thúc vòng đàm phán Uruguay, Hiệp định này đã được thay thế bằng Hiệp định về thực thi Điều VII của GATT 1994, và chỉ áp dụng đối với quá trình định giá hàng NK để áp dụng mức thuế NK theo tỷ lệ %.

Hiện tại các DN dệt may Việt Nam đang thực hiện các hợp đồng gia công là chủ yếu, vì vậy các DN chưa thấy rõ được sự ảnh hưởng của Hiệp định này. Tuy nhiên các doanh nghiệp đang phấn đấu tăng dần tỷ lệ đơn hàng theo phương thức mua nguyên liệu, bán thành phẩm (FOB), do vậy việc hiểu biết Hiệp định này là một việc cần thiết để các doanh nghiệp chủ động sử dụng được lợi thế của phương pháp định giá này nhằm làm tăng tính cạnh tranh của sản phẩm may mặc Việt Nam khi hội nhập thế giới.

Xử lý tranh chấp, tự vệ trong khuôn khổ WTO cũng có tác động quan trọng đối với hoạt động XNK hàng dệt may. Nếu cho rằng một đối tác thành viên khác vi phạm các quy định về thương mại của WTO, các nước có thể vận dụng cơ chế xử lý tranh chấp ở cấp độ đa phương, thay vì đơn phương thực hiện các biện pháp đáp trả.

IV.1.2. Hiệp định Đối tác Kinh tế Việt Nam - Nhật Bản (VJEPA)

Hiệp định Đối tác Kinh tế Việt Nam - Nhật Bản (VJEPA) được hai nước ký kết ngày 25/12/2008, có hiệu lực kể từ ngày 1/10/2009. Hiệp định mở ra triển vọng phát triển hơn nữa mối quan hệ hợp tác kinh tế thương mại giữa hai nước. Hiệp định VJEPA có nội dung toàn diện,

bao gồm nhiều lĩnh vực như thương mại hàng hoá, thương mại dịch vụ, đầu tư, cải thiện môi trường kinh doanh.

Nội dung quan trọng nhất của Hiệp định VJEPA là lộ trình giảm thuế trong 10 năm đối với Nhật Bản và 15 năm đối với Việt Nam. Theo Hiệp định này, 95% hàng hóa Việt Nam XK sang Nhật sẽ được áp mức thuế suất bằng 0%, trong đó có hàng dệt may. Như vậy, Hiệp định mở ra cơ hội lớn cho hàng dệt may XK của Việt Nam thâm nhập vào thị trường Nhật Bản.

Sau 4 năm Hiệp định VJEPA có hiệu lực, ngành hàng dệt may XK của Việt Nam đã tận dụng được các lợi thế về ưu đãi thuế quan để đẩy mạnh tăng trưởng XK vào thị trường Nhật Bản. Trong khi các thị trường XK chủ lực như Hoa Kỳ và EU đang gặp khó khăn kinh tế, việc hàng dệt may XK vào thị trường Nhật được hưởng thuế suất ưu đãi 0% thông qua thực hiện Hiệp định VJEPA đã và đang góp phần quan trọng thúc đẩy hoạt động XK hàng dệt may của các DN Việt Nam.

Trong giai đoạn 2007-2012, KNXK của Việt Nam sang Nhật Bản tăng bình quân 16,6%/năm, trong đó riêng KNXK của dệt may tăng tới 22,9%/năm (xem Bảng 15). Việc KNXK dệt may của Việt Nam vào thị trường Nhật Bản có tốc độ tăng cao hơn so với thị trường Hoa Kỳ và EU (phân tích trong các mục sau) cho thấy một phần tác động của VJEPA.

Bảng 15. Kim ngạch xuất khẩu Việt Nam sang Nhật Bản (triệu USD)

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	Tốc độ tăng 2008-12
Tổng kim ngạch XK	6.070	8.538	6.292	7.728	10.781	13.060	16,56%
trong đó, dệt may	705	820	954	1.154	1.690	1.975	22,88%

Nguồn: Tổng Cục Hải quan và Tổng cục Thống kê Việt Nam.

Các DN trên địa bàn TP.HCM, trong đó có DN dệt may đã tận dụng tốt các ưu đãi trong Hiệp định này để đạt tăng trưởng XK. Trong hai năm 2009-2010, Nhật Bản mới chỉ là thị trường XK đứng thứ 4 của TP.HCM, sang đến năm 2011-2012, Nhật Bản đã trở thành thị trường XK lớn thứ 2 (sau Hoa Kỳ), chiếm 12% tổng KNXK của Thành phố.³⁰ Hiện Nhật Bản vẫn là thị trường hàng dệt may lớn thứ ba của các DN dệt may Vùng sau Hoa Kỳ và EU và đây vẫn là thị trường nhiều tiềm năng đối với hàng dệt may XK của các DN dệt may trong Vùng trong thời gian tới.

Bên cạnh những cơ hội mà Hiệp định VJEPA đem lại cho các DN Việt Nam nói chung và DN dệt may trong Vùng nói riêng, các DN cũng sẽ gặp không ít khó khăn, thách thức khi XK hàng hóa vào thị trường Nhật do các yêu cầu về tiêu chuẩn kỹ thuật. Hơn nữa, hệ thống phân phối phức tạp của thị trường Nhật Bản cũng đòi hỏi các DN XK dệt may vào thị trường này phải có quan hệ tốt với các nhà NK trung gian thông qua các hiệp hội, ngành hàng.

Do vậy, để nâng cao thị phần của hàng dệt may Việt Nam tại thị trường Nhật Bản, các doanh nghiệp dệt may XK cần nghiên cứu và nắm rõ về các cơ chế cam kết, các yêu cầu về kỹ thuật và

³⁰ Theo Báo mới, xem tại <http://www.baomoi.com/Nhieu-co-hoi-xuat-khau-va-thi-truong-Nhat-Ban/45/11891338.epi>

các quy tắc về xuất xứ hàng hóa. Theo đó, Việt Nam cần đẩy mạnh phát triển các ngành CN phụ trợ cho sản phẩm dệt may.

IV.1.3. Hiệp định Đối tác Xuyên Thái Bình Dương (Trans Pacific Partnership, TPP)

Hiệp định Đối tác Xuyên Thái Bình Dương (Trans-Pacific Partnership, TPP) là một hiệp định thương mại tự do nhiều bên, được ký kết với mục tiêu thiết lập một mặt bằng thương mại tự do chung cho các nước khu vực châu Á - Thái Bình Dương. Cho đến nay, số nền kinh tế tham gia đàm phán TPP bao gồm 12 nước: Việt Nam, Bru-nây, Singapore, Ma-lay-xia, Chi-lê, Úc, New Zealand, Pê-ru, Mê-hi-cô, Ca-na-đa, Nhật Bản và Hoa Kỳ. Việt Nam tuyên bố tham gia vào TPP với tư cách thành viên đầy đủ từ 13/11/2010. Trước đó Việt Nam vẫn tham gia nhưng chỉ với vai trò là thành viên liên kết duy nhất. Các nước hy vọng kết thúc đàm phán Hiệp định TPP vào tháng 6/2014.³¹

Hiệp định TPP bao gồm các cam kết trong cả lĩnh vực thương mại (như mở cửa thị trường hàng hóa, đầu tư, dịch vụ, v.v.) và phi thương mại (như lao động, môi trường, mua sắm của chính phủ, doanh nghiệp nhà nước, liên kết chuỗi cung ứng...). Điểm nổi bật của Hiệp định TPP là tự do hoá mạnh về thương mại hàng hoá, thuế NK được xoá bỏ hoàn toàn từ khi Hiệp định có hiệu lực (cắt bỏ khoảng 11.000 dòng thuế). Đối với thương mại hàng hóa, TPP cũng đàm phán về Quy tắc xuất xứ, Phòng vệ thương mại, các quy định kỹ thuật (TBT), trong đó có các quy định về hàng dệt may. Về thương mại dịch vụ, Hiệp định TPP thực hiện mở cửa tất cả các ngành dịch vụ trừ những ngành nằm trong danh mục loại trừ.

Hiệp định TPP với mức độ tự do hóa cao và khả năng tiếp cận dễ dàng hơn vào các thị trường quan trọng hứa hẹn sẽ mang lại lợi ích cho nền kinh tế Việt Nam. Mỹ và Nhật Bản là thị trường mục tiêu lớn nhất của nhiều ngành hàng XK chủ lực của Việt Nam, trong đó có hàng dệt may.

IV.1.4. Cơ hội và thách thức đối với ngành dệt may Việt Nam khi tham gia TPP

IV.1.4.1. Cơ hội

Hoa Kỳ là thị trường XK chủ lực của hàng may mặc Việt Nam, chiếm 49,4% tổng KNXK toàn ngành vào năm 2012. Tuy nhiên, sau khi gia nhập WTO, bình quân giai đoạn 2008-2012, KNXK dệt may của Việt Nam vào Hoa Kỳ chỉ tăng 10,81%/năm, trong khi tổng KNXK của Việt Nam vào Hoa Kỳ tăng cao hơn ở mức 14,28%/năm.

Hiệp định TPP sẽ tạo cho Việt Nam nhiều cơ hội, trong đó có việc tham gia vào chuỗi cung ứng toàn cầu, đưa các sản phẩm thế mạnh của Việt Nam như hàng dệt may, da giày, thủy sản, ... ra thị trường thế giới. Đối với ngành dệt may, khi tham gia TPP, Việt Nam sẽ mở rộng thị trường XK sang các nước tham gia TPP với mức thuế 0% và tạo điều kiện mở rộng ra các thị trường khác với lợi thế là một trong 3 trung tâm của dệt may thế giới.

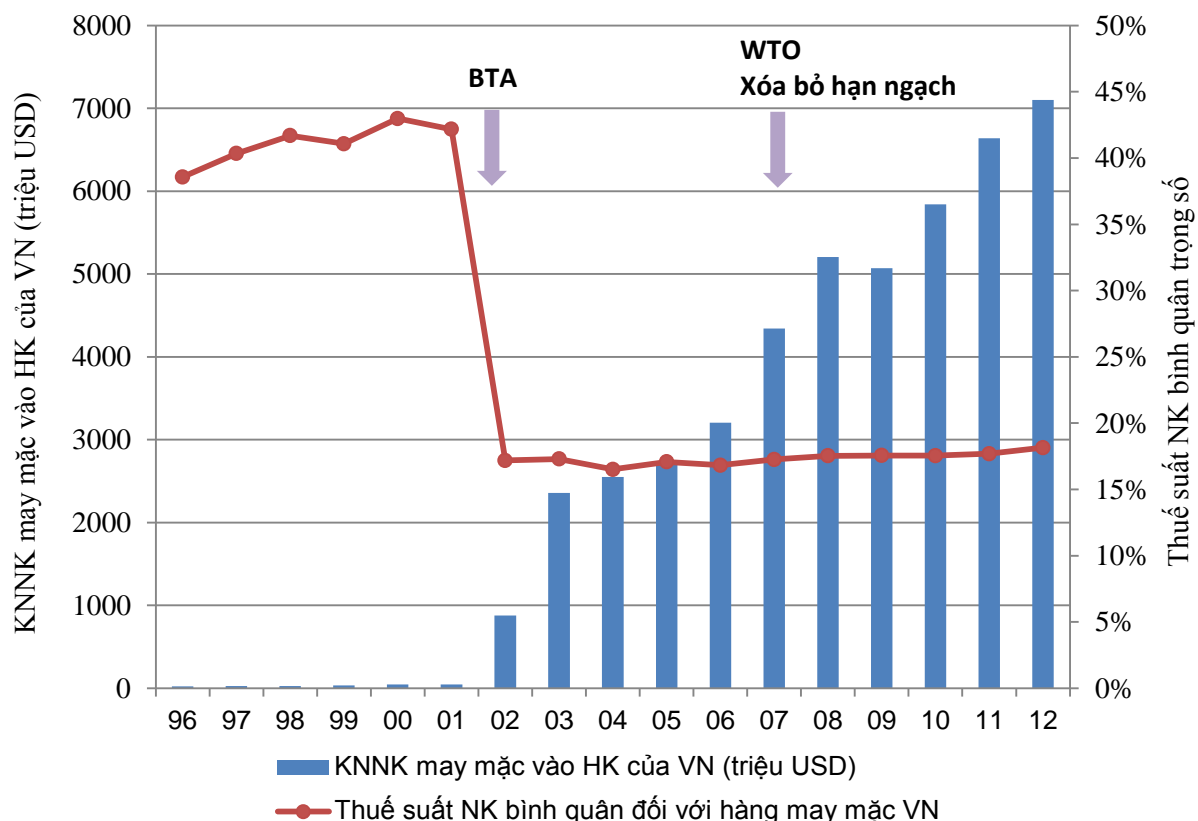
Trong năm 2012, hàng may mặc Việt Nam NK vào thị trường Hoa Kỳ chịu thuế suất bình quân trọng số 18,2%.³² Trong quá khứ, tầm quan trọng của hàng rào thuế quan được minh chứng khi Việt Nam và Hoa Kỳ ký kết Hiệp định Thương mại Song phương BTA. Trước BTA khi Việt

³¹ Tham khảo tại <http://sggp.org.vn/kinhte/2013/7/323179/>

³² Tác giả tính toán từ số liệu trong cơ sở dữ liệu thương mại và thuế quan (dataweb) của Ủy ban Thương mại Quốc tế Hoa Kỳ (USITC).

Nam chưa được hưởng quan hệ thương mại bình thường với Hoa Kỳ, thuế suất NK bình quân của Hoa Kỳ đối với hàng may mặc Việt Nam là 42,1% (năm 2001) và giảm xuống 17,2% ngay sau khi áp dụng Hiệp định (năm 2002). Hình 10 dưới đây cho thấy tác động của thuế suất giảm lên KNXK (trong khi hệ thống hạn ngạch vẫn còn hiệu lực).

Hình 10. KNNK và thuế suất NK đối với hàng may mặc VN vào thị trường Hoa Kỳ



Nguồn: Tác giả tính toán từ số liệu trong cơ sở dữ liệu thương mại và thuế quan (dataweb) của Ủy ban Thương mại Quốc tế Hoa Kỳ (USITC).

Tuy nhiên các đối thủ cạnh tranh với Việt Nam trong xuất khẩu hàng may mặc sang Hoa Kỳ hiện đang hưởng thuế nhập khẩu thấp hơn nhiều do nằm trong nhóm Ưu đãi Thuế quan Phổ cập (GSP) của Hoa Kỳ hoặc đã ký kết hiệp định thương mại tự do với Hoa Kỳ. Nếu đàm phán thành công, TPP sẽ mang lại cho Việt Nam các mức thuế suất còn thấp hơn cả các đối thủ cạnh tranh. Chính vì vậy, tác động tăng thêm về kim ngạch nếu thuế nhập khẩu giảm xuống đối với hàng may mặc của VN vào thị trường Hoa Kỳ là vô cùng đáng kể.

Nếu đàm phán TPP thành công thì 95 dòng sản phẩm dệt may Việt Nam XK vào Hoa Kỳ hiện nay sẽ được hưởng thuế suất 0%. Theo một nghiên cứu định lượng gần đây sử dụng mô hình cân bằng tổng thể tính toán được (CGE) của Peter Petri (2013), nếu Việt Nam không tham gia vào TPP thì đến năm 2025 thì KNXK chỉ đạt 239 tỉ USD nhưng khi có TPP sẽ tăng thêm 67,9 tỉ USD lên 307 tỉ USD, trong đó mặt hàng dệt may và da giày sẽ có mức tăng cao nhất là 51,9 tỉ

USD (trung ứng tốc độ tăng 45,9%). Đặc biệt, xuất khẩu sản phẩm dệt cũng được mở phòng là sẽ tăng thêm 12,9 tỉ USD trong cùng giai đoạn.³³

IV.1.4.2. Thách thức

Có một nghịch lý đang diễn ra là hiện Việt Nam XK đến 60% - 70% lượng sợi sản xuất trong nước nhưng phải NK hầu hết lượng vải từ bên ngoài để sản xuất hàng may mặc (86,7% năm 2012), chủ yếu là từ Trung Quốc. Với thực lực hiện tại của ngành CN phụ trợ trong nước thì nếu kết quả đàm phán về xuất xứ trong TPP đòi hỏi trị giá nội địa hoặc nội khối TPP quá cao thì hàng hóa XK của Việt Nam nói chung và hàng dệt may nói riêng sẽ không đáp ứng được điều kiện hưởng ưu đãi thuế trong TPP khi XK sang các nước TPP.

Các nhà sản xuất sản phẩm dệt của Hoa Kỳ luôn đưa ra cảnh báo cho Văn phòng Đại diện Thương mại Hoa Kỳ (USTR) rằng hàng nhập khẩu may mặc của Việt Nam với chi phí thấp hơn sẽ thế chỗ cho hàng may mặc nhập khẩu từ Trung Mỹ và các nước khác – những nơi sử dụng sợi và vải sản xuất tại Hoa Kỳ.

Trong hầu hết các thỏa thuận kể từ Hiệp định Thương mại Tự do Bắc Mỹ năm 1992, Hoa Kỳ luôn nhất quyết áp dụng quy tắc “yarn forward” (nguyên tắc xuất xứ tính từ công đoạn sợi trở đi) đối với quần áo NK để đảm bảo rằng các bên thứ ba, chẳng hạn như Trung Quốc, sẽ không thể tận dụng lợi thế từ các hiệp định này.

Bên cạnh những lợi ích về XK, việc tham gia TPP cũng tạo ra nhiều quan ngại về những nguy cơ có thực từ các cam kết này. Đối với hàng dệt may, TPP sẽ là cơ hội lớn cho Việt Nam, song nếu các doanh nghiệp không đáp ứng được các tiêu chí của nguyên tắc ứng xử quốc gia và xuất xứ hàng hóa thì sẽ không thể tận dụng được cơ hội để tăng lượng hàng XK.

Việc áp dụng quy tắc “yarn forward” trong TPP sẽ thu hút các doanh nghiệp đầu tư vào ngành CN dệt, tạo nguyên liệu đầu vào cho sản phẩm may mặc XK. Song, áp dụng quy tắc này cũng là thách thức lớn đối với ngành dệt may Việt Nam bởi trong chuỗi sản xuất khép kín từ trồng bông, xơ, kéo sợi, dệt, nhuộm, hoàn tất vải, may, thương mại - tiếp thị thì Việt Nam chỉ mới có ưu thế ở công đoạn may (gia công), trong khi đó, dệt, nhuộm, hoàn tất vải vẫn là khâu yếu nhất.

Các bên tham gia đàm phán áp dụng quy tắc “yarn forward” có thời hạn theo giải pháp “nguồn cung thiếu hụt” (short supply list). Vào cuối năm 2012, Hoa Kỳ đề xuất thiết lập hai danh mục “short-supply” vĩnh viễn và tạm thời (3 năm), trong đó bao gồm các hạng mục có thể được cung ứng bên ngoài khu vực TPP nhưng vẫn hội đủ điều kiện hưởng ưu đãi thuế quan. Văn phòng USTR hiện đang trong quá trình thu thập ý kiến về các hạng mục đưa vào danh mục từ các nhà nhập khẩu hàng may mặc, nhà bán lẻ cũng như doanh nghiệp dệt của Hoa Kỳ. Đoàn đàm phán của Việt Nam đã đàm phán với Hoa Kỳ để đưa vào danh mục hơn 80 loại hàng hóa và muốn kéo dài thời gian của giải pháp này hơn nữa. Tuy nhiên, thách thức ở đây là cách biệt giữa hai bên vẫn còn lớn.

³³ Peter A. Petri, The Trans-Pacific Partnership and its impact on Viet Nam's economy, tháng 3 năm 2013. <http://www.amchamvietnam.com/wp-content/uploads/2013/05/130328-2.2.e.-Petri-TPP-Vietnam-24mar13-v2-web.pdf>

IV.1.4.3. Hiệp định Thương mại Tự do Việt Nam - EU

EU là thị trường đầy tiềm năng đối với tất cả các nước XK. Đặc điểm nổi bật trong cơ cấu XNK giữa Việt Nam và EU là tính bổ sung rất lớn, ít mang tính cạnh tranh đối đầu trực tiếp. Theo số liệu của Tổng cục Thống kê, năm 2012 EU 27 là thị trường XK lớn nhất của Việt Nam với kim ngạch đạt 20,3 tỉ USD, chiếm 17,7% tổng KNXK hàng hóa của cả nước. Hiện nay, 5 nhóm sản phẩm XK nhiều nhất của Việt Nam sang EU là điện tử, giày da, may mặc, cà phê và thủy sản.

Tuy nhiên, cũng giống như thị trường Hoa Kỳ, KNXK dệt may của Việt Nam sang EU chỉ tăng bình quân 10,0%/năm, trong khi tổng KNXK sang thị trường này tăng cao hơn ở mức 17,4%/năm (Xem Bảng 16).

Hiệp định Thương mại tự do (FTA) giữa Liên minh châu Âu (EU) và Việt Nam (FTA Việt Nam – EU) đã qua 4 vòng đàm phán và hướng tới mục tiêu kết thúc thành công vòng đàm phán FTA vào năm 2014.

Bảng 16. Kim ngạch xuất khẩu Việt Nam sang EU 27 (triệu USD)

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	Tốc độ tăng 2008-12
Tổng kim ngạch XK	9.096	10.853	9.378	11.385	16.545	20.303	17,42%
trong đó, dệt may	1.499	1.704	1.603	1.883	2.523	2.413	9,99%

Nguồn: Tổng Cục Hải quan và Tổng cục Thống kê Việt Nam.

Hiện nay, hàng may mặc của Việt Nam đang phải chịu mức thuế bình quân là 11,7% khi XK sang thị trường EU. Nếu FTA VN – EU được ký kết thì với mức cắt giảm thuế về 0% với hàng dệt may sang thị trường này. Điều này kỳ vọng XK dệt may của Việt Nam sẽ được đẩy mạnh hơn, cũng như mang lại sự an toàn hơn trong quá trình đầu tư của doanh nghiệp. Hiệp định FTA VN – EU cũng là kỳ vọng để DN châu Âu đầu tư mạnh hơn vào Việt Nam trong thời gian tới.

Tuy nhiên, khi thực thi Hiệp định này, DN dệt may Việt Nam cũng sẽ gặp phải những khó khăn trong việc đáp ứng yêu cầu kỹ thuật của thị trường EU. Ngoài ra, FTA VN – EU có thể dẫn tới làn sóng đầu tư từ các doanh nghiệp FDI cạnh tranh mạnh mẽ và áp đảo các doanh nghiệp trong nước. Bởi vậy, bên cạnh việc tận dụng cơ hội giảm thuế sâu của FTA VN – EU, doanh nghiệp trong nước cần cải thiện các kênh phân phối, xây dựng thương hiệu trong nước, nhằm tăng GTGT cho sản phẩm XK.

IV.1.4.4. Các hiệp định thương mại tự do khác

Ngoài các hiệp định trong khung khổ WTO, các hiệp định thương mại tự do khác mà Việt Nam tham gia ký kết và thực thi cũng có ảnh hưởng trực tiếp đến hoạt động XK hàng dệt may. Các hiệp định thương mại tự do này chủ yếu được ký kết trong khung khổ của Hiệp hội Các quốc gia Đông Nam Á (ASEAN), bao gồm Hiệp định thương mại tự do ASEAN - Trung Quốc (ACFTA), Hiệp định thương mại tự do ASEAN - Hàn Quốc (AKFTA), Hiệp định đối tác kinh tế toàn diện ASEAN - Nhật Bản (AJCEP), và Hiệp định thương mại tự do ASEAN - Úc – New Zeland (AANZFTA).

Bảng 17 cho thấy KNXXK dệt may của Việt Nam sang ASEAN và các thị trường Đông Bắc Á, mặc dù còn nhỏ về giá trị tuyệt đối so với 3 thị trường lớn nhất hiện nay, nhưng tốc độ tăng trưởng trong 5 năm qua là rất ấn tượng.

Bảng 17. Kim ngạch xuất khẩu Việt Nam sang ASEAN và Đông Bắc Á (triệu USD)

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	Tốc độ tăng 2008-12
ASEAN	140,9	178,2	197,0	254,5	325,1	346,4	19,72%
Hàn Quốc	85,3	139,3	242,5	431,6	899,9	1069,0	65,83%
Đài Loan	162,4	292,7	215,6	181,5	246,3	229,9	7,20%
Trung Quốc	43,6	53,5	46,2	93,6	203,1	247,3	41,50%

Nguồn: Tổng Cục Hải quan và Tổng cục Thống kê Việt Nam.

Trong các hiệp định thương mại tự do nêu trên thì Hiệp định thương mại tự do ASEAN – Trung Quốc là có tác động trực tiếp và mạnh mẽ đến hoạt động XNK của Việt Nam. Kể từ năm 2002 đến nay nhập siêu của Việt Nam từ Trung Quốc ngày càng trở nên nặng nề. Việt Nam nhập khẩu chủ yếu máy móc thiết bị, nguyên phụ liệu phục vụ cho hoạt động sản xuất trong nước và xuất khẩu. Do đó dự kiến đến 2015 thời điểm mà Việt Nam thực hiện cam kết của Hiệp định thương mại ASEAN – Trung Quốc mở cửa thị trường hoàn toàn cho Trung Quốc thì nhập siêu từ Trung Quốc sẽ có khả năng trở nên nặng nề hơn. Đối với ngành dệt may Việt Nam trong thời gian qua Việt Nam nhập khẩu khá nhiều nguyên phụ liệu dệt may như bông sợi, vải, phụ liệu may từ Trung Quốc do nguyên phụ liệu dệt may của Trung Quốc có giá thấp, chất lượng cao, đa dạng về mẫu mã đáp ứng được nhu cầu may xuất khẩu. Dưới tác động của Hiệp định thương mại ASEAN – Trung Quốc, dự báo nhập khẩu nguyên phụ liệu dệt may từ Trung Quốc sẽ càng tăng, gây khó khăn cho việc phát triển các công đoạn thượng nguồn cung cấp nguyên phụ liệu dệt may trong chuỗi giá trị dệt may của Việt Nam.

IV.1.4.5. Các quy định và rào cản của nước NK

Khoảng một thập kỷ trở lại đây, bảo hộ thương mại có xu hướng gia tăng trở lại. Việc các nước NK bắt đầu áp dụng các rào cản thương mại và các quy định mới sẽ gây khó khăn cho DN Việt Nam. Các nước phát triển như Hoa Kỳ, EU sẽ đưa ra những chính sách ưu ái các công ty trong nước và hạn chế NK các sản phẩm của nước ngoài, trong khi đây lại là những thị trường XK lớn của Việt Nam.

Đơn cử như, năm 1995, trên thế giới chỉ có khoảng 400 quy định liên quan đến rào cản thương mại, nhưng trong giai đoạn 2009 - 2011 đã lên tới 3000 quy định, trong đó gần một nửa quy định liên quan đến vấn đề bảo vệ sức khỏe hoặc an toàn con người³⁴. Trong đơn đặt hàng may mặc thời gian gần đây của thị trường Hoa Kỳ, có thời điểm hầu hết các khách hàng yêu cầu nhà sản xuất phải cung cấp giấy kiểm tra về tính an toàn cháy của vải, kèm theo hàm lượng chì cho phép trong nguyên phụ kiện của các sản phẩm dệt may như phéc-mơ-tuya, khuy, trang sức,... theo tiêu chuẩn mà đạo luật “Cải thiện tính an toàn cho sản phẩm tiêu dùng Mỹ (CPSIA)” áp

³⁴ Tạp chí CN kỳ 1, Tháng 12/2012

dụng từ tháng 2/2010. Từ ngày 01/01/2011, Hoa Kỳ áp dụng các luật về tiêu chuẩn an toàn sản phẩm và các chất bị hạn chế đối với hầu hết các mặt hàng XK được coi là thế mạnh của Việt Nam vào thị trường Hoa Kỳ, như các sản phẩm giày da, may mặc, đồ gỗ, các mặt hàng tôm, cá... Những rào cản thương mại đang gây khó khăn cho hàng hoá XK của Việt Nam vào thị trường Hoa Kỳ. Hoa Kỳ đã thực hiện lệnh thu hồi và xử phạt nhiều mặt hàng XK từ Trung Quốc, Việt Nam và một số quốc gia châu Á do vi phạm các tiêu chuẩn về an toàn sản phẩm và sức khỏe của Ủy ban an toàn hàng tiêu dùng Hoa Kỳ.

IV.2. Tác động của chính sách của Chính phủ đối với ngành dệt may

Có thể nói chính sách của Chính phủ đối với ngành dệt may trong thời gian qua đã có nhiều thay đổi đáng kể, đặc biệt từ khi Việt Nam gia nhập WTO năm 2007. Phần dưới đây sẽ trình bày cụ thể một số thay đổi về chính sách có ảnh hưởng đến các DN ngành dệt may.

Chiến lược và quy hoạch phát triển ngành dệt may được quy định tại các văn bản sau:

- Quyết định 36/2008/QĐ-TTg ngày 10/03/2008 của Thủ tướng Chính phủ về việc phê duyệt Chiến lược phát triển ngành CN dệt may Việt Nam đến năm 2015, định hướng đến năm 2020.
- Quyết định số 39/2008/QĐ-BCT ngày 23/10/2008 của Bộ Công thương về việc phê duyệt Chương trình đào tạo nguồn nhân lực ngành Dệt May Việt Nam đến năm 2015, tầm nhìn đến năm 2020.
- Quyết định số 42/2008/QĐ-BCT ngày 19/11/2008 của Bộ Công thương về việc phê duyệt Quy hoạch phát triển ngành CN dệt may Việt Nam đến năm 2015, định hướng đến năm 2020.
- Quyết định số 29/QĐ-TTg ngày 08/01/2010 của Thủ tướng Chính phủ về việc phê duyệt Chương trình phát triển cây bông vải Việt Nam.

Hiện nay, Bộ Công thương đang hoàn thiện Dự thảo Quy hoạch phát triển ngành CN dệt may đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030 (Quy hoạch mới), để trình Thủ tướng Chính phủ phê duyệt. Dự thảo Quy hoạch mới được xây dựng trên nền tảng tiếp thu và kế thừa Quy hoạch cũ, có sự điều chỉnh để phù hợp hơn với thực tế.

Chiến lược phát triển ngành CN dệt may Việt Nam đến năm 2015, định hướng đến năm 2020 xác định quan điểm phát triển như sau:

- Phát triển ngành Dệt May theo hướng chuyên môn hoá, hiện đại hóa... Khắc phục những điểm yếu của ngành dệt may là thương hiệu của các doanh nghiệp còn yếu, mẫu mã thời trang chưa được quan tâm, CN phụ trợ chưa phát triển, cung cấp nguyên phụ liệu vừa thiếu vừa không kịp thời.
- Lấy XK làm mục tiêu cho phát triển của ngành... Tập trung phát triển mạnh các sản phẩm CN hỗ trợ... nâng cao GTGT của các sản phẩm trong ngành.
- Phát triển ngành Dệt May phải gắn với bảo vệ môi trường và xu thế dịch chuyển lao động nông nghiệp nông thôn. Di chuyển các cơ sở gây ô nhiễm môi trường vào các Khu, Cụm CN tập trung để tạo điều kiện xử lý môi trường.

- Đa dạng hóa sở hữu và loại hình doanh nghiệp trong ngành Dệt May.
- Phát triển nguồn nhân lực cả về số lượng và chất lượng cho sự phát triển bền vững của ngành Dệt May Việt Nam

Mục tiêu tổng quát của Chiến lược là “Phát triển ngành Dệt May trở thành một trong những ngành CN trọng điểm, mũi nhọn về XK, đáp ứng ngày càng cao nhu cầu tiêu dùng trong nước; tạo nhiều việc làm cho xã hội; nâng cao khả năng cạnh tranh, hội nhập vững chắc kinh tế khu vực và thế giới”. Theo đó, các chỉ tiêu chủ yếu được xác định như minh họa trong Bảng 18.

Bảng 18. Mục tiêu trong Chiến lược ngành dệt may đến năm 2020

Chỉ tiêu	Đơn vị tính	Mục tiêu toàn ngành đến	
		2015	2020
1. Doanh thu	Triệu USD	22.500	31.000
2. XK	Triệu USD	18.000	25.000
3. Sử dụng lao động	Nghìn người	2.750	3.000
4. Tỷ lệ nội địa hóa	%	60	70
5. Sản phẩm chính:	1000 tấn		
- Bông xơ	1000 tấn	40	60
- Xơ, sợi tổng hợp	1000 tấn	210	300
- Sợi các loại	1000 tấn	500	650
- Vải	Triệu m ²	1.500	2.000
- Sản phẩm may	Triệu SP	2.850	4.000

Với mục tiêu này, Chiến lược xác định ba định hướng phát triển chính, bao gồm:

- Sản phẩm
 - Chú trọng công tác thiết kế thời trang, tạo ra các sản phẩm dệt may có đặc tính khác biệt cao, từng bước xây dựng thương hiệu sản phẩm cho các doanh nghiệp.
 - Kêu gọi các nhà đầu tư trong và ngoài nước đầu tư sản xuất xơ sợi tổng hợp, nguyên phụ liệu, phụ tùng thay thế và các sản phẩm hỗ trợ để cung cấp cho các doanh nghiệp trong ngành.
 - Xây dựng Chương trình sản xuất vải phục vụ XK. Tập đoàn Dệt May Việt Nam giữ vai trò nòng cốt thực hiện Chương trình này.
 - Xây dựng Chương trình phát triển cây bông, trong đó chú trọng xây dựng các vùng trồng bông.
- Đầu tư và phát triển sản xuất
 - Đối với DN may: Xây dựng các trung tâm thời trang, các đơn vị nghiên cứu thiết kế mẫu, các trung tâm cung ứng nguyên phụ liệu và thương mại tại Hà Nội, TP.HCM và các TP lớn. Di dời các cơ sở sản xuất về các địa phương có nguồn lao động nông nghiệp và thuận lợi giao thông.

- Đối với các DN sợi, dệt, nhuộm và hoàn tất vải: Thực hiện di dời và xây dựng mới các cơ sở dệt nhuộm tại các Khu, Cụm CN tập trung để có điều kiện xử lý nước thải và giải quyết tốt vấn đề ô nhiễm môi trường.
- Xây dựng các vùng chuyên canh bông.
- Bảo vệ môi trường
 - Xây dựng Báo cáo đánh giá tác động môi trường.
 - Triển khai xây dựng các Khu, Cụm CN dệt may có hệ thống xử lý nước thải tập trung, đạt tiêu chuẩn môi trường để di dời các cơ sở dệt may có nguy cơ gây ô nhiễm vào khu CN.
 - Triển khai Chương trình sản xuất sạch hơn trong ngành dệt may, khuyến khích các doanh nghiệp áp dụng tiêu chuẩn quản lý môi trường theo tiêu chuẩn ISO 14000, tạo môi trường lao động tốt cho người lao động theo tiêu chuẩn SA 8000.
 - Xây dựng và thực hiện lộ trình đổi mới công nghệ trong ngành dệt may theo hướng thân thiện với môi trường.

Theo đó, các giải pháp thực hiện chiến lược bao gồm:

- *Giải pháp về đầu tư:* Khuyến khích mọi thành phần kinh tế trong và ngoài nước đầu tư phát triển ngành dệt may; Xây dựng các dự án đầu tư trong lĩnh vực dệt, nhuộm, sản xuất nguyên liệu bông xơ và sợi nhân tạo, sản xuất nguyên phụ liệu; Xây dựng các khu CN chuyên ngành dệt may có đủ điều kiện hạ tầng cung cấp điện, cấp nước, xử lý nước thải, đảm bảo các yêu cầu về môi trường và lao động có khả năng đào tạo; Phối hợp với các địa phương đầu tư phát triển cây bông.
- *Giải pháp phát triển nguồn nhân lực:* Mở các lớp đào tạo cán bộ; đào tạo về thiết kế và kỹ năng quản lý, sản xuất và bán hàng; liên kết với các cơ sở đào tạo trong và ngoài nước để đào tạo nguồn nhân lực,...
- *Giải pháp về khoa học công nghệ:* Nâng cao năng lực tư vấn, nghiên cứu triển khai, chuyển giao công nghệ, khả năng thiết kế và sáng tác mẫu của các viện nghiên cứu; Nghiên cứu áp dụng các công nghệ mới, các nguyên liệu mới; Xây dựng hệ thống tiêu chuẩn, quy chuẩn kỹ thuật sản phẩm dệt may phù hợp và hài hoà với pháp luật về tiêu chuẩn, quy chuẩn kỹ thuật và thông lệ quốc tế; Nghiên cứu xây dựng các chính sách khuyến khích thúc đẩy chuyển giao công nghệ trong ngành dệt may,...
- *Giải pháp thị trường:* Cải cách các thủ tục hành chính; đổi mới phương thức tiếp thị XK, đồng thời quan tâm đến việc xây dựng, quảng bá thương hiệu sản phẩm, xây dựng hình ảnh,...
- *Giải pháp về cung ứng nguyên phụ liệu:* Xây dựng các doanh nghiệp kinh doanh nguyên phụ liệu tập trung nhằm đáp ứng được nhu cầu nguyên phụ liệu cho các doanh nghiệp với chất lượng cao và giá NK hợp lý,...
- *Giải pháp về tài chính:* huy động vốn từ các thành phần kinh tế trong và ngoài nước...

Trên cơ sở Chiến lược phát triển ngành CN dệt may, Quy hoạch phát triển ngành CN dệt may Việt Nam đến năm 2015, định hướng đến năm 2020 xác định sản phẩm chiến lược gồm: sản

xuất vải (trong đó, nhuộm và hoàn tất vải đóng vai trò quan trọng) và phụ liệu phục vụ may XK. Theo đó, đẩy mạnh đầu tư phát triển các cơ sở sản xuất bông, xơ, sợi tổng hợp và phụ liệu, và tăng cường đầu tư phát triển ngành may XK. Quy hoạch dệt may theo vùng lãnh thổ được phân bố ở các khu vực gồm:

- *Vùng đồng bằng sông Hồng*: Lấy Hà Nội là trung tâm làm dịch vụ, cung cấp nguyên phụ liệu, công nghệ, mẫu mốt, các cơ sở may sản xuất các sản phẩm có GTGT cao. Các cơ sở sản xuất di dời về các Khu CN ở các tỉnh như Nam Định, Thái Bình, Hưng Yên, Hà Nam, Vĩnh Phúc, Bắc Ninh, Ninh Bình. Hình thành một cụm CN may XK và ba khu CN dệt nhuộm hoàn tất.
- *Vùng Đông Nam Bộ*: TP.HCM là trung tâm thương mại, thiết kế mẫu mốt, dịch vụ công nghệ dệt may, các nhà máy may các sản phẩm thời trang, có GTGT cao. Di dời các cơ sở nhuộm, hoàn tất tại TP.HCM về Khu CN Long An và các tỉnh lân cận.
- *Vùng duyên hải Trung Bộ*: Lấy Đà Nẵng làm trung tâm để hình thành một cụm CN may XK và một số Khu CN dệt nhuộm - hoàn tất.
- *Đồng bằng sông Cửu Long*: Lấy TP Cần Thơ làm trung tâm để hình thành một cụm CN may XK và một khu CN dệt nhuộm tập trung tại Trà Vinh.
- *Vùng Đông Bắc và Tây Bắc bộ*: Bố trí một Khu CN dệt tại Phú Thọ, các nhà máy may bố trí ở các tỉnh. Phát triển vùng trồng bông, nguyên liệu tơ tằm ở Sơn La, Điện Biên.
- *Vùng Bắc Trung bộ*: bố trí các doanh nghiệp dệt may theo trục quốc lộ 1 với một số cụm, điểm CN tại Thanh Hoá, Nghệ An, Huế. Hình thành ba khu CN dệt nhuộm tập trung tại Diễn Châu (Nghệ An), Hà Tĩnh, Quảng Trị trong giai đoạn từ 2012 đến 2015.
- *Vùng Tây Nguyên*: Đẩy mạnh chuyên môn hoá các cây nguyên liệu dệt như dâu tằm, bông... Đồng thời kết hợp phát triển các cơ sở may phục vụ nội địa hoặc làm vệ tinh cho ngành may của khu vực Đông Nam Bộ và khu vực Duyên hải Trung Bộ.

IV.2.1. Chính sách thuế

Thuế XK: Theo Biểu thuế XK, hàng dệt may XK được áp dụng thuế suất ưu đãi 0%. Theo cam kết gia nhập WTO, Việt Nam buộc phải xóa bỏ các dạng ưu đãi, hỗ trợ trực tiếp trong XK nhưng có thể linh hoạt áp dụng các loại ưu đãi, trợ cấp được phép. Tuy nhiên, WTO không có nội dung nào yêu cầu cam kết về thuế XK, do đó, mức thuế suất XK 0% góp phần thúc đẩy tăng trưởng XK ngành dệt may.

Thuế giá trị gia tăng: Mức thuế suất áp dụng đối với ngành dệt may XK căn cứ theo quy định tại Điểm 1 mục II *Thông tư số 129/2008/TT-BTC* của Bộ Tài chính về việc hướng dẫn thi hành một số điều của Luật Thuế GTGT và hướng dẫn thi hành Nghị định số 123/2008/NĐ-CP ngày 08/12/2008 của Chính phủ quy định chi tiết và hướng dẫn thi hành một số điều của Luật Thuế GTGT. Cụ thể là *Thuế suất thuế GTGT 0% được “áp dụng đối với hàng hoá, dịch vụ XK; hoạt động xây dựng, lắp đặt công trình của doanh nghiệp chế xuất; hàng bán cho cửa hàng bán hàng*

miễn thuế” (Khoản 1 mục II phần B)³⁵. Điểm 1.2 Mục II Phần B Thông tư số 129/2008/TT-BTC cũng quy định hàng hoá, dịch vụ XK được áp dụng thuế suất 0% phải đáp ứng điều kiện sau đây:

- Có hợp đồng bán, gia công hàng hoá XK; hợp đồng uỷ thác XK hoặc uỷ thác gia công hàng hoá XK; hợp đồng cung ứng dịch vụ với tổ chức, cá nhân ở nước ngoài hoặc ở trong khu phi thuế quan;
- Có chứng từ thanh toán tiền hàng hoá, dịch vụ XK qua ngân hàng và các chứng từ khác theo quy định của pháp luật;
- Có tờ khai hải quan đối với hàng hoá XK.

Việt Nam hiện chủ yếu gia công hàng may mặc XK, nên theo quy định này vật tư nguyên liệu NK để gia công được miễn thuế NK. Cũng theo quy định tại *Luật Thuế XK, thuế NK*³⁶ và *Nghị định 87/2010/NĐ-CP* ngày 13/8/2010 qui định chi tiết thi hành một số điều của Luật thuế XK, thuế NK (điểm 4 Điều 12) thì “*Hàng hóa NK để gia công cho phía nước ngoài được miễn thuế NK... và khi xuất trả sản phẩm cho phía nước ngoài được miễn thuế XK*”.

Thuế thu nhập doanh nghiệp: Trước đây, theo *Nghị định 36 ban hành năm 1997*, doanh nghiệp có vốn nước ngoài đầu tư vào khu CN, nếu có tỷ lệ XK trên 80% sản phẩm làm ra thì sẽ được hưởng thuế suất thuế thu nhập doanh nghiệp là 10% trong suốt thời gian thực hiện dự án (có thể đến 50 năm). Ngoài ra, những doanh nghiệp trong khu CN nếu tỷ lệ XK trên 30% nhưng sử dụng nhiều nguyên liệu, vật tư trong nước thì được hưởng mức thuế 15%.

Từ năm 2007, *Nghị định 24/2007/NĐ-CP* của Chính phủ ngày 14/2/2007 đã bãi bỏ tất cả những ưu đãi liên quan đến tỷ lệ XK, tỷ lệ sử dụng nguyên liệu nội địa và bãi bỏ ưu đãi thuế thu nhập doanh nghiệp do đáp ứng điều kiện về sử dụng nguyên liệu trong nước. *Nghị định 24/2007/NĐ-CP* cũng chỉ rõ thuế suất thuế thu nhập doanh nghiệp áp dụng chung đối với cơ sở kinh doanh là 28%. Theo đó, các doanh nghiệp dệt may bị cắt ưu đãi từ cuối tháng 2/2007 - thời điểm *Nghị định 24/2007/NĐ-CP* có hiệu lực³⁷, và áp dụng mức thuế suất thuế thu nhập doanh nghiệp là 28%.

Từ ngày 1/1/2009, theo *Luật Thuế thu nhập doanh nghiệp số 14/2008/QH12* của Quốc hội, nhìn chung các ngành áp dụng “Thuế suất thuế thu nhập doanh nghiệp là 25%” (Khoản 1, Điều 10), trừ các trường hợp quy định khác và các trường hợp được ưu đãi thuế suất. Với quy định này, các doanh nghiệp trong ngành dệt may sẽ áp dụng mức thuế suất là 25% từ 1/1/2009.

Mới đây nhất, theo *Luật thuế thu nhập doanh nghiệp sửa đổi năm 2013* (số 32/2013/QH13) được Quốc hội thông qua ngày 19/06/2013 sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật Thuế thu nhập doanh nghiệp, có ba nội dung điều chỉnh ảnh hưởng tới hoạt động của doanh nghiệp dệt may

³⁵ Điểm 1.1 mục II phần B làm rõ thêm Hàng hóa xuất khẩu bao gồm: Hàng hóa xuất khẩu ra nước ngoài, kể cả uỷ thác xuất khẩu; Hàng hóa bán vào khu phi thuế quan theo quy định của Thủ tướng Chính phủ; hàng bán cho cửa hàng miễn thuế; Hàng hóa gia công theo quy định của pháp luật thương mại; và Hàng hóa xuất khẩu để bán tại hội chợ, triển lãm ở nước ngoài.

³⁶ Ban hành kèm theo Quyết định số 45/2005/QH11 ngày 14/6/2005.

³⁷ Khoản 2 Điều 46 *Nghị định 24/2007/NĐ-CP* quy định bãi bỏ “*ưu đãi thuế thu nhập doanh nghiệp do đáp ứng điều kiện về tỷ lệ xuất khẩu của hoạt động dệt, may quy định tại các văn bản pháp luật về đầu tư nước ngoài tại Việt Nam, về khuyến khích đầu tư trong nước, về thuế thu nhập doanh nghiệp và văn bản pháp luật về đầu tư kể từ năm tính thuế 2007*”.

trong thời gian tới: *Thứ nhất*, giảm thuế thu nhập doanh nghiệp từ 25% xuống còn 22% từ ngày 01/01/2014 và sẽ giảm xuống còn 20% từ ngày 01/01/2016 trừ các trường hợp quy định khác và các trường hợp được ưu đãi thuế suất. *Thứ hai*, sẽ áp dụng thuế suất 20% đối với doanh nghiệp có tổng doanh thu năm không quá 20 tỉ đồng, doanh thu này được căn cứ vào doanh thu của năm trước liền kề, mức thuế suất này được áp dụng từ ngày 01/7/2013. *Thứ ba*, doanh nghiệp có lỗ được chuyển lỗ sang năm sau; số lỗ này được trừ vào thu nhập tính thuế. Thời gian được chuyển lỗ không quá năm năm, kể từ năm tiếp theo năm phát sinh lỗ. Như vậy, với việc cắt giảm mức thuế suất theo lộ trình và cho phép chuyển lỗ sẽ có ý nghĩa lớn trong việc khuyến khích phát triển doanh nghiệp, trong đó có doanh nghiệp ngành dệt may.

IV.2.2. Thủ tục hải quan

Có thể nói, thủ tục hải quan hiện nay đã được đơn giản hóa so với trước, cụ thể là quy trình giải quyết thủ tục hải quan được đổi mới theo hướng đơn giản hóa, loại bỏ bớt khâu trung gian. Hồ sơ hải quan đã được đơn giản hóa, giảm từ 8 loại giấy tờ đối với lô hàng XK xuống còn 4 loại giấy tờ và từ 14 loại giấy tờ đối với lô hàng NK xuống còn 10 loại giấy tờ, và được luân chuyển theo một quy trình thủ tục, tạo thuận lợi và giảm chi phí cho doanh nghiệp. Đặc biệt, việc thực hiện thủ tục hải quan điện tử, khai hải quan từ xa qua mạng là một bước đột phá trong cải cách thủ tục hải quan, làm giảm đáng kể số lượng giấy tờ phải có trong hồ sơ hải quan. Đây là một phương thức hiện đại được triển khai chính thức từ 1/1/2013 nhằm giúp ngành Hải quan nâng cao trình độ nghiệp vụ và góp phần tạo thuận lợi tối đa cho hoạt động XNK của doanh nghiệp.

Theo báo cáo của Ban cải cách hiện đại hóa Hải quan (Tổng cục Hải quan), qua 2 tháng triển khai chính thức thủ tục hải quan điện tử (từ 1/1/2013 đến hết tháng 2/2013), cả nước có 34/34 cục Hải quan địa phương với 125 chi cục thực hiện, trong đó 17 cục áp dụng tại 100% chi cục. Hiện nay, thủ tục hải quan điện tử đã được áp dụng cho hầu hết các loại hình XNK. Số doanh nghiệp tham gia thực hiện là 28.948, chiếm 92,88% số doanh nghiệp đang thực hiện hoạt động XNK trên phạm vi cả nước.

Theo quy định tại Nghị định số 87/2012/NĐ-CP của Chính phủ ngày 23/10/2012 “*Quy định chi tiết một số điều của Luật Hải quan về thủ tục hải quan điện tử đối với hàng hóa XK, NK thương mại*”, doanh nghiệp có thể thực hiện khai hải quan điện tử 24 giờ trong ngày, 7 ngày trong tuần. Điều này khuyến khích các doanh nghiệp chủ động khai báo vì không bị giới hạn về không gian, thời gian và địa điểm.

Nhờ có những cải cách về thủ tục hải quan, doanh nghiệp giảm được chi phí và thời gian thông quan được rút ngắn hơn; doanh nghiệp tiếp xúc với cán bộ hải quan ít hơn; hạn chế được phiền hà, sách nhiễu, tiêu cực trong quá trình thực hiện. Ngành dệt may thực hiện nhiều hoạt động XNK, do đó cải cách thủ tục hải quan đã tạo thuận lợi, giảm chi phí và thời gian cho các doanh nghiệp dệt may. Tuy đã đạt được những kết quả tích cực từ cải cách thủ tục hải quan, song ngành hải quan vẫn còn nhiều tồn tại và doanh nghiệp vẫn còn nhiều vướng mắc.

Việc phối hợp giữa cơ quan Hải quan với các cơ quan chức năng (như giao thông vận tải, công thương,...) chưa chặt chẽ. Đặc biệt, chưa có sự thống nhất, chuẩn hóa về tiêu chuẩn kỹ thuật, hệ thống hạ tầng quản lý công nghệ thông tin và cơ sở hạ tầng tại các cửa khẩu đường bộ, cảng biển, cảng hàng không dẫn đến việc quản lý doanh nghiệp XK, NK của mỗi ngành là khác nhau.

Vẫn còn những vướng mắc về nghiệp vụ trong việc thực hiện thủ tục hải quan điện tử như thời gian thực hiện; mẫu tờ khai hải quan điện tử in; quy trình quản lý hàng hóa chuyển cửa khẩu; quy trình phức tạp hồ sơ; vấn đề giám sát đối với hàng hóa thực hiện thủ tục hải quan điện tử. Do mới áp dụng chính thức từ 1/2013 nên mặc dù thủ tục này có ý nghĩa thiết thực, giảm chi phí thời gian cho doanh nghiệp XNK, trong đó có doanh nghiệp dệt may, song do còn một số vướng mắc về nghiệp vụ của ngành hải quan và bản thân doanh nghiệp chưa thành thạo với việc đăng ký hải quan điện tử nên nhiều doanh nghiệp vẫn còn bối rối khi thực hiện.

Trong thời gian tới, với việc tiếp tục cải cách thủ tục hải quan cũng như hoàn thiện và nâng cấp cơ sở hạ tầng phục vụ hoạt động hải quan, các doanh nghiệp dệt may Việt Nam sẽ thuận lợi hơn trong việc thực hiện các hoạt động XNK, và do vậy khuyến khích các doanh nghiệp tham gia vào ngành này cũng như hội nhập sâu hơn vào thị trường dệt may thế giới.

IV.2.3. Chính sách tỷ giá

Chính sách tỷ giá, lạm phát, chính sách thương mại là những nhân tố tác động đến XNK của ngành, và do đó hoạt động XNK của cả quốc gia. Dệt may là ngành có doanh thu XK lớn trong cơ cấu XK của Việt Nam, nhưng cũng là ngành có tỷ lệ NK nguyên liệu đầu vào cao, do đó chính sách tỷ giá là một nhân tố quan trọng khi xem xét hoạt động XNK của ngành.

Từ giữa năm 2008, tình trạng suy giảm kinh tế toàn cầu và thực hiện chính sách thắt chặt tiền tệ nhằm kiềm chế lạm phát đã ảnh hưởng tiêu cực đến XK và cán cân thương mại của Việt Nam, gây áp lực lớn đối với điều chỉnh tỷ giá theo hướng giảm giá đồng tiền Việt Nam (VND) so với Đô la Mỹ (USD). Năm 2008, biên độ tỷ giá VND/USD đã được nới rộng hai lần, 2% kể từ cuối tháng 6/2008 và thêm 3% vào đầu tháng 11/2008. Mức này sau đó đã được nâng lên $\pm 5\%$ vào tháng 3/2009.

Do áp lực giảm giá đồng Việt Nam, tháng 2/2010, Ngân hàng Nhà nước tăng tỷ giá chính thức từ 17.941 VND/USD lên 18.544 VND/USD. Cùng với việc nâng tỷ giá, từ đầu quý 2/2010 Ngân hàng Nhà nước đã có chính sách cho phép doanh nghiệp XK được phép vay ngoại tệ dùng làm vốn lưu động. Chính sách này được kỳ vọng sẽ giải quyết được cầu ngoại tệ để NK đầu vào, đồng thời doanh nghiệp XK lại có nguồn thu ngoại tệ từ XK để trang trải cho số vay trên. Thực tế các doanh nghiệp dệt may XK đã tích cực vay ngoại tệ do được hưởng lãi suất vay thấp hơn vay tiền VND. Tuy nhiên, chính sách này đã làm cho cầu ngoại tệ tăng nhanh, buộc các ngân hàng thương mại điều chỉnh tăng lãi suất huy động ngoại tệ lên tới mức khoảng 5%/năm. Khi lãi suất tiền gửi ngoại tệ tăng nhanh (khoảng 5%) cộng với những dấu hiệu lạm phát... đã kích thích nhiều người gửi tiền lựa chọn phương thức gửi tiết kiệm ngoại tệ và như vậy càng làm cho cầu ngoại tệ tăng lên, dẫn tới tỷ giá thị trường tự do tăng theo. Về phía doanh nghiệp, ngoại tệ thu được từ hoạt động XK phải bán lại cho ngân hàng, nhưng tiếp cận vay ngoại tệ lại rất khó, trong khi chi phí vay cao đẩy nhiều doanh nghiệp XK vào tình trạng khó khăn do không cân đối được ngoại tệ.

Đầu tháng 2/2011, Ngân hàng Nhà nước tiếp tục điều chỉnh giảm giá VND (phá giá ở mức 9,3%) nhằm ổn định kinh tế vĩ mô và tạo thuận lợi hơn cho XK. Tuy nhiên, nỗ lực này đã không có kết quả ngay lập tức bởi tỷ giá trên thị trường tự do cũng tăng theo. Sang đến năm 2012, Ngân hàng Nhà nước đã giữ được tỷ giá ổn định, không có những diễn biến bất thường. Tuy

vậy, nhằm phản ánh chính xác hơn cung cầu ngoại tệ trên thị trường, cuối tháng 6/2013, Ngân hàng Nhà nước quyết định điều chỉnh tỷ giá tăng thêm 1% lên 21.036 VND/USD sau hơn một năm rưỡi duy trì ở mức 20.828 VND/USD.

Trên thực tế, cách thức quản lý ngoại hối và chính sách tỷ giá trong những năm qua không có tác động tích cực rõ ràng tới các doanh nghiệp dệt may XK. Trải qua các lần nới rộng biên độ tỷ giá hay giảm giá VND, XK của Việt Nam ít được cải thiện. Trong khi đó, ngành dệt may XK của Việt Nam chủ yếu chỉ thực hiện gia công, vì vậy các doanh nghiệp sản xuất mặt hàng dệt may XK lại thực sự khó khăn khi tiền đồng giảm giá vì họ phải NK nguyên liệu đầu vào. Hơn nữa, theo nhận định từ một số nghiên cứu, giá trị XK mặt hàng dệt may chủ yếu dựa vào kết quả hoạt động sản xuất và khả năng chiếm lĩnh thị trường quốc tế hơn là tỷ giá hối đoái³⁸, do vậy việc giảm giá VND dường như chưa tác động tích cực đối với XK hàng dệt may.

IV.2.4. Chính sách tín dụng

Nhằm thúc đẩy XK, Việt Nam thực hiện chính sách ưu đãi tín dụng, cả về lượng vốn lẫn lãi suất cho vay XK. Chính sách tín dụng đối với hoạt động XK từ năm 2006 đến nay có những điểm đáng chú ý dưới đây.

Nghị định 151/2006/NĐ-CP ngày 20/12/2006 của Chính phủ về tín dụng đầu tư và tín dụng XK của Nhà nước và *Nghị định 106/2008/NĐ-CP* ngày 19/9/2008 của Chính phủ về sửa đổi, bổ sung một số điều của *Nghị định số 151/2006/NĐ-CP* ngày 20/12/2006 của Chính phủ về tín dụng đầu tư và tín dụng XK của Nhà nước xác định đối tượng cho vay là nhà XK có hợp đồng XK và nhà NK có hợp đồng NK hàng hoá thuộc Danh mục mặt hàng vay vốn tín dụng XK (Điều 21 *Nghị định 151*). Mặt hàng dệt may thuộc nhóm đối tượng này chỉ bao gồm hàng thêu, ren, tơ tằm và sản phẩm lụa sản xuất từ tơ tằm. Tuy nhiên, những mặt hàng này chiếm tỷ trọng rất nhỏ trong tổng kim XK hàng dệt may của Việt Nam. Có thể nói, hai nghị định này không ảnh hưởng nhiều tới hoạt động XK của ngành dệt may Việt Nam.

Quyết định số 443/QĐ-TTg ngày 04 tháng 4 năm 2009 của Thủ tướng Chính phủ về việc hỗ trợ lãi suất cho các tổ chức, cá nhân vay vốn trung, dài hạn ngân hàng để thực hiện đầu tư mới để phát triển sản xuất - kinh doanh quy định mức hỗ trợ lãi suất tiền vay là 4%/năm; thời hạn vay được hỗ trợ lãi suất tối đa là 24 tháng (thực hiện từ 1/4/2009 đến 31/12/2011). Tiếp đó Ngân hàng Nhà nước Việt Nam ra *Thông tư số 18/2010/TT-NHNN* ngày 16/9/2010 quy định chi tiết thi hành việc hỗ trợ lãi suất cho các tổ chức, cá nhân vay vốn trung, dài hạn tại Ngân hàng Phát triển Việt Nam. Đối tượng của Thông tư này bao gồm cả nhà XK vay vốn Ngân hàng Phát triển Việt Nam. Đây là một trong những chính sách hỗ trợ tín dụng đối với các doanh nghiệp XK, trong đó có doanh nghiệp dệt may. Tuy nhiên, trong giai đoạn thực hiện Quyết định này, nhìn chung các doanh nghiệp dệt may XK đều cho rằng không dễ dàng tiếp cận được các hỗ trợ tín dụng của Ngân hàng Phát triển Việt Nam.

Gần đây, trong bối cảnh tình hình sản xuất, kinh doanh đình trệ kéo dài Ngân hàng Nhà nước đã thực hiện nhiều lần hạ trần lãi suất để đưa lãi suất huy động về mức 6-7%. Gần đây nhất, *Nghị quyết số 02/NQ-CP* ngày 07/01/2013 của Chính phủ về một số giải pháp tháo gỡ khó khăn cho

³⁸ Tạp chí Tài chính số 4/2013

sản xuất kinh doanh, hỗ trợ thị trường, giải quyết nợ xấu đã giao cho Ngân hàng Nhà nước Việt Nam chủ trì, phối hợp với các Bộ, cơ quan, địa phương hạ mặt bằng lãi suất tín dụng phù hợp với mức giảm của lạm phát. Giảm lãi suất sẽ giúp cho các doanh nghiệp dệt may có cơ hội tiếp cận tín dụng tốt hơn.

Nghị quyết 02 cũng yêu cầu giảm chi phí sản xuất kinh doanh, tạo điều kiện cho doanh nghiệp hạ giá thành và tiêu thụ sản phẩm thông qua các hình thức: gia hạn thời hạn nộp thuế thu nhập doanh nghiệp và nộp thuế GTGT đối với doanh nghiệp có quy mô vừa và nhỏ, doanh nghiệp sử dụng nhiều lao động trong một số lĩnh vực (trong đó có lĩnh vực dệt may); và giảm tiền thuê đất.

IV.2.5. Chính sách liên quan đến lao động

Bộ Luật lao động 2012 (Luật số 10/2012/QH13) được Quốc hội khóa XIII thông qua ngày 18/6/2012 và bắt đầu có hiệu lực từ 1/5/2013. Trước đây (theo bộ Luật Lao động 1994), lương của người lao động trong thời gian thử việc ít nhất phải bằng 70% lương chính thức nhưng không thấp hơn mức lương tối thiểu theo quy định của Nhà nước. Bộ Luật lao động 2012 đã tăng mức tối thiểu đối với lương của người lao động trong thời gian thử việc lên ít nhất 85% lương chính thức và mức lương này cũng không được thấp hơn mức lương cơ bản theo quy định của Nhà nước (Điều 28). Mặc dù sự thay đổi này sẽ có lợi hơn cho người lao động, nhưng có thể dẫn đến việc tăng quỹ lương mà người sử dụng lao động sử dụng để trả cho người lao động, do đó tăng chi phí của doanh nghiệp.

Cũng theo Bộ Luật Lao động 2012, lương tối thiểu theo vùng được Nhà nước quy định trong từng thời điểm để đảm bảo thu nhập và đáp ứng mức sống tối thiểu của người lao động (Điều 91). Việc tăng lương tối thiểu theo vùng dẫn đến tăng tổng số tiền lương cho người lao động nói chung do nhiều doanh nghiệp phải cơ cấu lại thang bảng lương để tuân thủ và phản ánh mức tăng lương tối thiểu theo vùng. Ngoài ra, việc tăng lương tối thiểu chung và theo vùng cũng dẫn đến tăng số tiền đóng bảo hiểm xã hội nói chung của cả người sử dụng lao động và người lao động. Những quy định này chắc chắn sẽ làm tăng chi phí tiền lương của doanh nghiệp, trong đó có doanh nghiệp dệt may.

So với trước đây (Bộ Luật Lao động 1994), Bộ Luật Lao động 2012 quy định tăng thời gian nghỉ lễ, chế độ thai sản, chế độ khám sức khỏe định kỳ sẽ làm tăng chi phí cho doanh nghiệp, nhất là doanh nghiệp dệt may do lao động chủ yếu là nữ - thuộc nhóm đối tượng được hưởng chế độ khám sức khỏe định kỳ và thai sản.

Bên cạnh Bộ Luật lao động 2012, còn một số văn bản pháp quy khác được ban hành gần đây cũng ảnh hưởng tới các doanh nghiệp dệt may như *Luật Công đoàn*. Trước đây, theo Luật Công đoàn 1990, quỹ công đoàn hình thành từ phí công đoàn do người sử dụng lao động đóng góp (Phí công đoàn"), phí thành viên (Đoàn phí") và các khoản thu khác. Phí công đoàn chỉ áp dụng cho những doanh nghiệp có tổ chức công đoàn cơ sở với mức đóng là 2% tổng quỹ lương trả cho người lao động trong nước đối với doanh nghiệp trong nước và 1% tổng quỹ lương trả cho người lao động trong nước đối với doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài. Trên thực tế, phí công đoàn không áp dụng đối với các doanh nghiệp (kể cả doanh nghiệp trong nước và doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài) mà không có tổ chức công đoàn cơ sở. Tuy nhiên, Luật Công đoàn 2012 quy định mức Phí công đoàn 2% tính trên quỹ lương người sử dụng lao động dùng để

đóng bảo hiểm xã hội, sẽ áp dụng cho tất cả các doanh nghiệp bất kể đó là doanh nghiệp trong nước hay doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài; và bất kể doanh nghiệp đó có tổ chức công đoàn cơ sở hay không. Quy định mới này có thể làm cho các doanh nghiệp, đặc biệt là các doanh nghiệp chưa có tổ chức công đoàn cơ sở, phải chi trả nhiều chi phí hơn, song lại có ý nghĩa trong việc bảo vệ người lao động trong doanh nghiệp.

IV.2.6. Chính sách đất đai

Luật Đất đai năm 2003 (Luật số 13/2003/QH11 ngày 10/12/2003) quy định tại Điều 60 về việc miễn, giảm tiền sử dụng đất, thuê đất đối với trường hợp sử dụng đất vào mục đích sản xuất, kinh doanh thuộc lĩnh vực, địa bàn ưu đãi đầu tư. Dệt may là một trong những lĩnh vực khuyến khích đầu tư, do đó được áp dụng quy định này.

Nghị định số 142/2005/NĐ-CP ngày 14/11/2005 của Chính phủ về thu tiền thuê đất, thuê mặt nước quy định tại khoản 4, Điều 14 cho phép miễn tiền thuê đất, thuê mặt nước ba năm kể từ ngày xây dựng hoàn thành đưa dự án vào hoạt động đối với dự án thuộc Danh mục lĩnh vực khuyến khích đầu tư. Ngành dệt may cũng được áp dụng miễn, giảm tiền thuê đất theo quy định tại Nghị định này.

