VIỆN HÀN LÂM
KHOA HỌC XÃ HỘI VIỆT NAM
HỌC VIỆN KHOA HỌC XÃ HỘI

TRẦN THỊ VÂN ANH

DOANH NGHIỆP DỆT MAY VIỆT NAM TRONG BỐI CẢNH CÁCH MẠNG CÔNG NGHIỆP LẦN THỨ TƯ

LUẬN ÁN TIẾN SĨ KINH TẾ

HÀ NỘI, 2019

VIỆN HÀN LÂM
KHOA HỌC XÃ HỘI VIỆT NAM
HỌC VIỆN KHOA HỌC XÃ HỘI

TRẦN THỊ VÂN ANH

DOANH NGHIỆP DỆT MAY VIỆT NAM TRONG BỐI CẢNH CÁCH MẠNG CÔNG NGHIỆP LẦN THỨ TƯ

Ngành: Kinh tế phát triển
Mã số: 9.31.01.05

LUẬN ÁN TIẾN SĨ KINH TẾ

Người hướng dẫn khoa học: 1. Ts. Phí Vĩnh Tường
2. Ts. Dương Đình Giám

HÀ NỘI - 2019

LỜI CAM ĐOAN

Tác giả xin cam đoan đề tài luận án "**Doanh nghiệp dệt may Việt Nam trong bối cảnh cách mạng công nghiệp lần thứ tư"** là công trình nghiên cứu độc lập của tác giả. Các tài liệu, số liệu nêu trong luận án có nguồn trích dẫn hợp lý, không vi phạm quy định của pháp luật.

Tác giả xin cam đoan những điều trên là đúng sự thật, nếu sai, tác giả hoàn toàn xin chịu trách nhiệm.

Tác giả luận án

MỤC LỤC

PHẦN MỞ ĐẦU 1
Chương 1: TỔNG QUAN TÌNH HÌNH NGHIÊN CỨU 8
1.1 Tình hình nghiên cứu trên thế giới 8
1.2 Tình hình nghiên cứu trong nước 20
1.3 Khoảng trống nghiên cứu 27
Chương 2: CƠ SỞ LÝ LUẬN VÀ THỰC TIỄN VỀ PHÁT TRIỂN DOANH NGHIỆP DỆT MAY 30
2.1. Các khái niệm cơ bản về phát triển doanh nghiệp dệt may 30
2.1.1. Doanh nghiệp dệt may và phát triển doanh nghiệp dệt may 30
2.1.2. Các đặc trưng của doanh nghiệp dệt, may 34
2.1.3. Các tiêu chí và chỉ tiêu đánh giá sự phát triển doanh nghiệp dệt may 39
2.2. Cách mạng công nghiệp 4.0 và các yếu tố ảnh hưởng đến phát triển doanh nghiệp trong bối cảnh cách mạng công nghiệp 4.0 49
2.2.1. CMCN 4.0 và tác động đến ngành dệt may. 49
2.2.2. Những yếu tố ảnh hưởng đến sự phát triển của doanh nghiệp dệt may trong bối cảnh CMCN 4.0 53
2.3. Kinh nghiệm phát triển doanh nghiệp dệt may và bài học cho Việt Nam 57
2.3.1. Kinh nghiệm của Ấn Độ 57
2.3.2. Kinh nghiệm của Trung Quốc 61
2.3.3. Bài học cho Việt Nam 64
Chương 3 : THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN DOANH NGHIỆP DỆT MAY VIỆT NAM GIAI ĐOẠN 2007-2018 67
3.1. Thực trạng phát triển doanh nghiệp dệt may Việt Nam 2007-2018 67
3.1.1. Sự thay đổi về số lượng doanh nghiệp dệt may Việt Nam 67
3.1.2. Sự chuyển dịch cơ cấu doanh nghiệp dệt may Việt Nam 68
3.1.3. Chất lượng của doanh nghiệp dệt may Việt Nam giai đoạn 2007-2018 74
3.1.4. Thực trạng phát triển doanh nghiệp dệt may trong chuỗi giá trị toàn cầu 80

3.2. Thực trạng các yếu tố ảnh hưởng đến sự phát triển doanh nghiệp dệt may Việt Nam 86
3.2.1. Các yếu tố bên trong 86
3.2.2. Các yếu tố bên ngoài 96
3.3. Các vấn đề phát triển của doanh nghiệp dệt may Việt Nam 107
3.3.1. Có sự gia tăng về số lượng, nhưng chưa có sự gia tăng về quy mô doanh nghiệp 107
3.3.2. Sự phát triển của doanh nghiệp dệt may bị hạn chế do mất cân đối cơ cấu doanh nghiệp 108
3.3.3.Các doanh nghiệp dệt may Việt Nam phụ thuộc nguyên liệu đầu vào. .. 108
3.3.4. Quy mô vốn nhỏ và khả năng tiếp cận vốn đầu tư đổi mới công nghệ còn thấp. 111
3.3.5. Chất lượng lao động thấp và sự biến động của lao động lớn 113
3.3.6. Mức độ sẵn sàng của doanh nghiệp dệt may trong việc ứng dụng các thành tựu của CMCN 4.0 còn thấp 114
3.3.7. Các doanh nghiệp đã tham gia chuỗi, nhưng ở những công đoạn có giá trị gia tăng thấp 117
3.3.8. Thiếu sự phát triển của các trung tâm nghiên cứu ứng dụng, dù có sự tập trung doanh nghiệp 117
3.4. Điểm mạnh, điểm yếu của doanh nghiệp dệt may Việt Nam trong bối cảnh cách mạng công nghiệp lần thứ tư 118
Chương 4: GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN DOANH NGHIỆP DỆT MAY TRONG BỐI CẢNH CÁCH MẠNG CÔNG NGHIỆP LẦN THỨ TƯ 121
4.1.Bối cảnh phát triển mới 121
4.1.1. Hội nhập kinh tế quốc tế ngày trở thành một xu thế tất yếu 121
4.1.2. Xu hướng phát triển của ngành thời trang thế giới dưới tác động của CN 4.0 123
4.2. Cơ hội, thách thức đối với doanh nghiệp dệt may trong bối cảnh CMCN 4.0 và hội nhập 126
4.2.1. Cơ hội 126

4.2.2. Thách thức 130
4.3. Quan điểm, định hướng phát triển doanh nghiệp dệt may trong bối cảnh CMCN lần thứ tư 136
4.3.1. Quan điểm 136
4.3.2. Định hướng 136
4.4. Các giải pháp chủ yếu nhằm phát triển doanh nghiệp dệt, may trong bối cảnh CMCN lần thứ tư. 137
4.4.1. Hoàn thiện hệ thống chính sách khuyến khích đổi mới công nghệ, ứng dụng thành tựu của CMCN 4.0. 137
4.4.2. Phát triển hạ tầng cơ sở đặc biệt là hạ tầng công nghệ thông tin, viễn thông; phát triển thương mại điện tử, tạo điều kiện cho doanh nghiệp tiếp cận và ứng dụng được thành tựu của CMCN 4.0 138
4.4.3.Đào tạo nhân lực chất lượng cao 141
4.4.4.Hỗ trợ doanh nghiệp dệt, may đổi mới công nghệ 145
4.4.5. Phát triển cụm liên kết ngành, khuyến khích liên kết và hợp tác trong cụm liên kết ngành dệt may 146
KẾT LUẬN 150
DANH MỤC CÁC CÔNG TRÌNH ĐÃ CÔNG BỐ CÓ LIÊN QUAN CỦA TÁC GIẢ LUẬN ÁN 152
DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO 153
PHỤ LỤC 163

DANH MỤC CÁC TỪ VIẾT TẮT

AUV	Giá trị đơn vị tổng hợp
CLKN	Cụm liên kết ngành
CMCN	Cách mạng công nghiệp
CMCN 4.0	Cách mạng công nghiệp lần thứ tư
CNHT	Công nghiệp hỗ trợ
DNNN	Doanh nghiệp nhà nước
DNTN	Doanh nghiệp tư nhân
FDI	Đầu tư trực tiếp nước ngoài
GDP	Tổng sản phẩm quốc nội
GTGT	Giá trị gia tăng
M&A	Mua bán và sát nhập
MNCs	Các Công ty đa quốc gia
R&D	Nghiên cứu và phát triển
ROA	Tỷ suất lợi nhuận trên tài sản
ROE	Tỷ suất sinh lời trên vốn chủ sở hữu
TCTK	Tổng cục thống kê
WTO	Tổ chức thương mại thế giới
RPI	Thị phần tương đối (Relative Performance Index)
REIR	Tỷ lệ xuất nhập khẩu tương đối (Relative Export-Import Ratio)
CNTT	Công nghệ thông tin

DANH MỤC CÁC BẢNG

Bảng 3.1: Thực trạng kết quả kinh doanh của doanh nghiệp 74
Bảng 3.2: ROE của doanh nghiệp dệt may Việt Nam giai đoạn 2007 - 2016.....77
Bảng 3.3: Hiệu suất sử dụng lao động doanh nghiệp dệt may theo quy mô (2016) 79
Bảng 3.4: Hiệu suất sử dụng lao động doanh nghiệp dệt may theo quy mô (2017) 79
Bảng 3.5. Kết quả nâng cấp chuỗi giá trị ngành dệt may giai đoạn 2007-2010.....82
Bảng 3.6. Kết quả nâng cấp chuỗi giá trị ngành dệt may giai đoạn 2010-2015.....82
Bảng 3.7: Đầu tư máy móc công nghệ của doanh nghiệp dệt may Việt nam 89
Bảng 3.8: Xuất xứ công nghệ của các doanh nghiệp dệt may Việt Nam.....94
Bảng 3.9: Lượng và giá trị nhập khẩu nguyên phụ liệu dệt may 2014-2018.....111

DANH MỤC CÁC HÌNH

Hình 1.1: Chuỗi cung ứng và chuỗi giá trị 17
Hình 2.1a: Khung cửi thủ công 34
Hình 2.1: Sự thay đổi của công nghệ dệt dưới tác động của CMCN 1.0 34
Hình 2.2: Đường cong nụ cười của chuỗi giá trị dệt may 39
Hình 2.3: Hình: Tích hợp trong các quá trình của chuỗi giá trị sản phẩm dệt may và IoT 50
Hình 3.1: Số lượng doanh nghiệp dệt may 2007-2017 67
Hình 3.2: Cơ cấu doanh nghiệp dệt theo tiêu chí lao động 70
Hình 3.3: Cơ cấu doanh nghiệp dệt, may theo tiêu chí vốn 71
Hình 3.4: Chuyển dịch cơ cấu theo vùng lãnh thổ 72
Hình 3.5: Cơ cấu doanh nghiệp dệt may theo số năm kinh nghiệm 73
Hình 3.6: Cơ cấu xuất khẩu sản phẩm dệt may 2018 80
Hình 3.7: Tỷ trọng xuất khẩu hàng may mặc Việt Nam năm 2017 81
Hình 3.8: Lợi thế so sánh của ngành dệt may Việt Nam trên thế giới 85
Hình 3.9: Trình độ lao động ngành dệt may 2016 87
Hình 3.10: Số doanh nghiệp và quy mô vốn vay qua quỹ bảo lãnh tín dụng tại TP.HCM 88
Hình 3.11: Trình độ công nghệ của doanh nghiệp dệt may 90
Hình 3.12. Trình độ công nghệ của doanh nghiệp dêt may Việt Nam năm 2017 91
Hình 3.13: Nhập khẩu máy móc thiết bị và nguyên vật liệu ngành dệt may 92
Hình 3.14: Mức độ tự động hoá trong công nghệ của doanh nghiệp dệt may 93
Hình 3.15. Mức độ quan tâm của doanh nghiệp đối với hoạt động KHCN 95
Hình 3.16: Tình hình sử dụng công nghệ thông tin tại các doanh nghiệp dệt, may 96
Hình 3.17: Những ý kiến của doanh nghiệp ngành dệt may về khung pháp lý 107
Hình 3.18. Cơ cấu nhập khẩu nguyên phụ liệu theo quốc gia 108
Hình 3.19: Cơ cấu nhập khẩu nguyên phụ liệu từ các nước trên thế giới 110
Hình 3.20: Cơ cấu tham gia chuỗi sản xuất toàn cầu của doanh nghiệp dệt may Việt Nam 117

DANH MỤC HỘP

Hộp 2.1: Khó xác định vị trí của doanh nghiệp dệt may do thực tế tham gia nhiều chuỗi giá trị toàn cầu 46
Hộp 3.1: Chuyển đổi ngành kinh doanh của các doanh nghiệp FDI trong lĩnh vực dệt may cùng với sự phát triển về số lượng của các doanh nghiệp dệt may Việt Nam..... 69
Hộp 3.2: Phản hồi của doanh nghiệp về tiếp cận chính sách của doanh nghiệp..... 106
Hộp 3.3: Khó huy động được vốn cho phát triển..... 112
Hộp 4.1: Các mô hình phối hợp giữa Doanh nghiệp, cơ sở đào tạo và các tổ chức dệt may trong việc đào tạo nhân lực..... 144

PHẦN MỞ ĐẦU

1. Tính cấp thiết của đề tài

Doanh nghiệp dệt may Việt Nam đã nỗ lực tận dụng các cơ hội phát triển do hội nhập kinh tế quốc tế đem lại. Sự phát triển của các doanh nghiệp dệt may Việt Nam đóng góp không nhỏ cho các mục tiêu phát triển của Việt Nam. Những đóng góp đó bao gồm: tăng dự trữ ngoại tệ cho nền kinh tế - kim ngạch xuất khẩu dệt may đã tăng gấp gần 7 lần, từ 5,85 tỷ USD/năm lên 36,14 tỷ USD/năm trong giai đoạn 2006-2018; Tạo ra nhiều việc làm cho nền kinh tế - tỷ trọng lao động làm việc trong ngành dệt may đã chiếm hơn 20% tổng số lao động trong lĩnh vực công nghiệp chế biến chế tạo và chiếm gần 5% tổng lực lượng lao động cả nước. Năm 2017, ngành dệt may Việt Nam tạo ra khoảng 2,5 triệu việc làm, trong đó có 80% là việc làm cho lao động nữ.

Sự phát triển của doanh nghiệp dệt may Việt Nam đã đóng góp cho việc thực hiện mục tiêu công nghiệp hoá, hiện đại hoá nền kinh tế; thúc đẩy chuyển dịch cơ cấu kinh tế và cơ cấu lao động, thúc đẩy tăng năng suất lao động và tăng trưởng kinh tế.

Bên cạnh những vai trò truyền thống đó, các doanh nghiệp dệt may phát triển là điều kiện để ngành dệt may phát huy vai trò vùng đệm, giảm sốc cho nền kinh tế dưới tác động tiêu cực của các cuộc khủng hoảng kinh tế trong hội nhập. Bằng chứng rõ nhất là việc ngành dệt may vẫn duy trì vai trò đóng góp cho dự trữ ngoại tệ trong khủng hoảng kinh tế thế giới 2008-2009, khi kim ngạch xuất khẩu dệt may Việt Nam đạt trên 9 tỷ USD (9,12 tỷ USD năm 2008 và 9,07 tỷ USD năm 2009); cao hơn so với kim ngạch xuất khẩu những năm trước khủng hoảng (2006 – 2007).

Tuy ngành dệt may đã phát huy được các vai trò tích cực, nhưng bản thân các doanh nghiệp dệt may Việt Nam – chủ thể chính của ngành dệt may – vẫn phải đối mặt với nhiều khó khăn. Các vấn đề phát triển đó đã từng được đề cập bởi các nghiên cứu đi trước, bao gồm (a) huy động vốn đầu tư mở rộng sản xuất, (b) đổi mới công nghệ, năng lực R&D, (c) cải thiện chất lượng lao động, (d) ổn định lực lượng lao động, hay (e) nâng cấp trong chuỗi giá trị toàn cầu...

Trong khi chính phủ và doanh nghiệp đang tìm kiếm các giải pháp cho các vấn đề phát triển nêu trên, cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ tư (diễn ra trong khoảng thập kỷ gần đây) đã đặt ra những thách thức phát triển mới. Dưới ảnh hưởng của cách mạng công nghiệp lần thứ tư (sau đây viết tắt là CMCN 4.0), phương thức sản xuất, công nghệ sản xuất đang diễn ra những thay đổi căn bản/nền tảng nhờ việc ứng dụng

công nghệ thông tin và truyền thông, ứng dụng những công nghệ mới vận hành trên nền tảng mạng toàn cầu (internet). Thách thức sớm ứng dụng các công nghệ mới, thay đổi phương thức sản xuất trong ngành dệt may, đặt ra nhiều vấn đề mới về phát triển và ứng dụng trí tuệ nhân tạo, các tiêu chuẩn kỹ năng của lao động dệt may và vấn đề đào tạo nhân lực ...

Để thực hiện các mục tiêu công nghiệp hoá, hiện đại hoá trong bối cảnh CMCN 4.0 đang diễn ra, tiếp tục thúc đẩy phát triển các doanh nghiệp dệt may Việt Nam là cần thiết. Đối với nền kinh tế chuyển đổi như Việt Nam, nhanh chóng ứng dụng các công nghệ mới – thành quả của CMCN 4.0 – trong quá trình sản xuất kinh doanh của ngành dệt may sẽ là góp phần đẩy nhanh quá trình chuyển dịch lao động, phát triển lao động có kỹ năng để nền kinh tế tiếp tục chuyển dịch sang những ngành ứng dụng công nghệ cao hơn. Với ý nghĩa quan trọng đó, nghiên cứu sinh đã chọn vấn đề "***Doanh nghiệp dệt may Việt Nam trong bối cảnh cách mạng công nghiệp lần thứ tư"*** làm đề tài luận án tiến sỹ.

2. Mục đích và nhiệm vụ nghiên cứu của luận án

2.1. Mục đích nghiên cứu

Mục đích của luận án là làm rõ được vấn đề phát triển của doanh nghiệp dệt may Việt Nam trong bối cảnh diễn ra cách mạng công nghiệp lần thứ tư. Trên cơ sở làm rõ các vấn đề phát triển doanh nghiệp theo cách tiếp cận ngành và chuỗi giá trị, đề xuất một số gợi ý giải pháp cho sự phát triển của các doanh nghiệp dệt may Việt Nam.

2.2. Nhiệm vụ nghiên cứu của luận án

Luận án chủ yếu tập trung vào những nhiệm vụ cơ bản sau:

- Xác định một số vấn đề lý luận về phát triển doanh nghiệp, tập trung vào các yếu tố ảnh hưởng đến sự phát triển của doanh nghiệp dệt may trong bối cảnh CMCN 4.0. Rút ra một số bài học kinh nghiệm từ việc nghiên cứu thực tiễn phát triển doanh nghiệp dệt may ở một số quốc gia.

- Đánh giá thực trạng phát triển doanh nghiệp dệt may Việt Nam trong giai đoạn 2007 đến 2018, để làm rõ những thành tựu cũng như chỉ ra được một số vấn đề phát triển. Phân tích điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội và các thách thức phát triển đối với doanh nghiệp dệt may trong bối cảnh CMCN 4.0

- Đề xuất một số giải pháp phát triển doanh nghiệp dệt may trong bối cảnh cách mạng công nghiệp lần thứ tư, dựa trên quan điểm, định hướng của tác giả.

Luận án sẽ giải quyết các câu hỏi nghiên cứu sau:

- Cơ sở của việc thúc đẩy sự phát triển các doanh nghiệp dệt may Việt Nam?
- Những tiêu chí và chỉ tiêu nào giúp đánh giá sự phát triển doanh nghiệp dệt may trong bối cảnh của một cuộc cách mạng công nghiệp?
- Trong bối cảnh CMCN 4.0 diễn ra, các yếu tố nào có ảnh hưởng quyết định đến sự phát triển doanh nghiệp dệt may?
- Các vấn đề phát triển của doanh nghiệp dệt may Việt Nam trong bối cảnh CMCN 4.0 là gì?
- Giải pháp để phát triển doanh nghiệp dệt may Việt Nam trong bối cảnh CMCN 4.0?

3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu của luận án

3.1. Đối tượng nghiên cứu

Đối tượng nghiên cứu của luận án là sự phát triển của các doanh nghiệp dệt may Việt Nam trong bối cảnh CMCN 4.0.

3.2. Phạm vi nghiên cứu

- Phạm vi không gian:

Đề tài tập trung nghiên cứu các vấn đề phát triển của các doanh nghiệp dệt may Việt Nam trên lãnh thổ Việt Nam

- Phạm vi thời gian:

Các vấn đề phát triển của doanh nghiệp dệt may Việt Nam trên lãnh thổ Việt Nam được nghiên cứu trong giai đoạn 2007-2018 và định hướng giải pháp cho giai đoạn 2020-2025 và tầm nhìn 2030.

Đây là giai đoạn chứng kiến nền kinh tế Việt Nam thực sự hội nhập vào nền kinh tế thế giới và các doanh nghiệp dệt may Việt Nam và các doanh nghiệp dệt may có vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài đều được hưởng lợi từ những cam kết hội nhập của chính phủ cũng như đối mặt với những thách thức phát triển do mở cửa nền kinh tế đem đến.

Việc tách biệt tác động do bối cảnh cuộc CMCN 4.0 diễn ra trong tổng thể các tác động của môi trường kinh doamh là không thể. Để khắc phục hạn chế đó, luận án có sự phân tích vấn đề phát triển trước và sau thời điểm 2014 nhằm làm rõ hơn những khác biệt trong các vấn đề phát triển của doanh nghiệp dệt may Việt Nam trước và sau khi cuộc CMCN 4.0 được bàn luận nhiều hơn.

- Phạm vi nội dung:

+ Nội dung nghiên cứu của đề tài luận án sẽ tập trung làm rõ những vấn đề phát triển của các doanh nghiệp dệt may Việt Nam. Trong đó, các giải pháp tập trung cho phát triển doanh nghiệp tư nhân trong nước.

+ Do hạn chế về số liệu điều tra qua các năm của Tổng Cục thống kê, các doanh nghiệp thuộc các nhóm ngành ngoài nhóm nhành 13 và 14 không thể tách bạch, phân định một cách chính xác. Vì vậy, đề tài sẽ chỉ sử dụng số liệu của các doanh nghiệp có đăng ký mã ngành kinh doanh cấp hai là 13 và 14 làm đối tượng nghiên cứu và xác định các vấn đề liên quan đến nhóm đối tượng này.

4. Cách tiếp cận và phương pháp nghiên cứu

4.1. Cách tiếp cận

Trên cơ sở lý thuyết doanh nghiệp kết hợp với lý thuyết chuỗi giá trị, luận án sẽ đánh giá sự phát triển của doanh nghiệp dệt may Việt Nam trong thời gian qua, xác định những nhân tố ảnh hưởng đến sự phát triển của doanh nghiệp đó; phân tích cơ hội và thách thức đối với sự phát triển của doanh nghiệp dệt may trong bối cảnh CMCN 4.0, từ đó đưa ra những giải pháp, khuyến nghị chính sách cụ thể nhằm thúc đẩy sự phát triển của doanh nghiệp dệt may Việt Nam.

4.2. Phương pháp nghiên cứu

Để giải quyết các câu hỏi nghiên cứu trên, luận án sử dụng phương pháp nghiên cứu định tính, cụ thể, luận án sẽ áp dụng các công cụ phân tích sau:

Nghiên cứu tại bàn: Phương pháp này được NCS sử dụng trong nội dung tổng quan các công trình nghiên cứu cả về lý luận và thực tiễn nhằm làm rõ các nội dung lý luận và thực tiễn đã được giải quyết về phát triển doanh nghiệp dệt may. Đây là cơ sở giúp NCS xác định được các khoảng trống trong vấn đề nghiên cứu, lựa chọn vấn đề cần giải quyết bởi luận án cũng như các nội dung và các phương pháp phân tích có thể kế thừa từ các nghiên cứu đi trước.

Phương pháp phân tích tổng hợp – so sánh; phương pháp thống kê mô tả; phương pháp diễn giải- quy nạp. Các phương pháp này được sử dụng để phân tích đánh giá thực trạng phát triển của doanh nghiệp dệt may giai đoạn 2007-2018, tổng hợp các vấn đề phát triển và so sánh các vấn đề phát triển của doanh nghiệp dệt may Việt Nam trước và sau khi cuộc CMCN 4.0 diễn ra.

