

Chuỗi giá trị toàn cầu ngành dệt may: Kinh nghiệm quốc tế và hàm ý cho Việt Nam

Nguyễn Thị Vân Hà
Trung tâm Phân tích và Dự báo

Việc tìm hiểu chuỗi giá trị toàn cầu ngành dệt may, nghiên cứu kinh nghiệm từ các quốc gia đã thành công và đánh giá được sự tham gia của Việt Nam trong ngành này là thiết yếu. Điều này không chỉ giúp các nhà hoạch định chính sách trong việc đưa ra các quyết sách phù hợp trong phát triển ngành dệt may Việt Nam; mà còn giúp cho các doanh nghiệp tạo được thế chủ động, đẩy mạnh sự phát triển bền vững của ngành, nâng cao khả năng tham gia của các doanh nghiệp vào GVC và dẫn dắt định vị thế của Việt Nam trên trường quốc tế.

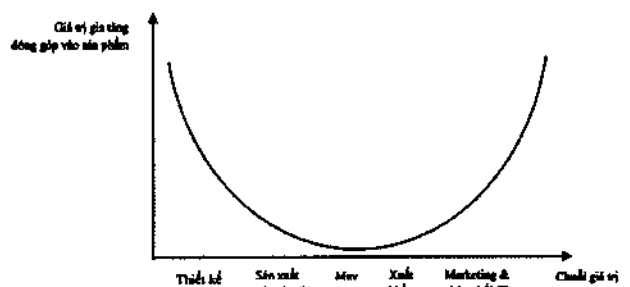
1. Chuỗi giá trị toàn cầu ngành dệt may

Chuỗi giá trị toàn cầu ngành dệt may được hình thành và phát triển từ những thập niên 70 của thế kỷ 20 khi mà các công ty đa quốc gia và xuyên quốc gia bắt đầu nhận ra sự cần thiết phải tái cơ cấu và hợp lý hóa lại sản xuất và phân phối hàng may mặc, tìm nguồn lao động nhiều và rẻ ở những nước đang và chậm phát triển, ngành công nghiệp may mặc trước đó chỉ hoạt động trên phạm vi địa lý hẹp. Theo khái niệm chuỗi giá trị đã đưa ra ở trên thì chuỗi giá trị toàn cầu ngành dệt may là toàn bộ các hoạt động cần thiết như thiết kế, tạo sợi, dệt vải, công đoạn cắt may, các nguyên phụ liệu đi kèm để ra được một sản phẩm hoàn chỉnh đến khâu tiếp thị, phân phối và hỗ trợ người tiêu dùng cuối cùng và các công đoạn này có sự phối hợp giữa nhiều quốc gia với nhau cho từng công đoạn của sản phẩm.

Sự liên kết giữa ngành dệt và ngành may là một liên kết quan trọng bởi sự liên kết giữa khâu dệt và khâu may có thể góp phần nâng cao chất lượng nguyên liệu các doanh nghiệp may do ngành dệt có thể bám sát hơn nhu cầu của ngành may về các loại nguyên liệu. Đồng thời, việc tăng cường liên kết dệt may sẽ tạo điều kiện giảm chi phí do giảm chi phí trung gian, hạ giá thành sản phẩm may, tăng sức cạnh tranh của hàng may mặc do tỷ lệ nội địa hóa được nâng cao. Liên kết giữa dệt và may còn có tác dụng giảm bớt nhu cầu nhập khẩu nguyên liệu nước ngoài, nâng cao giá trị gia tăng, góp phần tăng ngân sách quốc gia. Bên cạnh đó, liên kết dệt — may còn góp phần tạo điều kiện cung cấp vải sợi ổn định, ổn định, chủ động cho may hàng xuất khẩu. Sự khác biệt giữa các khâu như vị trí địa lý, kỹ năng, điều kiện lao động, công nghệ, quy mô và loại hình doanh nghiệp cũng ảnh hưởng đến sức mạnh thị trường và phân phối lợi nhuận giữa các công ty trong chuỗi.

Ứng dụng lý thuyết đường cong nụ cười có thể biểu diễn giá trị gia tăng của chuỗi giá trị dệt may gồm 5 mắt xích chính như hình 1 dưới đây.