IV.2.7. Chính sách môi trường

Chiến lược phát triển ngành CN dệt may Việt Nam đến năm 2015, định hướng đến năm 2020 nêu rõ định hướng về bảo vệ môi trường trong lĩnh vực CN dệt may như sau:

- Xây dựng Báo cáo đánh giá tác động môi trường phù hợp với Chiến lược phát triển ngành Dệt May và các quy định pháp luật về môi trường.
- Tập trung xử lý triệt để các cơ sở ô nhiễm môi trường nghiêm trọng. Triển khai xây dựng các Khu, Cụm CN dệt may có hệ thống xử lý nước thải tập trung, đạt tiêu chuẩn môi trường để di dời các cơ sở dệt may có nguy cơ gây ô nhiễm vào khu CN.
- Tăng cường năng lực nghiên cứu khoa học công nghệ về môi trường.
- Đáp ứng các yêu cầu về môi trường và rào cản kỹ thuật để hội nhập kinh tế quốc tế

Thực tế cho thấy, nhiều doanh nghiệp dệt, may, nhuộm Việt Nam sử dụng công nghệ lạc hậu, do đó mức tiêu hao nguyên liệu cao, gây lãng phí và ô nhiễm môi trường. Những năm qua, ngành dệt may đã đầu tư cho sản xuất sạch hơn khoảng hơn 500.000USD, trong quá trình triển khai tiết kiệm được 2 triệu USD³⁹. Việc thực hiện sản xuất sạch hơn giúp cho ngành dệt may đáp ứng được các yêu cầu về môi trường, vượt qua các rào cản thương mại để hội nhập kinh tế quốc tế trong bối cảnh các rào cản thương mại vẫn tiếp tục tăng. Các rào cản thuế quan, rào cản phi thuế quan, rào cản kỹ thuật và rào cản thương mại xanh..., tất cả đều nhằm bảo hộ sản xuất và tiêu dùng nội địa của các quốc gia NK trong thời khủng hoảng hiện nay, do vậy thực hiện sản xuất sạch hơn là một trong những giải pháp giúp cho ngành dệt may tăng trưởng nhanh, ổn định, bền vững.

³⁹ Tạp chí CN kỳ 1, Tháng 12/2012

IV.3. Tác động chính sách của chính quyền địa phương đối với ngành dệt may

IV.3.1. Tổng hợp và đánh giá chiến lược, quy hoạch ngành dệt may

Tập đoàn Dệt May Việt Nam là đơn vị nòng cốt trong việc thực hiện chiến lược phát triển của ngành dệt may Việt Nam. Theo Kế hoạch sản xuất kinh doanh, kế hoạch đầu tư phát triển 5 năm giai đoạn 2011 – 2015 của Tập đoàn Dệt May Việt Nam được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt theo Quyết định số 429/QĐ-TTg ngày 12/4/2012, nhiều giải pháp thực hiện chiến lược được đề ra, trong đó có những giải pháp có tác động toàn ngành đáng chú ý là:

- Mở rộng vùng trồng cây nguyên liệu phục vụ cho ngành dệt may, đặc biệt là chương trình phát triển cây bông vải đến năm 2015, định hướng đến năm 2020. Phấn đấu diện tích trồng bông đạt 50.000 ha vào năm 2015, trong đó bông có tưới là 10.000 ha. Năng suất bình quân đạt 1,5 tấn/ha, bông có tưới là 2 tấn/ha. Sản lượng bông xơ đạt 35 - 40 ngàn tấn.
- Cân bằng và nâng cao chất lượng chuỗi cung ứng (Sợi - Dệt - Nhuộm hoàn tất - May) nhằm tăng sức cạnh tranh của Tập đoàn và các doanh nghiệp thuộc Tập đoàn, sẵn sàng đón nhận xu thế dịch chuyển sản xuất dệt may từ Trung Quốc và châu Âu sang các nước ASEAN.
- Tăng tỷ lệ nội địa hóa hàng dệt may của Tập đoàn, từng bước chuyển từ hình thức gia công sang chủ động sản xuất hàng FOB, ODM. Phấn đấu đến năm 2015, tỷ lệ giá trị thiết kế ODM đạt 10%.
- Triển khai tuyển sinh hệ đại học của Trường Cao đẳng CN Dệt May thời trang Hà Nội bắt đầu từ năm học 2012 - 2013.
- Hợp tác với các trường đại học trong và ngoài nước để xây dựng, triển khai các chương trình đào tạo quốc tế chuyên ngành dệt may, thời trang, kinh doanh thời trang.

Đầu năm 2013, Đề án tái cơ cấu Tập đoàn Dệt may giai đoạn 2013 – 2015 đã được phê duyệt theo Quyết định số 320/QĐ-TTg ngày 08/02/2013 của Thủ tướng Chính phủ. Theo Đề án này, Tập đoàn Dệt may xây dựng phương án tổ chức lại sản xuất kinh doanh, phương án tài chính để triển khai nhiệm vụ được giao, phương án tái cơ cấu các doanh nghiệp thành viên để thực hiện chuyên môn hóa, phân công, hợp tác, không dàn trải, phân tán nguồn lực, tránh cạnh tranh nội bộ, cụ thể là chỉ nắm giữ 100% vốn của 4 doanh nghiệp, giữ cổ phần chi phối (50 – 65% vốn điều lệ) của 6 doanh nghiệp, nắm giữ dưới 50% vốn điều lệ của 20 doanh nghiệp kinh doanh trong ngành dệt may và tiến hành thoái vốn ở các doanh nghiệp có ngành nghề kinh doanh không phù hợp với ngành kinh doanh chính của Tập đoàn (hoàn thành vào năm 2015).

Bên cạnh chiến lược của ngành dệt may, có Chiến lược XK hàng hóa thời kỳ 2011 – 2020, định hướng đến năm 2030 (được phê duyệt theo Quyết định số 2471/QĐ-TTg ngày 28/12/2011 của Thủ tướng Chính phủ) trong đó giải pháp thực hiện có tác động đến ngành dệt may như tiếp tục đổi mới công nghệ, nâng cao năng suất lao động, thực hiện chính sách khuyến khích phát triển, thu hút đầu tư vào các ngành CN hỗ trợ nhằm đáp ứng nhu cầu trong nước và tham gia vào chuỗi cung ứng toàn cầu đối với dệt may, khuyến khích phát triển các trung tâm cung ứng nguyên phụ liệu là đầu mối cung ứng cho các doanh nghiệp sản xuất hàng dệt may. Chiến lược XK hàng hóa thời kỳ 2011 – 2020, định hướng đến năm 2030 được Thủ tướng Chính phủ cụ thể

hóa thành Chương trình hành động thực hiện Chiến lược XK hàng hóa thời kỳ 2011 – 2020, định hướng đến năm 2030 (ban hành kèm theo Quyết định số 950/QĐ-TTg ngày 25/7/2012) và các Bộ lần lượt ban hành kế hoạch hành động thực hiện Chiến lược XK hàng hóa của ngành: Quyết định số 5047/QĐ-BCT ngày 30/8/2012 của Bộ Công thương, Quyết định số 1193/QĐ-BXD ngày 28/12/2012 của Bộ Xây dựng.

UBND TP.HCM và UBND TP. Hà Nội căn cứ vào đặc điểm của địa phương cũng ban hành Kế hoạch hành động thực hiện Chiến lược XK hàng hóa: Quyết định số 5212/QĐ-UBND ngày 09/10/2012 của UBND TP.HCM ban hành Chương trình chuyển dịch cơ cấu hàng XK trên địa bàn TP giai đoạn 2011 – 2015, Quyết định số 2500/QĐ-UBND ngày 10/4/2013 của UBND TP. Hà Nội ban hành Kế hoạch hành động thực hiện chiến lược XNK hàng hóa thời kỳ 2011 – 2020, định hướng đến năm 2030.

Trong đó, TP.HCM tập trung vào các nhiệm vụ chủ yếu để phát triển ngành dệt may như sau:

- Giảm dần sự phụ thuộc vào các đơn hàng gia công, tập trung nâng cao sản xuất với hình thức FOB, ODM, tăng cường sử dụng nguồn nguyên phụ liệu được cung cấp bởi các doanh nghiệp nội địa.
- Xây dựng cơ chế, chính sách hỗ trợ, khuyến khích doanh nghiệp đầu tư, mở rộng sản xuất nguyên phụ liệu phục vụ XK phục vụ phát triển ngành dệt may của TP và Vùng kinh tế trọng điểm phía Nam.
- Định kỳ hàng năm tổ chức Hội chợ triển lãm nguyên phụ liệu dệt may do doanh nghiệp trong nước sản xuất hoặc cung ứng, nhằm tăng cường sự ủng hộ của các doanh nghiệp dệt may đối với sự phát triển của nguyên phụ được sản xuất trong nước.
- Khuyến khích phát triển ngành thiết kế tạo mẫu, thời trang, tăng cường năng lực thiết kế mẫu mã sản phẩm và gia tăng tỉ lệ nguyên phụ liệu trong nước tự đáp ứng được, chú trọng ngành dệt may và da giày nhằm chuyển hướng phát triển ngành dệt may và da giày từ sản xuất gia công XK theo mẫu thiết kế của nước ngoài sang tự thiết kế mẫu thời trang trong những đơn hàng xuất FOB thông qua các hoạt động cung cấp thông tin về mẫu mã, thị hiếu, xu hướng thời trang thế giới; các hoạt động xúc tiến thương mại, hội nghị, hội thảo, hỗ trợ doanh nghiệp tham gia các hội chợ thời trang quốc tế...
- Tăng cường đầu tư chiều sâu để sản xuất các sản phẩm dệt may cao cấp có hàm lượng sáng tạo và GTGT cao, nhằm tăng cường sự tham gia của ngành vào chuỗi cung ứng toàn cầu.
- Đẩy mạnh khai thác và gia tăng XK vào các thị trường mới, những thị trường ngách, thị trường nhỏ nhưng chấp nhận giá XK cao và có nhu cầu về các sản phẩm đặc thù như Trung Quốc, Hàn Quốc, Angola, New Zealand, Nga, Ấn Độ...giảm phụ thuộc tại các thị trường như: Hoa Kỳ, Châu Âu, Nhật Bản. Trong số các thị trường mới phải kể đến Hàn Quốc là những thị trường có sức tiêu thụ khá lớn.

IV.3.2. Thực trạng triển khai chính sách đối với ngành dệt may

Việc gia nhập WTO đã đem lại cho ngành Dệt May Việt Nam những cơ hội rất lớn về thị trường, về đầu tư, và trên khía cạnh hội nhập quốc tế về chính sách, pháp luật và đàm phán.

Về thị trường, từ năm 2005, ngành Dệt May Việt Nam đã được EU và Canada xóa bỏ chế độ hạn ngạch, song vẫn phải chịu hạn ngạch vào thị trường Hoa Kỳ. Với việc gia nhập WTO năm 2007, ngành Dệt May Việt Nam đã được dỡ bỏ hạn ngạch và hưởng thuế MFN vĩnh viễn vào thị trường Hoa Kỳ, bước vào giai đoạn phát triển mới với khả năng tiếp cận thị trường dệt may thế giới bình đẳng với các quốc gia XK khác.

Song song với cơ hội mở rộng thị trường XK nêu trên, dòng vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài cũng theo đó đổ vào Việt Nam. FDI vào ngành dệt may Việt Nam riêng trong năm 2007 đã đạt 148 dự án với tổng số vốn đăng ký 689 triệu USD, nhiều hơn số dự án và số vốn đăng ký của bất kỳ năm nào khác. Từ năm 2007-2012, FDI vào ngành dệt may đạt 485 dự án với tổng số vốn đăng ký hơn 2 tỉ USD.

Bên cạnh các chính sách thương mại đa phương có tác động tích cực đến hoạt động của ngành, khi gia nhập WTO, ngành dệt may Việt Nam chịu áp lực rất lớn về việc tuân thủ các quy định và cam kết quốc tế: (1) tuy được dỡ bỏ hạn ngạch vào thị trường Hoa Kỳ song Việt Nam lại phải chịu Cơ chế giám sát dệt may của Hoa Kỳ và nguy cơ phía Hoa Kỳ tự khởi kiện điều tra chống bán phá giá; (2) theo cam kết WTO, Việt Nam phải chấm dứt hiệu lực Quyết định 55/2001/QĐ-TTg về một số cơ chế hỗ trợ ngành dệt may; (3) các Hiệp định cũng như các quy định của WTO nói chung đòi hỏi các doanh nghiệp dệt may Việt Nam phải tuân theo những chuẩn mực rất nghiêm ngặt về xuất xứ hàng hóa, về chất lượng sản phẩm và nhiều vấn đề liên quan đến môi trường như: tiêu chuẩn CSR, SA 8000, Okotex, xử lý rác thải Reach, TBT, v.v... Tất cả các vấn đề này đã làm cho ngành dệt may phải tổ chức lại phương thức sản xuất, phương thức quản lý, và cân nhắc vấn đề liên quan đến xuất xứ NK nguyên phụ liệu phục vụ sản xuất.

Ngoài ra, độ mở của nền kinh tế sau khi gia nhập WTO cũng khiến ngành dệt may Việt Nam chịu ảnh hưởng nặng nề của suy thoái kinh tế thế giới, đơn hàng và giá cả giảm mạnh. Giá cả nguyên phụ liệu, mức lương tối thiểu, giá cả sinh hoạt tăng cao tạo sức ép cho doanh nghiệp tăng chi phí sản xuất; các lợi thế về lao động không còn là ưu thế nổi trội của dệt may Việt Nam trong bối cảnh cạnh tranh quốc tế gay gắt. Áp lực cạnh tranh đã đặt các doanh nghiệp dệt may Việt Nam trước nguy cơ tụt hậu trên cả thị trường quốc tế và thị trường trong nước khi bộc lộ một loạt điểm yếu về khâu dệt-nhuộm-hoàn tất, ngành CN phụ trợ, năng lực thiết kế, đào tạo nguồn nhân lực, và khả năng nắm bắt và đáp ứng các quy định quốc tế trong WTO, các FTA, đặc biệt là quy tắc xuất xứ hàng dệt may.

Trong thời gian qua, Bộ Công thương, Hiệp hội Dệt May Việt Nam phối hợp với Tập đoàn Dệt May Việt Nam (VINATEX) đơn vị trực tiếp xây dựng các đề án, chiến lược và hoạt động tư vấn chính sách đã và đang triển khai một số mảng công việc sau:

IV.3.2.1. Công tác thông tin, tuyên truyền

Hiệp hội đã phối hợp với Bộ Công thương, các dự án hỗ trợ của nước ngoài, thực hiện công tác tuyên truyền, quảng bá đến doanh nghiệp trong ngành các thông tin về WTO và thay đổi cơ chế, chính sách liên quan tới WTO; phổ biến tới các doanh nghiệp việc chấm dứt hiệu lực của Quyết định 55/2001/QĐ-TTg về hỗ trợ ngành dệt may; đồng thời cũng tiến hành tuyên truyền cho các đối tác nước ngoài hiểu về ngành dệt may Việt Nam và doanh nghiệp Nhà nước trong ngành.

IV.3.2.2. Dẫn dắt các doanh nghiệp dệt may Việt Nam vượt qua được Cơ chế giám sát dệt may của Hoa Kỳ

Là đầu mối đoàn kết các doanh nghiệp dệt may Việt Nam, phối hợp chặt chẽ với Chính phủ, Bộ Công thương, Đại sứ quán Việt Nam tại Hoa Kỳ, các Hiệp hội NK bán lẻ của Hoa Kỳ và luật sư tư vấn, Hiệp hội Dệt may đã xử lý thành công Cơ chế giám sát dệt may của Hoa Kỳ qua cả 3 lần rà soát, không để xảy ra kiện chống bán phá giá và kiện chống trợ cấp đối với dệt may XK của Việt Nam; trong khi các ngành XK chủ lực khác của Việt Nam như thủy sản, da giày đều phải chịu những vụ kiện này.

IV.3.2.3. Cải thiện tỉ lệ nội địa hóa và tăng giá trị xuất siêu ngành dệt may

Quán triệt tinh thần Các Văn kiện Đại hội Đảng bộ TP.HCM lần thứ VIII và IX và Chỉ đạo của UBND TP về phát triển ngành CN phụ trợ, Hiệp hội dệt may đã định hướng cho các doanh nghiệp dệt may trong ngành đổi mới và nâng cao hiệu quả đầu tư, dịch chuyển trong chuỗi giá trị và cung ứng toàn cầu. Tỉ lệ nội địa hóa của ngành dệt may Việt Nam tăng dần qua các năm, đạt 46% năm 2010, tăng lên 48% năm 2011. Các doanh nghiệp dệt may trong ngành đã dịch chuyển từ gia công (CMT) sang FOB1 – là hình thức FOB nhưng nguyên liệu do chủ hàng chỉ định (30%), FOB2 – là hình thức FOB nhưng doanh nghiệp sản xuất toàn quyền quyết định về nguồn nguyên liệu (5-8%) và ODM- bán sản phẩm bao gồm cả thiết kế (2-5%). Xuất siêu dệt may Việt Nam đã tăng từ khoảng 1,4 tỉ USD năm 2005 lên 6,5 tỉ USD năm 2011, tăng 360% cao hơn tốc độ tăng trưởng kim ngạch XK cùng kỳ (chỉ tăng 226%).

IV.3.2.4. Chính sách hỗ trợ ngành dệt may

Mặc dù TP không có chủ trương thu hút và phát triển các cơ sở sản xuất ngành dệt may trên địa bàn do quan ngại về vấn đề môi trường và các vấn đề liên quan đến quản lý đô thị (Quyết định 200/2004/QĐ-UB, ngày 18/8/2004 về danh sách các ngành, sản xuất, kinh doanh không cấp mới chứng nhận đăng ký kinh doanh), nhưng các doanh nghiệp dệt may trên địa bàn vẫn có thể tận dụng một số ưu đãi để đầu tư sản xuất, giảm giá thành sản phẩm. Cụ thể, các dự án đầu tư xây dựng nhà cho công nhân làm việc tại các khu CN, khu chế xuất; dự án đầu tư xử lý nước thải tại các khu CN tập trung và cụm CN được TP hỗ trợ lãi suất theo Quyết định 20/2009/QĐ-UBND TP ngày 27/02/2009 quy định về thực hiện các dự án đầu tư trong nước thuộc Chương trình kích cầu trên địa bàn TP. Nếu như các doanh nghiệp dệt may trên địa bàn vận dụng Quy định này đầu tư nhà ở cho người lao động và hệ thống xử lý nước thải khi hoạt động trong các khu công nghiệp, khu chế xuất thì vẫn được ưu đãi từ Chính quyền TP.

Bên cạnh đó, trong thời gian qua, Chính quyền TP cũng đã giới thiệu các nhà đầu tư đầu tư vào các ngành mà TP không khuyến khích mở rộng sản xuất, trong đó có ngành dệt may, sang các tỉnh lân cận, như Bình Dương và Đồng Nai. Đây là một tín hiệu tích cực trong công tác phối hợp thu hút đầu tư sản xuất giữa các Tỉnh/thành trong Vùng. Tuy vậy, các ngành có liên quan dệt may như thiết kế thời trang, cung ứng nguyên phụ liệu cho ngành vẫn đang được khuyến khích phát triển. Cụ thể, Quyết định 38/2013/QĐ-UBND TP ngày 23/9/2013 sửa đổi, bổ sung một số điều của Quyết định 33/2011/QĐ-UBND ngày 28/5/2011 ban hành quy định về thực hiện các dự án đầu tư thuộc Chương trình kích cầu của TP đã quy định rất rõ cơ chế hỗ trợ các dự án đầu tư sản xuất các sản phẩm thuộc ngành CN hỗ trợ phục vụ các ngành CN dệt - may, da - giày của TP. Quy định này thật sự mở ra những cơ hội rất lớn phát triển các ngành CN hỗ trợ, không

chỉ phục vụ cho các ngành sản xuất, XK của TP mà còn cung ứng nguồn nguyên vật liệu cho các Tỉnh/thành trong vùng. Việc phát triển các ngành CN hỗ trợ sẽ làm cơ sở quan trọng đẩy nhanh tiến độ cho các đàm phán song phương, đa phương và TPP, nhằm đẩy mạnh sản xuất các mặt hàng XK, trong đó có ngành dệt may của TP và các địa phương trong Vùng.

IV.3.2.5. Trở thành đối tác tư vấn, phối hợp với Chính phủ

Ngành dệt may đã trưởng thành trong quá trình phối hợp, tham vấn với Chính quyền TP và Chính phủ qua các kỳ đàm phán song phương và đa phương. Khởi đầu với WTO, ngành dệt may, mà cụ thể là Hiệp hội Dệt may đã tham vấn với Chính phủ nhiều vấn đề liên quan đến thuế quan trong đàm phán. Trải qua quá trình thực hiện các cam kết WTO, thực hiện Quyết định 36/2008/QĐ-TTg, Ngành dệt may đã phối hợp với các cơ quan Chính phủ xử lý thành công Cơ chế giám sát dệt may của Hoa Kỳ, vai trò của ngành dần được cải thiện. Đặc biệt là sau khi Thủ tướng chính phủ có quyết định 06 quy định cụ thể về việc tham vấn doanh nghiệp của các đoàn đàm phán hội nhập kinh tế quốc tế, Ngành dệt may đã có vai trò chính thức hơn trong việc tham gia ý kiến vào các nội dung hiệp định. Đến quá trình đàm phán Hiệp định TPP hiện nay thì Hiệp hội VITAS đã thực sự trở thành đối tác tư vấn và phối hợp chặt chẽ với Chính phủ, theo sát các vòng đàm phán, tích cực tham gia các hoạt động bên lề, là Hiệp hội duy nhất tham vấn cụ thể với đoàn đàm phán Chính phủ đến từng mặt hàng, từng vấn đề quan trọng trong quá trình đàm phán.

Trong khi Hiệp định TPP đang trong những vòng đàm phán cuối cùng, ngành dệt may Việt Nam nói chung và các tỉnh trong Vùng kinh tế trọng điểm phía Nam đang có những chuẩn bị tích cực về nguồn nguyên vật liệu, cơ sở vật chất phục vụ sản xuất, trao đổi kỹ năng quản lý, pháp lý,... để tận dụng mọi lợi thế khi TPP thông qua đẩy mạnh XK, mở rộng thị phần sang đến các nước tham gia Hiệp định. Đặc biệt, các nước tham gia Hiệp định TPP không có Trung Quốc, đây là một thời cơ rất thuận lợi cho ngành dệt may Việt Nam tăng sản lượng XK sang các thị trường lớn ở Bắc Mỹ, Châu Âu, Nhật và Úc,...

Tuy nhiên, Hiệp định cũng buộc các nước thành viên sản xuất các sản phẩm dệt, may phải đầu tư xử lý nước thải loại A (có thể uống được). Đây là một trong những hạn chế của các công ty dệt may Việt Nam khi hệ thống sản xuất, cụ thể là hệ thống xử lý chất thải của họ chưa đáp ứng một số điều kiện về môi trường. Điều này đòi hỏi các doanh nghiệp phải đầu tư một lượng vốn lớn cho hệ thống xử lý nước thải, làm giảm khả năng cạnh tranh của ngành trong ngắn hạn. Trước mắt để tăng cường khả năng cạnh tranh trong điều kiện phải đầu tư một lượng vốn lớn vào hệ thống xử lý nước thải thì các doanh nghiệp dệt may phải tranh thủ những khoản tài trợ của chính quyền Trung ương lẫn địa phương trong việc nâng cấp hệ thống xử lý nước thải đảm bảo đạt các chuẩn mực mà Hiệp định TPP đã đề ra. Bên cạnh đó, Hiệp hội VITAS cũng nên tổ chức những cuộc đàm phán mang tính liên tỉnh/thành (bao gồm Chính quyền của các Tỉnh/thành trong Vùng kinh tế trọng điểm phía Nam) để tận dụng mọi ưu đãi về đất đai, về phí môi trường, đầu tư để nâng cấp hệ thống xử lý nước thải, đáp ứng yêu cầu của TPP.

IV.3.3. Tác động của chính sách đến ngành dệt may

IV.3.3.1. Chính sách hội nhập

Chính sách hội nhập đã mang lại nhiều cơ hội cũng như thách thức cho các doanh nghiệp dệt may trong Vùng kinh tế phía Nam nói chung và TP nói riêng. Chủ trương thực hiện hội nhập kinh tế, tham gia WTO và ký kết các Hiệp định thương mại tự do (FTA) song phương và đa phương đã thu hút được nguồn vốn của các nhà đầu tư nước ngoài đầu tư sản xuất, mở rộng thị trường XK, thúc đẩy phát triển kinh tế địa phương và cả Vùng. Sản phẩm dệt, may của Việt Nam từng bước đã được khẳng định được vị thế của mình trên thương trường thế giới, đang trở thành sản phẩm có khả năng cạnh tranh đối với các sản phẩm đến từ các nước có năng lực sản xuất lớn và nền sản xuất lâu đời: Trung Quốc, Thái Lan, In-đô-nê-xia, Ma-lay-xia,... Tuy vậy, hội nhập kinh tế quốc tế cũng đã mang lại nhiều thách thức cho nền sản xuất trong nước khi các doanh nghiệp dệt may chưa có nhiều kinh nghiệm về quản lý kinh doanh quốc tế, năng lực tài chính cũng như xử lý các vấn đề liên quan đến môi trường.

Để ngăn ngừa và giảm thiểu rủi ro trong tín dụng XK, góp phần bảo đảm an toàn tài chính và thúc đẩy XK, Thủ tướng Chính phủ đã cho phép thực hiện thí điểm bảo hiểm tín dụng XK từ năm 2011 – 2013 với các nội dung chính sau:

- Đối tượng tham gia bảo hiểm là các thương nhân XK hàng hóa thuộc các nhóm hàng: nhóm 1) 9 mặt hàng nông nghiệp (Thủy sản, Gạo, Cà phê, Rau quả, Cao su, Hạt tiêu, Nhân điều, Chè, Sắn và các sản phẩm từ sắn); nhóm 2 gồm 14 mặt hàng (dệt may; giày dép; điện tử và linh kiện máy tính; gốm sứ; thủy tinh; mây tre cói và thảm; sản phẩm gỗ; sản phẩm chất dẻo; dây điện và cáp điện; xe đạp và phụ tùng; túi xách, vali, mũ, ô dù; sản phẩm từ sắt thép; máy móc thiết bị; phương tiện vận tải)
- Sản phẩm bảo hiểm là bảo hiểm tín dụng XK ngắn hạn. Mức hỗ trợ bằng 20% phí bảo hiểm gốc của hợp đồng bảo hiểm tín dụng XK.
- Ngân sách nhà nước hỗ trợ triển khai thực hiện thí điểm bảo hiểm tín dụng XK theo quy định của Bộ Tài chính. Nguồn hỗ trợ của ngân sách nhà nước hàng năm được bố trí trong Chương trình xúc tiến thương mại, đầu tư và du lịch quốc gia.
- Mục tiêu đến cuối năm 2013, đạt tối đa 3% KNXK được bảo hiểm tín dụng XK.

Cho đến nay, kết quả thực hiện chính sách thí điểm bảo hiểm tín dụng XK còn khá thấp, “gần 2 năm thực hiện thí điểm mới đạt 0,02% giá trị XK so với con số 3% như chỉ đạo của Thủ tướng Chính phủ. Trong đó, năm 2011 có 15 hợp đồng bảo hiểm tín dụng XK, trị giá hơn 3.700 tỉ đồng. Từ đầu năm 2012 đến nay có 6 hợp đồng trị giá 471 tỉ đồng”⁴⁰.

IV.3.3.2. Chi phí sản xuất và kinh doanh

• Phí nước thải CN

Hội nhập kinh tế đòi hỏi cao hơn đối với các chuẩn mực liên quan đến bảo vệ môi trường và vệ sinh an toàn thực phẩm. Trong đó, vấn đề về phí bảo vệ môi trường, phí nước thải, kể cả phí sử

⁴⁰ Đăng Lâm, *Bảo hiểm tín dụng xuất khẩu chưa hấp dẫn*, <http://sggp.org.vn/nongnghiepkt/2012/10/300996/>, truy cập ngày 16/7/2013.

dụng các sản phẩm thân thiện với môi trường càng ngày càng gia tăng, góp phần làm gia tăng chi phí sản xuất của doanh nghiệp.

Doanh nghiệp đã chi trả phí bảo vệ môi trường đối với nước thải CN từ năm 2004 theo quy định của Nghị định số 67/2003/NĐ-CP ngày 13/6/2003. Theo quy định của Nghị định số 67/2003/NĐ-CP và Nghị định số 04/2007/NĐ-CP ngày 08/01/2007, mức thu phí bảo vệ môi trường đối với nước thải CN tính theo khối lượng nước thải và từng chất gây ô nhiễm có trong nước thải. Các chất gây ô nhiễm có trong nước thải bao gồm nhu cầu oxy hóa học, chất rắn lơ lửng, thủy ngân, chì, arsenic, cadmium với mức thu thấp nhất là đối với nhu cầu oxy hóa học (100 – 300 đồng/kg) và cao nhất là thủy ngân (10 triệu – 20 triệu đồng/kg).

Từ ngày 01/7/2013, phí bảo vệ môi trường đối với nước thải CN được tính theo quy định của Nghị định số 25/2013/NĐ-CP ngày 29/3/2013 có sự thay đổi đáng kể trong cách tính mức phí phải nộp. Theo Khoản 2 Điều 5 Nghị định số 25/2013/NĐ-CP, mức bảo vệ môi trường được tính theo công thức sau: Phí phải nộp (F) = Phí cố định (f) x Hệ số tính phí (K) + Phí biến đổi (C), trong đó mức phí cố định (f) tối đa không quá 2.500.000 đồng/ năm; hệ số tính phí (K) chia làm 2 nhóm: đối với nước thải không chứa kim loại nặng thì K=1, đối với nước thải chứa kim loại nặng thì K thay đổi từ 2 đến 21 tùy theo khối lượng nước thải một ngày đêm, cụ thể: dưới 30 m³ thì K là 2, từ 30 – 100m³ thì K là 6..., trên 300m³ thì K là 21; C là phí biến đổi tính theo tổng lượng nước thải ra có chứa chất gây ô nhiễm là nhu cầu oxy hóa học (COD) có mức phí từ 1.000 đến 3.000 đồng/kg), chất rắn lơ lửng (TSS) có mức phí từ 1.200 đến 3.200 đồng/kg; riêng cơ sở sản xuất có nước thải dưới 30m³ thì không áp dụng mức phí biến đổi.

Doanh nghiệp ngành dệt may là đối tượng có nước thải chứa kim loại nặng nhiều, với cách tính phí bảo vệ môi trường mới này, chắc chắn chi phí sản xuất của doanh nghiệp sẽ tăng cao vì giá tính phí biến đổi đã tăng lên 10 lần (nhu cầu oxy hóa học) và 6 lần (chất rắn lơ lửng) và có thêm hệ số biến đổi theo khối lượng nước thải định quy định nhằm thực hiện nguyên tắc người gây ô nhiễm càng nhiều thì trả phí càng cao.

IV.3.3.3. Dịch vụ logistics

Có thể nói, việc gia nhập WTO có tác động tích cực đến ngành dệt may trên nhiều phương diện khác nhau. Nổi bật nhất là việc mở rộng thị trường, giảm thuế NK đối với nguyên phụ liệu, đổi mới khoa học công nghệ sản xuất sản phẩm,... và kể cả vấn đề cải cách thủ tục hành chính đối từ khâu NK nguyên phụ liệu đến giai đoạn XK sản phẩm. Những yếu tố tích cực này đã và đang thúc đẩy sự phát triển của sản phẩm dệt may Việt Nam, vừa tạo nguồn thu lớn cho ngân sách vừa tạo việc làm, đảm bảo an sinh xã hội cho người dân.

Tuy nhiên, việc quy hoạch phát triển ngành dệt may chưa thể hiện được tính thống nhất và hài hòa giữa các địa phương trong cả nước. Đặc biệt là các tỉnh trong Vùng kinh tế trọng điểm phía Nam, việc quy hoạch phát triển ngành chưa thật sự hài hòa, chưa thể hiện được tính liên kết và thông suốt trong phát triển. Mặc dù WTO đã mở ra thị trường rộng lớn hơn cho sự phát triển của ngành dệt may, nhưng quy hoạch phát triển ngành giữa TP.HCM với các tỉnh khác trong Vùng chưa có sự gắn kết. Trong khi ở TP thì có chủ trương không phát triển các ngành thâm dụng lao động, trong đó có sản phẩm dệt may, và sản phẩm này được đưa ra các tỉnh khác trong Vùng kinh tế trọng điểm. Tuy nhiên, TP lại có chủ trương phát triển CN phụ trợ, trong đó có nguyên liệu cho ngành dệt may. Trong khi đó, sự phát triển và gắn kết cơ sở hạ tầng giữa các tỉnh trong

Vùng kinh tế này chưa đáp ứng được yêu cầu lưu thông và trung chuyển hàng hóa. Bên cạnh đó, việc phát triển nguyên phụ liệu cho ngành dệt may đòi hỏi phải có những vùng chuyên canh về bông, sợi.

Như vậy, nếu như TP phát triển nguyên phụ liệu, trong đó có nguyên phụ liệu cho ngành dệt may để tránh sự phụ thuộc của ngành này vào nguyên phụ liệu NK từ các nước trong khu vực, thì đây có thể là một chủ trương rất đúng đắn. Tuy nhiên, dịch vụ logistics phát triển chưa tốt, cơ sở hạ tầng chưa đáp ứng được nhu cầu vận chuyển hàng hóa, thì khoảng cách về vị trí địa lý là một trong những rào cản, gây nên sự tác động tiêu cực đến sự phát triển của ngành dệt may. Cụ thể là chi phí vận chuyển sẽ gia tăng khi sự kết nối giữa các tỉnh/TP trong vùng còn rời rạc và chưa thông suốt, khoảng cách lớn giữa các tỉnh/thành trong điều kiện dịch vụ logistics chưa phát triển tốt là những nhân tố làm tăng chi phí sản xuất cho sản phẩm dệt may.

IV.3.3.4. Môi trường đầu tư của ngành

Hội nhập kinh tế tác động tích cực đến môi trường đầu tư thông qua sự thay đổi tích cực đối với các chính sách về cải cách thủ tục hành chính, chính sách miễn giảm thuế, chính sách bình đẳng hơn giữa nhà đầu tư trong nước và nước ngoài,... Xây dựng chính sách cởi mở và bình đẳng giữa các nhà đầu tư trong và ngoài nước là nền tảng quan trọng trong cải cách môi trường đầu tư.

Trong xu hướng chung đó, có thể thấy rằng, môi trường đầu tư đối với ngành dệt may cũng đã được cải thiện một cách đáng kể từ khi gia nhập WTO. Tuy nhiên, cũng phải thừa nhận rằng, sự cải thiện về thể chế trong đầu tư phát triển ngành dệt may chưa thật sự chú trọng, đặc biệt cơ chế phối hợp giữa các tỉnh/thành của Vùng kinh tế trọng điểm phía Nam trong việc thu hút và phát triển sản xuất các sản phẩm dệt may chưa được thể hiện rõ ràng. Trong khi TP đang nỗ lực đưa ngành sản xuất này ra bên ngoài địa giới hành chính của TP, nhưng chưa có một cơ chế phối hợp giữa TP và các tỉnh/thành khác hỗ trợ ngành sản xuất này tạo lập cơ ngơi sản xuất ổn định, và cơ chế phối hợp khai thác thị trường trong và ngoài nước cũng chưa được thiết lập.

Chính vì thiếu một cơ chế phối hợp đồng bộ giữa các tỉnh/thành trong Vùng, nên môi trường đầu tư cho ngành này chưa thật sự ổn định, chưa tạo lập được chuỗi sản xuất sản phẩm liên hoàn cho ngành dệt may, dẫn đến khả năng cạnh tranh của ngành dệt may Việt Nam so với các nước trong khu vực và trên thế giới chưa được cải thiện.

IV.3.3.5. Năng lực sản xuất

Hội nhập kinh tế đòi hỏi sự liên kết rất chặt chẽ trong sản xuất, đặc biệt là những ngành sản xuất những sản phẩm thiết yếu cho đời sống xã hội. Ngành dệt may là một trong những ngành đòi hỏi sự liên kết chặt chẽ trong sản xuất, cả liên kết dọc và liên kết ngang.

Nếu như nguồn nguyên phụ liệu không đáp ứng được nhu cầu sản xuất thì đây là một trong những yếu tố cản trở lớn sự phát triển của ngành. Hiện nay, nguyên vật liệu may mặc lệ thuộc rất lớn vào nguồn nguyên liệu NK. Tuy nhiên, nếu các doanh nghiệp hợp lực với nhau trong sản xuất, sự tiêu hao nguyên vật liệu hay chi phí sản xuất mặt hàng này sẽ giảm rất đáng kể. Chẳng hạn như liên kết nhau trong tìm nguồn nguyên phụ liệu để sản xuất hay liên kết cùng sản xuất một đơn hàng có số lượng lớn. Đây là một trong những giải pháp quan trọng nâng cao năng lực sản xuất cho ngành dệt may Việt Nam. Hiện tại, các doanh nghiệp Việt Nam chưa có sự liên kết

chặt chẽ trong khâu tìm hoặc sản xuất nguyên phụ liệu phục vụ sản xuất, và cũng có rất ít doanh nghiệp dệt may liên kết sản xuất để nâng cao năng lực sản xuất cho ngành.

Liên kết sản xuất đối với ngành may là một trong những giải pháp quan trọng để giảm chi phí sản xuất, nâng cao khả năng cạnh tranh và năng lực sản xuất, đáp ứng đòi hỏi của khách hàng là một trong những yêu tố quan trọng cần phải tính đến trong quá trình hội nhập của ngành vào khu vực và thế giới.

IV.3.4. Định hướng về chính sách trong thời gian tới

- Nhận thức của các doanh nghiệp, doanh nhân trong ngành về hội nhập chưa đồng đều. Còn một bộ phận nhỏ doanh nghiệp do chưa thấu hiểu hết các nguyên tắc cần tuân thủ khi hội nhập cho nên có những hoạt động chưa thực sự phù hợp với chiến lược nâng cao NLCT chung của toàn ngành
- Cơ chế hoạt động, vị thế của các hiệp hội trong đó có hiệp hội dệt may còn yếu, chưa tương xứng với vai trò đại diện doanh nghiệp trong các tham vấn chính sách. Một phần quan trọng là do các DN chưa ý thức được vai trò của Hiệp hội, chưa tham gia đầy đủ các trách nhiệm của DN để Hiệp hội phát triển. Ngoài ra, cũng cần có thêm các chính sách nhà nước quy định rõ hơn quyền hạn, nhiệm vụ của các hiệp hội ngành nghề, nhất là việc xem xét khả năng cho các doanh nghiệp FDI trở thành hội viên chính thức.
- Do không gắn liền với nhiệm vụ xây dựng quy hoạch đầu tư tại các địa phương, không được là nơi cùng xem xét, có ý kiến với quy hoạch ngành tại địa phương. Cho nên vai trò định hướng đầu tư, thu hút đầu tư, thẩm định và tư vấn đầu tư của hiệp hội chưa được thực hiện.

Để tiếp tục triển khai có hiệu quả các nội dung của Nghị quyết 08/NQ-TW và Nghị quyết 16/2007/NQ-CP trong thời gian tới, một số kiến nghị sau đây cần xem xét ở cấp Trung ương cũng như địa phương:

- Môi trường chính sách cần được tiếp tục hoàn thiện theo hướng minh bạch, hiệu quả; các thay đổi chính sách nhằm thực thi cam kết theo các hiệp định FTA và WTO cần được thông báo rộng rãi về lộ trình và thời hạn thực hiện.
- Cải thiện NLCT ở cả cấp độ quốc gia và cấp độ doanh nghiệp, đặc biệt là đầu tư phát triển cơ sở hạ tầng, cải thiện thủ tục hải quan và quy hoạch phát triển các ngành CN phụ trợ. Trong đó, tăng cường khuyến khích đầu tư và kêu gọi đầu tư nước ngoài vào sản xuất nguyên phụ liệu dệt may. Cho phép các DN FDI được tham gia hiệp hội ngành nghề tại Việt Nam.
- Chính phủ xác định quy hoạch địa bàn, quy mô và vị trí của ngành dệt may trong nền kinh tế quốc dân. Đặc biệt, cần có quy hoạch phát triển ngành dệt may ở cấp vùng. Trong đó, từng địa phương phải có quy hoạch phát triển ngành dệt may để các doanh nghiệp dệt may có sự chủ động hơn trong việc ổn định và liên kết sản xuất; Giao nhiệm vụ cho Hiệp hội dệt may tham vấn, có ý kiến về các quy hoạch ngành tại các địa phương.
- Tiếp tục thúc đẩy đàm phán TPP, FTA với EU, với Nga và các đối tác khác, trong đó đặc biệt quan tâm đến vấn đề dệt may.

-
- Xây dựng cơ chế tạo điều kiện và hỗ trợ các Hiệp hội ngành nghề như VITAS tham gia tích cực, chủ động trong việc tư vấn, phối hợp chặt chẽ với Chính phủ trong quá trình đàm phán các FTA kể trên.

PHẦN V. LƯỢC SỬ PHÁT TRIỂN NGÀNH DỆT MAY CỦA VÙNG

Hiện nay, dệt – may là một trong số ít ngành CN quan trọng nhất của Vùng. Như đã trình bày ở Phần I, ở cả TP.HCM, Bình Dương, và Đồng Nai, dệt may đều chiếm một tỷ trọng lớn về giá trị sản xuất CN, KNXXK, và công ăn việc làm. Tuy nhiên, ngành dệt may của Vùng đã trải qua nhiều thăng trầm, và để hiểu tại sao dệt may lại có diện mạo như hiện nay, không thể không nhìn lại những bước đường lịch sử của ngành gắn với những thăng trầm lịch sử của Vùng và trong dòng chảy chung của lịch sử đất nước. Phần này sẽ điếm lại một số nét quan trọng trong lịch sử phát triển của ngành dệt may của Vùng trong ba giai đoạn: (i) từ thời Pháp thuộc đến 1975; (ii) từ 1975 đến cuối thập niên 1980; và (iii) từ đầu thập niên 1990 cho đến nay.

V.1. Ngành dệt may từ thời Pháp thuộc đến 1975

Dưới thời Pháp thuộc, chính sách kinh tế của thực dân Pháp là khai thác thuộc địa, vì vậy nếu có kiến tạo đi chăng nữa cũng là để nhằm mục đích khai thác chứ không phải khai thác để kiến tạo. Hậu quả của chính sách này là CN của Việt Nam chỉ phát triển dựa vào những ngành khai thác tài nguyên, còn các ngành CN khác - rõ nét nhất là CN chế biến chế tạo - gần như không tồn tại trong giai đoạn này.

Trong bối cảnh đó, trước năm 1954, CN ở Sài Gòn và các địa bàn lân cận đều khá nghèo nàn với một vài nhà máy của người Pháp và đặc biệt CN dệt may trong vùng gần như chưa hình thành. Khu vực Sài Gòn – Gia Định và Đồng Nai không có một cơ sở sản xuất CN nào đáng kể để phục vụ cho nhu cầu may mặc trang phục của người dân hay để XK.

Trong thời gian này, tại Cầu Kho (Sài Gòn) có nhà máy dệt lụa của Lê Vĩnh Phát lập từ đầu thế kỷ 20 với 50 công nhân dệt và 100 công nhân quay tơ, se sợi. Đến năm 1924, người Pháp lập ra công ty Vải Sợi Sài Gòn với hai nhà máy và 40 khung dệt. Tuy nhiên đến năm 1931 công ty này bị phá sản. Cũng trong thời điểm này, công ty Kỹ Nghệ Dệt ra đời và hoạt động đến năm 1943 thì giải tán⁴¹.

Đối với đa phần dân chúng, vải vóc để phục vụ nhu cầu hàng ngày phải nhập từ những làng dệt truyền thống ở Biên Hòa, An Giang (phía nam) hoặc từ Hà Đông, Nam Định (phía bắc). Một phần nhỏ sản phẩm dệt được NK từ châu Âu và Ấn Độ thông qua các công ty của thương gia người Pháp và Ấn Độ để phục vụ nhu cầu của những quan chức cao cấp trong chính quyền hay những thương gia nước ngoài hoạt động trong khu vực.⁴² Thị trường dệt may nội địa còn rất sơ khai, mức độ cạnh tranh thấp trong khi tiềm năng thị trường đáng kể là tiền đề cho sự phát triển của CN dệt may của khu vực sau này.

Ngành dệt may trong vùng chỉ bắt đầu thực sự hình thành từ chiến lược CN hóa thay thế hàng NK của chính phủ Việt Nam Cộng hòa trong giai đoạn 1955-1971. Trong chiến lược này, dệt may được coi là một ngành CN non trẻ và do vậy được bảo hộ. Với sự giúp đỡ bằng “đặc khoản đầu tư” của chính quyền Sài Gòn, đầu những năm 1960, ngành dệt mới thực sự bước vào giai đoạn “đại CN cơ khí”. Nhờ những chính sách này, nhiều nhà máy dệt may ra đời, tập trung chủ yếu ở khu vực Chợ Lớn, Tân Bình và Thủ Đức. Những công ty này đã bao phủ được nhiều mặt

⁴¹ Nguyễn Thái An – Nguyễn Văn Kịch, 100 năm Phát triển CN Sài Gòn – TP.HCM (Nhà Xuất bản Tổng hợp TP.HCM – 2005)

⁴² Lịch sử Sài Gòn - Gia Định

xích trong chuỗi sản phẩm dệt may như kéo sợi, dệt vải, dệt tơ, bóng, và tơ nhân tạo, dệt chăn màn, vải thun, lưới cá, vỏ bao.

Thời “hoàng kim” của dệt may trước 1975 có dấu ấn đậm nét, nếu không nói là vai trò chi phối, của các doanh nhân gốc Hoa. Theo tác giả Tsai Maw Kuey, trong giai đoạn 1955-1956, trong số 666 cơ sở sản xuất vải sợi ở miền Nam, chỉ có 217 (35%) là của người Việt, trong khi có tới 331 (48%) là của người gốc Hoa⁴³. Trong số những xí nghiệp dệt may của Hoa kiều, phải kể đến Vimytex (Việt Mỹ kỹ nghệ dệt sợi công ty) thành lập năm 1960 – tiền thân của Nhà máy dệt Việt Thắng, Vinatexco (Việt Nam Vải Sợi Công Ty) và Vinatefinco (Việt Nam Vải Sợi Hoàn Tất Công Ty) thành lập năm 1959, tiền thân của Công ty dệt may Thắng Lợi. Chỉ riêng hai công ty Vinatexco và Vimytex đã có công suất lên đến 13,2 triệu mét vải mỗi năm.⁴⁴

Trong ngành dệt cũng phải kể đến công ty Kỹ nghệ Bông vải Việt Nam (Sicovina), được thành lập từ năm 1956 để mua lại nhà máy Chi Hải Phòng di chuyển từ phía bắc vào và chính thức hoạt động từ năm 1958⁴⁵. Năng lực sản xuất của công ty này lên tới 4.500 tấn sợi và 20 triệu mét vải nhuộm một năm, đáp ứng được 23% nhu cầu sợi và 15% nhu cầu vải. Một trong bốn cơ sở sản xuất của công ty này là tiền thân của nhà máy dệt Phong Phú hiện nay. Đây là giai đoạn phát triển rực rỡ của ngành dệt may ở miền Nam Việt Nam cũng như ở Sài Gòn, Gia Định và Đồng Nai. Tốc độ phát triển của ngành dệt may trong giai đoạn này khá ấn tượng: năm 1962 là 100%, 1967 là 155%, và đạt đỉnh điểm vào năm 1971 với tốc độ tăng trưởng là 281,2%. Nhờ có giai đoạn này mà ngành CN dệt may đã phát triển một cách rõ nét trong bức tranh CN của Sài Gòn – Gia Định và Đồng Nai khi 85% cơ sở sản xuất dệt may tập trung ở khu vực này. Ngành dệt may trở thành ngành CN lớn thứ hai sau CN thực phẩm, đồ uống và thuốc lá⁴⁶. Tuy nhiên thị trường chính của dệt may lúc đó vẫn là thị trường nội địa (trong đó nhu cầu phục vụ chiến tranh đóng vai trò hết sức quan trọng), nguồn nguyên liệu vẫn phải NK là chính.

Trong giai đoạn 1971 – 1975, do áp lực của cuộc chiến tranh, chính sách CN hóa để thay thế NK bị dừng lại. Cùng lúc đó, chính sách ưu tiên phát triển cũng có nhiều thay đổi để phục vụ mục tiêu chính trị. Ngành CN dệt gặp nhiều khó khăn vì không còn được ưu đãi, bảo hộ phát triển và bị sản phẩm nước ngoài chèn lấn. Tuy nhiên mức đóng góp của CN dệt may trong tổng giá trị sản lượng CN vẫn tiếp tục đứng thứ hai sau ngành CN thực phẩm. Cho tới thời điểm 1973, tỷ trọng của ngành dệt may trong cơ cấu CN của Việt Nam Cộng Hòa vẫn chiếm đến 21,5%⁴⁷. Trong giai đoạn này, sản phẩm của ngành CN dệt may vẫn chưa vượt ra khỏi thị trường nội địa và nguyên liệu đầu vào vẫn không chủ động được. Chính vì chỉ dừng lại ở thị trường nội địa nên khi tổng cầu sụt giảm (do quân đội Mỹ rút khỏi miền Nam Việt Nam và chính trị bất ổn), ngành dệt may bị cuốn vào cơn lốc suy thoái của nền kinh tế miền Nam Việt Nam nói chung.

⁴³ Xem Tsai Maw Kuey (1968). “Les Chinois au Sud Vietnam,” tr.204.

⁴⁴ Xem Trần Văn Thọ (2000). *Kinh tế Việt Nam 1955 – 2000: Tính toán mới, Phân tích mới*. NXB Thống kê

⁴⁵ Tổng số vốn ban đầu của Sicovina là 16 triệu đồng (trong đó 50% sở hữu tư nhân, 50% sở hữu chính phủ), đến năm 1974 số vốn được tăng lên đến 1,5 tỉ (tư nhân chỉ còn sở hữu 4%, chính phủ 96%) để cạnh tranh với các doanh nghiệp dệt gốc Hoa.

⁴⁶ Xem Nguyễn Thái An và Nguyễn Văn Kích, sách đã dẫn.

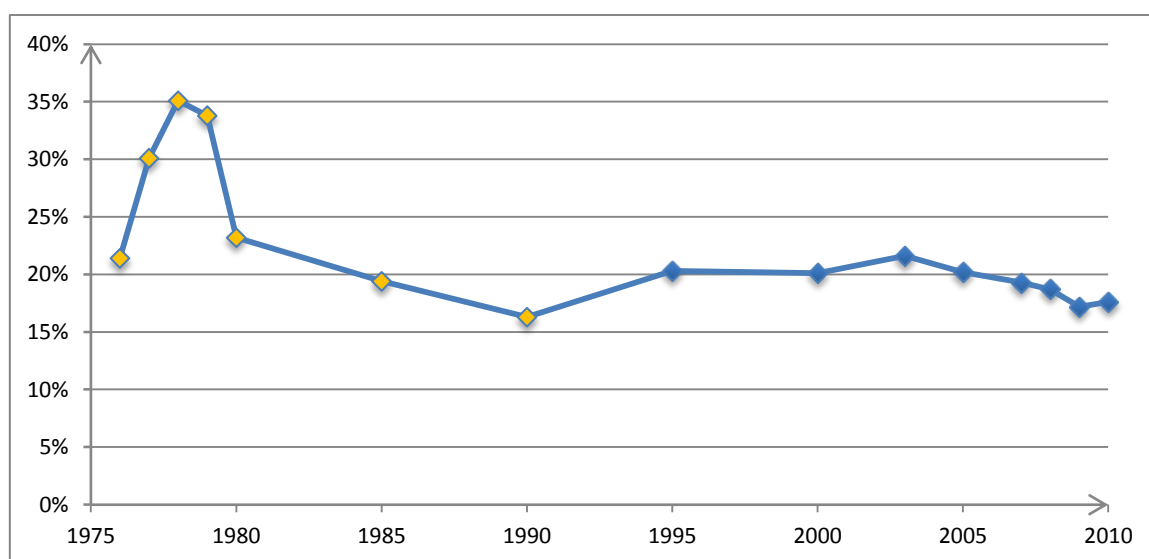
⁴⁷ Xem Đặng Phong (2004). *Lịch sử kinh tế Việt Nam*.

V.2. Ngành dệt may từ sau giải phóng đến cuối thập niên 1980

Trong giai đoạn ngay sau 1975, ngành CN dệt may của TP.HCM, Bình Dương, Đồng Nai chịu ảnh hưởng của các chính sách kinh tế thời hậu chiến. Các công ty dệt may nhà nước được hình thành trên cơ sở tiếp quản các cơ sở sản xuất dệt may trước 1975. Do thiếu nguyên liệu, trình độ quản lý yếu nên ngành CN dệt may không có sự thay đổi nào đáng chú ý nếu không nói là tụt hậu so với thời kỳ trước 1975. Tuy vậy, trong thời kỳ này, tỷ trọng của ngành dệt may trong tổng giá trị sản xuất CN của Vùng vẫn đứng thứ hai sau CN lương thực thực phẩm, mặc dù có xu thế giảm dần. Trong giai đoạn này các xí nghiệp dệt may quốc doanh chủ yếu sản xuất theo kế hoạch của Nhà nước, và thị trường XK (nếu có) của các xí nghiệp này chủ yếu là thị trường Đông Âu theo phân công lao động trong nội bộ khối Comecon. Trong sự phân công này, máy móc và nguyên phụ liệu dệt may được NK từ khối Comecon về, sau đó được gia công ở Việt Nam và XK thành phẩm ngược trở lại khối Comecon. Nhìn lại lịch sử, tình trạng NK máy móc, nguyên phụ liệu và may gia công của ngành dệt may hiện nay chỉ là sự kéo dài của quá khứ.

Trong giai đoạn này, khu vực tư nhân năng động trước đây bị phân biệt đối xử nặng nề và chìm đắm ngất nghèo, vì vậy không thể phát triển được. Tuy nhiên, sức sống của khu vực này vẫn ngầm chảy trong đời sống kinh tế của Vùng, nhất là ở TP.HCM. Tỷ trọng dệt may trong tổng GTSXCN ở TP.HCM tăng từ 21% trong năm 1976 lên đến đỉnh điểm 35% vào năm 1978. Tuy nhiên cần lưu ý rằng nguyên nhân của sự tăng đột biến này không phải nhờ ngành dệt may có sự bứt phá ngoạn mục nào cả, mà là do dệt may là ngành CN nhẹ, quy mô nhỏ và ở mức hộ gia đình nên không phải là ưu tiên hàng đầu của cải cách công thương nghiệp.⁴⁸ Bên cạnh đó, dù sao thì nhu cầu về vải và hàng trang phục là một nhu cầu thiết yếu của con người nên lúc nào và ở đâu cũng vẫn có cơ hội tồn tại. Hơn nữa, trong giai đoạn này, Nhà nước chủ trương đẩy mạnh sản xuất (sử dụng đối đa công suất nhà máy), đồng thời thị trường được mở rộng ra cả miền Bắc.

Hình 11. Tỷ trọng của dệt may trong tổng giá trị sản xuất CN



Nguồn: Niên giám thống kê TP.HCM các năm.

⁴⁸ Sau giải phóng năm 1975, Nhà nước chủ yếu tập trung cải tạo “tư sản mại bản” nên nền sản xuất của miền Nam chưa bị phá vỡ một cách hệ thống. Nguồn nguyên liệu cho sản xuất vẫn còn nhiều, mặc dù không còn nhập khẩu.

Một điểm rất đáng chú ý và cần sự giải thích thấu đáo, đó là tại sao tỷ trọng ngành dệt may trong tổng GTSXCN TP.HCM giảm đột ngột chỉ còn 23,2% vào năm 1980 ngay sau khi đạt đỉnh điểm 35% trong năm 1978 (Hình 11). Trong báo cáo này, chúng tôi không thể (và cũng không định) trả lời thấu đáo câu hỏi này vì tính phức tạp của nó. Một giả thuyết để giải thích cho hiện tượng này là giai đoạn 1978-1980 gắn liền với nỗ lực cải tạo công - thương nghiệp triệt để song song với chính sách thúc đẩy người Việt gốc Hoa hồi hương và vượt biên (có tổ chức). Trong số những người ra đi này, bên cạnh nhiều nhà CN, tiểu thủ CN còn có các nhà thương mại và tài chính, và ra đi cùng với họ là một phần quan trọng của năng lực tài trợ, sản xuất, và phân phối các sản phẩm dệt may. Hơn nữa, nguồn nguyên - phụ liệu dệt may còn sót lại sau giải phóng dần cạn kiệt, phụ tùng thay thế không còn, năng lực quản lý của đội ngũ tiếp quản bất cập. Nói một cách ngắn gọn, trong giai đoạn 1978-1980, một mảng lớn trong tất cả các khâu của chuỗi giá trị dệt may và của các ngành hỗ trợ đã bị tan rã⁴⁹.

V.3. Ngành dệt may từ 1990 đến nay

Từ đầu thập niên 1990 cho đến nay, chính sách đổi mới và hội nhập kinh tế là nhân tố quan trọng nhất đưa đến sự phát triển của ngành dệt may của Vùng. KNXK dệt may của TP.HCM (không kể khu vực FDI) đã tăng vọt từ mức 300 triệu USD của năm 1995 lên 2,2 tỉ USD vào năm 2011, đạt tốc độ tăng trưởng trung bình 13,2%/năm. Tương tự như vậy, tốc độ tăng trưởng XK dệt may của Bình Dương và Đồng Nai cũng đạt 38,0% và 22,3% trong giai đoạn 2000-2011.⁵⁰

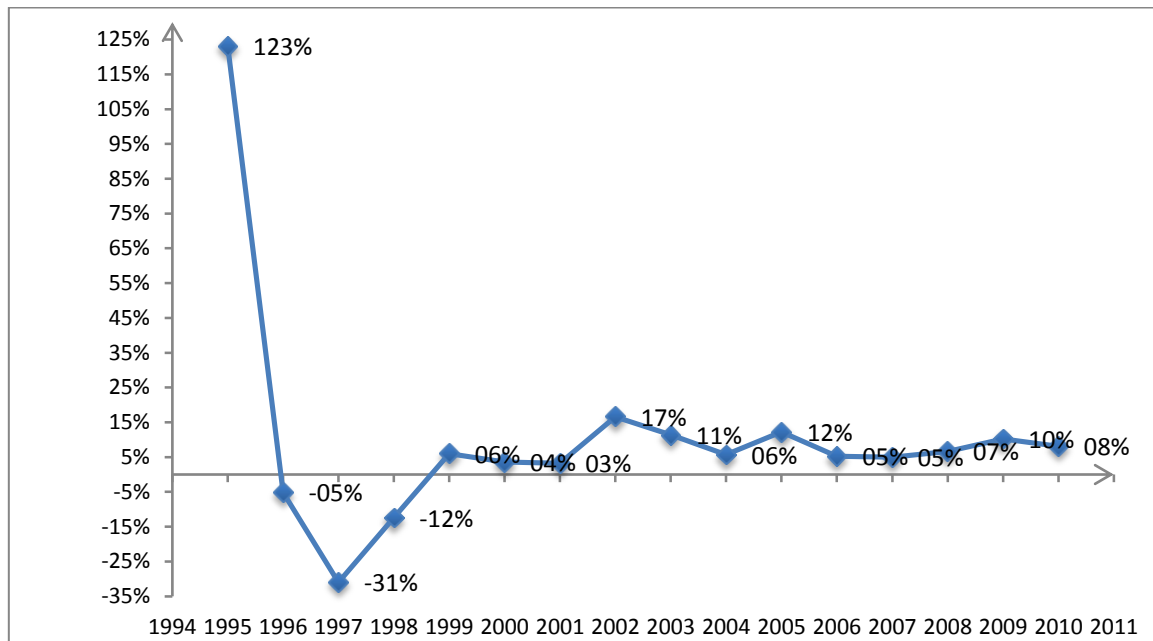
Khủng hoảng tài chính châu Á đã tác động đáng kể đối với XK dệt may trong Vùng. Chẳng hạn như đối với TP.HCM, XK của ngành dệt may bị giảm 11,2% trong năm 1998,⁵¹ nhưng ngay sau đó tăng trưởng trở lại ở mức 25,5% trong năm 1999. Tuy nhiên, sau cuộc khủng hoảng, động lực tăng trưởng của ngành dệt may trong Vùng có vẻ chậm lại, đặc biệt là ở TP.HCM với tốc độ tăng trưởng XK dệt may của năm 2001 là -15,8%.

⁴⁹ Điều này không chỉ đúng cho dệt may mà đúng với hầu hết các ngành CN của TP sau giải phóng. Đến năm 1980, Bí thư Thành ủy – Ông Võ Văn Kiệt - bắt đầu cho phá rào, các công ty “MEX” ra đời, mở ra thời kỳ phá rào bùng sản xuất ra, từng bước khôi phục năng lực sản xuất của TP và tạo tiền đề vật chất và thực tiễn cho việc ra đời nghị quyết Đổi mới vào năm 1986 sau này.

⁵⁰ Như đã ghi chú ở phía trước, trong Niên giám Thống kê Bình Dương, KNXK dệt may được đo lường bằng số lượng sản phẩm chứ không được đo lường bằng giá trị.

⁵¹ Song song với sự thu hẹp về xuất khẩu là tình trạng suy giảm số lượng doanh nghiệp, cụ thể là lượng DN giảm 5,1% trong năm 1996, 30,9% trong năm 1997 và 12,4% trong năm 1998.

Hình 12. Tốc độ tăng trưởng doanh nghiệp dệt – may TP.HCM (1995-2011)



Nguồn: Niên giám Thống kê TP.HCM các năm.

Một lần nữa, cải cách kinh tế và hội nhập kinh tế quốc tế trở thành cứu tinh cho ngành dệt may. Luật Doanh nghiệp năm 1999 với tinh thần tôn trọng quyền tự do kinh doanh chính đáng của người dân đã giải phóng năng lực tiềm tàng bị dồn nén bấy lâu của tầng lớp doanh nhân trong Vùng. Với Hiệp định Thương mại Việt Mỹ (BTA, có hiệu lực từ 10/12/2001), cánh cửa vào thị trường Hoa Kỳ đã rộng mở cho các doanh nghiệp XK dệt may Việt Nam. Cải cách từ bên trong và hội nhập với bên ngoài đem lại kết quả gần như tức thì. Ngay sau khi BTA có hiệu lực, vào năm 2002, KNXK dệt may của TP.HCM tăng trở lại và lên tới 25,5% vào năm 2003. Tốc độ tăng trưởng XK ở Bình Dương và Đồng Nai trong giai đoạn này thậm chí còn ngoạn mục hơn so với TP.HCM.

Cùng với việc Hoa Kỳ trở thành thị trường lớn nhất thì ngành dệt may của Vùng cũng như của cả nước đã thành công trong việc đa dạng hóa thị trường XK. Như đã nói ở trên, từ khi hình thành cho đến trước những năm 1990, ngành dệt may của Vùng tập trung vào thị trường nội địa hoặc XK đi các nước Đông Âu, chủ yếu theo phương thức may gia công. Giai đoạn từ 1995 tới 2002, các doanh nghiệp dệt may trong Vùng bắt đầu xâm nhập vào thị trường EU. Cho đến nay, ngoài thị trường nội địa, sản phẩm dệt may của Vùng đã thâm nhập vào thị trường Hoa Kỳ, EU, Nhật Bản, Nga, Úc, New Zealand và khoảng gần 100 quốc gia và vùng lãnh thổ khác⁵². Việc liên tục mở rộng và đa dạng hóa thị trường XK một mặt làm cho thị trường nước ngoài trở thành thị trường chính, mặt khác giúp cho ngành dệt may phát triển bền vững hơn vì không bị phụ thuộc vào một vài thị trường chủ chốt.

Trong phần còn lại của mục này, chúng tôi sẽ phân tích một cách vắn tắt số liệu của ngành dệt may ở TP.HCM, Bình Dương, Đồng Nai trong một thập kỷ trở lại đây trên một số phương diện quan trọng, bao gồm số lượng cơ sở sản xuất, số lượng công ăn việc làm tạo ra, giá trị sản xuất

⁵² Trung tâm xúc tiến Thương mại và Đầu tư TP Hồ Chí Minh (2012). Tài liệu nghiên cứu ngành dệt may Việt Nam (Lưu hành nội bộ).

CN, và năng suất lao động⁵³. Trên nền của những phân tích có tính so sánh này giữa ba địa phương, chúng tôi sẽ phân tích xu thế phân bổ ngành dệt may trong Vùng trong thập niên vừa qua, và từ đó đưa ra một số nhận định về xu thế phân bổ trong tương lai.

V.3.1. Một vài xu thế của ngành dệt may TP. Hồ Chí Minh từ năm 2000

Số liệu trong Bảng 19 cho thấy một số xu thế đáng lưu ý diễn ra trong ngành dệt may của TP. Thứ nhất là, do thị trường liên tục được mở rộng nên số lượng doanh nghiệp dệt may ở TP.HCM tăng trưởng khá nhanh, đạt tốc độ tăng trưởng trung bình 8,3%/năm trong giai đoạn 2000-2011 (Hình 12). Tuy nhiên, xu hướng phát triển của ngành dệt và may lại không tương đồng. Trong khi số lượng cơ sở sản xuất dệt giảm từ 3.714 vào năm 2000 xuống còn 3.291 vào năm 2011 (giảm 11,4%) thì số lượng cơ sở sản xuất may lại tăng gần 4 lần, từ 3.808 lên 14.752.