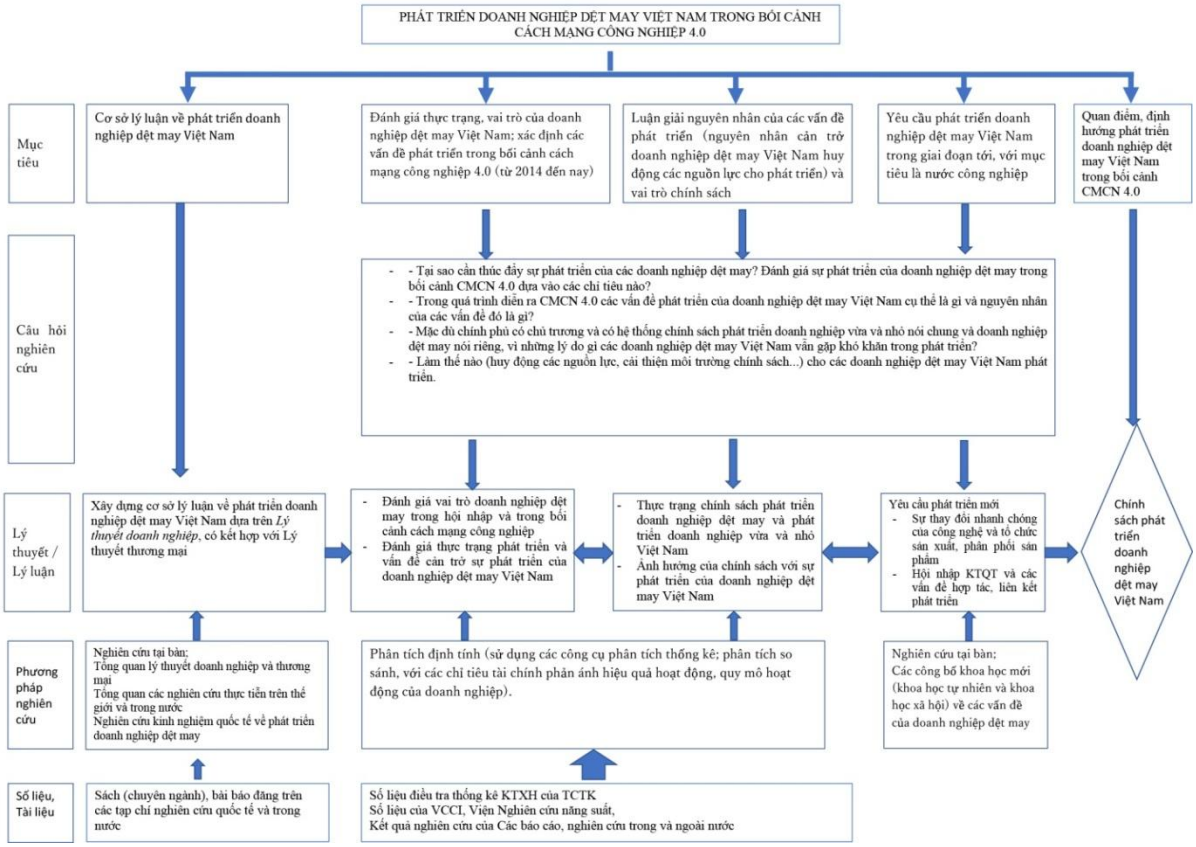
Phương pháp phân tích SWOT: được sử dụng ở các chương là chương 3 và chương 4. Phương pháp phân tích SWOT giúp NCS làm rõ Điểm mạnh (Strengths); Điểm yếu (Weaknesses); Cơ hội (Opportunities); Thách thức (Threats) của các doanh nghiệp dệt may Việt Nam trong bối cảnh CMCN 4.0. Trên cơ sở phân tích SWOT, luận án xây dựng các nhóm giải pháp phát triển doanh nghiệp dệt may trong bối cảnh mới.

Phương pháp phỏng vấn sâu được NCS vận dụng nhằm làm sáng tỏ hơn một vài vấn đề phát triển cụ thể của doanh nghiệp dệt may Việt Nam. NCS đã phỏng vấn một số chuyên gia trong lĩnh vực dệt may, bao gồm các chuyên gia của Tập đoàn dệt may, Hiệp hội thêu đan TP. Hồ Chí Minh, một số lãnh đạo các công ty dệt may tại thủ đô Hà Nội và TP. Hồ Chí Minh (chi tiết danh sách và câu hỏi phỏng vấn tại phụ lục). Không chỉ áp dụng cho việc thực hiện nội dung phân tích thực trạng, phương pháp này cũng được sử dụng trong việc hiểu rõ hơn các cơ hội và thách thức phát triển của doanh nghiệp dệt may Việt Nam trong giai đoạn tới.

4.3. Số liệu

Đối với các nội dung trên, luận án sử dụng kết hợp các số liệu sơ cấp và thứ cấp. Việc xác định các vấn đề của doanh nghiệp dệt may Việt Nam dựa vào các số liệu các cuộc tổng điều tra doanh nghiệp của Tổng cục thống kê (Do tổng cục thống kê cung cấp). Bên cạnh đó, luận án còn sử dụng các số liệu của hải quan (Việt Nam và của một số nền kinh tế là thị trường xuất khẩu chính), các số liệu của UNComtrade, Bộ tài chính Nhật Bản, Hiệp hội dệt may Việt Nam; Hải quan Mỹ và cơ quan thống kê của châu Âu, kết quả nghiên cứu của một số chuyên gia trong nước và quốc tế nhằm làm rõ hơn vấn đề phát triển. Tuy nhiên, do những hạn chế, quy định về thời gian điều tra nên tính chất thời sự, tính cập nhật của luận án không thể cao. Một số số liệu chỉ có thể có đến 2017, nhất là các số liệu thống kê tổng hợp của Việt Nam.

4.4. Khung phân tích



5. Đóng góp mới về khoa học của luận án

Thứ nhất, nội dung luận án góp phần hệ thống hóa những vấn đề lý luận và thực tiễn về phát triển doanh nghiệp dệt may trong bối cảnh phương thức tổ chức sản xuất, kinh doanh thay đổi nhanh chóng dưới ảnh hưởng của cuộc CMCN 4.0. Từ đó xác định các tiêu chí và chỉ tiêu cần quan tâm để đánh giá sự phát triển của doanh nghiệp trong bối cảnh diễn ra các cuộc cách mạng công nghiệp.

Thứ hai, đã đánh giá được thực trạng phát triển của doanh nghiệp dệt may Việt Nam giai đoạn 2007-2018 trên cơ sở áp dụng cơ sở lý luận nói trên, chỉ ra được những vấn đề phát triển của doanh nghiệp dệt may Việt Nam trong bối cảnh mới.

Đã luận giải được các yếu tố ảnh hưởng đến sự phát triển của doanh nghiệp trong bối cảnh diễn ra CMCN 4.0.

Đã đề xuất được một số khuyến nghị nhằm phát triển doanh nghiệp dệt may Việt Nam trong bối cảnh Luận án đưa ra được quan điểm, định hướng, các giải pháp chủ yếu để phát triển doanh nghiệp dệt, may trong bối cảnh CMCN lần thứ tư.

6. Ý nghĩa lý luận và thực tiễn của luận án

**** Ý nghĩa về mặt lý luận:***

Luận án góp phần bổ sung thêm một số vấn đề lý luận về phát triển doanh nghiệp trong bối cảnh phương thức sản xuất truyền thống (dựa trên nền tảng vật lý) bị thay thế bởi phương thức sản xuất mới (dựa trên các nền tảng vật lý bằng kết hợp với nền tảng phi vật lý).

**** Ý nghĩa về mặt thực tiễn***

- Đã tổng kết một số bài học kinh nghiệm của Trung Quốc, và Ấn Độ trong việc phát triển doanh nghiệp dệt may của các quốc gia

- Trên cơ sở đánh giá thực trạng phát triển của doanh nghiệp dệt, may giai đoạn 2007-2018, luận án rút ra những kết quả nổi bật và những vấn đề trong phát triển, cũng như luận giải các nguyên nhân gây ra các vấn đề phát triển của doanh nghiệp dệt may Việt Nam. Những lập luận đó là cơ sở khoa học, góp phần bổ sung những luận cứ về sự cần thiết cho việc hoạch định chính sách phát triển doanh nghiệp nói chung và phát triển doanh nghiệp dệt may nói riêng.

- Nội dung luận án đã xác định những cơ hội và thách thức phát triển đối với doanh nghiệp dệt may Việt Nam trong bối cảnh CMCN 4.0 diễn ra hiện nay. Góp phần bổ sung luận cứ để xây dựng định hướng phát triển doanh nghiệp dệt may Việt Nam trong bối cảnh mới.

- Kết quả nghiên cứu của luận án là một tài liệu tham khảo tin cậy phục vụ cho công tác nghiên cứu và hoạch định chính sách đối với những ai quan tâm đến sự phát triển của doanh nghiệp dệt may.

7. **Kết cấu của luận án**

Ngoài phần mở đầu, kết luận, danh mục tài liệu tham khảo và phụ lục, luận án được trình bày trong 4 chương.

Chương 1. Tổng quan tình hình nghiên cứu

Chương 2. Cơ sở lý luận và kinh nghiệm quốc tế về phát triển doanh nghiệp dệt may

Chương 3. Thực trạng phát triển doanh nghiệp dệt may Việt Nam giai đoạn 2007-2018

Chương 4. Giải pháp phát triển doanh nghiệp dệt may trong bối cảnh CMCN 4.0

Chương 1
TỔNG QUAN TÌNH HÌNH NGHIÊN CỨU

1.1 Tình hình nghiên cứu trên thế giới

Phát triển doanh nghiệp luôn được các chính phủ quan tâm, bởi doanh nghiệp là lực lượng tạo ra của cải vật chất, đáp ứng nhu cầu vật chất và tinh thần của người dân, đem lại sự thịnh vượng cho nền kinh tế. Việc phát triển doanh nghiệp được tiếp cận từ nhiều cấp độ khác nhau, từ cấp vi mô hay cấp doanh nghiệp, cấp ngành, và cấp vĩ mô. Trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế, phát triển doanh nghiệp còn tiếp cận ở cấp toàn cầu, với các doanh nghiệp đa quốc gia chi phối các chuỗi sản xuất đặt địa điểm ở nhiều nền kinh tế khác nhau.

Bàn về sự phát triển của doanh nghiệp với tư cách là một chủ thể độc lập

Lý thuyết doanh nghiệp nghiên cứu, giải thích về sự ra đời, phát triển hay rút khỏi ngành của doanh nghiệp, và chỉ ra những yếu tố quyết định sự phát triển của doanh nghiệp. Trên cơ sở lý thuyết cơ bản về doanh nghiệp, đến nay đã hình thành nhiều dòng lý thuyết khác nhau giải thích cho sự phát triển của doanh nghiệp, bao gồm dòng lý thuyết dựa trên chi phí giao dịch, dòng lý thuyết dựa trên lý thuyết về tài sản đặc thù ..., và gần đây nhất, giải thích cho sự phát triển doanh nghiệp là dòng lý thuyết dựa trên nguồn lực (Resource-based Theory of the Firm). Mỗi dòng lý thuyết này sẽ bổ sung cho lý thuyết cơ bản về doanh nghiệp. Luận án sẽ sử dụng lý thuyết doanh nghiệp dựa trên nguồn lực kết hợp với lý thuyết cơ bản về doanh nghiệp để giải quyết vấn đề.

Lý thuyết doanh nghiệp dựa trên nguồn lực *tập trung vào vai trò của các nguồn lực đối với sự phát triển của doanh nghiệp và hệ quả của phát triển doanh nghiệp – sự hình thành ngành kinh tế.*

Lý thuyết được phát triển bởi Barney, J. B., (1991). Theo Barney, J. B., (1991), sự tồn tại và phát triển của doanh nghiệp phụ thuộc vào các nhóm nguồn lực: (a) nguồn lực vật chất (như máy móc thiết bị, nhà xưởng, đất đai); (b) nguồn vốn con người; và (c) nguồn vốn tổ chức. Giải quyết thách thức duy trì sự tồn tại và gia tăng "*lợi nhuận siêu ngạch*" để phát triển, doanh nghiệp phải xử lý vấn đề huy động và sử dụng hiệu quả ba nhóm nguồn lực nói trên [64]

Trên nền tảng lý thuyết doanh nghiệp dựa trên nguồn lực, đã có nhiều nghiên cứu chứng thực đánh giá sự phát triển của doanh nghiệp nói chung và nhóm doanh nghiệp phân theo hình thức sở hữu, ngành kinh tế hay phân theo khu vực địa lý nói riêng.

Barney, J. B. (1991), Barney, J. B. (2007), Barney, J. B. (2011), lập luận rằng lợi thế tiếp cận, huy động và sử dụng các nguồn lực để hình thành nguồn lực đặc thù của doanh nghiệp là một yếu tố ảnh hưởng đến sự phát triển của doanh nghiệp. Nghiên cứu cũng cho thấy, không phải nguồn lực nào cũng có tính chiến lược – duy trì lợi nhuận siêu ngạch – đối với sự phát triển của doanh nghiệp. Trong các nhóm nguồn lực trên, *vốn vật chất, máy móc thiết bị công nghệ* là nguồn lực có tính chiến lược, và việc khai thác, sử dụng hiệu quả nguồn lực này là điều kiện để doanh nghiệp phát triển [64], [65], [66].

Barney, J. B., (1991), Kethleen R. Conner (1991), Khan, M., (2008), phát hiện hai chiến lược cơ bản được các doanh nghiệp áp dụng để phát triển, bao gồm: (i) *khai thác hiệu quả các nguồn vốn hiện có trong ngắn hạn*; và (ii) *tìm kiếm và thâu tóm những nguồn vốn chiến lược mới trong dài hạn* [64], [92], [93].

Trong dài hạn, đổi mới và nâng cấp máy móc thiết bị công nghệ (năng lực công nghệ), nâng cấp nguồn vốn con người (năng lực thực hiện R&D, năng lực quản trị...) là giải pháp hữu hiệu, giúp doanh nghiệp giữ vững nguồn lực chiến lược, duy trì lợi thế cạnh tranh.

Sanjaya Lall (2000) chỉ ra sự khác biệt về năng lực duy trì nguồn lực chiến lược, để nắm bắt cơ hội phát triển của doanh nghiệp thuộc hai nhóm (i) các nền kinh tế đang phát triển và (ii) các nền kinh tế phát triển. Ở nền kinh tế đang phát triển, xây dựng nguồn lực chiến lược có thể phản tác dụng khi việc đổi mới máy móc thiết bị (thường là nhập khẩu) có thể dẫn tới tình trạng mất cân bằng giữa các nguồn lực trong doanh nghiệp – tức là năng lực cần thiết của lao động hiện tại để làm chủ trình độ công nghệ mới thấp hơn rất nhiều so với yêu cầu về trình độ cần có để làm chủ công nghệ mới đó [103].

Nói cách khác, doanh nghiệp chỉ có cải thiện trình độ phát triển khi và chỉ khi cùng lúc nhập khẩu máy móc hiện đại và "nhập khẩu" cả những lao động có đủ trình độ để vận hành các máy móc thiệt bị mới – huy động và sử dụng đồng bộ hai nguồn

lực. Với đa số các doanh nghiệp của các nền kinh tế đang phát triển, tính khả thi của yêu cầu trên là không cao.

Một vấn đề phát triển đặt ra là khi công nghệ thay đổi, năng suất lao động sẽ không tăng ngay. Thời kỳ giảm năng suất của doanh nghiệp sẽ kéo dài, khi lao động trong doanh nghiệp mất nhiều thời gian hơn so với mức cần thiết để làm chủ công nghệ, máy móc thiết bị mới. Đường cong chi phí học thông qua hành sẽ kéo dài hơn trước khi đạt được mức thấp nhất. Không những thế Sanjaya Lall (2000) cho rằng, các doanh nghiệp đó sẽ gặp rủi ro phát triển, là sự lạc hậu trong tiến trình đổi mới công nghệ của thế giới.

Nghiên cứu của Sanghoon Ahn (2003) ủng hộ lý thuyết của Barney, J. B., (1991) và các kết quả nghiên cứu đi trước [102]. Cụ thể, các doanh nghiệp chế biến chế tạo Mỹ trong nghiên cứu đã đạt được sự cải thiện về năng suất lao động cũng như năng suất tổng hợp các nhân tố (TFP) – các chỉ tiêu phản ánh năng lực cạnh tranh – trên cơ sở nâng cấp chất lượng nguồn vốn hai nguồn lực là nguồn vật chất và nguồn vốn con người. Cũng như Sanjaya Lall (2000), Sanghoon Ahn (2003) đã chỉ ra, hiệu ứng phụ của chiến lược tìm kiếm nguồn lực chiến lược là hiện tượng giảm năng suất của doanh nghiệp trong ngắn hạn - thời kỳ đầu của quá trình nâng cấp chất lượng nguồn vốn vật chất.

Kết quả nghiên cứu cũng cho thấy, chất lượng nguồn vốn con người (hiện tại) trong doanh nghiệp có ảnh hưởng tích cực đến tần suất nâng cấp chất lượng nguồn vốn vật chất. Các doanh nghiệp duy trì, phát triển được đội ngũ lao động có kỹ năng là những doanh nghiệp có xu hướng thường xuyên nâng cấp nguồn vốn vật chất hơn so với các doanh nghiệp khác.

Đối với các công ty đại chúng, thường xuyên nâng cấp nguồn lực chiến lược khiến lợi nhuận có xu hướng giảm trong ngắn hạn (năng suất lao động giảm). Nhưng đổi lại, giá trị của doanh nghiệp có xu hướng được các nhà đầu tư định giá cao hơn.

Gnesha Wiganaraja (2001) nghiên cứu ảnh hưởng của nhập khẩu máy móc thiết bị công nghệ đối với sự phát triển của doanh nghiệp dệt may Mauritius trong những năm đầu thập kỷ 80. Bằng các phương pháp đo lường năng lực công nghệ của doanh nghiệp, Gnesha Wiganaraja (2001) đã nghiên cứu quá trình thay đổi/đổi mới nguồn vốn vật chất và mức độ ảnh hưởng đến sự phát triển của doanh nghiệp, phản ánh qua các chỉ tiêu như kết quả kinh doanh, kết quả xuất khẩu của các doanh nghiệp [73].

Các doanh nghiệp đầu tư trực tiếp nước ngoài cũng góp phần thay đổi chất lượng nguồn vốn vật chất của doanh nghiệp trong nước, mặc dù tính chất của tác động (tiêu cực hay tích cực) và cường độ tác động còn nhiều tranh cãi giữa các nghiên cứu. Fu, X., Pietrobelli, C., và Soete, L., (2011) cho tác động tích cực của FDI đối với sự cải thiện vốn vật chất của các doanh nghiệp trong nước tiếp nhận đầu tư, với điều kiện là bản thân năng lực của doanh nghiệp trong nước đã ở một trình độ nhất định, phù hợp để tiếp nhận các công nghệ đó. Kết quả nghiên cứu của nhóm tác giả gợi ý việc khuyến khích doanh nghiệp tự đầu tư cũng như khuyến khích chính phủ tạo ra các cơ hội để doanh nghiệp đầu tư nâng cấp năng lực đổi mới, năng lực nghiên cứu và phát triển là cần thiết [72].

Gnesha Wiganaraja (2001) cho thấy, các nguồn lực thứ hai và thứ ba trong Barney, J. B., (1991) như chất lượng của lao động có kỹ năng, chi phí đào tạo lao động, quy mô doanh nghiệp, và sự hỗ trợ kỹ thuật từ bên ngoài là những yếu tố ảnh hưởng tích cực đến kết quả nâng cấp nguồn lực thứ nhất (nâng cấp nguồn vốn vật chất) của doanh nghiệp. Kết quả nghiên cứu xác nhận rằng, đầu tư vào vốn con người và tìm kiếm thông tin (được thuận lợi hơn khi doanh nghiệp có quy mô lớn hơn), sẽ cải thiện năng lực công nghệ [102].

Nghiên cứu cũng phát hiện thấy chất lượng nguồn vốn vật chất của doanh nghiệp (đo lường thông qua chỉ số công nghệ) và quy mô đầu tư trực tiếp nước ngoài của ngành dệt may có mối quan hệ tương quan với kết quả xuất khẩu và các quan hệ đó có ý nghĩa thống kê cao. Nghiên cứu cho thấy ý nghĩa việc thiết lập chỉ số công nghệ trong việc phân tích, đánh giá sự phát triển của doanh nghiệp (qua các chỉ tiêu doanh thu xuất khẩu, lợi nhuận xuất khẩu) trong mối quan hệ với sự cải thiện chất lượng nguồn vốn vật chất.

Alison J. Glaister, Gaye Karacay, Mehmet Demirbag, và Ekrem Tatoglu (2018) đã phân tích vai trò của nhân lực quản trị dựa trên việc quan sát 198 doanh nghiệp. Kết quả cho thấy, những nhà quản trị giỏi, thông qua thực tiễn phát triển các mạng nhân lực và vốn xã hội, là kênh truyền tải tác động quan trọng từ quản trị nguồn nhân lực đến kết quả hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp. Trong khi đó, vai trò truyền tải của các chiến lược quản trị nguồn nhân lực hay chiến lược kinh doanh cũng có tác động, nhưng không phải là các kênh tác động quan trọng đối với mối quan hệ giữa nguồn nhân lực và kết quả hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp [62].

Vishal Gupta, Sandra C. Mortal, và Tina Yang, (2018) đánh giá vai trò nhà quản trị đối với sự phát triển của các doanh nghiệp đại chúng (giá trị của doanh nghiệp trên thị trường chứng khoán), dựa trên số liệu về doanh nghiệp của 05 quốc gia phát triển (xếp hạng của Fobes 2000). Kết quả nghiên cứu cho thấy, giá trị của doanh nghiệp trên thị trường chứng khoán có mối quan hệ với vai trò định hướng của nhà doanh nghiệp. Mô hình kinh tế lượng cho thấy tác động tích cực từ vai trò của nhà doanh nghiệp đến giá trị của doanh nghiệp trên thị trường chứng khoán thay đổi cùng với loại dữ liệu (cấp vi mô, ngành hay cấp vĩ mô). Cường độ tác động thấp dần khi chuyển từ số liệu cấp doanh nghiệp, và cấp ngành sang cấp vĩ mô [113].

Trong khi một số nghiên cứu tập trung vào vai trò của nhà quản lý, quản trị với tư cách là các cá nhân, đối với sự phát triển của doanh nghiệp, một số nghiên cứu khác lại tập trung vào nguồn vốn con người dưới góc độ tổ chức nhóm quản lý đặc thù. Theo Bill Gerrard, Andy Lockett, (2018), trên cơ sở số liệu dạng mảng trong 10 năm, trong cấu trúc nhóm quản lý, các nhà quản lý thành viên có vai trò quan trọng (tác động tích cực và có ý nghĩa thống kê) đối với kết quả hoạt động và vai trò của người đứng đầu trong việc định hình nhóm quản lý đó [68].

Leonidas C. Leonidou, Paul Christodoulides, Lida P. Kyrgidou, Daydanda Palihawadana., (2017) xem xét những ảnh hưởng tiêu cực của môi trường vật lý – sinh học là nguyên nhân dẫn tới việc một số đông các doanh nghiệp nhỏ tập trung khai thác cơ hội kinh doanh xanh. Nghiên cứu trường hợp 153 doanh nghiệp quy mô nhỏ của đảo Síp, nhóm tác giả cho thấy việc áp dụng chiến lược kinh doanh xanh đem lại vị thế cạnh tranh tốt hơn cho các doanh nghiệp, đặc biệt là khi các doanh nghiệp hoạt động trong những ngành có tính chất độc hại cao hơn [95].