Hình 1: Đồ thị biểu diễn giá trị gia tăng của chuỗi giá trị dệt may



- Mắt xích thứ nhất là công đoạn thiết kế - đây là công đoạn tạo ra giá trị gia tăng lớn và thâm dụng tri thức.

- Mắt xích thứ hai là công đoạn sản xuất nguyên phụ liệu — đây là mắt xích quan trọng hỗ trợ cho ngành may mặc phát triển, là khâu thâm dụng vốn và đất đai.

- Mắt xích thứ ba là công đoạn may: đây là mắt xích thâm dụng lao động nhất nhưng tạo ra tỷ suất lợi nhuận thấp nhất chỉ chiếm khoảng 10-15%.

- Mắt xích thứ tư là mạng lưới xuất khẩu — đây là khâu thâm dụng tri thức, gồm các công ty may mặc có thương hiệu, các văn phòng mua hàng và các công ty thương mại của các nước.

- Mắt xích cuối cùng trong chuỗi giá trị toàn cầu ngành dệt may là khâu marketing và phân phối sản phẩm — đây là khâu thâm dụng tri thức và tạo ra tỷ suất lợi nhuận cao nhất.

Việc tham gia chuỗi giá trị toàn cầu ngành dệt may sẽ giúp các quốc gia tận dụng được lợi thế của các nước tham gia để từng bước nâng cấp vị thế trong chuỗi từ đó nâng cao giá trị đóng góp vào nền kinh tế quốc gia và xa hơn là động lực để phát triển kinh tế.

2. Kinh nghiệm của một số nước khi tham gia chuỗi giá trị toàn cầu ngành dệt may

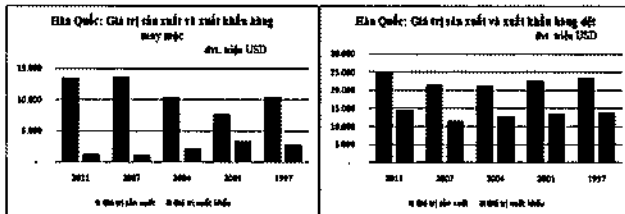
Hàn Quốc và Trung Quốc là hai quốc gia khá thành

công trong việc tham gia chuỗi giá trị toàn cầu ngành dệt may khi đã nâng cấp từ vị trí đáy của chuỗi giá trị lên vị trí cao hơn, tạo ra nhiều giá trị gia tăng hơn. Vậy các quốc gia này đã tham gia vào chuỗi giá trị toàn cầu ngành dệt may như thế nào và họ đã làm gì để có được thành công?

2.1. Kinh nghiệm của Hàn Quốc

Hàn Quốc là quốc gia rất thành công trong nâng cấp chuỗi giá trị dệt may toàn cầu, đã đạt đến những trình độ cao trong sản xuất và xuất khẩu các sản phẩm dệt may. Ngành dệt của Hàn Quốc rất phát triển với công nghệ tiên tiến và hiện đại nhất khu vực Châu Á. Giá trị xuất khẩu ngành dệt may có xu hướng giảm và giá trị nhập khẩu ngày càng tăng, cán cân thương mại giảm liên tục kể từ năm 2000 và bắt đầu thâm hụt từ năm 2015 cho thấy chiến lược của Hàn Quốc là tập trung vào sản xuất ở khâu thượng nguồn, trung nguồn, cắt giảm sản xuất ở khâu hạ nguồn để nâng cao giá trị gia tăng trong chuỗi giá trị toàn cầu.

Hàn Quốc cũng là quốc gia rất thành công trong việc tạo ra cho mình những thương hiệu may mặc riêng, tạo ra được thị trường riêng có chiếm lĩnh gần như toàn bộ thị trường trong nước và xuất khẩu một phần thông qua các cửa hàng bán lẻ thời trang cao cấp ở nước ngoài. Giá trị sản xuất của ngành dệt cao hơn gần gấp đôi giá trị sản xuất hàng may mặc và trong đó hơn 50% là dành để xuất khẩu. Hàng may mặc chủ yếu sản xuất để tiêu dùng ở thị trường nội địa và xuất khẩu rất ít chỉ chiếm 1 tỷ trọng nhỏ khoảng 10% tổng giá trị sản xuất.