Thứ hai, cơ cấu ngành dệt may theo thành phần kinh tế cũng có sự khác biệt quan trọng. Trong ngành dệt, số lượng đơn vị kinh doanh cá thể giảm sâu, từ 3.614 trong năm 2000 xuống chỉ còn 2.194 vào năm 2011 (giảm 40%). Trái lại, trong ngành may, số lượng cơ sở sản xuất của khu vực cá thể lại tăng rất mạnh, từ 3.519 lên 12.255, chiếm tới 80% số lượng tăng cơ sở sản xuất may của toàn TP. Nguyên nhân chính của hiện tượng này là do ngành dệt tương đối thâm dụng vốn và có lợi thế theo quy mô (so với may hay da giày) nên các đơn vị kinh doanh cá thể trong ngành với vốn ít và quy mô nhỏ ngày càng rơi vào vị thế bất lợi trong cạnh tranh, và do đó một số bị buộc phải rút ra khỏi ngành, còn một số chuyển thành doanh nghiệp tư nhân.

Thứ ba, 10 năm vừa qua chứng kiến sự tăng trưởng vượt bậc của khu vực tư nhân, bao gồm doanh nghiệp tư nhân trong nước và FDI - trong ngành dệt may của TP. Trong ngành dệt, ngược lại với xu thế suy giảm về số lượng doanh nghiệp đã trình bày ở trên, và trong khi số lượng cơ sở kinh doanh cá thể giảm mạnh thì trong giai đoạn 2000-2011, số lượng doanh nghiệp FDI tăng lên 6 lần, và số lượng doanh nghiệp tư nhân tăng lên tới 16 lần. Tương ứng với tốc độ tăng về số lượng doanh nghiệp, số lượng lao động và GTSXCN của hai khu vực này cũng tăng rất nhanh. Đến năm 2011, khu vực doanh nghiệp tư nhân đóng góp tới trên dưới 50% về lao động và GTSXCN trong cả ngành dệt lẫn may, và cùng với khu vực FDI chiếm tới khoảng 3/4 lượng lao động và GTSXCN toàn ngành dệt may. Rõ ràng khu vực tư nhân đóng vai trò quan trọng nhất trong ngành dệt may của TP, và vai trò này chắc chắn sẽ còn được tăng cường trong tương lai.

Thứ tư, khi vai trò của khu vực tư nhân ngày càng lớn thì vai trò của khu vực nhà nước ngày càng nhỏ lại. Về mặt lao động, khu vực nhà nước hiện nay chỉ tạo ra 10% lao động trong ngành dệt và chưa tới 4% lao động trong ngành may của TP. Còn về GTSXCN, tỷ trọng của khu vực nhà nước giảm từ 51% trong ngành dệt và 28% trong ngành may vào năm 2000 xuống 14% và 6% một cách tương ứng trong năm 2011. Tuy nhiên, do được Nhà nước ưu đãi đầu tư, đồng thời nhờ quy mô vượt trội và trình độ quản lý tốt hơn nên GTSXCN trung bình trên mỗi cơ sở sản xuất và trên đầu lao động của khu vực nhà nước tương đương với khu vực FDI và cao hơn hẳn so với khu vực doanh nghiệp tư nhân và cá thể.

⁵³ Chúng tôi sẽ không lặp lại các nội dung về kết quả hoạt động của ngành dệt may của Vùng đã được phân tích ở Phần I.

Bảng 19. Số cơ sở sản xuất, lao động, và GTSXCN dệt - may TP.HCM (2000-2011)

Năm	2000	2005	2008	2009	2010	2011
Số cơ sở SXCN						
Dệt	3.714	3.311	3.497	3.307	3.519	3.291
Nhà nước	17	12	12	9	12	11
Tư nhân	61	286	492	673	780	992
Cá thể	3.614	2.933	2.911	2.551	2.637	2.194
FDI	15	73	76	69	86	90
Tập thể	7	7	6	5	4	4
May trang phục	3.808	7.762	9.641	11.144	12.402	14.752
Nhà nước	15	7	6	6	7	10
Tư nhân	206	781	1.578	1.460	1.959	2.302
Cá thể	3.519	6.840	7.878	9.504	10.256	12.255
FDI	61	129	169	169	177	182
Tập thể	7	5	10	5	3	3
Lao động						
Dệt	63.389	66.927	53.928	55.292	64.605	71.309
Nhà nước		22.777	8.192	6.108	7.126	7.203
Tư nhân		16.829	17.556	21.400	27.682	35.189
Cá thể		14.529	15.785	15.387	17.714	14.741
FDI		12.407	12.260	12.269	12.019	14.106
Tập thể		385	135	128	64	70
May trang phục	133.974	246.871	268.011	269.115	295.912	352.903
Nhà nước		26.208	10.545	8.997	9.005	12.599
Tư nhân		95.082	106.678	107.939	134.987	158.651
Cá thể		46.285	37.863	44.856	48.404	57.539
FDI		78.708	112.771	107.221	103.457	123.750
Tập thể		588	154	102	59	364
GTSXCN (giá thực tế, triệu đồng)						
Dệt	5.823.598	13.386.513	20.297.992	23.951.738	26.334.110	29.829.912
Nhà nước	2.988.691	4.523.113	3.685.320	4.102.224	4.220.838	4.268.674
Tư nhân	768.285	3.604.010	8.385.398	9.983.588	10.894.855	13.849.486
Cá thể	1.087.187	2.999.079	2.512.383	3.722.985	4.259.482	3.544.686
FDI	964.888	2.240.302	5.693.412	6.121.821	6.938.568	8.143.231
Tập thể	14.547	20.009	21.479	21.120	20.367	23.835
May trang phục	6.044.862	18.637.677	33.167.773	37.671.944	43.950.784	53.715.770
Nhà nước	1.667.467	3.626.048	1.889.211	1.936.188	2.358.209	3.228.253
Tư nhân	1.253.378	5.070.649	15.349.840	18.917.540	23.765.642	27.931.898
Cá thể	1.225.572	3.611.551	3.219.714	4.643.785	5.116.248	6.113.489
FDI	1.893.580	6.302.244	12.682.885	12.145.293	12.681.482	16.404.920
Tập thể	4.865	27.185	26.123	29.138	29.203	37.210

Nguồn: Niên giám Thống kê TP.HCM các năm.

V.3.2. Một vài xu thế của ngành dệt may Bình Dương từ năm 2000

Cũng như TP.HCM, ngành dệt may Bình Dương trong hơn 10 năm trở lại đây chứng kiến một sự tăng trưởng vượt bậc về cả ba phương diện: số lượng cơ sở sản xuất, lao động, và giá trị sản xuất CN. Khi phân tích về Bình Dương trong phần này (và Đồng Nai ở phần sau), chúng tôi chỉ tập trung vào những khác biệt về xu hướng phát triển giữa ba địa phương này (bên cạnh sự khác biệt hiển nhiên về xuất phát điểm).

Nếu như ở TP.HCM, trong giai đoạn 2000-2011 số lượng cơ sở sản xuất dệt giảm tương đối nhiều, còn số lượng cơ sở sản xuất may vẫn tăng nhanh thì trái lại, ở Bình Dương, số lượng cơ sở sản xuất trong cả hai ngành này đều tăng (Bảng 20), nhưng tỷ lệ tăng trong ngành dệt lên tới gần 6 lần (từ 39 lên 228), trong khi ở ngành may chỉ gần 2 lần (từ 541 lên 1.093).

Bảng 20. Số cơ sở sản xuất, lao động, và GTSX CN dệt - may Bình Dương (2000-2011)

Năm	2000	2005	2010	2011
Số cơ sở SXCN				
Dệt	39	107	202	228
May trang phục	541	819	1,049	1,093
Số lao động				
Dệt	3,986	10,966	19,834	-
May trang phục	10,403	45,080	96,002	-
Giá trị sản xuất CN (giá thực tế, triệu đồng)				
Dệt	343,355	2,364,757	8,227,985	10,080,679
FDI	288,578	1,899,420	5,179,023	6,578,522
Ngoài Nhà nước	54,777	465,337	3,048,962	3,502,157
May trang phục	987,484	4,454,512	12,445,376	15,313,109
Nhà nước	152,866	216,780	682,186	930,530
FDI	800,726	4,078,535	11,090,669	13,627,193
Ngoài Nhà nước	33,892	159,197	672,521	755,386

Nguồn: Niên giám Thống kê Bình Dương các năm.

Một khác biệt quan trọng nữa giữa Bình Dương và TP.HCM là về vai trò của khu vực tư nhân trong nước. Trong khi vào năm 2011, khu vực tư nhân trong nước ở TP.HCM chiếm xấp xỉ 50% về lao động và giá trị sản xuất CN trong cả ngành dệt và may thì ở Bình Dương, bóng dáng của khu vực tư nhân trong nước mờ nhạt hơn nhiều, chỉ chiếm lần lượt 35% và 5% trong GTSXCN dệt và may.

Trái lại, vai trò của khu vực tư nhân nước ngoài (FDI) có tính chất quyết định đối với sự phát triển của ngành dệt may của Bình Dương. Khác với TP.HCM, vai trò của khu vực FDI được khẳng định ngay từ giai đoạn phát triển ban đầu. Ngay từ năm 2000, khu vực FDI đã chiếm hơn 80% GTSXCN của cả ngành dệt và ngành may của Bình Dương. Đến năm 2011, tỷ trọng của khu vực FDI trong GTSXCN ngành dệt tuy có giảm nhưng vẫn còn ở mức rất cao là 65%, còn

vai trò của nó trong ngành may vẫn giữ nguyên, chiếm tới 89% trong tổng GTSXCN toàn ngành.

V.3.3. Một vài xu thế của ngành dệt may Đồng Nai từ năm 2000

Về phương diện cơ sở sản xuất, Đồng Nai giống Bình Dương, cụ thể là trong giai đoạn 2000-2012, số lượng cơ sở sản xuất dệt tăng tới hơn 6 lần, và số cơ sở sản xuất may tăng gần 2 lần. Tuy nhiên, về phương diện lao động, tăng trưởng ở Đồng Nai không ấn tượng bằng Bình Dương. Trong giai đoạn 2000-2010, lượng lao động dệt ở Đồng Nai chỉ tăng gần 2,7 lần thì ở Bình Dương tăng tới 5 lần. Tương tự như vậy, cũng trong giai đoạn 2000-2010, lực lượng lao động may ở Đồng Nai chỉ tăng 3,8 lần, trong khi ở Bình Dương tăng tới 9,2 lần.

Tuy nhiên, dấu ấn đậm nét nhất ở Đồng Nai không nằm ở số lượng lao động hay cơ sở sản xuất, mà là ở giá trị sản xuất, đặc biệt là của ngành dệt. Trong năm 2012, GTSXCN dệt của Đồng Nai lên tới 60.000 tỉ đồng (xấp xỉ 3 tỉ USD), chiếm tới gần 60% trong tổng GTSXCN dệt của toàn Vùng và khoảng 30% tổng GTSXCN dệt của cả nước. Sự khác biệt nổi bật này trong ngành dệt đến từ thực tế là ngành dệt của Đồng Nai gần như nằm hoàn toàn trong tay khu vực FDI.⁵⁴ Với ưu thế nổi trội về công nghệ, quy mô, quản lý, và thị trường của khu vực FDI, sự phát triển ngành dệt của Đồng Nai có một sức bật hơn hẳn so với TP.HCM và Bình Dương.

Bảng 21. Số cơ sở sản xuất, lao động, và GTSX CN dệt - may Đồng Nai (2000-2011)

Năm	2000	2005	2010	2011	2012
Số cơ sở SXCN					
Dệt	47	132	275	282	292
May trang phục	1,116	1,839	2,126	2,128	2,141
Số lao động					
Dệt	10,216	16,495	27,157	-	-
May trang phục	14,253	31,610	54,622	-	-
Giá trị sản xuất CN (giá thực tế, tỉ đồng)					
Dệt	1,773,000	3,835,000	34,513,000	49,460,000	56,999,000
May trang phục	516	929	8,248	11,500	13,340

Nguồn: Niên giám Thống kê Đồng Nai các năm.

V.3.4. So sánh các xu thế của ngành dệt may của các địa phương trong Vùng

Cho đến thời điểm này, chúng tôi đã phân tích khái quát một số xu hướng phát triển của ngành dệt và may ở ba địa phương trong Vùng. Mục này sẽ đặt ba địa phương vào một khung so sánh chung một mặt là để có cái nhìn bao quát về xu thế mạnh/yếu của từng địa phương, mặt khác là giúp định vị từng địa phương trên mỗi phương diện so sánh.

⁵⁴ Chính xác là vào năm 2010, khu vực FDI chiếm 99,6% giá trị sản xuất CN dệt của Đồng Nai.

Bảng 22. So sánh ba địa phương về tốc độ tăng trưởng ngành dệt may (2000 – 2011)

	Hồ Chí Minh	Bình Dương	Đồng Nai
Dệt			
Số cơ sở sản xuất	-39 (-1,1%)	17 (17,4%)	20 (16,4%)
Số lao động	720 (1,1%)	1.585 (17,4%)	1.694 (10,3%)
GTSXCN (tr. đồng)	2,182,392 (16,0%)	885.211 (36,0%)	4.602.167 (33,5%)
May trang phục			
Số cơ sở sản xuất	995 (13,1%)	50 (6,6%)	85 (5,6%)
Số lao động	19.903 (9,2%)	8,560 (24,9%)	4.037 (14,4%)
GTSXCN (tr. đồng)	4.333.719 (22,0%)	1.302.330 (28,3%)	1.068.667 (31,1%)

Nguồn: Tính toán của nhóm tác giả từ số liệu thống kê của TP.HCM, Bình Dương và Đồng Nai.

Tốc độ tăng trưởng ngành dệt may của TP.HCM, Bình Dương, Đồng Nai trong giai đoạn 2000-2011 được tóm tắt trong Bảng 22. Trong bảng này, con số tuyệt đối ở ngoài ngoặc kép là số lượng tăng trung bình hằng năm, còn tỷ lệ phần trăm (ở trong ngoặc kép) là *tốc độ* tăng trung bình hằng năm kể từ năm 2000 cho đến năm gần nhất có số liệu.⁵⁵

Một cách khái quát, ngành dệt của TP.HCM đang tiến đến giai đoạn bão hòa, thậm chí đã có dấu hiệu suy giảm. Số cơ sở sản xuất dệt ở TP.HCM đang giảm, trong khi ở Bình Dương và Đồng Nai đều đang tăng, không những thế còn tăng rất nhanh. Sự chững lại của ngành dệt Tp.HCM cũng được thể hiện qua số lượng và tốc độ lao động tăng thêm thua xa Bình Dương và Đồng Nai. Về GTSXCN, mặc dù TP.HCM còn duy trì được mức tăng khả quan (2.182.392 triệu đồng/năm), song con số này chưa bằng một nửa so với Đồng Nai, và nếu nói về tốc độ gia tăng GTSXCN thì TP.HCM thua xa cả Bình Dương và Đồng Nai.

Ngược lại, ngành dệt của Đồng Nai đang dẫn đầu toàn Vùng không chỉ về GTSXCN như đã trình bày ở trên, mà còn về động năng tăng trưởng. Cụ thể là trên cả ba phương diện - số lượng đơn vị sản xuất, lao động, và GTSXCN - mức tăng thêm trung bình hằng năm của Bình Dương đều hơn hẳn TP.HCM và Bình Dương, đồng thời tốc độ tăng trưởng vẫn được duy trì ở mức rất cao.

Một điều ngạc nhiên là TP.HCM - địa phương phát triển nhất về kinh tế trong toàn Vùng - lại tỏ ra rất vững vàng trong ngành dệt may, một ngành thâm dụng lao động và nói chung có giá trị gia tăng thấp. Trong giai đoạn 2000-2011, mỗi năm trung bình TP có thêm khoảng 1.000 cơ sở sản xuất may, tức là gấp hơn 7 lần số lượng cơ sở sản xuất mới của Bình Dương và Đồng Nai cộng lại. Không những thế, trong suốt giai đoạn 2000-2011, tốc độ tăng trưởng về số lượng cơ sở dệt may của Thành phố rất cao, lên tới 13,1%/năm, tức là cao hơn gấp 2 lần so với Bình Dương và Đồng Nai.

Số lượng lao động may của Thành phố cũng tăng rất nhanh. Mỗi năm, Thành phố tạo thêm gần 20.000 công ăn việc làm trong ngành may, gấp một lần rưỡi so với cả Bình Dương và Đồng Nai cộng lại. Với số lượng lao động và cơ sở sản xuất tăng nhanh như vậy, GTSXCN dệt của Thành

⁵⁵ Năm gần nhất có số liệu ở TP.HCM là 2011, Bình Dương là 2010, Đồng Nai là 2012. Số liệu về lao động chỉ có đến năm 2010.

phốc cũng tăng một cách tương ứng, vượt xa hai địa phương còn lại về giá trị tuyệt đối (gấp hơn 3 lần so với Bình Dương và hơn 4 lần so với Đồng Nai), trong khi vẫn duy trì được tốc độ tăng trưởng rất cao là 22%/năm.

Nếu như TP.HCM có vị thế nổi trội trong ngành may, Đồng Nai có vị thế nổi bật trong ngành dệt, thì Bình Dương đứng ở giữa trong cả ngành dệt và may. Không biết đây có phải là chủ trương của chính quyền tỉnh Bình Dương hay không, nhưng có vẻ như xu thế này phù hợp với định hướng phát triển CN của Bình Dương, trong đó coi trọng CN hỗ trợ cho dệt may (và da-giày) hơn là phát triển bản thân các ngành này (xem thêm Phần III.3).

Để phác họa bức tranh đầy đủ hơn về xu thế và vị thế phát triển ngành dệt may trong Vùng, bên cạnh những số liệu về *tốc độ* tăng trưởng dệt may trong Bảng 23. So sánh ba địa phương về chất lượng tăng trưởng ngành dệt may 2000-2011, chúng ta có thể sử dụng số liệu phản ánh *chất lượng* tăng trưởng dệt may trong Bảng 23.⁵⁶ Trong bảng này, con số *tuyệt đối* ở ngoài ngoặc kép là giá trị của năm gần nhất có số liệu, còn con số phần trăm (ở trong ngoặc kép) là *tốc độ* tăng trưởng trung bình hằng năm từ năm 2000 cho đến năm gần nhất có số liệu.

Bảng 23. So sánh ba địa phương về chất lượng tăng trưởng ngành dệt may 2000-2011

	Hồ Chí Minh	Bình Dương	Đồng Nai
Dệt			
Lao động/cơ sở sản xuất	22 (2,2%)	98 (-0,4%)	90 (-7,6%)
GTSX/cơ sở sản xuất (tr. đồng)	9.064 (17,3%)	40.733 (15,8%)	195.202 (14,7%)
GTSX/lao động (tr. đồng)	418 (14,8%)	415 (17,0%)	1.271 (22,0%)
May trang phục			
Lao động/cơ sở sản xuất	24 (-3,4%)	91,5 (16,9%)	25,7 (7,2%)
GTSX/cơ sở sản xuất (tr. đồng)	3.641 (7,8%)	11.864 (20,4%)	6.231 (24,2%)
GTSX/lao động (tr. đồng)	152,2 (11,7%)	129,6 (3,2%)	151,0 (15,4%)

Nguồn: Tính toán của nhóm tác giả từ số liệu thống kê của TP.HCM, Bình Dương và Đồng Nai.

Số liệu của Bảng 23 tăng cường nhận định trước đây của chúng tôi rằng ngành dệt của Đồng Nai vượt trội so với TP.HCM và Bình Dương. Mặc dù quy mô lao động trung bình của các cơ sở sản xuất dệt ở Đồng Nai bị giảm trung bình -7,6%/năm trong giai đoạn 2000-2011, song vẫn ở mức gần tương đương với Bình Dương và cao hơn gấp 4 lần so với TP.HCM. Hơn thế, GTSXCN trung bình do một cơ sở sản xuất dệt hay một lao động dệt tạo ra ở Đồng Nai cao gấp nhiều lần so với TP.HCM và Bình Dương. Cụ thể là tỷ lệ GTSX/cơ sở sản xuất dệt của Đồng Nai cao gấp hơn 20 lần so với TP.HCM và gần 5 lần so với Bình Dương. Đồng thời, tỷ lệ GTSX/lao động dệt của Đồng Nai cao hơn khoảng 3 lần so với TP.HCM và Bình Dương. Không những thế, sự chênh lệch này còn có xu hướng tăng lên vì tốc độ tăng GTSXCN/lao động của Bình Dương là 22%, cao hơn hẳn mức 14,8% của TP.HCM và 17,0% của Bình Dương.

⁵⁶ Một cách lý tưởng, để đánh giá về chất lượng tăng trưởng, chúng ta cần có số liệu chi tiết về giá trị gia tăng hay năng suất. Song vì cả hai số liệu này đều hoặc không tồn tại hoặc không tồn tại ở dạng có thể so sánh được nên chúng tôi đành phải bằng lòng với những chỉ tiêu đơn giản hơn được trình bày trong Bảng 23.

Số liệu ở Bảng 23 khiến chúng ta nghi ngờ lợi ích của xu thế tăng trưởng may mặc theo chiều rộng ở TP.HCM. Trung bình mỗi cơ sở sản xuất may ở TP chỉ có 24 lao động, là mức thấp nhất trong ba địa phương. Không những thế, quy mô này vẫn đang tiếp tục giảm với tốc độ 3,4%/năm. Bên cạnh đó, GTSX trung bình của các cơ sở sản xuất may của TP chỉ bằng 31% của Bình Dương và 58% của Đồng Nai. Quy mô manh mún, công nghệ đơn giản, quản trị theo sự thuận tiện của hộ gia đình và năng suất thấp không phải là công thức đưa đến thành công trong môi trường cạnh tranh quyết liệt của thị trường dệt may - cả nội địa và XK - ngày nay.

PHẦN VI. ĐIỀU TRA DOANH NGHIỆP DỆT MAY TRONG VÙNG

VI.1. Điều tra doanh nghiệp dệt may về NLCT

Theo khung đánh giá tính cạnh tranh tổng quát từ số liệu thống kê thứ cấp và sơ cấp, các tiêu chí để đánh giá tính cạnh tranh ở mức độ cơ sở bao gồm các chỉ số ở cấp độ vĩ mô như: thứ hạng về xuất khẩu so với các nền kinh tế khác trên thế giới, thay đổi thị phần trên thị trường toàn cầu, tầm quan trọng đối với nền kinh tế và xuất khẩu quốc gia, tầm quan trọng đối với nền kinh tế và xuất khẩu các tỉnh/thành phố địa phương, tốc độ tăng trưởng GTSX công nghiệp và tốc độ tăng trưởng KNXX. Phần I đã phân tích các chỉ số này. Bên cạnh đó, các tiêu chí đánh giá tính cạnh tranh cũng bao gồm các chỉ số vĩ mô của doanh nghiệp.

Vì vậy, để có thể đánh giá tổng quan về NLCT của ngành dệt may cũng như phân tích sâu về chuỗi giá trị kết hợp cụm ngành, nhóm nghiên cứu đã tiến hành điều tra doanh nghiệp trong cụm ngành dệt may với ba mục tiêu cụ thể chính như sau:

- Thu thập và xử lý số liệu vi mô ở cấp độ doanh nghiệp về vị trí của ngành dệt may TP.HCM và các tỉnh lân cận trong chuỗi giá trị toàn cầu.
- Thu thập và xử lý số liệu vi mô ở cấp độ doanh nghiệp về mức độ phát triển theo hướng cụm ngành của dệt, may.
- Thu thập và xử lý số liệu về đánh giá của doanh nghiệp về tác động của các chính sách nhà nước hiện hành liên quan tới cụm ngành và ý kiến của doanh nghiệp về định hướng chính sách trong tương lai.

VI.1.1. Tổng thể doanh nghiệp điều tra

Nhóm nghiên cứu đã tiếp cận bộ dữ liệu của bộ dữ liệu của Bộ Kế hoạch Đầu tư bao gồm 5.891 doanh nghiệp trong lĩnh vực dệt/may (kể cả thương mại) hoạt động tại ba địa phương: TP.HCM, Đồng Nai và Bình Dương. Bộ dữ liệu này đề cập đến các thông tin ở mức độ tương đối chi tiết của các doanh nghiệp như: mã số thuế, tên chủ doanh nghiệp, địa chỉ của doanh nghiệp, quy mô vốn, quy mô lao động, ngành nghề chính, doanh thu ...

Theo những thông tin có được từ dữ liệu nói trên, các doanh nghiệp được điều tra là doanh nghiệp thuộc các ngành sau theo hệ thống phân ngành thống kê Việt Nam (xem Bảng 24). Tuy nhiên những thông tin thực tế về ngành nghề kinh doanh chính của các doanh nghiệp nói trên lại có nhiều khác biệt so với mã ngành nghề theo VSIC 4. Độc lập với những khai báo ngành nghề hoạt động theo mã ngành cấp 4, nhóm nghiên cứu đã tiến hành phân loại các doanh nghiệp dựa trên hoạt động thực tế ở tám (8) phân ngành nhỏ⁵⁷ và sau đó phân loại theo loại hình doanh nghiệp và quy mô lao động của các doanh nghiệp (xem Bảng 25). Sự phân loại theo tám phân ngành nhỏ này phản ánh thực tế hoạt động của doanh nghiệp tốt hơn nên nhóm nghiên cứu đã quyết định dung các tiêu chí phân loại này để tiến hành điều tra doanh nghiệp.

⁵⁷ Tám phân ngành nhỏ bao gồm: (1) Sản xuất sản phẩm dệt; (2) Sản xuất sản phẩm may; (3) Sản xuất cả sản phẩm dệt và may; (4) Kinh doanh sản phẩm dệt; (5) Kinh doanh sản phẩm may; (6) Kinh doanh sản phẩm dệt và may; (7) Kinh doanh máy móc, thiết bị ngành dệt và may; (8) Kinh doanh nguyên/phụ liệu ngành dệt và may.

Bảng 24. Phân ngành cấp 4 và tỷ trọng theo ngành

Ngành cấp 4	Mã ngành	Tỷ trọng theo số lượng DN	Tỷ trọng theo số lượng LĐ
Sản xuất sợi	1311	3,14%	14,74%
Sản xuất vải dệt thoi	1312	2,49%	11,45%
Hoàn thiện sản phẩm dệt	1313	2,74%	12,09%
Sản xuất vải dệt kim, vải dệt thoi, vải đan móc và vải không dệt khác	1321	2,09%	4,03%
Sản xuất hàng may sẵn (trừ trang phục)	1322	2,71%	4,81%
May trang phục (trừ trang phục từ da lông thú)	1410	40,37%	41,89%
Sản xuất trang phục dệt kim, đan móc	1430	1,71%	0,15%
Bán buôn vải, hàng may sẵn	4641	24,18%	6,94%
Bán buôn máy móc, thiết bị và phụ tùng máy dệt, may, da giày (cấp 5)	46593	4,48%	0,67%
Bán buôn chuyên doanh khác (nguyên phụ liệu dệt may) (cấp 5)	46695-6	6,17%	1,12%
Bán lẻ chuyên doanh vải, len, sợi, chỉ khâu và hàng dệt khác	4751	2,85%	0,63%
Bán lẻ chuyên doanh hàng may mặc	4771	7,07%	1,46%

Phân tích theo địa lý, nhìn chung, các doanh nghiệp dệt may trong bộ dữ liệu này có xu hướng tập trung về TP.HCM. Tỷ lệ số lượng doanh nghiệp trên các địa bàn TP.HCM/BD/ĐN lần lượt là: 5.419/300/172. Như vậy địa bàn Đồng Nai và Bình Dương chỉ chiếm khoảng 10% số lượng doanh nghiệp trong cơ sở dữ liệu điều tra.

Tương phản với quy mô về số lượng doanh nghiệp là quy mô về lao động. Trên 90% số doanh nghiệp dệt may nói trên tập trung ở TP.HCM nhưng chỉ thu hút được khoảng 60% tổng số lao động trong ngành dệt may của cả 3 địa phương. Quy mô lao động trung bình của các doanh nghiệp trên 3 địa bàn trên cũng có sự khác biệt. Nếu như chỉ số này của Bình Dương và Đồng Nai lần lượt là 390 và 430 thì ở TP.HCM chỉ số này là 57. Như vậy ở TP.HCM số doanh nghiệp loại nhỏ chiếm phần lớn, còn các doanh nghiệp sản xuất lớn tập trung ở Bình Dương và Đồng Nai.

Bảng 25. Phân loại các doanh nghiệp theo loại hình doanh nghiệp và quy mô lao động

	TP.HCM		Đồng Nai		Bình Dương		Tổng	
	Số lượng	Tỷ trọng	Số lượng	Tỷ trọng	Số lượng	Tỷ trọng	Số lượng	Tỷ trọng
Tổng số DN	5419	91,99%	172	2,92%	300	5,09%	5891	100%
Loại hình DN								
DNNN trung ương	2	0,04%	0	0,00%	0	0,00%	2	0,03%
DNNN địa phương	4	0,07%	0	0,00%	1	0,33%	5	0,08%
DN có vốn NN > 50%	14	0,26%	2	1,16%	0	0,00%	16	0,27%
HTX	10	0,18%	1	0,58%	0	0,00%	11	0,19%
DNTN	588	10,85%	12	6,98%	11	3,67%	611	10,37%
Cty hợp danh		0,00%		0,00%		0,00%	0	0,00%
Cty TNHH tư nhân (cả DN có vốn nhà nước =< 50%	4320	79,72%	67	38,95%	113	37,67%	4500	76,39%
CTCP không có vốn nhà nước	233	4,30%	4	2,33%	7	2,33%	244	4,14%
CTCP có vốn nhà nước =< 50%	19	0,35%	1	0,58%	0	0,00%	20	0,34%
DN 100% vốn nước ngoài	208	3,84%	84	48,84%	164	54,67%	456	7,74%
DNNN liên doanh với nước ngoài	5	0,09%	0	0,00%	1	0,33%	6	0,10%
DN khác liên doanh nước ngoài	16	0,30%	1	0,58%	3	1,00%	20	0,34%
Quy mô DN								
Dưới 10 người (DN siêu nhỏ)	3290	60,71%	48	28,07%	35	11,67%	3373	57,26%
10-200 người (DN nhỏ)	1846	34,07%	63	36,84%	143	47,67%	2052	34,83%
200-300 người (DN vừa)	77	1,42%	9	5,26%	28	9,33%	114	1,94%
> 300 người (DN lớn)	206	3,80%	52	30,41%	94	31,33%	352	5,98%
Lao động	305,686	62,16%	71,705	14,58%	114,402	23,26%	491,793	100,00%

Từ Bảng 25, chúng ta có thể rút ra các nhận định sau đây:

- TP.HCM tập trung nhiều doanh nghiệp có quy mô nhỏ. Các doanh nghiệp này có thể là các doanh nghiệp gia công may nhỏ, lẻ từng công đoạn của một chu trình sản xuất. Theo hướng lạc quan hơn, có thể là các doanh nghiệp này chỉ tham gia vào những công đoạn đòi hỏi công nghệ cao, ít thâm dụng lao động như thiết kế mẫu, in, hoặc phân phối bán buôn.

- Các doanh nghiệp trên hai địa bàn còn lại có quy mô lao động lớn hơn nên có nhiều khả năng đây là những doanh nghiệp sản xuất trong các công đoạn thâm dụng lao động như may hoặc dệt-nhuộm hoàn tất.

VI.1.2. Phương án lấy mẫu

Trên cơ sở của danh sách tổng thể các doanh nghiệp theo cơ sở dữ liệu đăng ký kinh doanh, mẫu điều tra sẽ được chọn ngẫu nhiên.

Với tỷ lệ số lượng doanh nghiệp của TP.HCM/BD/ĐN là: **35/2/1** nếu lấy mẫu theo tỷ lệ doanh nghiệp như trên thì sẽ bị thiên lệch vì quy mô lao động trung bình của các doanh nghiệp ở TP.HCM rất nhỏ so với chỉ số này của hai địa phương còn lại. Hơn thế nữa, nếu lấy theo tỷ lệ này sẽ phải xử lý khối lượng rất lớn để đảm bảo tính đại diện của mẫu.

Nếu lấy mẫu theo tỷ lệ theo quy mô lao động của các doanh nghiệp ở TP.HCM/BD/ĐN là **305.686/114.402/71.705 ~ 5,5/2/1,3** thì mẫu sẽ có tính đại diện tốt hơn vì đã loại trừ được sự khác biệt về quy mô lao động trung bình của doanh nghiệp trên các địa bàn khác nhau.

Sau khi cân đối giữa hai loại tỷ lệ nhóm nghiên cứu quyết định lấy mẫu theo tỷ lệ lao động. Số DN trên mỗi địa phương trong kế hoạch khảo sát là 290 DN ở TP.HCM, 120 ở Bình Dương, và 75 ở Đồng Nai. Số doanh nghiệp, sau đó, được lấy mẫu theo tỷ lệ theo quy mô lao động. Kết quả được thể hiện trong Bảng 26 dưới đây.

Bảng 26. Số lượng các DN dệt may trong mẫu khảo sát theo từng ngành nghề hoạt động

	TP. HCM	Bình Dương	Đồng Nai	Tổng
SX Dệt & May	4	2	0	6
SX Dệt	30	20	16	66
SX May	130	76	45	251
Kinh doanh Dệt & May	10	0	0	10
Kinh doanh Dệt	40	4	4	48
Kinh doanh May	50	2	8	60
Kinh doanh Máy & Thiết bị	8	2	0	10
Kinh doanh Nguyên/Phụ liệu	18	4	2	22
Tổng	290	120	75	485
	59,79%	24,74%	15,46%	100%

VI.1.3. Tổng quan về phiếu điều tra

Phiếu điều tra được xây dựng dựa trên sự kế thừa các bảng câu hỏi trong các nghiên cứu liên quan từ cơ sở dữ liệu có sẵn, đối chiếu với mục tiêu nghiên cứu và tình hình thực tế của các doanh nghiệp ở các địa bàn điều tra. Đối tượng trả lời các câu hỏi trong phiếu điều tra là thành viên ban điều hành hay hội đồng quản trị doanh nghiệp.

Ngoài ra khi thiết kế phiếu điều tra, nhóm nghiên cứu cũng tham khảo ý kiến của các chuyên gia trong lĩnh vực dệt/may và ý kiến của một số doanh nghiệp dệt/may hoạt động trên địa bàn nhằm điều chỉnh nội dung cho phù hợp với thực tế.

Phụ lục 1 trình bày nguyên mẫu bảng câu hỏi. Về tổng quan, Bảng câu hỏi điều tra gồm có 104 câu hỏi, phân bố trong 7 tiểu mục. Các câu hỏi trong các tiểu mục nói riêng và các tiểu mục nói chung được sắp xếp theo thứ tự có tính tổng quát của thông tin tăng dần.

Tiểu mục I có 12 câu hỏi tập trung vào các thông tin cơ bản của doanh nghiệp. Tiểu mục II gồm có 11 câu hỏi đặt ra nhằm đánh giá NLCT nói chung của các doanh nghiệp. Phần này cũng nhằm khai thác thông tin định vị chiến lược cạnh tranh của doanh nghiệp.

Tiểu mục III là phần hỏi về thị trường sản phẩm đầu ra và đầu vào nhằm cung cấp thông tin về các công đoạn trong chuỗi giá trị dệt may. Phần này có 18 câu hỏi đi sâu vào đánh giá khả năng cung ứng nguyên liệu và tiêu thụ sản phẩm của các doanh nghiệp dệt may. Thị trường tiêu thụ sản phẩm ở đây bao gồm thị trường nội địa và xuất khẩu.

Tiểu mục IV quan tâm đến khía cạnh nhân tố sản xuất và các cơ sở hạ tầng hỗ trợ liên quan đến việc hình thành và phát triển cụm ngành dệt may trong Vùng. Với 22 câu hỏi trải dài trên các lĩnh vực: lao động, trang thiết bị, hậu cần kỹ thuật, tín dụng..., mục này kỳ vọng sẽ cung cấp một bức tranh đầy đủ về lợi thế cạnh tranh nhằm đánh giá năng lực cạnh tranh của cụm ngành dệt may ở TP. HCM, Đồng Nai và Bình Dương.

Tiểu mục V và VI tập trung vào phương thức tổ chức sản xuất cụ thể của hai ngành may mặc và dệt nhuộm. Những thông tin về tổ chức sản xuất giúp nhóm nghiên cứu đánh giá về giá trị gia tăng mà các doanh nghiệp này tạo ra và khả năng tham gia vào chuỗi giá trị dệt may toàn cầu.

Tiểu mục VII là mục cuối cùng nhưng lại là phần tương đối quan trọng, với 16 câu hỏi về môi trường chính sách chung để chỉ ra những tác động của môi trường kinh tế vĩ mô tới NLCT của các doanh nghiệp. Thông tin của phần này là cơ sở để nhóm nghiên cứu đề xuất những chính sách thúc đẩy NLCT của cụm ngành dệt may trong Vùng.

VI.1.4. Điều tra thực địa

Các bảng câu hỏi/phiếu điều tra đã được gửi đến các doanh nghiệp nằm trong mẫu điều tra. Trong quá trình điều tra thực địa, các điều tra viên đã có báo cáo về tình trạng không tiếp xúc được với doanh nghiệp điều tra. Nhóm nghiên cứu đã bổ sung các doanh nghiệp khác (tương đương) vào danh sách điều tra để đảm bảo tính đại diện của mẫu. Có nhiều thông tin phát sinh (không nằm trong bảng hỏi) đã được các điều tra viên thu thập và báo cáo để nhóm nghiên cứu tiếp tục xử lý.

Sau khi phát ra tổng số 485 phiếu điều tra, các điều tra viên tiếp cận doanh nghiệp để thu thập thông tin và kết quả đã thu về được 200 phiếu có thông tin tương đối đầy đủ ở mức có thể sử dụng được. Tiếp tục rà soát số phiếu nói trên, có 12 phiếu có thông tin mâu thuẫn về logic nên thông tin không có ý nghĩa. Cuối cùng số phiếu thực sự khai thác được thông tin cần thiết là 188 phiếu. Phân loại số phiếu thực sự dùng được theo địa bàn và theo phân ngành thể hiện ở Bảng 27 và Bảng 28.

Bảng 27. Phân loại doanh nghiệp điều tra thực tế theo địa bàn và ngành

	Dệt		May		Thương mại		Tổng	
	Số lượng	Tỷ trọng	Số lượng	Tỷ trọng	Số lượng	Tỷ trọng	Số lượng	Tỷ trọng
TP.HCM	16	38,10%	81	64,80%	31	100%	118	62,77%
Bình Dương	15	35,71%	27	21,60%	0	0%	42	22,34%
Đồng Nai	11	26,19%	17	13,60%	0	0%	28	14,89%
Tổng	42	22,34%	125	66,49%	31	16,49%	188	100,00%

Nguồn: Điều tra doanh nghiệp dệt may TP.HCM, Đồng Nai và Bình Dương, 2013.

Bảng 28. Phân loại doanh nghiệp điều tra thực tế theo địa bàn và ngành

	TP.HCM		Bình Dương		Đồng Nai		Tổng	
	Số lượng	Tỷ trọng	Số lượng	Tỷ trọng	Số lượng	Tỷ trọng	Số lượng	Tỷ trọng
Công ty CP	5	4,20%	1	2,38%	5	17,86%	11	5,85%
Công ty TNHH	93	78,15%	21	50,00%	16	57,14%	120	63,83%
DN tư nhân	4	3,36%	1	2,38%	0	0,00%	5	2,66%
Công ty liên doanh	1	0,84%	1	2,38%	0	0,00%	2	1,06%
DN FDI	15	12,61%	18	42,86%	7	25,00%	40	21,28%
Tổng	118	62,77%	42	22,34%	28	16,49%	188	100,00%

Nguồn: Điều tra doanh nghiệp dệt may TP.HCM, Đồng Nai và Bình Dương, 2013.

VI.2. Tổng quan tính cạnh tranh của doanh nghiệp dệt may từ kết quả điều tra

Số liệu điều về vị trí cạnh tranh của doanh nghiệp dệt may trong Vùng cho thấy một kết quả như dự kiến. Theo Bảng 29, 70-85% số doanh nghiệp trả lời là mình có vị thế cạnh tranh ngang bằng với các DN trong nước và thêm vào đó là 10-20% số doanh nghiệp có vị thế cạnh tranh ngành bằng với các DN hàng đầu quốc tế. Những con số này, trước hết, cho thấy các DN dệt may ở TP.HCM, Đồng Nai và Bình Dương là các DN có tính cạnh tranh. Quy trình sản xuất là chỗ các DN may trong Vùng có vị trí cạnh tranh cao nhất với gần 22% số DN ngang bằng với hàng đầu khu vực và thế giới. Trong khi đó, hoạt động mua sắm (MMTB và nguyên phụ liệu) của DN may lại có vị thế cạnh tranh thấp hơn (chỉ 17% số DN là ngang bằng thế giới) và còn thấp hơn cả so với khâu thiết kế sản phẩm. Đây là một yếu tố có liên quan trực tiếp đến thực tế trong chuỗi giá trị may mặc của Vùng là hoạt động gia công theo hình thức CMT chiếm tỷ trọng lớn – một vấn đề được phân tích kỹ ở những phần sau.

Bảng 29 còn cho thấy có sự khác biệt rõ nét về vị thế cạnh tranh giữa DN may và dệt. Số liệu điều tra dựa vào sự trả lời của DN hoàn toàn phù hợp với số liệu thống kê vĩ mô về thị phần xuất khẩu đã phân tích trong Phần I: ngành may có tính cạnh tranh cao hơn nhiều so với dệt.

Bảng 29. Vị trí của doanh nghiệp so với các đối thủ cạnh tranh (% số DN)

	May			Đệt		
	Chưa bằng DN nội địa khác	Ngang bằng với DN trong nước	Ngang bằng với DN hàng đầu khu vực & thế giới	Chưa bằng DN nội địa khác	Ngang bằng với DN trong nước	Ngang bằng với DN hàng đầu khu vực & thế giới
Thiết kế sản phẩm	12,75%	67,65%	19,61%	9,09%	81,82%	9,09%
Mua sắm MMTB	15,65%	66,96%	17,39%	19,44%	72,22%	8,33%
Mua sắm nguyên phụ liệu	8,57%	74,29%	17,14%	5,41%	86,49%	8,11%
Quy trình sản xuất	10,00%	68,18%	21,82%	8,33%	85,42%	6,25%
Tiếp thị	12,12%	68,69%	19,19%	15,56%	71,11%	13,33%
Dịch vụ khách hàng	11,34%	68,04%	20,62%	7,32%	78,05%	14,63%

Nguồn: Điều tra doanh nghiệp dệt may TP.HCM, Đồng Nai và Bình Dương, 2013.

Bảng 30. Chiến lược cạnh tranh cốt lõi trong lĩnh vực kinh doanh chính của doanh nghiệp (% số DN)

	Chi phí thấp dựa trên mức lương thấp của LĐ	Chi phí thấp dựa trên lợi thế của LĐ có tay nghề	Chi phí thấp dựa trên lợi thế của công nghệ SX	Khác biệt so với đối thủ cạnh tranh dựa trên thiết kế SP	Khác biệt so với đối thủ cạnh tranh dựa trên dịch vụ và hỗ trợ hậu mãi
May	10,34%	53,45%	14,66%	18,10%	3,45%
TP.HCM	8,22%	54,79%	12,33%	20,55%	4,11%
Đồng Nai	17,65%	41,18%	35,29%	5,88%	0,00%
Bình Dương	11,54%	57,69%	7,69%	19,23%	3,85%
Đệt	17,07%	17,07%	36,59%	26,83%	2,44%
TP.HCM	12,50%	37,50%	37,50%	12,50%	0,00%
Đồng Nai	10,00%	10,00%	30,00%	50,00%	0,00%
Bình Dương	26,67%	0,00%	40,00%	26,67%	6,67%
Thương mại dệt may	12,90%	12,90%	9,68%	22,58%	41,94%
Tất cả DN điều tra	12,77%	37,23%	17,55%	22,87%	9,57%

Nguồn: Điều tra doanh nghiệp dệt may TP.HCM, Đồng Nai và Bình Dương, 2013.

Một trong những vấn đề đối với tính cạnh tranh là chiến lược cạnh tranh của doanh nghiệp và nếu chiến lược là dựa vào chi phí thấp, đặc biệt là lao động rẻ, thì lợi thế cạnh tranh của Vùng TP.HCM, Đồng Nai và Bình Dương chắc chắn sẽ không còn nữa trong tương lai gần. Bảng 30 cho thấy 78,5% số doanh nghiệp may điều tra có chiến lược cạnh tranh cốt lõi là chi phí thấp (doanh nghiệp TP.HCM có tỷ lệ thấp nhất ở mức 75,3%, Bình Dương là 76,9%, còn Đồng Nai lên tới 94,1%). Tuy nhiên, thông tin quan trọng ở đây là chiến lược cạnh tranh theo chi phí thấp

được dựa vào lao động có tay nghề và lợi thế của công nghệ sản xuất. Chỉ có 10,3% số doanh nghiệp may điều tra trả lời là có chiến lược cạnh tranh dựa vào chi phí tiền lương thấp của lao động. Đây chính là cơ sở để giải thích lý do tại sao ngành công nghiệp may mặc vẫn tập trung ở mức độ cao tại Vũng, mặc dù đây là nơi có mức lương cao hơn so với các nơi khác. Và nếu chiến lược cạnh tranh trong thời gian tới của doanh nghiệp còn được điều chỉnh hướng tới khác biệt về sản phẩm và dịch vụ hỗ trợ nhiều hơn thì hoạt động may mặc vẫn sẽ tiếp tục phát triển trong Vũng, chứ không phải là di chuyển sang các địa phương khác.

Doanh nghiệp dệt, với bản chất là thâm dụng vốn và kỹ thuật cao hơn so với may, có chiến lược cạnh tranh tập trung vào khai thác chi phí thấp dựa vào lợi thế của công nghệ sản xuất. Các doanh nghiệp thương mại dệt may có chiến lược cạnh tranh tập trung vào dịch vụ và hỗ trợ hậu mãi.

Bảng 31. Lý do chọn vị trí kinh doanh của các doanh nghiệp (% số DN)

	Chi phí thấp	Nguồn cung sẵn có	Chất lượng cao
Lao động	20,21%	64,89%	14,89%
Máy móc, thiết bị	20,59%	52,94%	26,47%
Nguồn nguyên liệu	37,50%	46,88%	15,63%
Cơ sở hạ tầng	22,92%	64,58%	12,50%
Đất đai	49,37%	50,63%	-
Dịch vụ hỗ trợ	32,14%	57,14%	10,71%

Nguồn: Điều tra doanh nghiệp dệt may TP.HCM, Đồng Nai và Bình Dương, 2013.

Phù hợp với kết quả trên, Bảng 31 cho thấy nguồn cung sẵn có, chứ không phải chi phí thấp, của lao động, máy móc thiết bị, nguyên liệu, cơ sở hạ tầng, đất đai, dịch vụ hỗ trợ, là lý do quan trọng nhất quyết định việc trọng vị trí kinh doanh của các doanh nghiệp dệt may. Nhưng tính nổi trội của lý do cung sẵn có còn cho thấy sự hạn chế về mặt chất lượng của các yếu tố đầu vào và CSHT hỗ trợ dẫn tới việc chất lượng không phải là lý do quan trọng quyết định vị trí kinh doanh của doanh nghiệp.

Xét về phía cầu, quan điểm chung từ trước đến nay về ngành dệt may, đặc biệt là hoạt động gia công hàng may mặc xuất khẩu, là khách hàng không đánh giá cao lợi thế cạnh tranh của doanh nghiệp về tính khác biệt của sản phẩm. Tuy nhiên, kết quả điều tra đã cho thấy một bức tranh khác. Chỉ có 24,1% số các DN may trong Vũng là có sản phẩm mà khách hàng coi là giống hoàn toàn hay gần giống các sản phẩm khác so với tỷ lệ 43% là có sản phẩm mang tính khác biệt cao hay khác biệt hoàn toàn. (Xem Bảng 32).

Một điểm đáng chú ý nữa ở Bảng 32 là sản phẩm dệt trong Vũng cũng có tính khác biệt cao, cao hơn so với sản phẩm may, và điều này đúng cho các DN ở cả ba địa phương. Các doanh nghiệp thương mại dệt may trong Vũng, mà chủ yếu là bán sản phẩm cuối cùng ở thị trường nội địa, cũng có tính khác biệt về sản phẩm. Tuy nhiên, so với sản xuất may mặc (chủ yếu là để xuất khẩu), thì sản phẩm may mặc thương mại ở thị trường nội địa lại có tỷ lệ khác biệt cao hay khác biệt hoàn toàn thấp hơn.

Bảng 32. Quan điểm của khách hàng về sản phẩm của DN (% số DN)

	Tương đương hay giống hệt các SP khác	Gần giống các SP khác	Có tính khác biệt, nhưng không nhiều	Có tính khác biệt cao	Mang tính khác biệt hoàn toàn
May	13,79%	10,34%	32,76%	27,59%	15,52%
TP.HCM	10,96%	10,96%	31,51%	28,77%	17,81%
Đồng Nai	11,76%	11,76%	5,88%	47,06%	23,53%
Bình Dương	23,08%	7,69%	53,85%	11,54%	3,85%
Dệt	9,76%	12,20%	36,59%	29,27%	12,20%
TP.HCM	6,25%	25,00%	37,50%	25,00%	6,25%
Đồng Nai	0,00%	0,00%	50,00%	20,00%	30,00%
Bình Dương	20,00%	6,67%	26,67%	40,00%	6,67%
Thương mại	12,90%	16,13%	41,94%	25,81%	3,23%
Tổng	12,23%	12,23%	35,11%	28,72%	11,70%

Nguồn: Điều tra doanh nghiệp dệt may TP.HCM, Đồng Nai và Bình Dương, 2013.

VI.3. Tác động của chính sách đến tính cạnh tranh của doanh nghiệp dệt may từ kết quả điều tra

Các bất ổn vĩ mô của Việt Nam thời gian qua đã nhiều tác động tiêu cực đến tình hình hoạt động kinh doanh của các doanh nghiệp Việt Nam nói chung, các doanh nghiệp dệt may nói riêng. Tình trạng lạm phát và lãi suất cao thời gian qua luôn được cho là những tác nhân có ảnh hưởng lớn tới tình trạng khó khăn tài chính và làm suy giảm khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp. Thực tế này cũng đúng đối với các doanh nghiệp dệt may được khảo sát trong nghiên cứu này.

Bảng 33. Đánh giá của DN về tác động của lạm phát đến ngành dệt may

	1 – Rất thấp	2	3 – Trung bình	4	5 – Rất mạnh
May	1,72%	6,90%	31,90%	37,93%	21,55%
TP.HCM	1,37%	4,11%	28,77%	36,99%	28,77%
Đồng Nai	0,00%	0,00%	35,29%	52,94%	11,76%
Bình Dương	3,85%	19,23%	38,46%	30,77%	7,69%
Dệt	0,00%	9,76%	46,34%	34,15%	9,76%
TP.HCM	0,00%	6,25%	37,50%	43,75%	12,50%
Đồng Nai	0,00%	10,00%	60,00%	30,00%	0,00%
Bình Dương	0,00%	13,33%	46,67%	26,67%	13,33%
Thương mại	3,23%	3,23%	35,48%	35,48%	22,58%
Tổng	1,60%	6,91%	35,64%	36,70%	19,15%

Nguồn: Điều tra doanh nghiệp dệt may TP.HCM, Đồng Nai và Bình Dương, 2013.

Đối với tác động của lạm phát (xem Bảng 33), khảo sát cho thấy có đến 21,55% doanh nghiệp may cho là có tác động rất mạnh đến ngành dệt may, trong khi chỉ có khoảng 1,72% cho là tác động rất thấp. Tuy nhiên, quan điểm này của các doanh nghiệp may tại TP.HCM, Đồng Nai và

Bình Dương lại có sự khác nhau tương đối. Theo đó, tỷ lệ doanh nghiệp có quan điểm cho rằng lạm phát có tác động rất mạnh đã giảm đi từ các doanh nghiệp của TP.HCM (28,77%) rồi đến Đồng Nai (11,76%) và Bình Dương (7,69%). Nói khác đi, tác động của lạm phát lên ngành dệt may theo đánh giá của các doanh nghiệp TP.HCM quan trọng hơn so với các doanh nghiệp ở Đồng Nai hay Bình Dương. Trong khi đó, đối với các doanh nghiệp dệt, mặc dù chỉ có 9,76% doanh nghiệp cho rằng lạm phát có tác động rất mạnh đến ngành dệt may nhưng lại có đến hơn 34% cho là có tác động khá mạnh, trong khi không có doanh nghiệp nào cho là tác động rất thấp đến ngành dệt may. Tính chung, có gần 19,15% doanh nghiệp cho rằng lạm phát có tác động rất mạnh đến ngành dệt may trong khi chỉ có 1,6% cho là có tác động rất thấp.

Đánh giá của các doanh nghiệp về tác động của lạm phát lên tính cạnh tranh của doanh nghiệp dệt may có sự không nhất quán giữa các doanh nghiệp trong nước so với các doanh nghiệp nước ngoài (FDI). Cụ thể, chỉ có 14,3% doanh nghiệp may FDI cho rằng lạm phát có tác động mạnh đến hoạt động của doanh nghiệp, trong khi ở các doanh nghiệp trong nước là trên 20% (26,92% đối với các doanh nghiệp nội địa có trên 300 lao động, 21,54% đối với các DN nội địa có dưới 300 lao động). Ở các DN dệt, thậm chí không có doanh nghiệp dệt FDI nào cho rằng lạm phát có tác động mạnh lên khả năng cạnh tranh của DN, trong khi ở các DN nội địa là 12,5% và 13,64% tương ứng tại các DN có trên 300 và dưới 300 lao động (Bảng 34).

Bảng 34. Đánh giá của các DN FDI so với các DN nội địa về tác động của lạm phát đến ngành dệt may

	1 – Rất thấp	2	3 – Trung bình	4	5 – Rất mạnh
May					
DN FDI	3,57%	7,14%	35,71%	39,29%	14,29%
DN Nội địa trên 300 LĐ	0,00%	15,38%	15,38%	42,31%	26,92%
DN Nội địa dưới 300 LĐ	1,54%	4,62%	38,46%	33,85%	21,54%
Dệt					
DN FDI	0,00%	42,86%	28,57%	28,57%	0,00%
DN Nội địa trên 300 LĐ	0,00%	0,00%	37,50%	50,00%	12,50%
DN Nội địa dưới 300 LĐ	0,00%	4,55%	50,00%	31,82%	13,64%

Nguồn: Điều tra doanh nghiệp dệt may TP.HCM, Đồng Nai và Bình Dương, 2013.

Đối với tác động của chính sách tỷ giá (xem Bảng 35), nhìn chung đa phần các doanh nghiệp cho rằng tỷ giá có tác động mạnh đến ngành dệt may, trong đó 17,55% cho là tác động rất mạnh, 32,98% cho là tác động khá mạnh, và 39,36% cho là tác động tương đối mạnh. Ngược lại, chỉ có 2,13% cho rằng tỷ giá có tác động rất thấp đến ngành dệt may. Quan điểm này nhìn chung cũng có sự nhất quán giữa các doanh nghiệp may và doanh nghiệp dệt, tuy nhiên lại có sự khác nhau đáng kể giữa các doanh nghiệp may của TP.HCM, Đồng Nai và Bình Dương. Cụ thể, không có doanh nghiệp may nào của Bình Dương cho rằng tỷ giá có tác động rất mạnh và đa phần cho rằng chỉ có tác động tương đối mạnh đến ngành dệt may. Trong khi đó, có đến 27,4% doanh nghiệp may tại TP.HCM cho là có tác động rất mạnh. Thế nhưng đối với các doanh nghiệp dệt, quan điểm của các doanh nghiệp Đồng Nai lại hơi khác một chút so với các doanh nghiệp TP.HCM và Bình Dương, đặc biệt đối với quan điểm cho rằng tỷ giá có tác động rất mạnh lẫn rất thấp đến ngành dệt may.

Bảng 35. Đánh giá của DN về tác động của tỷ giá đến ngành dệt may

	1 – Rất thấp	2	3 – Trung bình	4	5 – Rất mạnh
May	1,72%	6,90%	39,66%	32,76%	18,97%
TP.HCM	1,37%	2,74%	36,99%	31,51%	27,40%
Đồng Nai	0,00%	0,00%	41,18%	47,06%	11,76%
Bình Dương	3,85%	23,08%	46,15%	26,92%	0,00%
- Dệt	4,88%	9,76%	34,15%	31,71%	19,51%
TP.HCM	0,00%	12,50%	25,00%	37,50%	25,00%
Đồng Nai	10,00%	10,00%	40,00%	30,00%	10,00%
Bình Dương	6,67%	6,67%	40,00%	26,67%	20,00%
Thương mại	0,00%	9,68%	45,16%	35,48%	9,68%
Tổng	2,13%	7,98%	39,36%	32,98%	17,55%

Nguồn: Điều tra doanh nghiệp dệt may TP.HCM, Đồng Nai và Bình Dương, 2013.

Quan điểm của các doanh nghiệp đối với tác động của lãi suất cũng tương tự như tác động lạm phát và tỷ giá khi đa phần doanh nghiệp đều cho là có tác động mạnh đến ngành dệt may. Tính trung bình, có đến hơn 13,8% doanh nghiệp cho rằng lãi suất có tác động rất mạnh đến ngành, trong khi chỉ có 1,6% doanh nghiệp cho là chỉ có tác động rất thấp. Đặc biệt, rất nhiều doanh nghiệp cho là có tác động tương đối mạnh đến ngành dệt may (44,15%). Các quan điểm này cũng tương đối nhất quán giữa các doanh nghiệp may, dệt, và thương mại. Tuy nhiên, nhìn ở hai thái cực, một lần nữa lại có sự không tương thích giữa các doanh nghiệp Đồng Nai, Bình Dương so với TP.HCM. Cụ thể, không có doanh nghiệp may nào của Bình Dương và cũng không có doanh nghiệp dệt nào của Đồng Nai cho rằng lãi suất có tác động rất mạnh đến ngành dệt may. Ngược lại, có đến 3,85% doanh nghiệp may ở Bình Dương và 10% doanh nghiệp dệt ở Đồng Nai cho rằng lãi suất có tác động rất thấp đến ngành dệt may, trong khi không có doanh nghiệp may lẫn doanh nghiệp dệt nào ở TP.HCM có quan điểm như vậy (xem Bảng 36).

Bảng 36. Đánh giá của DN về tác động của lãi suất đến ngành dệt may

	1 – Rất thấp	2	3 – Trung bình	4	5 – Rất mạnh
May	0,86%	6,90%	43,10%	35,34%	13,79%
TP.HCM	0,00%	5,48%	39,73%	38,36%	16,44%
Đồng Nai	0,00%	0,00%	41,18%	35,29%	23,53%
Bình Dương	3,85%	15,38%	53,85%	26,92%	0,00%
Dệt	4,88%	9,76%	46,34%	24,39%	14,63%
TP.HCM	0,00%	6,25%	43,75%	31,25%	18,75%
Đồng Nai	10,00%	10,00%	50,00%	30,00%	0,00%
Bình Dương	6,67%	13,33%	46,67%	13,33%	20,00%
Thương mại	0,00%	9,68%	45,16%	32,26%	12,90%
Tổng	1,60%	8,51%	44,15%	31,91%	13,83%

Nguồn: Điều tra doanh nghiệp dệt may TP.HCM, Đồng Nai và Bình Dương, 2013.

Trong khi đó, đánh giá của các doanh nghiệp FDI đối với chính sách tỷ giá và lãi suất lên hoạt động của ngành dệt may cũng nhẹ hơn so với đánh giá của các DN nội địa. Cụ thể, ở các doanh

ngành may FDI, có 3,57% và 14,29% doanh nghiệp lần lượt cho rằng tỷ giá có tác động rất thấp và khá thấp lên hoạt động của doanh nghiệp (Bảng 37). Trong khi đó, ở các DN nội địa, tỷ lệ cao nhất tương ứng các doanh nghiệp có chung quan điểm này là 1,54% và 7,69% (các DN dưới 300 lao động). Đánh giá của các DN dệt FDI cũng giống như các DN may FDI. Tương tự, đánh giá của các doanh nghiệp FDI về tác động của chính sách lãi suất đến doanh nghiệp cũng không có nhiều khác biệt so với bức tranh về tỷ giá đã phân tích, tức là, theo các DN FDI, mức độ tác động của chính sách lãi suất lên hoạt động của doanh nghiệp không mạnh như đánh giá của các DN nội địa (xem Bảng 38).

Bảng 37. Quan điểm của DN FDI so với các DN nội địa về tác động của tỷ giá đến ngành dệt may

	1 – Rất thấp	2	3 – Trung bình	4	5 – Rất mạnh
May					
DN FDI	3,57%	14,29%	50,00%	17,86%	14,29%
DN Nội địa trên 300 LĐ	0,00%	3,85%	30,77%	50,00%	15,38%
DN Nội địa dưới 300 LĐ	1,54%	7,69%	37,46%	30,77%	21,54%
Dệt					
DN FDI	14,29%	14,29%	28,57%	28,57%	14,29%
DN Nội địa trên 300 LĐ	12,50%	0,00%	25,00%	50,00%	12,50%
DN Nội địa dưới 300 LĐ	0,00%	9,09%	36,36%	27,27%	27,27%

Nguồn: Điều tra doanh nghiệp dệt may TP.HCM, Đồng Nai và Bình Dương, 2013.

Bảng 38. Quan điểm của DN FDI so với các DN nội địa về tác động của lãi suất đến ngành dệt may

	1 – Rất thấp	2	3 – Trung bình	4	5 – Rất mạnh
May					
DN FDI	3,57%	10,71%	50,00%	17,86%	17,86%
DN Nội địa trên 300 LĐ	0,00%	7,69%	38,46%	42,31%	11,54%
DN Nội địa dưới 300 LĐ	0,00%	6,15%	44,62%	36,92%	12,31%
Dệt					
DN FDI	14,29%	14,29%	42,86%	14,29%	14,29%
DN Nội địa trên 300 LĐ	12,50%	12,50%	12,50%	50,00%	12,50%
DN Nội địa dưới 300 LĐ	0,00%	9,09%	54,55%	18,18%	18,18%

Nguồn: Điều tra doanh nghiệp dệt may TP.HCM, Đồng Nai và Bình Dương, 2013.

Nếu như các vấn đề về lãi suất và tỷ giá thường được xem là thuộc phạm vi của chính sách tiền tệ thì các chính sách tài khóa, cụ thể là chính sách thuế, cũng được kỳ vọng là sẽ có tác động đến tính cạnh tranh của các doanh nghiệp nói chung, các doanh nghiệp thuộc ngành dệt may nói riêng. Số liệu khảo sát cho thấy (Bảng 39), có đến hơn 12,77% doanh nghiệp cho rằng chính sách thuế có tác động rất nhiều đối với ngành dệt may, trong khi chỉ 3,19% cho là có tác động rất ít. Tuy nhiên, có đến gần 52% doanh nghiệp cho rằng gánh nặng thuế có tác động tương đối lên ngành dệt may. Quan điểm này cũng không tương thích hoàn toàn giữa các doanh nghiệp may với các doanh nghiệp dệt. Trong khi có đến hơn 17,8% doanh nghiệp may cho rằng tác

động của gánh nặng thuế là rất nhiều đối với ngành thì chỉ có khoảng 9,8% doanh nghiệp dệt đồng quan điểm. Đặc biệt, các doanh nghiệp may của Đồng Nai lại có quan điểm hơi khác so với các doanh nghiệp may ở TP.HCM và Bình Dương. Cụ thể, chỉ có chưa tới 6% doanh nghiệp may ở địa phương này cho rằng tác động của gánh nặng thuế là rất lớn thì lại có đến gần 12% doanh nghiệp cho là có tác động rất thấp. Nhìn chung, kết quả này cho thấy rằng, so với chính sách tiền tệ, các tác động của chính sách tài khóa mà cụ thể ở đây là chính sách thuế có ít tác động mạnh hơn lên ngành dệt may.

Bảng 39. Đánh giá của DN về tác động của gánh nặng thuế đối với ngành dệt may

	1 – Rất ít	2	3 – Trung bình	4	5 – Rất nhiều
May	4,31%	8,62%	51,72%	19,83%	15,52%
TP.HCM	2,74%	8,22%	49,32%	21,92%	17,81%
Đồng Nai	11,76%	5,88%	64,71%	11,76%	5,88%
Bình Dương	3,85%	11,54%	50,00%	19,23%	15,38%
Dệt	2,44%	7,32%	56,10%	24,39%	9,76%
TP.HCM	6,25%	6,25%	37,50%	37,50%	12,50%
Đồng Nai	0,00%	20,00%	60,00%	0,00%	20,00%
Bình Dương	0,00%	0,00%	73,33%	26,67%	0,00%
Thương mại	0,00%	6,45%	51,61%	35,48%	6,45%
Tổng	3,19%	7,98%	52,66%	23,40%	12,77%

Nguồn: Điều tra doanh nghiệp dệt may TP.HCM, Đồng Nai và Bình Dương, 2013.

So với các DN FDI, các DN nội địa đánh giá tác động của chính sách thuế lên tính cạnh tranh của ngành dệt may lớn hơn. Cụ thể, chỉ có 7,14% doanh nghiệp may FDI cho rằng chính sách thuế có tác động rất lớn lên doanh nghiệp, trong khi có đến 10,71% doanh nghiệp may FDI đưa ra quan điểm ngược lại. Điều này lại trái ngược với các DN nội địa trong nước, trong đó quan điểm của các DN nội địa có số liệu lao động thấp dưới 300 lao động là khác nhất (Bảng 40).