Kết quả nghiên cứu cho thấy (a) vai trò của nguồn lực tổ chức với tư cách động lực thúc đẩy sự phát triển của doanh nghiệp thông qua các sáng kiến thân thiện với môi trường; (b) làm sáng tỏ vai trò của chiều cạnh chiến lược (nguồn lực thứ ba trong lý thuyết của Barney, J. B.), vốn thường xuyên bị bỏ quên, đối với hoạt động kinh doanh sinh thái của các doanh nghiệp nhỏ; (c) vai trò ngẫu nhiên của các lực lượng bên ngoài trong việc điều tiết tác động tích cực từ chiến lược kinh doanh xanh của doanh nghiệp nhỏ đối với lợi thế cạnh tranh, kết quả hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp nhỏ.

Sử dụng lý thuyết doanh nghiệp dựa trên nguồn lực, các nghiên cứu đã luận giải được vai trò của các nguồn lực và ý nghĩa của việc tạo thuận lợi cho doanh nghiệp tiếp cận các nguồn lực để hình thành tài sản chiến lược – duy trì vị thế cạnh tranh và phát triển. *Tuy nhiên, lý thuyết chưa góp phần làm sáng tỏ tại sao mỗi cá nhân doanh nghiệp có thể phát triển, nhưng ngành kinh tế có thể không phát triển và do đó nền kinh tế không thể dựa vào sự phát triển đó để giải quyết vấn đề việc làm và tăng mức độ hưởng lợi trong hội nhập*. Lý thuyết này cũng chưa giúp giải thích được tại sao một số ngành muốn phát triển lại phụ thuộc vào sự phát triển của doanh nghiệp ở những ngành khác, ví dụ, gia tăng mức độ phát triển, hưởng lợi của ngành may, cần có sự phát triển của các doanh nghiệp trong ngành dệt.

Bàn về sự phát triển doanh nghiệp khi tính kinh tế theo quy mô phát huy hiệu quả ở cấp ngành

Thực tiễn phát triển cho thấy, sự phát triển của mỗi doanh nghiệp không thể chỉ giải quyết trên cơ sở xử lý các vấn đề về tiếp cận nguồn lực, xây dựng nguồn lực chiến lược của mỗi doanh nghiệp đó. Đối với một số ngành, sự tồn tại và phát triển của mỗi doanh nghiệp phụ thuộc vào sự phát triển của tập hợp các doanh nghiệp khác trong cùng ngành. Một ví dụ điển hình là việc gia tăng số lượng doanh nghiệp trong ngành thúc đẩy, tạo thuận lợi cho sự phát triển của mỗi doanh nghiệp trong ngành đó; Lý luận về ảnh hưởng ngoại hiện Marshall – Marshallian Externalities – đã được sử dụng để làm sáng tỏ vấn đề này.

Dựa trên lý luận này, các nhà nghiên cứu đã làm sáng tỏ vai trò của tính kinh tế tăng theo quy mô (inceasing return to scale) ở cấp ngành đối với sự phát triển của doanh nghiệp và phát hiện những ngành mà ở đó, doanh nghiệp có tính kinh tế không đổi theo quy mô (constant return to scale) - đặc điểm kinh tế kỹ thuật của công nghệ quy định - vẫn có thể hạ giá thành sản phẩm, nâng cao năng lực cạnh tranh.

Đây là kết quả của các thành tự khoa học-kỹ thuật. Công nghệ mới cho phép chuyển từ phương thức sản xuất trong đó cắt giảm chi phí dựa trên nền tảng mở rộng quy mô sản xuất trong một doanh nghiệp sang phương thức sản xuất trong đó quy mô sản xuất tăng lên nhờ gia tăng số doanh nghiệp trong ngành. Itoh và cộng sự (1991), Porter (2000)… đã xác định những vấn đề phát triển doanh nghiệp trong những ngành có ảnh hưởng ngoại hiện Marshall [89], [100].

Porter (2000) cho thấy vai trò của thị trường tiêu thụ sản phẩm trong sự phát triển của doanh nghiệp đã thay đổi. Theo tác giả, địa điểm sản xuất của doanh nghiệp không nhất thiết phải gần thị trường tiêu thụ sản phẩm cuối cùng. Bên cạnh đó, địa điểm sản xuất cũng không nhất thiết phải đặt gần nơi cung cấp nguồn vốn vật chất, đầu vào cho sản xuất của doanh nghiệp. Những tiến bộ khoa học công nghệ sản xuất, và trong lĩnh vực vận tải, thông tin, đã thay đổi chiến lược huy động nguồn lực cũng như chiến lược khai thác thị trường. Các nguồn lực vật chất, bao gồm cả nguyên vật liệu, máy móc thiết bị công nghệ và vốn tài chính được huy động hiệu quả hơn từ thị trường thế giới, thay vì giới hạn trong phạm vi một quốc gia, như trước đây.

Trong bối cảnh đó, cụm liên kết ngành là yếu tố tác động quan trọng đến sự phát triển của doanh nghiệp. Cụm liên kết ngành phản ánh mức độ tập trung về mặt địa lý, của sự tương tác/kết nối giữa các doanh nghiệp, các nhà cung ứng chuyên sâu, các nhà cung cấp dịch vụ, các công ty và các thể chế hỗ trợ có liên quan trong một lĩnh vực, vừa cạnh tranh, vừa hợp tác. Cụm liên kết ngành cho thấy yếu tố địa điểm doanh nghiệp đặt cơ sở cho các hoạt động sản xuất có vai trò quyết định đối với sự phát triển.

Trong cụm liên kết ngành, vai trò của các yếu tố như thuế suất, chi phí năng lượng bình quân hay tiền lương giá rẻ không còn là những yếu tố quyết định "sức khoẻ" của doanh nghiệp trong dài hạn. Thay vào đó, "sức khoẻ" của tập hợp các doanh nghiệp trong khu vực địa lý quyết định "sức khoẻ" của mỗi doanh nghiệp tạo nên tập hợp đó.

Sự tập trung của các doanh nghiệp, những đối thủ cạnh tranh trong ngành, là động lực để doanh nghiệp phát triển. Shane và Cable (2002), Straub (2005) hay Safavian, M và Wimpey, J (2007) cho thấy, tập hợp doanh nghiệp dưới dạng mạng sản xuất là điều kiện để giảm tình trạng thông tin bất đối xứng giữa mỗi doanh nghiệp trong mạng với các ngân hàng thương mại hay kể cả các tổ chức cung cấp tài chính phi chính thức [105], [107], [101]. Bougheas và cộng sự (2006) cũng chỉ ra tập hợp doanh nghiệp dưới hình thức mạng sản xuất là điều kiện để các rào cản tài chính được loại bỏ, giúp mỗi doanh nghiệp nâng cấp chất lượng nguồn vốn vật chất [69].

Beck, T., Demirguc-Kunt, A., & Peria, M. S. M(2007); Yaldiz và cộng sự (2011), Gine, X (2011) cho thấy địa điểm sản xuất, kinh doanh của doanh nghiệp có ảnh hưởng đến cơ hội cũng như chi phí tiếp cận các nguồn lực (tài chính) để bổ sung cho nguồn vốn vật chất của doanh nghiệp [67], [117], [80]. Nghiên cứu đầu cho thấy

các rào cản tài chính đối với doanh nghiệp giữa các quốc gia là khác nhau. Nghiên cứu thứ hai cho thấy sự khác biệt về chi phí tài chính và nguồn tài trợ cho vốn tài chính của doanh nghiệp giữa các thành phố lớn và thành phố nhỏ. Trong đó các doanh nghiệp ở thành phố nhỏ thường phải tiếp cận đến vốn phi chính thức. Nghiên cứu thứ ba, quan trọng hơn, cho thấy tập hợp các doanh nghiệp trong một khu vực, nhất là ở đô thị lớn, sẽ giúp các doanh nghiệp dễ tiếp cận vốn ngân hàng để cải thiện nguồn vốn vật chất. Gia tăng số lượng doanh nghiệp trong một khu vực là yếu tố giúp các ngân hàng thương mại thu thập được nhiều thông tin hơn, mức độ đầy đủ và chính xác của thông tin được cải thiện hơn. Điều này giúp các ngân hàng thương mại có nhiều cơ sở vững chắc hơn trong việc đánh giá và giám sát và vì thế dễ đưa ra các quyết định cho vay đối với doanh nghiệp hơn.

Trong bối cảnh các doanh nghiệp thuộc các nền kinh tế đang phát triển chưa tích luỹ đủ năng lực nghiên cứu và phát triển, chưa có nguồn nhân lực R&D, Van Dijk, M. P., và Rabellotti, R. (Eds) (2005) đã cho thấy tầm quan trọng của cụm liên kết ngành và mạng sản xuất đối với thực tế nâng cấp, cải thiện chất lượng nguồn vốn vật chất, cụ thể là công nghệ sản xuất của doanh nghiệp [111]. Từ những kết quả phát triển của doanh nghiệp ở Châu Phi, Châu Mỹ La tinh và ở nước Ý, các tác giả đã xác nhận tính kinh tế theo quy mô và theo phạm vi, như lý thuyết kinh tế học Marshall đã chỉ ra, được kích hoạt và có hiệu lực khi có thêm các doanh nghiệp mới tham gia cụm liên kết ngành. Các tác giả cũng cho thấy cơ sở để cụm liên kết ngành phát huy vai trò phụ thuộc vào cấu trúc của cụm cũng như cơ chế kết nối của cụm với phần còn lại của hệ thống kinh tế. Các tác giả cũng phân biệt hai loại cụm liên kết ngành là cụm liên kết theo chiều dọc và cụm liên kết theo chiều ngang. Đây là cơ sở để các tác giả luận giải nguyên nhân khiến các cụm liên kết ngành ở Châu Phi có hiệu lực, hiệu quả hạn chế.

Nghiên cứu của Rabellotti, trong Van Dijk, M. P., và Rabellotti, R. (Eds) (2005), so sánh hiệu quả tổng hợp giữa tổ chức sản xuất theo hình thức quận công nghiệp ở Ý và theo hình thức cụm liên kết ngành ở Mehico trong ngành da giầy. Tác giả đã nghiên cứu các liên kết thể chế, liên kết lao động, liên kết ngược, liên kết xuôi để xác định và phân loại các dạng hiệu quả kinh tế, làm rõ sự khác biệt về tác độ của tính kinh tế ngoại hiện và của hợp tác trong từng hình thức tổ chức cụm liên kết ngành.

Tambunan, T. (2005) cho thấy tầm quan trọng của phát triển doanh nghiệp vừa và nhỏ (DNVVN) đối với nền kinh tế Indonesia, nhìn từ đóng góp cho tăng trưởng và

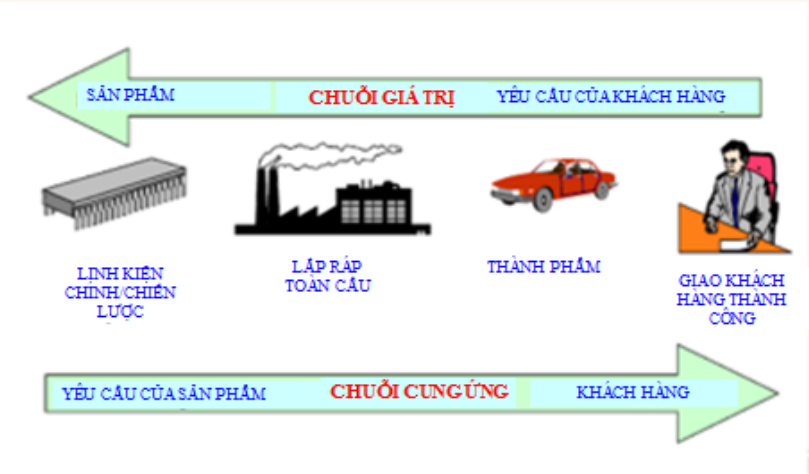
tích luỹ ngoại tệ. Chính phủ Indonesia có những chính sách khuyến khích DNVVN phát triển trong hình thức cụm liên kết ngành. Nhưng theo tác giả, những chính sách đó không thành công trong nhiều trường hợp, bởi các nhà hoạch định chính sách đã không xác định đúng yếu tố then chốt của sự phát triển cụm liên kết ngành dành cho các DNVVN và/hoặc thiếu những chính sách để tạo ra các điều kiện cần thiết, đảm bảo cho sự phát triển của các cụm liên kết ngành [119].

Như vậy, sự phát triển của doanh nghiệp đã được luận giải theo các góc độ vi mô (cấp độ doanh nghiệp) và cấp độ ngành (tập hợp doanh nghiệp trong cùng một ngành hay tập hợp doanh nghiệp trong cụm liên kết ngành). Tuy nhiên, toàn cầu hoá đã và đang thay đổi biên giới của các hoạt động kinh tế. Cùng với tiến bộ khoa học kỹ thuật trong công nghệ sản xuất, công nghệ vận tải, sự lớn mạnh của một số doanh nghiệp dựa trên tính kinh tế theo quy mô đã thay đổi phương thức sản xuất.

Bàn về sự phát triển của doanh nghiệp trong phương thức tổ chức mạng sản xuất toàn cầu và chuỗi sản xuất/ chuỗi giá trị

Trong bối cảnh toàn cầu hoá, mạng sản xuất toàn cầu là một phương thức giúp các doanh nghiệp hưởng lợi nhiều hơn từ việc chuyên môn hoá và hợp tác sản xuất. Mức độ hưởng lợi đó dựa trên công đoạn mỗi doanh nghiệp được tham gia và phản ánh qua lợi ích thu được trong chuỗi giá trị toàn cầu.

Porter (1985) cho rằng việc xác định lợi thế cạnh tranh của một doanh nghiệp sẽ dễ dàng hơn khi quá trình sản xuất của doanh nghiệp có thể được "phân chia" thành từng công đoạn, giống như những "mắt xích" trong một dây truyền [100]. Nhà quản lý có thể xác định dễ dàng hơn, những vấn sử dụng nguồn lực ở từng công đoạn sản xuất và đưa ra những giải pháp tối ưu hoá các nguồn lực để từng công đoạn sản xuất hay "mắt xích" trong chuỗi sản xuất có hiệu quả tối ưu, giúp doanh nghiệp tối đa hoá lợi nhuận.



Hình 1.1: Chuỗi cung ứng và chuỗi giá trị

Nguồn: [76]

Nghiên cứu của Porter (1985) là tiền đề cho những nghiên cứu về các yếu tố ảnh hưởng đến sự phát triển của doanh nghiệp trong phân công lao động quốc tế dưới hình thức chuỗi cung ứng (supply chain). Công cụ để phân tích sự phát triển của doanh nghiệp, dựa trên lợi nhuận thu được khi tham gia vào chuỗi cung ứng toàn cầu, là phương pháp phân tích chuỗi giá trị.

Phương pháp tiếp cận CGT được giới thiệu và sử dụng bởi Kaplinsky (1999), Kaplinsky.R và Morris. M (2001), Porter (1985), Gereffi.G (1994, 1999), Gereffi G. và Humphrey, J cùng cộng sự, (2003).

Theo Garry Gereffi và Olga Memodovic (2003), tổ chức sản xuất trong chuỗi cung ứng có thể được chia làm 5 công đoạn là (1) cung cấp nguyên liệu thô; (2) công đoạn cung cấp các phụ kiện; (3) công đoạn sản xuất, lắp ráp; (4) công đoạn xuất khẩu và (5) mạng lưới tiếp thị cùng bán lẻ. Do những đặc thù của tổ chức và kỹ thuật nên giá trị mà người tiêu dùng cuối cùng chi trả được phân bổ khác nhau giữa các công đoạn [74].

Sự khác biệt về tỷ trọng giá trị trong các công đoạn được mô hình hoá bằng đường cong nụ cười. Trong những ngành sản xuất theo hình thức chuỗi cung ứng toàn cầu, đường cong nụ cười được các nghiên cứu xác định gồm 5 nội dung chính (1) Thiết kế - đặc trưng thâm dụng tri thức nên có tỷ trọng giá trị gia tăng cao; (2) Sản xuất nguyên phụ liệu – đặc trưng thâm dụng tài nguyên đất đai, vốn; tỷ trọng giá trị gia tăng thấp hơn; (3) Sản xuất, lắp ráp – đặc trưng thâm dụng lao động giá rẻ, và thường là nội dung ít giá trị gia tăng nhất; (4) Xuất khẩu – đặc trưng thâm dụng công nghệ (logistics và vận tải) và tri thức nên có giá trị gia tăng cao hơn công đoạn sản

xuất lắp ráp; và (5) Marketing và phân phối sản phẩm – đặc trưng thâm dụng tri thức và có giá trị gia tăng cao.

Sử dụng Các nghiên cứu trên đưa ra hai gợi ý chiến lược cho doanh nghiệp phát triển khi tham gia chuỗi cung ứng toàn cầu, đó là (1) nâng cấp trong đường cong nụ cười của một chuỗi; từ công đoạn có giá trị gia tăng thấp sang công đoạn có giá trị gia tăng cao hơn; (2) nâng cấp lên chuỗi khác có tổng giá trị gia tăng cao hơn so với chuỗi hiện có.

Đối với ngành dệt may, phát triển doanh nghiệp trong chuỗi sản xuất toàn cầu được xem xét thông qua sự thành công của việc nâng cấp/chuyển dịch lên những công đoạn có giá trị gia tăng cao hơn. Kaplinsky. R và Morris. M, (2003); Humphrey, J và Schmitz, H (2003); Stacey Frederick và Gary Gereffi, (2011) cho thấy, các doanh nghiệp có thể theo đuổi chiến lược nâng cấp trong chuỗi giá trị dệt may toàn cầu bao gồm (1) nâng cấp chức năng; (2) tích hợp thêm các công đoạn của chuỗi giá trị dệt may toàn cầu; (3) nâng cấp các kênh (đa dạng hoá thị trường); (4) nâng cấp sản phẩm, và (5) nâng cấp qui trình [90], [86], [106].

Humphrey và Schmitz (2003), Verma, S. (2002), nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến sự phát triển của doanh nghiệp trong chuỗi giá trị dệt may và chỉ ra các yếu tố ảnh hưởng đến sự thành công trong nâng cấp chuỗi của doanh nghiệp, bao gồm: (1) các mối quan hệ quản trị trong chuỗi, (2) khả năng và ý định chiến lược của công ty nâng cấp, và (3) sự kiện bên ngoài có lợi cho cấu hình chuỗi giá trị [86].

Verma, S. (2000), Stacey Frederick và Gary Gereffi, (2011) cho rằng, để phát triển trong chuỗi sản xuất toàn cầu, các yếu tố bên trong (của doanh nghiệp theo đuổi chiến lược nâng cấp) là những yếu tố quan trọng. Theo những nghiên cứu này, nguồn vốn nhân lực (yếu tố thứ hai của Barney, 1991), bao gồm nhân lực quản trị và lao động có tay nghề, đóng vai trò quan trọng trong sự thành công của chiến lược nâng cấp chuỗi và cùng với đó là sự thành công trong chiến lược phát triển doanh nghiệp [112], [106].

Bên cạnh nguồn nhân lực, yếu tố hoạt động đổi mới sáng tạo và vốn tài chính có vai trò quan trọng. Như vậy, để có nguồn vốn chiến lược như cách tiếp cận vi mô (doanh nghiệp), các yếu tố như vốn con người, vốn tài chính được xem là yếu tố quan trọng, quyết định sự phát triển của doanh nghiệp dệt may. Sở hữu vốn con người có chất lượng và năng lực vốn tài chính đảm bảo là cơ sở để doanh nghiệp dệt may nắm

giữ được các nguồn vốn chiến lược, thông qua đó đạt được mục tiêu nâng cấp trong chuỗi giá trị toàn cầu.

Bên cạnh đó, các yếu tố khác cũng có ảnh hưởng không kém phần quan trọng đối với sự phát triển của doanh nghiệp trong chuỗi sản xuất/ chuỗi giá trị toàn cầu. Verma, S (2002); Timothy, J.S, Biesebroeck,J.V, & Gereffi, G (2008) cho thấy, các yếu tố quyết định đó là (i) sự hình thành và phát triển của mạng sản xuất và cụm liên kết ngành; (ii) sự hình thành và phát triển của các trung tâm nghiên cứu và phát triển (R&D) công; (iii) Nguồn vốn tài chính và sự thuận lợi trong tiếp cận nguồn vốn tài chính bên ngoài; (iv) kết cấu hạ tầng giao thông, logistics; (v) chính sách hội nhập [112], [110].

Bàn về vai trò của nhà nước trong việc hỗ trợ doanh nghiệp phát triển

Nhà nước có vai trò quan trọng trong việc hỗ trợ doanh nghiệp đổi mới công nghệ từ đó nâng cao năng lực cạnh tranh cho doanh nghiệp

Theo H.J. Thamhain (2005), Chính phủ giữ vai trò quan trọng trong việc kích thích các ngành công nghiệp đầu tư cho hoạt động R&D để dẫn tới ĐMCN. Đổi mới công nghệ diễn ra ở doanh nghiệp do doanh nghiệp thực hiện và vì lợi ích của doanh nghiệp. Tuy nhiên, vẫn cần có sự hỗ trợ, phối hợp của Nhà nước trong việc nâng cao nhận thức về các cơ hội công nghệ mới, tăng cường và hỗ trợ toàn bộ hệ thống đổi mới để hạn chế rủi ro có thể xảy ra trong quá trình ĐMCN.

Teece, D. J. (1986) Nghiên cứu cũng cho thấy, những doanh nghiệp tiên phong trong đổi mới, dù là có năng lực tốt nhất, cũng thường là những doanh nghiệp bị loại khỏi thị trường do môi trường kinh doanh thiếu các khung pháp lý để bảo vệ họ. Từ đó, tác giả đã đề xuất một số khuyến nghị cần có sự hộ trợ từ nhà nước về mặt chính sách như chính sách thương mại và chính sách kinh tế trong nước để thúc đẩy sự phát triển của các doanh nghiệp đổi mới.

Seaden, G., & Manseau, A. (2001), nghiên cứu vai trò cụ thể của chính phủ thông qua các chính sách và chương trình đổi mới (quy trình và hệ thống) trong ngành xây dựng. Các tác giả tìm kiếm định nghĩa một cách sát nhất về R&D, đo lường đối với đổi mới và các mô hình liên kết R&D và đổi mới. Kết quả nghiên cứu so sánh cho thấy các cấu trúc chính trị và xã hội của từng quốc gia không tạo nên sự khác biệt căn bản trong cách tiếp cận tầm quốc gia đối với đổi mới. Tuy nhiên, cơ cấu chính phủ, loại hình hệ thống đổi mới quốc gia và tính chất của các doanh nghiệp xây dựng ảnh hưởng đến việc lựa chọn các công cụ chính sách cụ thể.

Như vậy, các nghiên cứu lý thuyết cũng như nghiên cứu chứng thực ngoài nước về phát triển doanh nghiệp nói chung và phát triển doanh nghiệp dệt may nói riêng đã làm rõ sự phát triển của doanh nghiệp cũng như các yếu tố ảnh hưởng đến sự phát triển của doanh nghiệp, nhìn từ cấp độ vi mô, cấp độ tổ chức của ngành và một hình thức cao hơn là cấp độ tổ chức theo chuỗi sản xuất/chuỗi giá trị.

Theo bất cứ hình thức nào, các yếu tố bên trong doanh nghiệp cũng là những yếu tố quan trọng, quyết định sự phát triển. Tuy nhiên, đối với những doanh nghiệp phát triển hướng tới thị trường nội địa, yếu tố nguồn lực chiến lược được nhấn mạnh, trong khi đối với các doanh nghiệp phát triển dựa trên việc tham gia chuỗi sản xuất/chuỗi giá trị toàn cầu, yếu tố chất lượng nguồn nhân lực được nhấn mạnh hơn. Ở cấp quốc gia, môi trường kinh doanh thuận lợi là cơ sở để doanh nghiệp phát triển và các yếu tố quyết định môi trường kinh doanh thuận lợi đó là tổ chức các cụm liên kết ngành và kết cấu hạ tầng giao thông, logistic phát triển.