Nguồn: <https://data.worldbank.org/indicator/SH.UV.CD?locations=SA> (Số liệu từ 1991 đến 2017)

Các yếu tố tạo nên thành công của Hàn Quốc

Ngành dệt may nổi riêng và ngành công nghiệp nói chung của Hàn Quốc được Chính phủ đặc biệt quan tâm và chú trọng phát triển ngay từ khi giành được độc lập vào năm 1948. Chính phủ đã có chính sách đúng đắn khi mở cửa thị trường đi đôi với bảo hộ thị trường trong nước, ưu tiên trợ giúp về vốn và các ưu đãi khác để thúc đẩy ngành dệt may phát triển nhanh chóng. Các chính sách cấp đất đai cho ngành dệt và xây dựng chính sách hướng về xuất khẩu, có đảm bảo nguồn cung cấp với giá cả hợp lý cho các công đoạn khác nhau của sản xuất.

Ngoài ra, Chính phủ có chiến lược chuyển hướng đặt hàng gia công may mặc sang các quốc gia có nhân công giá rẻ như Việt Nam, Campuchia, Bangladesh, Indonesia,... vừa giúp tăng lượng xuất

khẩu hàng dệt để đảm bảo nguồn nguyên liệu cho gia công vừa giúp giảm giá thành sản xuất sản phẩm, nâng cao giá trị gia tăng trong chuỗi giá trị toàn cầu.

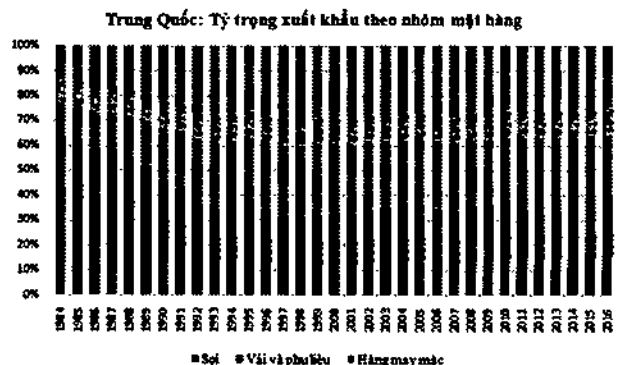
Một chiến lược cũng không kém phần quan trọng tạo nên thành công của ngành dệt may Hàn Quốc đó là tập trung vào thị trường nội địa với hơn 50 triệu dân. Chính sự nỗ lực của các doanh nghiệp dệt may Hàn Quốc không ngừng đổi mới mẫu mã sản phẩm, tạo ra nguyên liệu có chất lượng tốt và đi kèm theo là hệ thống phân phối chuyên nghiệp, hiệu quả.

Cuối cùng là vai trò đặc biệt của các "Cheabol" trong góp phần tạo nên thành công của ngành dệt may nói riêng và ngành công nghiệp Hàn Quốc nói chung. Các Cheabol với quy mô và vị thế độc quyền, cùng với sự giúp đỡ của Chính phủ đã giúp các doanh nghiệp dệt may của Hàn Quốc dễ dàng mở rộng quy mô sản xuất, hạ giá thành sản phẩm, giá thành các nguyên liệu cho ngành dệt may.

2.2. Kinh nghiệm của Trung Quốc

Ngành công nghiệp may mặc của Trung Quốc trong những năm qua đã là đối thủ cạnh tranh mạnh với các quốc gia tiên tiến như Bắc Âu, Hoa Kỳ và Nhật Bản khi tận dụng được lợi thế lao động giá rẻ, có kỹ năng và khả năng quản lý tốt. Các doanh nghiệp may mặc Trung Quốc đã dần phát triển từ hình thức gia công lắp ráp (CMT) lên các hình thức sản xuất cao hơn trong chuỗi giá trị như sản xuất theo hợp đồng trọn gói (OME), sản xuất theo thiết kế riêng — một hình thức cao hơn của hợp đồng trọn gói (ODM) và sản xuất theo thương hiệu riêng (OBM). Do đó, thúc đẩy các ngành sản xuất phụ trợ (cung cấp nguyên phụ liệu) và xuất khẩu sản phẩm ngày càng phát triển.