Bảng 40. Đánh giá của các DN FDI so với các DN nội địa về tác động của chính sách thuế đến ngành dệt may

	1 – Rất ít	2	3 – Trung bình	4	5 – Rất nhiều
May					
DN FDI	10,71%	10,71%	57,14%	14,29%	7,14%
DN Nội địa trên 300 LĐ	3,85%	7,69%	46,15%	30,77%	11,54%
DN Nội địa dưới 300 LĐ	1,54%	7,69%	53,85%	15,38%	21,54%
Dệt					
DN FDI	0,00%	0,00%	100,00%	0,00%	0,00%
DN Nội địa trên 300 LĐ	0,00%	25,00%	37,50%	37,50%	0,00%
DN Nội địa dưới 300 LĐ	4,55%	4,55%	40,91%	31,82%	18,18%

Nguồn: Điều tra doanh nghiệp dệt may TP.HCM, Đồng Nai và Bình Dương, 2013.

Về tác động của những thay đổi của chính sách đất đai của Nhà nước, phần lớn các doanh nghiệp cho rằng có tác động nhưng không phải quá lớn đối với ngành dệt may. Như số liệu khảo sát cho thấy (Bảng 41), có hơn 67% doanh nghiệp đồng tình với nhận định này, trong khi chỉ có

chưa tới 5,3% doanh nghiệp cho là có tác động rất tiêu cực đến ngành. Điều này phần nào cho thấy rằng chính sách đất đai của chính quyền trung ương cũng như địa phương đã có sự cải thiện đáng kể trong thời gian qua và hiện không phải là vấn đề quá lớn ảnh hưởng quyết định đến tính cạnh tranh của các doanh nghiệp dệt may.

Bảng 41. Đánh giá của DN về tác động của chính sách đất đai đến DN

	1 – Rất tiêu cực	2	3 – Trung bình	4	5 – Rất tích cực
May	6,03%	10,34%	68,97%	11,21%	3,45%
TP.HCM	8,22%	13,70%	60,27%	13,70%	4,11%
Đồng Nai	0,00%	0,00%	94,12%	0,00%	5,88%
Bình Dương	3,85%	7,69%	76,92%	11,54%	0,00%
Dệt	4,88%	7,32%	68,29%	19,51%	0,00%
TP.HCM	6,25%	12,50%	56,25%	25,00%	0,00%
Đồng Nai	0,00%	0,00%	80,00%	20,00%	0,00%
Bình Dương	6,67%	6,67%	73,33%	13,33%	0,00%
Thương mại	3,23%	12,90%	58,06%	22,58%	3,23%
Tổng	5,32%	10,11%	67,02%	14,89%	2,66%

Nguồn: Điều tra doanh nghiệp dệt may TP.HCM, Đồng Nai và Bình Dương, 2013.

Cũng tương tự như chính sách đất đai, những thay đổi của chính sách hải quan được nhiều doanh nghiệp đánh giá là có tác động nhưng không quá thiên về hướng quá tiêu cực hay tích cực đối với ngành dệt may. Như số liệu cho thấy (Bảng 42), gần 58% doanh nghiệp đánh giá tác động ở mức tương đối của những thay đổi về chính sách hải quan lên tính cạnh tranh của ngành dệt may, trong khi chỉ có chưa tới 3,2% doanh nghiệp cho là có tác động rất tiêu cực và 4,3% doanh nghiệp cho là có tác động rất tích cực. Đặc biệt, có đến 11,5% doanh nghiệp may ở Bình Dương cho rằng những thay đổi của chính sách hải quan có tác động rất tích cực lên tính cạnh tranh của ngành dệt may, trong khi ở TP.HCM và Đồng Nai lần lượt chỉ có 4,11% và 5,88% doanh nghiệp đồng ý với quan điểm này. Tuy nhiên cũng lại có đến gần 6,7% doanh nghiệp ở Bình Dương có ý kiến hoàn toàn ngược lại, tức thay đổi của chính sách hải quan có tác động rất tiêu cực lên ngành, trong khi không có doanh nghiệp dệt nào ở TP.HCM và Đồng Nai có quan điểm này.

Bảng 42. Đánh giá của DN về tác động của chính sách hải quan đến DN

	1 – Rất tiêu cực	2	3 – Trung bình	4	5 – Rất tích cực
May	4,31%	6,03%	61,21%	22,41%	6,03%
TP.HCM	5,48%	2,74%	64,38%	23,29%	4,11%
Đồng Nai	0,00%	0,00%	64,71%	29,41%	5,88%
Bình Dương	3,85%	19,23%	50,00%	15,38%	11,54%
Dệt	2,44%	12,20%	46,34%	39,02%	0,00%
TP.HCM	0,00%	12,50%	50,00%	37,50%	0,00%
Đồng Nai	0,00%	20,00%	30,00%	50,00%	0,00%
Bình Dương	6,67%	6,67%	53,33%	33,33%	0,00%
Thương mại	0,00%	6,45%	61,29%	29,03%	3,23%
Tổng	3,19%	7,45%	57,98%	27,13%	4,26%

Nguồn: Điều tra doanh nghiệp dệt may TP.HCM, Đồng Nai và Bình Dương, 2013.

Đối với quy định về tiền lương tối thiểu, khảo sát cho thấy có hơn 42,5% doanh nghiệp cho rằng không có tác động tiêu cực lên NLCT của doanh nghiệp (Bảng 43). Đặc biệt có đến 16,49% doanh nghiệp cho rằng những quy định này không hề ảnh hưởng đến lợi thế cạnh tranh của doanh nghiệp và chỉ có một số ít doanh nghiệp (gần 6,9%) cho là có ảnh hưởng rất tiêu cực. Số liệu khảo sát cũng cho thấy, các doanh nghiệp may có quan điểm bi quan hơn so với các doanh nghiệp dệt về tác động tiêu cực của chính sách tiền lương tối thiểu đến lợi thế cạnh tranh của doanh nghiệp, cả ở TP.HCM, Đồng Nai và Bình Dương.

Bảng 43. Đánh giá của DN về tác động của quy định tiền lương tối thiểu tới lợi thế cạnh tranh của DN

	1 – Rất tiêu cực	2	3 – Trung bình	4	5 – Không ảnh hưởng
May	10,34%	20,69%	36,21%	18,10%	14,66%
TP.HCM	10,96%	20,55%	28,77%	21,92%	17,81%
Đồng Nai	11,76%	11,76%	47,06%	23,53%	5,88%
Bình Dương	7,69%	26,92%	50,00%	3,85%	11,54%
Dệt	2,44%	12,20%	56,10%	17,07%	12,20%
TP.HCM	0,00%	18,75%	43,75%	18,75%	18,75%
Đồng Nai	0,00%	10,00%	80,00%	10,00%	0,00%
Bình Dương	6,67%	6,67%	53,33%	20,00%	13,33%
Thương mại	0,00%	9,68%	48,39%	12,90%	29,03%
Tổng	6,91%	17,02%	42,55%	17,02%	16,49%

Nguồn: Điều tra doanh nghiệp dệt may TP.HCM, Đồng Nai và Bình Dương, 2013.

Bảng 44. Đánh giá của DN về mức độ trợ cấp của nhà nước đối với ngành dệt may

	1 – Rất ít	2	3 – Trung bình	4	5 – Rất nhiều
May	32,76%	13,79%	37,07%	14,66%	1,72%
TP.HCM	42,47%	9,59%	32,88%	15,07%	0,00%
Đồng Nai	17,65%	23,53%	52,94%	5,88%	0,00%
Bình Dương	15,38%	19,23%	38,46%	19,23%	7,69%
Dệt	21,95%	17,07%	51,22%	7,32%	2,44%
TP.HCM	31,25%	6,25%	43,75%	12,50%	6,25%
Đồng Nai	20,00%	20,00%	60,00%	0,00%	0,00%
Bình Dương	13,33%	26,67%	53,33%	6,67%	0,00%
Thương mại	32,26%	16,13%	48,39%	3,23%	0,00%
Tổng	30,32%	14,89%	42,02%	11,17%	1,60%

Nguồn: Điều tra doanh nghiệp dệt may TP.HCM, Đồng Nai và Bình Dương, 2013.

Để nâng cao tính cạnh tranh của ngành, bên cạnh việc duy trì các chính sách kinh tế vĩ mô ổn định hay các ưu đãi về chính sách đất đai thì chính sách trợ cấp của nhà nước cũng được xem là có vai trò hết sức quan trọng. Tuy nhiên, đối với ngành dệt may, nhiều doanh nghiệp cho rằng mức độ trợ cấp của nhà nước cho ngành hiện rất ít. Như số liệu khảo sát cho thấy (Bảng 44), có đến hơn 30,3% doanh nghiệp đồng ý với nhận định này, trong khi chỉ có 1,6% doanh nghiệp có

ý kiến hoàn toàn ngược lại, tức mức độ trợ cấp của nhà nước cho ngành dệt may hiện nay là rất nhiều (chỉ là 2 các doanh nghiệp may của Bình Dương và 1 doanh nghiệp dệt của TP.HCM).

Bảng 45. Quan điểm của DN về chính sách hữu hiệu nhất để thúc đẩy phát triển CN dệt may của Vùng

	Hỗ trợ lãi suất khi vay TCTD	Giảm thuế TNDN (từ 25% xuống 20%)	Mở rộng và phát triển mới các KCN tập trung	Đầu tư cảng biển	Đầu tư đường bộ	Phát triển các chương trình đào tạo CNKT	Phát triển các chương trình đào tạo về thiết kế thời trang	Phát triển các chương trình đào tạo về QTKD	Hỗ trợ phát triển ngành CN dệt may MMTB
May	21,93%	31,89%	4,98%	4,98%	3,99%	14,95%	3,99%	0,66%	12,62%
TP.HCM	22,46%	32,09%	5,88%	4,28%	3,74%	14,44%	3,74%	0,00%	13,37%
Đồng Nai	20,41%	32,65%	0,00%	4,08%	4,08%	24,49%	0,00%	2,04%	12,24%
Bình Dương	21,54%	30,77%	6,15%	7,69%	4,62%	9,23%	7,69%	1,54%	10,77%
Dệt	24,07%	31,48%	9,26%	5,56%	3,70%	9,26%	3,70%	0,93%	12,04%
TP.HCM	31,82%	22,73%	6,82%	6,82%	2,27%	9,09%	6,82%	2,27%	11,36%
Đồng Nai	7,41%	33,33%	0,00%	3,70%	7,41%	18,52%	3,70%	0,00%	25,93%
Bình Dương	27,03%	40,54%	18,92%	5,41%	2,70%	2,70%	0,00%	0,00%	2,70%
Thương mại	31,94%	37,50%	5,56%	1,39%	6,94%	2,78%	4,17%	1,39%	8,33%
Tổng	23,91%	32,64%	6,03%	4,57%	4,37%	11,85%	3,95%	0,83%	11,85%

Nguồn: Điều tra doanh nghiệp dệt may TP.HCM, Đồng Nai và Bình Dương, 2013.

Ngoài các chính sách trên đây, các doanh nghiệp còn cho rằng để thúc đẩy phát triển công nghiệp dệt may của Vùng, Nhà nước cần tiếp tục hỗ trợ hoặc tạo điều kiện cho sự phát triển của doanh nghiệp trong ngành thông qua một số chính sách như đầu tư cơ sở hạ tầng (phát triển mới các KCN tập trung, đầu tư cảng biển và đường bộ), phát triển một số chương trình đào tạo nguồn nhân lực cho ngành (như chương trình đào tạo công nhân kỹ thuật, thiết kế thời trang, quản trị kinh doanh), hay hỗ trợ phát triển ngành công nghiệp máy móc thiết bị phục vụ cho ngành dệt may. Tuy nhiên, đánh giá của các doanh nghiệp về ưu tiên cũng như tính hữu hiệu của các chính sách hỗ trợ này không thống nhất. Các chính sách vĩ mô bao gồm chính sách giảm thuế TNDN (từ 25% xuống 20%) và chính sách hỗ trợ lãi suất khi vay TCTD được nhiều doanh nghiệp cho là những chính sách hữu hiệu nhất để thúc đẩy phát triển CN dệt may của Vùng, tương ứng với tỷ lệ 32,6% và 23,91% doanh nghiệp đồng ý (Bảng 45). Ngoài ra, các chính sách phát triển các chương trình đào tạo công nhân kỹ thuật (CNKT) và chính sách hỗ trợ phát triển ngành công nghiệp máy móc thiết bị dệt may cùng được 11,85% doanh nghiệp cho là hữu hiệu đối với sự phát triển của ngành dệt may. Trong khi đó, chính sách phát triển chương trình đào tạo về QTKD không có nhiều doanh nghiệp cho là hữu hiệu, thậm chí chương trình đào tạo về thiết kế thời trang liên quan trực tiếp đến ngành dệt may cũng chỉ có chưa tới 4% doanh nghiệp cho là quan trọng. Tương tự, các chính sách về đầu tư cơ sở hạ tầng như cảng biển hay đường bộ cũng không được nhiều doanh nghiệp lựa chọn.

Về những yếu tố, nếu xảy ra, sẽ là nguyên nhân chính dẫn đến suy thoái hoạt động dệt may ở Vùng TP.HCM, Đồng Nai, và Bình Dương, có đến hơn 46,3% doanh nghiệp cho rằng đó là chi phí lao động, tiếp đến là chủ trương của Nhà nước di dời hoạt động dệt may ra khỏi Vùng với 31% doanh nghiệp lựa chọn (Bảng 46). Trong khi đó, không có nhiều doanh nghiệp cho rằng đó là những yếu tố như giá đất tăng cao, ách tắc cơ sở hạ tầng hay thất bại trong việc nâng cấp chuỗi giá trị. Ngoài ra, còn một số yếu tố khác được vài doanh nghiệp cho rằng có thể sẽ là nguyên nhân dẫn đến suy thoái hoạt động dệt may của Vùng, chẳng hạn như thiếu lao động có kỹ năng, cạnh tranh gay gắt với Trung Quốc, Đài Loan.

Bảng 46. Đánh giá của DN về những yếu tố, nếu xảy ra, sẽ là nguyên nhân chính dẫn đến suy thoái hoạt động dệt may ở Vùng TP.HCM, Đồng Nai và Bình Dương

	Chi phí lao động	Giá đất đai tăng cao	Ách tắc cơ sở hạ tầng	Thất bại trong việc nâng cấp chuỗi giá trị	Nhà nước chủ trương di dời hoạt động dệt may ra khỏi TP.HCM, Đồng Nai, Bình Dương
May	56,07%	2,80%	1,87%	7,48%	31,78%
TP.HCM	53,03%	4,55%	0,00%	10,61%	31,82%
Đồng Nai	70,59%	0,00%	11,76%	0,00%	17,65%
Bình Dương	54,17%	0,00%	0,00%	4,17%	41,67%
Dệt	37,50%	0,00%	7,50%	12,50%	42,50%
TP.HCM	26,67%	0,00%	6,67%	26,67%	40,00%
Đồng Nai	50,00%	0,00%	20,00%	0,00%	30,00%
Bình Dương	40,00%	0,00%	0,00%	6,67%	53,33%
Thương mại	23,33%	36,67%	16,67%	10,00%	13,33%
Tổng	46,33%	7,91%	5,65%	9,04%	31,07%

Nguồn: Điều tra doanh nghiệp dệt may TP.HCM, Đồng Nai và Bình Dương, 2013.

Tóm lại, kết quả điều tra về tính cạnh tranh tổng quát cho thấy các DN dệt may trong Vùng có tính cạnh tranh cao. Chiến lược cạnh tranh của số đông các DN là dựa vào chi phí thấp, nhưng là của lao động kỹ năng và lợi thế từ kỹ thuật sản xuất chứ không phải là lương lao động rẻ. Sự tập trung của các DN dệt may trong Vùng có nguyên nhân từ nguồn cung sẵn có của các yếu tố đầu vào và CSHT hỗ trợ, cho dù chất lượng của các yếu tố vẫn còn là hạn chế. Về phía thị trường, một yếu tố tác động rất tích cực cho tính cạnh tranh của các DN trong Vùng là các sản phẩm có tính khác biệt, ngay có đối với sản phẩm gia công xuất khẩu.

Hai phần tiếp theo sẽ phân tích tính cạnh tranh ngành dệt may Vùng trong chuỗi giá trị và cụm ngành trên cơ sở kết hợp số liệu thống kê chính thức và số liệu điều tra doanh nghiệp.

PHẦN VII. PHÂN TÍCH CHUỖI GIÁ TRỊ DỆT MAY CỦA VÙNG

Phần II đã trình bày chi tiết cơ sở lý thuyết việc sử dụng đồng thời cách tiếp cận cụm ngành và chuỗi giá trị trong việc đánh giá NLCT của cụm ngành dệt may trên địa bàn TP.HCM, Đồng Nai và Bình Dương là nhằm tìm ra giải pháp vừa nâng cấp chuỗi giá trị dệt may của Vùng vừa cải thiện NLCT của cụm ngành này. Nói cách khác cách tiếp cận này giúp cho chúng ta thấy được chiến lược nâng cấp nào cần được thực hiện nhằm thúc đẩy các doanh nghiệp dệt may ở địa phương thâm nhập ngày càng sâu chuỗi giá trị toàn cầu dựa trên việc cải thiện các yếu tố cạnh tranh có tính địa phương.

Chuỗi giá trị dệt may toàn cầu bao gồm các công đoạn chính như sau: (a) R&D và thiết kế; (b) mạng lưới nguyên liệu thô; (c) mạng lưới nguyên phụ liệu; (d) mạng lưới sản xuất; (e) mạng lưới XK; và (f) mạng lưới marketing và thương hiệu. Để vẽ được sơ đồ chi tiết chuỗi giá trị dệt may của vùng TP.HCM, Đồng Nai và Bình Dương, đánh giá mức độ hợp tác và liên kết của các công đoạn trong chuỗi, đồng thời định vị ngành dệt may của Vùng trong chuỗi giá trị dệt may toàn cầu chúng ta cần phân tích từng công đoạn cụ thể trong chuỗi giá trị dệt may từ R&D và thiết kế đến phân phối sản phẩm cuối cùng.

VII.1. R&D và thiết kế

Chuỗi giá trị dệt may do người mua quyết định. Người mua ở đây là những nhà bán lẻ, đa số thuộc thị trường EU, Nhật và Hoa Kỳ, sở hữu những thương hiệu hàng đầu quốc tế và hệ thống các siêu thị, cửa hàng bán sỉ và bán lẻ do đó họ nắm được những thông tin chi tiết về nhu cầu, sở thích, thị hiếu của người tiêu dùng cuối cùng về thời trang. Nhờ những thông tin này các nhà bán lẻ dễ dàng nắm được khâu thiết kế và quyết định xu hướng thời trang trên giới, chủ động trong vấn đề đặt hàng. Thông thường họ đặt hàng cho các nhà sản xuất, các nhà buôn trong khu vực ở Hồng Kông, Đài Loan và Hàn Quốc và các nhà sản xuất, nhà buôn này đặt hàng gia công cho các doanh nghiệp dệt may ở Châu Á trong đó có Việt Nam. Chính vì đặc điểm này nên có rất ít DN dệt may Việt Nam có thể nắm bắt được thông tin về nhu cầu thời trang của người tiêu dùng cuối cùng trên thị trường thế giới và do đó rất khó để phát triển hoạt động R&D và thiết kế sản phẩm.

Số liệu điều tra từ các DN dệt may trong Vùng cũng cho thấy 87,8% các DN cho rằng năng lực nghiên cứu và phát triển (R&D) của họ chỉ ở mức trung bình thấp và do đó khó có khả năng để thực hiện việc đổi mới thường xuyên sản phẩm; 55% các DN cho rằng năng lực thiết kế sản phẩm của mình chỉ ngang bằng hoặc thấp hơn so với các DN nội địa khác và 27,8% DN cho rằng họ ngang với các DN quốc tế hoạt động trong nước; và chỉ có 22,8% DN trong Vùng cho rằng thiết kế sản phẩm là năng lực lõi để tạo nên sự khác biệt so với đối thủ cạnh tranh. Rõ ràng kết quả nghiên cứu cho thấy R&D và thiết kế sản phẩm không phải là thế mạnh hay năng lực lõi của các DN dệt may trong Vùng.

Theo Bảng 47, 46,8% số doanh nghiệp dệt may điều tra trả lời là các cơ sở R&D hiện nay hầu như không có hỗ trợ hay hỗ trợ yếu cho hoạt động kinh doanh của họ. Tỷ lệ này đúng cho cả ba địa phương và đúng cho cả doanh nghiệp may, dệt và thương mại dệt may.

Bảng 47. Các cơ sở R&D hiện nay đang hỗ trợ cho các DN trong Vùng như thế nào trong thang đo từ 1 (không có) đến 5 (hỗ trợ rất tốt) (% số DN)

	1 – Không có hỗ trợ	2	3 – Trung bình	4	5 – Hỗ trợ rất tốt
May	30,09%	15,04%	41,59%	11,50%	1,77%
TP.HCM	33,33%	13,89%	40,28%	12,50%	0,00%
Đồng Nai	41,18%	35,29%	17,65%	0,00%	5,88%
Bình Dương	12,50%	4,17%	62,50%	16,67%	4,17%
Dệt	26,83%	24,39%	39,02%	9,76%	0,00%
TP.HCM	31,25%	12,50%	37,50%	18,75%	0,00%
Đồng Nai	10,00%	40,00%	50,00%	0,00%	0,00%
Bình Dương	33,33%	26,67%	33,33%	6,67%	0,00%
Thương mại	32,35%	8,82%	41,18%	5,88%	11,76%
Tổng	31,72%	15,05%	40,86%	10,22%	2,15%

Nguồn: Điều tra doanh nghiệp dệt may TP.HCM, Đồng Nai và Bình Dương, 2013.

Căn cứ vào đặc tính của lĩnh vực sản xuất, kinh doanh của mình, chỉ có rất ít các doanh nghiệp sản xuất dệt may cho rằng nếu có các cơ sở R&D tốt ở bên ngoài thì tác động của các cơ sở này tới tính cạnh tranh của doanh nghiệp sẽ là rất mạnh (8,85% đối với may và 7,32% đối với dệt). Tuy nhiên, tỷ lệ này đối với các doanh nghiệp thương mại dệt may là 36,36% (Bảng 48).

Bảng 48. Nếu có các cơ sở R&D tốt ở bên ngoài thì tác động của các cơ sở này tới tính cạnh tranh của doanh nghiệp sẽ như thế nào theo thang đo từ 1-5 (% số DN)

	1 – Tác động rất yếu	2	3 – Trung bình	4	5 – Tác động rất mạnh
May	7,08%	13,27%	46,90%	23,89%	8,85%
TP.HCM	8,33%	12,50%	44,44%	26,39%	8,33%
Đồng Nai	11,76%	11,76%	41,18%	11,76%	23,53%
Bình Dương	0,00%	16,67%	58,33%	25,00%	0,00%
Dệt	4,88%	29,27%	31,71%	26,83%	7,32%
TP.HCM	0,00%	18,75%	31,25%	31,25%	18,75%
Đồng Nai	0,00%	40,00%	30,00%	30,00%	0,00%
Bình Dương	13,33%	33,33%	33,33%	20,00%	0,00%
Thương mại	2,27%	4,55%	31,82%	25,00%	36,36%
Tổng	6,49%	14,59%	42,70%	27,57%	8,65%

Nguồn: Điều tra doanh nghiệp dệt may TP.HCM, Đồng Nai và Bình Dương, 2013.

Kết quả điều tra các DN dệt may trong Vùng còn cho thấy trong số rất ít các doanh nghiệp may mặc theo thiết kế của chính mình (sản xuất theo phương thức ODM), chi phí thiết kế chỉ chiếm

bình quân 8,36% tổng doanh thu. Doanh nghiệp có tỷ lệ chi phí thiết kế lớn nhất cũng chỉ có tỷ lệ chi phí thiết kế trên tổng doanh thu là 18% (còn DN có tỷ lệ nhỏ nhất là 0,5%).

VII.2. Nguyên liệu thô (bông, xơ)

Trong các công đoạn sản xuất nguyên liệu thô cho ngành dệt may ở Việt Nam thì ngành trồng bông là kém phát triển nhất. Nguyên nhân chính là do nước ta không có lợi thế cạnh tranh tự nhiên. Trồng bông là ngành rất thâm dụng đất đai, lại chịu tác động nhiều bởi thời tiết, khí hậu, nước tưới. Tuy nhiên hiện nay diện tích trồng bông ở Việt Nam vẫn chưa nhiều và còn manh mún, bên cạnh đó, trình độ thâm canh của nông dân chưa tốt, không có hệ thống thủy lợi hỗ trợ, điều kiện trồng trọt chủ yếu phụ thuộc vào thiên nhiên, sản xuất thu hoạch bằng tay nên năng suất bông của nước ta kém xa các nước khác trên thế giới dẫn tới giá bán không cạnh tranh so với các nước khác ở Bắc Mỹ và Châu Phi⁵⁸ (Khải và Nhung, 2012). Chính vì vậy, trong nhiều năm qua Việt Nam phải NK ngày càng nhiều các sản phẩm bông, xơ để phục vụ nhu cầu nguyên liệu cho ngành sợi⁵⁹ (xem Bảng 49). Hiện nay, Việt Nam là một trong năm nước NK bông lớn nhất thế giới, chủ yếu là từ Hoa Kỳ, Ấn Độ, Australia, Bra-xin, Bồ Biển Ngà, Pa-kix-tan, Trung Quốc, In-đô-nê-xia trong đó Hoa Kỳ là thị trường chính chiếm khoảng 43% giá trị bông NK vào Việt Nam⁶⁰.

Bảng 49. Nhập khẩu bông, xơ, sợi của Việt Nam

Năm	Bông		Xơ và sợi		
	Khối lượng (ngàn tấn)	Giá trị (triệu USD)	Xơ (ngàn tấn)	Sợi (ngàn tấn)	Xơ Sợi (triệu USD)
2002	-	97	-	-	314
2003	-	106	-	-	298
2004	-	190	-	-	339
2005	150,0	167	-	-	340
2006	181,2	219	-	338,8	544
2007	209,9	268	160,5	423,5	744
2008	289,3	468	171,7	413,4	788
2009	297,2	392	226,6	503,2	811
2010	352,9	664	243,4	581,4	1.164
2011 ^(*)	327,1	1.062	616,5		1.533
2012 ^(*)	417,9	877	646,1		1.408

Nguồn: (*) Tổng cục Thống kê; số liệu còn lại từ Hiệp hội Bông Sợi và Hiệp hội Dệt may Việt Nam.

⁵⁸ Năng suất bông bình quân của nước ta hiện nay chỉ đạt khoảng 1,1 tấn/ha, trong khi đó năng suất trồng bông ở Mỹ đạt khoảng 3-4 tấn/ha (theo Trường phòng Kinh doanh - Xuất nhập khẩu, Công ty Cổ phần Bông Việt Nam).

⁵⁹ Theo Ông Nguyễn Văn Tuấn, Phó Tổng Thư ký Hiệp hội Dệt May Việt Nam, Việt Nam nhập khẩu lên đến 99% các sản phẩm bông, sợi.

⁶⁰ Trích từ webstie của Hiệp hội Bông sợi Việt Nam (<http://www.vcosa.org.vn/vi/tin-kinh-te/3712/viet-nam-trong-top-5-quoc-gia-nhap-khau-bong-nhieu-nhat-the-gioi.html>) ngày 03/10/2013)

Kết quả điều tra từ các DN dệt trong Vùng TP.HCM, Đồng Nai và Bình Dương cũng cho thấy 92,9% DN được điều tra cho rằng nguồn cung ứng bông từ nước ngoài khá dồi dào, chủ yếu từ Hoa Kỳ, Ấn Độ, Đài Loan, Trung Quốc, và Tây Phi; 85,7% DN cho rằng chất lượng bông nhập khẩu bằng hoặc tốt hơn bông trong nước (xem Bảng 50). Rõ ràng, đây không phải là công đoạn mà ngành dệt may trong Vùng có lợi thế và điều này ảnh hưởng nghiêm trọng đến năng lực cung cấp nguyên liệu đầu vào cho các doanh nghiệp hoạt động trong công đoạn kế tiếp là kéo sợi ở các địa phương thuộc địa bàn nghiên cứu.

Bảng 50. Đánh giá nguyên liệu và phụ liệu dệt may nhập khẩu từ nước ngoài so với sản phẩm sản xuất trong nước (% số DN)

	Lượng cung			Chất lượng		
	Thấp hơn	Bằng	Cao hơn	Thấp hơn	Bằng	Cao hơn
Bông	7,14%	57,14%	35,71%	8,82%	50,00%	41,18%
Xơ, sợi	18,75%	37,50%	43,75%	8,00%	56,00%	36,00%
Nhuộm	16,67%	45,83%	37,50%	11,76%	47,06%	41,18%
P.liệu dệt	6,25%	56,25%	37,50%	6,25%	50,00%	43,75%
Vải	26,32%	44,74%	28,95%	10,53%	55,26%	34,21%
P.liệu may	22,89%	51,81%	25,30%	6,02%	59,04%	34,94%

Nguồn: Điều tra doanh nghiệp dệt may TP.HCM, Đồng Nai và Bình Dương, 2013.

VII.3. Mạng lưới nguyên phụ liệu (sợi, dệt vải, nhuộm, hoàn tất)

VII.3.1. Sợi

Kéo sợi là khâu giữ vai trò trọng yếu trong việc cung cấp nguyên liệu đầu vào cho các phân đoạn còn lại gồm dệt - nhuộm và may. Mặc dù trong giai đoạn từ 2000 đến 2012, ngành kéo sợi đã tăng trưởng vượt bậc từ 1,2 triệu cọc sợi với tổng sản lượng 120.000 tấn lên 5 triệu cọc đạt sản lượng 720.000 tấn, nhưng cho đến nay khâu này vẫn chưa phát triển tương xứng với so với yêu cầu của các công đoạn sau. Sự phát triển thuận lợi của ngành sợi trong những năm vừa qua xuất phát từ hai nguyên nhân chính. Thứ nhất, ngành sợi đã phát huy được lợi thế cạnh tranh về chi phí đầu vào thấp so với các nước mà cụ thể là chi phí nhân công và chi phí điện, nước và tiền thuê đất; và thứ hai, tận dụng được những yếu tố thuận lợi từ thị trường sợi thế giới, cụ thể là nhu cầu sợi tăng nhanh trong những năm gần đây và việc Hungary - nước NK sợi lớn - đánh thuế đối với các sản phẩm sợi từ Trung Quốc, Pa-kix-tan, In-đô-nê-xia từ năm 2009 đã làm tăng khả năng cạnh tranh của ngành sợi Việt Nam (Khải và Nhung, 2012).

Tuy nhiên, hiện đang tồn tại một nghịch lý trong ngành sợi, đó là mặc dù đạt được tốc độ tăng trưởng cao nhưng ngành sợi cũng chỉ cung ứng được khoảng 30% sản lượng cho nhu cầu nội địa, phần còn lại dành cho XK.⁶¹ Theo thông tin điều tra từ các DN lớn trong Vùng như Tổng Công ty Việt Thắng, nguyên nhân dẫn đến tình trạng này là do sản phẩm sợi của nước ta chưa đa dạng về chủng loại, chất lượng các sản phẩm sợi chưa cao và chỉ mới tập trung ở phân khúc sản phẩm cấp thấp, trung bình nên không đáp ứng được nhu cầu của doanh nghiệp dệt may hàng cao

⁶¹ Theo Nguyễn Văn Tuấn, Phó Tổng Thư ký Hiệp hội Dệt May Việt Nam.

cấp đòi hỏi nhiều loại nguyên liệu sợi khác nhau với các loại nguyên liệu đầu vào đặc biệt, thiết bị sản xuất hiện đại. Tương tự như vậy, mặc dù là một trong số rất ít doanh nghiệp có thể sản xuất từ A-Z – tức là thực hiện được đầy đủ các khâu sợi, dệt, nhuộm - hoàn tất, may – nhưng theo ông Ngô Đức Hòa, Phó Tổng Giám đốc Tổng Công ty Dệt May Thăng Lợi thì, “tiếng là sản xuất được cả vải, ‘nhưng vải của Thăng Lợi chủ yếu cung cấp cho thị trường nội địa, còn xuất khẩu thì vẫn chưa bảo đảm bởi chất lượng chưa đồng nhất’. Thế nên, con số xuất khẩu 25 triệu USD trong năm 2012 và khoảng 27 triệu USD trong năm 2013 của Thăng Lợi phần lớn chỉ từ doanh thu ngành may mang lại”⁶².

Sở dĩ có tình trạng này là do khả năng tài chính của các doanh nghiệp trong ngành còn hạn chế nên đầu tư công nghệ của ngành sợi hiện không đáp ứng kịp những chuyển dịch về nhu cầu thị trường trong tương lai, cũng như duy trì năng lực, vị thế cạnh tranh của sợi Việt Nam so với các quốc gia khác (VSA, 2011). Thêm vào đó, đặc điểm của ngành may nước ta chủ yếu là gia công XK theo phương thức CMT, theo đó việc chọn nguyên liệu phải theo sự chỉ định của khách hàng, cho nên các DN may không thể chủ động trong hoạt động đặt nguồn nguyên liệu vải trong nước. Điều này đã góp phần làm cho ngành dệt, nhuộm trong nước không kết nối được với nhu cầu của ngành may XK, ngành sợi không kết nối được với nhu cầu của ngành dệt. Điều này khiến cho các doanh nghiệp sản xuất sợi trong nước không mạnh dạn đầu tư đa dạng hóa và nâng cao chất lượng sản phẩm (Khải và Nhung, 2012).

Điều tra từ các DN dệt trong Vùng cũng cho thấy tình trạng trên. Giá trị sợi NK từ Ấn Độ, Đài Loan, Pa-kix-tan, Hàn Quốc phục vụ cho ngành dệt gấp đôi giá trị nguyên liệu sợi được sản xuất trong nước (khoảng 14% so với 7,44% doanh thu). Khoảng 81,3% các DN dệt trong Vùng cho rằng nguồn cung sợi nhập khẩu là tốt hơn, và 90,1% DN cho rằng chất lượng sợi trong nước thấp. Do đó nguồn cung sợi cho các DN dệt trong Vùng ở các công đoạn tiếp theo thường là từ NK (Bảng 50).

VII.3.2. Dệt, in nhuộm và hoàn tất

Nhìn chung, có thể nói các hoạt động này vẫn chưa phát triển được như mong muốn, chưa đáp ứng nhu cầu vải cho công đoạn kế tiếp trong chuỗi giá trị. Hiện nay các hoạt động này của Việt Nam “đang chậm hơn các nước trong khu vực 20%, nhất là công đoạn nhuộm với 30% máy móc thiết bị cần khôi phục, hiện đại hóa do đã sử dụng trên 20 năm. Những hạn chế này khiến năng suất dệt vải của Việt Nam rất thấp, nếu so với Trung Quốc chỉ bằng 30% (CIEM, 2008).

Rõ ràng ngành dệt nhuộm đóng vai trò rất quan trọng đối với ngành may nói riêng và ngành dệt may nói chung vì vải là một nhân tố quan trọng quyết định chi phí và chất lượng cuối cùng của một sản phẩm may mặc. Mặc dù có vai trò quan trọng trong việc cung cấp nguyên liệu tại chỗ cho ngành may nhưng trên thực tế, ngành dệt Việt Nam chưa làm tốt vai trò đó. Hiện nay, các doanh nghiệp XK hàng may mặc Việt Nam đều không hài lòng về chất lượng vải nội vì không đáp ứng được yêu cầu về sản xuất hàng may mặc của họ.

Bên cạnh yếu tố chất lượng thì sản lượng ngành dệt cũng không đáp ứng nhu cầu của ngành may. Trong năm 2012 ngành dệt sản xuất 1,2 tỉ m² sản phẩm dệt thoi, 150-200.000 tấn sản phẩm

⁶² Trích từ <http://www.vietnamtextile.org.vn/vi/hoi-nhap-quoc-te/hiep-dinh-thuong-mai/12571/tham-gia-tpp---khong-nhat-thiet-cai-gi-cung-dau-tu-/newsdetail.aspx>, truy cập ngày 1/11/2013.

dệt kim, nhưng thực hiện in nhuộm hoàn tất chỉ khoảng 800 triệu m², đáp ứng được khoảng 20-30% nhu cầu trong nước⁶³. Bảng 51 trình bày số liệu về giá trị vải NK vào Việt Nam từ năm 2002 đến 2012. Số liệu cho thấy giá trị vải NK các loại về Việt Nam (chủ yếu từ các nước như Trung Quốc, Hàn Quốc và Đài Loan) qua các năm ngày càng gia tăng. Năm 2012 trị giá vải NK khoảng 7 tỉ USD, tăng 3,7% so với năm 2011 nhưng tăng đến 30,8% so với năm 2010. Như phân tích ở phần trên, chính sự phát triển chậm của ngành dệt đã gây ra nghịch lý trong ngành dệt may của nước ta: sợi sản xuất ra hiện nay phải XK 2/3 sản lượng, trong khi ngành may lại phải nhập 70-80% lượng vải mỗi năm (Khải và Nhung, 2012).⁶⁴

Bảng 51. NK vải và nguyên phụ liệu dệt may 2002 – 2012 (triệu USD)

Năm	Vải	Phụ liệu dệt may
2002	1.523	1.069
2003	1.805	1.265
2004	2.066	1.443
2005	2.474	1.438
2006	2.947	1.124
2007	3.990	1.224
2008	4.458	1.329
2009	4.212	1.176
2010	5.383	1.937
2011	6.791	1.610
2012 sơ bộ	7.040	3.159.7 (vải + NPL giày dép)

Nguồn: Niên giám Thống kê Việt Nam các năm.

Kết quả điều tra từ các DN dệt may trong Vùng cũng cho thấy sự yếu kém của dệt trong việc đáp ứng nhu cầu vải thành phẩm cho công đoạn may XK. Khoảng 73,7% các DN dệt may trong Vùng cho rằng nguồn cung vải trong nước không đầy đủ và chỉ 10,5% cho rằng vải nhập khẩu là có chất lượng thấp hơn hàng trong nước (Bảng 50).

Một số nguyên nhân chính dẫn đến sự yếu kém của ngành dệt trong mối liên kết với ngành may gồm có: (i) sự mâu thuẫn trong chính sách của nhà nước về đầu tư ngành dệt nhuộm; và (ii) quy mô doanh nghiệp dệt nhỏ, thiếu nhân lực quản lý giỏi, và công nghệ lạc hậu.

Thứ nhất là sự mâu thuẫn trong chính sách của Nhà nước giữa việc khuyến khích đầu tư vào ngành dệt nhuộm và chính sách hạn chế các ngành CN gây ô nhiễm môi trường. Khác với đầu tư trong lĩnh vực may mặc vốn thâm dụng về lao động nên khả năng thu hồi vốn nhanh và an toàn đầu tư các nhà máy dệt vải, nhuộm và hoàn tất đòi hỏi những yêu cầu rất lớn về vốn, công nghệ, nhân lực và những yêu cầu khắt khe về môi trường, trong khi đó khả năng thu hồi vốn lại chậm.

⁶³ Theo Ông Nguyễn Văn Tuấn, Phó Tổng Thư ký Hiệp hội Dệt May Việt Nam.

⁶⁴ Bộ Công – Thương hy vọng rằng khi Nhà máy Xơ Sợi Polyester Đình Vũ - được hỗ trợ bởi nguồn nguyên liệu từ Nhà máy lọc dầu Dung Quất và dây chuyền công nghệ hiện đại - vận hành toàn bộ công suất sẽ sản xuất được 175.000 tấn xơ sợi/năm, đáp ứng 40% nguyên liệu cao cấp cho ngành dệt may trong nước. Tuy nhiên, thành tích này nếu có trở thành sự thật thì cũng không phải là tin vui lớn với đa số doanh nghiệp dệt Việt Nam vì theo chiến lược phát triển của Công ty PV TEX, sản phẩm của Nhà máy Xơ Sợi Polyester Đình Vũ sẽ được cung cấp cho các doanh nghiệp thuộc Vinatex (là đối tác chiếm 80% thị trường nội địa), các công ty 100% vốn nước ngoài và xuất khẩu ra nước ngoài.

Các nhà máy in, nhuộm hoàn tất luôn gặp phải các vấn đề môi trường vì sử dụng nhiều hóa chất, mà hóa chất thải ra cần phải có hệ thống xử lý nước thải đạt chuẩn. Hiện nay rất ít địa phương đồng ý cho xây dựng nhà máy in, nhuộm hoàn tất kể cả khi doanh nghiệp cam kết xây dựng hệ thống xử lý nước thải hoàn chỉnh⁶⁵ hoặc đưa ra tiêu chuẩn quá cao (tiêu chuẩn loại A) tạo ra rào cản đối với đầu tư vào lĩnh vực này. Đây chính là thách thức đối với các doanh nghiệp khi muốn đầu tư vào ngành này, đặc biệt trong bối cảnh lãi suất cho vay còn bấp bênh, tiếp cận nguồn vốn tín dụng vẫn còn nhiều khó khăn như hiện nay càng làm cho việc đầu tư vào ngành dệt, nhuộm trở nên khó khăn hơn. Hệ quả là hiện nay tỷ lệ thành lập các nhà máy dệt nhuộm rất thấp so với doanh nghiệp may rất lớn, cụ thể trong tổng số các DN dệt may trong Vùng chỉ có 11,83% là các doanh nghiệp dệt và nhuộm.

Thứ hai là quy mô doanh nghiệp dệt nhỏ nên vốn đầu tư ít, công nghệ ngành dệt rất lạc hậu, đây chính là hệ quả của việc đầu tư nhỏ lẻ và manh mún. Theo số liệu thống kê các DN dệt may từ CIEM trong năm 2012 nếu phân loại theo số lao động thì có 5.603 DN có dưới 500 lao động chiếm 96,1%, 127 DN có từ 500 đến 1.000 lao động chiếm 2,18%, 97 DN có từ 1.000 đến 5.000 lao động chiếm 1,66% và chỉ có 4 DN có từ 5.000 lao động trở lên chiếm 0,07%. Như vậy có thể thấy số lượng doanh nghiệp dệt may có quy mô nhỏ chiếm đa số tại Việt Nam. Dệt, nhuộm và hoàn tất là khâu rất thâm dụng vốn và công nghệ cho nên với qui mô nhỏ như thế này thì các doanh nghiệp dệt khó mà đáp ứng được nhu cầu thị trường và hiệu quả kinh tế cũng sẽ thấp do không tận dụng được lợi thế kinh tế nhờ quy mô. Công nghệ của ngành dệt may thế giới phát triển rất nhanh tạo áp lực cạnh tranh rất lớn cho các doanh nghiệp ngành dệt về chất lượng các loại vải vừa phải có các chức năng đặc biệt, vừa phải thân thiện với môi trường, an toàn cho người sử dụng. Ngoài ra, chúng ta cũng đang thiếu đội ngũ nhân lực quản lý và nhân lực kỹ thuật trình độ cao cho ngành dệt, nhuộm, đây chính là yếu tố quan trọng để ngành dệt nhuộm nâng cao năng suất và cải tiến chất lượng sản phẩm.

VII.4. May mặc

Ngành may XK của Việt Nam đã phát triển nhanh chóng kể từ cuối những năm 1980 và đầu những năm 1990, đặc biệt từ sau khi Hiệp định thương mại song phương với Hoa Kỳ có hiệu lực vào năm 2001 đã thúc đẩy ngành dệt may Việt Nam mở rộng thị trường XK đáng kể (Hill, 2000).

Số liệu KNXK hàng dệt may trong quá trình hội nhập (xem Phần III) cho thấy, trong tất cả các khâu của chuỗi giá trị thì may là ngành có sự phát triển rõ rệt nhất ở Việt Nam. Những thị trường XK hàng dệt may hàng đầu của Việt Nam lần lượt là Hoa Kỳ, EU, và Nhật. Với thị trường XK rộng, rõ ràng Việt Nam đang trở thành nhà cung cấp hàng may mặc cạnh tranh trên thế giới, ngay cả ở những thị trường khó tính như Hoa Kỳ, EU, và Nhật. Nhưng trên thực tế Việt Nam vẫn chỉ cạnh tranh XK ở những mặt hàng tương đối hẹp, những sản phẩm may mặc mà đang XK chủ yếu là các sản phẩm từ bông và sợi tổng hợp cho phân khúc thị trường cấp trung và cấp thấp. Kết quả điều tra trong nghiên cứu này cho thấy các DN may trong Vùng thường XK các mặt hàng như áo jacket, váy ren, quần áo bơi, áo ngực, quần thun, vải thun. Các sản phẩm từ

⁶⁵ Quốc Anh, Ngành dệt may Việt Nam: Trọng may, quên dệt, Diễn đàn Doanh nghiệp, truy cập ngày 15/3/2011 tại địa chỉ www.dddn.com.vn/Ngay-det-may-Viet-Nam--Trong-may-quen-det

dệt kim như quần áo lót, áo thun được sản xuất với khối lượng và giá trị XK vẫn còn tương đối nhỏ. Các sản phẩm cao cấp như váy, đồ vest được XK với số lượng rất hạn chế.

Tuy nhiên, điểm yếu hiện nay của các DN XK sản phẩm may mặc trong Vùng vẫn là sản xuất theo phương thức gia công đơn giản, thiếu khả năng cung cấp trọn gói. Theo kết quả điều tra từ các DN trong Vùng, tỷ lệ DN sản xuất hàng may mặc theo phương thức gia công CMT là 52,4%. Tỷ lệ này của các DN ở TP.HCM là 47,6%, nhưng ở Bình Dương là 80%. (Xem Bảng 52).

Bảng 52. Phương thức sản xuất hiện nay của DN (% số DN)

	CMT (Cut, Make & Trim)	FOB/OEM (Original Equipment Manufacturing)	ODM (Original Design Manufacturing)	OBM (Original Brand Manufacturing)
TP.HCM	47,62%	27,38%	8,33%	16,67%
Đồng Nai	45,00%	55,00%	0,00%	0,00%
Bình Dương	80,00%	20,00%	0,00%	0,00%
Tổng	52,42%	30,65%	5,65%	11,29%

Nguồn: Điều tra doanh nghiệp dệt may TP.HCM, Đồng Nai và Bình Dương, 2013.

Sản xuất theo CMT đem lại giá trị gia tăng thấp vì là hình thức sản xuất đơn giản nhất theo mẫu thiết kế, nguyên liệu do khách hàng cung cấp. Thế nhưng các DN may được điều tra lại không cho rằng chuyển đổi sang mô hình FOB là có lợi cho họ. Như số liệu trong Bảng 53, chỉ có 6,1% số DN may cho rằng sản xuất theo mô hình CMT là rất bất lợi so với FOB và 25,8% là cho rằng tương đối bất lợi. Ngược lại, đến 25,8% DN may cho rằng mô hình CMT là có lợi cho họ. Chính vì vậy, 85,3% các DN may CMT không có dự kiến thay đổi mô hình sản xuất (Bảng 54).

Bảng 53. Đánh giá mức độ có lợi/bất lợi của việc sản xuất giữa các mô hình sản xuất hàng may mặc theo thang đo từ 1 (rất bất lợi) đến 5 (rất có lợi) (% số DN)

Thang đo	1- Rất bất lợi	2	3	4	5-Rất có lợi
CMT so với FOB	6,06%	25,76%	42,42%	12,12%	13,64%
FOB so với ODM	2,63%	13,16%	47,37%	23,68%	13,16%
ODM so với OBM	0,00%	14,29%	42,86%	42,86%	0,00%

Nguồn: Điều tra doanh nghiệp dệt may TP.HCM, Đồng Nai và Bình Dương, 2013.

Bảng 54. Dự định chuyển mô hình sản xuất của các DN may trong 3 năm tới (% số DN)

	Không thay đổi mô hình	Chuyển sang FOB	Chuyển sang ODM	Chuyển sang OBM	Khác
DN may CMT	81,82%	10,61%	3,03%	1,52%	3,03%
DN may FOB	86,84%	-	2,63%	2,63%	7,89%

Nguồn: Điều tra doanh nghiệp dệt may TP.HCM, Đồng Nai và Bình Dương, 2013.

Cũng theo Bảng 52, các DN may sản xuất theo phương thức FOB/OEM có một số lượng đáng kể, chiếm 30,7% tổng số DN may điều tra. Trong số DN làm FOB, 79% là sản xuất theo phương thức này ngay từ đầu và chỉ có 21% là chuyển đổi từ CMT (trong khoảng thời gian từ 2000 đến 2010). Hơn thế nữa, 56,4% số DN làm FOB thực chất không phải FOB mà chỉ làm thêm một số dịch vụ tăng giá trị hợp đồng (tổ chức đặt hàng vẫn chỉ định nhà cung ứng nguyên phụ liệu cho các đơn vị gia công – FOB cấp 1). Chỉ có 43,6% số DN này (tức là 13,3% số DN may điều tra trong Vùng) là làm FOB thực sự (ngoài gia công CMT, DN phải chủ động mua sắm nguyên phụ liệu, đóng gói và vận chuyển sản phẩm). Cũng như các DN may CMT, 86,8% số DN may FOB cho rằng họ sẽ không thay đổi mô hình sản xuất (Bảng 54). Đằng sau thực tế này là tỷ lệ 84,2% số DN làm FOB cho rằng làm FOB có lợi hơn là chuyển đổi sang các mô hình khác (Bảng 53).

Theo đánh giá của giám đốc văn phòng đại diện của tập đoàn Mast Industries⁶⁶ - một nhà mua quốc tế lớn của ngành dệt may, thì hiện nay chỉ có rất ít DN trong Vùng có khả năng làm FOB đạt tiêu chuẩn đáp ứng được yêu cầu các nhà mua thế giới, tiêu biểu là các công ty may Việt Tiến, Nhà Bè, Phong Phú. Họ cũng cho biết thêm, hạn chế lớn nhất khiến các doanh nghiệp Việt Nam chưa làm được FOB là do không có khả năng tìm được nguồn vải đáp ứng được yêu cầu về chất lượng và thời gian giao hàng, và không đủ khả năng về tài chính để đề phòng các tình huống phát sinh rủi ro khi thực hiện hợp đồng để giao hàng đúng hạn. Nói cách khác, tỷ lệ XK các sản phẩm may mặc theo phương thức FOB vẫn còn thấp là do ngành dệt may của Việt Nam không chủ động được nguồn nguyên liệu, khả năng quản lý, huy động vốn và chủ động về tài chính không cao, nên vẫn chưa khai thác hết các lợi thế, thu được lợi nhuận tối đa ở khâu này. Đặc biệt, ngành may mặc Việt Nam đang yếu ở mảng thiết kế sản phẩm vì thiếu các nhà thiết kế giỏi, khó tiếp cận và thiếu thông tin về nhu cầu khách hàng, xa thị trường tiêu dùng cuối cùng.

Nếu so sánh mắt xích sản xuất ngành dệt may Việt Nam so với thế giới, ta có thể thấy trong khi mắt xích sản xuất của ngành dệt may Việt Nam đang ở mức may gia công là chủ yếu thì các nhà sản xuất trên thế giới đang cạnh tranh với nhau bằng cách dịch chuyển lên phương thức sản xuất ODM (sản xuất theo thiết kế của mình) hay OBM (sản xuất và bán với nhãn hiệu của mình) nhằm đáp ứng những thay đổi quan trọng trên thị trường dệt may thế giới. Nhưng theo kết quả điều tra, các doanh nghiệp trong Vùng có xu hướng không thay đổi mô hình sản xuất của mình. Các DN may ODM và OBM trong Vùng hầu hết đều trả lời rằng họ đi vào các mô hình này ngay từ đầu chứ không phải là đi lên từ các mô hình sản xuất đơn giản. Cụ thể trong số các DN làm ODM, 85,7% là làm ngay từ đầu và 14,3% là chuyển từ FOB; trong số các DN làm OBM, 92,9% là làm ngay từ đầu và 7,1% là chuyển từ ODM.

VII.5. Hoạt động xuất khẩu, marketing và xây dựng thương hiệu

Hoạt động phân phối XK của các DN dệt may Việt Nam nói chung và trong Vùng nói riêng hiện nay vẫn chưa phát triển và đang phụ thuộc vào các nhà buôn nước ngoài. Mạng lưới những người mua này bao gồm các doanh nghiệp bán lẻ, các nhà sản xuất, và các nhà buôn. Những doanh nghiệp bán lẻ, đa số thuộc thị trường EU, Nhật và Hoa Kỳ, họ sở hữu những thương hiệu hàng đầu quốc tế, những siêu thị, cửa hàng bán sỉ và bán lẻ. Những nhà sản xuất nhập sản phẩm (buyer) từ Việt Nam bao gồm các nhà may mặc quốc tế và khu vực, các nhà buôn trong khu vực

⁶⁶ Tác giả phỏng vấn trực tiếp tại văn phòng tập đoàn Mast Industries

thường từ Hồng Kông, Đài Loan và Hàn Quốc. Trong khi đó, các nhà buôn đóng vai trò rất quan trọng là trung gian trong chuỗi cung ứng hàng dệt may của Việt Nam ra thế giới. Các doanh nghiệp bán lẻ lớn tin cậy vào các nhà buôn (chủ yếu từ Hồng Kông) để phát triển mạng lưới cung ứng của họ ở Việt Nam nhằm giảm chi phí giao dịch. Các doanh nghiệp đầu tư may mặc nước ngoài hiếm khi liên hệ trực tiếp với các khách hàng quốc tế ở Việt Nam, vì nhà cung ứng của họ thường có văn phòng đại diện đặt ở Hồng Kông, Đài Loan hay Hàn Quốc. Do vậy các doanh nghiệp Việt Nam (đặc biệt là các doanh nghiệp nhỏ) phụ thuộc rất lớn vào các nhà buôn nhỏ trong khu vực (Nadvi và Thoburn, 2004).

Theo kết quả nghiên cứu của Đặng Như Văn (2005), đa số doanh nghiệp dệt may Việt Nam vẫn phải thông qua các nhà cung cấp khu vực để có các hợp đồng gia công, rất ít doanh nghiệp dệt may có được các hợp đồng trực tiếp từ các nhà bán lẻ để cung cấp sản phẩm của mình. Một số doanh nghiệp thông qua các văn phòng đại diện ở Việt Nam của các thương hiệu nổi tiếng để cung cấp sản phẩm. Nói cách khác, các doanh nghiệp dệt may Việt Nam vẫn rất thiếu liên kết với những người tiêu dùng sản phẩm cuối cùng mà chỉ thực hiện các hợp đồng gia công lại cho các nhà sản xuất khu vực.

Đó vừa là nguyên nhân vừa là kết quả khiến đa số các công ty gia công ở Việt Nam thường không biết điểm đến cuối cùng của các sản phẩm mà họ đã sản xuất. Hơn một nửa doanh nghiệp XK hàng may mặc tư nhân đã nói rằng họ không biết gì về thị trường cuối cùng nơi mà các sản phẩm của họ được tiêu thụ. Thậm chí một vài doanh nghiệp XK lớn dệt may lớn ở TP.HCM cũng nói rằng họ có mối liên kết với các nhà buôn ở Hàn Quốc và Đài Loan, nhưng họ cũng không biết các cửa hàng tiêu thụ sản phẩm của họ ở đâu trên thế giới (Khalid Nadvi và John T.Thoburn, 2004).

Như vậy, hoạt động XK và hoạt động marketing và phân phối đang là một khâu yếu của ngành dệt may Việt Nam, điều này là do chúng ta chủ yếu thực hiện các đơn hàng gia công ở mức CMT và FOB cấp I nên các DN dệt may ít có các sản phẩm mang thương hiệu riêng của mình để tiếp cận với các nhà bán lẻ trên toàn cầu. Một khi chúng ta còn chưa nắm được các mắt xích ở thượng nguồn để chủ động trong hoạt động sản xuất với các mẫu thiết kế và thương hiệu riêng thì ngành dệt may Việt Nam vẫn khó có thể xâm nhập được mạng lưới XK và tiếp thị trong chuỗi giá trị toàn cầu.

Kết quả điều tra các DN may trong Vùng cũng cho thấy có 82,4% số DN là có hoạt động xuất khẩu, trong đó 62,9% là xuất khẩu trực tiếp và 19,51% là xuất gián tiếp (Bảng 55).⁶⁷ Và trong số các DN may có xuất khẩu, giá trị xuất khẩu chiếm tới 88,6% tổng doanh thu. Do yếu tố về tính cạnh tranh của DN dệt như đã phân tích, chỉ có 22% số DN này là có sản phẩm xuất khẩu (còn lại 34% sản xuất cho ngành may mặc tiêu dùng trong nước và 38% cho ngành may mặc xuất khẩu).

⁶⁷ Theo trả lời của các DN, nguyên nhân phải xuất khẩu gián tiếp là do các DN này không có cơ sở tiêu thụ hay đối tác tại thị trường nước ngoài và họ cũng không tiếp cận được đối tác nước ngoài hoặc quy mô nhỏ nên không đủ năng lực để đáp ứng các đơn hàng với tiêu chuẩn khắt khe của thị trường XK.

Bảng 55. Tỷ lệ doanh nghiệp xuất khẩu và bán hàng trong nước

	Tỷ lệ % DN
% DN may có xuất khẩu/DN may	82,44%
Xuất khẩu trực tiếp	62,93%
Xuất khẩu gián tiếp	19,51%
% DN dệt có xuất khẩu/DN dệt	22,00%
% DN thương mại có xuất khẩu/DN thương mại	9,68%

Nguồn: Điều tra doanh nghiệp dệt may TP.HCM, Đồng Nai và Bình Dương, 2013.

Về hoạt động xây dựng thương hiệu, 11,3% DN may có sản xuất sản phẩm theo thương hiệu của mình (OBM). Nhưng tính bình quân các DN này thì chi phí xây dựng thương hiệu chỉ chiếm 1,62% tổng doanh thu, với doanh nghiệp có mức cao nhất là 10% và thấp nhất là 1%.

VII.6. Đánh giá mức độ hợp tác và liên kết giữa các công đoạn trong chuỗi giá trị dệt may Vùng

Những phân tích ở trên chúng ta thấy rằng chuỗi giá trị dệt may của Vùng chỉ bao gồm các công đoạn trong mạng lưới nguyên phụ liệu (các công đoạn sợi, dệt, nhuộm và hoàn tất), mạng lưới sản xuất (công đoạn may) và mạng lưới hậu cần XK. Các DN dệt may trong Vùng hầu như không tham gia vào chuỗi giá trị dệt may toàn cầu ở các công đoạn R&D và thiết kế, mạng lưới nguyên liệu thô (bông, xơ sợi) và mạng lưới tiếp thị, bán lẻ.

Phân tích các mắt xích trong chuỗi giá trị dệt may Vùng ở trên cho thấy, sau nhiều năm gia nhập chuỗi giá trị dệt may toàn cầu mặc dù KNKK tăng cao nhưng hoạt động của các DN dệt may trong cũng vẫn chỉ tập trung XK các sản phẩm may mặc theo phương thức gia công – nằm ở đáy “đường cong nụ cười” của chuỗi giá trị toàn cầu – với giá trị gia tăng tương đối thấp. Các DN dệt may trong Vùng không đủ năng lực để vươn lên phương thức sản xuất cao hơn như FOB/OEM hay ODM. Hạn chế lớn nhất chính là sự phát triển không đồng đều và thiếu liên kết ở các khâu ở công đoạn đầu trong chuỗi giá trị dệt may bao gồm: trồng bông, sợi, dệt, nhuộm và hoàn tất đặc biệt là công đoạn dệt nhuộm. Sự yếu kém của ngành dệt, đã tạo thành “nút thắt cổ chai” kìm hãm sự phát triển của ngành may, khiến giá trị gia tăng và sự chủ động của ngành may thấp. Do sự yếu kém của ngành dệt nhuộm và hoàn tất như đã phân tích ở trên nên phương thức đặt hàng của các nhà buôn khu vực cũng thường chỉ là gia công, đồng thời chỉ định luôn các nhà cung ứng nguyên phụ liệu may trong hệ thống cung ứng của họ. Do đó, hoạt động may XK hầu như tách biệt hoàn toàn với công đoạn dệt. Các DN dệt thiếu thông tin về nhu cầu vải phục vụ cho may XK nên rất khó hoạch định chính sách phát triển. Sự phát triển chậm và yếu của khâu dệt đã tác động ngược trở lại, cản trở sự phát triển và làm giảm giá trị gia tăng ở khâu kéo sợi. Khi các DN dệt không chủ động được thị trường đầu ra cho sản phẩm của mình thì sự thiếu liên kết với khâu sợi là điều dễ hiểu⁶⁸. Bên cạnh đó mạng lưới XK và tiếp thị vẫn đang là điểm yếu lớn trong chuỗi giá trị của ngành dệt may của Vùng, hạn chế sự xâm nhập vào các khâu cao hơn trong chuỗi giá trị dệt may toàn cầu.

⁶⁸ Theo kết quả điều tra trong nghiên cứu này, có 78% các DN dệt và 93% các DN may cho rằng họ không biết các tổ chức cung ứng MMTB, nguyên phụ liệu trong bán kính 10Km xung quanh nơi họ có hoạt động sản xuất chính.

Như vậy, chúng ta có thể thấy rằng mức độ hợp tác và liên kết giữa các công đoạn sợi – dệt – nhuộm – may trong chuỗi giá trị dệt may của Vùng hiện rất lỏng lẻo và rời rạc. Do đó, thách thức hiện nay của các DN dệt may trong Vùng là phải chuyển sang sản xuất các sản phẩm có giá trị gia tăng cao hơn bằng cách nâng cấp chuỗi giá trị dệt may theo hướng chủ động nguồn nguyên liệu ở các công đoạn thượng nguồn cho ngành may và tạo sự liên kết chặt chẽ giữa các công đoạn này⁶⁹.

Những phân tích trên còn cho thấy sự tham gia của các DN dệt may trong Vùng vào chuỗi giá trị dệt may toàn cầu còn rất hạn chế. Cụ thể, đối với công đoạn sợi mặc dù tốc độ phát triển của ngành sợi của Việt Nam rất cao và tốc độ tăng trưởng XK sợi sang thị trường nước ngoài rất đáng ghi nhận tuy nhiên tính đa dạng về các chủng loại sợi XK còn nhiều hạn chế, chất lượng còn thấp chỉ phù hợp với các phân khúc thị trường dành cho sợi cấp thấp và trung bình. Kết quả điều tra cho thấy có 53,4% các DN có sản xuất sợi cho rằng họ chưa bằng các DN nội địa khác, 20% cho rằng họ bằng với các DN quốc tế trong nước và chỉ có 20% DN cho rằng họ ngang bằng với các DN hàng đầu khu vực. Điều này cho thấy mặc dù tốc độ tăng trưởng XK cao do có lợi thế về chi phí lao động thấp, chi phí điện, nước và đất đai cạnh tranh tuy nhiên với hiện trạng máy móc thiết bị và công nghệ còn lạc hậu, thiếu thông tin thị trường nên NLCT của các DN ngành sợi trong Vùng vẫn còn thấp so với các DN nước ngoài. Do đó khả năng của các DN sợi tham gia vào chuỗi giá trị dệt may toàn cầu ở công đoạn này hiện vẫn còn rất khiêm tốn.

Đối với công đoạn sản xuất vải thì 91% DN dệt thoi cho rằng họ chỉ bằng với các DN nội địa khác hoặc các DN quốc tế tại địa phương; 58% các DN dệt kim cho rằng họ chỉ bằng với các DN nội địa khác hoặc các DN quốc tế tại địa phương, và 36,8% DN cho rằng họ ngang bằng với các DN hàng đầu khu vực; 61% các DN nhuộm và hoàn tất cho rằng họ chỉ bằng với các DN nội địa khác hoặc các DN quốc tế tại địa phương và 38,5% DN cho rằng họ ngang bằng với các DN hàng đầu khu vực. Số liệu phân tích ở trên cho thấy hiện nay việc NLCT của các DN dệt nhuộm cũng rất thấp so với các DN khác trên thị trường thế giới.⁷⁰ Do đó có thể nói việc tham gia vào chuỗi dệt may toàn cầu ở công đoạn dệt nhuộm của các DN trong Vùng còn rất yếu.

Trong các công đoạn của chuỗi giá trị dệt may toàn cầu thì may là công đoạn mà các DN dệt may trong Vùng có NLCT và đang trở thành nhà cung cấp hàng may mặc cạnh tranh trên thế giới. Tuy nhiên chủng loại sản phẩm mà các DN dệt may trong Vùng có thể cung cấp trên thị trường thế giới còn hạn chế về mặt số lượng và chủ yếu là các sản phẩm từ bông và sợi tổng hợp cho phân khúc thị trường cấp trung và cấp thấp. Ngoài ra, phương thức sản xuất chủ yếu vẫn là gia công thuần túy (CMT) và các DN dệt may trong Vùng hầu như không có động cơ để nâng cấp lên phương thức sản xuất có giá trị gia tăng cao hơn như FOB/OEM, ODM, và OBM. Do đó tuy các DN dệt may trong Vùng hiện vẫn đang còn hưởng lợi từ chi phí lao động rẻ, nguồn lao động dồi dào, cần cù, khéo tay nhưng những lợi thế này sẽ mất dần trong tương lai. Nếu các DN trong Vùng không có một chiến lược nâng cấp chuỗi hợp lý thông qua việc phát triển các công đoạn thượng nguồn cho ngành may và tạo ra sự hợp tác và liên kết chặt chẽ giữa những công đoạn này nhằm hỗ trợ cho ngành may có thể thực hiện hoạt động sản xuất với phương thức sản

⁶⁹ Có khoảng 88% các DN may trong Vùng cho rằng để nâng cao năng lực cạnh tranh của ngành dệt may nhất thiết các DN dệt may phải chủ động được nguồn nguyên liệu để cung ứng cho ngành và xuất khẩu.