1.2 Tình hình nghiên cứu trong nước

Theo cách tiếp cận của lý thuyết doanh nghiệp và tổ chức ngành, nhiều nghiên cứu về doanh nghiệp Việt Nam nói chung và doanh nghiệp nói riêng đã được thực hiện, như Phan Thị Minh Hiền (2011); Ngô Thị Việt Nga (2012); Nguyễn Mạnh Hùng (2012); Hoàng Xuân Hiệp (2013); Bùi Văn Vần (2014); Bùi Văn Tốt (2014), Vũ Dương Hòa (2015)…

Bùi Văn Vần (2014), cho thấy nguồn vốn vật chất có ảnh hưởng đến kết quả hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp. Trong đó, đòn bẩy tài chính phụ thuộc vào năng lực tiếp cận nguồn vốn, ảnh hưởng đến kết quả kinh doanh của doanh nghiệp [56].

Bùi Văn Tốt (2014) cho thấy quy mô của doanh nghiệp là một trong những yếu tố ảnh hưởng đến năng lực huy động các nguồn lực cho phát triển. Các doanh nghiệp có nhiều nguồn lực (quy mô lớn hơn) sẽ có cơ hội huy động bổ sung thêm các nguồn lực lớn hơn so với cơ hội của các doanh nghiệp có ít nguồn lực. Các DNVVN đối mặt với những hạn chế về khả năng huy động vốn, khả năng đổi mới công nghệ và khả năng thu hút lao động có kỹ năng, có tay nghề để nâng cao chất lượng sản phẩm, mở rộng sản xuất và cải thiện năng lực cạnh tranh [36].

Hoàng Xuân Hiệp (2013), tập trung nghiên cứu tác động của nguồn vốn con người, yếu tố thứ hai theo lý thuyết của Barney, J. B., (1991), đối với hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp dệt may. Kết quả nghiên cứu xác nhận việc nâng cao chất

lượng nhân lực may là cơ sở để doanh nghiệp nâng cao hiệu quả sản xuất, kinh doanh, xây dựng và duy trì lợi thế cạnh tranh trong bối cảnh toàn cầu hóa, duy trì sự phát triển bền vững của bản thân doanh nghiệp [14].

Tập trung phân tích yếu tố nguồn nhân lực, Hoàng Xuân Hiệp (2013) đề xuất 7 tiêu chí đánh giá chất lượng vốn nhân lực trong ngành dệt may. Nghiên cứu chỉ ra chất lượng vốn nhân lực được phản ánh qua tập hợp các đặc tính như thời gian và quy mô tài chính đầu tư cho giáo dục, số năm kinh nghiệm, năng suất lao động và mức độ biến động của lực lượng lao động trong doanh nghiệp, thu nhập và tăng trưởng thu nhập của lao động. Chất lượng vốn nhân lực của các doanh nghiệp may trong giai đoạn nghiên cứu ở mức rất thấp và để nâng cao chất lượng vốn nhân lực, (a) các doanh nghiệp may lớn nên sử dụng chiến lược đầu tư vào vốn nhân lực dựa trên lợi nhuận; (b) các doanh nghiệp may vừa và nhỏ nên sử dụng chiến lược đầu tư vào vốn nhân lực theo phương pháp benchmarking.

Bùi Văn Tốt (2014) chỉ ra tính đặc thù của lao động ngành may nhìn từ góc độ giới, và chỉ ra sự thiếu hụt của nguồn nhân lực cũng như áp lực cạnh tranh giữa các doanh nghiệp may trong nước để bảo bảo lực lượng lao động cho hoạt động sản xuất kinh doanh [36].

Bên cạnh đó, một số nghiên cứu như Hà Văn Hội (2012) cũng phân tích, đánh giá ảnh hưởng của nguồn lực tổ chức đối với sự phát triển của doanh nghiệp dệt may Việt Nam, tập trung vào vấn đề quy định của thị trường nhập khẩu của ngành dệt may, là các thị trường Mỹ, EU và Nhật Bản [18].

Nghiên cứu cho thấy, việc không kịp thời nắm bắt những thông tin liên quan đến sự thay đổi về quy chế, thể lệ, quy định của thị trường Mỹ là một trong những điểm yếu của doanh nghiệp dệt may của Việt Nam; Tương tự, những vấn đề liên quan đến quy định sử dụng hoá chất trong xuất khẩu sản phẩm của các doanh nghiệp dệt may Việt Nam sang thị trường châu Âu cũng là một vấn đề cần phải giải quyết. Trong khi đó, để phát triển dựa trên thị trường Nhật Bản, các doanh nghiệp dệt may Việt Nam cần xây dựng niềm tin đối với các doanh nghiệp Nhật Bản và cần có những doanh nghiệp trung gian, đóng vai trò đại lý cho các doanh nghiệp Nhật Bản.

Theo cách tiếp cận liên kết doanh nghiệp và cụm liên kết ngành, *số lượng các nghiên cứu về phát triển doanh nghiệp dệt may Việt Nam còn ít*. Cụ thể, sử dụng số liệu mảng giai đoạn 1996-2005, Anwar, S và Nguyen, L.P (2010) xác nhận mối quan

hệ hai chiều giữa đầu tư FDI và tăng trưởng ở Việt Nam, tập trung ở những địa địa phương có sự phát triển của thị trường tài chính và vốn con người [63]. Trước đó, Gangnes và cộng sự (2007) cho thấy, các doanh nghiệp FDI có tác động tích cực tới kết quả tăng trưởng của Việt Nam, nhưng chỉ tập trung trong khu vực chế biến-chế tạo. Nói cách khác, có sự lan toả phát triển từ khu vực doanh nghiệp FDI đến khu vực doanh nghiệp trong nước trong các ngành công nghiệp chế biến, chế tạo, bao gồm ngành dệt may.

Bên cạnh những mặt tích cực, nhìn từ góc độ mạng sản xuất và liên kết doanh nghiệp (theo chiều ngang và theo chiều dọc), một số nghiên cứu cũng chỉ ra những điểm yếu của khu vực doanh nghiệp Việt Nam. Cù Chí Lợi (2012), Bùi Thái Quyên (2015) đã nghiên cứu kinh nghiệm phát triển mạng sản xuất và cụm liên kết ngành của một số nền kinh tế trên thế giới để xây dựng các bài học kinh nghiệm chính sách đối với Việt Nam [24].

Nguyễn Thị Tuệ Anh và Vũ Thị Như Hoa (2016) đã tập xem xét vai trò của FDI đối với nền kinh tế Việt Nam, nhất là sự cải thiện năng lực cạnh tranh của nền kinh tế. Theo tác giả, do cấu trúc mạng sản xuất toàn cầu quy định, các doanh nghiệp FDI ở Việt Nam không phát triển các quan hệ liên kết với các doanh nghiệp trong nước. Nguyễn Quang Thuấn (2018) cho rằng, để phát triển và khai thác lợi ích của mạng sản xuất, Việt Nam cần có những cải cách về thể chế. Thể chế là rào cản lớn, ảnh hưởng đến sự phát triển của mạng sản xuất và do đó ảnh hưởng đến sự phát triển của doanh nghiệp [1].

Theo cách tiếp cận chuỗi sản xuất toàn cầu/chuỗi giá trị toàn cầu

Với các doanh nghiệp dệt may Việt Nam đã tham gia chuỗi sản xuất toàn cầu, nhiều nghiên đã vận dụng phương pháp chuỗi giá trị để phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến sự phát triển của doanh nghiệp này. Đó là những nghiên cứu của Nguyễn Mạnh Hùng (2008); Đặng Thị Tuyết Nhung, Đinh Công Khải (2011) Hà Văn Hội (2012), Đinh Thị Hương (2013), Nguyễn Hồng Thu (2016)…

Dựa vào cách tiếp cận về chuỗi giá trị của Gereffi và Memodovic (2003), các nghiên cứu đã thiết sơ đồ hoá phân bố giá trị gia tăng trong mỗi mắt xích/công đoạn của chuỗi giá trị dệt may thế giới hiện nay và mức độ tham gia của các doanh nghiệp dệt may Việt Nam. Các nghiên cứu xác nhận, trong chuỗi sản xuất toàn cầu, giá trị gia tăng của ngành dệt may có đặc trưng phân bố không đồng đều giữa các mắt xích/công

đoạn từ khâu thiết kế đến khâu tiêu thụ sản phẩm, chăm sóc khách hàng sau, và sự phân bổ giá trị gia tăng giữa các công đoạn chịu ảnh hưởng của doanh nghiệp tổ chức chuỗi sản xuất toàn cầu [22].

Đặng Thị Tuyết Nhung, Đinh Công Khải (2011); Đinh Thị Hương, Phạm Thị Thanh Hà (2013), Bùi Văn Tốt (2014); Nguyệt A.Vũ (2014) , Nguyễn Hồng Thu (2016) chỉ ra những công đoạn của chuỗi sản xuất dệt may ở đó Việt Nam có lợi thế cạnh tranh và nguyên nhận tạo ra lợi thế cạnh tranh của Việt Nam trong những công đoạn đó [22], [21], [36], [61].

Cụ thể, các nghiên cứu cho thấy: (1) khâu trồng bông Việt Nam không có lợi thế cạnh tranh tự nhiên và doanh nghiệp dệt may Việt Nam cũng không chú trọng đầu tư trong việc trồng bông và sản xuất xơ. (2) Khâu sản xuất sợi có lợi thế so sánh, nhưng lợi thế so sánh đó dựa trên nền tảng thiếu tính bền vững - chi phí nhân công lao động và giá điện thấp. (3) Dệt, nhuộm, hoàn tất kém phát triển, liên kết yếu với doanh nghiệp ngành may. Sự yếu kém của dệt nhuộm dẫn đến làm hạn chế khả năng tiêu thụ sợi sản xuất trong nước. Đa số lượng sợi sản xuất ra đều xuất khẩu.

(4) Cắt may: Các doanh nghiệp sản xuất theo phương thức gia công đơn giản; phụ thuộc vào nguồn nguyên liệu nhập khẩu; thiếu khả năng cung cấp dịch vụ trọn gói.

(5) Marketing và bán lẻ: Hoạt động phân phối của các doanh nghiệp dệt may Việt Nam hiện nay vẫn chưa phát triển và đang phụ thuộc vào các nhà buôn nước ngoài. Thiếu liên kết với những người tiêu dùng cuối, chỉ thực hiện các hợp đồng gia công.

Từ thực trạng, xác định vị trí của DN dệt may trong chuỗi giá trị toàn cầu như sau: Ngành dệt may Việt Nam vẫn chỉ tập trung xuất khẩu các sản phẩm may mặc theo phương thức gia công - vị trí đáy của chuỗi giá trị toàn cầu, với giá trị gia tăng tương đối thấp; Phát triển chậm ở các khâu thượng nguồn: Trồng bông, dệt, nhuộm và hoàn tất; Điểm yếu lớn nhất trong chuỗi dệt may Việt Nam là khâu tiếp thị và xuất khẩu [22].

Theo Đinh Thị Hương, Phạm Thị Thanh Hà (2013), giá trị nhận được ở khâu thiết kế khoảng 3% nhưng đây là khâu yếu nhất và bị nhiều doanh nghiệp Việt Nam né tránh. Yếu tố quan trọng để thâm nhập và trụ vững được ở mắt xích này đòi hỏi các doanh nghiệp cần có các nhà thiết kế có khả năng nắm bắt được xu hướng, thị hiếu thời trang của người mua toàn cầu. Toàn bộ khâu may chiếm 5-7% trong chuỗi giá trị toàn cầu thì Việt Nam lại có lợi thế trong khâu này. Giá trị của khâu marketing và

phân phối chiếm tới 75% trong chuỗi giá trị toàn cầu. Tuy nhiên hệ thống phân phối của doanh nghiệp may Việt Nam chưa đủ mạnh và các doanh nghiệp còn đang loay hoay với những khó khăn hạn chế như: yếu về thiết kế mốt, phụ thuộc quá nhiều vào nguyên liệu nhập khẩu và chưa xây dựng được thương hiệu [21].

Hà Văn Hội (2012), Nguyễn Đình Dương (2014) cho thấy, việc thiếu nguồn lao động có tay nghề, lao đông có kỹ năng là một nguyên nhân giải thích cho việc doanh nghiệp may Việt Nam tiếp tục gắn bó với công đoạn may gia công xuất khẩu (CMT) thay vì nâng cấp lên các hình thức như FOB [18].

Tương tự như vậy, Hoàng Xuân Hiệp (2017) đã phân tích, chỉ ra sự thiếu hụt nguồn nhân lực trong ngành dệt may, nhất là nhân lực có tay nghề để doanh nghiệp có thể áp dụng các phương thức sản xuất FOB, OEM, ODM, OBM trong ngành dệt may. Theo tác giả, phương thức sản xuất ODM là phương thức khả thi nhất với các doanh nghiệp dệt may trong vòng 3- 5 năm tới. Để chuyển sang những phương thức sản xuất cao hơn, công tác đào tạo nhân lực như thiết kế thời trang, sản xuất nguyên liệu thô, sản xuất nguyên phụ liệu và nhân lực thương mại cần được cải thiện [15].

Nghiên cứu về cách mạng công nghiệp 4.0 và ảnh hưởng đến ngành dệt may như Trương Văn Cẩm (2016); Tô Hoài Nam (2016); Nguyễn Thắng (2016); Bộ Khoa học công nghệ (2016); Nguyễn Hoài Nam (2016); Trần Thị Vân Anh (2017); UNDP & Bộ Công thương (2019).

Từ đầu thế kỷ 21, thế giới bước vào cuộc CMCN 4.0 với sự phát triển bùng nổ của công nghệ thông tin và Internet. Công nghiệp 4.0 hình thành trên nền tảng cách mạng số, với những công nghệ mới như in 3D, robot, trí tuệ nhân tạo, Internet kết nối vạn vật (IOT), công nghệ nano, công nghệ sinh học, vật liệu mới, năng lượng tái tạo… Bằng cách kích hoạt các "nhà máy thông minh" công nghiệp 4.0 tạo ra một thế giới mà trong đó các hệ thống ảo và vật lý của chuỗi sản xuất trên toàn cầu có thể hợp tác với nhau một cách linh hoạt.

Với việc sử dụng hàng loạt các công nghệ mới trong môi trường tích hợp cao, tạo nên các chuỗi giá trị có sự gắn kết ở mức độ rất cao. CMCN 4.0 "dồn nén" chuỗi giá trị - sản xuất cả về không gian và thời gian, tạo cách mạng về cách thức con người tạo ra của cải, vật chất [25]. Từ đó, tạo nên sự thay đổi về tổ chức các chuỗi sản xuất – giá trị cũng như làm thay đổi tư duy sản xuất – đầu tư tìm nơi sản xuất có lao động chi phí thấp sang nơi có thị trường rộng lớn và công nghệ cao.

Theo nghiên cứu của Nguyễn Thắng (2016), có một số đột phá công nghệ quan trọng đang vẽ lại bức tranh của ngành dệt may toàn cầu như: Công nghệ chế tạo đắp dần, máy chụp thân thể, thiết kế bằng máy tính có thể sản xuất hàng loạt các sản phẩm phù hợp với những thông số đơn lẻ của từng khách hàng; Các sản phẩm dệt may có thể tích hợp các chứng năng theo dõi sức khỏe (đo nhịp tim, lượng calo giải phóng liên tục..) nhờ công nghệ Nano; Tự động hóa khâu cắt may (sử dụng robot, trong khâu may còn dc gọi là sewbots). Điều này được kỳ vọng sẽ làm thay đổi toàn bộ ngành dệt may, đồng thời mở ra nhiều cơ hội thu hút đầu tư quay trở về mỹ, trong thời gian ngắn có thể là 5 năm tới [35].

Trương Văn Cẩm (2016) cũng chỉ ra những tác động tích cực của cách mạng công nghiệp 4.0 đối với ngành dệt may như**:** tạo cơ hội thay thế công việc lặp đi lặp lại không cần kỹ năng, kinh nghiệm, công việc độc hại, dễ gây tai nạn bằng máy móc công nghệ mới; nâng cao năng suất lao động, chất lượng sản phẩm, nâng cao thu nhập, cải thiện đời sống cho người lao động. Phát triển công nghiệp 4.0 giúp giải quyết những khâu yếu trong chuỗi cung ứng dệt may của Việt Nam nhằm tái cấu lại ngành. Nguy cơ đưa sản xuất về lại nước nhập khẩu sẽ tạo ra sức ép để tập trung vào khai thác và phục vụ thị trường nội địa trên 90 triệu dân với thu nhập và nhu cầu tiêu dùng ngày càng tăng của Việt Nam [6].

Bộ Khoa học và công nghệ (2016) cho rằng đây là cơ hội để tạo ra lợi thế cho những nước đi sau như Việt Nam so với các nước phát triển do không không bị hạn chế bởi quy mô cồng kềnh, quán tính lớn; tạo điều kiện cho Việt Nam bứt phá nhanh chóng, biến đổi các hệ thống sản xuất, quản lý và quản trị chung cho các doanh nghiệp trong nước [5].

Bên cạnh những cơ hội do CMCN 4.0 mang lại, cũng có nhiều thách thức mà ngành dệt, may cũng như các doanh nghiệp trong ngành phải đối mặt.

Cuộc CMCN 4.0 diễn ra với tốc độ vô cùng nhanh chắc chắn sẽ đặt Việt nam trước nguy cơ tụt hậu hơn nưa trong phát triển so với thế giới và rơi vào thế bị động trong đối phó với những mặt trái của cuộc cách mạng này [5].

Nguyễn Thắng (2016), chỉ ra thách thức lớn trong việc chuyển đổi việc làm cho lực lượng lao động dệt may trong thời gian tới. Công nhân trong các doanh nghiệp dệt may của Việt nam đang bị kẹt ở giữa trong cuộc cạnh tranh khốc liệt trên toàn cầu, với một bên là công nhân rẻ hơn từ các nước campuchia, bangladesh, Myanmar… và bên

kia là ngời máy đang được ứng dụng ngày một rộng rãi ở các nước phát triển và cả ở trung Quốc., dẫn đến sự chuyển dịch của sản xuất trong phân khúc có giá trị cao hơn trở lại các nước phát triển và trở lại Trung quốc để gần hơn với thị trường tiêu thụ lớn, các trung tâm R&D và các trung tâm cung cấp nguyên vật liệu, phụ kiện [35].

Trương Văn Cẩm (2016), cho rằng CMCN 4.0 làm gia tăng nguy cơ mất việc làm đối với lao động dệt may, đặc biệt là lao động có trình độ thấp và ở những công đoạn dễ thay thế bằng máy móc, song mức độ tác động ở mỗi công đoạn sản xuất dệt may khác nhau cũng khác nhau. Tác giả cũng đưa ra dự báo trong thập niên tới: Sản xuất xơ, sợi hóa học có khả năng thay thế cao (40-50%); Các công đoạn sản xuất tơ, sợi tự nhiên; các công đoạn dệt, đặc biệt vải không dệt và khâu nhuộm, hoàn tất khả năng thay thế lao động con người bằng máy móc khá cao (3-40%); Công đoạn may, nhìn chung khả năng thay thế ở mức độ trung bình thấp (<30%) do tính thời trang cao, nhu cầu phong phú đa dạng về kiểu dáng, màu sắc, thị hiếu vùng miền; Một số khâu như trải vải, cắt, giác sơ đồ, hiện đã có một số doanh nghiệp trang bị máy móc với trình độ tự động hóa cao; Sản xuất phụ liệu may (cúc, chỉ, nhãn, khóa kéo có nguy cơ thay thế khá cao (30-40%) [6].

UNDP&Bộ công thương (2019), trên cơ sở điều tra 153 doanh nghiệp may và 168 doanh nghiệp dệt về mức độ sẵn sàng của doanh nghiệp đối với CMCN 4.0. Kết quả cho thấy, doanh nghiệp may và doanh nghiệp dệt chưa có sự chuẩn bị cho CMCN 4.0. Tuy nhiên, khác với doanh nghiệp dệt, đã có một số doanh nghiệp may có sự chuẩn bị sẵn sàng trên mức cơ bản. Tái cấu trúc lao động và chuẩn hóa kỹ thuật toàn chuỗi sản phẩm trong ngành may hiện đang và sẽ được triển khai với tỷ lệ phản hồi của doanh nghiệp là 49% và 27%; trong ngành dệt là 44% và 38% [53].

Về kết nối thiết bị với thiết bị, trong ngành dệt có 10% doanh nghiệp đã kết nối, 7% doanh nghiệp đang có kế hoạch và đang gặp vấn đề về cơ sở hạ tầng để thực hiện kế hoạch này. 67% doanh nghiệp không thể kiểm soát thiết bị 67% doanh nghiệp không thể kiểm soát thiết bị bằng CNTT hay kết nối với công nghệ khác và 62% doanh nghiệp cho biết không thể nâng cấp thiết bị để kết nối được các thiết bị với thiết bị, thiết bị với hệ thống và đây là trở ngại lớn nhất đối với việc chuẩn bị sẵn sàng cho ngành. Đáng chú ý, 13% doanh nghiệp không trang bị kiến thức, kỹ thuật để chuẩn bị sẵn sàng cho người lao động.

Đối với ngành may, tỷ lệ doanh nghiệp đang và sẽ kết nối thiết bị với thiết bị là 16%. Đã có 11% doanh nghiệp thực hiện kết nối thiết bị với thiết bị, 5% doanh nghiệp đang có kế hoạch và các doanh nghiệp hiện đang gặp vấn đề về cơ sở hạ tầng để thực hiện kế hoạch này. 73% doanh nghiệp không thể kiểm soát thiết bị bằng CNTT hay kết nối với công nghệ khác và 50% doanh nghiệp cho biết không thể nâng cấp thiết bị để kết nối được các thiết bị với thiết bị, thiết bị với hệ thống và đây là trở ngại lớn nhất đối với việc chuẩn bị sẵn sàng cho ngành. 73% doanh nghiệp không sử dụng mô hình kỹ thuật số nào. Có 7% doanh nghiệp đang sử dụng mô hình quản lý nguồn lực ERP và 1% doanh nghiệp sử dụng mô hình quản lý chuỗi cung ứng SCM. Đáng chú ý, 19% doanh nghiệp không trang bị kiến thức, kỹ thuật để chuẩn bị sẵn sàng cho người lao động.

1.3 Khoảng trống nghiên cứu

Phát triển doanh nghiệp là nền tảng của sự thịnh vượng và các nền kinh tế đều nỗ lực thúc đẩy phát triển doanh nghiệp. Tuỳ vào từng giai đoạn phát triển, mỗi quốc gia sẽ lựa chọn những nhóm ngành ưu tiên và khuyến khích các doanh nghiệp phát triển những nhóm ngành đó. Với các nền kinh tế đang phát triển và chuyển đổi, các nhóm ngành thâm dụng lao động (theo phân loại của UNIDO) thường được ưu tiên bởi song song với việc đóng góp cho tăng trưởng, các doanh nghiệp này sẽ góp phần thúc đẩy chuyển dịch cơ cấu lao động (từ nông nghiệp sang công nghiệp),

Những vấn đề phát triển của doanh nghiệp nói chung và của doanh nghiệp dệt may nói riêng trên thế giới đã được nhiều nhà nghiên cứu tiếp cận và giải quyết dựa trên các lý thuyết khác nhau.

Tuy nhiên, mỗi công trình nghiên cứu đều có mục tiêu, cách tiếp cận và phạm vi nghiên cứu riêng nên chưa có nghiên cứu nào có thể đề cập và giải quyết tất cả các vấn đề trong phát triển doanh nghiệp. Đặc biệt là sự thay đổi của phương thức tổ chức sản xuất, phương thức kinh doanh dưới ảnh hưởng của CMCN 4.0 đã và đang xuất hiện những vấn đề phát triển mới đối với doanh nghiệp dệt may vì vậy cần có những nghiên cứu mới, tìm ra những giải pháp để có thể tiếp tục phát triển doanh nghiệp dệt may.

Trong nghiên cứu này, NCS đề cập đến những vấn đề mới trong phát triển doanh nghiệp dệt may Việt Nam.