Xét về tỷ trọng xuất khẩu các mặt hàng có thể thấy Trung Quốc chủ yếu xuất khẩu hàng may mặc (luôn ở mức trên 50% tổng kim ngạch xuất khẩu hàng dệt may) và xuất khẩu vải và phụ liệu các loại (dao động từ 30% - 50%) trong giai đoạn từ năm 1984 đến năm 2016. Những năm trước năm 1991, xuất khẩu vải và phụ liệu chiếm tỷ trọng khá cao trên 40% và xuất khẩu sợi luôn duy trì ở mức trên 10% tổng kim ngạch xuất khẩu hàng dệt may. Xuất khẩu sợi kể từ sau năm 1991 giảm xuống rất nhanh chỉ còn 1%-2% kim ngạch xuất khẩu.



Nguồn: Tính toán của tác giả từ số liệu của UNCOMTRADE

Các số liệu và phân tích ở trên cho thấy các doanh nghiệp Trung Quốc tham gia chuỗi giá trị dệt may toàn cầu ở cả 3 khâu thượng nguồn, trung nguồn và hạ nguồn do vẫn tận dụng được lợi thế về lao động giá rẻ, có trình độ ở trong nước. Các doanh nghiệp Trung Quốc đã rất chú trọng đến việc nâng cấp chuỗi giá trị khi tăng phần tập trung sản xuất các mặt hàng dệt để phục vụ sản xuất trong nước và để xuất khẩu thay vì chỉ tập trung vào xuất khẩu hàng may mặc như trước đây. Thị trường nội địa cũng được ưu tiên phát triển và tỷ trọng hàng may mặc tiêu thụ nội địa ngày càng chiếm tỷ trọng cao trong tổng giá trị sản xuất hàng may mặc, thay vì chủ yếu để xuất khẩu như trước.

Các yếu tố tạo nên thành công của Trung Quốc

Điều làm nên thành công của ngành dệt may Trung Quốc đầu tiên phải kể đến là nguồn nhân công giá rẻ và có chất lượng cao. Bên cạnh đó, mức lương trung bình của lao động Trung Quốc thấp hơn rất nhiều so với các nước phát triển khác. Lợi thế về thị trường nội địa rộng lớn, sự phát triển khá nhanh của tầng lớp trung lưu ở đất nước này với những nhu cầu tiêu dùng các mặt hàng dệt may có chất lượng ngày càng tăng cũng là điều kiện giúp thúc đẩy ngành dệt may Trung Quốc phải đổi mới sản xuất, nâng cao chất lượng sản phẩm.

Ngành dệt may Trung Quốc tập trung cải tiến các dự án nghiên cứu và phát triển cơ bản, đẩy mạnh đổi mới kỹ thuật chuyển sang mô hình sản xuất khép kín từ bông, sợi, dệt và nhuộm,... đã thúc đẩy ngành dệt tăng trưởng mạnh trong thập kỷ qua.

Một yếu tố quan trọng giúp ngành dệt may của Trung Quốc thành công đó là các chính sách phù hợp và kịp thời của chính phủ. Ngay từ đầu những năm 1980, Chính phủ đã xác định ngành dệt may là ngành công nghiệp trọng điểm và giúp các doanh nghiệp trong nước đầu tư máy móc thiết bị hiện đại và công nghệ kiểm soát chất lượng mới.

3. Hàm ý cho Việt Nam

Bài học từ Trung Quốc khi họ tập trung tận dụng được lợi thế đông dân, giá nhân công rẻ trong giai đoạn đầu để tạo đà nâng cấp lên trong chuỗi. Với Việt Nam, lực lượng lao động đông đảo và trẻ, chi phí cho nhân công vẫn ở mức thấp so với khu vực, tuy nhiên có trình độ thấp và số chưa qua đào tạo vẫn còn chiếm tỷ trọng cao. Các chính sách đào tạo nguồn nhân lực cho ngành dệt may đã được triển khai trong thời gian vừa qua, nhưng các chính sách này lại chủ yếu tập trung cho các doanh nghiệp nhà nước, các doanh nghiệp tư nhân hầu như không được tiếp cận với những chính sách đào tạo này.