⁷⁰ Giá trị vải xuất khẩu chỉ chiếm khoảng 5% giá trị KNXK hàng dệt may năm 2009 (Đình Công Khải và Đặng Thị Tuyết Nhung, 2012)

xuất cao hơn thì các DN ngành may trong Vùng sẽ dần mất lợi thế cạnh tranh của mình và mất đi cơ hội tham gia sâu hơn vào chuỗi giá trị dệt may toàn cầu.

Thị trường dệt may thế giới hiện đang có những chuyển biến sâu sắc trong đó người mua trên thế giới đòi hỏi ngày càng cao về chất lượng sản phẩm, chi phí sản xuất và thời gian giao hàng. Xu hướng mua hàng của các nhà NK lớn trên thế giới đang thay đổi, các nhà mua hàng lớn tại Mỹ, Nhật Bản và các nước châu Âu muốn chọn những doanh nghiệp có khả năng sản xuất trọn gói, từ kéo sợi, dệt vải cho đến cắt, may sản phẩm cuối do đó việc nâng cấp chuỗi giá trị dệt may của Vùng nhằm chủ động nguồn nguyên liệu đáp ứng yêu cầu các đơn đặt hàng của các nhà buôn quốc tế lại càng trở nên là một nhu cầu hết sức cấp thiết, mang tính sống còn của các DN này.

Từ những phân tích ở trên, có thể thấy ngành dệt may trong Vùng hiện đang đứng trước sức ép phải thay đổi để tồn tại và phát triển, việc thâm nhập sâu rộng vào chuỗi giá trị toàn cầu là hết sức cần thiết để ngành dệt may nâng cao sức cạnh tranh trên thị trường thế giới và nâng cao giá trị XK.

PHẦN VIII. PHÂN TÍCH CỤM NGÀNH DỆT MAY CỦA VÙNG

Trong phần này chúng tôi sẽ tập trung phân tích cụm ngành dệt may của Vùng. Cụ thể là chúng tôi sẽ xây dựng mô hình kim cương cho ngành dệt may của Vùng trên cơ sở đánh giá tương quan với các đối thủ cạnh tranh. Chúng tôi cũng sẽ nhận định về mức độ liên kết và hợp tác trong nội tại cụm ngành dệt may của Vùng cũng như giữa cụm ngành dệt may của Vùng với một số cụm ngành liên quan (như da giày, thời trang, nội thất, vận tải, hóa chất, máy móc và thiết bị dệt may) và các thể chế hợp tác – hỗ trợ (như viện – trường đại học, hiệp hội). Căn cứ vào những phân tích trong phần này về các bộ phận của cụm ngành, cùng với những nội dung về chuỗi giá trị trong Phần VI, chúng ta sẽ có đủ cơ sở để vẽ sơ đồ chi tiết, đồng thời đánh giá mức độ cạnh tranh của các bộ phận của cụm ngành dệt may của Vùng trong mối tương quan so sánh với các đối thủ cạnh tranh chủ yếu của nó.

VIII.1. Sự tập trung theo cụm của các doanh nghiệp dệt may

Hình 13 minh họa phân phối theo không gian các DN dệt may TP.HCM, Đồng Nai và Bình Dương theo quy mô lao động. Hầu hết các DN thương mại dệt may nằm ở trung tâm TP tại Quận 1, 3, Phú Nhuận, 5, 10 và 11. Về mặt lịch sử, các xưởng dệt may nằm tại Quận Tân Bình và Tân Phú.⁷¹ Một số lượng đáng kể các doanh nghiệp nội địa vừa và nhỏ vẫn tập trung tại khu vực này và còn mở rộng ra các quận Bình Tân và Gò Vấp.

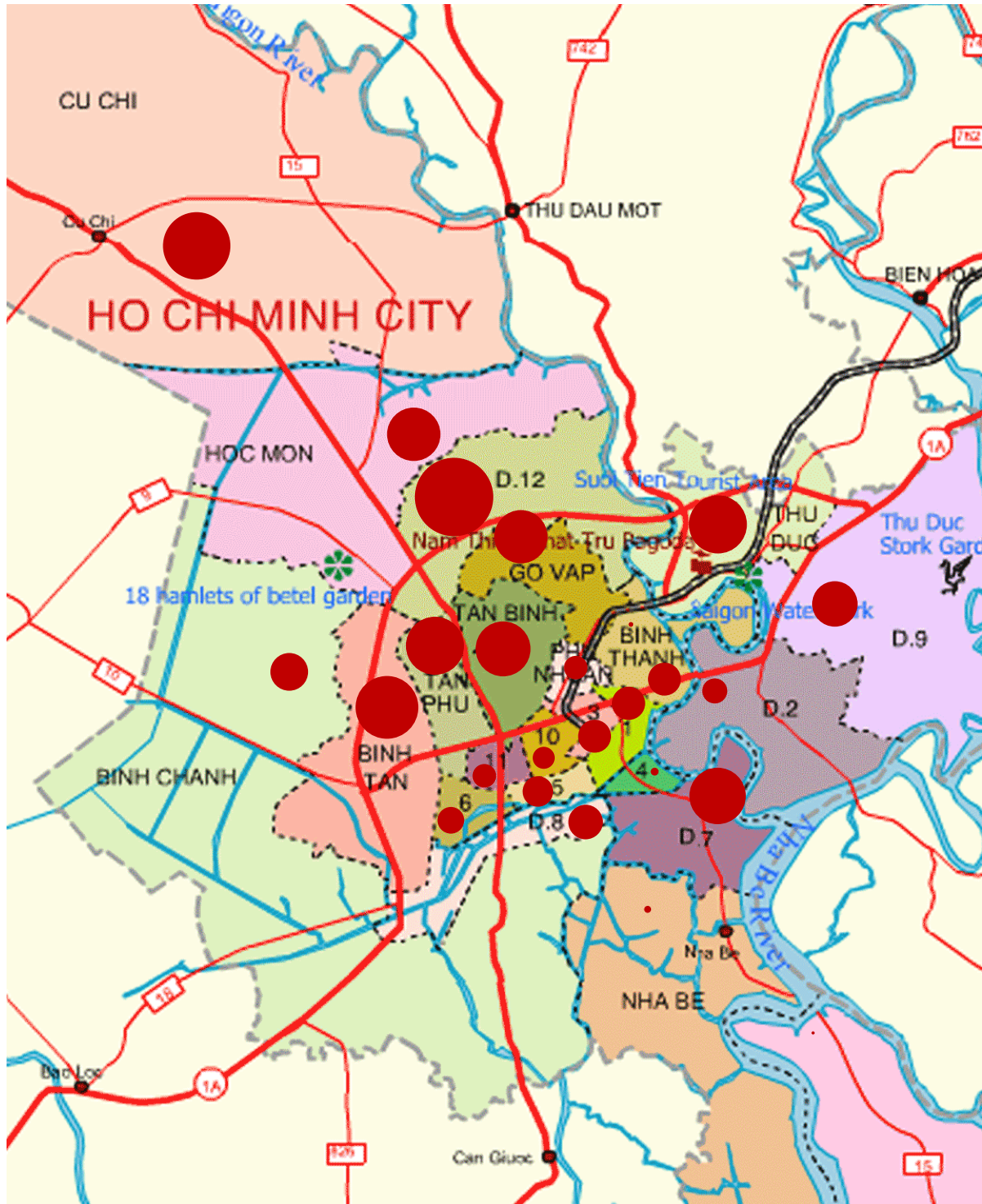
Các doanh nghiệp lớn, trong đó có các doanh nghiệp FDI, hiện nay tập trung tại các khu công nghiệp ở vùng ven. Một số đầu tư ở phía Đông và Nam TP.HCM tại Quận 7, 9 và Thủ Đức, gần hệ thống cảng biển. Tuy nhiên, những doanh nghiệp lớn nhất nằm ở Tây Bắc TP.HCM tại Quận 12, Hóc Môn và Củ Chi, nơi có chi phí đất đai thấp hơn trong khi vẫn gần với khu vực dệt may truyền thống ở Tân Bình. Vậy, nếu chỉ xét riêng địa bàn TP.HCM, thì hoạt động sản xuất dệt may vẫn tiếp tục duy trì sự hiện diện lớn, mặc dù xu hướng dịch chuyển từ đô thị đã phát triển sang đô thị mới và vùng ven là rõ nét.

Ở Đồng Nai, các DN dệt may chủ yếu tập trung ở các KCN Biên Hòa và Nhơn Trạch (với một số lượng nhỏ hơn ở Trảng Bom). Tại Bình Dương, sự tập trung chủ yếu của các DN dệt may là ở các khu công nghiệp Thuận An và Dĩ An; Bến Cát (các KCN Mỹ Phước) cũng có một số lượng đáng kể hoạt động dệt may.

Như đã phân tích ở Phần V, lý do lớn nhất đưa đến quyết định lựa chọn vị trí của DN dệt may trong Vùng là sự sẵn có của nguồn cung, xét cả về lao động, nguyên phụ liệu, MMTB, CSHT, đất đai và dịch vụ hỗ trợ. Chỉ xét trên thực tế là một tỷ lệ lớn nguyên phụ liệu đầu vào dệt may phải nhập khẩu và tỷ lệ lớn sản phẩm đầu ra là cho xuất khẩu cho thấy vị trí gần hệ thống cảng biển là lợi thế rất lớn cho các DN dệt may. Được hỏi về nguồn mua sắm MMTB dệt may, các DN đều trả lời phần lớn là nhập khẩu (từ Đài Loan, Trung Quốc, Hàn Quốc, EU), còn nếu mua MMTB sản xuất trong nước thì đều là các DN ở TP.HCM.

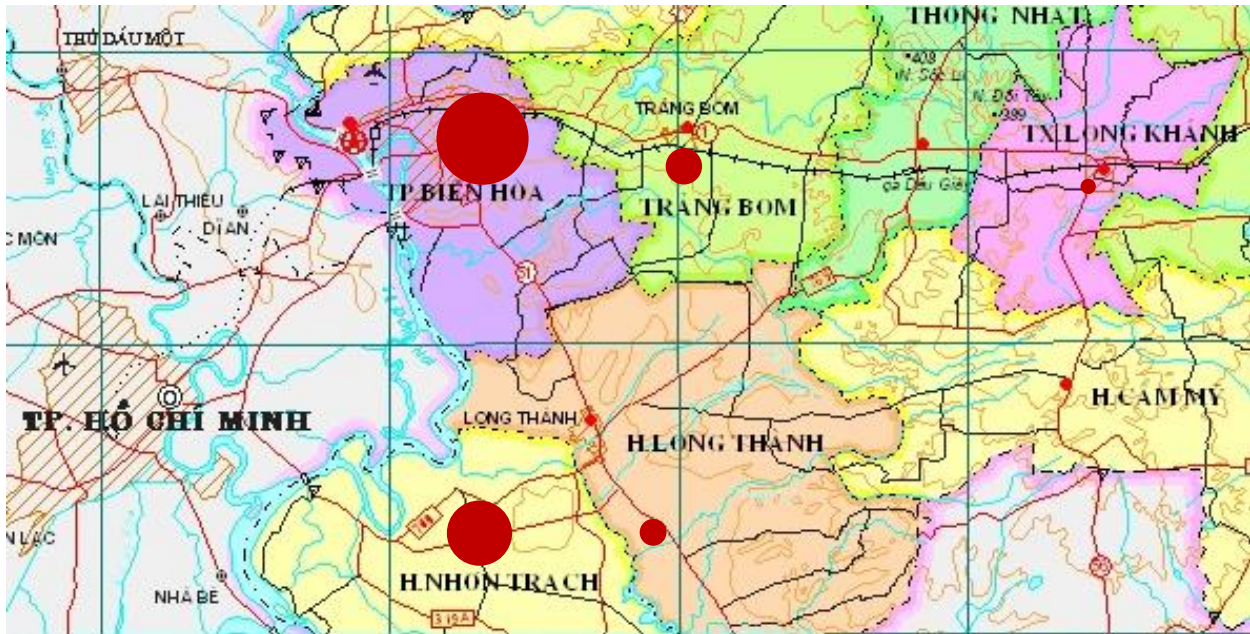
⁷¹ Tân Phú trước đây là một phần của Tân Bình và được tách thành quận riêng vào cuối năm 2003.

**Hình 13. Vị trí của các doanh nghiệp dệt may trong Vùng theo quy mô lao động
Thành phố Hồ Chí Minh**

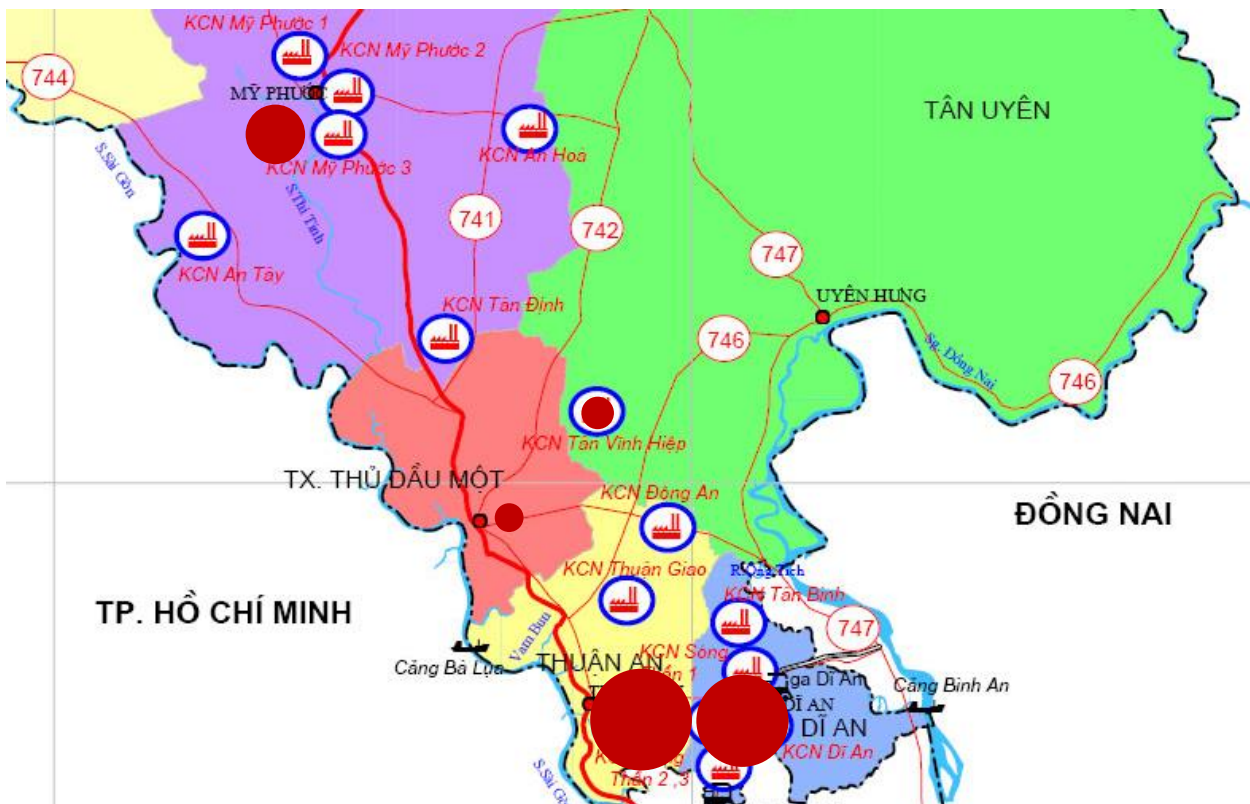


Ghi chú: Diện tích  = 10.000 lao động.

Đồng Nai



Bình Dương



Ghi chú: Diện tích  = 10.000 lao động.

Nguồn: Tính toán tác giả dựa vào số liệu đăng ký kinh doanh của Bộ Kế hoạch và Đầu tư.

Ngay cả đối với các DN bán sản phẩm nội địa và/hay nguyên phụ liệu tại thị trường nội địa, thì hoạt động mua bán vẫn tập trung ở trong Vùng. Theo Bảng 56, trong số các DN có bán sản

phẩm cho các DN khác, 68,3% số DN bán cho các DN cũng nằm ở TP.HCM, Đồng Nai hay Bình Dương.

Bảng 56. DN dệt may bán sản phẩm cho các DN nghiệp khác theo vị trí địa lý (% DN)

	DN dệt may			
	TP.HCM	Đồng Nai	Bình Dương	Cộng
Tổ chức mua ở:				
TP.HCM	36,25%	25,64%	27,27%	32,06%
Đồng Nai	11,88%	20,51%	19,32%	15,33%
Bình Dương	14,38%	25,64%	30,68%	20,91%
Tỉnh khác ở Đông Nam Bộ	10,00%	7,69%	5,68%	8,36%
Miền Bắc	9,38%	12,82%	5,68%	8,71%
Miền Trung	6,88%	7,69%	5,68%	6,62%
ĐBSCL	11,25%	0,00%	5,68%	8,01%
Cộng	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

Nguồn: Điều tra doanh nghiệp dệt may TP.HCM, Đồng Nai và Bình Dương, 2013.

Sản phẩm bán cho người tiêu dùng cuối cùng ở thị trường nội địa của các DN dệt may trong Vùng cũng được phân phối chủ yếu ở trong Vùng. Trong số các DN có bán sản phẩm cuối cùng ra thị trường nội địa, đến 56% số DN bán chủ yếu sản phẩm ở TP.HCM và Đông Nam Bộ so với 35,3% trên toàn quốc.

Mặc dù về mặt tự nhiên ta thấy có sự quy tụ các doanh nghiệp trong cả Vùng, nhưng bản thân các DN khi được hỏi lại không hề có thông tin về các đối thủ cạnh tranh hay các nhà cung ứng ở gần mình. 61,5% số DN điều tra cho rằng không có ảnh hưởng gì từ việc có DN sản xuất sản phẩm cùng ngành ở gần. 92,2% số DN điều tra không biết là có DN cung ứng (MMTB, nguyên phụ liệu) và 96,3% số DN không biết là có DN hỗ trợ dịch vụ trong vòng bán kính 10km xung quanh mình hay không.

Chúng ta có thể nói Vùng vẫn là điểm thu hút các hoạt động dệt may, đặc biệt khi có thể đạt được lợi ích cụm ngành. Nhưng vấn đề đặt ra là quy hoạch ngành phải gắn kết với sự phát triển của cụm ngành, đặc biệt là khuyến khích sự quy tụ lớn hơn nữa những doanh nghiệp cung ứng liên kết và phân phối để tận dụng được sự cộng hưởng tạo ra khi các đối thủ cạnh tranh, nhà cung ứng và nhà phân phối ở gần nhau. Đây là một trong những nhân tố quan trọng nhất cản trở tiến trình dịch chuyển lên nấc thang giá trị gia tăng cao hơn.

VIII.2. Phác thảo mô hình kim cương của Vùng

Theo Michael Porter thì *cụm ngành là “sự tập trung về mặt địa lý của các doanh nghiệp, các nhà cung ứng và các doanh nghiệp có tính liên kết cũng như của các công ty trong các ngành có liên quan và các thể chế hỗ trợ (ví dụ như các trường đại học, cục tiêu chuẩn, hiệp hội thương mại...) trong một số lĩnh vực đặc thù, vừa cạnh tranh vừa hợp tác”*.

Theo khung phân tích trong Phần II, mô hình kim cương liệt kê các nhân tố tác động đến NLCT (sự tinh vi và năng suất) của địa phương. Các nhân tố này được chia thành bốn nhóm, bao gồm:

- Các điều kiện về nhân tố sản xuất (factor conditions) bao gồm lao động có kỹ năng, nguồn lực, công nghệ và cơ sở hạ tầng;
- Các điều kiện về cầu (demand conditions) bao gồm nhu cầu trong và ngoài nước về sản phẩm và dịch vụ;
- Các ngành CN hỗ trợ và có liên quan (related and supporting industries) bao gồm các nhà cung ứng và phân phối hỗ trợ ngành và cụm; và
- Bối cảnh chiến lược và cạnh tranh của doanh nghiệp (context for firm strategy and rivalry) bao gồm những điều kiện ảnh hưởng tới việc tạo lập, tổ chức và quản lý doanh nghiệp; và đặc điểm của các đối thủ cạnh tranh trong nước.

Vì NLCT là một khái niệm có tính tương đối nên việc lựa chọn đối tượng hay chuẩn so sánh (comparative benchmark) là hết sức quan trọng. Chẳng hạn như nếu so với các vùng khác ở Việt Nam thì như đã phân tích ở Phần IV, cụm ngành dệt may của Vùng có NLCT nổi trội trong cả bốn nhóm nhân tố kể trên. Tuy nhiên, như chúng ta sẽ thấy, nếu so với các cụm ngành tương tự trong khu vực Châu Á thì ngay cả những nhân tố vốn được coi là thế mạnh của Vùng cũng trở nên lu mờ.

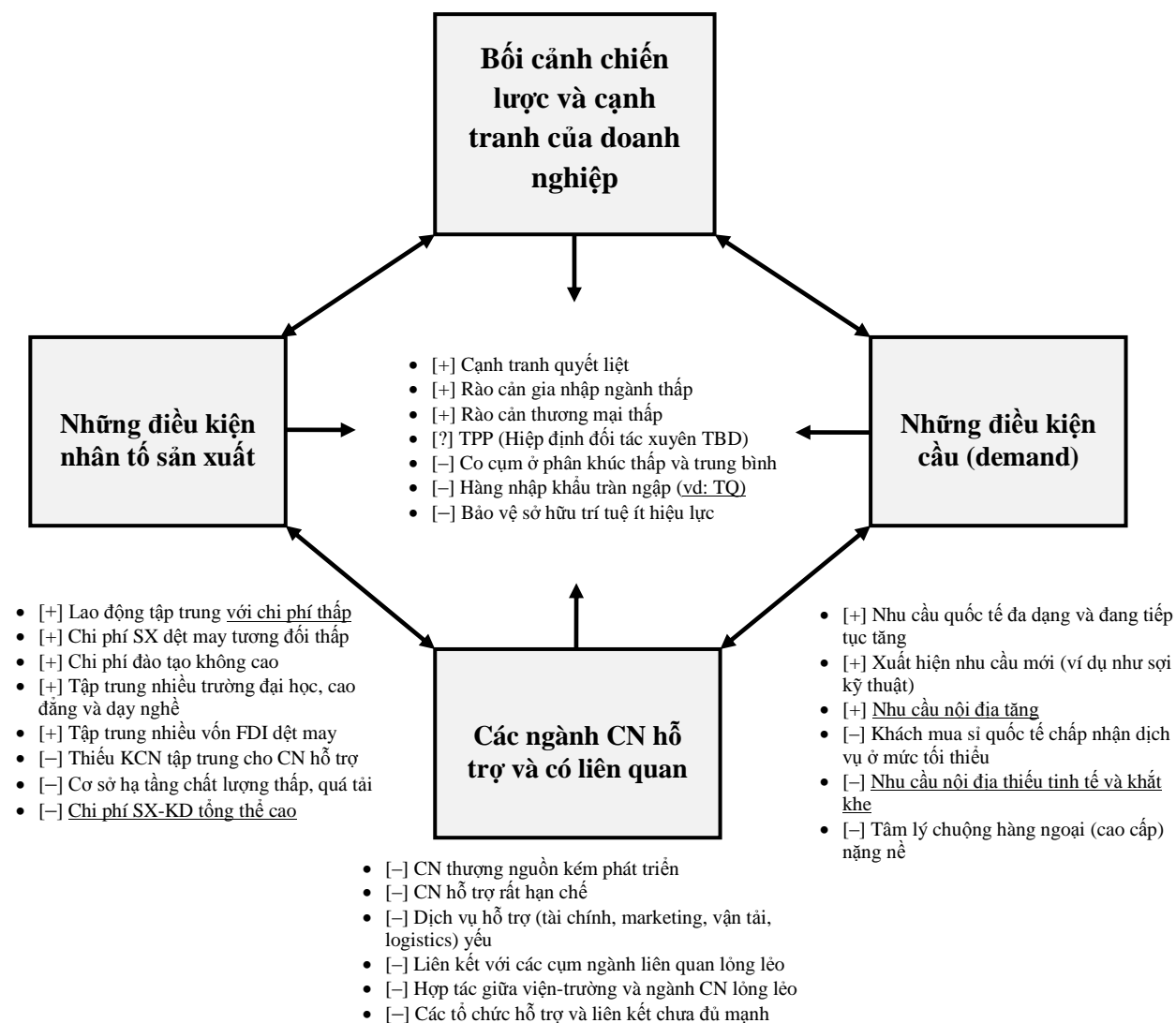
Như đã chỉ ra trong khung phân tích ở Phần II, việc chọn chuẩn so sánh phụ thuộc vào bản chất cạnh tranh của ngành CN. Vì dệt may là ngành cạnh tranh toàn cầu và vì đa số sản phẩm dệt may của Vùng được XK nên, một cách lô-gic, chúng ta phải so sánh cụm ngành dệt may của Vùng với các đối thủ cạnh tranh trong khu vực, chẳng hạn như các cụm ngành dệt may ở Trung Quốc (Giang Tô, Chiết Giang, Quảng Đông v.v.) hay Ấn Độ (Mumbai, Ahmedabad v.v.). Với cách tiếp cận này, mô hình kim cương của Vùng được tóm tắt trong Hình 14.

Trong Hình 14 các nhân tố tích cực (lợi thế) được ghi chú [+], các nhân tố tiêu cực (hay bất lợi) được ghi chú [-], còn các nhân tố tương lai, chưa xác định được tác động được ghi chú [?]. Cần lưu ý rằng việc phân loại tích cực – tiêu cực như trên chỉ có tính tương đối vì mấy lý do sau. Thứ nhất, “tích cực” và “tiêu cực” ở đây là so với *mặt bằng chung* của các cụm ngành dệt may ở khu vực Châu Á.⁷² Vì vậy, mức độ “tích cực” và “tiêu cực” khi so với một *cụm ngành cụ thể* sẽ không giống như khi so với mặt bằng chung. Thứ hai, tính chất tích cực và tiêu cực thay đổi theo thời gian, phụ thuộc vào nỗ lực của bản thân doanh nghiệp, chính sách của chính quyền địa phương, chính sách của quốc gia cũng như môi trường kinh tế quốc tế. Nói cách khác, một nhân tố “tiêu cực” ngày hôm nay có thể được chuyển hóa thành nhân tố “tích cực” ngày mai và ngược lại. Thứ ba, về mặt bản chất, không có nhân tố nào bản thân nó là tích cực hay tiêu cực. Tính chất tích cực hay tiêu cực của một nhân tố phụ thuộc vào cách ta ứng xử với nhân tố ấy. Chẳng hạn như trong nhóm nhân tố “Những điều kiện cầu”, việc xuất hiện nhu cầu mới về vải sợi CN được phân loại là nhân tố “tích cực”, song nếu như doanh nghiệp của Vùng không có khả năng khai thác phân khúc thị trường này (chẳng hạn như do năng lực R&D quá yếu) thì nhân tố “tích cực” này chỉ đúng cho các đối thủ cạnh tranh có năng lực hơn mà thôi. Tương tự như vậy, nhu

⁷² Mặt bằng chung này được xác định dựa vào các nghiên cứu chuyên ngành dệt may cũng như các nghiên cứu tổng quan có tính thứ cấp khác (xem danh mục tài liệu tham khảo).

cầu nội địa tăng được phân loại là “tích cực”, song nếu như nhu cầu này lại thiếu tinh tế (chẳng hạn như chỉ tập trung chủ yếu vào những sản phẩm giá rẻ, chất lượng thấp) thì thực ra là “lợi bất cập hại” – các doanh nghiệp chạy theo nhu cầu này không khéo chỉ làm sức cạnh tranh của mình yếu đi chứ không làm nó mạnh lên.

Hình 14. Mô hình kim cương: Nguồn gốc của lợi thế cạnh tranh của Vùng TP.HCM – Bình Dương – Đồng Nai



Cũng tại Hình 14, một số nhân tố được gạch dưới để nhấn mạnh thêm tính chất “tích cực” hay “tiêu cực” cũng như tầm quan trọng của nó đối với NLCT của cụm ngành dệt may trong Vùng. Những nhân tố này cũng sẽ được ưu tiên phân tích kỹ hơn trong phần còn lại của mục này.

VIII.3. Những điều kiện của nhân tố sản xuất⁷³

VIII.3.1. Lao động tập trung với chi phí thấp [+]

Lợi thế nổi bật của Vùng (cũng như của Việt Nam nói chung) là lao động rẻ. Như phân tích trong Phần III.4 về tính cạnh tranh chi phí của Việt Nam so với một số đối thủ cạnh tranh, ngành dệt may Việt Nam không những có mức lương thấp hơn nhiều mà tốc độ tăng lương cũng chậm hơn đáng kể so với nhiều đối thủ cạnh tranh trong khu vực. Cụ thể là theo số liệu của Werner International thì vào năm 2011, chi phí lao động trung bình trong ngành dệt may của Việt Nam chỉ là 0,6 USD/giờ, trong khi của Ấn Độ là 1,1 USD/giờ, Ma-lai-xia là 1,96 USD/giờ, và Trung Quốc là 2,10 USD/giờ. Đồng thời, nếu như trong giai đoạn 1994-2011, tốc độ tăng chi phí lao động (tính theo USD) của Việt Nam chỉ là 2,4%/năm thì của Ấn Độ, Ma-lay-xia, và Trung Quốc lần lượt là 4,5%, 10%, và 8,8%⁷⁴. So với các đối thủ cạnh tranh chủ yếu trong khu vực, Băng-la-đét là nước có chi phí lao động trung bình thấp nhất, sau đó là đến nhóm Cam-pu-chia, Pa-kis-tăng và Việt Nam với chi phí lao động xấp xỉ nhau. Tuy nhiên, tốc độ tăng chi phí lao động của Pa-kis-tăng trong giai đoạn 1994-2011 rất cao, lên tới 8,4%/năm. Nói tóm lại, nếu xu thế hiện tại trong khu vực về chi phí lao động vẫn được duy trì thì trong những năm tới thì Việt Nam vẫn là nơi có ưu thế gần như tuyệt đối về chi phí lao động.

Mặc dù lao động rẻ có thể là ưu thế trong ngắn hạn nhưng nếu cứ tiếp tục duy trì mức lao động rẻ này (đặc biệt là bằng các biện pháp hành chính có tính cưỡng bức) thì trong dài hạn, ngành dệt may sẽ phải đối diện với nhiều nguy cơ và khó khăn nan giải.

Bảng 57 và Bảng 58 trình bày số liệu về đánh giá của DN dệt may trong Vùng đối với các vị trí lao động trong hoạt động may và dệt. Ta thấy rằng trong cả hai bảng, cột có tỷ lệ doanh nghiệp trả lời cao nhất là mức lương cạnh tranh của lao động. Trong cột đó, tỷ lệ cao nhất là ở vào các vị trí lao động giản đơn như đứng máy may (73%), đứng máy ủi (75%), đứng máy cắt (81%), đứng máy dệt (87%).

Ở các cột thời gian và chi phí đào tạo của Bảng 57, một tỷ lệ đáng kể số DN (25-42%) trả lời là họ không phải tốn chi phí và thời gian để đào tạo lao động ở các vị trí khác nhau. Tỷ lệ này thấp hơn đối với các vị trí lao động trong ngành dệt (Bảng 58), xuất phát từ đặc tính của ngành này đòi hỏi lao động phải được DN đào tạo nhiều hơn. Tiền lương cạnh tranh và không tốn chi phí đào tạo cũng phù hợp với đánh giá của các DN dệt may là họ thực ra hài lòng với chất lượng lao động ở hầu hết các vị trí. Tỷ lệ DN đánh giá lao động của họ có chất lượng thấp chỉ nằm trong khoảng 4%-7% đối với các vị trí sản xuất và 10-14% đối với các vị trí kỹ sư, quản lý, xây dựng thương hiệu. Tuy nhiên, trình độ lao động đầu vào không thực sự quan trọng có thể vì đẳng nào thì kỹ năng yêu cầu cũng khá đơn giản, chỉ cần đào tạo tại chỗ ngắn hạn là có thể làm việc được. Còn việc đào tạo chuyên sâu không được chú trọng một mặt là do nhu cầu công việc không đòi hỏi, mặt khác là vì tỷ lệ bỏ việc quá cao, ở một số doanh nghiệp lên tới 20-30% mỗi năm nên nếu đào tạo xong mà công nhân bỏ việc thì sẽ đội chi phí.

⁷³ Các nhân tố sản xuất bao gồm lao động, vốn, công nghệ, và các nguồn tài nguyên khác

⁷⁴ Tất nhiên mặt bằng và tốc độ tăng chi phí lao động của Vùng TP.HCM-BD-ĐN có thể cao hơn so với cả nước. Tuy nhiên, ngay cả khi điều chỉnh cho sự chênh lệch này thì mức và tốc độ tăng chi phí lao động của Vùng cũng vẫn thấp hơn nhiều so với Ấn Độ, Ma-lay-xia và Trung Quốc.

Bảng 57. Đánh giá các vị trí lao động trong doanh nghiệp may

Vị trí lao động	Nguồn cung			Tiền lương			Chất lượng			Thời gian và chi phí đào tạo			
	Thiếu	Vừa	Dư	Cao	Cạnh tranh	Thấp	Thấp	Trung bình	Cao	Không có	Cao	Trung bình	Thấp
Khâu tay	15,63%	29,69%	54,69%	3,13%	68,75%	28,13%	12,50%	73,44%	14,06%	41,94%	6,45%	29,03%	22,58%
Đứng máy may	30,77%	37,61%	31,62%	16,38%	73,28%	10,34%	5,22%	66,96%	27,83%	29,57%	15,65%	39,13%	15,65%
Đứng máy ủi	11,32%	51,89%	36,79%	14,29%	75,24%	10,48%	5,71%	77,14%	17,14%	28,16%	5,83%	42,72%	23,30%
Đứng máy cắt	16,07%	44,64%	39,29%	12,50%	81,25%	6,25%	7,21%	65,77%	27,03%	25,45%	12,73%	45,45%	16,36%
Quản đốc dây chuyền	24,75%	35,64%	39,60%	35,64%	60,40%	3,96%	4,90%	55,88%	39,22%	38,00%	25,00%	28,00%	9,00%
Giám sát sản xuất	29,29%	32,32%	38,38%	33,33%	64,65%	2,02%	4,08%	59,18%	36,73%	41,67%	27,08%	23,96%	7,29%
Kiểm soát chất lượng	27,43%	41,59%	30,97%	31,58%	66,67%	1,75%	4,42%	59,29%	36,28%	38,94%	15,04%	38,94%	7,08%
Quản lý mua sắm, cung ứng	13,41%	52,44%	34,15%	18,29%	76,83%	4,88%	7,32%	65,85%	26,83%	38,55%	10,84%	40,96%	9,64%
Pattern-making	22,58%	46,77%	30,65%	17,46%	77,78%	4,76%	7,94%	65,08%	26,98%	35,94%	20,31%	37,50%	6,25%
Thiết kế	23,61%	47,22%	29,17%	35,21%	63,38%	1,41%	8,57%	51,43%	40,00%	33,78%	28,38%	33,78%	4,05%
Thiết kế cao cấp	55,10%	16,33%	28,57%	47,92%	50,00%	2,08%	2,13%	53,19%	44,68%	25,53%	34,04%	31,91%	8,51%
Tiếp thị	30,51%	42,37%	27,12%	25,42%	69,49%	5,08%	12,28%	66,67%	21,05%	40,68%	18,64%	27,12%	13,56%
Xây dựng thương hiệu	44,07%	35,59%	20,34%	27,59%	72,41%	0,00%	14,04%	63,16%	22,81%	42,11%	22,81%	24,56%	10,53%

Nguồn: Điều tra doanh nghiệp dệt may TP.HCM, Đồng Nai và Bình Dương, 2013.

Bảng 58. Đánh giá các vị trí lao động trong doanh nghiệp dệt

Vị trí lao động	Nguồn cung			Tiền lương			Chất lượng			Thời gian và chi phí đào tạo			
	Thiếu	Vừa	Dư	Cao	Cạnh tranh	Thấp	Thấp	Trung bình	Cao	Không có	Cao	Trung bình	Thấp
Đứng máy dệt	2,56%	56,41%	41,03%	5,13%	87,18%	7,69%	2,56%	82,05%	15,38%	17,95%	7,69%	56,41%	17,95%
Quản đốc dây chuyền	17,65%	55,88%	26,47%	24,24%	69,70%	6,06%	5,88%	64,71%	29,41%	30,30%	27,27%	36,36%	6,06%
Giám sát sản xuất	9,68%	70,97%	19,35%	22,58%	70,97%	6,45%	3,23%	74,19%	22,58%	22,58%	32,26%	35,48%	9,68%
Kỹ thuật viên MMTB dệt	28,13%	50,00%	21,88%	21,88%	75,00%	3,13%	3,23%	74,19%	22,58%	25,00%	15,63%	53,13%	6,25%
Kỹ thuật viên nhuộm	13,64%	59,09%	27,27%	13,64%	81,82%	4,55%	0,00%	80,95%	19,05%	18,18%	27,27%	45,45%	9,09%
Kỹ sư dệt	42,86%	38,10%	19,05%	23,81%	71,43%	4,76%	10,00%	55,00%	35,00%	28,57%	28,57%	33,33%	9,52%
Kỹ sư hóa chất nhuộm	21,05%	57,89%	21,05%	15,79%	73,68%	10,53%	5,56%	61,11%	33,33%	21,05%	36,84%	31,58%	10,53%
Kiểm soát chất lượng	18,18%	60,61%	21,21%	33,33%	66,67%	0,00%	0,00%	59,38%	40,63%	24,14%	24,14%	51,72%	0,00%
Quản lý mua sắm, cung ứng	13,64%	54,55%	31,82%	18,18%	81,82%	0,00%	0,00%	72,73%	27,27%	20,00%	15,00%	65,00%	0,00%
Thiết kế	33,33%	57,14%	9,52%	19,05%	76,19%	4,76%	0,00%	52,38%	47,62%	23,81%	23,81%	52,38%	0,00%
Tiếp thị	16,67%	58,33%	25,00%	12,50%	79,17%	8,33%	0,00%	66,67%	33,33%	16,67%	20,83%	58,33%	4,17%
Xây dựng thương hiệu	20,00%	65,00%	15,00%	10,00%	85,00%	5,00%	0,00%	55,00%	45,00%	21,05%	26,32%	52,63%	0,00%

Nguồn: Điều tra doanh nghiệp dệt may TP.HCM, Đồng Nai và Bình Dương, 2013.

Số liệu điều tra không cho thấy rõ là có sức ép về nguồn cung (thiếu hoặc thừa) ở các vị trí lao động hay không. Ở các vị trí lao động giản đơn, tỷ lệ DN trả lời là nguồn cung lao động là dư vẫn cao hơn tỷ lệ DN trả lời nguồn cung lao động là thiếu trong Vùng. Nói một cách khác, số liệu điều tra của chúng tôi không ủng hộ nhận định cho rằng tình trạng khan hiếm lao động giản đơn trong dệt may đã xảy ra trong Vùng. Khan hiếm nếu có là ở những vị trí lao động đòi hỏi kỹ năng đặc thù. 55,1% DN may cho rằng họ thiếu lao động thiết kế cao cấp, 44,1% DN may cho rằng họ thiếu chuyên gia xây dựng thương hiệu và 42,9% DN dệt cho rằng họ thiếu kỹ sư dệt.

VIII.3.2. Chi phí sản xuất dệt may tương đối thấp

Chi phí sản xuất là một trong những yếu tố chính quyết định tính cạnh tranh của các quốc gia trong ngành CN dệt may. Những chi phí sản xuất thông thường bao gồm chi phí nguyên phụ liệu, lương công nhân, số giờ làm việc, giá đất và chi phí xây dựng (hay tiền thuê mặt bằng, nhà xưởng), giá điện và chi phí năng lượng, chi phí vận tải (đường biển, đường bộ, đường sắt) và thuế.⁷⁵

Như đã phân trong Phần VII, cả ngành dệt và may trong Vùng đều lệ thuộc vào nguyên phụ liệu nhập khẩu. Tuy nhiên, kết quả điều tra doanh nghiệp cho thấy việc nhập khẩu không làm tăng đáng kể chi phí sản xuất. Đối với may mặc, chỉ có 21,6% số DN điều tra cho rằng nhập khẩu nguyên phụ liệu làm tăng chi phí sản xuất và mức tăng bình quân cũng chỉ là 11,8%. Đối với dệt, 31,7% số DN điều tra cho rằng nhập khẩu nguyên phụ liệu làm tăng chi phí sản xuất và mức tăng bình quân là 17,7%.

Bảng 59 trình bày chi phí đầu vào của năm quốc gia trong năm 2007 – là năm gần nhất có số liệu. Số liệu trong bảng cho thấy dệt may Việt Nam có tính cạnh tranh nổi trội về chi phí sản xuất. Ngoại trừ chi phí vận tải biển không có số liệu,⁷⁶ ở tất cả các hạng mục chi phí khác Việt Nam đều có chi phí thuộc nhóm thấp nhất trong các nước so sánh. Bên cạnh đó, lao động dệt may của Việt Nam rất cần cù, có số giờ làm việc trong năm ngang bằng với Băng-la-đét và cao hơn tất cả các nước còn lại. Cần nhấn mạnh là chi phí thấp và lao động cần cù mặc dù giúp duy trì tính cạnh tranh cho ngành dệt may, nhưng mặt khác nó cũng phản ánh tình trạng lạc hậu, biến dạng⁷⁷ của nền kinh tế và phúc lợi hạn chế của người lao động phổ thông ở Việt Nam.

⁷⁵ Bên cạnh đó còn phải kể đến thời gian giao hàng và chi phí tồn kho (tại nhà máy sản xuất, quá cảnh hoặc tại kho).

⁷⁶ Có thể tham khảo thêm chi phí vận tải đường biển từ báo cáo “Làm kinh doanh” (Doing Business) của Ngân hàng Thế giới. Lưu ý là do cơ sở tính toán khác nhau nên số liệu của Werner và WB có sự chênh lệch đáng kể.

⁷⁷ Một sự biến dạng (distortion) điển hình là việc duy trì giá điện thấp trong một thời gian dài bằng các biện pháp phi thị trường, trong đó quan trọng nhất là trợ giá và kiểm soát giá một cách hành chính.

Bảng 59. So sánh chi phí sản xuất dệt may ở một số quốc gia (2007)

	Trung Quốc	Ấn Độ	Pa-kis-tăng	Cam-pu-chia	Việt Nam	Băng-la-đét
Chi phí lao động (USD/giờ) ^(a)	1,44	0,83	0,55	0,53	0,46	0,32
Số giờ làm việc ^(b)						
Số giờ làm việc/ngày	8	8	8	8	8	8
Số giờ làm việc/tuần	48	48	49	42	48	48
Số ngày nghỉ/năm	11	17	18	18	10	10
Số giờ làm việc/năm	2.328	2.280	2.324	1.960	2.336	2.336
Giá điện (USD/kwh) ^(c)	0,065	0,086	0,071	0,14	0,055	0,053
Giá vận tải ^(d)						
Đường biển (USD/TEU)	1.800	2.100	2.000	1.900	--	1.900
Đường bộ	470	400	300	600	267 ^(e)	250
Giá xây dựng (USD/m ²)	97	140	150	130	108	120
Thuế						
Thuế TNDN (% lợi nhuận)	25	33,6	35	20	28	35
Thuế bán hàng (% doanh số)	--	--	15	--	--	--
VAT (% GTGT)	17	12,5	15	10	10	15

Ghi chú:

- (a) Lấy từ Khảo sát lương của Werner, điều chỉnh cho ngày lễ, ngày nghỉ phép, thuế thu nhập cá nhân, nhưng không bao gồm tiền trợ cấp khi thôi việc (severance)
- (b) Không tính thời gian làm việc ngoài giờ
- (c) Lấy từ <http://www.eia.gov>
- (d) Vận chuyển tới Long Beach, Bang California, Hoa Kỳ
- (e) Chi phí vận tải đường bộ của Việt Nam là chi phí tính trung bình để vận chuyển một container 40” đến cảng quốc tế gần nhất cho các doanh nghiệp ở địa bàn Hồ Chí Minh, Bình Dương và Đồng Nai dựa theo số liệu của PCI 2008.

Nguồn: Werner International.

Vì dệt may là ngành thâm dụng lao động nên chi phí lao động chiếm một tỷ trọng đáng kể trong chi phí sản xuất, và do vậy cũng đóng một vai trò quan trọng đối với tính cạnh tranh của hàng XK. Chi phí lao động trung bình trong ngành dệt may của Việt Nam và một số đối thủ cạnh tranh trong khu vực được trình bày trong Bảng 60. Theo số liệu của bảng này, cho đến năm 2011, rõ ràng là Việt Nam có ưu thế nổi trội về chi phí lao động trung bình, không chỉ về số tuyệt đối (0,6 USD/giờ của Việt Nam so với 1,06 USD/giờ của Ấn Độ; 2,1 USD/giờ của Trung Quốc; hay 2,14 USD/giờ của Thái Lan), mà còn về tốc độ tăng trung bình trong giai đoạn 1994-2011 (2,4%/năm của Việt Nam so với 4,5%/năm của Ấn Độ; 8,8%/năm của Trung Quốc; hay 2,5%/năm của Thái Lan).

Bảng 60. Chi phí lao động trung bình trong ngành dệt may (USD/giờ)

	1994	2007	2011	Tốc độ tăng trung bình/năm (1994-2011)
Băng-la-đét	-	0,28	-	-
Trung Quốc	0,5	-	2,1	8,8%
Duyên hải	-	0,85	-	-
Nội địa	-	0,55	-	-
Ấn Độ	0,5	0,69	1,06	4,5%
In-đô-nê-xia	0,5	0,65	1,08	4,6%
Ma-lay-xia	-	1,34	1,96	10,0%
Pa-kis-tăng	-	0,42	0,58	8,4%
Thái Lan	1,4	1,75	2,14	2,5%
Việt Nam	0,4	0,46	0,60	2,4%

Nguồn: So sánh Chi phí Lao động Dệt may của Werner, Werner International.

VIII.3.3. Chi phí sản xuất – kinh doanh tổng thể cao [–]

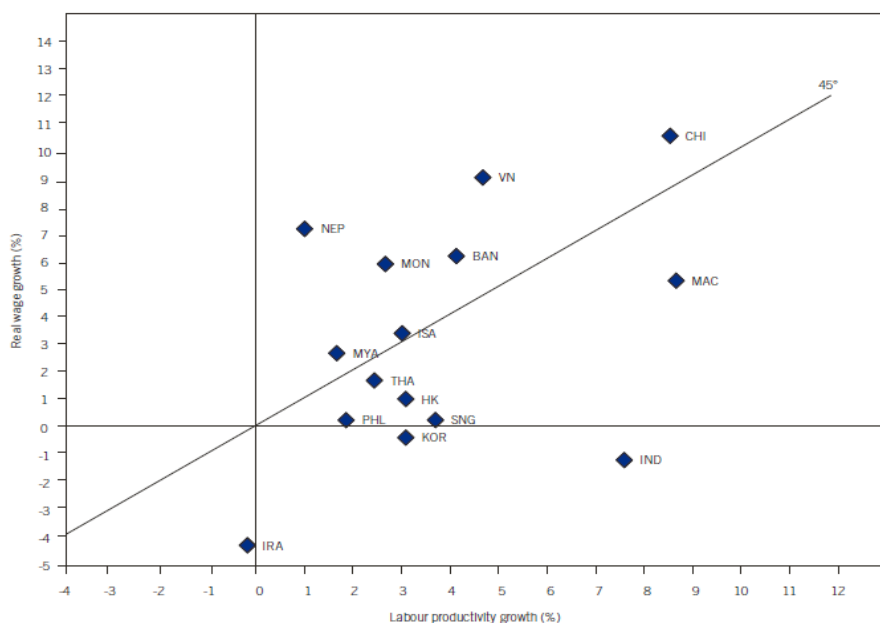
Mặc dù so với các đối thủ cạnh tranh trong khu vực, chi phí lao động của Vùng thấp nhưng chi phí sản xuất – kinh doanh hiệu dụng lại cao. Điều này xuất phát từ một số nguyên nhân.

Thứ nhất, để có thể thực sự so sánh được thì chi phí lao động cần được điều chỉnh theo mức độ hiệu quả của lao động (efficiency-adjusted labor cost), cụ thể là theo năng suất lao động và tỷ lệ phế phẩm. Ví dụ như mặc dù Băng-la-đét và Cam-pu-chia có chi phí lao động trung bình thấp nhất nhưng sau khi điều chỉnh về hiệu quả, tỷ lệ phế phẩm, và cộng thêm vào với các chi phí liên quan khác thì chi phí trung bình tổng cộng cho một sản phẩm may của hai nước này cũng chỉ tương đương với Pa-kis-tăng và Ấn Độ - là hai nước cho chi phí lao động trung bình cao hơn nhiều. Rất tiếc là chúng tôi không có số liệu chi tiết về năng suất và tỷ lệ phế phẩm trong ngành dệt may của Vùng nên không thể so sánh được với các đối thủ cạnh tranh, do vậy không thể khẳng định (hay phủ định) được liệu hiệu quả thấp có phải là nhân tố dẫn đến chi phí lao động hiệu chỉnh theo năng suất cao hay không.⁷⁸ Còn theo nhận định của Vitas (2006) thì năng suất lao động của Việt Nam thấp hơn khoảng 25-30% so với Trung Quốc và nhỉnh hơn một chút so với Ấn Độ.

Do không có số liệu về năng suất của lao động dệt may nên để minh họa tầm quan trọng của cả chi phí và năng suất lao động trung bình đối với tính cạnh tranh của Việt Nam, chúng tôi sử dụng số liệu về mối quan hệ giữa tốc độ tăng lương theo giá thực (real wage growth) và tốc độ tăng trưởng năng suất (labour productivity growth) cho toàn nền kinh tế Việt Nam trong giai đoạn 2008-2011 (Hình 15).

⁷⁸ Theo ý kiến của một chuyên gia dệt, tỷ lệ hao hụt trung bình trong sản xuất dệt – bao gồm hao hụt tự nhiên, hao hụt do lỗi vải, hao hụt do phế phẩm, do nhuộm v.v. ở Việt Nam khá cao, lên tới 12-15%, trong khi tỷ lệ này ở Đài Loan chỉ khoảng 6%.

Hình 15. Tốc độ tăng trưởng năng suất và mức lương thực ở một số nước (2008-2011)



Nguồn: *Global Wage Report 2012/13*.

Trong Hình 15, những nước nằm dưới đường 45° có tốc độ tăng trưởng năng suất lao động cao hơn tốc độ tăng lương, và do vậy cải thiện được tính cạnh tranh về chi phí lao động. Có thể thấy trong các đối thủ cạnh tranh của dệt may Việt Nam thì In-đô-nê-xia và Thái Lan nằm dưới đường 45o, còn Trung Quốc và Ma-lay-xia nằm trên đường 45o một chút, trong khi Việt Nam nằm cao hẳn lên trên so với đường 45o. Điều này có nghĩa là Việt Nam đang mất dần lợi thế về lao động chi phí thấp do tốc độ tăng chi phí lao động đang nhanh hơn đáng kể so với tốc độ tăng năng suất.

Thứ hai, bên cạnh chi phí lao động (mà theo mẫu điều tra của chúng tôi, trung bình chiếm 30% và 45% trong tổng chi phí sản xuất – kinh doanh của ngành dệt và may⁷⁹) thì các doanh nghiệp dệt may của Việt Nam nói chung phải chịu một số chi phí cao hơn hẳn so với các đối thủ cạnh tranh. Đầu tiên, vì phải NK rất nhiều nên chi phí nguyên phụ liệu – thường chiếm trên dưới 40% tổng chi phí – của Việt Nam cao hơn từ 25-30% so với những nước tự chủ được nguồn nguyên phụ liệu như Trung Quốc và Ấn Độ. Tiếp theo, chi phí vốn của các doanh nghiệp dệt may Việt Nam cũng cao hơn hẳn so với các đối thủ cạnh tranh trong khu vực. Trong mẫu khảo sát của chúng tôi, 61% doanh nghiệp dệt và 41% doanh nghiệp đang vay vốn tại các tổ chức tín dụng để đáp ứng nhu cầu vốn lưu động cũng như để đầu tư dài hạn. Thế nhưng trong giai đoạn 2008-2012, lãi suất đi vay của các doanh nghiệp, đặc biệt là các doanh nghiệp vừa và nhỏ, luôn luôn ở mức hai chữ số, thậm chí có một số giai đoạn lên tới trên 20%. Trong khi đó, lãi suất mà các doanh nghiệp cạnh tranh trong khu vực phải chịu thường chỉ ở mức một con số.

⁷⁹ Con số này cao hơn so với nhận định của Vitas trong Chiến lược Xuất khẩu ngành Dệt May giai đoạn 2006 – 2010, theo đó chi phí lao động dệt may chiếm 12% trong cơ cấu giá CIF. Cũng cần lưu ý thêm rằng tỷ lệ này ở các doanh nghiệp trong mẫu phỏng vấn biến thiên trong một khoảng rất rộng vì phụ thuộc vào mô hình và đặc điểm kinh doanh cụ thể của mỗi doanh nghiệp.

Thứ ba, đa số doanh nghiệp dệt may Việt Nam có quy mô nhỏ và vừa, vì vậy không tận dụng được lợi thế theo quy mô để giảm chi phí, đặc biệt là trong hoạt động gia công xuất khẩu. Theo Điều tra Doanh nghiệp của Tổng cục Thống kê, trong năm 2010, tỷ lệ SMEs (căn cứ theo số lượng lao động) trong ngành dệt và may của toàn Việt Nam lần lượt là 93% và 84%. Cũng trong năm này, số lao động trung bình ở một công ty dệt là 97 và may là 214. Quy mô này nhỏ hơn rất nhiều so với mức trung bình của khu vực, thậm chí so với các nước đi sau Việt Nam trong ngành dệt may. Theo số liệu của Hiệp hội May của Băng-la-đét và Cam-pu-chia (xem Yamagata 2007, Bảng 4) thì ngay từ năm 2003, số lượng công nhân trung bình ở các công ty may của hai nước này đã lần lượt là 399 và 903.⁸⁰

Thời gian NK nguyên liệu và xuất thành phẩm dài, cùng với việc thiếu khả năng đáp ứng các đơn hàng lớn và yêu cầu dịch vụ khách hàng làm tăng *chi phí cơ hội* của các doanh nghiệp dệt may Việt Nam. Theo Vitas (2006), thời gian NK nguyên liệu về Việt Nam là 25-30 ngày, bao gồm 15-25 ngày vận chuyển về Việt Nam, 3-7 ngày hoàn thành thủ tục hải quan, và 2-3 ngày vận chuyển từ cảng về nhà máy. Tương tự như vậy, chiều XK cũng rất tốn thời gian. Cũng theo Vitas (2006), nếu như các doanh nghiệp dệt may Trung Quốc chỉ mất trung bình 12-18 ngày để xuất hàng tới Hoa Kỳ, 25-30 ngày tới EU, và 2-4 ngày tới Nhật Bản thì các doanh nghiệp Việt Nam phải mất trung bình 35-45 ngày để xuất hàng tới Hoa Kỳ, 40-45 ngày tới EU, và 12-15 ngày tới Nhật Bản. Kết quả là thời gian kể từ khi nhận đơn hàng đến khi giao hàng ở Việt Nam là khoảng 60-90 ngày, trong khi ở Trung Quốc chỉ là 40-60 ngày và Ấn Độ là 50-70 ngày (theo nghiên cứu của WB do Staritz thực hiện năm 2011). Cần nhấn mạnh là ngay cả khi hệ thống cảng hiện đại ở Thị Vải – Cái Mép đã đi vào hoạt động thì thời gian xuất – NK trung bình cũng không cải thiện được bao nhiêu, vì trong mẫu khảo sát của chúng tôi, chỉ có 2,7% doanh nghiệp dệt và 15% doanh nghiệp may sử dụng cảng Thị Vải – Cái Mép.

VIII.4. Bối cảnh chiến lược và cạnh tranh của doanh nghiệp⁸¹

VIII.4.1. Cạnh tranh chủ yếu ở hoạt động gia công cho phân khúc thấp và trung bình [+]

Với những phân tích về điều kiện nhân tố sản xuất ở trên và với năng lực giới hạn trong việc tiếp cận thị trường nước ngoài, việc các doanh nghiệp dệt may trong Vùng tập trung dày đặc trong hoạt động gia công cho phân khúc thấp và trung bình là điều dễ hiểu. Kết quả điều tra của chúng tôi cho thấy các nguyên nhân quan trọng nhất khiến đa số doanh nghiệp dệt may trong Vùng chỉ làm gia công cho nước ngoài là do không tiếp cận được thị trường nước ngoài, không đáp ứng được các tiêu chuẩn của thị trường NK, và quy mô nhỏ, không đủ năng lực sản xuất khi có đơn hàng.⁸²

Chắc chắn là để thoát ra khỏi hoạt động gia công thuần túy và vượt lên trên phân khúc thấp và trung bình cần rất nhiều nỗ lực không chỉ của bản thân doanh nghiệp mà của toàn bộ các bộ

⁸⁰ Trong mẫu điều tra của chúng tôi, quy mô trung bình của doanh nghiệp dệt là 330 công nhân, còn của doanh nghiệp may là 421 công nhân.

⁸¹ Nhóm nhân tố này bao gồm những điều kiện ảnh hưởng tới việc tạo lập, tổ chức và quản lý doanh nghiệp; và đặc điểm của các đối thủ cạnh tranh trong nước.

⁸² Hệ thống tiêu chuẩn ở các thị trường khó tính ngày càng nhiều, khắt khe và phức tạp. Chẳng hạn như để xuất khẩu vào EU, doanh nghiệp phải đạt được một số tiêu chuẩn quốc tế về xã hội, sức khỏe, an toàn và môi trường như chứng chỉ của ILO về bảo vệ người lao động, ISO về quản lý, Oeko-Tex 100 về đảm bảo an toàn cho người tiêu dùng, Oeko-Tex 1000 về thân thiện với môi trường, SA 8000 về cải thiện điều kiện làm việc, CE Marking về tuân thủ luật định của EU, Emas (Eco-Management and Audit Scheme) về môi trường, BS 18004 về sức khỏe và an toàn lao động, OHSAS 18001 về hệ thống quản lý sức khỏe và an toàn lao động v.v.

phận khác nhau trong cụm ngành. Đáng tiếc là, như sẽ được chứng minh trong các mục sau, tính liên kết và hỗ trợ trong cụm ngành dệt may của Vùng rất thấp. Vì vậy, có thể thấy trước được rằng, tình trạng đa số doanh nghiệp co cụm ở phân khúc thấp và trung bình sẽ vẫn tiếp tục tái diễn trong nhiều năm sắp tới.

VIII.4.2. TPP (Hiệp định đối tác kinh tế chiến lược xuyên TBD) [?]

TPP và ví dụ minh họa điển hình cho một ý đã được nhấn mạnh ở trên, đó là một nhân tố (trong trường hợp này là TPP) trở thành cơ hội hay nguy cơ tùy thuộc vào cách chúng ta ứng xử với nó.

Nếu thuận tụy nhìn từ bên ngoài, việc Việt Nam là “cường quốc dệt may” duy nhất của Châu Á tham gia TPP có thể được coi là cơ hội. Tuy nhiên, nếu nhìn sâu hơn một chút thì sẽ thấy với thực trạng ngành dệt may như hiện nay, chưa chắc chúng ta sẽ có thể tận dụng được cơ hội, không những thế còn đứng trước một số nguy cơ không nhỏ khi gia nhập TPP. Để thấy được điều này, hãy so sánh với hai sự kiện quan trọng trong thập niên 2000: Hiệp định thương mại song phương Việt Nam – Hoa Kỳ (BTA) năm 2001 và gia nhập Tổ chức Thương mại Quốc tế (WTO) năm 2007.

Như đã phân tích ở Phần IV, thành công XK của dệt may Việt Nam trong thập niên 2000 phụ thuộc chủ yếu vào ba nhân tố quan trọng. Thứ nhất là chính sách mở cửa và hội nhập kinh tế quốc tế của Nhà nước. Thứ hai là cải cách kinh tế, trong đó đặc biệt là cởi trói và phát triển khu vực kinh tế tư nhân (cả nội địa và FDI). Thứ ba là sự mở rộng vào các thị trường quan trọng nhất – Mỹ, EU, Nhật Bản. BTA hội tụ đầy đủ cả ba nhân tố này, vì vậy thành công hết sức rực rỡ. Trong 3 năm kế tiếp (2002-2004), XK dệt may tăng trưởng trung bình 27,3%/năm. Đến WTO, yếu tố thứ nhất vẫn còn, nhưng yếu tố thứ hai đã vắng mặt, còn yếu tố thứ ba không còn có tính “đột phá” như thời BTA nữa. Bên cạnh đó, nền kinh tế trong nước rơi vào bất ổn vĩ mô, đồng thời nền tài chính toàn cầu rơi vào khủng hoảng. Kết quả là trong ba năm kế tiếp (2007-2009), tăng trưởng XK dệt may trung bình chỉ là 8,3%/năm.

Trước ngưỡng cửa TPP, có thể nói rằng cả yếu tố thứ hai lẫn thứ ba đều không hiện hữu. Trong điều kiện các doanh nghiệp dệt may (đặc biệt là may) của Việt Nam nhập đa số nguyên phụ liệu thì quy định “từ sợi trở đi” (“yarn forward”) của TPP đồng nghĩa với việc lợi ích của việc gia nhập TPP bị vô hiệu hóa đối với phần lớn doanh nghiệp Việt Nam. Trong khi ấy, đã có những dấu hiệu cho thấy các nhà đầu tư nước ngoài đang chuẩn bị đón trước những cơ hội này.⁸³ Tương lai phát triển của ngành dệt may phụ thuộc vào khả năng của Chính phủ và bản thân doanh nghiệp trong việc tận dụng ngoại lực (FDI) để hoàn chỉnh cụm ngành dệt may, và đặc biệt là tạo ra liên kết chặt chẽ hơn giữa doanh nghiệp FDI và dân doanh trong nước. Trái lại, Việt Nam sẽ chỉ được các doanh nghiệp dệt may FDI sử dụng như một bàn đạp nhân công rẻ để XK.

VIII.4.3. Hàng NK tràn ngập, đặc biệt là từ Trung Quốc [–]

Trong khi các doanh nghiệp Việt Nam mãi mê theo đuôi phân khúc thấp và trung bình trên thị trường XK thì sản phẩm dệt may nước ngoài, đặc biệt là từ Trung Quốc (và ở một mức độ thấp hơn là Hàn Quốc, Đài Loan, Nhật Bản, Thái Lan) lại đang chiếm lĩnh chính những phân khúc

⁸³ Xem bài “Trung Quốc hướng đầu tư vào dệt may ở Việt Nam”, <http://www.thesaigontimes.vn/Home/kinhdoanh/dautu/100084/> và “Doanh nghiệp Trung Quốc đón sóng TPP ở Việt Nam”, <http://nhicpaudautu.vn/article.aspx?id=17873-doanh-nghiep-trung-quoc-don-song-tpp-o-viet-nam/xuat-nhap-khau/> truy cập ngày 4/10/2013.

này trên thị trường nội địa. Riêng về mặt hàng vải, theo số liệu thống kê của Tổng cục Hải Quan, KNNK từ Trung Quốc tăng từ gần 900 triệu USD vào năm 2006 lên đến hơn 3 tỉ USD vào năm 2012, tương ứng với tốc độ tăng trung bình 23%/năm⁸⁴. Rất thiếu sót khi các địa phương cũng như cả nước hiện nay không hề có số liệu NK của mặt hàng may mặc, mặc dù biết rằng quy mô NK rất lớn. Còn theo số liệu của WTO, tổng KNNK mặt hàng quần áo của Việt Nam tăng từ mức 271 triệu USD vào năm 2007 lên 603 triệu USD trong năm 2012⁸⁵. Ngay cả số liệu của WTO cũng có hai hạn chế. Thứ nhất, đây chỉ là số liệu chính thức, và do vậy không phản ánh đầy đủ bức tranh NK hàng may mặc vào Việt Nam, trong đó một tỷ lệ rất lớn qua đường tiểu ngạch, xách tay, và buôn lậu. Thứ hai, số liệu của WTO có tính tổng hợp nên không cho biết cấu trúc NK theo quốc gia và theo phân ngành hẹp. Quan sát của nhóm nghiên cứu thông qua khảo sát trực tiếp ở các chợ Soái Kinh Lâm, An Đông, Tân Bình, và Tân Định cho thấy đa số mặt hàng quần áo bày bán ở đây được nhập từ Trung Quốc.