Thứ nhất, trong các nhánh của lý thuyết doanh nghiệp, lý thuyết doanh nghiệp dựa nguồn lực (Resource-based Theory of the Firm) là một lý thuyết đang được nhiều nghiên cứu vận dụng để giải quyết vấn đề phát triển doanh nghiệp đương đại. Vì vậy,

luận án sẽ kế thừa phương pháp nghiên cứu này để vận dụng vào nghiên cứu ở Việt Nam và cho đến nay, trong phạm vi hiểu biết của NCS, có ít nghiên cứu vận dụng lý thuyết này để giải quyết vấn đề phát triển doanh nghiệp ở Việt Nam. Dựa trên các nguyên lý cơ bản của kinh tế học phát triển và lý thuyết doanh nghiệp dựa trên nguồn lực, đồng thời kế thừa các kết quả nghiên cứu về các yếu tố ảnh hưởng đến sự phát triển doanh nghiệp nói chung, luận án làm sáng tỏ một số vấn đề phát triển mới đó và đề xuất những giải pháp để giải quyết vấn đề này.

Thứ hai, Cuộc CMCN 4.0 với các công nghệ nền tảng như big data, điện toán đám mây, internet vạn vật, công nghệ in 3D, công nghệ sinh học, công nghệ vật liệu mới, robot, đang diễn ra nhanh, thay đổi căn bản phương thức sản xuất, và dự đoán sẽ thay đổi căn bản cấu trúc ngành dệt may toàn cầu. Các doanh nghiệp dệt may nói chung đang đối mặt với những thách thức phát triển liên quan đến việc ứng dụng các thành tựu của CMCN 4.0, nếu không đổi mới sẽ bị loại khỏi "cuộc chơi". Đến nay, chưa có nhiều đề tài nghiên cứu đánh giá kỹ lưỡng về sự phát triển của doanh nghiệp, xác định các nhân tố ảnh hưởng đến phát triển doanh nghiệp dệt may Việt Nam trong bối cảnh CMCN 4.0.

Chính vì vậy, việc tiếp tục nghiên cứu về sự phát triển của doanh nghiệp dệt may trong bối cảnh mới, bối cảnh CMCN 4.0 là rất cần thiết, có ý nghĩa lý luận và thực tiễn.

TIỂU KẾT CHƯƠNG 1

Các doanh nghiệp đóng vai trò quan trọng đối với tăng trưởng kinh tế và phát triển, đem lại sự thịnh vượng cho mỗi quốc gia. Việc gia nhập và phát triển của doanh nghiệp trong ngành dệt may có vai trò quan trọng đối với các nền kinh tế đang phát triển và chuyển đổi, trong đó có Việt Nam. Ngành dệt may vẫn là ngành có vị trí quan trọng trong tạo việc làm cho một nền kinh tế có: (a) lực lượng lao động trẻ quy mô lớn, (b) một tỷ lệ lớn lực lượng lao động trẻ đang nằm trong khu vực nông nghiệp, với năng suất thấp hơn so với khu vực công nghiệp, (c) trình độ và kỹ năng của một số thế hệ lao động trẻ hiện tại chưa đáp ứng được các điều kiện, tiêu chuẩn của những ngành công nghiệp chế tạo thuộc nhóm công nghệ cao.

Trong quá trình phát triển, mỗi doanh nghiệp phải đối mặt với sự cạnh tranh và để tồn tại, tự nâng cao năng lực cạnh tranh là đòi hỏi tất yếu. Tuy nhiên, sự kém phát triển của các doanh nghiệp dệt may trong nước sẽ cản trở quá trình công nghiệp hoá, chuyển dịch cơ cấu kinh tế và tăng năng suất lao động. Sự phát triển của ngành dệt may dựa trên nền tảng của các doanh nghiệp đầu tư trực tiếp nước ngoài, cũng không đem lại được những cải thiện về phúc lợi. Chính vì vậy, vai trò của nhà nước là thúc đẩy các doanh nghiệp dệt may phát triển.

Nội dung tổng quan nghiên cứu cho thấy, sự phát triển của doanh nghiệp nói chung và doanh nghiệp dệt may nói riêng phụ thuộc vào các yếu tố bên trong doanh nghiệp như: yếu tố vốn, lao động, công nghệ và các yếu tố bên ngoài như: yếu tố hạ tầng; thị trường; chiến lược của các doanh nghiệp điều hành chuỗi; các chính sách nhà nước…. Các nghiên cứu với cách tiếp cận và mục tiêu khác nhau cũng cũng đã đề cập tới nhiều vấn đề phát triển của doanh nghiệp. Tuy nhiên, chưa có nghiên cứu nào đề cập và giải quyết tất cả các vấn đề phát triển của doanh nghiệp dệt may. Đặc biệt, Cuộc CMCN 4.0 đang diễn ra mạnh mẽ, được dự đoán sẽ thay đổi ngành dệt may toàn cầu tạo ra nhiều cơ hội và thách thức phát triển mới đối với doanh nghiệp dệt may Việt Nam.

Chính vì vậy, trên cơ sở lý thuyết doanh nghiệp, lý thuyết tổ chức ngành, lý thuyết chuỗi, tác giả sẽ kế thừa các kết quả nghiên cứ đi trước đồng thời sẽ tiếp tục nghiên cứu những vấn đề mới của doanh nghiệp trong bối cảnh CMCN 4.0.

Chương 2
CƠ SỞ LÝ LUẬN VÀ KINH NGHIỆM QUỐC TẾ VỀ PHÁT TRIỂN DOANH NGHIỆP DỆT MAY

2.1. Các khái niệm cơ bản về phát triển doanh nghiệp dệt may

2.1.1. Doanh nghiệp dệt may và phát triển doanh nghiệp dệt may

Doanh nghiệp "*là một tổ chức kinh tế, có tài sản và tên riêng, có trụ sợ giao dịch ổn định, được cấp giấy đăng ký kinh doanh theo quy định của pháp luật để thực hiện các hoạt động kinh doanh trên thị trường" [30]*. Đặc trưng cơ bản của doanh nghiệp là mục tiêu lợi nhuận và quá trình kinh doanh thực hiện một cách liên tục, một số hoặc tất cả các công đoạn của quá trình đầu tư, từ sản xuất đến tiêu thụ sản phẩm hoặc cung ứng dịch vụ trên thị trường.

Trên thế giới, có ba thuật ngữ khác nhau phản ánh "doanh nghiệp dệt may", đó là các thuật ngữ "*textile and apparel enterprises*", "garment/apparel enterprises", "textile and clothing enterprises". Thuật ngữ đầu tiên "*textile and apparel enterprises*" - giống cách hiểu, cách nói thông dụng ở Việt Nam, phản ánh các doanh nghiệp hoạt động trong ngành công nghiệp dệt, may, và sự phân biệt doanh nghiệp dệt với doanh nghiệp may dựa vào công nghệ đặc thù của mỗi ngành – hình ảnh của các máy dệt, máy nhuộm phân biệt với hình ảnh của máy cắt, máy may.

Thuật ngữ thứ hai, "garment/apparel enterprises", gắn với hình ảnh của các doanh nghiệp may mặc, với hình ảnh sản phẩm là trang phục, quần áo. Khái niệm cuối cùng gắn với sự phát triển của chuỗi sản xuất toàn cầu và do đó là chuỗi giá trị của ngành dệt may. Trong đó, doanh nghiệp có thể được tham gia ở một hoặc một số công đoạn - từ mắt xích thiết kế, cho đến sản xuất các sản phẩm trung gian trong quá trình tạo ra sản phẩm may mặc và phân phối đến tay người tiêu dùng.

Ở Việt Nam, thuật ngữ "*doanh nghiệp dệt may*" thường được sử dụng để phản ánh các doanh nghiệp hoạt động trong ngành công nghiệp dệt và/hoặc ngành công nghiệp may. Quan niệm đó gắn liền với thực tiễn/lịch sử phát triển của doanh nghiệp nhà nước trong lĩnh vực dệt may từ trước khi đổi mới. Vì vậy, trong nhiều trường hợp, nói đến ngành dệt may cũng đồng nghiã với việc nói đến doanh nghiệp dệt may. Tuy nhiên, trong luận án này, thuật ngữ "*doanh nghiệp dệt may*" khác với thuật ngữ "*ngành dệt may*" và thuật ngữ đầu tiên là đối tượng nghiên cứu của luận án.

Cho đến nay, việc xác định "doanh nghiệp dệt may" hay doanh nghiệp bất kỳ thường thường dựa vào ngành nghề kinh doanh chính của doanh nghiệp. Chính phủ Việt Nam đã xây dựng Hệ thống ngành kinh tế Việt Nam[1] (VSIC), làm căn cứ hướng dẫn các doanh nghiệp đăng ký hoạt động kinh doanh phù hợp với quy định của luật pháp. Một doanh nghiệp có thể được đăng ký nhiều ngành nghề, và xác định loại hình doanh nghiệp thường sẽ dựa vào ngành kinh doanh chính. Ví dụ ngành kinh doanh chính là dệt thì gọi đó là "doanh nghiệp dệt". Tuy nhiên, khi doanh nghiệp tham gia cả hai lĩnh vực (như các doanh nghiệp nhà nước trước đây – Trường hợp May Thắng Lợi) thì cách gọi được xác định theo thông lệ của doanh nghiệp.

Theo hệ thống ngành kinh tế Việt Nam, các ngành dệt và may thuộc nhóm C trong phân ngành cấp 1, có mã ngành lần lượt là 13 và 14 theo phân ngành cấp 2. Mã ngành 13 có tên ngành là "Dệt", trong khi mã ngành 14 có tên gọi là "*sản xuất trang phục*" (VSIC 2007 và 2018). Ngành may (theo văn nói) hay ngành sản xuất trang phục (theo quy định của chính phủ) được xác định bao gồm ba nhóm ngành là May trang phục (trừ trang phục từ da lông thú); Sản xuất sản phẩm từ da lông thú; và Sản xuất trang phục dệt kim, đan móc. Bên cạnh đó, trong văn nói Việt Nam cũng có các khái niệm "ngành may mặc", "ngành dệt nhuộm".

Trong luận án, doanh nghiệp dệt may được hiểu là "***các doanh nghiệp tham gia vào quá trình tạo ra sản phẩm trung gian và/hoặc sản phẩm cuối cùng để đáp ứng nhu cầu về trang phục của con người*".** Theo cách hiểu đó, bên cạnh các doanh nghiệp thuộc các mã ngành 13, 14 của hệ thống kinh tế Việt Nam, các doanh nghiệp thuộc mã ngành sản xuất sợi nhân tạo (mã ngành 2030), hay các doanh nghiệp sản xuất máy móc thiết bị linh kiện phục vụ hoạt động dệt may cũng được xem như là doanh nghiệp dệt may. Hay một số doanh nghiệp rời bỏ các hoạt động may, chỉ tập trung vào khâu thiết kế mẫu trang phục để chuyển giao cho các doanh nghiệp khác nhằm sản xuất theo quy mô công nghiệp, tổ chức các sự kiện thời trang nhằm định hướng, xác định nhu cầu thời trang cũng thuộc doanh nghiệp dệt may.

Tuy nhiên, do hạn chế về số liệu điều tra qua các năm của Tổng Cục thống kê, các doanh nghiệp thuộc các nhóm ngành ngoài nhóm nhành 13 và 14 không thể tách bạch, phân định một cách chính xác. Vì vậy, đề tài sẽ chỉ sử dụng số liệu của các

[1] Quyết định 27/2018/QĐ-TTg ngày 06 tháng 7 năm 2018 của Thủ tướng chính phủ.

doanh nghiệp có đăng ký mã ngành kinh doanh cấp hai là 13 và 14 làm đối tượng nghiên cứu và xác định các vấn đề liên quan đến nhóm đối tượng này.

Theo cách tiếp cận của lý thuyết tổ chức ngành (industrial organization theory), *phát triển doanh nghiệp dệt may, được hiểu là thúc đẩy sự gia tăng về số lượng doanh nghiệp dệt may, cũng như thúc đẩy mỗi doanh nghiệp đang hoạt động điều chỉnh quy mô doanh nghiệp đạt đến quy mô tối ưu (giúp doanh nghiệp tối đa hoá lợi nhuận)*. Hệ quả (outcome) của sự phát triển doanh nghiệp dệt may được phán ánh bởi sự chuyển dịch cơ cấu bên trong ngành dệt may, cũng như những chuyển dịch và đóng góp trong cơ cấu nền kinh tế của một quốc gia. Quy mô của ngành dệt may lớn hơn không chỉ được phản ánh qua sự thay đổi tỷ trọng đóng góp của ngành đối với GDP của nền kinh tế mà còn phản ánh bởi kết quả thu hút nhiều lao động hơn, tỷ trọng kim ngạch xuất khẩu cao hơn, hay tỷ trọng đóng góp trong nguồn thu ngân sách lớn hơn...

Tuy nhiên, bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế và CMCN 4.0 đang diễn ra, phương thức sản xuất của nhiều ngành công nghiệp chế biến chế tạo, và cả những ngành dịch vụ có liên quan đã thay đổi. Các công ty đa quốc gia (MNCs), có vai trò lớn hơn đối với sự phát triển doanh nghiệp trong mỗi nền kinh tế - những nền kinh tế được các MNCs lựa chọn làm địa điểm sản xuất trong chuỗi giá trị của nó, và vai trò của MNCs đặc biệt đúng với ngành dệt may.

Bên cạnh vai trò của chính phủ, các công ty đa quốc gia cũng gia tăng vai trò ảnh hưởng đối với sự phát triển của các doanh nghiệp dệt may trong mỗi nền kinh tế, thông qua việc quyết định những doanh nghiệp nội địa được tham gia vào, và vị trí của các doanh nghiệp đó trong chuỗi sản xuất (production chain) do công ty đa quốc gia đó thiết lập. Tương ứng với công đoạn hay vị trí mà các doanh nghiệp nội địa được tham gia trong tổ chức sản xuất của công ty đa quốc gia, sẽ là quy mô lợi nhuận (hay phần giá trị gia tăng) mà nó nhận được (Hình 2.1).

Các nghiên cứu thực tiễn cho thấy, đối với ngành dệt may, các MNCs đóng vai trò tổ chức chuỗi sản xuất thường là "người mua" (Buyer), và nắm giữ một hoặc một số công đoạn mà ở đó, tỷ trọng giá trị gia tăng lớn nhất. Ví dụ như đó là công đoạn liên quan đến thương hiệu/cửa hàng, hay công đoạn liên quan đến nghiên cứu hay thiết kế. Những công đoạn có giá trị gia tăng ít hơn, và hiệu quả hơn nếu để các doanh nghiệp khác sản xuất sẽ được MNCs chuyển giao cho các doanh nghiệp khác, tạo nên chuỗi sản xuất do MNCs chi phối.

Trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế và sự hình thành các chuỗi sản xuất ngành dệt may, nhiều tên tuổi, thương hiệu nổi tiếng trong ngành may mặc đã ra đời và phát triển như Nike, H&M, Zara, Louis Vuitton, Adidas, Uniqlo, Hermes, Rolex, Gucci và Cartier... Theo đánh giá của công ty hàng đầu thế giới về định giá thương hiệu và tư vấn chiến lược Brand Finance, mười công ty trên là những doanh nghiệp có giá trị thương hiệu lớn nhất trong ngành may mặc năm 2017 (Most Valuable Apparel Brands of 2017), với tổng giá trị là 126,8 tỷ USD, cao hơn GDP của Việt Nam năm 2010.

Như vậy, vấn đề phát triển doanh nghiệp dệt may không chỉ đặt trong bối cảnh chi phối của công nghệ sản xuất, theo lý thuyết tổ chức ngành, mà còn phải đặt trong bối cảnh của hội nhập kinh tế quốc tế, theo lý thuyết tổ chức chuỗi sản xuất và phân tích bởi lý thuyết chuỗi giá trị (quan hệ giữa chuỗi sản xuất và chuỗi giá trị được thể hiện ở hình 2.1).

Trong bối cảnh toàn cầu hoá, *phát triển doanh nghiệp dệt may là việc* (a) thúc đẩy các doanh nghiệp (nội địa) tham gia vào chuỗi sản xuất dệt may toàn cầu; (b) hỗ trợ các doanh nghiệp dịch chuyển trong chuỗi giá trị dệt may (hiện đang tham gia) từ những công đoạn có giá trị gia tăng thấp lên những công đoạn có giá trị gia tăng cao hơn và/hoặc chuyển sang những chuỗi sản xuất/chuỗi giá trị mới có giá trị gia tăng cao hơn; (3) thúc đẩy một số doanh nghiệp vươn tới năng lực tổ chức chuỗi sản xuất, chuỗi giá trị ngành dệt may, hình thành nên các chuỗi sản xuất/chuỗi giá trị mới (với thương hiệu do doanh nghiệp nội địa xây dựng) do doanh nghiệp nội địa điều hành, quản lý.

Trong bối cảnh CMCN 4.0, các thành tựu công nghệ đang làm thay đổi cách thức vận hành của chuỗi dệt may toàn cầu hay thay đổi phương thức hoạt động của doanh nghiệp dệt may.

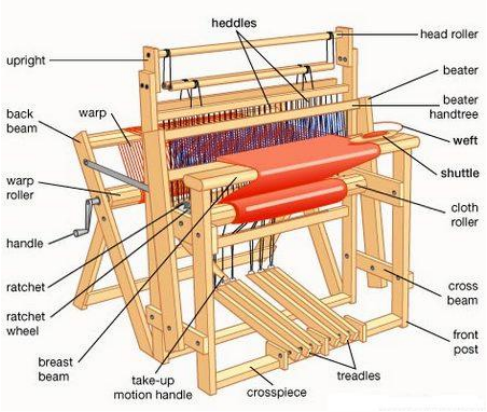
Trong nghiên cứu này, tác giả sử dụng định nghĩa riêng của mình về phát triển doanh nghiệp dệt may. ***Phát triển doanh nghiệp dệt may là việc thúc đẩy sự tham gia của các doanh nghiệp tư nhân trong nước vào lĩnh vực dệt may, nhằm gia tăng cả về số lượng doanh nghiệp cũng như chất lượng doanh nghiệp nhằm mục tiêu nâng cao năng lực cạnh tranh của toàn ngành dệt may trong bối cảnh ảnh hưởng của CMCN 4.0 và hội nhập quốc tế. Mục tiêu cuối cùng của phát triển doanh nghiệp dệt may trong bối cảnh CMCN 4.0 và hội nhập là nâng cao tỷ trọng giá trị giá trị gia tăng tạo ra bởi các doanh nghiệp dệt may trong nước và có những chuỗi giá trị dệt may do các doanh nghiệp Việt Nam tổ chức và phát triển.***

2.1.2. Các đặc trưng của doanh nghiệp dệt, may

Theo cách tiếp cận vi mô và ngành sản xuất, doanh nghiệp dệt may có những đặc trưng sau:

Thứ nhất, ***đặc trưng cơ bản của doanh nghiệp dệt cần là tính kinh tế theo quy mô ở cấp doanh nghiệp, trong khi đó, doanh nghiệp may có thể ở lựa chọn ở bất cứ quy mô nào.*** Đặc trưng này do đặc điểm công nghệ quy định. Đối với ngành dệt, công nghệ đòi hỏi vốn đầu tư lớn (được UNIDO xác định là ngành thuộc nhóm ngành thâm dụng vốn), và cần quy mô sản xuất đủ lớn để chi phí cố định bình quân một sản phẩm giảm xuống. Trong khi đó, vốn đầu tư đối với ngành may thấp tương đối, và vì thế UNIDO phân loại vào nhóm ngành có tính thâm dụng lao động.

Quy mô doanh nghiệp dệt may chịu tác động lớn từ kết quả phát minh, sáng chế đối với công nghệ dệt qua các cuộc CMCN. Cuộc CMCN lần thứ nhất đã mở ra cơ hội cơ giới hoá sản xuất trên cơ sở sử dụng năng lượng nước và hơi nước. Ngành dệt may hay các doanh nghiệp dệt may là một trong những đối tượng hưởng lợi sớm nhất từ thành quả của cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ nhất. Ứng dụng cơ giới hoá cho phép ngành dệt chuyển đổi phương thức sản xuất từ thâm dụng lao động sang thâm dụng vốn - từ khung cửi truyền thống (hình 2.1a), sang hệ thống khung cửi vận hành nhờ hơi nước (hình 2.1b). Tương ứng là sự thay đổi quy mô doanh nghiệp, với quy mô sản xuất lớn để tận dụng tính kinh tế theo quy mô – đặc trưng của ngành thâm dụng công nghệ. Tăng quy mô vốn đầu tư góp phần tăng năng suất lao động trong ngành dệt, bởi một lao động có thể vận hành nhiều máy dệt thay vì chỉ thao tác với một khung cửi như khi chưa có CMCN lần thứ nhất.



Hình 2.1a: Khung cửi thủ công



Hình 2.1b: Khung cửi cơ giới hoá

Hình 2.1: Sự thay đổi của công nghệ dệt dưới tác động của CMCN 1.0

(*Nguồn: Tổng hợp bởi tác giả*)

Một đặc điểm chung của ảnh hưởng từ các cuộc CMCN từ lần thứ nhất cho đến lần thứ ba là tiến bộ công nghệ trong ngành dệt quy định các doanh nghiệp phải mở rộng quy mô đầu tư để đạt được lợi nhuận tối ưu. Đặc chưng kinh tế kỹ thuật của công nghệ dệt là tính không thể chia nhỏ (indivisibilities) – tức là không thể sản xuất với quy mô nhỏ hơn mà không tăng chi phí. Với đặc điểm kinh tế-kỹ thuật đó, doanh nghiệp luôn phải hướng tới quy mô sản xuất lớn hơn (chi phí cố định bình quân một sản phẩm sẽ thấp hơn cùng với việc tăng sản lượng) để có thể tạo ra sản phẩm với giá cả cạnh tranh.

Trong khi các doanh nghiệp dệt cần đạt quy mô sản xuất lớn để có hiệu quả sản xuất, thì các doanh nghiệp may có thể linh hoạt trong việc lựa chọn quy mô sản xuất, đáp ứng từng phân khúc thị trường. Từ quy mô của cửa hàng may đo đến quy mô sản xuất với trên 10 nghìn công nhân – do đặc điểm kinh tế-kỹ thuật của công nghệ may quy định.

Lịch sử chuyển đổi từ sản xuất thủ công sang tự động hoá diễn ra trong ngành may khá muộn khi so với ngành dệt. Máy may đầu tiên được cấp bằng sáng chế cho Thomas Saint vào ngày 10 tháng 3 năm 1791, bảy năm sau khi công nghệ dệt đã được cơ giới hóa bằng năng lượng hơi nước. Trong khoảng gần 100 năm sau, các phát minh, sáng chế được cấp bằng của Josef Madersperger (1814), Walter (1833), John Greenough (1842), Elias Howe (1845), Singer (1851) hay nhiều bằng sáng chế khác chỉ có mục tiêu thiện máy may như ngày nay. Quá trình phát minh và tích hợp các bộ phận chức năng để có được máy may thủ công như ngày nay kết thúc ngày 10 tháng 3 năm 1877. Có thể nói, thành tựu của CMCN 1.0 lan tỏa đến ngành may ít hơn so với ngành dệt [133].

Cuộc CMCN lần thứ hai có ảnh hưởng nhiều hơn đến ngành may. Đó là sự ra đời của các công nghệ may gắn với điện khí hóa như máy may vận hành bằng điện ra đời 10 tháng 3 năm 1905, tức là 114 năm sau khi máy may đầu tiên ra đời. Máy may xách tay ra đời 10 tháng 3 năm 1964, khoảng 8 năm sau khi Toyota xây dựng nhà máy may đầu tiên ở Nhật Bản. Đến năm 1987, máy may công nghiệp đầu tiên cho lĩnh vực sản xuất giày mới được ra đời.

Trải qua ba cuộc CMCN, là quá trình hoàn thiện chức năng, với các hệ thống máy móc hỗ trợ hoạt động may công nghiệp. Tuy nhiên, cho đến trước cuộc CMCN 4.0 khi trí tuệ nhân tạo được áp dụng, đặc thù của hoạt động may là sự gắn kết giữa

máy với người theo tỷ lệ 1:1 và chi phí đầu tư cho tài sản cố định chiếm tỷ lệ không cao so với ngành dệt. Do đó, doanh nghiệp may có thể tồn tại ở quy mô nhỏ hay siêu nhỏ, khai thác các thị trường địa phương, thị trường ngách, cho đến các quy mô lớn, khai thác thị trường toàn cầu.