Để nâng cấp lên chuỗi giá trị có thể tập trung vào khâu thiết kế, marketing, tạo mạng phân phối bán lẻ là hướng đi tốt, tạo ra được nhiều giá trị gia tăng, giúp nâng cấp chuỗi giá trị nhanh chóng. Hướng đi này trước tiên phù hợp với các doanh nghiệp nhắm vào

mục tiêu thị trường nội địa, còn để vươn ra thị trường quốc tế thì nhiều doanh nghiệp Việt Nam chưa đủ điều kiện về nguồn nhân lực, vốn và kinh nghiệm để thực hiện nên có sự chuẩn bị kỹ. Mặc dù, Việt Nam cũng có các doanh nghiệp lớn và nhận được nhiều sự ưu đãi của Chính phủ như các Cheabols của Hàn Quốc. Nhưng đa số các doanh nghiệp dệt may lớn của Việt Nam lại thuộc sở hữu của nhà nước, trong khi các Cheabols thuộc sở hữu tư nhân. Chính vì thuộc sở hữu của nhà nước nên các doanh nghiệp nhà nước khó mạnh dạn có những thay đổi mang tính đột phá như các Cheabols của Hàn Quốc. Do đó, tiếp tục đẩy mạnh tiến trình cổ phần hóa các doanh nghiệp nhà nước, giảm dần sự chi phối của nhà nước ở các doanh nghiệp này. Nhà nước chỉ nên giữ vai trò định hướng và kiểm soát giá cả, chất lượng sản phẩm như Chính phủ Hàn Quốc đã làm thay vì chỉ hỗ trợ như trước đây.

4. Kết luận

Việt Nam tham gia vào chuỗi giá trị toàn cầu ngành dệt may khá chậm so với hai nước đã kể trên nhưng đã đạt được những tựu đáng kể khi dần vươn lên đứng vào Top các quốc gia xuất khẩu dệt may hàng đầu thế giới. Bài học kinh nghiệm của Hàn Quốc và Trung Quốc về các chính sách phát triển ngành dệt may đã cho Việt Nam những bài học về tận dụng nhân công giá rẻ để tạo lợi thế cạnh tranh; chính sách khuyến khích của Chính phủ về đào tạo nguồn nhân lực, về vốn ưu đãi, về chính miễn giảm thuế cho các doanh nghiệp đầu tư vào sản xuất trong ngành dệt dần nâng cao tỷ lệ nội địa hóa; chính sách khuyến khích tập trung vào thị trường nội địa và xây dựng được chuỗi bán lẻ riêng cho từng thương hiệu "Made in Vietnam" /.

Tài liệu tham khảo

Hà Văn Hội (2012), Phân tích chuỗi giá trị xuất khẩu dệt may Việt Nam, Tạp chí Khoa học ĐHQGHN, Kinh tế và Kinh doanh số 28, trang 49-59.

Nguyễn Mạnh Hùng (2008), Tìm hiểu mô hình chuỗi giá trị dệt may toàn cầu, Nội san Khoa học và Giáo dục, Trường Đại Học Nguyễn Tất Thành.

Đỗ Thị Ánh Nguyệt (2010), "Thực trạng tham gia chuỗi giá trị toàn cầu (GVC) của Trung Quốc trong ngành may mặc và bài học kinh nghiệm cho Việt Nam", Luận văn thạc sỹ, Trường đại học Ngoại thương.

Almondo Marco, Bartoletti Niccolò, Djelic Jovana and Tedeschi Laura (2015). "Upgrading in the Apparel global value chain", UNSW Global.

Gereffi G., 1995, Global Production Systems and Third World Development. In B. Stallings (Ed.), Global Change, Regional Response: The New International Context of Development (pp. 100-142). Cambridge; New York and Melbourne: Cambridge University Press.