Thông tin từ các cuộc phỏng vấn của nhóm nghiên cứu với một số chuyên gia dệt may hàng đầu ở Việt Nam cho thấy nguyên nhân quan trọng nhất của tình trạng “thua trên sân nhà” là do đa số các doanh nghiệp Việt Nam chủ động bỏ qua thị trường nội địa, không phải vì thị trường này thiếu tiềm năng, mà vì họ tự biết mình không thể cạnh tranh được, đặc biệt là với hàng dệt may Trung Quốc, vì mấy nguyên nhân sau. Thứ nhất, đa số các doanh nghiệp Việt Nam không biết cách xây dựng và quản trị chuỗi giá trị một cách hiệu quả. Chuỗi giá trị điển hình trong ngành dệt may gồm sáu khâu là (i) R&D và thiết kế; (ii) mạng lưới nguyên liệu thô; (iii) mạng lưới nguyên phụ liệu; (iv) mạng lưới sản xuất; (v) mạng lưới XK; và (vi) mạng lưới marketing và thương hiệu. Trong sáu khâu này, nhìn chung Việt Nam chỉ mạnh ở khâu sản xuất còn năm khâu kia đều tương đối yếu. Thật trớ trêu khi thực tế là nhiều doanh nghiệp dệt may của Việt Nam thậm chí không hiểu thị hiếu và thị trường nội địa bằng doanh nghiệp nước ngoài. Khi ấy, gia công là “khỏe” nhất vì không phải bận tâm đến thị hiếu người tiêu dùng, cũng chẳng cần phải lo lắng đến thị trường, thậm chí đến cả nguồn nguyên liệu vì tất cả đều đã được người mua lo hết. Tất nhiên, hệ quả là đành phải chấp nhận tỷ lệ lợi nhuận (profit margin) chỉ từ 5 đến 7% tính trên giá gia công.

Thứ hai, mặt bằng hiệu suất và năng suất của doanh nghiệp Việt Nam thua xa Trung Quốc. Theo nhận định của Ông Diệp Thành Kiệt, máy móc ở các nhà máy dệt của Trung Quốc tuy cũ nhưng dệt liên tục 3 ca/ngày, trong khi ở Việt Nam công suất chỉ khoảng 60-70%. Nhận định này phù hợp với kết quả khảo sát của chúng tôi, theo đó mức công suất trung bình ở các nhà máy dệt và may trong mẫu khảo sát đạt xấp xỉ 70% trong cả hai năm 2006 và 2012. Còn về năng suất lao động thì như nhận định của Vista, Việt Nam kém Trung Quốc khoảng 25-30%. Điều này có lẽ là do tính kinh tế nhờ quy mô và phân công lao động ở Trung Quốc rất cao – những đặc điểm của một cụm ngành dệt may hoàn chỉnh và hiệu quả. Tất cả những điều này giúp các doanh nghiệp Trung Quốc khấu hao nhanh đầu tư, hạ giá thành sản phẩm, và đáp ứng rất nhanh nhu cầu của thị trường.

Thứ ba, chính sách của Chính phủ Trung Quốc chủ động khuyến khích sản xuất và XK dệt may. Ở phương diện vĩ mô, chính sách duy trì đồng NDT yếu trong một thời gian rất dài đã giúp các

⁸⁴ Trong 7 tháng đầu năm 2013, KNNK vải từ Trung Quốc là 2,124 tỉ USD, tăng 26,45% so với cùng kỳ 2012. Nếu tiếp tục đà này, KNNK vải từ Trung Quốc năm 2013 sẽ lên tới gần 4 tỉ USD.

⁸⁵ Nguồn <http://stat.wto.org/>

doanh nghiệp Trung Quốc xác lập được thị trường XK một cách vững vàng. Ở phương diện ngành, cũng như ở Việt Nam, Chính phủ Trung Quốc trợ cấp hào phóng cho các nhà máy dệt của nhà nước. Không những thế, Chính phủ Trung Quốc còn trợ cấp CN thông qua nông nghiệp – cụ thể là trợ cấp trồng bông, đặc biệt là ở các vùng nghèo và hẻo lánh⁸⁶.

VIII.5. Các điều kiện về cầu⁸⁷

VIII.5.1. Nhu cầu nội địa tăng nhanh nhưng nhìn chung còn thiếu tinh tế [+/-]

Mặc dù rất cố gắng nhưng cho đến nay chúng tôi chưa tìm được bất kỳ một nghiên cứu chuyên sâu nào về ước lượng quy mô của thị trường dệt may nội địa của Việt Nam. Để tạm thời lấp chỗ trống này, chúng tôi sử dụng một phương pháp ước lượng đơn giản dựa vào cấu trúc giỏ hàng tiêu dùng của Việt Nam (có so sánh với giỏ hàng tiêu dùng của các nước đang phát triển tương đương) và thu nhập khả dụng của người tiêu dùng Việt Nam. Theo phương pháp này, một người tiêu dùng trung bình ở Việt Nam hàng năm sử dụng khoảng 3% thu nhập khả dụng cho các sản phẩm may mặc. Như vậy, nhu cầu nội địa cho hàng may mặc ở Việt Nam đã tăng từ khoảng 17.500 tỉ đồng (1,1 tỉ USD) vào năm 2005 lên 53,800 tỉ đồng (2,7 tỉ USD) vào năm 2011, ứng với tốc độ tăng trưởng danh nghĩa trung bình khoảng 18,0%/năm và tốc độ tăng trưởng thực trung bình khoảng 11,3%/năm. Nếu tốc độ tăng trưởng này tiếp tục được duy trì thì thị trường sẽ mở ra vô vàn cơ hội mới cho các doanh nghiệp hiện hữu cũng như các doanh nghiệp sắp gia nhập ngành.

Tương tự như với quy mô thị trường nội địa, chúng tôi cũng không tìm được bất kỳ một nghiên cứu công phu nào về đặc điểm, cơ cấu, và xu thế thị hiếu đối với sản phẩm may mặc của người tiêu dùng trong nước. Từ các cuộc phỏng vấn chuyên gia và theo quan sát của chúng tôi, ở Việt Nam hiện có hai xu thế thị hiếu có thể nói là đối lập nhau song cùng tồn tại. Xu thế đầu tiên là chuộng các sản phẩm chất lượng vừa phải, mẫu mã đa dạng, được tiêu thụ ở các kênh truyền thống, với giá cả tương đối rẻ. Đối tượng tiêu dùng chủ yếu của các sản phẩm dạng này là nhóm người tiêu dùng có thu nhập trung bình và thấp. Xu thế thứ hai là của nhóm người thu nhập cao, không quá nhạy cảm đối với giá cả, thích những sản phẩm chất lượng cao, có thương hiệu, được tiêu thụ qua các kênh phân phối hiện đại.

Vấn đề với hai nhóm thị hiếu này là nhìn chung đều không thích hợp với mô hình và chiến lược kinh doanh của đa số doanh nghiệp dệt may Việt Nam hiện nay. Nhóm khách hàng thứ nhất sẽ thiên về các sản phẩm NK giá rẻ (bao gồm cả nhập lậu), đặc biệt là từ Trung Quốc, hoặc nếu mua hàng nội địa thì lại thiên về các hàng nhái, sao chép lại mẫu mã của các thương hiệu uy tín trong nước và nước ngoài. Nhóm khách hàng thứ hai sẽ chỉ chọn các sản phẩm thực sự có tên tuổi trong nước, đồng thời theo đuổi các thương hiệu nổi tiếng thế giới NK từ nước ngoài.

⁸⁶ Phải nói thêm là chính sách trợ cấp bông hiện nay của Trung Quốc có thể gây ra nhiều hệ lụy tiêu cực. Thứ nhất, nó tạo ra tình trạng dư cung. Theo báo cáo của Reuters, trong hai năm 2011 và 2012, Chính phủ Trung Quốc đã phải bỏ ra khoảng 33 tỉ USD để mua phần lớn lượng cung dư này (tỷ lệ mua của năm 2012 là gần 90% lượng bông sản xuất trong nước). Thứ hai, mặc dù chính sách hướng tới trợ cấp cho nông dân, nhưng người hưởng lợi thực sự lại là các nhà máy chế biến bông.

⁸⁷ Nhóm nhân tố này bao gồm nhu cầu trong và ngoài nước về sản phẩm và dịch vụ.

Cũng cần nói thêm là khảo sát và quan sát của chúng tôi phát hiện thấy nhóm khách hàng thứ ba – nhóm thu nhập trung bình cao (hay thu nhập khá) – ngày càng nổi lên thành một nhóm khách hàng quan trọng trong thị trường may mặc Việt Nam. Cùng với đà tăng trưởng kinh tế, tỷ trọng của nhóm thu nhập này ngày càng tăng. Hơn nữa, theo số liệu Điều tra mức sống hộ gia đình, trong giai đoạn 2002-2010, thu nhập danh nghĩa của nhóm này tăng trung bình 19%/năm, là mức tăng cao nhất trong tất cả các nhóm thu nhập. Đối với các doanh nghiệp dệt may trong Vùng, điều này đặc biệt thuận lợi vì Đông Nam Bộ là khu vực có mức sống cao hơn trung bình của cả nước⁸⁸, và do vậy quy mô thị trường cũng lớn hơn một cách tương xứng.

Nhóm thu nhập này có một đặc điểm quan trọng: họ là những người tiêu dùng có thị hiếu tinh tế, thích thú với cái mới (không nhất thiết là phải nhập ngoại), và không quá nhạy cảm về giá cả. Nếu đáp ứng được nhu cầu của nhóm khách hàng này thì các doanh nghiệp của Vùng không những có được một thị trường ổn định và ngày một lớn, mà còn không ngừng cải tiến và nâng cấp hoạt động của mình (từ thiết kế cho đến xây dựng thương hiệu và hệ thống kênh phân phối). Ngược lại, nếu muốn dễ dàng, các doanh nghiệp trong Vùng chỉ cần đáp ứng yêu cầu gia công của khách mua sỉ quốc tế, chấp nhận một mức lợi nhuận tương đối thấp và đánh mất thị trường nội địa vào tay hàng NK.

VIII.6. Các ngành CN hỗ trợ và liên quan⁸⁹

Đây là nhóm nhân tố yếu kém nhất của cụm ngành dệt may trong Vùng nói riêng cũng như của ngành dệt may Việt Nam nói chung. Sự yếu kém này cũng là cơ sở khiến chúng tôi nhận định rằng cụm ngành dệt may của Vùng tuy đã thành hình nhưng chưa hoàn chỉnh, mức độ liên kết và hợp tác lỏng lẻo, và hệ quả tất yếu là tính cạnh tranh thấp. Trong phần chuỗi giá trị, chúng tôi đã thảo luận về những hạn chế cơ bản của CN thượng nguồn và CN hỗ trợ. Phần này, vì vậy, chỉ tập trung vào ba điểm yếu lớn còn lại của cụm ngành dệt may trong Vùng.

VIII.6.1. Dịch vụ hỗ trợ (tài chính, marketing, vận tải, logistics) yếu⁹⁰[-]

Cho đến thời điểm này, thị trường chứng khoán ở Việt Nam vẫn chưa trở thành kênh huy động vốn hiệu quả cho doanh nghiệp, đặc biệt là các SMEs. Hiện chỉ có 6 doanh nghiệp dệt may đang niêm yết trên sàn giao dịch chứng khoán⁹¹. Tuy nhiên, nguồn vốn chính của các công ty này cũng chủ yếu đến từ vốn vay, thể hiện qua đòn bẩy tài chính trung bình lên tới 2,6. Không những thế, hai công ty dệt may đầu ngành là TCM và TNG có tổng tài sản lên đến 66% tổng tài sản của các doanh nghiệp dệt may niêm yết nhưng đồng thời cũng có đòn bẩy tài chính lớn nhất, tương ứng là 3,2 và 4,8.

Đối với các công ty không niêm yết, nguồn vốn hầu như không đến từ thị trường tài chính. Trong mẫu khảo sát của chúng tôi, chi phí đầu tư mới được huy động chủ yếu từ lợi nhuận giữ lại, đóng góp của cổ động hiện tại, và vay ngân hàng. Cụ thể là đối với ngành dệt, tỷ lệ đóng góp

⁸⁸ Thu nhập bình quân hộ gia đình của vùng Đông Nam Bộ luôn cao nhất nước và cao gấp rưỡi mức bình quân trung của cả nước.

⁸⁹ Nhóm nhân tố này bao gồm các ngành CN hỗ trợ, các nhà cung ứng và phân phối trong ngành, và các ngành/cụm ngành liên quan.

⁹⁰ Nội dung về marketing đã được trình bày ở Phần VI về chuỗi giá trị và nội dung về vận tải đã được thảo luận ở Phần III.4.

⁹¹ Sáu công ty này (cùng mã chứng khoán) bao gồm CTCP Everipia Việt Nam (EVE), CTCP Sản xuất – Thương mại May Sài Gòn (GMC), CTCP May Phú Thịnh, Nhà Bè (NPS), CTCP Dệt may – Đầu tư – Thương mại Thành Công (TCM), CTCP Vải sợi May mặc Miền Bắc (TET), và CTCP Đầu tư – Thương mại TNG (TNG).

từ các nguồn này lần lượt là 17,0%, 24,5%, và 21,3%; còn đối với ngành may là 28,1%, 19,6%, và 10,0%.

Về logistics, mặc dù có nhiều tiền đề thuận lợi để phát triển cụm ngành logistics như tốc độ phát triển kinh tế cao, CN chế tạo – chế biến tăng trưởng nhanh, vị trí địa lí nằm trên tuyến giao thương Á – Âu, địa hình bằng phẳng, có nhiều sông ngòi và cảng biển lớn – thế nhưng cụm ngành logistics của Vùng vẫn mới chỉ ở giai đoạn phát triển ban đầu.

Cũng như tình hình chung của cả nước, các doanh nghiệp logistics trong Vùng tuy nhiều về số lượng nhưng kết quả hoạt động rất khiêm tốn và chủ yếu chỉ phục vụ thị trường nội địa. Nguyên nhân là do thiếu chuyên môn, ít kinh nghiệm, quy mô nhỏ, hạn chế về liên kết và hiểu biết quốc tế. Ngược lại, các doanh nghiệp logistics của khu vực FDI có chuyên môn cao, giàu kinh nghiệm, quy mô lớn, và liên kết quốc tế rộng lớn. Vì vậy, các công ty này chiếm gần như hoàn toàn thị phần trong phân khúc dịch vụ giá trị gia tăng cao và có tính toàn cầu.

Bảng 61. Chỉ số năng lực logistics của một số quốc gia cạnh tranh

	2007		2012	
	Điểm	Xếp hạng	Điểm	Xếp hạng
Ma-lay-xia	3,48	27	3,49	29
Trung Quốc	3,32	30	3,52	26
Thái Lan	3,31	31	3,18	38
Ấn Độ	3,07	39	3,08	46
In-đô-nê-xia	3,01	43	2,94	59
Việt Nam	2,89	53	3,00	53
Phi-líp-pin	2,69	65	3,02	52
Pa-kis-tăng	2,62	68	2,83	71
Cam-pu-chia	2,50	81	2,56	101

Ghi chú: Điểm cao nhất là 5 và thấp nhất là 0.

Nguồn: Logistics Performance Index (LPI) truy cập từ địa chỉ <http://lpiurvey.worldbank.org/international/global/2012>

Năng lực logistics hạn chế của Vùng phần nào có thể được cảm nhận thông qua việc so sánh năng lực logistics của Việt Nam với một số quốc gia XK dệt may (Bảng 61). Theo Chỉ số năng lực logistics (LPI) của Ngân hàng Thế giới, xếp hạng của Việt Nam trong 6 năm qua – từ 2007 đến 2012 – đứng yên ở vị trí thứ 53. Với thứ bậc này, Việt Nam cùng nhóm với In-đô-nê-xia và Phi-líp-pin, dưới nhóm của Ấn Độ một chút, và thua xa Trung Quốc, Ma-lay-xia và Thái Lan. Nếu nhìn vào các chỉ tiêu cụ thể thì logistics của Việt Nam yếu nhất ở 3 phương diện, bao gồm dịch vụ cửa khẩu, trong đó bao gồm cả dịch vụ hải quan (2,65/5), cơ sở hạ tầng thương mại và vận tải (2,68/5), năng lực và chất lượng dịch vụ hậu cần (2,68/5).

VIII.6.2. Liên kết với các ngành/cụm ngành liên quan lỏng lẻo [–]

Về mặt lý thuyết, cụm ngành dệt may có mối liên hệ chặt chẽ với một số ngành/cụm ngành gần gũi như máy móc và thiết bị dệt may, hóa chất, thời trang, da giày, nội thất v.v. Tuy nhiên, thực

té trong Vùng nói riêng và Việt Nam nói chung cho thấy những mối liên kết này nhìn chung rất lỏng lẻo, nếu như không nói là trong một số trường hợp thậm chí hầu như không có liên kết.

Ngành máy móc – thiết bị dệt may: Sát sườn nhất với cụm ngành dệt may là ngành máy móc dệt may. Thế nhưng thực tế là ngành máy móc dệt may ở Việt Nam gần như không tồn tại. Theo khảo sát của chúng tôi, máy móc – thiết bị dệt may của các công ty dệt may trong Vùng hầu như đều là hàng nhập ngoại. Cụ thể là máy móc – thiết bị sản xuất xơ, sợi thường nhập từ Đài Loan, EU, Hàn Quốc, Trung Quốc, Hoa Kỳ và Anh; máy móc – thiết bị dệt chủ yếu nhập từ Đức, Trung Quốc, Nhật Bản, Đài Loan; còn máy móc – thiết bị nhập từ Đài Loan, Trung Quốc, Hàn Quốc, Singapore, Ý và Hồng Kông.⁹² NK máy móc – thiết bị dệt may cũng là tình hình chung của các doanh nghiệp dệt may trên toàn quốc. Theo số liệu của TCTK, hàng năm các doanh nghiệp dệt may Việt Nam hiện phải bỏ ra khoảng hơn 600 triệu USD để NK máy móc – thiết bị.⁹³ Thực trạng này đặt ra một câu hỏi nhức nhối buộc các nhà làm chính sách công – thương nghiệp cũng như các cơ sở nghiên cứu – chuyển giao công nghệ và sản xuất thiết bị CN phải trả lời: Tại sao ngành dệt may có quy mô lớn như vậy, thị trường máy móc – thiết bị dệt may lớn như vậy mà năng lực sản xuất tại chỗ – của cả doanh nghiệp nội địa và nước ngoài – gần như hoàn toàn không đáp ứng được?

Ngành hóa chất: Hóa chất cũng là một ngành gắn bó thiết thân với ngành dệt may, với công dụng trải dài từ khâu kéo sợi, dệt vải – xử lý hóa học (nấu, tẩy), cho đến nhuộm – hoàn thiện vải và xử lý nước thải sau khi nhuộm.⁹⁴ Tuy nhiên, như đã phân tích ở Phần IV về chuỗi giá trị, vì so với nhu cầu của ngành dệt may, sản lượng sợi của chúng ta đã ít, sản lượng vải còn ít hơn, sản lượng vải nhuộm thành phẩm còn ít hơn nữa, vì vậy sự hỗ trợ và tính liên kết của ngành hóa chất đối với dệt may hiện nay chỉ ở mức độ tối thiểu.

Ngành thời trang – da giày – nội thất: Khác với ngành máy móc – thiết bị dệt may và ngành hóa chất có liên quan trực tiếp trong quy trình sản xuất dệt may, ngành thời trang, da giày và nội thất là những ngành có nguyên liệu đầu vào là sản phẩm của ngành dệt may hoặc có tính chất bổ sung trong tiêu dùng sản phẩm dệt may. Một lần nữa, với việc xem nhẹ thị trường nội địa của ngành dệt may, cùng với sự phát triển hạn chế của ngành thời trang – da giày – nội thất trong nước và sự lấn át của hàng NK, sự hỗ trợ và tính liên kết của các ngành thời trang – da giày – nội thất trong nước đối với cụm ngành dệt may hiện nay ở mức độ rất thấp.

VIII.6.3. Sự hợp tác và liên kết giữa ngành dệt may với các viện nghiên cứu, trường đại học – cao đẳng – dạy nghề và thể chế hỗ trợ còn lỏng lẻo [–]

Mặc dù sự lỏng lẻo trong hợp tác giữa ngành dệt may với các viện nghiên cứu, trường đại học, cao đẳng, và dạy nghề vốn không phải là điểm yếu riêng có của Vùng cũng như của Việt Nam,

⁹² Một số ít doanh nghiệp trong mẫu khảo sát của chúng tôi cho biết họ mua máy móc thiết bị dệt của Công ty Thanh Tùng và máy móc thiết bị may của Công ty Thành Tài, cả hai đều ở TP.HCM. Tuy nhiên, khi chúng tôi tra cứu danh bạ công ty trực tuyến thì không tìm được hai doanh nghiệp này.

⁹³ Theo dự báo của Global Industry Analysts, Inc. thì đến năm 2015, quy mô thị trường thiết bị - máy móc dệt và may toàn cầu sẽ lần lượt là 20,8 và 25,8 tỉ USD. Với xu thế hiện nay, đến năm 2015, tổng KNNK máy móc – thiết bị dệt may của Việt Nam sẽ vào khoảng 800 triệu USD, tương đương với khoảng 1,7% thị trường toàn cầu.

⁹⁴ Bên cạnh biện pháp hoàn tất vải bằng biện pháp cơ học thì hoàn tất vải bằng biện pháp hóa học giúp tạo ra những tính năng mới cho vải như chống hôi, thấm mồ hôi, khử tĩnh điện, sợi đàn hồi, và thoát khí v.v.

song vì đây là một đặc điểm quan trọng, hơn nữa tuy đã được nhận ra từ lâu nhưng vẫn chưa được khắc phục, nên cũng cần được thảo luận một cách ngắn gọn.

Nghiên cứu và phát triển: Chất lượng và tính ứng dụng của các hoạt động R&D dệt may ở Việt Nam hiện nay rất hạn chế (xem Phần VI về chuỗi giá trị). Tương tự như vậy, kết quả khảo sát của chúng tôi cho thấy các cơ sở R&D hiện nay hầu như không hỗ trợ đáng kể cho các doanh nghiệp dệt may trong Vùng. Trong số 42 doanh nghiệp dệt, có tới 51% cho rằng các cơ sở R&D hiện nay không hỗ trợ được cho mình, trái lại chỉ có 9,8% được hỗ trợ ở mức độ vừa phải, và không có doanh nghiệp nào cho rằng họ được hỗ trợ ở mức cao. Tương tự như vậy, trong số 125 doanh nghiệp may, 45,5% cho rằng mình hầu như không được hỗ trợ, trong khi chỉ có 11,4% cho rằng họ được hỗ trợ ở mức vừa phải, và 2,6% được hỗ trợ ở mức cao.

Một phát hiện thú vị của Điều tra DN dệt may là khi được hỏi “Căn cứ vào đặc tính của lĩnh vực sản xuất, kinh doanh của doanh nghiệp, NẾU có các cơ sở R&D tốt ở bên ngoài thì tác động của các cơ sở này tới tính cạnh tranh của doanh nghiệp sẽ như thế nào,” thì đối với các doanh nghiệp dệt, câu trả lời được chia gần như đều nhau cho 3 nhóm “tác động yếu”, “tác động trung bình” và “tác động mạnh”. Còn đối với các doanh nghiệp may, 20% trả lời là có tác động yếu, 45% trả lời là có tác động trung bình, và 35% cho rằng có tác động mạnh. Như vậy, tựu trung là đối với cả nhóm doanh nghiệp dệt và may, R&D ở bên ngoài dù có tốt mấy đi chăng nữa cũng chỉ có tác động ở mức độ trung bình đối với hoạt động của doanh nghiệp.

Khi hoặc không thể dựa vào năng lực R&D từ bên ngoài, hoặc nếu có dựa được thì cũng chỉ ở mức vừa phải, các doanh nghiệp dệt may trong Vùng có xu hướng tự phát triển năng lực R&D của mình. Tuy nhiên, vì nguồn lực và năng lực có hạn nên nhìn chung các doanh nghiệp dệt may trong vùng cho rằng năng lực R&D của họ chỉ ở mức trung bình⁹⁵.

Đào tạo nguồn nhân lực: Sự phát triển CN rất nhanh của Vùng trong thời gian qua là một nguyên nhân quan trọng dẫn đến sự thiếu hụt về số lượng và bất cập về chất lượng lao động CN nói chung và dệt may nói riêng.

Về mặt số lượng, trong giai đoạn 2000 – 2010, lao động dệt trong Vùng tăng từ 14,2 nghìn lên 111,6 nghìn người (tốc độ tăng trung bình 22,9%/năm) và lao động may tăng từ 24,7 lên 446,5 nghìn người (tốc độ tăng trung bình 33,6%/năm), khiến cho lực lượng lao động dệt may tăng thêm tới 519 nghìn người và cao gấp hơn 14 lần so với năm 2000.

⁹⁵ Một điều thú vị là có tới hơn 12% doanh nghiệp dệt và may cho rằng họ có năng lực R&D rất mạnh.

Bảng 62. Số lượng lao động trong ngành dệt và may của Vùng (2000 – 2010)

	Lao động (người)			Tốc độ tăng (%/năm)		
	2000	2005	2010	2005/2000	2010/2005	2010/2000
Dệt	14.202	94.388	111.596	46,1%	3,4%	22,9%
Hồ Chí Minh	63389	66.927	64.605	1,1%	-0,7%	0,2%
Bình Dương	3.986	10.966	19.834	22,4%	12,6%	17,4%
Đồng Nai	10.216	16.495	27.157	10,1%	10,5%	10,3%
May	24.656	323.561	446.536	67,3%	6,7%	33,6%
Hồ Chí Minh	133974	246.871	295.912	13,0%	3,7%	8,2%
Bình Dương	10.403	45.080	96.002	34,1%	16,3%	24,9%
Đồng Nai	14.253	31.610	54.622	17,3%	11,6%	14,4%

Nguồn: Niên giám Thống kê của Hồ Chí Minh, Bình Dương, và Đồng Nai

Số lượng tăng trưởng như vũ bão này của lao động dẫn đến thách thức về duy trì chất lượng lao động. Vì nhu cầu lao động vượt quá xa khả năng cung ứng tự nhiên của dân số tại chỗ, nên chủ yếu được đáp ứng nhờ tăng dân số cơ học – tức là thông qua hoạt động di dân từ các địa phương khác tới với trình độ giáo dục và tay nghề thấp hơn mặt bằng chung của Vùng. Bên cạnh đó, với sự bất cập trầm trọng của các cơ sở đào tạo nghề về cả số lượng cũng như chất lượng đào tạo, rất khó để duy trì chứ chưa nói đến cải thiện chất lượng lao động. Trong hai ngành dệt và may thì thách thức về lao động của ngành dệt đặc biệt đáng lo ngại vì lao động dệt phức tạp hơn và do vậy khó đào tạo hơn. Theo Hiệp hội Dệt may Việt Nam thì tay nghề của đa số công nhân dệt Việt Nam hiện nay chỉ phù hợp với thể hệ máy móc có công nghệ trung bình và chưa thể đáp ứng được yêu cầu của thể hệ máy móc hiện đại. Nguyên nhân chính là do thiếu trường đào tạo công nhân dệt. Theo báo cáo của ITPC, toàn bộ ngành dệt chỉ có 4 trường nghề, mỗi năm đào tạo được khoảng 2.000 công nhân, tức là chỉ đáp ứng được nhu cầu của một tỉnh như Bình Dương hay Đồng Nai mà thôi. Không những thế, do chất lượng đào tạo bất cập nên chưa đáp ứng được yêu cầu ngày càng tăng của doanh nghiệp. Đứng trước sự bất cập cả về số lượng và chất lượng, các doanh nghiệp dệt may buộc phải chấp nhận tự đào tạo và đào tạo lại. Nhưng ngay cả khi ấy khó khăn về lao động cũng chưa hết, nguyên nhân là tỷ lệ bỏ việc của công nhân rất cao, khiến động cơ đào tạo của doanh nghiệp giảm sút, trong khi chi phí đào tạo lại tăng lên.

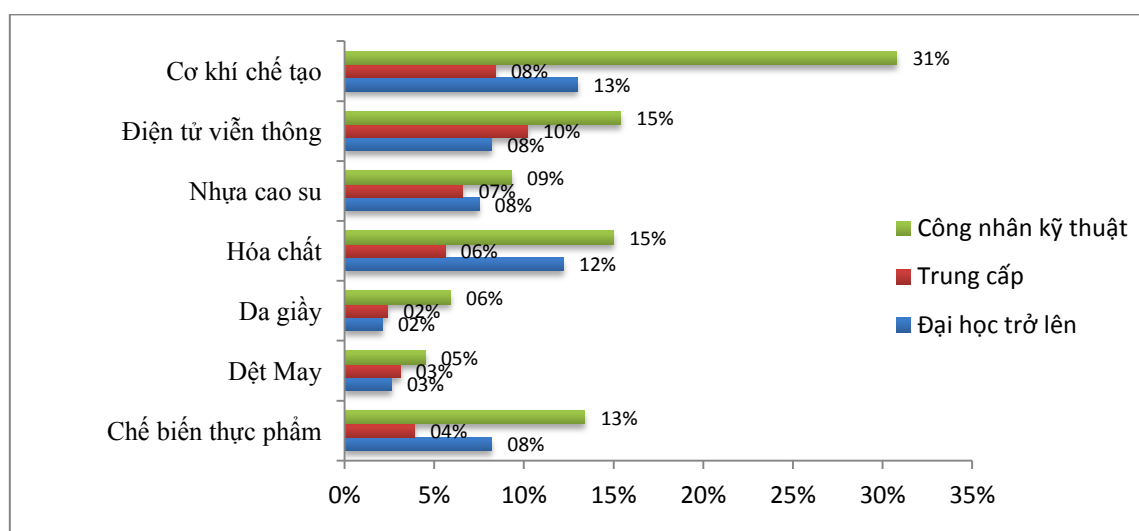
Một ví dụ đáng lưu ý nữa là ngành nhuộm. Kết quả phóng vấn của chúng tôi với một số công ty nhuộm trong Vùng cho thấy một trong những nguyên nhân quan trọng nhất khiến ngành nhuộm của chúng ta kém phát triển là do thiếu nhân lực chuyên môn. Công nghệ nhuộm rất phức tạp, chất lượng nhuộm chịu ảnh hưởng của nhiều yếu tố, vì vậy riêng việc đảm bảo màu sắc và chất lượng vải nhuộm đồng nhất đã là một thách thức không nhỏ. Trong khi ấy, các kỹ sư của chúng ta được đào tạo ngành hóa học là chính, sau đó khi vào ngành nhuộm lại phải tự học, tự mày mò. Ngay ở các trường đại học và cao đẳng kỹ thuật và chuyên ngành hàng đầu ở TP.HCM như Đại học Bách khoa TP.HCM, ĐH Sư phạm Kỹ thuật TP.HCM, Cao đẳng Kinh tế - Kỹ thuật Vinatex

TP.HCM, và Cao đẳng CN Dệt may Thời trang TP.HCM đều không có chuyên ngành hóa nhuộm hay công nghệ nhuộm⁹⁶.

Vì thiếu chuyên được đào tạo bài bản trong nước nên một số công ty nhuộm trong Vùng phải thuê chuyên gia nước ngoài. Bên cạnh đó, vì tỷ suất lợi nhuận trên doanh thu của khâu nhuộm rất thấp (nếu không nói là âm), nên nhiều doanh nghiệp phải lấy lợi nhuận của khâu dệt bù qua cho khâu nhuộm. Những khó khăn dường như không thể khắc phục được như thế này – ít nhất là trong ngắn và trung hạn – khiến đa số các doanh nghiệp dệt nhuộm mà chúng tôi phỏng vấn thiên về chiến lược củng cố chất lượng, đồng thời nỗ lực giảm chi phí chứ không dám nghĩ đến ý định mở rộng.

Từ một góc nhìn khác, khi nhìn vào bức tranh chung của toàn ngành CN chế tạo – chế biến, có thể thấy trình độ lao động trong ngành dệt may chỉ tương đương với ngành da giày và thấp hơn hẳn so với nhiều ngành CN khác (Hình 16).

Hình 16. So sánh trình độ lao động dệt may với một số ngành CN khác ở TP.HCM



Nguồn: Nguyễn Thái An và Nguyễn Văn Kịch.

Kết quả nghiên cứu của chúng tôi về mức độ hợp tác và liên kết giữa ngành dệt may với các viện nghiên cứu, trường đại học – cao đẳng – dạy nghề và thể chế hỗ trợ trong Vùng nhìn chung tương thích với nhận định của Hiệp hội Dệt May Việt Nam (xem VITAS 2006) cho cả nước, được trình bày lại trong Bảng 63 dưới đây.

⁹⁶ ĐH Bách khoa TP.HCM có hai đơn vị liên quan trực tiếp đến ngành dệt may là khoa Kỹ thuật Hóa học và bộ môn Kỹ thuật dệt may. Tuy nhiên, trong cả 3 chuyên ngành của khoa Kỹ thuật Hóa học và 38 môn học của chương trình cử nhân 5 năm Kỹ thuật dệt may đều không có môn hóa nhuộm hay công nghệ nhuộm. ĐH Sư phạm Kỹ thuật TP.HCM có Bộ môn Công nghệ hóa học (nằm trong khoa Công nghệ Hóa học và Thực phẩm). Cao đẳng Kinh tế - Kỹ thuật Vinatex TP.HCM có khoa Công nghệ dệt may đào tạo các chuyên ngành Công nghệ may, Công nghệ sợi dệt, và May thời trang. Cao đẳng CN dệt may Thời trang TP.HCM chỉ có 3 chuyên ngành là Công nghệ may, Thiết kế thời trang, và Quản trị kinh doanh. Có vẻ như chuyên ngành đào tạo về nhuộm ở Hà Nội mạnh hơn. Ví dụ như ở Viện dệt may da giày và thời trang (ĐHBK Hà Nội) có ngành Công nghệ nhuộm và hoàn tất, và Trường ĐH Kinh tế - Kỹ thuật CN (Hà Nội) có chuyên ngành công nghệ dệt - sợi - nhuộm.

Bảng 63. Một số nét chính về các tổ chức hỗ trợ của Việt Nam đối với ngành dệt may

	Đào tạo	Thông tin thương mại	Nghiên cứu thiết kế	Nghiên cứu kỹ thuật	Vận động chính sách	Nhận xét
VITAS	3	4	0	0	4	Đóng vai trò quan trọng trong hoạt động vận động chính sách. Hiệp hội có nguồn thông tin đảm bảo nhưng cần phải cùng cố hơn nữa về hoạt động tuyên truyền thông tin.
Agtek (Hội Dệt may- Thêu- Đan TP.HCM)	3,5	3,5	0	0	2,5	Rất thiết thực trong đào tạo và thông tin thương mại
Viện nghiên cứu và các trường đại học	2	0	2	2	1	Hoạt động đào tạo và nghiên cứu liên kết lỏng lẻo với DN.
Viện mẫu và thời trang Việt Nam (FADIN)	2	0	3,5	0	2	Thực hiện tốt nghiên cứu thiết kế và thiết kế vì mục tiêu cụ thể, cũng vẫn còn lỏng lẻo trong liên kết với những yêu cầu của doanh nghiệp
Trường đào tạo nghề	2,5	0	1	1	0	Đào tạo công nhân may ở các trường dạy nghề thường chỉ ở mức cơ bản với trang thiết bị đã rất lạc hậu.

Ghi chú: 5: rất mạnh; 4:mạnh; 3 trung bình; 2: yếu hoặc kém; 1:không có khả năng

VIII.7. Vẽ sơ đồ và đánh giá NLCT cụm ngành dệt may của Vùng

Cho đến thời điểm này, chúng ta đã có thông tin và phân tích cơ bản về tất cả các bộ phận trong cụm ngành dệt may của Vùng. Có thể thấy cụm ngành dệt may của Vùng đã hình thành nhưng chưa hoàn chỉnh, với NLCT hạn chế và thiếu bền vững. Một cách khái quát, NLCT nổi bật nhất của cụm ngành nằm ở khâu sản xuất gia công, chủ yếu dưới hình thức CMT, còn điểm yếu quan trọng nhất của nó nằm ở các khâu thượng nguồn – hạ nguồn và các ngành CN hỗ trợ. Bên cạnh đó, mức độ liên kết và hợp tác giữa cụm ngành với các ngành/cụm ngành liên quan và các thể chế hợp tác – hỗ trợ rất lỏng lẻo và kém hiệu quả. Những nhân tố này đã, đang và sẽ tiếp tục cản trở quá trình nâng cấp CN và qua đó tăng cường NLCT cho cụm ngành.

Trên cơ sở những số liệu điều tra doanh nghiệp sơ cấp, Bảng 64 và Bảng 65 đo lường vị thế cạnh tranh các nhân tố ngành may mặc và dệt của Vùng trong mô hình kim cương theo thang điểm 1-5. (Ngoài những số liệu đã trình bày trong các bảng, vị thế cạnh tranh còn được tính điểm căn cứ theo số liệu điều tra về nhân số tổ sản xuất và CSHT hỗ trợ tại Phụ lục 2).

Bảng 64. Đo lường các nhân tố ngành may mặc của Vùng trong mô hình kim cương

(Thang đo 1-5: 5 là có tính cạnh tranh ngang bằng với các cụm ngành mạnh nhất toàn cầu và 1 là có tính cạnh tranh kém nhất trong số các cụm ngành có xuất khẩu đáng kể ra toàn cầu)

	Vị thế cạnh tranh	Cơ sở đánh giá
Các điều kiện về nhân tố sản xuất		
<i>Lao động</i>		
Sự sẵn có về lao động với chi phí thấp	4,0	Bảng 59, Bảng 60
Sự sẵn có về lao động có kỹ năng	2,9	Bảng 57, C4.06 Phiếu ĐT
Kỹ năng quản lý	3,3	Bảng 57
Kỹ năng thiết kế, xây dựng thương hiệu	2,0	Bảng 57
Cơ sở giáo dục và đào tạo	2,0	Bảng 63, C4.07 Phiếu ĐT
<i>Cơ sở hạ tầng</i>		
Chất lượng dịch vụ hạ tầng (logistics)	3,0	Bảng 61, C4.15-16, Phiếu ĐT
Chất lượng dịch vụ hạ tầng (điện, nước)	4,0	Bảng 59
Đất đai	3,1	C4.13, Phiếu ĐT
<i>Nguyên phụ liệu</i>		
Gần với nguồn nguyên phụ liệu	2,0	Mục VII.2&3
Chi phí nguyên liệu thô nội địa so với NK	3,0	C3.15, Phiếu ĐT
Chất lượng nguyên phụ liệu nội địa	2,5	Bảng 50
Các điều kiện về cầu		
Mở rộng thị trường địa phương và trong nước	4,0	Mục VIII.5.1
Mở rộng thị trường xuất khẩu	5,0	Phần III
Phát triển SP, sáng tạo trước những thay đổi	3,2	C2.05, Phiếu ĐT
Chiến lược, cấu trúc và đối thủ cạnh tranh của DN		
Mức độ hiện diện của các DN nước ngoài	5,0	CSDL Bộ KH-ĐT
Mức độ cạnh tranh	3,1	C2.04, Phiếu ĐT
Rào cản thương mại	5,0	Phần IV
Rào cản gia nhập ngành	5,0	C2.11, Phiếu ĐT
Hiểu biết về DN ở xung quanh	1,0	C4.19&21, Phiếu ĐT
Lợi ích của hợp tác đến lợi nhuận	3,2	C4.18, 20&22, Phiếu ĐT
Mức độ cao trong áp dụng công nghệ tại DN	2,5	C2.02, Phiếu ĐT
Các ngành công nghiệp hỗ trợ có liên quan		
CN phụ trợ cho may mặc	1,0	Phần VII
Ngành MMTB may	0,7	C4.09, Phiếu ĐT
Ngành tài chính	2,5	C4.11-12, C7.03, Phiếu ĐT

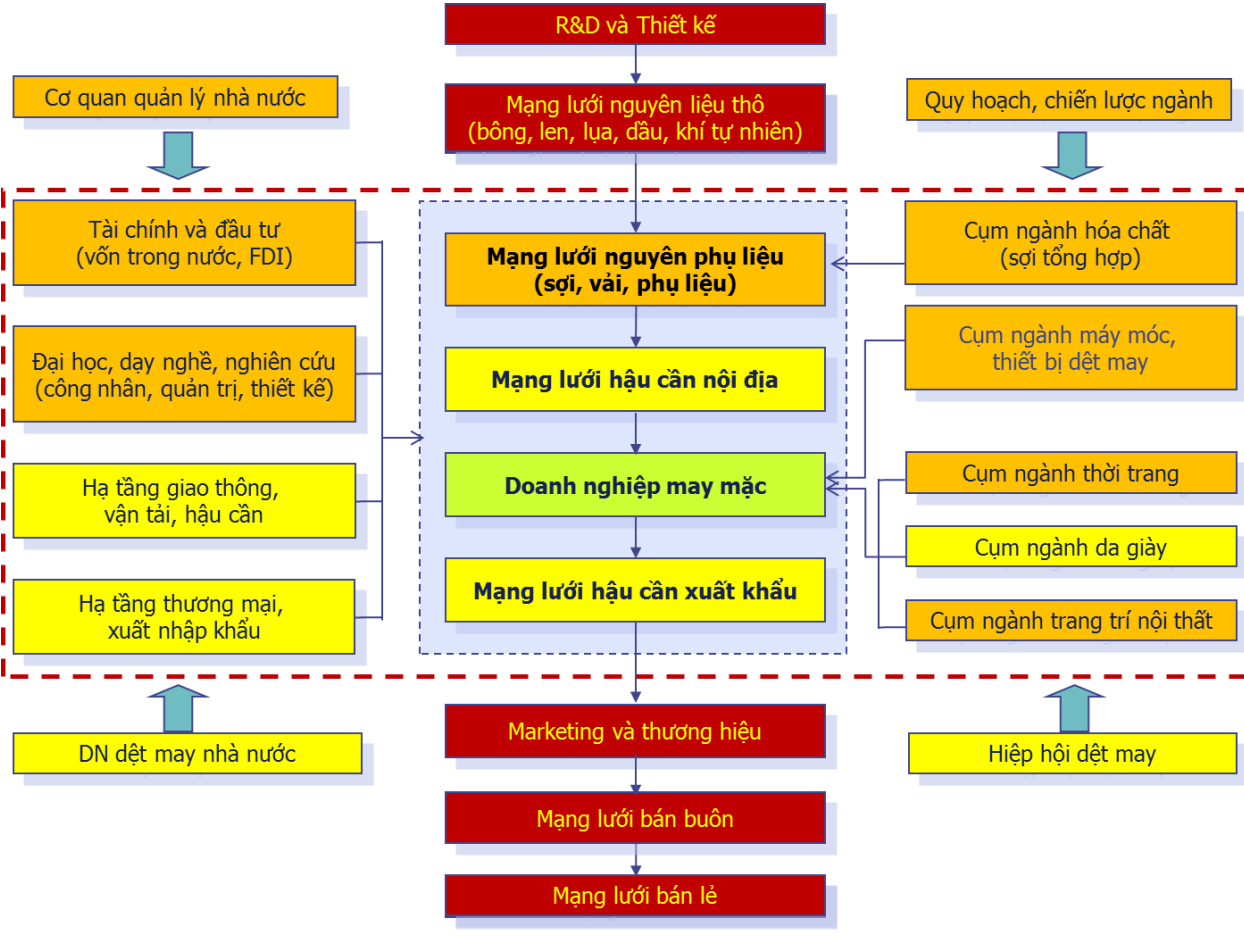
Bảng 65. Đo lường các nhân tố ngành dệt của Vùng trong mô hình kim cương

(Thang đo 1-5: 5 là có tính cạnh tranh ngang bằng với các cụm ngành mạnh nhất toàn cầu và 1 là có tính cạnh tranh kém nhất trong số các cụm ngành có xuất khẩu đáng kể ra toàn cầu)

	Vị thế cạnh tranh	Cơ sở đánh giá
Các điều kiện về nhân tố sản xuất		
Lao động		
Sự sẵn có về lao động với chi phí thấp	4,0	Bảng 59, Bảng 60
Sự sẵn có về lao động có kỹ năng	3,0	Bảng 58, C4.06 Phiếu ĐT
Kỹ năng quản lý	3,3	Bảng 58
Kỹ năng kỹ thuật	3,0	Bảng 58
Cơ sở giáo dục và đào tạo	2,0	Bảng 63, C4.07 Phiếu ĐT
Cơ sở hạ tầng		
Chất lượng dịch vụ hạ tầng (logistics)	3,0	Bảng 61, C4.15-17, Phiếu ĐT
Chất lượng dịch vụ hạ tầng (điện, nước)	4,0	Bảng 59
Đất đai	3,1	C4.13, Phiếu ĐT
Nguồn phụ liệu		
Gần với nguồn nguyên phụ liệu	2,0	Mục VII.2&3
Chi phí nguyên phụ liệu nội địa so với NK	3,0	C3.15, Phiếu ĐT
Chất lượng nguyên phụ liệu nội địa	2,3	Bảng 50
Các điều kiện về cầu		
Mở rộng thị trường địa phương và trong nước	4,0	Mục VIII.5.1
Mở rộng thị trường xuất khẩu	5,0	Phần III
Phát triển SP, sáng tạo trước những thay đổi	2,8	C2.05, Phiếu ĐT
Chiến lược, cấu trúc và đối thủ cạnh tranh		
Mức độ hiện diện của các DN nước ngoài	3,0	CSDL Bộ KH-ĐT
Mức độ cạnh tranh	3,2	C2.04, Phiếu ĐT
Rào cản thương mại	5,0	Phần IV
Rào cản gia nhập ngành	3,0	C4.08-10, Phiếu ĐT
Hiểu biết về DN ở xung quanh	1,0	C4.19&21, Phiếu ĐT
Lợi ích của hợp tác đến lợi nhuận	3,1	C4.18, 20&22, Phiếu ĐT
Mức độ cao trong áp dụng công nghệ tại DN	2,6	C2.02, Phiếu ĐT
Các ngành công nghiệp hỗ trợ có liên quan		
CN phụ trợ cho dệt	1,0	Phần VII
Ngành MMTB dệt	2,5	C4.09, Phiếu ĐT
Ngành tài chính	2,7	C4.11-12, C7.03, Phiếu ĐT

Trên cơ sở những thông tin, dữ liệu thống kê và phân tích định tính được trình bày ở các phần trước, chúng ta có thể đánh giá khái quát NLCT của cụm ngành trong mối tương quan so sánh với các đối thủ cạnh tranh chủ yếu trong khu vực Châu Á. Kết quả đánh giá được tóm tắt trong Hình 17 dưới đây.

Hình 17. Sơ đồ cụm ngành dệt may của Vùng



Ghi chú về cách tô màu:

Rất yếu	Yếu	Trung bình	Mạnh	Rất mạnh

PHẦN IX. KẾT LUẬN VÀ ĐỀ XUẤT

IX.1. Một số nhận xét kết luận

Trong hai thập niên vừa qua, đặc biệt là từ đầu thập niên 2000, ngành dệt may của Vùng đã có những bước phát triển vượt bậc, khẳng định vị trí quan trọng của mình trong nền kinh tế quốc gia. Trong bức tranh chung này của ngành dệt may cả nước, Vùng Hồ Chí Minh – Bình Dương – Đồng Nai nổi lên như một cụm ngành dệt may quan trọng nhất, đóng góp hơn 56,4% giá trị sản xuất công nghiệp, 39,4% kim ngạch xuất khẩu, và gần 30% lực lượng lao động của ngành dệt may cả nước trong năm 2011.

Trong nền công nghiệp của cả TP.HCM, Bình Dương, và Đồng Nai, dệt may đều có vị trí quan trọng nhờ vào sự phát triển vô cùng ấn tượng của khu vực doanh nghiệp tư nhân trong nước và FDI. Tuy nhiên, tầm quan trọng tương đối và xu thế phát triển của ngành dệt và may ở ba địa phương này không đồng nhất. Nếu như ở TP.HCM, ngành may vẫn đang rất phát đạt trong khi ngành dệt đang dần chững lại thì ở Đồng Nai, ngành dệt ngày càng khẳng định vị trí dẫn đầu trong toàn Vùng. Ở Bình Dương, mặc dù dệt chưa so được với Đồng Nai, may chưa so được với TP.HCM, nhưng cả hai ngành đều đang phát triển mạnh.

Sự phát triển của ngành dệt may trong Vùng trong hai thập niên trở lại đây xuất phát từ nhiều nguyên nhân. Đầu tiên phải kể đến các nhân tố lịch sử. So với cả nước, ngành dệt – may trong Vùng được thừa hưởng một xuất phát điểm tốt hơn hẳn để phát triển dệt may. Xuất phát điểm này không chỉ bao gồm những cơ sở sản xuất – kinh doanh được duy trì sau 1975 và sự quen thuộc với hoạt động sản xuất công nghiệp, dịch vụ thương mại, nghiệp vụ xuất nhập khẩu có tính thị trường, mà còn là năng lực quản lý, tinh thần doanh nhân, và khả năng tiếp cận thị trường quốc tế nổi trội so với các vùng và địa phương khác trong cả nước. Chính vì vậy, khi làn gió Đổi mới và hội nhập tràn đến, Vùng ngay lập tức đi tiên phong trong hoạt động sản xuất và xuất khẩu dệt may của cả nước. Thứ hai, cải cách kinh tế trong nước – đặc biệt là sự ra đời của Luật Doanh nghiệp 1999 và mở rộng thị trường bên ngoài – đặc biệt từ sau Hiệp định Thương mại Song Phương Việt Nam – Hoa Kỳ, đã tạo ra năng lực và cơ hội có tính quyết định cho sự tăng tốc của ngành dệt may trong Vùng. Thứ ba, làn sóng toàn cầu hóa và thuê ngoài (outsourcing) lan đến Việt Nam đúng lúc nền kinh tế bắt đầu mở cửa trong khi chi phí sản xuất – đặc biệt là chi phí lao động – còn khá rẻ so với các cường quốc dệt may khác trong khu vực. Chớp được cơ hội này, xuất khẩu dệt may của Vùng bùng nổ với kim ngạch tăng gần 20 lần trong giai đoạn 2000-2012.

Tuy nhiên, tám huy chương nào cũng đều có mặt trái của nó. Nhận diện được những mặt hạn chế này là tiền đề quan trọng để có thể tạo điều kiện cho ngành dệt may duy trì được nhịp độ phát triển hiện nay một cách bền vững, cũng như nâng cao (hoặc tối thiểu là duy trì) được vị thế cạnh tranh so với các đối thủ chủ yếu trong khu vực.

Từ góc độ tiếp cận chuỗi giá trị, nhìn chung dệt may của Vùng nói riêng và Việt Nam nói chung chỉ mạnh ở khâu sản xuất gia công (CMT) và yếu ở hầu hết các khâu còn lại. Kết quả điều tra của chúng tôi cho thấy năng lực R&D và thiết kế của đa số các doanh nghiệp dệt may trong Vùng chỉ ở mức trung bình thấp. Hạn chế này không chỉ xuất phát từ nguồn lực tài chính, vật chất, hay con người, mà cơ bản hơn, xuất phát từ sự thiếu thông tin về nhu cầu và thị hiếu

thời trang của người tiêu dùng cuối cùng, không chỉ trên thị trường quốc tế mà cả trong thị trường nội địa.

Mạng lưới cung cấp nguyên-phụ liệu cho ngành dệt may của Việt Nam cũng yếu. Trong các công đoạn sản xuất nguyên liệu thô thì ngành trồng bông là kém phát triển nhất; còn trong chuỗi cung ứng nguyên liệu thì in-nhuộm-hoàn tất là khâu yếu nhất. Hệ quả là hiện nay ngành dệt may phải nhập khẩu trên dưới 70% nguyên-phụ liệu, và nếu có xuất khẩu thì chủ yếu cũng là xuất thô, với đa số nguyên liệu đầu vào phải nhập khẩu. Một điểm đáng lưu ý là không phải bây giờ Việt Nam mới nhập khẩu nguyên-phụ liệu dệt may, mà tình trạng này đã ăn sâu vào nền sản xuất dệt may hơn nửa thế kỷ nay, ở cả miền Nam và miền Bắc. Điều này có nghĩa là những yếu kém về cung cấp nguyên-phụ liệu ở nước ta có tính cấu trúc, xuất phát từ những bất lợi có tính tự nhiên (như đất đai, khí hậu) hay có tính chính sách (như sự chậm trễ và kém hiệu quả trong việc phát triển các ngành công nghiệp hỗ trợ). Vì vậy, để giải quyết những vấn đề “mãn tính” như thế này, không thể vội vàng và duy ý chí mà phải biết tận dụng những cơ hội và nguồn lực mới từ bên trong và bên ngoài nền kinh tế.

Trong cả chuỗi giá trị dệt may thì may là khâu Vùng có thể mạnh nổi trội nhất. Tuy nhiên, ngay cả trong khâu mạnh nhất này thì do chủ yếu là may gia công, hơn nữa các mặt hàng gia công cũng chỉ có giá trị trung bình và thấp nên giá trị gia tăng không cao, biên lợi nhuận thấp. Điều này cũng có nghĩa là sự phát triển mạnh mẽ của ngành may trong thời gian qua chủ yếu là theo chiều rộng và dựa vào chi phí nhân công thấp – hai nhân tố chắc chắn không thể duy trì mãi.

Hoạt động phân phối xuất khẩu của các DN dệt may Việt Nam nói chung và trong Vùng nói riêng hiện nay vẫn chưa phát triển và đang phụ thuộc vào người mua nước ngoài, bao gồm các doanh nghiệp bán lẻ, các nhà sản xuất, và các nhà buôn. Đa số các doanh nghiệp dệt may trong Vùng, đặc biệt là các SMEs, thường không thể bán hàng trực tiếp cho những người mua toàn cầu, mà phụ thuộc hầu như toàn bộ vào các nhà buôn trong khu vực.

Cần nói thêm rằng “hệ sinh thái” dệt may của Vùng có tính chất phân tầng khá rõ nét trong ngành dệt may của Vùng: Tầng thứ nhất, cao nhất nhưng chiếm tỷ lệ rất ít, bao gồm một số doanh nghiệp nhà nước và FDI lớn; tầng thứ ba, thấp nhất và chiếm tỷ lệ đa số, là các doanh nghiệp nhỏ và siêu nhỏ; và tầng ở giữa bao gồm các doanh nghiệp có quy mô vừa còn lại. Một cách công bằng mà nói, mặc dù những điểm yếu nói trên áp dụng cho gần như tất cả các doanh nghiệp ở tầng thứ ba, đa số doanh nghiệp ở tầng thứ hai, nhưng không phải không có những ngoại lệ ở tầng thứ nhất. Theo kết quả phỏng vấn và khảo sát của chúng tôi, một tỷ lệ đáng lưu ý doanh nghiệp dệt và may tự tin về năng lực R&D và thiết kế của mình, được minh chứng bằng khả năng xuất khẩu dưới hình thức ODM. Đồng thời, cũng có một số doanh nghiệp – mặc dù còn là thiểu số – đã tiếp cận trực tiếp được với hệ thống phân phối toàn cầu cho những sản phẩm đẳng cấp (premium products).

Từ góc độ tiếp cận cụm ngành, có thể nói cụm ngành dệt may của Vùng tuy đã hình thành nhưng chưa hoàn chỉnh, với NLCT hạn chế và thiếu bền vững.

Trong nhóm các điều kiện nhân tố sản xuất, lợi thế nổi bật của Vùng (cũng như của Việt Nam nói chung) là lao động rẻ và tương đối dồi dào. Trong ngắn và trung hạn, lợi thế này chắc chắn sẽ tiếp tục được duy trì, và do vậy sẽ tiếp tục là nhân tố duy trì tốc độ tăng trưởng hiện nay. Tuy nhiên, nếu cứ tiếp tục duy trì và sống nhờ vào giá lao động rẻ thì sớm muộn ngành dệt may sẽ

phải đối diện với nhiều nguy cơ và khó khăn nan giải. Nguy cơ đầu tiên là các doanh nghiệp trong ngành lệ thuộc quá nhiều vào chi phí lao động rẻ. Sự lệ thuộc vào chi phí lao động rẻ dẫn tới nguy cơ thứ hai là “bẫy công nghệ thấp” và đi đôi với nó là chất lượng và giá trị thấp. Lương thấp cùng với hiện tượng “nhảy việc” phổ biến trong ngành dệt may làm trầm trọng thêm tình trạng lao động chất lượng thấp và thiếu kỹ năng hiện nay. Nói tóm lại, lợi thế lao động rẻ không thể duy trì được mãi, mà nếu giả sử có duy trì được thì cũng không phải là điều đáng mong muốn. Như vậy, trong dài hạn, điều quan trọng đối với NLCT không phải là chi phí thấp hay cao mà là mối tương quan giữa chi phí và giá trị gia tăng tạo ra như thế nào. Giá trị gia tăng cao, chứ không phải chi phí thấp, phải trở thành cái đích cho các doanh nghiệp dệt may Việt Nam hướng tới.

Một điều tưởng chừng là nghịch lý nhưng rất đúng cho ngành dệt may của Vùng, đó là mặc dù so với các đối thủ cạnh tranh trong khu vực, chi phí lao động của Vùng thấp nhưng chi phí sản xuất – kinh doanh lại cao. Điều này xuất phát từ một số nguyên nhân. Thứ nhất, có những chỉ báo cho thấy sau khi điều chỉnh mức độ hiệu quả thì chi phí lao động của Việt Nam không hề rẻ hơn so với Ấn Độ và rẻ hơn không nhiều so với Trung Quốc. Thứ hai, các doanh nghiệp Việt Nam nói chung phải chịu một số chi phí cao hơn hẳn so với các đối thủ cạnh tranh, đặc biệt là nguyên-vật liệu (do phải nhập khẩu) và tín dụng. Thứ ba, đa số doanh nghiệp dệt may Việt Nam có quy mô nhỏ và vừa, vì vậy không tận dụng được lợi thế theo quy mô để giảm chi phí. Thứ tư, thời gian nhập khẩu nguyên liệu và xuất khẩu thành phẩm dài, cùng với việc thiếu khả năng đáp ứng các đơn hàng lớn và yêu cầu dịch vụ khách hàng đã làm tăng đáng kể chi phí cơ hội của các doanh nghiệp dệt may Việt Nam.

Trong nhóm các nhân tố bối cảnh chiến lược và cạnh tranh, nổi lên tình trạng cạnh tranh chủ yếu ở hoạt động gia công cho phân khúc thấp và trung bình. Điều này hoàn toàn dễ hiểu sau những phân tích về chuỗi giá trị và điều kiện nhân tố sản xuất ở trên. Chắc chắn là để thoát ra khỏi hoạt động gia công thuần túy và vượt lên trên phân khúc thấp và trung bình cần rất nhiều nỗ lực không chỉ của bản thân doanh nghiệp mà của toàn bộ các bộ phận khác nhau trong cụm ngành. Đáng tiếc là do năng lực, tính liên kết và mức độ hỗ trợ trong cụm ngành dệt may của Vùng rất thấp, vì vậy có thể thấy trước được rằng, tình trạng đa số doanh nghiệp co cụm ở phân khúc thấp và trung bình sẽ vẫn tiếp tục tái diễn trong nhiều năm sắp tới.

TPP là một ẩn số trong môi trường cạnh tranh của các doanh nghiệp dệt may của Vùng nói riêng và Việt Nam nói chung. Việc Việt Nam là “cường quốc dệt may” duy nhất của Châu Á tham gia TPP có thể được coi là cơ hội. Tuy nhiên, có nhiều dấu hiệu cho thấy không những chúng ta chưa chắc có thể tận dụng được cơ hội, mà còn đứng trước một số nguy cơ không nhỏ khi gia nhập TPP. Như chúng tôi đã chỉ ra, thành công xuất khẩu của dệt may Việt Nam trong hai thập niên qua phụ thuộc chủ yếu vào ba nhân tố quan trọng, bao gồm chính sách hội nhập quốc tế, cải cách kinh tế trong nước (biệt là là phát triển kinh tế tư nhân), và mở rộng nhu cầu ở các thị trường lớn. Nếu như trong giai đoạn ký kết BTA, ở Việt Nam hội tụ đầy đủ cả ba nhân tố này, thì đến WTO, yếu tố thứ nhất vẫn còn, nhưng yếu tố thứ hai đã vắng mặt, còn yếu tố thứ ba không còn có tính “đột phá” như thời BTA nữa. Trước ngưỡng cửa TPP, có thể nói cả ba yếu tố đều không thuận lợi như những lần trước. Cụ thể hơn, trong điều kiện các doanh nghiệp dệt may của Việt Nam nhập đa số nguyên phụ liệu thì quy định “tự sợi trở đi” của TPP nếu được áp dụng một cách nghiêm ngặt sẽ đồng nghĩa với việc lợi ích của việc gia nhập TPP bị vô hiệu hóa đối

với phần lớn doanh nghiệp Việt Nam. Tương lai phát triển của ngành dệt may phụ thuộc vào khả năng của Chính phủ và bản thân doanh nghiệp trong việc tận dụng cơ hội và ngoại lực để hoàn chỉnh cụm ngành dệt may, bằng không Việt Nam sẽ chỉ được các doanh nghiệp dệt may FDI sử dụng như một bàn đạp nhân công rẻ để xuất khẩu.

Trong khi các doanh nghiệp Việt Nam mãi mê theo đuổi phân khúc thấp và trung bình trên thị trường xuất khẩu thì sản phẩm dệt may nước ngoài, đặc biệt là từ Trung Quốc (và ở một mức độ thấp hơn là Hàn Quốc, Đài Loan, Nhật Bản, Thái Lan) lại đang chiếm lĩnh chính những phân khúc này trên thị trường nội địa. Nguyên nhân quan trọng nhất của tình trạng “thua trên sân nhà” là do đa số các doanh nghiệp Việt Nam chủ động bỏ qua thị trường nội địa, không phải vì thị trường này thiếu tiềm năng, mà vì họ tự biết mình không thể cạnh tranh được, đặc biệt là với hàng dệt may Trung Quốc, vì mấy nguyên nhân sau. Thứ nhất, đa số các doanh nghiệp Việt Nam không biết cách xây dựng và quản trị chuỗi giá trị một cách hiệu quả. Thứ hai, mặt bằng hiệu suất và năng suất của doanh nghiệp Việt Nam thua xa Trung Quốc. Thứ ba, chính sách của Chính phủ Trung Quốc chủ động khuyến khích sản xuất và xuất khẩu dệt may, tất nhiên là với cái giá không nhỏ đứng về phương diện vĩ mô và dư thừa công suất.

Trong nhóm các nhân tố các điều kiện cầu, một đặc điểm nổi bật là nhu cầu nội địa tăng rất nhanh. Theo ước tính của chúng tôi, nhu cầu nội địa đối với hàng may mặc ở nước ta đã tăng từ khoảng 1,1 tỉ USD vào năm 2005 lên khoảng 3 tỉ USD vào năm 2012, ứng với tốc độ tăng trưởng danh nghĩa trung bình khoảng 18,0%/năm và tốc độ tăng trưởng thực trung bình khoảng 11,3%/năm. Nếu tốc độ tăng trưởng này tiếp tục được duy trì thì thị trường trong nước sẽ mở ra vô vàn cơ hội mới cho các doanh nghiệp hiện hữu cũng như các doanh nghiệp sắp gia nhập ngành.

Cơ hội trên thị trường nội địa lớn như vậy, song đáng tiếc là chưa được các doanh nghiệp dệt may trong nước khai thác một cách hiệu quả do nhiều nguyên nhân, trong đó một nguyên nhân then chốt là xu thế thị hiếu của thị trường và chiến lược kinh doanh của đa số doanh nghiệp dệt may Việt Nam không tương thích với nhau. Ở Việt Nam hiện có hai xu thế thị hiếu có thể nói là đối lập nhau song cùng tồn tại. Xu thế đầu tiên là chuộng các sản phẩm chất lượng vừa phải, mẫu mã đa dạng, được tiêu thụ ở các kênh truyền thống, với giá cả tương đối rẻ. Xu thế thứ hai là của nhóm người thu nhập cao, không quá nhạy cảm đối với giá cả, thích những sản phẩm chất lượng cao, có thương hiệu, được tiêu thụ qua các kênh phân phối hiện đại. Nhóm khách hàng thứ nhất sẽ thiên về các sản phẩm nhập khẩu giá rẻ (đặc biệt là từ Trung Quốc), hoặc hàng sao chép của các thương hiệu uy tín trong nước và nước ngoài. Nhóm khách hàng thứ hai thường chỉ chọn các thương hiệu lớn trong nước và theo đuổi các thương hiệu nổi tiếng thế giới. Cũng cần nói thêm là, trong khoảng một thập niên trở lại đây, ở Việt Nam nổi lên một nhóm khách hàng thứ ba – nhóm thu nhập khá. Đặc điểm của nhóm này là họ có thị hiếu tinh tế, thích thú với cái mới (không nhất thiết là phải nhập ngoại), và không quá nhạy cảm về giá cả. Nếu đáp ứng được nhu cầu của nhóm khách hàng này thì các doanh nghiệp của Vùng không những có được một thị trường ổn định và ngày một lớn, mà còn không ngừng cải tiến và nâng cấp hoạt động của mình, từ thiết kế cho đến xây dựng thương hiệu và hệ thống kênh phân phối.

Nhóm nhân tố yếu kém nhất của cụm ngành dệt may trong Vùng nói riêng và của Việt Nam nói chung liên quan đến các ngành công nghiệp hỗ trợ và liên quan. Chính sự yếu kém này là cơ sở khiến chúng tôi nhận định rằng cụm ngành dệt may của Vùng tuy đã thành hình nhưng chưa

hoàn chỉnh, mức độ liên kết và hợp tác lỏng lẻo, và hệ quả tất yếu là tính cạnh tranh thấp. Cho đến thời điểm này, thị trường chứng khoán ở Việt Nam vẫn chưa trở thành kênh huy động vốn hiệu quả cho doanh nghiệp, đặc biệt là các SMEs. Hiện chỉ có 6 doanh nghiệp dệt may đang niêm yết trên sàn giao dịch chứng khoán, tuy nhiên nguồn vốn chính của các công ty này cũng chủ yếu đến từ vốn vay, thể hiện qua đòn bẩy tài chính trung bình lên tới 2,6 lần.