Thứ hai, Các doanh nghiệp dệt may có tính tập trung theo khu vực địa lý

Với những đặc trưng về quy mô doanh nghiệp nói trên, đặc trưng thứ hai là tính tập trung theo vùng địa lý. Tích tụ và tập trung công nghiệp có vai trò ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh của mỗi doanh nghiệp, và nó có ý nghĩa lớn hơn trong bối cảnh hội nhập. Đây là thực tiễn phát triển của một số ngành công nghiệp chế biến chế tạo nói chung và ngành công nghiệp dệt may nói riêng.

Mặc dù cuộc CMCN lần thứ hai và thứ ba không có tác động nhiều đến sự thay đổi của công nghệ sản xuất, nhưng lại có tác động rất lớn đến sự thay đổi trong tổ chức sản xuất của các doanh nghiệp trong ngành dệt may.

Lý thuyết kinh tế học đã chỉ rõ, có hai phương thức cơ bản để nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp dựa trên việc phát huy tính kinh tế theo quy mô và/hoặc tính kinh tế theo phạm vi. Thứ nhất, nếu như tính kinh tế theo quy mô và tính kinh tế theo phạm vi có thể phát huy ở cấp độ doanh nghiệp, thị trường có xu hướng chuyển từ trạng thái cạnh tranh sang trạng thái độc quyền. Doanh nghiệp sẽ dùng các biện pháp mua bán và sát nhập (M&A) để mở rộng quy mô theo chiều ngang (horizontal boundary), hoặc mở rộng quy mô theo chiều dọc (vertical boundary).

Tuy nhiên khi tính kinh tế theo quy mô/tính kinh tế theo phạm vi chỉ phát huy ở cấp ngành, thay vì cấp doanh nghiệp như trường hợp ngành may, công cụ M&A sẽ không phát huy hiệu quả. Thay vào đó, các doanh nghiệp có xu hướng tập trung ở một số khu vực địa lý cụ thể theo thời gian. Sự điều chỉnh vị trí sản xuất của doanh nghiệp theo hướng thu hẹp khoảng cách địa lý giữa các doanh nghiệp góp phần làm giảm các chi phí vận chuyển, giảm chi phí trong tiếp cận thị trường lao động hay gia tăng năng lực học hỏi giữa các doanh nghiệp trong quá trình ứng dụng công nghệ. Thu hẹp khoảng cách về mặt địa lý cũng đồng nghĩa với việc gia tăng năng lực sản xuất quy mô lớn, mà ở đó mỗi doanh nghiệp may sản xuất một phần nhỏ. Nhờ có sự tích tụ, tập trung trong ngành may, cơ hội tham gia sản xuất những đơn hàng quy mô lớn hơn so với năng lực sản xuất của cá nhân mỗi doanh nghiệp, tạo điều kiện để doanh nghiệp phát triển và tham gia vào các chuỗi sản xuất.

Sự tích tụ và tập trung của doanh nghiệp trong ngành may là điều kiện tăng nhu cầu nguyên vật liệu đầu vào, và tạo điều kiện cho các doanh nghiệp ngành dệt (thâm dụng vốn) mở rộng quy mô sản xuất, đạt tới mức sản lượng mà ở đó, chi phí trên một đơn vị sản phẩm là thấp nhất. Đây là cơ sở để doanh nghiệp ngành dệt nâng cao năng lực cạnh tranh, và đến lượt nó, chi phí đầu vào thấp hơn sẽ góp phần cải thiện năng lực cạnh tranh của bản thân mỗi doanh nghiệp ngành may.

Thứ ba, các doanh nghiệp dệt may có xu hướng thu hút lao động trẻ, thường là nữ giới.

Do các đặc điểm của công nghệ, lao động tuyển dụng trong ngành dệt may có đặc thù về giới. Cũng giống như ngành công nghiệp điện, điện tử và sau này là ngành sản xuất điện thoại di động và linh phụ kiện của điện thoại di động, ngành dệt may đòi hỏi sự kiên nhẫn, tính khéo léo trong nhiều công đoạn sản xuất. Và với những đòi hỏi đó, lao động nữ giới, nhất là lao động trong giai đoạn đầu của tuổi lao động phù hợp hơn so với lao động nam giới. Nhất là trong khâu dệt và khâu may. Lao động nữ chiếm ưu thế về kỹ năng vận hành máy so với lao động nam.

Chính vì vậy, số lượng lao động nữ làm việc trong ngành dệt may luôn chiếm tỷ trọng áp đảo. Tuy nhiên, điều này đặt ra những vấn đề trong việc nâng cao chất lượng nguồn nhân lực cho ngành dệt may. Lao động trong ngành dệt may, nhất là lao động trong công đoạn may, thường không theo chế độ lao động trọn đời. Họ thường được tuyển dụng trong giai đoạn cho đến trước 25 tuổi. Bởi sau 25 tuổi, các kỹ năng nghề, như việc đảm bảo độ đồng đều của các mũi chỉ khâu, không những không tăng lên, mà còn giảm đi. Bên cạnh những vấn đề xã hội mà doanh nghiệp dệt may cần phải giải quyết, rõ ràng đặc thù về giới đặt ra những vấn đề trong đào tạo nhân lực dệt may, cho đến nay, để đảm bảo sự phát triển của doanh nghiệp.

Chi phí đào tạo lao động trong ngành dệt may, tính bình quân theo thời gian làm việc của người lao động sau đào tạo, so với các ngành khác sẽ là lớn hơn. Bởi lao động trong các ngành khác có thể gắn bó với nghề trọn đời, trong khi lao động trong ngành may thường chỉ có khả năng làm việc trong khoảng thời gian 5 đến 7 năm trước khi bị doanh nghiệp sa thải hoặc tự thôi việc do không đáp ứng được yêu cầu tiêu chuẩn kỹ thuật đối với sản phẩm.

Theo cách tiếp cận chuỗi giá trị, các doanh nghiệp dệt may có những đặc trưng sau:

Một doanh nghiệp, "người mua", chi phối chuỗi sản xuất và do đó quyết định phân bổ lợi nhuận trong chuỗi giá trị.

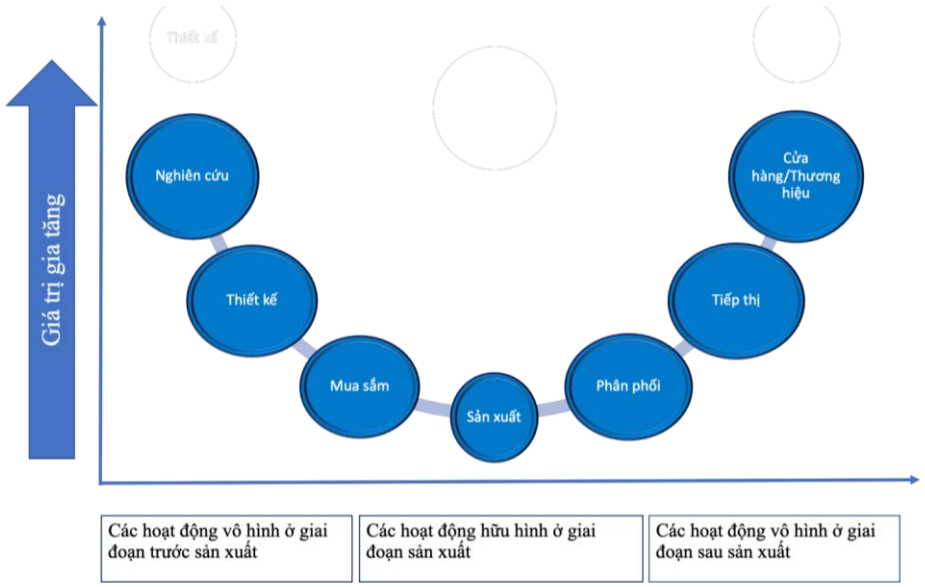
Tổ chức sản xuất ngành dệt may là ví dụ điển hình cho chuỗi giá trị toàn cầu do người mua chi phối. Chuỗi giá trị dệt may toàn cầu, theo Garry Gereffi, Olga Mededovic (2003), hình thành trên cơ sở giá trị tạo ra bởi 5 công đoạn, bao gồm: (1) Công đoạn cung cấp nguyên liệu thô (gồm sợi tự nhiên và nhân tạo); (2) Công đoạn sản xuất các sản phẩm đầu vào (sợi, vải); (3) Công đoạn sản xuất (cắt, may do các công ty may đảm nhận, bao gồm cả các nhà thầu phụ trong nước và nước ngoài; (4) Công đoạn xuất khẩu (được đảm trách bởi các trung gian thương mại); (5) Công đoạn tiếp thị và phân phối [74].

Mỗi công đoạn của chuỗi giá trị dệt may toàn cầu được tổ chức sản xuất ở những vị trí địa lý khác nhau dựa trên lợi thế so sánh của các vị trí đó, vốn bị chi phối bởi kỹ năng và điều kiện của lao động, công nghệ, quy mô và loại hình doanh nghiệp. Đây cũng là những yếu tố ảnh hưởng tới sức mạnh thị trường và sự phân phối lợi nhuận giữa các doanh nghiệp trong từng công đoạn của chuỗi.

Trong đó, các nhà bán lẻ, các nhà bán buôn, các nhà kinh doanh có tên tuổi đóng vai trò then chốt ngay cả khi không sở hữu bất cứ nhà máy sản xuất nào. Vai trò của các chủ thể này là tổ chức chuỗi cung ứng toàn cầu ngành dệt may và vì thế, họ có quyền nắm giữ phần lớn giá trị, lợi nhuận tạo ra bởi chuỗi. Các chủ thể này có chức năng, nhiệm vụ tìm hiểu và xây dựng nhu cầu tiêu dùng cuối cùng, thiết kế sản phẩm và thiết lập mạng lưới các kênh phân phối sản phẩm hiệu quả. Các nguồn lực sản xuất của các chủ thể này phần nhiều phân bổ cho các hoạt động như R&D, tiếp thị và khuyến mại, và phân phối để phát triển các sản phẩm mới và đảm bảo sản phẩm được chấp nhận bởi thị trường. Đây là các khâu quyết định lợi nhuận của toàn chuỗi.

Các doanh nghiệp trực tiếp tham gia vào các công đoạn sản xuất vật chất thường tạo ra phần giá trị gia tăng nhỏ hơn so với doanh nghiệp tham gia vào các công đoạn sản xuất phi vật chất.

Giá trị không được tạo ra đồng đều giữa các mắt xích trong chuỗi giá trị toàn cầu ngành dệt may, điều này đã được khái quát hoá bằng mô hình đường cong nụ cười.



Hình 2.2: Đường cong nụ cười của chuỗi giá trị dệt may

Nguồn: [116]

Đường cong nụ cười cho biết, lên trên cao là những công đoạn có giá trị gia tăng cao và càng xuống thấp, giá trị gia tăng được tạo ra càng thấp hơn. Trong 5 công đoạn tạo ra giá trị của sản phẩm ngành dệt may, giá trị gia tăng tập trung nhiều nhất ở "mắt xích" Thiết kế và "mắt xích" tiếp thị, phân phối sản phẩm đến người tiêu dùng. Ngược lại, các "mắt xích" sản xuất nguyên phụ liệu, may hay xuất khẩu có giá trị gia tăng thấp hơn [74].

Đối với các nhà hoạch định chính sách và các doanh nghiệp của các nền kinh tế đang phát triển hay chuyển đổi, đường cong nụ cười hàm ý các doanh nghiệp cần theo đuổi chiến lược nâng cấp lên những công đoạn có giá trị gia tăng cao hơn trong chuỗi giá trị ngành dệt may được tổ chức bởi "người mua", nếu muốn tiếp tục phát triển và cạnh tranh trong hội nhập.

2.1.3. Các tiêu chí và chỉ tiêu đánh giá sự phát triển doanh nghiệp dệt may

Đánh giá sự phát triển doanh nghiệp trong nền kinh tế dựa trên các tiêu chí phản ánh sự thay đổi về mặt lượng, cũng như sự thay đổi về mặt chất. Trong hội nhập kinh tế quốc tế, sự phát triển của doanh nghiệp liên quan đến sự thay đổi vị thế trong chuỗi giá trị toàn cầu của doanh nghiệp đó – đó là sự thay đổi vị thế trong một chuỗi giá trị (di chuyển trên một đường cong nụ cười) hoặc thay đổi sự tham gia vào chuỗi giá trị (tham gia vào chuỗi giá trị khác, có giá trị gia tăng cao hơn). Về cơ bản, việc

thay đổi đó liên quan đến sự thay đổi năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp và các chỉ tiêu tài chính là những chỉ tiêu phù hợp để vừa phản ánh sự thay đổi về chất của doanh nghiệp (trong phạm vi ngành kinh tế), vừa góp phần phản ánh sự thay đổi về chất trong hội nhập (khi doanh nghiệp tham gia chuỗi giá trị toàn cầu, hoặc dẫn dắt chuỗi).

2.1.3.1. Các chỉ tiêu phản ánh sự phát triển về mặt lượng

Số doanh nghiệp hoạt động trong nền kinh tế:

Số lượng doanh nghiệp là thước đo sự phát triển của nền kinh tế, thường được tính bằng số doanh nghiệp trên 1000 dân để có thể so sánh sự phát triển giữa các quốc gia. Chỉ tiêu có giá trị càng cao càng phản ánh trình độ phát triển cao của nền kinh tế.

Ngoài ra, có thể đo bằng số lượng doanh nghiệp tại một thời điểm trong năm (thường là cuối năm) để đánh giá sự phát triển theo thời gian. Sự biến động (tăng/giảm) của số lượng doanh nghiệp hoạt động trong nền kinh tế, phản ánh mức độ ổn định và năng lực sản xuất ra của cải vật chất của nền kinh tế.

Đối với một ngành kinh tế, tăng số doanh nghiệp phản ánh tính chất cạnh tranh của ngành và sự cải thiện phúc lợi xã hội khi ngành chuyển từ vị thế độc quyền/tập quyền sang vị thế cạnh tranh hoàn hảo. Hệ quả của quá trình đó là (a) giá cả có xu hướng giảm tương đối, và (b) những doanh nghiệp kém hiệu quả phải rút khỏi thị trường.

2.1.3.2. Các chỉ tiêu đánh giá cơ cấu phát triển.

Sự thay đổi về số lượng và quy mô của doanh nghiệp sẽ dẫn tới sự thay đổi về cơ cấu doanh nghiệp. Các chỉ tiêu đo lường cơ cấu doanh nghiệp, vừa phản ánh những thay đổi về lượng, vừa phản ánh những thay đổi về chất.

Đối với các nền kinh tế đang phát triển và chuyển đổi trong bối cảnh hội nhập, sự phát triển của doanh nghiệp trong nước được đánh giá qua các chỉ tiêu sau:

Cơ cấu doanh nghiệp theo hình thức sở hữu

Trong giai đoạn mới phát triển, các doanh nghiệp FDI thường đóng vai trò quan trọng, làm động lực tăng trưởng trên cơ sở bổ sung vốn đầu tư và tăng kim ngạch xuất khẩu. Tuy nhiên, ở những giai đoạn sau, sự phát triển của các doanh nghiệp tư nhân trong nước là cần thiết để gia tăng mức độ hưởng lợi cho nền kinh tế. Thiếu vắng các doanh nghiệp tư nhân trong nước tham gia vào ngành, giá trị gia tăng tạo ra sẽ được các doanh nghiệp FDI chuyển về nước và đối với nền kinh tế đang phát triển và chuyển đổi, GDP cao nhưng GNP lại thấp. Các doanh nghiệp sở hữu nhà nước vẫn có

những vai trò nhất định, trong việc tạo động lực cho doanh nghiệp tư nhân trong nước phát triển, nhất là khi các doanh nghiệp FDI có lợi thế cạnh tranh nhờ lợi thế đi trước. Tuy nhiên, hiệu quả của nền kinh tế sẽ tốt hơn khi các doanh nghiệp nhà nước, sau khi hoàn thành vai trò động lực thúc đẩy tư nhân tham gia, rút khỏi thị trường.

Cơ cấu doanh nghiệp theo quy mô

Là chỉ tiêu hỗ trợ cho chỉ tiêu đánh giá sự phát triển về số lượng doanh nghiệp. Có chỉ tiêu về cơ cấu doanh nghiệp theo quy mô vốn và cơ cấu doanh nghiệp theo quy mô lao động.

Tuỳ vào từng trình độ phát triển, mỗi quốc gia sẽ quy định các ngưỡng phân biệt giữa doanh nghiệp quy mô nhỏ và siêu nhỏ, quy mô vừa và quy mô lớn. Do đó, một doanh nghiệp có thể là lớn đối với một nền kinh tế nhưng là nhỏ đối với một nền kinh tế khác, và một doanh nghiệp có thể thuộc nhóm quy mô lớn trong quá khứ nhưng thuộc nhóm vừa hoặc nhỏ trong hiện tại. Các ngưỡng phân loại doanh nghiệp của Việt Nam đã được điều chỉnh bởi Nghị định 56/2009/NĐ-CP thay thế cho Nghị định 90/2001/NĐ-CP và mới đây là Luật Hỗ trợ doanh nghiệp nhỏ và vừa (Luật số 04/2017/QH14 ngày 12/6/2017).

Đối với nhiều ngành sản xuất, sự phát triển của công nghệ dẫn tới quá trình phân tách thành các công đoạn sản xuất, và bên cạnh ngành sản xuất chính, sẽ có các ngành sản xuất phụ trợ. Cơ cấu doanh nghiệp vì thế có thể phản ánh tốt vấn đề hợp tác, liên kết giữa các doanh nghiệp theo quy mô. Các nghiên cứu đi trước cho thấy, sự hợp tác, liên kết thuận lợi khi cơ cấu doanh nghiệp có dạng hình thang hoặc tam giác cân, với đáy là các doanh nghiệp quy mô siêu nhỏ và nhỏ, và đỉnh là các doanh nghiệp quy mô lớn. Sự phát triển doanh nghiệp không đồng đều, khi nhóm doanh nghiệp có quy mô vừa nhỏ hơn, hoặc nhóm doanh nghiệp quy mô lớn lớn hơn sẽ dẫn tới tính cạnh tranh của thị trường thấp hoặc tính liên kết yếu và do đó, năng lực cạnh tranh giảm xuống.

Cơ cấu doanh nghiệp theo vùng địa lý

Đối với một số lĩnh vực kinh tế, đặc điểm kinh tế kỹ thuật, công nghệ sản xuất có tính kinh tế không đổi theo quy mô (constant return to scale), trong đó có các doanh nghiệp may. Các nghiên cứu lý thuyết D. Storey (1991), của Itoh và cộng sự (1991)... cho thấy, các doanh nghiệp vẫn có thể duy trì lợi thế cạnh tranh thông qua việc tập trung sản xuất trong một khu vực địa lý [89].

Bên cạnh lợi thế của vùng địa lý giúp cắt giảm chi phí lưu thông, chi phí tiếp cận các nguồn lực vốn và lao động, việc tập trung doanh nghiệp còn là nền tảng cho các hoạt động nghiên cứu và phát triển, đổi mới công nghệ và lan toả tri thức trong ngành. Thực tiễn phát triển của thế giới cho thấy, cá nhân các doanh nghiệp có quy mô siêu nhỏ, nhỏ và vừa không đủ nguồn lực để tự thực hiện các hoạt động R&D. Nhưng khi số lượng doanh nghiệp tại một khu vực địa lý đủ lớn, nhu cầu đổi mới của các doanh nghiệp sẽ được đáp ứng trên cơ sở hình thành các phòng thí nghiệm, các cơ sở nghiên cứu tư nhân.

Ở trình độ phát triển thấp, sự thay đổi cơ cấu doanh nghiệp theo vùng chỉ đo bằng tỷ lệ phần trăm số doanh nghiệp theo vùng địa lý. Tuy nhiên, khi đạt đến trình độ phát triển cao hơn, việc đo lường trình độ phát triển của doanh nghiệp sẽ được phản ánh chính xác hơn thông qua các chỉ số tổng hợp như chỉ số Herfindahl-Hirschman (HHI) để đánh giá mức độ tập trung doanh nghiệp theo vùng.

Cơ cấu doanh nghiệp theo trình độ công nghệ

Do các đặc trưng kinh tế kỹ thuật, cơ cấu doanh nghiệp theo trình độ công nghệ có thể được phản ánh qua các chỉ tiêu về thế hệ công nghệ, về loại công nghệ (thủ công, bán tự động, tự động ...) được sử dụng.

Nối với các nền kinh tế đang phát triển và chuyển đổi, việc chuyển đổi từ công nghệ vận hành thủ công sang công nghệ bán tự động (như máy may đạp vận hành bằng chân sang máy may chạy điện) cũng là một phương thức cải thiện năng suất, hiệu quả kinh tế - kỹ thuật.

Tuy nhiên, trong bối cảnh các công nghệ mới – sản phẩm của CMCN 4.0 – ra đời, việc ứng dụng các thế hệ công nghệ mới có vai trò quan trọng hơn, quyết định không chỉ năng suất, chất lượng mà còn cả cách thức tổ chức sản xuất.

Cơ cấu doanh nghiệp theo trình độ công nghệ, vì thế giúp nắm bắt được thực trạng công nghệ của doanh nghiệp dệt may và do đó góp phần đánh giá được các vấn đề phát triển, năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp trong tương lai.

Cơ cấu doanh nghiệp theo thời gian tham gia ngành (số năm kinh nghiệm)

Lý thuyết doanh nghiệp đã chỉ rõ, các doanh nghiệp có kinh nghiệm sản xuất kinh doanh thường có lợi thế hơn so với các doanh nghiệp bắt đầu sản xuất kinh doanh, nhất là trong những ngành công nghiệp chế biến chế tạo có đặc trưng chi phí giảm trên cơ sở học thông qua hành (learning by doing), trong đó có ngành dệt may.

Tương tự như ảnh hưởng của việc giảm chi phí cố định trên một đơn vị sản phẩm nhờ tăng quy mô sản xuất, một doanh nghiệp có thể cắt giảm chi phí nhờ nâng cao quá trình học thông qua hành. Hoàn thiện kỹ năng, tay nghề như đáp ứng quy định về số mũi chỉ trên 1 cm chiều dài ... đối với người lao động chỉ có thể có được thông qua quá trình thực hành. Vì vậy, với các doanh nghiệp hoạt động trong một thời gian dài và có sự gắn bó của người lao động với doanh nghiệp, lợi thế về năng suất, chất lượng sản phẩm sẽ luôn lớn hơn các doanh nghiệp mới gia nhập ngành.

Bên cạnh đó, các doanh nghiệp hoạt động lâu năm hơn thường tạo ra nhiều việc làm có chất lượng hơn so với các doanh nghiệp mới bước vào ngành. Bên cạnh đó, các doanh nghiệp này cũng thường đóng bảo hiểm, thuế thu nhập doanh nghiệp và các khoản nghĩa vụ khác cho nhà nước, trong khi các doanh nghiệp mới thường sẽ không có đóng góp này, trong nững năm đầu tiên – nhất là khi chính phủ có chính sách ưu đãi thuế... Thâm niên, kỹ năng... là những yếu tố góp phần giúp người lao động có thu nhập cao hơn. Vì vậy, chỉ tiêu cơ cấu doanh nghiệp theo thời gian hoạt động có ý nghĩa phản ánh sự phát triển của doanh nghiệp ở các nền kinh tế đang phát triển và chuyển đổi.

2.1.3.3. ***Tiêu chí đánh giá mặt chất của sự phát triển doanh nghiệp***

Đánh giá mặt chất của sự phát triển doanh nghiệp có thể dựa vào nhiều cách tiếp cận khác nhau, thông qua cách tiếp cận hàm sản xuất với các mô hình kinh tế lượng để ước tính TFP, TE, quy mô sản xuất tối ưu... và/hoặc theo cách tiếp cận tài chính doanh nghiệp. Trong nghiên cứu này, chất lượng của sự phát triển được đo lường, phản ánh qua các chỉ tiêu tài chính.

Theo cách tiếp cận này, hệ thống các chỉ tiêu tài chính (lý thuyết tài chính doanh nghiệp) giúp đo lường hiệu quả, năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp. Các chỉ tiêu cơ bản nhất, thường được sử dụng bao gồm: chỉ tiêu ROA, ROE, ROS, hiệu suất sử dụng lao động. Trong một số trường hợp đánh giá sự phát triển của doanh nghiệp, các chỉ tiêu tài chính có thể là lựa chọn thay thế tốt hơn, nhất là trong trường hợp không có số liệu thống kê đầy đủ.

Hiệu suất sử dụng lao động

Hiệu suất sử dụng lao động được đo bằng

$$L_{Eff} = \frac{Doanh\ thu\ bình\ quân\ một\ lao\ động}{Thu\ nhập\ bình\ quân\ một\ lao\ động}$$

Với giả định các yếu tố đầu vào khác của sản xuất kinh doanh là giống nhau, chỉ số này càng cao nghĩa là doanh thu mang về từ một đơn vị chi phí cho lao động càng cao, chứng tỏ hiệu quả sử dụng lao động của doanh nghiệp càng tốt. Hiệu suất sử dụng lao động phản ánh tốt hơn năng suất lao động trong trường hợp của các nền kinh tế kém phát triển, bởi năng suất lao động không được thống kê theo thời gian. Năng suất lao động (tính bằng thu nhập bình quân lao động) cao trên thực tế, nhất là ở ngành may mặc, là do lao động phải làm thêm giờ, tăng ca.

Tỷ suất sinh lời trên vốn chủ sở hữu (ROE)

Chỉ tiêu này được đo bằng (lợi nhuận sau thuế)/(vốn chủ sở hữu). Chỉ số này cho biết cứ 1 đồng vốn chủ sở hữu tạo ra được bao nhiêu đồng lợi nhuận. ROE có thể tính theo quý hoặc theo năm.

$$ROE = \frac{Lợi\ nhuận\ sau\ thuế}{Vốn\ chủ\ sở\ hữu}$$

Chỉ tiêu ROE phụ thuộc vào thời vụ kinh doanh. Ngoài ra, nó còn phụ thuộc vào quy mô và mức độ rủi ro của ngành. Bên cạnh việc theo dõi thay đổi của chỉ tiêu ROE theo thời gian, việc so sánh với chỉ tiêu ROE của ngành ở cùng một thời điểm sẽ góp phần đánh giá chính xác hơn chất lượng của doanh nghiệp.

Ngưỡng đánh giá:

Một doanh nghiệp được coi là có triển vọng phá triển khi đạt chỉ số ROE tối thiểu là 15%. Những doanh nghiệp duy trì ROE ở mức trên 20%/năm trong 3 năm liên tiếp thường là các doanh nghiệp có xu hướng tăng trưởng và phát triển mạnh mẽ.

Trường hợp chỉ tiêu ROE của doanh nghiệp chỉ tăng ấn tượng trong một năm gần nhất trong khi tăng giảm thất thường trong quá khứ, doanh thu các năm khác tăng giảm thất thường thì khả năng là hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp chưa ổn định. Đây là điểm mà cách tiếp cận hàm sản xuất khó đánh giá được.

Trường hợp chỉ tiêu ROE của doanh nghiệp tăng đều và ổn định qua các năm, doanh nghiệp đó có kết quả hoạt động kinh doanh tốt và khai thác hiệu quả vốn chủ sở hữu. Điều này cũng tương đương với việc chỉ số hiệu quả kỹ thuật ở mức cao, hay doanh nghiệp hoạt động trên đường giới hạn năng lực sản xuất.

Một ưu điểm của chỉ tiêu này là việc so sánh nó với lãi suất cho vay của ngân hàng. Khi một doanh nghiệp có chỉ tiêu ROE nhỏ hơn hoặc bằng lãi vay ngân hàng, doanh nghiệp đó đang có các khoản vay ngân hàng bằng hoặc cao hơn vốn cổ đông. Điều quan trọng là lợi nhuận doanh nghiệp kiếm được từ thị trường chỉ dùng để trả lãi

vay ngân hàng. Còn khi doanh nghiệp có chỉ tiêu ROE lớn hơn lãi vay ngân hàng, lợi nhuận thu được đảm bảo cho doanh nghiệp năng lực chi trả các khoản vay ngân hàng của doanh nghiệp.

Tuy nhiên, những doanh nghiệp có chỉ tiêu ROE cao hơn nhiều so với lãi xuất ngân hàng cũng phản ánh thực tế hiệu quả khai thác lợi thế cạnh tranh của doanh nghiệp đang có vấn đề trong việc sử dụng đòn bẩy tài chính, tiếp cận vốn vay, và cơ hội tăng ROE trong tương lai có thể gặp thách thức.

Tỷ suất lợi nhuận trên tài sản (ROA)

Chỉ tiêu này được đo lường bằng công thức:

$$ROA = \frac{Lợi\ nhuận\ sau\ thuế}{Tổng\ tài\ sản}$$

Chỉ tiêu ROA phản hiệu quả hoạt động sản xuất kinh doanh mà không quan tâm đến cấu trúc tài chính của doanh nghiệp. Tài sản của doanh nghiệp được hình thành từ vốn chủ sở hữu và vốn vay ngân hàng. Chỉ tiêu ROA cho biết khả năng/năng lực chuyển vốn đầu tư thành lợi nhuận doanh nghiệp.

Chỉ tiêu ROA càng cao tức là khả năng sử dụng tài sản của doanh nghiệp càng hiệu quả, doanh nghiệp đang kiếm được nhiều tiền hơn trên số vốn đầu tư ít hơn. Theo tiêu chuẩn quốc tế, chỉ tiêu ROA cần đạt mức tối thiểu là 7,5%.

Việc đánh giá thực trạng phát triển của doanh nghiệp khi dựa vào chỉ số ROA, thường phải sử dụng ít nhất ba năm quan sát. Những doanh nghiệp duy trì được chỉ tiêu ROA => 10%/năm từ 3 năm liên tục trở lên là doanh nghiệp tốt, có tình hình tài chính ổn định.

Thông qua việc kết hợp hai chỉ tiêu ROE, ROA, có thể dễ dàng đánh giá được thực trạng tình hình sử dụng đòn bẩy tài chính của doanh nghiệp. Đòn bẩy tài chính đo bằng tỷ số ROE/ROA.

*2.1.3.4. **Chỉ tiêu đánh giá sự phát triển trong chuỗi giá trị toàn cầu***

Để hưởng lợi từ hội nhập kinh tế quốc tế, các doanh nghiệp của một nền kinh tế cần tham gia phân công lao động quốc tế. Hình thức phổ biến đối với ngành dệt may là chuỗi sản xuất toàn cầu (global production chain), và lợi ích của nó được phản ảnh qua chuỗi giá trị toàn cầu (global value chain). Tương ứng với việc tham gia vào một công đoạn (đường cong nụ cười), lượng giá trị gia tăng nó tạo ra được doanh nghiệp điều hành chuỗi (MNCs) quyết định/phân bổ.

Đánh giá sự phát triển của doanh nghiệp dệt may trong chuỗi giá trị toàn cầu là

phức tạp, bởi các doanh nghiệp không chỉ tham gia vào một chuỗi, ở một công đoạn cụ thể trong mọi chuỗi. Trong cùng một thời điểm, một doanh nghiệp có thể tham gia vào nhiều chuỗi giá trị và ở các công đoạn có giá trị gia tăng khác nhau (Hộp 2.1).

Hộp 2.1: Khó xác định vị trí của doanh nghiệp dệt may do thực tế doanh nghiệp tham gia nhiều chuỗi giá trị toàn cầu

*Theo Ông Bùi Văn Tiến, Tổng giám độc công ty cổ phần may Việt Tiến***,** rất khó để xác định chính xác giá trị gia tăng mà doanh nghiệp được hưởng đối với từng sản phẩm may mặc khi tham gia vào chuỗi sản xuất toàn cầu. Bản thân một doanh nghiệp tại một thời điểm tham gia nhiều chuỗi sản xuất khác nhau. Hiện tại, công ty Việt Tiến đang thực hiện nhiều hợp đồng may mặc theo các hình thức CMT, FOB, và tham gia thiết kế mẫu mốt cho người mua – MNCs chi phối chuỗi giá trị dệt may. Mỗi một chuỗi sản phẩm như chuỗi sản xuất áo sơ mi, áo polo, áo vest… mà doanh nghiệp tham gia sẽ mang lại cho doanh nghiệp giá trị gia tăng khác nhau.

Nhìn về hình thức, Việt Tiến đã tham gia công đoạn thiết kế - khâu có giá trị gia tăng cao nhất trong chuỗi giá trị toàn cầu. Tuy nhiên, bản chất vẫn là hoạt động mang tính gia công. Bởi người mua sau khi nhận được bản thiết kế của doanh nghiệp, lại tiếp tục có những khâu điều điều chỉnh cho phù hợp với xu hướng mốt của thế giới...

Vì vậy, khó có thể xác định vị trí cụ thể của doanh nghiệp trong chuỗi giá trị dệt may toàn cầu.

(Nguồn: Phỏng vấn của NCS tại doanh nghiệp Việt Tiến năm 2017)

Để đánh giá sự phát triển của doanh nghiệp dệt may của một nước trong phân công lao động quốc tế, các chỉ tiêu tổng hợp bao gồm:

Thị phần tương đối

$$RPI_{ijt} = \left[\frac{X_{ijt} / \sum_i X_{ijt}}{\sum_j X_{ijt} / \sum_j \sum_i X_{ijt}} \right]$$

Chỉ tiêu này được sử dụng bởi Goto (2012), Meghna Jain và Fang Han (2012), Kenta Goto và Tamaki Endo (2013), nhằm đánh giá sự phát triển của các doanh

nghiệp dệt may của một quốc gia, với tư cách tổng thể trong hội nhập. Tử số - kim ngạch xuất khẩu của ngành *i* trong tổng kim ngạch xuất khẩu của nền kinh tế *j* tại thời điểm *t* - phản ánh vai trò ngành *i* trong hội nhập kinh tế quốc tế của nền kinh tế j tại thời điểm t. Mẫu số phản ánh vai trò của ngành i trong tổng kim ngạch xuất khẩu ngành *i* của thế giới tại thời điểm t.

Nếu chỉ tiêu RPI_{ijt} lớn hơn 1, vai trò của ngành *i* của quốc gia *j* đó là quan trọng đối với thế giới. Chỉ tiêu RPI_{ijt} càng lớn hơn 1, mức độ ảnh hưởng/tầm quan trọng càng cao.

Khác với cách đo trực tiếp thị phần (tổng kim ngạch xuất khẩu ngành i của quốc gia j trong tổng kim ngạch xuất khẩu ngành i của toàn thế giới), chỉ tiêu thị phần tương đối là chỉ tiêu động, phản ánh vai trò của ngành i trong tiến trình phát triển của nền kinh tế j đối với thế giới, đặt trong bối cảnh nền kinh tế đó và nền kinh tế thế giới đang diễn ra quá trình chuyển dịch cơ cấu kinh tế.

Tuy nhiên, hạn chế của chỉ tiêu này, cũng như các chỉ tiêu dưới là không tách bạch được kết quả đóng góp do các doanh nghiệp FDI tạo ra. Để khắc phục hạn chế, chỉ tiêu này cần được sử dụng kết hợp với chỉ tiêu cơ cấu doanh nghiệp theo sở hữu và các chỉ tiêu khác để làm rõ hơn mức độ hưởng lợi của một nền kinh tế.

Tỷ lệ xuất nhập khẩu tương đối

$$REIR_{ijt} = \left[\frac{X_{ijt} / M_{ijt}}{\sum_j X_{ijt} / \sum_j M_{ijt}} \right]$$

Tử số của chỉ tiêu này cho biết, kim ngạch xuất khẩu của một ngành trong tương quan với kim ngạch nhập khẩu của ngành đó đặt trong tổng thể tình hình xuất nhập khẩu của thế giới. Mẫu số phản ánh ngưỡng trùng bình của thế giới đối với việc sản xuất ra sản phẩm i và nếu chỉ tiêu này lớn hơn 1, tức là nền kinh tế đạt giá trị xuất khẩu nhiều hơn so với việc nhập khẩu sản phẩm đó ra thế giới.

Cũng giống như chỉ tiêu tài chính đối với một doanh nghiệp, chỉ số này cần được theo dõi theo thời gian. Nếu một nền kinh tế duy trì chỉ số này lớn hơn 1 theo thời gian và có xu hướng tăng lên, điều đó hàm ý các doanh nghiệp trong nền kinh tế đó tạo ra nhiều giá trị gia tăng hơn và duy trì lợi thế của ngành đó trên thị trường thế giới. Ngược lại nếu tỷ lệ này giảm đi theo thời gian và thậm chí thấp hơn 1, điều đó có nghĩa nền các doanh nghiệp trong nền kinh tế phải nhập khẩu một lượng nhiều hơn các

hàng hoá trong ngành so với việc xuất khẩu, và vị thế cạnh tranh của các doanh nghiệp của ngành đó trên thị trường thế giới có xu hướng suy giảm.

Đối với các nhà hoạch định chính sách, chỉ số này cung cấp thông tin về việc có nên tiếp tục khuyến khích các doanh nghiệp đầu tư vào ngành kinh tế đó hay nên khuyến khích doanh nghiệp rút khỏi ngành, chuyển sang các ngành kinh tế khác có cơ hội phát triển cao hơn, tức là ảnh hưởng đến chính sách phân bổ nguồn lực vào các ngành kinh tế có tiềm năng phát triển và nâng cao hiệu quả sử dụng nguồn lực.

Giá trị đơn vị tổng hợp

Đo lường sự thay đổi về giá trị gia tăng trực diện khó thực hiện, do bản thân các số liệu thống kê sẵn có của doanh nghiệp không phản ánh chi tiết giá trị gia tăng theo từng sản phẩm, và bản thân doanh nghiệp có thể tham gia nhiều chuỗi sản xuất khác nhau (Hộp 2.1).

Các nghiên cứu của Laibman, D. (2001), Gehlhar, M. J., & Pick, D. H. (2002), Goto (2012) đã sử dụng chỉ tiêu *Giá trị đơn vị tổng hợp* (AUV) [94], [75], [82].

$$AUV = \sum \theta_{i,t} \times p_{i,t} \quad (3)$$

Sản phẩm xuất khẩu của một quốc gia/nền kinh tế đến nhiều thị trường khác nhau, và *giá trị đơn vị tổng hợp* được tính trên cơ sở tổng các tích của thị phần từng sản phẩm ($\theta_{i,t}$) tại thị trường nhập khẩu và giá trị nhập khẩu đơn vị ($p_{i,t}$) tại thị trường nhập khẩu tương ứng. Thị phần từng sản phẩm xuất khẩu của các doanh nghiệp dệt may của một nền kinh tế/quốc gia trên tổng sản phẩm xuất khẩu của thế giới được tính theo sản lượng, không tính theo giá trị. Sự thay đổi của giá trị đơn vị tổng hợp của kỳ nghiên cứu so với kỳ gốc được thể hiện ở công thức số 4 như sau:

$$\Delta AUV = \sum \{\theta_{i,t} \times p_{i,t} - \theta_{i,0} \times p_{i,0}\} \quad (4)$$

Trong đó, t là kỳ nghiên cứu và 0 là kỳ gốc. Sử dụng phương pháp phân rã, công thức (4) có thể được viết lại thành công thức (5) như sau:

$$\Delta AUV = \sum \left[\left(\frac{\theta_{i,t} + \theta_{i,0}}{2}\right) \times (p_{i,t} - p_{i,0})\right] + \sum \left[(\theta_{i,t} - \theta_{i,0}) \times \left(\frac{p_{i,t} + p_{i,0}}{2}\right)\right] \quad (5)$$

Vế phải của phương trình (5) bao gồm hai số hạng. Số hạng thứ nhất phản ánh sự thay đổi của giá trị đơn vị xuất khẩu tổng hợp do sự thay đổi của giá trị nhập khẩu đơn vị ($p_{i,t} - p_{i,o}$).

Số hạng thứ nhất có giá trị dương (lớn hơn 0) trong nhiều tình huống. Cụ thể, khi (a) tổng những sản phẩm mới xuất khẩu tại kỳ nghiên nghiên cứu (giá trị nhập khẩu ở kỳ gốc = 0) lớn hơn tổng những sản phẩm từng xuất khẩu trong kỳ gốc nhưng không còn xuất khẩu ở kỳ nghiên cứu; và (b) giá sản phẩm xuất khẩu kỳ nghiên cứu cao hơn so với kỳ gốc.

Tình huống (a) phản ánh kết quả "*nâng cấp sản phẩm*", chuyển từ những chủng loại (categories) sản phẩm có giá trị thấp hơn (như sơ mi) sang những dòng sản phẩm có giá trị cao hơn (như áo vét) ... ; và với thực trạng tỷ trọng nhập khẩu so với xuất khẩu giảm xuống, giá trị gia tăng được tạo ra bởi các doanh nghiệp dệt may trong nước chắc chắn cao hơn nhờ việc nâng cấp lên những dòng sản phẩm mới.

Tình huống (b) phản ánh sự gia tăng do những đóng góp của việc tăng giá bán của sản phẩm tại thị trường nhập khẩu hàng hoá đó. Tăng giá bán tại thị trường nhập khẩu, trong khi tỷ trọng của hàng hoá nhập khẩu so với xuất khẩu giảm phản ánh sự thay đổi của tăng lên của giá trị gia tăng được tạo ra bởi các doanh nghiệp của nền kinh tế xuất khẩu. Thành phần thứ hai trong vế phải của phương trình (5) phản ánh sự thay đổi của giá trị đơn vị sản phẩm xuất khẩu tổng hợp do trên sự thay đổi của thị phần của sản phẩm.

2.2. Cách mạng công nghiệp 4.0 và các yếu tố ảnh hưởng đến phát triển doanh nghiệp trong bối cảnh cách mạng công nghiệp 4.0

2.2.1. CMCN 4.0 và tác động đến ngành dệt may.

Theo Klaus Schwab, CMCN 4.0 là một thuật ngữ bao gồm một loạt các công nghệ tự động hóa hiện đại, trao đổi dữ liệu và chế tạo. Cuộc CMCN 4.0 được định nghĩa là "*một cụm thuật ngữ cho các công nghệ và khái niệm của tổ chức trong chuỗi giá trị đi cùng với các hệ thống vật lý trong không gian ảo, Internet vạn vật (IoT) và Internet của các dịch vụ (IoS)*"[2].

CMCN 4.0 diễn ra từ khoảng những năm 2000 trên cơ sở ứng dụng hạ tầng CNTT và truyền thông. Thành tựu lớn nhất của CMCN 4.0 là ứng dụng trí tuệ nhân tạo, công nghệ sinh học, và dựa trên nền tảng CNTT và truyền thông, xóa nhòa ranh giới giữa các lĩnh vực vật lý, số hóa và sinh học.

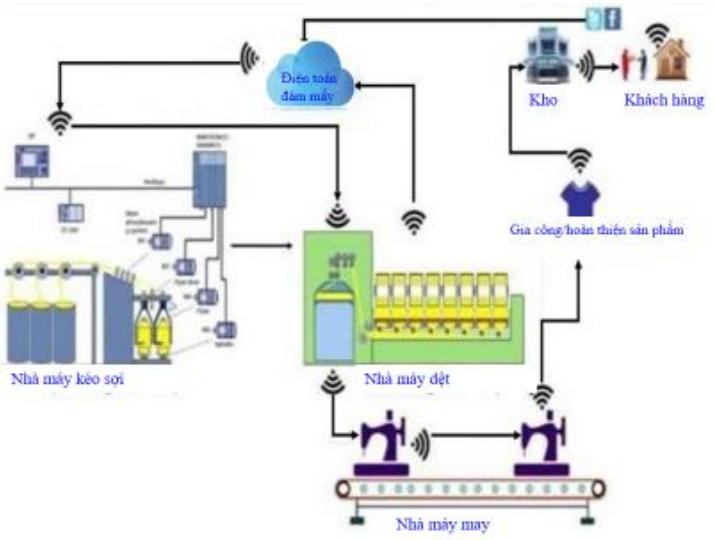
Bản chất của CMCN 4.0 là dựa trên nền tảng công nghệ số và tích hợp tất cả các công nghệ thông minh để tối ưu hóa quy trình, phương thức sản xuất; các công nghệ nền

[2] Cục thông tin KH&CN Quốc gia (2017): Tổng luận Cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ 4

tảng như big data, điện toán đám mây, internet vạn vật, công nghệ in 3D, công nghệ sinh học, công nghệ vật liệu mới, robot… đang và sẽ làm thay đổi nền sản xuất thế giới.

Những thành tựu của CMCN 4.0 đã và đang được ứng dụng vào các ngành kinh tế, trong đó có ngành dệt may. Đó là việc ứng dụng công nghệ in 3D, công nghệ nano trong ngành dệt, công nghệ nhuộm sử dụng hơi nước, thay cho nước, công nghệ may đo cho cá nhân dựa trên nền tảng máy ảnh 3D và internet... Ứng dụng thành tựu công nghệ của CMCN 4.0 không chỉ cải thiện năng suất, chất lượng của doanh nghiệp trong các ngành công nghiệp. Đối với ngành dệt may, đó là sự thay đổi phương thức sản xuất, quy mô doanh nghiệp và cơ chế phục vụ khách hàng.

Dưới tác động của CMCN 4.0, các công đoạn của chuỗi sản xuất toàn cầu, bao gồm cả công đoạn hậu cần trở nên linh hoạt hơn, hiệu quả hơn .



Hình 2.3: Hình: Tích hợp trong các quá trình của chuỗi giá trị sản phẩm dệt may và IoT

Nguồn: [119]

Ứng dụng thành tựu của CMCN 4.0, các nhà máy/doanh nghiệp trở nên thông minh hơn. Quy mô doanh nghiệp có thể không đổi, nhưng các hoạt động sản xuất vốn độc lập dưới tác động của các cuộc CMCN trước đó có thể lại được tích hợp trong một doanh nghiệp, bao gồm cả hoạt động hậu cần (logistic). Việc kết nối các công đoạn của quá trình sản xuất, quản lý kho nguyên liệu và thành phẩm, quản lý quá trình phân phối, bán hàng, quản lý quá trình thanh toán đơn hàng... tạo ra dòng hệ thống nguyên liệu tối ưu từ nhà cung cấp đến tay người tiêu dùng. Doanh nghiệp có thể tối ưu hóa chi phí cho công tác vận hành chuỗi cung

ứng mà vẫn có thể đáp ứng được các yêu cầu của khách hàng một cách tốt nhất, với chi phí tăng lên một cách hợp lý và được chấp nhận.

Đối với chuỗi giá trị dệt may, cuộc CMCN 4.0 có thể tác động vào từng khâu, từ khâu thiết kế đến khâu marketing giới thiệu sản phẩm đến tay người tiêu dùng, cụ thể:

Trong khâu thiết kế, các số đo cơ thể người được thu thập bằng cách sử dụng máy quét 3D. Ưu điểm của phương pháp này là người tiêu dùng ở bất cứ nơi nào trên thế giới không cần trực tiếp đến nơi sản xuất để lấy mẫu. Với các số liệu đo đạc được, hệ thống máy tính có thể phân chia cơ thể người thành 25 cỡ khác nhau với chỉ khoảng 1000 quan sát nhằm cá nhân hóa số đo để tạo ra sản phẩm cho mỗi cá nhân người tiêu dùng... Công nghệ này cho phép các phần mềm thiết kế tạo ra sản phẩm dựa trên một quy trình thiết kế với con người ảo có các số đo tương đương người thực, và sản phẩm được cá nhân hoá đến từng người dùng [15].

Nhiều phần mềm thiết kế thời trang 3D như phần mềm 3D VSTITCHER, 3D TUKA3D; 3D Dress; Fashion CAD... đã được ứng dụng cho phép thiết kế những bộ trang phục phức tạp một cách dễ dàng, tiết kiệm nguyên vật liệu và thời gian trong công đoạn dựng mẫu.