Về logistics, mặc dù có nhiều tiền đề thuận lợi để phát triển cụm ngành logistics như tốc độ phát triển kinh tế cao, công nghiệp chế tạo – chế biến tăng trưởng nhanh, vị trí địa lý nằm trên tuyến giao thương Á – Âu, địa hình bằng phẳng, có nhiều sông ngòi và cảng biển lớn – thế nhưng cụm ngành logistics của Vùng vẫn mới chỉ ở giai đoạn ban đầu, phát triển chủ yếu về số lượng nhưng kết quả hoạt động rất khiêm tốn và chủ yếu chỉ phục vụ thị trường nội địa. Nguyên nhân chính là do thiếu chuyên môn, ít kinh nghiệm, quy mô nhỏ, hạn chế về liên kết và hiểu biết quốc tế.

Đối với các ngành hay cụm ngành gắn gũi như máy móc và thiết bị dệt may, hóa chất, thời trang, da giày, nội thất, lẽ ra cụm ngành dệt may phải có mối liên hệ chặt chẽ và thiết thân. Thế nhưng trên thực tế, mối liên kết và hỗ trợ giữa chúng nhìn chung rất lỏng lẻo, nếu như không nói là trong một số trường hợp thậm chí hầu như không tồn tại. Tương tự như vậy, sự hợp tác và liên kết giữa cụm ngành dệt may với các viện nghiên cứu, trường đại học – cao đẳng – dạy nghề và thể chế hỗ trợ rất mờ nhạt.

IX.2. Quan điểm phát triển ngành dệt may

Phần này sẽ thảo luận về quan điểm có tính chiến lược về phát triển ngành dệt may của Việt Nam nói chung, trong đó Vùng là một khu vực quan trọng, nếu không nói là quan trọng nhất. Để tạo điều kiện cho độc giả hiểu rõ thêm quan điểm của Nhóm nghiên cứu, chúng tôi sẽ so sánh hệ thống quan điểm của chúng tôi với hệ quan điểm phát triển ngành dệt may của Chính phủ (được phát biểu trong Quyết định số 36/2008/QĐ-TTg ngày 10/3/2008 phê duyệt Chiến lược phát triển ngành công nghiệp Dệt May Việt Nam đến năm 2015, định hướng đến năm 2020) (xem Bảng 66).

Trước khi đi vào so sánh trực tiếp hai hệ quan điểm, có một số ý cần được làm rõ. Thứ nhất, việc so sánh được thực hiện từ góc độ chính sách công. Nói cách khác, hệ quan điểm phát triển phải phản ánh được tầm nhìn của Chính phủ về vai trò và chức năng của mình cũng như của các bộ ngành, địa phương hữu quan trong việc phát triển ngành dệt may. Điều này cũng có nghĩa là một số vai trò và chức năng của khu vực doanh nghiệp cần phải được trả lại cho doanh nghiệp chứ nhà nước không ôm đồm làm thay hay can thiệp quá mức. Thứ hai, như độc giả sẽ thấy, quan điểm thứ 6 của Nhóm tác giả có thể có cùng nội hàm với quan điểm của Chính phủ, song được diễn đạt một cách khác để đảm bảo tính nhất quán trong phương pháp tiếp cận cụm ngành và chuỗi giá trị. Bên cạnh đó, cũng cần nói thêm là các từ ngữ mà Nhóm nghiên cứu sử dụng để bày tỏ quan điểm của mình nhìn chung đều có *nội hàm chính sách* cụ thể và đã được định nghĩa trong bài nghiên cứu. Điều này có nghĩa là sau khi đọc hệ quan điểm được tóm tắt trong Bảng 66, độc giả hoàn toàn có thể liên hệ với những nội dung đã được trình bày ở phía trước để thấy được hàm ý chính sách của những quan điểm này.

Bảng 66. Hai cách tiếp cận đối với chiến lược phát triển ngành dệt may

	<i>Quyết định phê duyệt Chiến lược phát triển ngành công nghiệp Dệt May Việt Nam đến năm 2015, định hướng đến năm 2020</i>	<i>Khảo sát đánh giá năng lực cạnh tranh của cụm ngành dệt may trên địa bàn Thành phố và một số địa phương lân cận</i>
1	“Phát triển ngành Dệt May theo hướng chuyên môn hóa, hiện đại hóa, nhằm tạo ra bước nhảy vọt về chất và lượng sản phẩm.”	Phát triển ngành dệt may theo hướng nâng cấp công nghiệp, tức là nâng cấp chuỗi giá trị và hoàn thiện cụm ngành dệt may.
2	“Lấy xuất khẩu làm mục tiêu cho phát triển của ngành, mở rộng thị trường xuất khẩu, đồng thời phát triển tối đa thị trường nội địa.”	Lấy giá trị gia tăng làm mục tiêu, đồng thời là thước đo cho sự phát triển của ngành.
3	“Phát triển ngành Dệt May phải gắn với bảo vệ môi trường và xu thế dịch chuyển lao động nông nghiệp nông thôn.”	Cân đối lợi ích của việc phát triển ngành dệt may với bảo vệ môi trường.
4	“Chuyển các doanh nghiệp Dệt May sử dụng nhiều lao động về các vùng nông thôn, đồng thời phát triển thị trường thời trang Dệt May Việt Nam tại các đô thị và thành phố lớn.”	Cần hiểu và vận dụng đúng quy luật thị trường về xu thế dịch chuyển lao động cũng như phát triển thị trường thời trang dệt may.
5	“Đa dạng hóa sở hữu và loại hình doanh nghiệp trong ngành Dệt May, huy động mọi nguồn lực trong và ngoài nước để đầu tư phát triển Dệt May Việt Nam.”	Tạo điều kiện tối đa cho khu vực tư nhân phát triển. Tận dụng tối đa cơ hội và nguồn lực (cả trong và ngoài nước) để nâng cấp chuỗi giá trị và hoàn thiện cụm ngành dệt may trong nước.
6	“Phát triển nguồn nhân lực cả về số lượng và chất lượng cho sự phát triển bền vững của ngành Dệt May Việt Nam.”	Ưu tiên phát triển chất lượng nguồn nhân lực phục vụ cho nâng cấp chuỗi giá trị và hoàn thiện cụm ngành.

IX.2.1. Quan điểm 1: Phát triển ngành dệt may theo hướng nâng cấp công nghiệp, tức là nâng cấp chuỗi giá trị và hoàn thiện cụm ngành dệt may.

Một luận điểm cơ bản của lý thuyết cụm ngành là NLCT của mỗi công ty và của mỗi ngành công nghiệp không chỉ do bản thân công ty hay ngành công nghiệp ấy quyết định, mà phụ thuộc rất nhiều vào “hệ sinh thái” - hay cụm ngành - trong đó công ty và ngành công nghiệp hoạt động. Một luận điểm cơ bản nữa của lý thuyết cụm ngành là nếu được liên kết chặt chẽ thì sức mạnh tổng hợp của các bộ phận hợp thành cụm ngành sẽ lớn hơn sức mạnh của các thành viên riêng lẻ gộp lại. Như vậy, nhìn từ góc độ chính sách công, nỗ lực phát triển ngành dệt may hay bất kỳ một ngành công nghiệp nào khác không chỉ nằm ở việc ra chính sách (vai trò của chính phủ) hay ở hoạt động của các doanh nghiệp (vai trò của khu vực kinh doanh), mà còn nằm ở rất nhiều các hoạt động có liên quan mật thiết như giáo dục, đào tạo, nghiên cứu khoa học, cơ sở hạ tầng, logistics, hệ thống kênh phân phối v.v. Nói cách khác, cách tiếp cận cụm ngành đối với chiến lược phát triển một ngành công nghiệp đòi hỏi phải có một cái nhìn toàn diện vì để nâng

cao NLCT của bất kỳ ngành công nghiệp nào đều đòi hỏi sự cải tiến ở rất nhiều “mặt trận” khác nhau.

Bên cạnh đó, vì như đã phân tích trong bài nghiên cứu, đa số các doanh nghiệp dệt may Việt Nam tập trung vào hoạt động gia công – khâu đem lại giá trị thấp nhất trong chuỗi giá trị – vì vậy nâng cấp chuỗi giá trị hiển nhiên là một điều kiện tiên đề để phát triển ngành dệt may nước nhà.

Có lẽ cũng nên bình luận ngắn gọn về quan điểm tương ứng của Chính phủ, theo đó “Phát triển ngành Dệt May theo hướng chuyên môn hóa, hiện đại hóa, nhằm tạo ra bước nhảy vọt về chất và lượng sản phẩm.” Chúng tôi cho rằng việc chuyên môn hóa, hiện đại hóa là chức năng, hay nói chính xác hơn, là lựa chọn của doanh nghiệp, nhà nước không nên can thiệp và càng không thể làm thay. Thực tế là dù Chính phủ không bảo nhưng đa số các doanh nghiệp may của Việt Nam đã chọn “chuyên môn hóa” vào khâu gia công. Đồng thời, bất chấp nỗ lực của Chính phủ trong việc kêu gọi các doanh nghiệp dệt may hiện đại hóa, chỉ một số rất ít doanh nghiệp thực hiện được điều này. Nói một cách ngắn gọn, động cơ lợi nhuận và các điều kiện cụ thể của từng doanh nghiệp sẽ quyết định lựa chọn của họ về chuyên môn hóa hay hiện đại hóa. Vai trò của nhà nước là nếu như một doanh nghiệp chọn hướng chuyên môn hóa hay hiện đại hóa mà nhà nước cho là cần thiết thì nhà nước cần tạo điều kiện để doanh nghiệp ấy có thể đạt được mục tiêu của mình một cách hiệu quả nhất.

IX.2.2. Quan điểm 2: Lấy giá trị gia tăng làm mục tiêu, đồng thời là thước đo cho sự phát triển của ngành.

Một nhận định quan trọng được rút ra từ lý thuyết và thực tiễn phát triển công nghiệp là cạnh tranh như thế nào quan trọng hơn cạnh tranh trong ngành nào. Cụ thể hơn, nếu cạnh tranh trong một ngành bị coi là “công nghệ thấp” song đem lại giá trị gia tăng cao hơn (và do vậy tỷ lệ lợi nhuận cao hơn) thì còn hơn là cạnh tranh trong một ngành được coi là “công nghệ cao” nhưng giá trị gia tăng và lợi nhuận thấp hơn.

Quan điểm này rất khác với quan điểm của Chính phủ, theo đó “Lấy xuất khẩu làm mục tiêu cho phát triển của ngành, mở rộng thị trường xuất khẩu, đồng thời phát triển tối đa thị trường nội địa.” Thực tế là từ trước đến nay Việt Nam luôn đi theo quan điểm này, lấy xuất khẩu làm mục tiêu, bất kể giá trị gia tăng tạo ra nhiều hay ít. Như đã phân tích trong bài, mãi miết chạy theo xuất khẩu, đa số doanh nghiệp dệt may Việt Nam không những bị kẹt trong “bẫy công nghệ thấp” mà còn đánh mất luôn thị trường nội địa.

Còn nếu theo quan điểm của chúng tôi, khi giá trị gia tăng được chọn làm mục tiêu và thước đo cho sự phát triển ngành, chúng ta sẽ ý thức rất rõ những mặt trái trong dài hạn của việc chạy theo hoạt động gia công vốn dễ dàng trong ngắn hạn nhưng lại không bền vững và để lại nhiều hệ lụy trong dài hạn. Đồng thời, nếu áp dụng quan điểm của chúng tôi thì ngay cả việc phân biệt thị trường nội địa và xuất khẩu cũng trở nên không còn quan trọng nữa vì sự phân biệt hữu ích nhất nằm ở giá trị chứ không nằm ở khu vực địa lý. Một lần nữa, cạnh tranh như thế nào quan trọng hơn cạnh tranh ở đâu. Nếu như các doanh nghiệp dệt may Việt Nam tiến lên được các nấc thang giá trị gia tăng cao hơn và thâm nhập được một cách vững chắc vào các thị trường cao cấp

thì việc đề ngỏ thị trường trong nước cũng chỉ nên xem là một sự phân công lao động trong chuỗi giá trị toàn cầu.

IX.2.3. Quan điểm 3: Cân đối lợi ích của việc phát triển ngành dệt may với bảo vệ môi trường.

Theo lý thuyết kinh tế, các quyết định của doanh nghiệp nói chung được thực hiện trên cơ sở phân tích lợi ích chi phí, với mục tiêu tối đa hóa lợi nhuận. Điều này có một bất cập – mà lý thuyết kinh tế gọi là thất bại của thị trường – đó là khi một doanh nghiệp tính toán chi phí (hay lợi ích), nó thường chỉ quan tâm tới chi phí (hay lợi ích) liên quan trực tiếp đến mình mà không tính đến chi phí gây ra (hay lợi ích tạo ra) cho những đơn vị kinh tế khác. Để dễ hiểu, thử lấy ví dụ về một công ty nhuộm. Nếu công ty này không tính đến chi phí do nước thải ô nhiễm của nó gây ra cho những người khác thì chi phí nó phải chịu (gọi là chi phí tư nhân) nhỏ hơn chi phí thực sự mà xã hội phải trả (gọi là chi phí xã hội). Khi ấy, vì không phải chịu toàn bộ chi phí phát sinh, công ty này sẽ có xu hướng sản xuất quá mức tối ưu của xã hội.

Khi xảy ra tình trạng này – chi phí tư nhân nhỏ hơn chi phí xã hội – thì nhà nước có cơ sở để can thiệp nhằm kéo chi phí tư nhân (một cách lý tưởng) bằng với chi phí xã hội. Đây cũng chính là cơ sở để chúng tôi bình luận quan điểm của Chính phủ, theo đó “Phát triển ngành Dệt May phải gắn với bảo vệ môi trường và xu thế dịch chuyển lao động nông nghiệp nông thôn.” Nhân danh “phát triển dệt may phải gắn với bảo vệ môi trường”, các cơ quan chức năng có thể áp đặt những tiêu chuẩn quá mức cần thiết, và do vậy làm tăng chi phí cho doanh nghiệp. Một ví dụ điển hình là trong ngành nhuộm. Đa số các công ty nhuộm chúng tôi phỏng vấn đều không đồng tình với quy định tiêu chuẩn nước thải loại A hiện đang áp dụng. Đồng thời, đa số địa phương trên cả nước tuyên bố một cách công khai hoặc ẩn ý rằng không muốn thu hút đầu tư trong ngành nhuộm. Có lẽ đây là lý do khiến giám đốc một doanh nghiệp dệt nhuộm lớn của nhà nước than rằng “ngành nhuộm đang khổ sở vì môi trường”.

Quan điểm của chúng tôi là các cơ quan hữu quan của Chính phủ cần có tính toán một cách chi tiết lợi ích và chi phí của việc áp đặt các tiêu chuẩn môi trường đối với ngành dệt may. Nếu thực sự lợi ích xã hội của việc áp dụng tiêu chuẩn nước thải loại A lớn hơn chi phí xã hội thì nên giữ nguyên quy định hiện nay, còn nếu không thì nên điều chỉnh cho thích hợp. Bên cạnh đó, nếu Chính phủ vừa muốn giữ quy định hiện tại, vừa muốn phát triển công nghiệp dệt-nhuộm để tạo nguyên liệu tại chỗ cho ngành may thì Chính phủ nên đứng ra xây dựng hoặc khuyến khích hình thành các khu công nghiệp dệt may tập trung, trong đó có hệ thống xử lý nước thải trung tâm để đáp ứng nhu cầu của các doanh nghiệp nhuộm.

IX.2.4. Quan điểm 4: Cần hiểu và vận dụng đúng quy luật thị trường về xu thế dịch chuyển lao động cũng như phát triển thị trường thời trang dệt may.

Đây là quan điểm khác một cách cơ bản so với quan điểm của Chính phủ, theo đó “Chuyển các doanh nghiệp Dệt May sử dụng nhiều lao động về các vùng nông thôn, đồng thời phát triển thị trường thời trang Dệt May Việt Nam tại các đô thị và thành phố lớn.” Một lần nữa, các cơ quan hữu quan của nhà nước cần phải có luận chứng chặt chẽ (ví dụ như thông qua các nghiên cứu kinh tế - xã hội bài bản và toàn diện) cho những quan điểm như thế này.

Quan điểm của chúng tôi là việc di chuyển về vùng nông thôn hay không là lựa chọn của các doanh nghiệp dệt may chứ không phải vai trò, và càng không phải là thẩm quyền của Chính phủ. Hơn nữa, cần nhớ rằng khoảng ba phần tư năng lực sản xuất và xuất khẩu dệt may hiện nay nằm trong tay của khu vực tư nhân chứ không phải của khu vực nhà nước. Trong hoàn cảnh này, điều tốt nhất chính phủ có thể (và nên) làm là tạo ra khuyến khích thích hợp và điều kiện thuận lợi để xu thế mà Chính phủ mong muốn xảy ra. Đúng từ góc độ doanh nghiệp, nếu như bị buộc phải chuyển cơ sở sản xuất về nông thôn trong khi hạ tầng giao thông yếu kém, điện lưới phập phều, lao động kỹ năng kém và kỷ luật yếu, xa thị trường chính và cảng xuất khẩu v.v. thì ngay lập tức doanh nghiệp sẽ phải tính toán xem liệu lợi ích của việc di chuyển có bù lại được những chi phí tăng thêm hay không.

IX.2.5. Quan điểm 5: Tạo điều kiện tối đa cho khu vực tư nhân phát triển. Tận dụng tối đa cơ hội và nguồn lực (cả trong và ngoài nước) để nâng cấp chuỗi giá trị và hoàn thiện cụm ngành dệt may trong nước.

Tất cả số liệu chúng ta có đến thời điểm này đều cho thấy khu vực tư nhân – cả trong nước và nước ngoài – hiện đang đóng vai trò quan trọng nhất trong sự phát triển ngành dệt may của Việt Nam. Đồng thời, có thể dự báo gần như chắc chắn rằng vị trí này của khu vực tư nhân sẽ được duy trì, thậm chí là tăng cường hơn, trong tương lai.

Nếu chấp nhận thực tế này thì quan điểm của Chính phủ, theo đó “đa dạng hóa sở hữu và loại hình doanh nghiệp trong ngành Dệt May” là khẩu hiệu không cần thiết vì bản thân sở hữu trong ngành dệt may đã hết sức đa dạng. Vấn đề còn lại là Chính phủ cần tạo môi trường vĩ mô ổn định hơn, môi trường tranh bình đẳng hơn, và không ngừng cải thiện các yếu tố của cụm ngành để giúp khu vực tư nhân vốn rất năng động có thể phát triển hết tiềm năng của mình.

Chúng tôi cũng thấy cần bình luận thêm về vé thứ hai trong Quan điểm 5 của chúng tôi, cụ thể là tận dụng tối đa cơ hội và nguồn lực (cả trong và ngoài nước) để nâng cấp chuỗi giá trị và hoàn thiện cụm ngành dệt may trong nước. Cơ hội trong ngành dệt may luôn luôn hiện hữu, vấn đề là chúng ta có thể tận dụng được hay không mà thôi. Như phân tích của chúng tôi, TPP hiển nhiên được coi là một cơ hội, song việc biến tiềm năng thành hiện thực đòi hỏi một sự chuẩn bị tích cực về phía nhà nước, mà quan trọng nhất là những cải cách cấp bách trong nước (cụ thể là tái cơ cấu nền kinh tế), cũng như về phía doanh nghiệp. Đồng thời, gia nhập TPP cũng là một cơ hội để thu hút thêm nguồn lực để hoàn thiện cụm ngành dệt may vốn chưa hoàn chỉnh của Việt Nam. Chẳng hạn như với những chính sách đúng đắn, chúng ta có thể thu hút các doanh nghiệp lớn trong các khâu dệt, nhuộm, sản xuất phụ liệu v.v. để giúp khắc phục một điểm yếu mãn tính của ngành dệt may là thiếu nguyên phụ liệu.

IX.3. Khuyến nghị chính sách

Trong số những điểm yếu của ngành dệt may mà chúng tôi đề cập – chẳng hạn như phát triển tự phát, theo chiều rộng, chủ yếu tập trung vào khâu gia công giá trị thấp – nhiều điểm đã được nhận diện từ lâu, và do vậy có thể được coi là những vấn đề có tính cố hữu, thậm chí là “mãn tính” của ngành. Cho đến thời điểm này, những phân tích theo cách tiếp cận phối hợp chuỗi giá trị và cụm ngành trong Báo cáo này đã giúp chúng ta giải đáp tại sao mặc dù những triệu chứng của vấn đề đã được nhận biết nhưng vẫn chưa có biện pháp hữu hiệu để khắc phục.

Một cách tóm tắt, mặc dù có sự khác biệt nhất định song nhìn chung các DN dệt may (cả nhà nước, tư nhân trong nước và FDI) chủ yếu vẫn co cụm ở khâu may gia công là khâu dễ dàng nhất nhưng đồng thời cũng là khâu có giá trị gia tăng thấp nhất. Nói cách khác, chuỗi giá trị của ngành dệt may trong Vùng vừa ngắn, vừa giá trị thấp. Để vượt ra khỏi cái “bẫy CMT” này, nhất thiết ngành dệt may của Vùng nói riêng và của Việt Nam nói chung phải vươn tới hai đầu thượng nguồn và hạ nguồn của chuỗi giá trị. Tuy nhiên, điều này không chỉ phụ thuộc vào bản thân các DN trong ngành dệt may mà còn phụ thuộc vào rất nhiều các nhân tố khác, được tóm tắt trong sơ đồ cụm ngành dệt may trong Phần VII. Đáng tiếc là cho đến thời điểm này, quan điểm chiến lược và các biện pháp chính sách cụ thể nhằm phát triển dệt may của cả Vùng và Việt Nam nhìn chung không có gì mới, đặc biệt là bị chia cắt và thiếu tính đồng bộ. Chính vì vậy, sự phát triển dệt may của Vùng mặc dù rất ấn tượng nhưng nặng tính tự phát, manh mún, thiếu sự liên kết, thiếu tính tương hỗ, và hệ quả cuối cùng là kém chất lượng và không bền vững.

Trên cơ sở kết quả nghiên cứu và phù hợp với các quan điểm phát triển ngành dệt may được trình bày ở phần trước, trong phần này chúng tôi sẽ trình bày chi tiết hơn một số khuyến nghị chính sách cụ thể nhằm khắc phục những điểm yếu của cụm ngành dệt may đã được phân tích ở các phần trước, qua đó tăng cường NLCT cho cụm ngành dệt may của Vùng.

IX.3.1. Xem xét lại chính sách khuyến khích các DN dệt may sử dụng nhiều lao động di dời ra khỏi Vùng

Sự phát triển bùng nổ của ngành may mặc Việt Nam nói chung và trong Vùng nói riêng mới chỉ diễn ra trong vòng 12 năm trở lại đây (tức là từ 2002 khi mà Hiệp định BTA Việt Nam Hoa Kỳ có hiệu lực). 4 năm trước đó (1998-2001), KNXX dệt may tăng bình quân 7,8%/năm. 11 năm sau, tốc độ tăng là 20,2%/năm. Như đã phân tích, hoạt động sản xuất may mặc trong Vùng vẫn đang có lợi thế so sánh về nguồn cung sẵn có của đầu vào như lao động có kỹ thuật, đất đai, CSHT. Hơn thế nữa, cụm ngành của Vùng vẫn đang trong quá trình hình thành. Còn các địa phương khác hoàn toàn có khả năng thu hút đầu tư mới vào dệt may, chứ không phải là dệt may sẽ di dời khỏi Vùng sang các địa phương khác. Nguy cơ ở đây là nếu hạn chế đầu tư may mặc vào Vùng thì hoạt động kinh tế này sẽ không di chuyển ra các tỉnh khác mà di chuyển sang các nước khác. Xét về mặt địa lý, sau đây là các khuyến nghị chính sách của chúng tôi về thu hút đầu tư dệt may vào Vùng:

- *Chỉ khuyến khích di dời đối với các DN dệt may nằm trong các quận đô thị đã phát triển và nằm ngoài các KCN.*
- *Mặc dù có sức ép về cung cấp dịch vụ xã hội cho lao động nhập cư, không thực hiện chính sách hạn chế dự án đầu tư dệt may mới vào Vùng mà thay vào đó là chính sách thu hút đầu tư có chọn lọc.*
- *Trước thực tế là các DN dệt may hiện rất bằng lòng với vị thế của mình trong chuỗi giá trị, chính sách hỗ trợ và khuyến khích các DN hiện hữu nâng cấp chuỗi giá trị của mình là không có hiệu quả. Việc nâng cấp chuỗi giá trị và hướng tới các hoạt động có GTGT cao hơn sẽ đến từ đầu tư mới; và đó chính là trọng tâm của chính sách thu hút đầu tư dệt may vào Vùng trong thời gian tới đây.*

- *Thu hút đầu tư có chọn lọc nhằm tăng GTGT* hoạt động SX dệt may cần được thực hiện theo hai hướng: (i) sản xuất sản phẩm may mặc có giá trị lớn hơn và đòi hỏi lao động có tay nghề cao hơn; (ii) sản xuất và xuất khẩu theo các phương thức có GTGT cao hơn.

IX.3.2. Nâng cấp cụm ngành, tăng cường liên kết và hợp tác trong cụm ngành dệt may

Cho đến thời điểm này, cụm ngành dệt may của Vùng tuy đã hình thành nhưng chưa hoàn chỉnh, liên kết giữa các bộ phận của cụm ngành vô cùng rời rạc và lỏng lẻo, hệ quả là NLCT của cụm ngành vừa yếu vừa thiếu bền vững. Vì vậy việc *nâng cấp cụm ngành và tăng cường liên kết và hợp tác trong cụm ngành* là một yêu cầu thiết yếu để tiếp tục phát huy và khai thác tiềm năng của ngành dệt may, phục vụ cho chiến lược phát triển công nghiệp chung của các địa phương trong Vùng. Để thực hiện được mục tiêu này, cần có sự nỗ lực và hợp tác của nhiều bên, đặc biệt là của chính quyền địa phương (cụ thể là các cơ quan hoạch định và phân tích chính sách hữu quan), Hiệp hội Dệt May⁹⁷ của các địa phương trong Vùng cũng như Hiệp hội Dệt May Việt Nam, và Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (chi nhánh Hồ Chí Minh – VCCI-HCM). Vì vai trò, chức năng, và nhiệm vụ của các cơ quan hoạch định và phân tích chính sách – đặc biệt là vai trò, chức năng, nhiệm vụ liên quan trực tiếp đến các bộ phận của cụm ngành – đã được phân công và quy định cụ thể,⁹⁸ nên trong phần này, chúng tôi chỉ tập trung kiến nghị về vai trò liên kết và hợp tác của Hiệp hội Dệt May và VCCI-HCM như là một *thể chế hỗ trợ* (supporting institution) then chốt cho sự phát triển của cụm ngành dệt may trong Vùng⁹⁹. Cụ thể là:

- *Thể chế hỗ trợ đóng vai trò cung cấp thông tin thị trường*: Thông tin thị trường (cả trong nước và quốc tế) cần thiết cho các DN dệt may rất đa dạng và cần được cập nhật thường xuyên, trong đó nhiều thông tin có giá trị (đặc biệt là các báo cáo của các tổ chức chuyên môn có uy tín và ảnh hưởng) lại không dễ tiếp cận, thậm chí được bán với giá rất cao. Rõ ràng là từng DN riêng lẻ, trong đó đa số có quy mô nhỏ và vừa, không đủ nguồn lực để thu thập và xử lý một khối lượng thông tin đồ sộ như vậy. Khi ấy, thể chế hỗ trợ có thể đóng vai trò là cơ quan tích hợp, thực hiện chức năng thu thập, xử lý, phân tích, sau đó trình bày và đưa thông tin đến cho cộng đồng DN dưới hình thức có thể “tiêu hóa” và sử dụng được một cách dễ dàng. Hiển nhiên, để làm được điều này, thể chế hỗ trợ cần có một mối liên hệ mật thiết để có thể hiểu một cách sâu sắc nhu cầu và hiện trạng của cộng đồng DN dệt may. Kết quả nghiên cứu của chúng tôi cho thấy các DN trong ngành dệt may đặc biệt cần những thông tin về nội dung và tác động của những hiệp định và cam kết quốc tế liên quan đến ngành dệt may, chính sách thương mại cập nhật của các nước nhập khẩu quan trọng (biểu thuế nhập khẩu, các hàng rào phi thuế quan, luật chống bán phá giá), và dự báo thị trường trong và ngoài nước (xu thế thị hiếu, giá cả, nhu cầu).

⁹⁷ Ở TP. HCM là Hiệp hội Dệt May Thêu Đan HCM, ở Bình Dương là *Hiệp hội Dệt May Bình Dương*, *Đồng Nai hiện chưa có hiệp hội dệt may*.

⁹⁸ Chẳng hạn như Sở Công Thương có vai trò hoạch định và tham mưu chính sách phát triển công nghiệp dệt may, Sở Giao thông – Vận tải có vai trò hoạch định và tham mưu chính sách phát triển cơ sở hạ tầng, Sở Lao động – Thương binh – Xã hội có vai trò hoạch định và tham mưu chính sách đào tạo lao động và dạy nghề v.v.

⁹⁹ Mặc dù một số chức năng hỗ trợ này đã được Hiệp hội Dệt May thực hiện nhưng như chúng tôi đã phân tích trong Báo cáo, mức độ và chất lượng thực hiện các chức năng này còn rất khiêm tốn.

- *Thế chế hỗ trợ đóng vai trò cầu nối giữa các bộ phận của cụm ngành:* Khi thế chế hiểu được các nhu cầu đặc thù của ngành cũng như tầm quan trọng (hay ưu tiên) của các nhu cầu này, nó có thể làm cầu nối hữu hiệu để chuyển tải và kết nối nhu cầu này với các bộ phận thích ứng trong cụm ngành. Như đã phân tích, ngay cả đối với các ngành gắn gũi như máy móc và thiết bị dệt may, hóa chất, thời trang, da giày, nội thất, lẽ ra cụm ngành dệt may phải có mối liên hệ chặt chẽ và thiết thân; thế nhưng trên thực tế, mối liên kết và hỗ trợ giữa chúng nhìn chung rất lỏng lẻo, nếu như không nói là trong một số trường hợp thậm chí hầu như không tồn tại. Tương tự như vậy, sự hợp tác và liên kết giữa cụm ngành dệt may với các viện nghiên cứu, trường đại học – cao đẳng – dạy nghề và thế chế hỗ trợ rất mờ nhạt. Thế chế hỗ trợ có thể và nên đóng vai trò kết nối cung – cầu giữa các bộ phận khác nhau này của cụm ngành dệt may, qua đó tăng cường tính liên kết, đồng bộ, và cộng hưởng của chúng. Một ví dụ nữa là, mặc dù tất cả các DN đều có nhu cầu tín dụng, song nhu cầu của mỗi ngành có thể khác nhau (về quy mô vốn, thời hạn vay, điều kiện thế chấp v.v.) phụ thuộc vào các đặc thù của chúng. Thấu hiểu được những đặc thù này, Thế chế hỗ trợ có thể đóng vai trò cầu nối, giúp các tổ chức tín dụng hiểu được đặc thù của ngành để thiết kế các gói tín dụng phù hợp với nhu cầu cụ thể của các DN dệt may trong các giai đoạn phát triển khác nhau của chúng.
- *Thế chế hỗ trợ đóng vai trò cầu nối và kênh đối thoại chính sách với các cơ quan của nhà nước:* Để hoàn thiện cụm ngành, hiển nhiên là phải hoàn thiện các bộ phận cấu thành của nó. Tuy nhiên, các bộ phận cấu thành này lại rất đa dạng, hơn thế lại có sự trùng lặp với các cụm ngành khác (chẳng hạn như cụm ngành dệt may, cụm ngành gia dầy, cụm ngành điện – điện tử đều cần hệ thống vận tải và logistics tốt, đều cần lực lượng lao động được đào tạo, đều cần tín dụng để đầu tư phát triển v.v.). Vì vậy, Thế chế hỗ trợ hết sức cần thiết để làm cầu nối và kênh đối thoại chính sách với các cơ quan nhà nước nhằm giúp các cơ quan này hiểu được những nhu cầu đặc thù của ngành, từ đó cùng với các cơ quan nhà nước thảo luận với khu vực doanh nghiệp để đưa ra những biện pháp chính sách hiệu quả và khả thi nhất. Ở chiều ngược lại, Thế chế hỗ trợ có thể giúp các DN dệt may cập nhật hệ thống pháp luật, chính sách, tiêu chuẩn (vệ sinh, môi trường v.v.) và cơ chế thi hành những luật định này, đồng thời chỉ ra những tác động có thể có đối với các DN dệt may.
- *Thế chế hỗ trợ giúp các DN dệt may trong hoạt động xúc tiến thương mại:* Xúc tiến thương mại là một hoạt động hết sức cần thiết để tiếp cận với người mua tiềm năng, với thị trường. Song, đối với đa số các DN dệt may, hoạt động này hoặc được thực hiện một cách chiếu lệ, hoặc nếu được thực hiện một cách tha thiết đi chăng nữa thì hiệu quả cũng thường không cao vì nhiều nguyên nhân, trong đó quan trọng nhất là thiếu năng lực và kinh nghiệm xúc tiến thương mại và hạn chế về ngân sách. Kết quả là đa số DN dệt may vẫn chờ đợi một cách thụ động khách hàng đến với mình, thay bằng chủ động tìm kiếm khách hàng. Ngay cả đối với những doanh nghiệp có ngân sách để tham gia hội chợ thương mại quốc tế thì do năng lực chuyên môn và kinh nghiệm hạn chế, thiếu thông tin về chủ đề và khách hàng tiềm năng, sự chuẩn bị thiếu chu đáo trong chuẩn bị nên hiệu quả thu được thường thấp hơn nhiều so với kỳ vọng ban đầu. Rõ ràng là Thế chế hỗ trợ ở vị trí có thể giúp các DN khắc phục một số hạn chế này, đặc biệt là về cung cấp thông tin về hội chợ và khách hàng tiềm năng, phổ biến những kinh nghiệm được và mất của

những DN đi trước cho các DN đi sau, cung cấp tư vấn và hỗ trợ kỹ thuật trong quá trình chuẩn bị dự hội chợ.

Nói tóm lại, Thể chế hỗ trợ – mà cụ thể là các hiệp hội dệt may – cần phải trở thành người đại diện đích thực và tích cực cho lợi ích của các doanh nghiệp trong ngành, đóng vai trò là diễn đàn và cầu nối của các DN dệt may với các cơ quan hữu quan của chính quyền và các thành phần khác của cụm ngành. Nếu không xây dựng được một thể chế hỗ trợ có tính đại diện, liên kết, và hợp tác như thế này thì các DN dệt may của chúng ta vẫn phải cạnh tranh một cách đơn thương độc mã, và “bẫy gia công” và “bẫy công nghệ thấp” vẫn sẽ là tương lai của đa số DN trong ngành.

IX.3.3. Tận dụng cơ hội tham gia Hiệp định Xuyên Thái Bình Dương (TPP) để thu hút đầu tư nâng cấp chuỗi giá trị dệt may

Hiệp định Đối tác Xuyên Thái Bình Dương vừa là cơ hội, đồng thời là thách thức đối với các DN dệt may Việt Nam nói chung và của Vùng nói riêng. Đây là cơ hội để các DN dệt may có thể thâm nhập sâu hơn vào các thị trường truyền thống như Hoa Kỳ, EU, và Nhật và mở rộng thị trường sang các nước khác trong TPP. Nếu thỏa mãn các điều kiện của TPP, đặc biệt là quy tắc “từ sợi trở đi”, thì thuế suất hàng dệt may xuất khẩu sang các thị trường này sẽ giảm từ mức trung bình 17,3% hiện nay xuống 0%.

Tuy nhiên, việc đáp ứng quy tắc này hiện đang là thách thức lớn đối với ngành dệt may Việt Nam bởi trong chuỗi sản xuất khép kín từ trồng bông, xơ, kéo sợi, dệt, nhuộm, hoàn tất vải, may sản phẩm thì Việt Nam chỉ mới có ưu thế ở công đoạn cuối là may (gia công), trong khi đó, dệt, nhuộm, hoàn tất vải vẫn là những khâu yếu nhất. Chính “nút thắt cổ chai” ở khâu dệt - nhuộm - hoàn tất khiến cho việc đáp ứng quy tắc “từ sợi trở đi” trở nên bất khả thi nếu chỉ dựa vào nguồn lực trong nước bởi vì đây là những công đoạn rất thâm dụng về vốn, thời gian hoàn vốn lâu, và đòi hỏi trình độ kỹ thuật rất cao.

Theo quan điểm của nhóm nghiên cứu, *mặc dù đây là thách thức rất lớn đối ngành dệt may Việt Nam và các DN dệt may trong Vùng nhưng đây cũng là cơ hội lớn để chúng ta tìm cách nâng cấp chuỗi giá trị dệt may thông qua việc nâng cấp công đoạn dệt - nhuộm - hoàn tất*. Hiện nay có khá nhiều các DN nước ngoài đã và đang sẵn sàng đầu tư vào các công đoạn sợi, dệt – nhuộm – hoàn tất để sản xuất vải thành phẩm có chất lượng cao và đa dạng về chủng loại cung cấp cho công đoạn may xuất khẩu nhằm đón đầu cơ hội TPP. Do đó theo chúng tôi chính sách của chính quyền địa phương trong Vùng nên hướng đến việc *ưu tiên thu hút đầu tư trực tiếp của các DN dệt may nước ngoài có năng lực về vốn, trình độ kỹ thuật, khả năng tổ chức quản lý, và nhất là hiểu biết nhu cầu dệt may trên thị trường thế giới đầu tư vào các công đoạn sợi – dệt – nhuộm – hoàn tất*. Đây là cách nhanh nhất để gia tăng sự kết nối giữa khâu trong quy trình sản xuất sợi – dệt – may, từ đó giúp nâng cấp chuỗi giá trị dệt may và tận dụng được cơ hội hưởng ưu đãi thuế suất xuất khẩu 0% vào thị trường các nước thuộc TPP.

Mặc dù có ý kiến cho rằng nếu để các DN FDI tham gia vào các công đoạn này thì toàn bộ giá trị gia tăng tăng lên sau khi nâng cấp chuỗi giá trị dệt may của Việt Nam sẽ thuộc về các DN FDI; điều đó có nghĩa là các DN dệt may của Việt Nam nói chung và của Vùng nói riêng cũng vẫn chỉ là may gia công và hưởng được giá trị gia tăng thấp nhất trong chuỗi. Tuy nhiên theo

quan điểm của chúng tôi, ít nhất là ngay sau khi gia nhập TPP các DN dệt may trong Vùng có thể hưởng lợi ngay ưu đãi thuế suất do đã có thể đáp ứng được quy tắc “từ sợi trở đi”. Đồng thời, với nguồn cung nguyên liệu tại chỗ, các DN dệt may Việt Nam không chỉ có điều kiện giảm chi phí vận chuyển và rút ngắn chu trình sản xuất, mà còn có thể thực hiện các phương thức sản xuất đem lại giá trị gia tăng cao hơn, chẳng hạn như chuyển từ CMT sang FOB đúng nghĩa. Ngoài ra, các DN dệt may trong Vùng cũng sẽ hưởng lợi từ sự hấp thu công nghệ, trình độ quản lý và lao động có tay nghề từ các DN FDI đầu tư vào các công đoạn sợi, dệt, nhuộm, hoàn tất từ đó nâng cao NLCT tham gia vào các công đoạn này.

Tất nhiên, hướng tới thu hút FDI không có nghĩa là bỏ quên khu vực DN trong nước. *Các địa phương trong Vùng cũng cần tạo điều kiện cho các DN dệt may nội địa, đặc biệt là các DN lớn (bao gồm cả các DNNN thuộc Tập đoàn Dệt May Việt Nam), tham gia đầu tư vào các công đoạn sợi – dệt – nhuộm – hoàn tất.* Tuy nhiên, qua khảo sát thực địa chúng tôi thấy rằng năng lực về tài chính, nguồn nhân lực có kỹ thuật cao và khả năng tổ chức quản lý của các DN dệt may trong nước tham gia vào các công đoạn sợi, dệt – nhuộm – hoàn tất vẫn còn nhiều hạn chế do đó việc khuyến khích đầu tư nước ngoài nhằm nâng cấp chuỗi giá trị dệt may của Vùng thông qua nâng cấp các công đoạn sợi, dệt – nhuộm – hoàn tất vẫn là ưu tiên chính sách cần thiết trong giai đoạn trước mắt nhằm đáp ứng các yêu cầu của Hiệp định TPP.

Vậy, để tận dụng cơ hội của TPP, chúng tôi khuyến nghị:

- Vùng (cộng với Long An) là trọng tâm thu hút FDI vào hoạt động sản xuất sợi – dệt – nhuộm – hoàn tất.
- Áp dụng chính sách ưu đãi về tiền thuê đất trong khu công nghiệp và thuế thu nhập doanh nghiệp đối với các doanh nghiệp sản xuất sợi – dệt – nhuộm – hoàn tất (đồng nhất cho cả DN FDI và DN trong nước) nếu ngoài xuất khẩu sản phẩm, cung cấp từ 30% sản lượng trở lên cho thị trường nội địa.

IX.3.4. Khuyến khích nâng cấp công nghiệp dệt may trong mối quan hệ cân đối với bảo vệ môi trường

Trong những nội dung định hướng chính sách ở trên chúng tôi đã đưa ra quan điểm phát triển ngành công nghiệp dệt may Vùng cần theo hướng nâng cấp công nghiệp, tức là nâng cấp chuỗi giá trị và hoàn thiện cụm ngành dệt may của Vùng. Tuy nhiên để phát triển ngành dệt may của Vùng một cách bền vững thì hoạt động nâng cấp công nghiệp cần phải được đặt trong mối quan hệ cân đối với chính sách bảo vệ môi trường.

Trước hết, nếu chính quyền của các địa phương trong Vùng vẫn giữ quan điểm *không* khuyến khích thu hút đầu tư trong và ngoài nước vào ngành dệt nhuộm do những lo ngại về môi trường thì đây sẽ là một trở ngại lớn cho việc nâng cấp chuỗi giá trị dệt may thông qua việc nâng cấp công đoạn dệt – nhuộm – hoàn tất. Điều này cũng có nghĩa là mục tiêu nâng cao giá trị gia tăng hàng dệt may xuất khẩu sẽ khó đạt được và mức độ hưởng lợi từ Hiệp định TPP sẽ rất hạn chế. Do đó, chúng tôi khuyến nghị:

- *Chính quyền địa phương của Vùng cần tạo điều kiện để thu hút đầu tư vào các công đoạn dệt – nhuộm – hoàn tất, đồng thời cân đối với chính sách bảo vệ môi trường. Để thực hiện được chính sách này, thứ nhất chính quyền địa phương cần quy hoạch các khu*

công nghiệp tập trung cho các ngành ô nhiễm nói chung và ngành dệt nhuộm nói riêng trong đó có các khu xử lý nước thải tập trung nhằm làm giảm chi phí xử lý nước thải cho các DN.

- Trong trường hợp không thể xây dựng các khu công nghiệp tập trung như đã nói ở trên thì khi thu hút đầu tư vào ngành dệt nhuộm, chính quyền địa phương cần định hướng thu hút các DN có năng lực xử lý nước thải (đảm bảo vốn đầu tư cho hệ thống xử lý nước thải lẫn kỹ thuật xử lý).
- Cần nhất quán với tiêu chuẩn nước thải sau xử lý thải ra môi trường bên ngoài là loại B theo quy định của pháp luật để mức chi phí xử lý nước thải hợp lý.

IX.3.5. Các chính sách giúp DN kiểm soát chi phí

Mặc dù lợi thế cạnh tranh nhờ lao động rẻ không thể tồn tại mãi, nhưng một cách thực tế, lợi thế này vẫn sẽ là NLCT cốt lõi của các doanh nghiệp dệt may Việt Nam ít nhất là trong ngắn và trung hạn. Tuy nhiên, cần nhớ rằng tổng chi phí, chứ không phải chỉ riêng chi phí lao động, mới quyết định lợi thế cạnh tranh về giá. Theo ước tính của Vitas, lao động chỉ chiếm khoảng 12% trong cơ cấu giá CIF, và như đã phân tích trong Báo cáo, mặc dù so với các đối thủ cạnh tranh trong khu vực, chi phí lao động của Vùng thấp nhưng chi phí sản xuất – kinh doanh lại cao¹⁰⁰.

Nguyên nhân thứ nhất của chi phí SX-KD cao là do ngành dệt may của Việt Nam có năng suất lao động thấp và tỷ lệ phế phẩm cao, vì vậy sau khi điều chỉnh theo mức độ hiệu quả thì chi phí lao động không còn là lợi thế gần như tuyệt đối của Việt Nam nữa. Từ góc độ chính sách, chính quyền địa phương và các sở ngành hữu quan cần giúp các DN dệt may nâng cao hiệu quả thông qua việc *đào tạo lao động có kỹ năng và tinh thần kỷ luật, đồng thời áp dụng các quy trình quản lý sản xuất chuẩn mực.*

Thứ hai, vì phải NK tới khoảng 70% nên chi phí nguyên phụ liệu của Việt Nam cao hơn từ 25-30% so với những nước tự chủ được nguồn nguyên phụ liệu như Trung Quốc và Ấn Độ. Trong dài hạn, phát triển năng lực cung ứng *một số* nguyên phụ liệu quan trọng, phù hợp với lợi thế so sánh của Việt Nam, là điều cần thiết nếu Việt Nam muốn tiếp tục phát triển ngành dệt may. Tuy nhiên, ngay cả khi ấy, như đã phân tích trong Báo cáo, các DN dệt may Việt Nam phải tiếp tục chấp nhận một thực tế là một tỷ lệ lớn nguyên phụ liệu vẫn đến từ nhập khẩu. Trong điều kiện này, các cơ quan nhà nước hữu quan, và đặc biệt là Hiệp hội Dệt May, có thể giúp cộng đồng DN kiểm soát chi phí một cách đặc lực thông qua các biện pháp như:

- *Xây dựng hệ thống cơ sở dữ liệu và thông tin thị trường*, nhờ đó giúp DN giảm chi phí tìm kiếm thông tin giá cả, thị trường, đối tác, nguồn cung ứng v.v. Hiện nay, mặc dù Vitas đã xây dựng Cổng thông tin điện tử ngành Dệt May Việt Nam tại địa chỉ <http://www.vietnamtextile.org.vn> song do số lượng, chất lượng, và mức độ hữu ích của thông tin còn hạn chế nên lượng truy cập rất thấp. Ngay cả Bản tin Kinh tế - Dệt May hàng tháng – được coi là ấn phẩm có tính cập nhật quan trọng nhất của Vitas – cũng chỉ

¹⁰⁰ Trong dài hạn, chiến lược có tính bền vững không thể chỉ dựa vào chi phí thấp mà quan trọng hơn, phải dựa vào giá trị cao, vì mục tiêu cuối cùng của doanh nghiệp không phải là tạo ra sản phẩm giá thấp nhất mà là tạo ra *giá trị gia tăng* cao nhất, và do vậy lợi nhuận lớn nhất. Khuyến nghị ở phần này chỉ tập trung vào kiểm soát chi phí, còn những khuyến nghị nhằm gia tăng giá trị được thảo luận ở các mục khác.

thu hút được trung bình 600-700 lượt xem. Còn những thông tin khác, mặc dù quan trọng và có tính thời sự như cơ chế chính sách, hội chợ/hội thảo, hội nhập quốc tế (đặc biệt là TPP) nhưng trung bình cũng chỉ có vắn vắn vài chục lượt xem.

- *Giúp hình thành các cầu nối hay đầu mối mua/nhập khẩu/cung ứng nguyên phụ liệu tập trung:* Đa số DN dệt may Việt Nam, đặc biệt là các DN dệt, phải tự nhập nguyên phụ liệu để phục vụ cho hoạt động sản xuất của mình¹⁰¹. Khi các DN “độc lập tác chiến” như vậy, mặc dù có thuận lợi là chủ động về hợp đồng nhập khẩu (như thời gian giao hàng và chủng loại nguyên phụ liệu v.v.) nhưng lại bất lợi do yếu thế trong đàm phán, đặc biệt là về giá cả, phương thức và điều kiện thanh toán. Điều này đặc biệt đúng trong trường hợp nhiều DN dệt may Việt Nam cùng mua hàng từ một đầu mối nước ngoài. Việc hình thành các cầu nối hay đầu mối mua/nhập khẩu/cung ứng nguyên phụ liệu tập trung sẽ giúp giảm chi phí giao dịch và giá thành cho các DN thành viên.

Thứ ba, do lãi suất cao nên chi phí vốn của các doanh nghiệp dệt may Việt Nam cũng cao hơn hẳn so với các đối thủ cạnh tranh trong khu vực. Trong khảo sát của chúng tôi, khi được đề nghị nêu 3 chính sách của nhà nước hữu hiệu nhất để thúc đẩy sự phát triển công nghiệp dệt may ở Vùng, 24% DN dệt và 22% DN may chọn chính sách “hỗ trợ lãi suất”. Ở đây, chính sách “hỗ trợ lãi suất” quan trọng nhất không phải là trả hộ một phần lãi suất như Chính phủ đã thực hiện trong năm 2009 mà là *duy trì mặt bằng lãi suất ổn định ở mức thấp thông qua bình ổn kinh tế vĩ mô*.

Thứ tư, đa số doanh nghiệp dệt may Việt Nam có quy mô nhỏ và vừa, vì vậy không tận dụng được lợi thế theo quy mô để giảm chi phí, đặc biệt là trong hoạt động gia công xuất khẩu trực tiếp. Đáng lưu ý là quy mô trung bình của DN dệt may ở TP. HCM hiện nay rất nhỏ, chỉ ở mức 22 lao động đối với DN dệt và 24 lao động đối với DN may. Không những thế, quy mô lao động của DN may mỗi năm trung bình giảm thêm 3,4%. Tương tự như vậy, quy mô DN dệt ở Bình Dương và Đồng Nai mặc dù mới đang ở mức trung bình (chưa tới 100 công nhân), nhưng cũng đang giảm với tốc độ trung bình 0,4% ở Bình Dương và 7,6% ở Đồng Nai. Mặc dù không phải lúc nào lớn cũng là đẹp, song chính quyền của các địa phương trong Vùng *cần tạo điều kiện thuận lợi cho việc tích tụ và mở rộng quy mô của các DN dệt may*, đặc biệt là các cơ sở sản xuất công nghiệp phục vụ xuất khẩu.

Thứ năm, thời gian NK nguyên liệu và xuất thành phẩm dài làm tăng chi phí logistics và chi phí cơ hội của các doanh nghiệp dệt may Việt Nam. Rõ ràng là việc *cải thiện dịch vụ logistics thông qua việc tiếp tục xây dựng cơ sở hạ tầng mới và nâng cao hiệu quả khai thác các cơ sở hạ tầng hiện hữu, giảm thời gian và chi phí thông quan hàng hóa* sẽ giúp giảm đáng kể chi phí xuất nhập khẩu của các DN dệt may. Như đã trình bày, mặc dù cụm cảng Thị Vải – Cái Mép được xây dựng hiện đại và rất thuận lợi trong việc đón tàu mẹ, nhưng trong mẫu khảo sát của chúng tôi, chỉ có 2,7% doanh nghiệp dệt và 15% doanh nghiệp may sử dụng. Điều này có nhiều nguyên nhân, trong đó quan trọng nhất phải kể đến tình trạng thiếu cơ sở hạ tầng kết nối và mâu thuẫn về lợi ích giữa các địa phương (đặc biệt là TP. HCM và Bà Rịa – Vũng Tàu) cũng như các bên

¹⁰¹ Trong mẫu khảo sát của chúng tôi, 83% DN dệt và 58% DN may phải tự nhập nguyên phụ liệu. Trong số 42% DN may không tự nhập khẩu, nhiều DN mua lại nguyên phụ liệu từ các DN nhập khẩu khác.

có lợi ích liên quan (đặc biệt là các cảng do quân đội quản lý)¹⁰². Rõ ràng là *tiếp tục đẩy mạnh phát triển cơ sở hạ tầng trong môi trường hợp tác và liên kết vùng* là điều kiện cần không chỉ để ngành dệt may mà còn cho các ngành kinh tế khác của Đông Nam Bộ phát triển.

IX.3.6. Thay đổi chính sách thuế VAT và cải tiến thủ tục hải quan

Đây là những nhiệm vụ của Bộ Tài chính, Tổng cục Hải quan trực thuộc Bộ Tài chính. Về chính sách thuế, một nghịch lý tồn tại từ lâu là theo Luật Thuế giá trị gia tăng (2008) thì nguyên liệu nhập khẩu để sản xuất, gia công hàng hoá xuất khẩu theo hợp đồng sản xuất, gia công xuất khẩu ký kết với bên nước ngoài là đối tượng không chịu thuế VAT (Khoản 20, Điều 5), trong khi đó nguyên liệu trong nước được sử dụng làm đầu vào để sản xuất hàng xuất khẩu lại phải chịu thuế VAT 10%. Với chính sách này, các DN sản xuất hàng xuất khẩu hiện nhiên có động cơ nhập khẩu nguyên vật liệu thay vì mua nguyên vật liệu trong nước. Hệ quả là các ngành công nghiệp hỗ trợ nói chung và dệt may nói riêng vốn đã yếu kém lại còn bị phân biệt đối xử, và do vậy không thể phát triển được. *Bộ Tài chính cần thay đổi chính sách thuế VAT theo hướng xóa bỏ phân biệt đối xử giữa nguyên vật liệu nhập khẩu và sản xuất trong nước để sản xuất hàng xuất khẩu.*

Về Hải quan, theo số liệu Làm kinh doanh của Ngân hàng Thế giới cũng như kết quả của một khảo sát mới đây của VCCI, hải quan Việt Nam nhìn chung vừa chậm, vừa không thuận lợi, đồng thời mức độ tham nhũng lại cao. Những điều này cùng nhau làm tăng chi phí kinh doanh của doanh nghiệp, đồng thời kéo dài thời gian giao hàng – vốn ngày càng bị giảm dưới sức ép của người mua và của cạnh tranh quốc tế. Vì vậy, *cải thiện sự thuận lợi và giảm thời gian thông quan* – chẳng hạn như thông qua hải quan điện tử hay tăng cường hậu kiểm – phải là một trong những ưu tiên của Bộ Tài chính và Tổng cục Hải quan nếu muốn gia tăng NLCT cho hàng xuất khẩu của Việt Nam nói chung và của ngành dệt may nói riêng.

IX.3.7. Các chính sách đào tạo và phúc lợi cho lao động

Nếu nhìn từ góc độ NLCT DN thì lao động dồi dào và giá rẻ (một cách tương đối) là nhân tố cốt lõi cấu thành nên NLCT của các DN dệt may trong Vùng. Còn nhìn từ góc độ NLCT địa phương, chính sự dồi dào và tập trung của lao động giá rẻ ở các địa phương trong Vùng khiến các DN dệt may chọn đặt cơ sở sản xuất ở các địa phương này. Vì vậy, bất kỳ chính sách nào liên quan đến lao động đều có thể ảnh hưởng đến NLCT của các địa phương cũng như của DN dệt may đóng trên các địa phương ấy.

Như đã phân tích, lao động dệt may của các địa phương trong Vùng đang gặp phải một số vấn đề ngày một trở nên trầm trọng. Thứ nhất, trong giai đoạn 2000 – 2010, lao động dệt may trong Vùng tăng từ 38.900 lên 558.100 người (trong đó ngành dệt chiếm tới 80%). Số lượng tăng như vũ bão này của lao động dẫn đến nhiều thách thức. Về mặt quản lý nhà nước, nhu cầu cung ứng dịch vụ công và cơ sở hạ tầng kinh tế - xã hội tăng đột biến vượt quá khả năng đáp ứng của

¹⁰² Xem Nguyễn Xuân Thành và Jonathan Pincus (2011). “Di dời cảng biển Thành phố Hồ Chí Minh: Tình huống nghiên cứu về sự phân mảnh thể chế.”

chính quyền¹⁰³. Về phía DN, do sự bất cập trầm trọng của các cơ sở đào tạo nghề nên rất khó để duy trì chứ chưa nói đến cải thiện chất lượng lao động. Thứ hai, tình trạng “nhảy việc” phổ biến có thể làm nảy sinh hiện tượng thiếu lao động cục bộ và tạm thời. Thứ ba, với tốc độ tăng lương nhanh hơn tốc độ tăng năng suất hiện nay, lợi thế về giá lao động rẻ sẽ dần dần bị xói mòn. Trong khảo sát của chúng tôi, có đến 38% DN dật và 56% DN may cho rằng chi phí lao động tăng cao, nếu xảy ra, sẽ là nguyên nhân chính dẫn đến suy thoái hoạt động dệt may của Vùng.

Để khắc phục những thất bại của thị trường cũng như của nhà nước kể trên, trong khuôn khổ nghiên cứu này chúng tôi kiến nghị:

Thứ nhất, nếu các địa phương trong Vùng muốn tiếp tục phát triển ngành dệt may thì Chính quyền địa phương *nên khuyến khích và hỗ trợ các cơ sở đào tạo nghề dệt may, nhất là những cơ sở có liên kết chặt chẽ với khu vực DN*. Tuy nhiên, để đảm bảo việc hỗ trợ có hiệu quả, cần đảm bảo các điều kiện sau: (i) Các trung tâm đào tạo nghề phải có chất lượng đáp ứng được nhu cầu của các DN; (ii) hỗ trợ ưu tiên đối với các cơ sở đào tạo có mối liên kết càng chặt chẽ với khu vực DN; (iii) trợ cấp được giải ngân khi người lao động thực sự tìm được việc làm ổn định, phù hợp với kỹ năng được đào tạo.

Cũng cần nói thêm rằng cách hỗ trợ đào tạo hiện nay của một số địa phương, theo đó doanh nghiệp được hỗ trợ một khoản tiền cố định (thường là 500.000 đồng/lao động) cho hoạt động đào tạo nghề, không phải là một biện pháp hiệu quả. Tác động của biện pháp này, nếu có, chỉ nằm ở chỗ nó giúp chia sẻ một phần gánh nặng chi phí cho DN. Tuy nhiên, trên thực tế, nó không làm thay đổi đáng kể hành vi của DN, cũng không đảm bảo tăng năng suất lao động, và càng không làm thay đổi hành vi của lao động¹⁰⁴.

Thứ hai, kết quả khảo sát của chúng tôi cho thấy, ở các vị trí lao động giản đơn không tồn tại tình trạng thiếu hụt lao động (nếu có đi chăng nữa cũng chỉ là cục bộ và tạm thời). Tuy nhiên, lao động có kỹ năng đặc thù lại thiếu một cách trầm trọng. Trong mẫu khảo sát của chúng tôi, 55% DN thiếu lao động thiết kế cao cấp, 44% DN may thiếu chuyên gia xây dựng thương hiệu, và 43% DN dệt thiếu kỹ sư dệt. Vì vậy, *chính quyền địa phương cần khuyến khích các cơ sở đào tạo đại học và cao đẳng trên địa bàn đào tạo các chuyên ngành này, tốt nhất là với sự phối hợp của các DN dệt may hàng đầu*.

Thứ ba, mặc dù mức lương cao hơn là một nguyên nhân chính của tình trạng nhảy việc, song quan trọng hơn là lao động không thấy mình gắn bó với DN. Thực tế là nhiều lao động phổ thông chỉ được DN ký hợp đồng ngắn hạn nhằm trốn tránh những chi phí khi ký hợp đồng dài hạn. Môi trường làm việc căng thẳng và đơn điệu, cùng với chế độ phúc lợi (ốm đau, thai sản, bảo hiểm xã hội, bảo hiểm thất nghiệp v.v.) không thỏa đáng khiến lao động dễ dàng từ bỏ DN để tìm một chỗ khác dù mức lương chỉ nhỉnh hơn một chút. Vì vậy, *thực hiện tốt các chính sách*

¹⁰³ Điều này, cùng với các quan ngại về môi trường và trình độ công nghệ (hay giá trị gia tăng) khiến TP. Hồ Chí Minh có chủ trương không khuyến khích thu hút, thậm chí di dời các ngành thâm dụng lao động sang các địa bàn khác.

¹⁰⁴ DN, vì nhu cầu thiết thân của mình, không chờ hỗ trợ tất nhiên vẫn phải đào tạo lao động. Hơn thế, do tình trạng nhảy việc quá phổ biến, DN chỉ có động cơ đào tạo lao động ở mức tối thiểu, đồng thời có động cơ thu hút và giữ chân lao động có kỹ năng bằng chế độ lương bổng (chứ không phải bằng cơ hội được đào tạo).

phúc lợi dành cho người lao động đứng về tổng thể và dài hạn sẽ đem lại lợi ích chung cho toàn ngành dệt may (mặc dù sẽ làm tăng chi phí ngắn hạn cho DN).

IX.3.8. Phát triển và khai thác thị trường nội địa

Nếu tốc độ tăng trưởng hiện nay được duy trì thì quy mô thị trường nội địa của hàng may mặc ở Việt Nam sẽ tăng từ mức 3 tỉ USD hiện nay lên khoảng 7 tỉ USD vào năm 2020, do đó mở ra vô vàn cơ hội mới cho các doanh nghiệp hiện hữu cũng như các doanh nghiệp sắp gia nhập ngành. Thế nhưng, như đã phân tích, thị trường nội địa hiện nay đang gần như bị bỏ ngỏ cho hàng nhập khẩu, chủ yếu từ Trung Quốc. Để phát triển và giành lại thị trường nội địa, cần thực hiện một cách đồng bộ nhiều chính sách. Trong khuôn khổ nghiên cứu này, chúng tôi kiến nghị:

Thứ nhất, vì thị trường may mặc là “thị trường của người mua” nên *các địa phương trong Vùng, đặc biệt là TP. HCM, nên khuyến khích và tạo điều kiện thuận lợi cho các công ty thương mại lớn chuyên mua buôn – bán lẻ sản phẩm may mặc phát triển hệ thống bán lẻ tại địa phương của mình*. Các công ty thương mại này vừa đóng vai trò là người quản trị chuỗi cung ứng vừa là người trực tiếp quản lý và vận hành mạng lưới cơ sở hạ tầng thương mại bán lẻ hiện đại. Chính những yêu cầu khắt khe của các nhà mua buôn này sẽ giúp sàng lọc các doanh nghiệp nội địa, đồng thời cung cấp các thông tin thị trường thiết yếu để giúp các doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng của họ đáp ứng được một cách hiệu quả nhất nhu cầu của thị trường. Về phía cung, các công ty trong nước đang làm ODM và OBM, với năng lực thiết kế và kinh nghiệm xây dựng thương hiệu sẵn có, sẽ có thể trở thành các nhân tố tích cực trong chuỗi cung ứng nội địa.

Quả thật Việt Nam nói chung và Vùng nói riêng đang hội tụ một số điều kiện thuận lợi để phát triển và khai thác thị trường nội địa. Ngoài điều kiện rất quan trọng về quy mô và tốc độ tăng trưởng thị trường như đã nói thì còn phải kể đến vai trò ngày càng quan trọng của phân khúc khách hàng thu nhập khá. Đây là những người tiêu dùng có thị hiếu tinh tế, thích thú với cái mới và không quá nhạy cảm về giá cả. Nếu đáp ứng được nhu cầu của nhóm khách hàng này thì các doanh nghiệp của Vùng không những có được một thị trường ổn định và ngày một lớn, mà còn không ngừng cải tiến và nâng cấp hoạt động của mình. Nếu nền kinh tế tiếp tục tăng trưởng thì quy mô của phân khúc này sẽ ngày một lớn. Không những thế, một bộ phận của phân khúc này sẽ gia nhập nhóm thu nhập cao và đi theo cùng với họ thói quen tiêu dùng và sự trung thành với thương hiệu nội địa (tất nhiên với điều kiện thương hiệu nội địa phải được nâng cấp một cách tương ứng). Nói tóm lại, chúng tôi dự báo rằng những doanh nghiệp may mặc nội địa biết khai thác hiệu quả phân khúc thu nhập khá trên thị trường nội địa sẽ có tiềm năng tăng trưởng hết sức dồi dào trong một hai thập kỷ tiếp theo.

Thứ hai, như đã phân tích, một nguyên nhân quan trọng khiến đa số các DN dệt may bỏ qua thị trường nội địa là vì họ thiếu những hiểu biết dù là sơ đẳng nhất về thị trường nội địa, đặc biệt là về quy mô, cơ cấu, và xu thế thị hiếu của thị trường. Vì vậy, *các sở ban ngành hữu quan, và đặc biệt là Hiệp hội Dệt May (của các địa phương trong Vùng cũng như của cả nước) cần tiến hành những nghiên cứu toàn diện và xây dựng hệ thống cơ sở dữ liệu về thị trường nội địa*, là những điều mà một DN đơn lẻ không thể tự mình làm được. Tương tự như vậy, các cơ quan nhà nước hữu quan và Hiệp hội nên hỗ trợ DN trong việc kết nối thông tin với các xu hướng thời trang thế giới, tổ chức các hội chợ, chương trình thời trang để một mặt phát triển năng lực của DN, đồng thời tạo cơ hội quảng bá thương hiệu, tìm hiểu đối tác, và nắm bắt nhu cầu thị trường.

Thứ ba, một nguyên nhân quan trọng nữa khiến hàng dệt may nội địa bị thua trên sân nhà là do chúng phải cạnh tranh một cách không bình đẳng với hàng dệt may nhập lậu và/hoặc không đáp ứng tiêu chuẩn vệ sinh an toàn. Rõ ràng là *việc kiểm soát chặt chẽ hơn hoạt động nhập khẩu tiểu ngạch và buôn lậu, đồng thời xiết chặt các tiêu chuẩn vệ sinh an toàn sản phẩm may mặc* không chỉ giúp hàng dệt may nội địa có vị trí xứng đáng hơn trên thị trường trong nước, mà những biện pháp này còn giúp bảo vệ quyền lợi của người tiêu dùng, đồng thời tạo ra một môi trường thương mại và cạnh tranh công bằng, lành mạnh hơn ở Việt Nam.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Annual Conference Report (2012). The International Textile Manufacturers Federation (ITMF), Annual conference in Hanoi, Vietnam.
2. Choe, K. and Brian Roberts (2011a): *Competitive Cities in the 21st Century: Cluster-Based Local Economic Development*. ADB report.
3. Choe, K., Nazem, N., Roberts, Brian H., Samarappuli, N., and Singh, R. (2011b): *A Comparative Analysis of the Competitiveness of the Readymade Garment Industry Clusters in Delhi, Dhaka and Colombo*. Journal of Competitiveness. January 2011, Vol 1, Issue 1.
4. Clarke, Stephan L. and Georgia Plank (2012). “Selling Circuits Short: Improving the Prospects of the British Electronics Industry.” Civitas publication, London.
5. Cục Thống kê Bình Dương. Niên giám thống kê Bình Dương các năm từ 2000 đến 2011.
6. Cục Thống kê Đồng Nai. Niên giám thống kê Đồng Nai các năm từ 2000 đến 2011.
7. Cục Thống kê TP. Hồ Chí Minh. Niên giám thống kê Thành phố Hồ Chí Minh các năm từ 2000 đến 2012.
8. Gereffi (1999), “A Commodity Chains Framework for Analyzing Global Industries”, DukeUniversity, Durham, USA.
9. Gereffi and Korzeniewicz (1994), “Commodity Chains and Global Capitalism”, GreenwoodPress, Westport.
10. Gereffi and Memedovic (2003), “The Global Value Chain: What Prospects for Upgrading by Developing Countries”, UNIDO.
11. Gereffi, “International Trade and Industrial Upgrading in the Apparel Commodity Chain,” Journal of International Economics 48 (1999) 37–70
12. Gereffi, G. (2001), “Beyond the Producer-Driven/Buyer-Driven Dichotomy: The Evolution of Global Chains in the Internet Era”
13. Gereffi, G. (2001), “The International Competitiveness of Asian Economies in the Apparel Commodity Chain”
14. Gereffi, G. (2003), “The Global Apparel Value Chain: What Prospects for Upgrading by Developing Countries?”
15. Gereffi, Humphrey, and Sturgeon (2005), “The Governance of Global Value Chains,” Review of International Political Economy, 12(1).
16. Goto, K.(2007), “Industrial Upgrading of the Vietnamese Garment Industry: An Analysis from the Global Value Chains Perspective” RCAPS Working Paper No.07-1
17. Guangdong Textile Association: <http://www.gdtextiles.cn/Article/ShowClass.asp?ID=289>
18. Hiệp hội Dệt May Việt Nam (VITAS 2006). Chiến lược xuất khẩu ngành dệt may đến 2010.
19. Humphrey, John and Hubert Schmitz (2002). How Does Insertion in Global Value Chains Affect Upgrading in Industrial Clusters? Institute of Development Studies, University of Sussex. Available at <http://cdi.mecon.gov.ar/biblio/docelec/dp3012.pdf>

-
20. Kaplinsky R., Morris M. (2000). A Handbook for Value Chain Research.
 21. Kaplinsky, R. (2000), “Spreading the Gains from Globalisation: What Can be Learned from Value Chain Analysis?”
 22. Khai C. Dinh and Nhung T. T. Dang (2011), “Upgrading the Vietnamese Textile and Garment Industry in the Global Apparel Value Chain”, Working Paper, FETP
 23. Krugman, Paul (1991A). “Increasing Returns and Economic Geography.” *Journal of Political Economy* 99, no. 3:483–499.
 24. Krugman, Paul (1991B). *Trade and Geography*. Cambridge, Mass.: MIT Press.
 25. Krugman, Paul (1995). *Development, Geography, and Economic Theory*. Cambridge, Mass.: MIT Press.
 26. Marshall, Alfred (1890). *Principles of Economics*. 8th ed. London: Macmillan, 1920.
 27. Marshall, Alfred. *Industry and Trade*. 3d ed. London: Macmillan, 1920.
 28. Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (2011). Báo cáo điều tra cộng đồng doanh nghiệp dệt may về các vấn đề hội nhập: Ngành dệt may.
 29. Piore, M., and C. Sabel. *The Second Industrial Divide*. New York: Basic Books, 1984.
 30. Porter, M.E. (1985): *Competitive advantage: Creating and sustaining superior performance*. New York, New York: Macmillan.
 31. Quyết định 36/2008/QĐ-TTg ngày 10/3/2008 của Thủ tướng Chính phủ Phê duyệt Chiến lược phát triển ngành công nghiệp Dệt May Việt Nam đến năm 2015, định hướng đến năm 2020.
 32. Quyết định số 2751/QĐ-UBND ngày 26/9/2011 của Ủy ban Nhân dân tỉnh Bình Dương về việc Phê duyệt đề án Định hướng phát triển các ngành công nghiệp hỗ trợ trên địa bàn tỉnh Bình Dương đến năm 2020.
 33. Quyết định số 34/2007/QĐ-BCN ngày 31/7/2007 của Bộ trưởng Bộ Công nghiệp Phê duyệt Quy hoạch phát triển công nghiệp hỗ trợ đến năm 2010, tầm nhìn đến năm 2020.
 34. Quyết định số 39/2008/QĐ-BCT ngày 23/10/2008 của Bộ trưởng Bộ Công thương Phê duyệt Chương trình đào tạo nguồn nhân lực ngành Dệt May Việt Nam đến năm 2015, tầm nhìn đến năm 2020
 35. Quyết định số 3924/QĐ-UBND ngày 8/11/2007 của UBND tỉnh Đồng Nai về việc phê duyệt Quy hoạch phát triển các ngành công nghiệp phụ trợ trên địa bàn tỉnh Đồng Nai giai đoạn 2007 - 2015, tầm nhìn đến năm 2020.
 36. Quyết định số 4028/QĐ-UBND ngày 28/11/2008 của UBND tỉnh Đồng Nai về việc Phê duyệt Quy hoạch phát triển ngành công nghiệp dệt, may và giày dép trên địa bàn tỉnh Đồng Nai đến năm 2015, có tính đến năm 2020.
 37. Quyết định số 42/2008/QĐ-BCT ngày 19/11/2008 của Bộ trưởng Bộ Công thương Phê duyệt Quy hoạch phát triển ngành Công nghiệp Dệt May Việt Nam đến năm 2015, định hướng đến năm 2020.
 38. Đặng Phong (2004). *Lịch sử kinh tế Việt Nam*. Nhà xuất bản khoa học xã hội.
 39. Riedel, Bettina; Wolfgang Bokelmann; and Maurizio Canavari (2009). *Combining Cluster and Value Chain Approaches to Analyze the Competitiveness of Fresh Vegetables*

Producers: Case Studies in Germany, Italy and Spain. Paper prepared for presentation at the 113th EAAE Seminar “A resilient European food industry and food chain in a challenging world”, Chania, Crete, Greece, date as in: September 3 - 6, 2009.

40. Rosenfeld, S. “Bringing Business Clusters into the Mainstream of Economic Development.” *European Planning Studies* 5, no. 1 (1997):3–23.
41. Sở Công Thương tỉnh Bình Dương (2011). Báo cáo tóm tắt định hướng phát triển các ngành công nghiệp hỗ trợ trên địa bàn tỉnh Bình Dương đến năm 2020.
42. Sở Công Thương TP. Hồ Chí Minh (2012). Báo cáo Quy hoạch phát triển ngành công nghiệp dệt may thành phố Hồ Chí Minh đến năm 2020, định hướng đến năm 2030.
43. Sonja Vermeulen, Jim Woodhill, Felicity Proctor and Rik Delnoye (2008): Chain-Wide Learning for Inclusive Agrifood Market Development: A guide to multi-stakeholder processes for linking small-scale producers to modern markets. The International Institute for Environment and Development (IIED), UK and the Capacity Development and Institutional Change Programme (CD&IC), Wageningen University and Research Centre, the Netherlands.
44. Tập đoàn Dệt May Việt Nam (2011). Quy hoạch định hướng đầu tư Dệt may đến năm 2020
45. Tập đoàn Dệt May Việt Nam (2012). Báo cáo tổng kết sản xuất kinh doanh của Tập đoàn Dệt May Việt Nam năm 2012.
46. Technopak (2012). Textile and Apparel Compendium 2012.
47. Nguyễn Xuân Thành và Jonathan Pincus (2011). “Di dời cảng biển Thành phố Hồ Chí Minh: Tình huống nghiên cứu về sự phân mảng thể chế”, Bài nghiên cứu chính sách FETP.
48. The Indian Ministry of Textiles (2011). Strategic Plan 2011-2016.
49. Trần Văn Thọ (2000). Kinh tế Việt Nam 1955 – 2000: Tính toán mới, Phân tích mới. NXB Thống kê Hà Nội.
50. Tổng cục Thống kê. Tổng điều tra mức sống hộ gia đình các năm từ 2002 đến 2010.
51. Trần Tiên Dung (2007). Nghiên cứu phát triển thị trường tiêu thụ hàng may mặc tại Tp.HCM của Vinatex. Luận văn thạc sỹ, Đại học Kinh tế TP. Hồ Chí Minh.
52. Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Đầu tư TP. Hồ Chí Minh (ITPC). Tài liệu Nghiên cứu Ngành hàng dệt may Việt Nam (Lưu hành nội bộ).
53. Viện Nghiên cứu và Quản lý Kinh tế Trung ương (2011). Báo cáo nghiên cứu Năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp xuất khẩu trong 3 ngành dệt may, thủy sản và điện tử.
54. World Bank (2010). “The Global Apparel Value Chain, Trade and the Crisis: Challenges and Opportunities for Developing Countries.” Policy Research Working Paper 5281.

PHỤ LỤC 1: PHIẾU ĐIỀU TRA

ỦY BAN NHÂN DÂN TP.HCM
DỰ ÁN “THÚC ĐẨY TRIỂN KHAI HIỆU QUẢ CHƯƠNG TRÌNH HNKTQT CỦA TP.HCM
VÀ HỖ TRỢ CÁC TỈNH TRONG VÙNG”

PHIẾU ĐIỀU TRA

NGHIÊN CỨU TÍNH CẠNH TRANH CỦA CỤM NGÀNH DỆT MAY
VÙNG THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH, BÌNH DƯƠNG VÀ ĐỒNG NAI

THÔNG TIN TRẢ LỜI ĐIỀU TRA ĐƯỢC GIỮ BÍ MẬT VÀ DANH TÍNH CỦA DOANH NGHIỆP VÀ CÁ
NHÂN TRẢ LỜI PHIẾU SẼ KHÔNG ĐƯỢC CÔNG BỐ

Tên doanh nghiệp:

Địa chỉ trụ sở chính của doanh nghiệp:

*Nếu thông tin ở trên không chính xác, xin
chỉnh sửa lại trong hộp ở bên phải.*

Tên doanh nghiệp: _____

Địa chỉ trụ sở doanh nghiệp: _____

Tên người được phỏng vấn:

Chức vụ trong doanh nghiệp:

Thông tin liên hệ:

*Ngoài trừ trường hợp được xác định cụ thể, các câu trả lời được căn cứ vào khoảng thời gian trong năm 2012
hoặc tại thời điểm 31/12/2012.*

I. THÔNG TIN CỐ BẢN VỀ DOANH NGHIỆP

1.01 Hoạt động kinh doanh chính của doanh nghiệp là ở ngành:

(Xin đánh dấu một ngành duy nhất)

- Sản xuất sợi (1311)
- Sản xuất vải dệt thoi (1312)
- Hoàn thiện sản phẩm dệt(1313)
- Sản xuất vải dệt kim, vải dệt thoi, vải đan móc và vải không dệt khác (1321)
- Sản xuất hàng may sẵn (trừ trang phục) (1322)
- May trang phục (trừ trang phục từ da lông thú) (1410)
- Sản xuất trang phục dệt kim, đan móc (1430)
- Bán buôn vải, hàng may sẵn (4641)
- Bán buôn máy móc, thiết bị và phụ tùng máy dệt, may, da giày (46593)
- Bán buôn chuyên doanh khác (nguyên phụ liệu dệt may) (46695-6)
- Bán lẻ chuyên doanh vải, len, sợi, chỉ khâu và hàng dệt khác (4751)
- Bán lẻ chuyên doanh hàng may mặc (4771)
- Bán lẻ chuyên doanh hàng may mặc (4771)
- Ngành khác, xin ghi cụ thể: _____

(Ngành kinh doanh chính là ngành chiếm tỷ trọng lớn nhất trong tổng lợi nhuận trước thuế của doanh nghiệp)

1.02 Ngoài hoạt động kinh doanh chính ở trên, doanh nghiệp còn có hoạt động kinh doanh phụ nào dưới đây? (Xin đánh dấu tất cả các ngành mà doanh nghiệp có hoạt động kinh doanh)

- Sản xuất sợi (1311)
- Sản xuất vải dệt thoi (1312)
- Hoàn thiện sản phẩm dệt(1313)
- Sản xuất vải dệt kim, vải đan móc và vải không dệt khác (1321)
- Sản xuất hàng may sẵn (trừ trang phục) (1322)
- May trang phục (trừ trang phục từ da lông thú) (1410)
- Sản xuất trang phục dệt kim, đan móc (1430)
- Bán buôn vải, hàng may sẵn (4641)
- Bán buôn máy móc, thiết bị và phụ tùng máy dệt, may, da giày (46593)
- Bán buôn chuyên doanh khác (nguyên phụ liệu dệt may) (46695-6)
- Bán lẻ chuyên doanh vải, len, sợi, chỉ khâu và hàng dệt khác (4751)
- Bán lẻ chuyên doanh hàng may mặc (4771)
- Bán lẻ chuyên doanh hàng may mặc (4771)
- Các ngành khác, xin ghi cụ thể: _____

1.03 Năm thành lập doanh nghiệp là: _____

1.04 Hoạt động sản xuất kinh doanh chính của doanh nghiệp được đặt tại:

- Khu CN _____
Địa chỉ: _____
- Ngoài khu CN _____
Địa chỉ: _____

1.05 Loại hình doanh nghiệp là:

- Công ty cổ phần
- Công ty TNHH
- Doanh nghiệp tư nhân
- Doanh nghiệp liên doanh
- Doanh nghiệp 100% vốn nước ngoài

1.06 Nếu là công ty cổ phần hay công ty TNHH thì cổ đông lớn nhất của doanh nghiệp là:

- Cá nhân
- Doanh nghiệp ngoài quốc doanh trong nước
- Nhà nước (kể cả doanh nghiệp nhà nước)
- Nhà đầu tư nước ngoài

1.07 Tổng số lao động hiện nay của doanh nghiệp là: _____ (người)

1.08 Xin ước tính tốc độ tăng trưởng doanh thu bình quân năm của doanh nghiệp trong giai đoạn 2010-2012: _____ %

1.09 Xin ước tính tốc độ tăng trưởng doanh thu bình quân năm của doanh nghiệp trong giai đoạn 2007-2009 _____ %

1.10 Xin ước tính tốc độ tăng trưởng doanh thu bình quân năm của doanh nghiệp trong giai đoạn 2004-2006: _____ %

1.11 Xin ước tỷ lệ lợi nhuận trước thuế của doanh nghiệp so với tổng doanh thu năm 2012: _____ %

1.12 Tỷ lệ khai thác công suất của doanh nghiệp (căn cứ vào tỷ lệ sử dụng máy móc/thiết bị và diện tích nhà xưởng) trong năm 2012 bằng bao nhiêu?

- Dưới 50%
- 50-60%
- 60-70%
- 70-80%
- 80-90%
- Trên 90%

1.13 Tỷ lệ khai thác công suất của doanh nghiệp (căn cứ vào tỷ lệ sử dụng máy móc/thiết bị và diện tích nhà xưởng) trong năm 2006 bằng bao nhiêu?

- Dưới 50%
- 50-60%
- 60-70%
- 70-80%
- 80-90%
- Trên 90%

1.14 Trong thang đo từ 1-5, doanh nghiệp kỳ vọng trong vòng 3 năm tới sẽ thay đổi quy mô sản xuất, kinh doanh của mình ở mức độ nào?

Giảm mạnh 1 2 3 4 5 Tăng mạnh

II. THÔNG TIN VỀ TÍNH CẠNH TRANH CHUNG

2.01 Chiến lược cạnh tranh cốt lõi trong lĩnh vực kinh doanh chính của doanh nghiệp là:

(Xin chỉ đánh dấu một lựa chọn thích hợp nhất)

- Chi phí thấp dựa trên mức lương thấp của lao động
- Chi phí thấp dựa trên lợi thế của lao động có tay nghề
- Chi phí thấp dựa trên lợi thế của công nghệ sản xuất
- Khác biệt so với đối thủ cạnh tranh dựa trên thiết kế sản phẩm
- Khác biệt so với đối thủ cạnh tranh dựa trên dịch vụ và hỗ trợ hậu mãi

2.02 Đối với mỗi mục sau đây, xin đánh giá vị trí của doanh nghiệp so với các đối thủ cạnh tranh trong lĩnh vực kinh doanh chính của mình.

	Chưa bằng DN nội địa khác	Ngang bằng với DN nội địa khác	Ngang bằng với DN quốc tế trong nước	Ngang bằng với DN hàng đầu khu vực	Ngang bằng với DN hàng đầu thế giới
Thiết kế sản phẩm	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mua sắm máy móc, thiết bị	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mua sắm nguyên phụ liệu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Dịch vụ khách hàng	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Quy trình sản xuất hay dịch vụ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Trình độ tiếp thị	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

2.03 Khách hàng xem sản phẩm chính của doanh nghiệp là:

(Xin chỉ đánh dấu một lựa chọn duy nhất)

- Tương đương hay giống hệt các sản phẩm khác
- Gần giống các sản phẩm khác
- Có tính khác biệt, nhưng không nhiều
- Có tính khác biệt cao
- Mang tính khác biệt hoàn toàn

2.04 Lựa chọn nào sau đây mô tả đúng nhất về tình hình cạnh tranh của doanh nghiệp?

(Xin đánh dấu các lựa chọn thích hợp)

- Có ít hoặc không có cạnh tranh trong nước
- Có một đối thủ cạnh tranh nội địa lớn
- Có một vài đối thủ cạnh tranh nội địa lớn
- Có nhiều đối thủ cạnh tranh nội địa
- Các công ty đa quốc gia đang hoạt động trong nước
- Hàng nhập khẩu

2.05 Trong thang đo từ 1-5, xin đánh giá tính cấp bách của việc doanh nghiệp cần phải đổi mới sản phẩm thường xuyên?

Gần như không cần đổi mới sản phẩm

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

 Rất cần phải đổi mới sản phẩm

2.06 Trong thang đo từ 1-5, xin đánh giá năng lực nghiên cứu và phát triển (R&D) nội tại của doanh nghiệp trong việc đổi mới sản phẩm:

Không có năng lực

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

 Rất có năng lực

2.07 Căn cứ vào đặc tính của lĩnh vực sản xuất, kinh doanh của doanh nghiệp, NẾU có các cơ sở R&D tốt ở bên ngoài thì tác động của các cơ sở này tới tính cạnh tranh của doanh nghiệp sẽ như thế nào theo thang đo từ 1-5 dưới đây?

Tác động rất yếu

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

 Tác động rất mạnh

2.08 Các cơ sở R&D hiện nay đang hỗ trợ cho các doanh nghiệp trong Vùng TP.HCM, Đồng Nai và Bình Dương như thế nào trong thang đo từ 1-5?

Hầu như không có

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

 Có rất nhiều

2.09 Doanh nghiệp có chứng chỉ tiêu chuẩn chất lượng nào? _____
(Ví dụ như ISO).

2.10 Chứng chỉ tiêu chuẩn chất lượng (nếu có) đã giúp doanh nghiệp:

(Xin đánh dấu các lựa chọn thích hợp)

- Tăng sản lượng
- Tăng giá bán sản phẩm
- Kiểm soát chi phí
- Tăng chất lượng sản phẩm
- Tác động khác. Xin ghi rõ: _____
- Không có tác động nào đáng kể

2.11 Tại sao doanh nghiệp lại chọn vị trí hiện tại để tổ chức sản xuất kinh doanh?

(Xin đánh dấu các lựa chọn thích hợp)

- Gần nơi ở của chủ doanh nghiệp
- Lao động chi phí thấp; nguồn cung sẵn có; chất lượng cao)
- Máy móc, thiết bị chi phí thấp; nguồn cung sẵn có; chất lượng cao)
- Nguồn nguyên liệu chi phí thấp; nguồn cung sẵn có; chất lượng cao)
- Cơ sở hạ tầng chi phí thấp; sẵn có; chất lượng cao)
- Đất đai chi phí thấp; sẵn có)
- Dịch vụ hỗ trợ chi phí thấp; sẵn có; chất lượng cao)
- Ưu đãi của địa phương
- Quy định về môi trường tiêu chuẩn thấp; tiêu chuẩn cao)

III. THÔNG TIN VỀ THỊ TRƯỜNG SẢN PHẨM ĐẦU RA VÀ ĐẦU VÀO

3.01 Doanh nghiệp có xuất khẩu trực tiếp sản phẩm của mình ra nước ngoài hay không?

- Có
 Không

Nếu câu trả lời là có, xin tiếp tục câu 3.02. Nếu câu trả lời là không, xin chuyển sang câu 3.07.

3.02 Giá trị xuất khẩu của doanh nghiệp tính theo tỷ lệ % của tổng doanh thu bằng: _____ %

3.03 Trong thang đo từ 1 – 5, xin đánh giá về tỷ lệ giá trị xuất khẩu của doanh nghiệp trong tổng doanh thu của ba năm gần đây:

Giảm mạnh

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

 Tăng mạnh

3.04 Xin liệt kê tên các khu vực và nền kinh tế mà doanh nghiệp xuất khẩu sản phẩm và tỷ lệ trong tổng giá trị xuất khẩu của doanh nghiệp:

(Tổng phải bằng 100%)

Khu vực, nền kinh tế	Tỷ trọng xuất khẩu (%)
<input type="checkbox"/> Hoa Kỳ	_____
<input type="checkbox"/> EU	_____
<input type="checkbox"/> Nhật Bản	_____
<input type="checkbox"/> Hàn Quốc	_____
<input type="checkbox"/> Anh	_____
<input type="checkbox"/> Canada	_____
<input type="checkbox"/> Đài Loan	_____
<input type="checkbox"/> Trung Quốc	_____
<input type="checkbox"/> Trung Đông	_____
<input type="checkbox"/> _____	_____
<input type="checkbox"/> _____	_____
<input type="checkbox"/> _____	_____
<input type="checkbox"/> Còn lại	_____

3.05 Trong 3 năm tới, doanh nghiệp sẽ tập trung khai thác thị trường xuất khẩu chủ yếu nào?

(Ghi tên tối đa 3 khu vực, nền kinh tế bắt đầu từ nơi chính yếu nhất hay ghi không có)

3.06 Xin ghi tên các sản phẩm xuất khẩu chính của doanh nghiệp: (Tối đa 6 sản phẩm)

3.07 Doanh nghiệp có bán sản phẩm của mình ở thị trường nội địa hay không?

- Có
 Không

Nếu câu trả lời là có, xin tiếp tục câu 3.08. Nếu câu trả lời là không, xin chuyển sang câu 3.13.

3.08 Doanh nghiệp bán sản phẩm tại thị trường nội địa cho:

- Tổ chức khác để rồi xuất khẩu ra nước ngoài.
Xin cho biết tỷ lệ doanh thu được xuất khẩu gián tiếp (trên tổng doanh thu): _____ (%)
- Tiêu dùng trong nước (trực tiếp hay qua tổ chức khác).
Xin cho biết tỷ lệ doanh thu bán trực tiếp cho tiêu dùng (trên tổng doanh thu): _____ (%)

3.09 Nếu có bán sản phẩm cho tổ chức khác để rồi xuất khẩu, xin giải thích ngắn gọn tại sao doanh nghiệp lại không xuất khẩu trực tiếp.

3.10 Nếu doanh nghiệp có bán sản phẩm cho tổ chức khác, thì các tổ chức này nằm tại:

(Xin đánh dấu các lựa chọn thích hợp)

- TP.HCM
- Đồng Nai
- Bình Dương
- Các tỉnh còn lại ở Vùng Đông Nam Bộ
- Miền Bắc
- Miền Trung
- Đồng bằng sông Cửu Long

3.11 Sản phẩm bán ở thị trường nội địa của doanh nghiệp được phân phối:

(Xin chỉ đánh dấu một lựa chọn duy nhất)

- Trên toàn quốc
- Chủ yếu ở TP.HCM
- Chủ yếu ở Đông Nam Bộ
- Chủ yếu ở thành thị
- Chủ yếu ở nông thôn

3.12 Sản phẩm bán ở thị trường nội địa của doanh nghiệp được phân phối tại:

(Xin đánh dấu các lựa chọn thích hợp)

- Chợ truyền thống
- Các cửa hàng bán lẻ thông thường trên đường, phố
- Trung tâm mua sắm, siêu thị thông thường
- Các cửa thời trang cao cấp trên đường, phố
- Trung tâm mua sắm cao cấp
- Qua mạng internet
- Không biết vì bán sản phẩm cho doanh nghiệp khác

3.13 Doanh nghiệp có nhập khẩu nguyên phụ liệu từ nước ngoài hay không?

- Có
- Không

Nếu câu trả lời là có, xin tiếp tục câu 3.14. Nếu câu trả lời là không, xin chuyển sang câu 3.17.

3.14 Nguyên, phụ liệu nhập khẩu của doanh nghiệp gồm có:

	% trong tổng doanh thu	Nhập khẩu từ quốc gia/khu vực
<input type="checkbox"/> Bông	_____	_____
<input type="checkbox"/> Xơ, sợi dệt	_____	_____
<input type="checkbox"/> Hóa chất nhuộm	_____	_____
<input type="checkbox"/> Vải	_____	_____
<input type="checkbox"/> Phụ liệu dệt	_____	_____
<input type="checkbox"/> Phụ liệu may	_____	_____

3.15 Việc phải nhập khẩu nguyên, phụ liệu có phải là yếu tố quan trọng làm tăng chi phí kinh doanh của doanh nghiệp so với các đối thủ cạnh tranh khác ở nước ngoài hay không?

- Có. Xin ước tính chi phí tăng lên với tỷ lệ khoảng: _____ %
- Không

3.16 Theo ý kiến chủ quan của anh/chị, để nâng cao tính cạnh tranh của ngành dệt may trong tương lai, thì nguyên, phụ liệu cần phải được:

(Xin chỉ đánh dấu một lựa chọn duy nhất)

- Tiếp tục nhập khẩu
- Sản xuất trong nước để cung ứng cho ngành
- Sản xuất trong nước để cung ứng cho ngành và xuất khẩu

3.17 Nguyên, phụ liệu sản xuất trong nước mà doanh nghiệp mua vào gồm có:

	% trong tổng doanh thu	Tỉnh/TP sản xuất nguyên, phụ liệu
<input type="checkbox"/> Bông	_____	_____
<input type="checkbox"/> Xơ, sợi dệt	_____	_____
<input type="checkbox"/> Hóa chất nhuộm	_____	_____
<input type="checkbox"/> Phụ liệu dệt	_____	_____
<input type="checkbox"/> Vải	_____	_____
<input type="checkbox"/> Phụ liệu may	_____	_____

3.18 So với hàng nhập khẩu, nguyên, phụ liệu sản xuất trong nước có:

	<u>Lượng cung</u>			<u>Giá</u>			<u>Chất lượng</u>			<u>T/gian giao hàng</u>		
	Cao hơn	Bằng	Thấp hơn	Cao hơn	Bằng	Thấp hơn	Cao hơn	Bằng	Thấp hơn	Lâu hơn	Bằng	Nhanh hơn
<input type="checkbox"/> Bông	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> Xơ, sợi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> Nhuộm	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> P.liệu dệt	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> Vải	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> P.liệu may	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

IV. THÔNG TIN VỀ NHÂN TỐ SẢN XUẤT VÀ CƠ SỞ HẠ TẦNG HỖ TRỢ

4.01 Xin ước tính tỷ lệ lao động của doanh nghiệp theo trình độ học vấn: (Tổng phải bằng 100%) (Xin tính tất cả các loại lao động như sản xuất trực tiếp, quản lý, văn phòng, v.v...).

- Dưới tiểu học _____ %
- Đã tốt nghiệp tiểu học _____ %
- Đã tốt nghiệp trung học, nhưng chưa qua đào tạo nghề _____ %
- Đã tốt nghiệp trung học và đã được đào tạo nghề _____ %
- Đã tốt nghiệp cao đẳng _____ %
- Đã tốt nghiệp đại học _____ %

4.02 Xin ước tính tỷ lệ lao động gián tiếp (quản lý, văn phòng, kế toán, bán hàng) của doanh nghiệp: _____ %

4.03 Xin ước tỷ lệ chi phí lao động so với tổng doanh thu của doanh nghiệp: _____ %

4.04 Ngành kinh doanh của doanh nghiệp có cần sử dụng lao động có kỹ năng đặc thù (kỹ thuật hay quản lý) để tạo lợi thế cạnh tranh hay không?

- Có
- Không

Nếu câu trả lời là có, xin tiếp tục câu 4.05. Nếu câu trả lời là không, xin chuyển sang câu 4.08.

4.05 Doanh nghiệp có đang sử dụng lao động (không kể chủ sở hữu) là người có kỹ năng đặc thù (kỹ thuật hay quản lý) trong hoạt động kinh doanh của mình hay không?

- Có
- Không

4.06 Trong thang đo từ 1-5, xin đánh giá mức độ sẵn có của lao động có kỹ năng đặc thù này trong ngành kinh doanh của doanh nghiệp:

Rất khan hiếm

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

 Rất sẵn có

4.07 Sự sẵn có hay không sẵn có lao động có kỹ năng đặc thù của ngành là do thiếu vắng hay có đủ các yếu tố sau:

(Xin đánh dấu các lựa chọn thích hợp)

- Tổ chức đào tạo trong Vùng TP.HCM, Đồng Nai, Bình Dương
- Tổ chức đào tạo ở nơi khác trong nước
- Năng lực rèn luyện kỹ năng của bản thân lao động
- Năng lực của doanh nghiệp trong việc trang bị kỹ năng cho lao động
- Hội đủ số lượng doanh nghiệp trong Vùng có nhu cầu đối với lao động này
- Khả năng giữ lao động trong doanh nghiệp
- Khả năng giữ lao động trong Vùng

4.08 Bình quân giai đoạn 2010 - 12, tổng chi cho đầu tư tài sản cố định mới hàng năm bằng bao nhiêu % giá trị tổng tài sản doanh nghiệp: _____ %

4.09 Doanh nghiệp có sử dụng máy móc thiết bị (MMTB) nào dưới đây?

(Có thể đánh dấu cả hai lựa chọn nếu thích hợp)

- | | Nhập khẩu từ quốc gia | SX trong nước từ DN |
|---|-----------------------|---------------------|
| <input type="checkbox"/> MMTB xơ, sợi | _____ | _____ |
| <input type="checkbox"/> MMTB dệt | _____ | _____ |
| <input type="checkbox"/> MMTB may | _____ | _____ |
| <input type="checkbox"/> MMTB khác: _____ | _____ | _____ |
| <input type="checkbox"/> MMTB khác: _____ | _____ | _____ |

4.10 Nếu có đầu tư mới, thì chi phí đầu tư được tài trợ theo tỷ lệ nào từ các nguồn sau:

(Tổng phải bằng 100%)

- Lợi nhuận giữ lại _____ %
- Góp vốn mới của chủ sở hữu/cổ đông hiện hữu _____ %
- Góp vốn mới của chủ sở hữu/cổ đông mới _____ %
- Vay ngân hàng thương mại _____ %
- Vay các tổ chức tín dụng phi ngân hàng _____ %
- Vay ngân hàng phát triển, quỹ phát triển _____ %
- Vay các tổ chức, cá nhân khác _____ %

4.11 Doanh nghiệp có đang vay tổ chức tín dụng (ngân hàng thương mại, công ty tài chính,...) hay ngân hàng/quỹ phát triển hay không?

- Có
- Không

Nếu câu trả lời là có, xin tiếp tục câu 4.12. Nếu câu trả lời là không, xin chuyển sang câu 4.13.

4.12 Khoản vay ở câu 4.11 được dùng để tài trợ các hoạt động sau theo tỷ lệ % bằng bao nhiêu?

(Tổng phải bằng 100%)

- Vốn lưu động _____ %
- Đầu tư dài hạn dệt may _____ %
- Đầu tư dài hạn ngành khác _____ %

4.13 Trong thang đo từ 1-5, xin đánh giá đất đai là yếu tố làm tăng hay làm giảm tính cạnh tranh của doanh nghiệp:

Không tiếp cận được đất đai làm giảm tính cạnh tranh

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

 Tiếp cận đất đai làm tăng tính cạnh tranh

4.14 Doanh nghiệp sở hữu hay thuê đất để sử dụng làm nhà xưởng sản xuất?

- Sở hữu. Xin cho biết giá đất hiện nay bằng: _____ VNĐ/m²
- Thuê. Xin cho biết chi phí thuê đất bằng: _____ VNĐ/m²/năm

4.15 Nếu có xuất khẩu, thì sản phẩm của doanh nghiệp hiện được xuất khẩu qua cảng biển nào?

- Tân Cảng Cát Lái, Quận 2, TP.HCM
- Cảng Sài Gòn và các cảng khác ở khu vực Quận 4, TP.HCM
- Cảng SPCT ở Hiệp Phước, Nhà Bè, TP.HCM
- Các cảng ở Thị Vải – Cái Mép, Bà Rịa – Vũng Tàu
- Cảng khác (kể cả ICD, cảng cạn). Xin ghi rõ tên: _____

4.16 Nếu có xuất khẩu qua cảng biển, thì tổng tất cả các khoản chi phí phải trả cho các dịch vụ bên trong cảng tính bình quân bằng khoảng: _____ (VNĐ/container 20 feet)

4.17 Nếu có nhập khẩu qua cảng biển, thì tổng tất cả các khoản chi phí phải trả cho các dịch vụ bên trong cảng tính bình quân bằng khoảng: _____ (VNĐ/container 20 feet)

4.18 Trong thang đo từ 1-5, xin đánh giá việc có doanh nghiệp sản xuất sản phẩm cùng ngành ở gần mình giúp làm tăng hay giảm lợi nhuận của doanh nghiệp:

Làm giảm lợi nhuận

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

 Làm tăng lợi nhuận

4.19 Trong số tổ chức cung ứng MMTB, nguyên, phụ liệu vật liệu cho doanh nghiệp, có bao nhiêu nằm trong bán kính 10 km xung quanh nơi có hoạt động sản xuất kinh doanh chính? _____ / _____
số trong bán kính 10 km tổng số
Hoặc Không biết

4.20 Trong thang đo từ 1-5, xin đánh giá việc có doanh nghiệp cung ứng MMTB, nguyên, phụ liệu vật liệu ở gần mình giúp làm tăng hay giảm lợi nhuận của doanh nghiệp:

Làm giảm lợi nhuận

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

 Làm tăng lợi nhuận

4.21 Trong các tổ chức cung ứng dịch vụ hỗ trợ cho doanh nghiệp, có bao nhiêu nằm trong bán kính 10 km xung quanh nơi có hoạt động sản xuất chính? _____ / _____
số trong bán kính 10 km tổng số
Hoặc Không biết

4.22 Trong thang đo từ 1-5, xin đánh giá việc có doanh nghiệp cung ứng dịch vụ hỗ trợ ở gần mình giúp làm tăng hay giảm lợi nhuận của doanh nghiệp:

Làm giảm lợi nhuận

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

 Làm tăng lợi nhuận

V. THÔNG TIN VỀ SẢN XUẤT MAY MẶC

(Chỉ áp dụng cho các doanh nghiệp may mặc thuộc mã ngành 1322, 1410 và 1430)

5.01 Doanh nghiệp hiện sản xuất theo phương thức nào dưới đây?

(Xin đánh dấu các lựa chọn thích hợp)

- CMT (Cut, Make & Trim): Bên mua hàng cung cấp mẫu thiết kế, nguyên liệu, chịu trách nhiệm vận chuyển, nhà sản xuất Việt Nam chỉ gia công cắt, may và hoàn thiện sản phẩm.
- FOB/OEM (Original Equipment Manufacturing):
- ODM (Original Design Manufacturing): Doanh nghiệp Việt Nam chào hàng mẫu thiết kế sau đó chủ động mua và vận chuyển nguyên liệu, cắt, may, hoàn thiện và vận chuyển sản phẩm tới cảng của khách hàng.
- OBM (Original Brand Manufacturing): Các doanh nghiệp Việt Nam chủ động thực hiện thiết kế, mua nguyên liệu, sản xuất và phân phối tới người tiêu dùng (trong và ngoài nước) dưới thương hiệu của riêng mình.
- Khác. Xin ghi rõ: _____

Câu 5.02 đến câu 5.03 dành cho doanh nghiệp có làm CMT.

5.02 Trong thang đo từ 1-5, xin đánh giá mức độ có lợi/bất lợi của việc doanh nghiệp sản xuất theo mô hình CMT so với mô hình FOB:

Rất bất lợi

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

 Rất có lợi

5.03 Trong 3 năm tới, doanh nghiệp có chiến lược chuyển sang mô hình sản xuất khác không?

- Không thay đổi mô hình
- Chuyển sang FOB
- Chuyển sang ODM
- Chuyển sang OBM
- Khác. Xin ghi rõ: _____

Câu 5.04 đến câu 5.07 dành cho doanh nghiệp có làm OEM.

5.04 Doanh nghiệp bắt đầu ngay bằng mô hình FOB hay chuyển đổi từ CMT?

- FOB ngay từ đầu
- Chuyển từ CMT, vào năm: _____

5.05 Mô hình FOB của doanh nghiệp thực sự là:

- FOB theo hình thức làm thêm một số dịch vụ để tăng giá trị hợp đồng (FOB I)
- FOB theo đúng nghĩa quốc tế (FOB II & III)

5.06 Trong thang đo từ 1-5, xin đánh giá mức độ có lợi/bất lợi của việc doanh nghiệp sản xuất theo mô hình FOB so với mô hình ODM:

Rất bất lợi

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

 Rất có lợi

5.07 Chi phí gián tiếp quản lý mua sắm và quản lý chuỗi cung ứng của doanh nghiệp chiếm tỷ lệ bao nhiêu so với tổng doanh thu của doanh nghiệp? _____ %

5.08 Trong 3 năm tới, doanh nghiệp có chiến lược chuyển sang mô hình sản xuất khác không?

- Không thay đổi mô hình
- Chuyển về CMT
- Chuyển sang ODM
- Chuyển sang OBM
- Khác. Xin ghi rõ: _____

Câu 5.09 đến câu 5.14 dành cho doanh nghiệp có làm ODM.

5.09 Doanh nghiệp bắt đầu ngay bằng mô hình ODM hay chuyển đổi từ mô hình khác?

- ODM ngay từ đầu
- Chuyển từ CMT, vào năm: _____
- Chuyển từ FOB, vào năm: _____

5.10 Chi phí thiết kế chiếm tỷ lệ bao nhiêu so với tổng doanh thu của doanh nghiệp? _____ %

5.11 Trong thang đo từ 1-5, xin đánh giá mức độ có lợi/bất lợi của việc doanh nghiệp sản xuất theo mô hình ODM so với mô hình OBM:

Rất bất lợi

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

 Rất có lợi

5.12 Doanh nghiệp có thuê tổ chức khác gia công sản phẩm cho mình hay không?

-
- Có
 - Không

Nếu câu trả lời là có, xin tiếp tục câu 5.12. Nếu câu trả lời là không, xin chuyển sang câu 5.14.

5.13 Tổ chức gia công cho doanh nghiệp là dưới dạng:

- CMT
- FOB
- Khác. Xin ghi rõ: _____

5.14 Tổ chức gia công cho doanh nghiệp nằm ở:

- Cùng tỉnh/TP
- Trong Vùng TP.HCM, Đồng Nai và Bình Dương
- Nơi khác ở Việt Nam
- Nước ngoài

Câu 5.15 đến câu 5.19 dành cho doanh nghiệp có làm OBM.

5.15 Doanh nghiệp bắt đầu ngay bằng mô hình OBM hay chuyển đổi từ mô hình khác?

- OBM ngay từ đầu
- Chuyển từ CMT, vào năm: _____
- Chuyển từ FOB, vào năm: _____
- Chuyển từ ODM, vào năm: _____

5.16 Chi phí xây dựng thương hiệu hàng năm chiếm tỷ lệ bao nhiêu so với tổng doanh thu của doanh nghiệp? _____ %

5.17 Doanh nghiệp có thuê tổ chức khác gia công sản phẩm cho mình hay không?

- Có
- Không

Nếu câu trả lời là có, xin tiếp tục câu 5.18. Nếu câu trả lời là không, xin chuyển sang câu 5.20.

5.18 Tổ chức gia công cho doanh nghiệp là dưới dạng:

- CMT
- FOB
- Khác. Xin ghi rõ: _____

5.19 Tổ chức gia công cho doanh nghiệp nằm ở:

- Cùng tỉnh/TP
- Trong Vùng TP.HCM, Đồng Nai và Bình Dương
- Nơi khác ở Việt Nam
- Nước ngoài

VI. THÔNG TIN VỀ SẢN XUẤT DỆT

(Chỉ áp dụng cho các doanh nghiệp dệt thuộc mã ngành 1311, 1312, 1313 và 1321)

6.01 Xin cho biết doanh nghiệp ở vị trí nào trong chuỗi giá trị CN dệt?

(Xin đánh dấu các lựa chọn thích hợp)

- Sản xuất bông
- Sản xuất xơ tổng hợp
- Sản xuất sợi
- Sản xuất vải dệt thoi
- Sản xuất vải dệt kim
- Nhuộm và hoàn tất
- Các công đoạn hoàn thiện khác:.....

6.02 Xin cho biết sản phẩm dệt của doanh nghiệp được dùng để:

(Xin đánh dấu các lựa chọn thích hợp)

- Nguyên liệu cho ngành may mặc phục vụ tiêu dùng trong nước
- Nguyên liệu cho ngành may mặc xuất khẩu
- Xuất khẩu
- Khác:

6.03 Đối với mỗi hoạt động trong chuỗi giá trị dệt mà doanh nghiệp có tham gia, xin đánh giá vị trí của doanh nghiệp so với các đối thủ cạnh tranh của mình.

	Chưa bằng DN nội địa khác	Ngang bằng với DN nội địa khác	Ngang bằng với DN quốc tế trong nước	Ngang bằng với DN hàng đầu khu vực	Ngang bằng với DN hàng đầu thế giới
SX bông	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
SX xơ tổng hợp	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
SX sợi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
SX vải dệt thoi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
SX vải dệt kim	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Nhuộm và hoàn tất	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Các công đoạn hoàn thiện khác	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

6.04 Xin cho biết đâu là những yếu tố quan trọng nhất làm giảm tính cạnh tranh của sản phẩm dệt Việt

Nam: (Xin đánh dấu các lựa chọn thích hợp)

- Thiếu nguyên liệu sản xuất trong nước
- Không có khả năng tiếp cận vốn để đầu tư MMTB và mở rộng quy mô
- Nguồn nhân lực không đáp ứng yêu cầu
- Năng lực yếu trong các công đoạn hoàn thiện sản phẩm dệt
- Chính sách nhà nước không khuyến khích hoạt động nhuộm vì gây ô nhiễm
- Khác:

VII. THÔNG TIN VỀ MÔI TRƯỜNG CHÍNH SÁCH

Các câu hỏi dưới đây nhằm xin ý kiến đánh giá của doanh nghiệp mang theo thang đo 1-5, trong đó 1 là yếu nhất/thấp nhất, 5 là mạnh nhất/cao nhất và 3 là không có tác động gì/trung tính.

7.01 Dệt may là hoạt động chịu tác động của biến động lạm phát ở mức độ nào?

Rất thấp

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

 Rất mạnh

7.02 Dệt may là hoạt động chịu tác động của biến động tỷ giá hối đoái ở mức độ nào?

Rất thấp

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

 Rất mạnh

7.03 Dệt may là hoạt động chịu tác động của biến động lãi suất ở mức độ nào?

Rất thấp

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

 Rất mạnh

7.04 Dệt may là hoạt động chịu tác động của biến động kinh tế toàn cầu ở mức độ nào?

Rất thấp

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

 Rất mạnh

7.05 Dệt may là hoạt động được nhà nước trợ cấp ở mức độ nào?

Rất ít

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

 Rất nhiều

7.06 Dệt may là hoạt động chịu gánh nặng thuế ở mức độ nào?

Rất ít

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

 Rất nhiều

7.07 Những thay đổi về thủ tục hành chính công nói chung của Nhà nước trong thời gian qua có tác động như thế nào tới doanh nghiệp của anh/chị?

Rất tiêu cực

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

 Rất tích cực

7.08 Những thay đổi về chính sách đất đai của Nhà nước trong thời gian qua có tác động như thế nào tới doanh nghiệp của anh/chị?

Rất tiêu cực

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

 Rất tích cực

7.09 Những thay đổi về chính sách thuế của Nhà nước trong thời gian qua có tác động như thế nào tới doanh nghiệp của anh/chị?

Rất tiêu cực

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

 Rất tích cực

7.10 Những thay đổi về thủ tục hải quan của Nhà nước trong thời gian qua có tác động như thế nào tới doanh nghiệp của anh/chị?

Rất tiêu cực

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

 Rất tích cực

7.11 Những quy định về tiền lương tối thiểu ảnh hưởng thế nào tới lợi thế cạnh tranh của doanh nghiệp

Rất tiêu cực

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

 Không ảnh hưởng

7.12 Các quy hoạch, chiến lược phát triển CN dệt may của Chính phủ và Bộ Công thương đã và đang được triển khai có tác động như thế nào tới doanh nghiệp của anh/chị?

Rất tiêu cực

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

 Rất tích cực

7.13 Chương trình phát triển ngành dệt may của UBND tỉnh/TP nơi doanh nghiệp có hoạt động sản xuất có ảnh hưởng như thế nào tới doanh nghiệp của anh/chị?

Rất tiêu cực

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

 Rất tích cực

7.14 Việc UBND tỉnh/TP nơi doanh nghiệp có hoạt động sản xuất không coi dệt may là ngành CN mũi nhọn/chủ lực trong quy hoạch và kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội có ảnh hưởng như thế nào tới doanh nghiệp của anh/chị?

Rất tiêu cực

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

 Rất tích cực

7.15 Chính sách nào dưới đây là hữu hiệu nhất để thúc đẩy sự phát triển CN dệt may ở Vùng TP.HCM, Đồng Nai và Bình Dương? (Xin chọn tối đa 3 chính sách)

- Hỗ trợ lãi suất khi vay tổ chức tín dụng
- Giảm thuế suất thuế thu nhập doanh nghiệp (từ 25% xuống 20%)
- Mở rộng và phát triển mới các khu CN tập trung
- Đầu tư cảng biển
- Đầu tư đường bộ
- Phát triển các chương trình đào tạo công nhân kỹ thuật
- Phát triển các chương trình đào tạo về thiết kế thời trang
- Phát triển các chương trình đào tạo về quản trị kinh doanh
- Hỗ trợ phát triển ngành CN máy móc thiết bị dệt may
- Chính sách khác. Xin ghi rõ: _____

7.16 Yếu tố nào dưới đây, nếu xảy ra, sẽ là nguyên nhân chính dẫn đến suy thoái hoạt động dệt may ở Vùng TP.HCM, Đồng Nai và Bình Dương? (Xin chỉ đánh dấu một lựa chọn duy nhất)

- Chi phí lao động tăng cao
- Giá đất đai tăng cao
- Ếch tắc cơ sở hạ tầng
- Thất bại trong việc nâng cấp chuỗi giá trị
- Nhà nước chủ trương di dời hoạt động dệt may ra khỏi TP.HCM, Đồng Nai, Bình Dương
- Khác. Xin ghi rõ: _____

PHỤ LỤC 2: CÁC BẢNG SỐ LIỆU ĐIỀU TRA NHÂN TỐ SẢN XUẤT VÀ CƠ SỞ HẠ TẦNG HỖ TRỢ

Bảng 4.01. Trình độ lao động của DN

	Dưới tiểu học	Đã tốt nghiệp tiểu học	Đã tốt nghiệp trung học, nhưng chưa qua đào tạo nghề	Đã tốt nghiệp trung học và đã được đào tạo nghề	Đã tốt nghiệp cao đẳng	Đã tốt nghiệp đại học
May	2,00%	17,11%	41,44%	28,53%	5,07%	7,08%
TP,HCM	2,25%	15,19%	40,11%	26,70%	6,79%	8,96%
Đồng Nai	2,11%	16,96%	38,18%	31,01%	5,10%	6,08%
Bình Dương	1,63%	19,17%	46,02%	27,89%	3,31%	6,19%
Dệt	1,00%	11,27%	37,69%	29,95%	9,38%	10,70%
TP,HCM	0,00%	7,19%	33,44%	33,13%	14,69%	11,56%
Đồng Nai	1,67%	26,23%	31,23%	27,00%	5,47%	8,40%
Bình Dương	1,33%	0,40%	48,40%	29,73%	8,00%	12,13%
Thương mại	0,00%	4,03%	39,81%	26,94%	7,92%	22,76%
Tổng	1,00%	10,80%	39,64%	28,47%	7,46%	13,51%

Bảng 4.02 và 4.03. Tỷ lệ lao động gián tiếp và tỷ lệ chi phí lao động so với tổng doanh thu của DN

	Tỷ lệ lao động gián tiếp	Tỷ lệ chi phí lao động so với tổng doanh thu của DN
May	14,06%	40,73%
TP,HCM	14,72%	41,44%
Đồng Nai	13,22%	41,42%
Bình Dương	14,23%	39,32%
Dệt	18,17%	26,67%
TP,HCM	17,94%	31,82%
Đồng Nai	15,37%	28,05%
Bình Dương	21,20%	20,13%
Thương mại	51,89%	21,05%
Tổng	28,04%	29,48%

Bảng 4.04. Ngành kinh doanh của doanh nghiệp có cần sử dụng lao động có kỹ năng đặc thù (kỹ thuật hay quản lý) để tạo lợi thế cạnh tranh hay không?

	Có	Không
May	64,66%	35,34%
TP,HCM	64,38%	35,62%
Đồng Nai	82,35%	17,65%
Bình Dương	53,85%	46,15%
Dệt	58,54%	41,46%
TP,HCM	50,00%	50,00%
Đồng Nai	70,00%	30,00%
Bình Dương	60,00%	40,00%
Thương mại	32,26%	67,74%
Tổng	57,98%	42,02%

Bảng 4.05. Doanh nghiệp có đang sử dụng lao động (không kể chủ sở hữu) là người có kỹ năng đặc thù (kỹ thuật hay quản lý) trong hoạt động kinh doanh của mình hay không?

	Có	Không
May	57,76%	42,24%
TP,HCM	57,53%	42,47%
Đồng Nai	64,71%	35,29%
Bình Dương	53,85%	46,15%
Dệt	51,22%	48,78%
TP,HCM	43,75%	56,25%
Đồng Nai	60,00%	40,00%
Bình Dương	53,33%	46,67%
Thương mại	16,13%	83,87%
Tổng	49,47%	50,53%

Bảng 4.06. Đánh giá mức độ sẵn có của lao động có kỹ năng đặc thù này trong ngành kinh doanh của doanh nghiệp

		1	2	3	4	5	
May		18,42%	14,47%	39,47%	15,79%	11,84%	
TP,HCM		16,67%	14,58%	39,58%	18,75%	10,42%	
Đồng Nai		35,71%	14,29%	35,71%	7,14%	7,14%	
Bình Dương	Rất	7,14%	14,29%	42,86%	14,29%	21,43%	
Dệt	khan	8,33%	25,00%	37,50%	12,50%	16,67%	Rất sẵn có
TP,HCM	hiếm	12,50%	12,50%	25,00%	25,00%	25,00%	
Đồng Nai		0,00%	14,29%	57,14%	14,29%	14,29%	
Bình Dương		11,11%	44,44%	33,33%	0,00%	11,11%	
Thương mại		20,00%	20,00%	20,00%	40,00%	0,00%	
Tổng		16,36%	17,27%	37,27%	17,27%	11,82%	

Bảng 4.07. Yếu tố quyết định DN có lao động có kỹ năng đặc thù

	Tổ chức đào tạo trong Vùng	Tổ chức đào tạo nơi khác trong nước	Năng lực rèn luyện của bản thân LĐ	Năng lực DN trang bị kỹ năng cho LĐ	Đủ số DN trong Vùng có nhu cầu đối với LĐ	Khả năng giữ lao động trong DN	Khả năng giữ LĐ trong Vùng
May	19,85%	11,03%	23,53%	17,65%	5,15%	19,85%	2,94%
TP,HCM	18,60%	11,63%	24,42%	16,28%	8,14%	18,60%	2,33%
Đồng Nai	29,17%	8,33%	20,83%	12,50%	0,00%	25,00%	4,17%
Bình Dương	15,38%	11,54%	23,08%	26,92%	0,00%	19,23%	3,85%
Dệt	25,71%	8,57%	22,86%	17,14%	5,71%	20,00%	0,00%
TP,HCM	28,57%	7,14%	21,43%	21,43%	7,14%	14,29%	0,00%
Đồng Nai	10,00%	10,00%	20,00%	10,00%	10,00%	40,00%	0,00%
Bình Dương	36,36%	9,09%	27,27%	18,18%	0,00%	9,09%	0,00%
Thương mại	23,53%	5,88%	29,41%	23,53%	0,00%	17,65%	0,00%
Tổng	21,28%	10,11%	23,94%	18,09%	4,79%	19,68%	2,13%

Bảng 4.08. Tổng chi cho đầu tư tài sản cố định mới hàng năm theo % giá trị tổng tài sản doanh nghiệp bình quân giai đoạn 2010 - 2012,

May	16,54%
TP,HCM	21,53%
Đồng Nai	10,00%
Bình Dương	18,08%
Dệt	12,11%
TP,HCM	12,50%
Đồng Nai	6,80%
Bình Dương	17,02%
Thương mại	13,38%
Tổng	14,01%

Bảng 4.09. MMTB của DN

	MMTB xơ, sợi		Nguồn gốc MMTB		MMTB dệt		Nguồn gốc MMTB	
	Có	Không	Nhập khẩu	SX trong nước	Có	Không	Nhập khẩu	SX trong nước
May	5,17%	94,83%	83,33%	16,67%	7,76%	92,24%	100,00%	0,00%
TP,HCM	8,22%	91,78%	83,33%	16,67%	8,22%	91,78%	100,00%	0,00%
Đồng Nai	0,00%	100,00%			11,76%	88,24%	100,00%	0,00%
Bình Dương	0,00%	100,00%			3,85%	96,15%	100,00%	0,00%
Dệt	41,46%	58,54%	88,24%	11,76%	65,85%	34,15%	85,19%	14,81%
TP,HCM	43,75%	56,25%	85,71%	14,29%	68,75%	31,25%	81,82%	18,18%
Đồng Nai	50,00%	50,00%	100,00%	0,00%	60,00%	40,00%	83,33%	16,67%
Bình Dương	33,33%	66,67%	80,00%	20,00%	66,67%	33,33%	90,00%	10,00%
Tổng	14,65%	85,35%	86,96%	13,04%	22,93%	77,07%	88,89%	11,11%
	MMTB may		Nguồn gốc MMTB		MMTB may		Nguồn gốc MMTB	
	Có	Không	Nhập khẩu	SX trong nước	Có	Không	Nhập khẩu	SX trong nước
May	92,17%	7,83%	92,66%	7,34%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
TP,HCM	94,52%	5,48%	93,06%	6,94%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
Đồng Nai	100,00%	0,00%	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
Bình Dương	80,77%	19,23%	85,71%	14,29%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
Dệt	19,51%	80,49%	75,00%	25,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
TP,HCM	37,50%	62,50%	66,67%	33,33%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
Đồng Nai	10,00%	90,00%	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
Bình Dương	6,67%	93,33%	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
Tổng	73,08%	26,92%	91,45%	8,55%	22,93%	77,07%	88,89%	11,11%

Bảng 4.10. Chi phí đầu tư mới được tài trợ từ nguồn theo tỷ lệ

	Lợi nhuận giữ lại	Góp vốn mới của chủ sở hữu/cổ đông hiện hữu	Góp vốn mới của chủ sở hữu/cổ đông mới	Vay ngân hàng thương mại	Vay các tổ chức tín dụng phi ngân hàng	Vay ngân hàng phát triển, quỹ phát triển	Vay các tổ chức, cá nhân khác
May	40,76%	30,99%	3,27%	13,95%	0,82%	7,34%	2,87%
TP,HCM	41,33%	24,49%	2,35%	14,80%	2,45%	7,65%	6,94%
Đồng Nai	34,29%	40,71%	3,57%	14,29%	0,00%	7,14%	0,00%
Bình Dương	46,67%	27,78%	3,89%	12,78%	0,00%	7,22%	1,67%
Dệt	23,23%	33,12%	3,08%	32,56%	0,61%	4,07%	3,33%
TP,HCM	26,82%	35,00%	5,91%	30,45%	1,82%	0,00%	0,00%
Đồng Nai	16,20%	38,80%	0,00%	25,00%	0,00%	10,00%	10,00%
Bình Dương	26,67%	25,56%	3,33%	42,22%	0,00%	2,22%	0,00%
Thương mại	40,19%	20,58%	5,00%	25,77%	0,00%	1,54%	6,92%
Tổng	34,73%	28,23%	3,78%	24,09%	0,47%	4,32%	4,37%

Bảng 4.11. Doanh nghiệp có đang vay tổ chức tín dụng (ngân hàng thương mại, công ty tài chính,...) hay ngân hàng/quỹ phát triển hay không?

	Có	Không
May	40,52%	59,48%
TP,HCM	43,84%	56,16%
Đồng Nai	35,29%	64,71%
Bình Dương	34,62%	65,38%
Dệt	60,98%	39,02%
TP,HCM	62,50%	37,50%
Đồng Nai	70,00%	30,00%
Bình Dương	53,33%	46,67%
Thương mại	45,16%	54,84%
Tổng	45,74%	54,26%

Bảng 4.12. Khoản vay được dùng để tài trợ các hoạt động sau theo tỷ lệ bao nhiêu

	Vốn lưu động	Đầu tư dài hạn dệt may	Đầu tư dài hạn ngành khác
May	57,75%	39,47%	2,78%
TP,HCM	69,38%	25,63%	5,00%
Đồng Nai	41,67%	55,00%	3,33%
Bình Dương	62,22%	37,78%	0,00%
Dệt	54,77%	42,81%	2,42%
TP,HCM	79,09%	13,64%	7,27%
Đồng Nai	41,88%	58,13%	0,00%
Bình Dương	43,33%	56,67%	0,00%
Thương mại	88,57%	4,29%	7,14%
Tổng	67,03%	28,85%	4,11%

Bảng 4.13. Đánh giá đất đai là yếu tố làm tăng hay làm giảm tính cạnh tranh của doanh nghiệp

		1	2	3	4	5	
May		9,48%	9,48%	50,00%	18,97%	12,07%	
TP,HCM		9,59%	13,70%	38,36%	23,29%	15,07%	
Đồng Nai		17,65%	0,00%	64,71%	5,88%	11,76%	
Bình Dương	Không tiếp cận được	3,85%	3,85%	73,08%	15,38%	3,85%	Tiếp cận đất đai làm tăng tính cạnh tranh
Dệt	đất đai làm giảm tính cạnh tranh	4,88%	12,20%	56,10%	21,95%	4,88%	
TP,HCM		6,25%	6,25%	62,50%	25,00%	0,00%	
Đồng Nai		0,00%	20,00%	30,00%	30,00%	20,00%	
Bình Dương		6,67%	13,33%	66,67%	13,33%	0,00%	
Thương mại		3,45%	3,45%	48,28%	34,48%	10,34%	
Tổng		7,53%	9,14%	51,08%	22,04%	10,22%	

Bảng 4.14. Sở hữu hay thuê đất để làm nhà xưởng

	Sở hữu	Thuê
May	29,31%	70,69%
TP,HCM	34,25%	65,75%
Đồng Nai	5,88%	94,12%
Bình Dương	30,77%	69,23%
Dệt	17,07%	82,93%
TP,HCM	31,25%	68,75%
Đồng Nai	0,00%	100,00%
Bình Dương	13,33%	86,67%
Thương mại	26,67%	73,33%
Tổng	26,20%	73,80%

Bảng 4.15. Sản phẩm XK của doanh nghiệp hiện được xuất khẩu qua cảng biển

	Tân Cảng Cát Lái, Quận 2, TP,HCM	Cảng Sài Gòn và các cảng khác ở khu vực Quận 4, TP,HCM	Cảng SPCT ở Hiệp Phước, Nhà Bè, TP,HCM	Các cảng ở Thị Vải – Cái Mép, Bà Rịa – Vũng Tàu	Cảng khác (kể cả ICD, cảng cạn)
May	52,80%	17,60%	1,60%	12,80%	15,20%
TP,HCM	50,00%	23,08%	2,56%	11,54%	12,82%
Đồng Nai	58,33%	12,50%	0,00%	8,33%	20,83%
Bình Dương	56,52%	4,35%	0,00%	21,74%	17,39%
Dệt	65,00%	22,50%	2,50%	2,50%	7,50%
TP,HCM	36,36%	45,45%	9,09%	0,00%	9,09%
Đồng Nai	76,92%	15,38%	0,00%	7,69%	0,00%
Bình Dương	75,00%	12,50%	0,00%	0,00%	12,50%
Thương mại	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
Tổng	56,29%	18,56%	1,80%	10,18%	13,17%

Bảng 4.16 và 4.17. Tổng tất cả các khoản chi phí XK và NK phải trả cho các dịch vụ bên trong cảng tính bình quân (Đvt: VND)

	Chi phí XK	Chi phí NK
May	4.086.687	4.237.031
TP,HCM	4.063.026	4.682.857
Đồng Nai	3.742.867	3.628.235
Bình Dương	4.454.167	4.400.000
Dệt	4.386.496	4.588.158
TP,HCM	4.033.333	3.772.727
Đồng Nai	4.400.000	4.888.889
Bình Dương	4.726.154	5.102.857
Thương mại	4.666.667	3.272.727
Tổng	4.379.950	4.032.639

Bảng 4.18. Đánh giá việc có doanh nghiệp sản xuất sản phẩm cùng ngành ở gần mình giúp làm tăng hay giảm lợi nhuận của DN

		1	2	3	4	5	
May		10,34%	13,79%	63,79%	10,34%	1,72%	
TP,HCM		8,22%	17,81%	60,27%	10,96%	2,74%	
Đồng Nai		23,53%	5,88%	58,82%	11,76%	0,00%	
Bình Dương		7,69%	7,69%	76,92%	7,69%	0,00%	
Dệt	Làm giảm lợi nhuận	9,76%	21,95%	58,54%	9,76%	0,00%	Làm tăng lợi nhuận
TP,HCM		6,25%	18,75%	62,50%	12,50%	0,00%	
Đồng Nai		20,00%	40,00%	30,00%	10,00%	0,00%	
Bình Dương		6,67%	13,33%	73,33%	6,67%	0,00%	
Thương mại		13,33%	26,67%	56,67%	3,33%	0,00%	
Tổng		10,70%	17,65%	61,50%	9,09%	1,07%	

Bảng 4.20. Đánh giá việc có doanh nghiệp cung ứng MMTB, nguyên, phụ liệu vật liệu ở gần mình giúp làm tăng hay giảm lợi nhuận của doanh nghiệp

		1	2	3	4	5	
May		1,72%	1,72%	56,03%	34,48%	6,03%	
	TP,HCM	1,37%	0,00%	52,05%	41,10%	5,48%	
	Đồng Nai	5,88%	0,00%	41,18%	41,18%	11,76%	
	Bình Dương	0,00%	7,69%	76,92%	11,54%	3,85%	
Dệt	Làm giảm lợi nhuận	0,00%	9,76%	68,29%	17,07%	4,88%	Làm tăng lợi nhuận
	TP,HCM	0,00%	12,50%	62,50%	18,75%	6,25%	
	Đồng Nai	0,00%	0,00%	70,00%	20,00%	10,00%	
	Bình Dương	0,00%	13,33%	73,33%	13,33%	0,00%	
Thương mại		0,00%	6,67%	63,33%	30,00%	0,00%	
Tổng		1,07%	4,28%	59,89%	29,95%	4,81%	

Bảng 4.22. Đánh giá việc có doanh nghiệp cung ứng dịch vụ hỗ trợ ở gần mình giúp làm tăng hay giảm lợi nhuận của doanh nghiệp

		1	2	3	4	5	
May		0,86%	4,31%	48,28%	38,79%	7,76%	
	TP,HCM	1,37%	1,37%	45,21%	43,84%	8,22%	
	Đồng Nai	0,00%	11,54%	69,23%	15,38%	3,85%	
	Bình Dương	0,00%	4,88%	63,41%	26,83%	4,88%	
Dệt	Làm giảm lợi nhuận	0,00%	4,88%	63,41%	26,83%	4,88%	Làm tăng lợi nhuận
	TP,HCM	0,00%	6,25%	43,75%	43,75%	6,25%	
	Đồng Nai	0,00%	10,00%	60,00%	20,00%	10,00%	
	Bình Dương	0,00%	0,00%	86,67%	13,33%	0,00%	
Thương mại		0,00%	0,00%	73,33%	26,67%	0,00%	
Tổng		0,53%	3,74%	55,61%	34,22%	5,88%	