Trong khâu sản xuất sợi: Các công đoạn sản xuất sợi từ đổ sợi, vận chuyển cho đến đánh ống sợi được ứng dụng công nghệ tự động hóa. Sử dụng robot giúp doanh nghiệp duy trì sản xuất liên tục 24/24, giảm lao động đứng máy, tránh được các quy định, chi phí độc hại liên quan đến sức khoẻ người lao động. Theo đánh giá của các chuyên gia, so với một thập kỷ trước, trung bình một doanh nghiệp sợi có thể cắt giảm từ 70 đến 85 lao động, và chỉ cần tuyển dụng 25-35 lao động để vận hành nhà máy có quy mô tương tự nhưng ứng dụng các công nghệ của CMCN 4.0.

Công nghệ mới cho phép sử dụng sợi compact, sợi siro hay các sản phẩm có nguồn gốc tự nhiên, thân thiện với môi trường như xơ gỗ sồi, bắp, tre... thay thế bông tự nhiên, thân thiện với môi trường làm nguyên liệu đầu vào của ngành dệt.

Trong khâu dệt vải, công nghệ dệt kim 3D ra đời, cho phép dệt trực tiếp ra sản phẩm cuối cùng bằng cách nhập các số đo của người tiêu dùng vào máy tính và sử dụng phần mềm điều khiển máy dệt 3D. Ứng dụng công nghệ dệt kim 3D cho phép doanh nghiệp bỏ qua khâu may.

Trong công nghệ dệt thoi, hệ thống Internet vạn vật (IoT) kết hợp với công nghệ nhận dạng bằng tần số vô tuyến (RFID) cho phép vận hành các ống sợi tự động

vào các máy dệt một cách chính xác để sản xuất vải. Ứng dụng công nghệ mới cho phép doanh nghiệp tiết kiệm thời gian, tăng năng suất lao động và giảm chi phí sản xuất. Công nghệ 4.0 đã tạo ra sự liên kết chặt chẽ giữa các máy dệt và đã tạo ra sự thay đổi lớn trong công tác quản lý nhà máy dệt.

Trong khâu nhuộm, hoàn tất, các công nghệ là sản phẩm của CMCN 4.0 như robot, công nghệ nhuộm có tính sinh thái như nhuộm khô, nhuộm UV, nhuộm vi sóng bắt đầu được ứng dụng rộng rãi, góp phần giảm thiểu tác động tiêu cực đối với môi trường. Trong ngành nhuộm, công nghệ ứng dụng xử lý dữ liệu lớn (big data) đem lại sự thay đổi căn bản về quá trình xây dựng công thức màu và kiểm soát quá trình nhuộm. Tỷ lệ sản phẩm nhuộm chính xác màu sắc ngay từ lần đầu tiên 95%-99%. Các phần mềm quản lý mộc, quản lý hóa chất, hệ thống cân chất lỏng tự động... cũng được các doanh nghiệp ứng dụng để nâng cao chất lượng sản phẩm.

Trong khâu may: Robot đã được ứng ứng vào quá trình sản xuất ra các sản phẩm cơ bản như áo T-Shirt, áo sơ mi cơ bản, quần âu, quần jean giúp nâng cao chất lượng và đặc biệt là nâng cao năng suất lao động, giảm giá thành sản phẩm.

Đối với các sản phẩm thời trang nhưng được chế tạo bằng vật liệu có thể kết dính như plastic hay sợi polyester... quá trình sản xuất sản phẩm được thực hiện trên máy in 3D, vừa cho năng suất cao, vừa cắt giảm chi phí nhân công và giảm giá thành sản phẩm.

Đặc biệt, CMCN 4.0 cho phép doanh nghiệp đổi mới cả quy trình quản lý bằng cách sử dụng các phần mềm chuyên dụng. Ví dụ phần mềm quản lý nguồn lực doanh nghiệp (ERP) cho phép quản lý toàn bộ nguồn lực chủ yếu của doanh nghiệp từ đầu vào đến khi xuất hàng; Phần mềm quản lý vòng đời sản phẩm (PLM) truy cập và quản lý thông tin sản phẩm một cách an toàn, duy trì tính toàn vẹn thông tin trong suốt vòng đời sản phẩm; xây dựng, quản lý và chia sẻ quy trình kinh doanh dựa trên dữ liệu sản phẩm. Phần mềm quản lý vòng đời sản phẩm được đánh giá là phương tiện liên kết các bộ phận và cho phép tạo nên sự giao tiếp rõ ràng, hiệu quả giữa nhiều bên trong sản xuất kinh doanh.

Trong khâu marketing, CMCN 4.0 góp phần thúc đẩy việc phát triển thương mại điện tử trong lĩnh vực dệt may theo hướng đa dạng dịch vụ từ kết nối, tư vấn, phân tích chiến lược, phân tích và đánh giá khách hàng, thanh toán... đây sẽ là xu hướng phát triển chủ đạo trong tương lai và sẽ dần thay thế hoạt động thương mại có tính

truyền thống như thông qua trao đổi trực tiếp, hội chợ hay hoạt động xúc tiến thương mại trực tiếp.

Như vậy, các công nghệ là sản phẩm của CMCN 4.0 đã và đang tác động đến từng khâu trong chuỗi giá trị toàn cầu, thay đổi phương thức sản xuất, cách thức tương tác với khách hàng của các doanh nghiệp dệt may. Trong bối cảnh đó, các doanh nghiệp dệt may Việt Nam sẽ phải điều chỉnh chiến lược phát triển, ứng dụng các công nghệ mới để duy trì sự tồn tại và cạnh tranh với các doanh nghiệp dệt may thế giới.

2.2.2. Những yếu tố ảnh hưởng đến sự phát triển của doanh nghiệp dệt may trong bối cảnh CMCN 4.0

2.2.2.1. Những yếu tố bên trong doanh nghiệp

Thứ nhất, Nguồn nhân lực (số lượng và chất lượng)

Nguồn nhân lực là yếu tố quyết định đến sự phát triển của doanh nghiệp, bao gồm nhân lực quản trị có kỹ năng và năng lực của lực lượng lao động trong doanh nghiệp. Các nhà quản trị doanh nghiệp có năng lực và có khả năng triển khai các kế hoạch kinh doanh là yếu tố quyết định sự thành công hay thất bại trong các hoạt động sáng tạo của doanh nghiệp. Trong khi đó, các lao động có kỹ năng là cơ sở để doanh nghiệp thúc đẩy quá trình cải thiện năng suất lao động.

Trong bối cảnh CMCN 4.0, yêu cầu vận hành máy móc, thiết bị hiện đại, làm chủ bí quyết công nghệ của máy móc thiết bị mới, đòi hỏi lao động kỹ thuật của doanh nghiệp phải có các kỹ năng phù hợp, nhất là các tri thức liên quan đến internet và công nghệ cao. Quá trình học thông qua hành [72] có thể kéo dài hoặc rút ngắn, với sự khác biệt về kỹ năng, trình độ của đội ngũ lao động kỹ giữa các doanh nghiệp trong cùng một ngành. Những doanh nghiệp có đội ngũ lao động kỹ thuật tốt nghiệp trường đào tạo nghề, cao đẳng kỹ thuật, cũng như có quá trình tích luỹ tri thức, xuất phát từ những kinh nghiệm nâng cấp công nghệ trong quá khứ sẽ dễ dàng làm chủ máy móc thiết bị mới hơn so với các doanh nghiệp chưa có kinh nghiệm nâng cấp công nghệ.

Thứ hai, nguồn lực tài chính (vốn bằng tiền)

Trong bất cứ bối cảnh nào, nguồn lực tài chính vẫn luôn là yếu tố quan trọng đối với sự phát triển của mỗi doanh nghiệp. Trong lĩnh vực dệt may, vốn đầu tư quyết định năng lực đổi mới, nâng cấp công nghệ của doanh nghiệp, đồng thời đảm bảo năng lực để doanh nghiệp phát triển nguồn nhân lực phù hợp với chiến lược ứng dụng công nghệ mới, tham gia và nâng cấp trong chuỗi giá trị dệt may toàn cầu.

Một trong những đặc thù của ngành dệt may là các công nghệ sản xuất phụ thuộc vào yêu cầu về chất lượng sản phẩm được thiết kế theo mẫu mốt. Trong khi các ngành sản xuất khác, công nghệ được hình thành, phát triển và sau đó các nhà doanh nghiệp tìm cách thương mại hoá các sản phẩm được làm ra bởi công nghệ đó thì ngành dệt may diễn ra theo hướng ngược lại. Sản phẩm mẫu (thời trang) được thiết kế trước, trên cơ sở đó, công nghệ để tại ra các nguyên phụ liệu phục vụ việc tạo ra sản phẩm được đặt hàng. Vốn, vì thế là quan trọng, để đầu tư cho R&D và cải tiến các công nghệ nhằm đáp ứng được yêu cầu chất lượng của các sản phẩm mới. Đặc biệt, trong bối cảnh CN 4.0 công nghệ thay đổi liên tục, vòng đời công nghệ được rút ngắn. Vì vậy, Doanh nghiệp cần có tiềm lực tài chính mạnh để có thể tiếp cận với các công nghệ mới, nâng cao được năng lực cạnh tranh.

Thứ ba, nguồn vốn vật chất (công nghệ, máy móc thiết bị)

Nguồn vốn vật chất (công nghệ, máy móc thiết bị) là nguồn lực chịu ảnh hưởng trực tiếp từ các cuộc CMCN. Tiến bộ khoa học công nghệ có tác động mạnh mẽ tính năng và công suất của các công nghệ, máy móc thiết bị. Bởi vậy, năng cạnh tranh của doanh nghiệp, cơ hội tham gia vào chuỗi giá trị toàn cầu hay tự tổ chức chuỗi giá trị toàn cầu phụ thuộc việc ứng dụng các công nghệ tiên tiến.

Trong bối cảnh CMCN 4.0, khoảng cách thời gian giữa các thế hệ công nghệ mới sẽ rút ngắn. Đồng thời, các tính năng mới được bổ sung nhờ các thành tựu của CMCN 4.0 làm thay đổi các mắt xích của chuỗi giá trị dệt may toàn cầu. Những đặc điểm, ảnh hưởng nói trên buộc các doanh nghiệp phải xây dựng lại chiến lược huy động và sử dụng hiệu quả nguồn lực vật chất này, kết hợp với chiến lược phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao để hình thành nên các tài sản chiến lược của doanh nghiệp.

2.2.2.2. Các yếu tố bên ngoài doanh nghiệp

Thứ nhất, sự phát triển của cụm liên kết ngành và mạng sản xuất

Để duy trì lợi thế so sánh hiện có hoặc tạo ra lợi thế so sánh mới cho ngành dệt may, kích hoạt tính kinh tế gia tăng theo quy mô (increasing return to scale) dựa trên nền tảng tập trung và liên kết doanh nghiệp là yếu tố quan trọng. Sự phát triển của các cụm liên kết ngành là hình thức cao hơn trong quá trình liên kết phát triển.

Cụm liên kết ngành là nền tảng cho việc tập hợp các doanh nghiệp trong một ngành, tập trung sản xuất nguyên vật liệu thô, cho đến kéo sợi, dệt vải, nhuộm và cắt

may... trong phạm vi một khu vực địa lý. Đây là cơ sở để hình thành các trung tâm nghiên cứu liên quan đến lĩnh vực dệt may, khi số lượng các doanh nghiệp đủ lớn.

Sự phát triển của các cụm liên kết ngành thường dẫn tới sự phát triển của ngành công nghiệp hỗ trợ (CNHT). Các doanh nghiệp, chủ yếu là DNNVV, trong hoạt động ngành CNHT sẽ có cơ hội tiếp cận với nguồn vốn đầu tư, thị trường đầu tư và dây chuyền công nghệ hiện đại, liên kết với các doanh nghiệp FDI và tham gia vào mạng lưới sản xuất toàn cầu.

Để các cụm liên kết ngành phát triển và tác động tích cực đối với sự phát triển của doanh nghiệp dệt may, nhiều nhà nghiên cứu, trong đó có Verma, (2002), Timothy, Biesebroeck, & Gereffi, (2008), cho rằng chính phủ cần có những chính sách tạo môi trường kinh doanh thuận lợi, ưu tiên cho việc phát triển kết cấu hạ tầng, nhất là hạ tầng giao thông kết nối các "khu vực sản xuất đó" [112], [110].

Thứ hai, chất lượng của hạ tầng cơ sở

Cơ sở hạ tầng đóng vai trò quan trọng trong việc tạo ra lợi thế cạnh tranh quốc gia nhằm tạo ra sự kết nối giữa các quốc gia trong khu vực và kết nối khu vực với thị trường toàn cầu. Đặc biệt trong bối cảnh CMCN 4.0, để nâng cao năng lực cạnh tranh cho doanh nghiệp, bên cạnh các yếu tố bên trong doanh nghiệp thì chất lượng của hạ tầng cơ sở như, như hạ tầng viễn thông, hạ tầng giao thông, hạ tầng điện, nước, hạ tầng xử lý chất thải càng đóng vai trò quan trọng.

Chất lượng kết cấu hạ tầng giao thông là yếu tố quan trọng nhất ảnh hưởng đến sự phát triển của các doanh nghiệp nói chung và doanh nghiệp dệt may nói riêng. Kết cấu hạ tầng giao thông có chất lượng (kết nối tốt và thời gian ngắn) là điều kiện để doanh nghiệp tiết kiệm chi phí vận chuyển. Do chất lượng kết cấu hạ tầng giao thông không đồng đều giữa các khu vực địa lý nên các doanh nghiệp có xu hướng tập trung ở những địa điểm sản xuất có hạ tầng giao thông thuận lợi, chất lượng tốt hơn.

Chất lượng kết cấu hạ tầng có ảnh hưởng trực tiếp đến sự phát triển ngành logistics, và gián tiếp giúp ngành dệt may nói riêng và các ngành công nghiệp chế biến chế tạo tiết kiệm chi phí.

Trong hội nhập kinh tế quốc tế và CMCN 4.0, hai loại hạ tầng giao thông quan trọng đối với doanh nghiệp dệt may là hạ tầng giao thông (đường thuỷ và đường không) và hạ tầng viễn thông.

Đa số các sản phẩm may mặc, vận tải đường biển là phương thức vận tải chủ yếu đối, vì sự tiết kiệm chi phí. Tuy nhiên, với những hàng giá trị cao, vận tải đường không lại là phương thức vận tải được ưu tiên sử dụng. Chính vì vậy, sự phát triển của hai loại kết cấu hạ tầng giao thông đường thuỷ và đường không, bên cạnh hạ tầng giao thông đường bộ, có ý nghĩa quan trọng.

Hạ tầng viễn thông là rất quan trong trong việc thúc đẩy các doanh nghiệp có thể tiếp cận và ứng dụng công nghệ 4.0. Tất cả các hoạt động sản xuất dệt may có xu hướng được số hóa trong giai đoạn tới, vận hành nhà máy thông qua Iot, điện toán đám mây,… đặt ra yêu cầu về sự ổn định và phát triển của Internet.

Thứ ba, chính sách của nhà nước

Vai trò của nhà nước đặc biệt quan trọng trong việc tạo môi trường kinh doanh lành mạnh cho các doanh nghiệp thông qua việc ban hành các chính sách điều tiết thị trường, phân bổ nguồn lực dệt, may, các chính sách hỗ trợ… Chính vì vậy có tác động mạnh mẽ đến sự phát triển của doanh nghiệp dệt may.

Thứ tư, chiến lược của "người mua" trong chuỗi giá trị toàn cầu

Trong quá trình phát triển kinh tế và hội nhập, nhiều doanh nghiệp của các nền kinh tế đang phát triển đã nỗ lực tìm cách được gia nhập các chuỗi giá trị ngành dệt may, do "người mua" là các doanh nghiệp nước ngoài, các công ty đa quốc gia dẫn dắt.

Tuy nhiên, việc tham gia vào chuỗi giá trị dệt may (bao gồm cả việc gia nhập mới và việc nâng cấp trong chuỗi lên các công đoạn có giá trị gia tăng (GTGT cao hơn hay nâng cấp lên các chuỗi có GTGT cao hơn) không chỉ phụ thuộc vào nỗ lực nâng cao năng lực của bản thân các doanh nghiệp của các nước đang phát triển mà còn phụ thuộc vào chiến lược phát triển của "người mua", tức là các doanh nghiệp chi phối chuỗi giá trị dệt may.

Việc thay đổi chiến lược, bổ sung hoặc loại bỏ nhóm doanh nghiệp của một khu vực, một nền kinh tế nào đó đang ở trong chuỗi phụ thuộc vào chiến lược kinh doanh của "người mua". Do đó, nhiều nghiên cứu cho rằng, cần có những nỗ lực cấp quốc gia đối với các nền kinh tế đang phát triển để ảnh hưởng đến chiến lược kinh doanh của "người mua" là các doanh nghiệp đa quốc gia.

Trong bối cảnh CMCN 4.0 sẽ làm thay đổi cách thức vận hành chuỗi toàn cầu dựa trên các công nghệ tiên tiến vì vậy doanh nghiệp đa quốc gia sẽ thay đổi chiến lược kinh doanh.

Vì vậy, bên cạnh việc thụ động tham gia chuỗi giá trị của thế giới, vấn đề tự thiết kế, tổ chức phát triển chuỗi trên cơ sở phát triển các doanh nghiệp nội địa trong nước có vai trò quan trọng hơn.

Việc tác động, thay đổi chiến lược kinh doanh, thu hút MNCs với tư cách là người mua đặt địa điểm sản xuất mới ở một quốc gia sẽ tạo cơ hội cho nhiều doanh nghiệp của quốc gia đó tham gia chuỗi giá trị toàn cầu.

2.3. Kinh nghiệm phát triển doanh nghiệp dệt may và bài học cho Việt Nam

2.3.1. Kinh nghiệm của Ấn Độ

Ngành dệt may là ngành công nghiệp lâu đời và có vai trò quan trọng trong nền kinh tế Ấn Độ. Theo thống kê của Quỹ Thương hiệu Ấn Độ (IBEF), ngành dệt may đóng góp hơn 14% trong giá trị sản xuất công nghiệp, 4% trong tổng sản phẩm quốc nội (GDP) và chiếm 15% tổng kim ngạch xuất khẩu, tạo việc làm trực tiếp cho 51 triệu lao động và gián tiếp cho 68 triệu lao động trong năm 2015-2016 [104]. Hiện nay, Ấn Độ là nước sản xuất đay lớn nhất thế giới, thứ hai về sợi bông, sợi Cellulo, lụa, thứ ba là bông, thứ tư về sợi tổng hợp.

Ngành dệt may Ấn Độ cực kỳ đa dạng từ các ngành kéo sợi và dệt sợi thủ công cho đến các nhà máy dệt hiện đại với số vốn đầu tư lớn, có thể chia làm 2 nhóm chính. Nhóm đầu tiên bao gồm các ngành nghề dệt tay, thủ công và nuôi tằm hoạt động với quy mô nhỏ, đồng thời sử dụng các công cụ và phương pháp truyền thống. Nhóm thứ 2 bao gồm ngành nghề quay sợi, sản xuất hàng may mặc sử dụng máy móc và kỹ thuật hiện đại. Trong đó, nhóm dệt máy và dệt kim hiện chiếm tỉ trọng lớn nhất. Việc sở hữu mối liên kết chặt chẽ giữa nông nghiệp với truyền thống và văn hoá dệt may lâu đời đã khiến ngành dệt may nước này trở nên khác biệt so với các quốc gia khác. Bên cạnh đó, Ấn Độ có khả năng sản xuất nhiều mặt hàng sản phẩm phù hợp với các phân khúc thị trường khác nhau ở cả trong và ngoài nước.

Trong những thập kỷ qua, ngành công nghiệp đồ may mặc sẵn ở Ấn Độ đã được biết đến trên toàn thế giới với chi phí lao động thấp, lao động có tay nghề cao và khả năng xử lý đơn đặt hàng với số lượng lớn; khả năng xử lý những đơn hàng lớn đã tạo ra các giá trị cốt lõi cho thị trường bán buôn các sản

phẩm đồ may mặc sẵn. Vì vậy, có một số lượng ngày càng tăng của các thương hiệu thời trang quốc tế nổi tiếng, chẳng hạn như Zara, H&M và Gap, đang sản xuất hoặc nhập khẩu sản phẩm may mặc sẵn từ Ấn Độ. Nhu cầu đối với sản phẩm may mặc sẵn từ các nhà sản xuất hàng đầu của Ấn Độ cũng tăng trưởng nhanh trên thị trường toàn cầu. Đến nay, một số thị trường lớn nơi các sản phẩm may mặc sẵn của Ấn Độ đang có nhu cầu cao là Anh, Đức, Ý, Bangladesh, Pháp, Thổ Nhĩ Kỳ và Tây Ban Nha. Ngoài nhu cầu từ các thị trường quốc tế, thời trang cao cấp của Ấn Độ cũng đã trải qua những thay đổi nhanh chóng trong những năm qua, thúc đẩy ngành công nghiệp này phát triển.

Ngành dệt may Ấn độ được dự báo sẽ tăng trưởng với tốc độ cao hơn trong thời gian tới do có những lợi thế như sau:

Thứ nhất, Ấn độ có dân số trẻ nhất thế giới và đang trong độ tuổi lao động. Bên cạnh đó, quá trình đô thị hóa làm gia tăng dân số đô thị sẽ làm tăng nhu cầu tiêu dùng hàng may mặc

Thứ hai, thu nhập bình quân đầu người của Ấn Độ ngày càng tăng cao từ 749$ năm 2005 lên 1,723 $ năm 2016. Sự gia tăng thu nhập được coi là một trong những động lực tăng trưởng kinh tế và kích thích tiêu dùng, đầu tư nhiều hơn cho thời trang cũng tạo điều kiện phát triển ngành may mặc

Thứ ba, Ấn Độ trở thành một thị trường hấp dẫn cho các thương hiệu quốc tế lớn như H&M, Zara, Aeropostale… Sự hiện diện của các thương hiệu này sẽ làm tăng sức tiêu thụ của các hàng may mặc.

Trong bối cảnh CMCN 4.0, ngành dệt may Ấn Độ có những chiến lược phát triển như sau:

Một, tiêu chuẩn hóa quy trình sản xuất: Áp dụng quy trình sản xuất Lean nhằm loại bỏ những những công đoạn thừa làm tăng hiệu quả sản xuất, tối ưu hóa nguồn lực và nâng cao chất lượng sản phẩm.

Hai, rút ngắn thời gian sản xuất: Rút ngắn thời gian là xu hướng thay đổi toàn bộ cấu trúc chuỗi giá trị dệt may toàn cầu. Thiết kế, giám sát quá trình sản xuất được dựa trên nền tảng kỹ thuật số để loại bỏ những sai sót, giúp tiết kiệm chi phí và thời gian.

Ba, tập trung vào R&D: Để có thể ứng dụng các công nghệ của CMCN 4.0, Chính phủ Ấn Độ khuyến khích các doanh nghiệp dệt may tập trung vào R&D và thông tin thị trường để có thể cung cấp các sản phẩm thích hợp

Bốn, đào tạo nguồn nhân lực chất lượng cao: Lực lượng lao động cần được nâng cấp kỹ năng để có thể vận hành được công nghệ tiên tiến. Bên cạnh các kỹ năng chuyên môn các kỹ năng về quản lý thời gian, làm việc nhóm cũng rất quan trọng, gián tiếp ảnh hưởng đến hiệu quả và năng suất lao động

Năm, cách tiếp cận thân thiện môi trường: Ngay từ khâu sản xuất sợi (nông nghiệp) hoặc sợi (tổng hợp hóa học) để sản xuất hàng may mặc, ngành công nghiệp dệt may tiêu thụ một lượng lớn tài nguyên. Để phát triển bền vững, cần xây dựng một hệ thống quản lý môi trường. Hệ thống này là một tập hợp các thủ tục, quy định cho phép một tổ chức giảm tác động đến môi trường. Tiếp đến là sử dụng các công nghệ mới, tiêu thụ ít năng lượng hoặc sử dụng năng lượng tái tạo.

Để đạt được những mục tiêu phát triển bền vững, Chính phủ Ấn Độ đã không ngừng đưa ra những chương trình, chính sách để thúc đẩy sự phát triển của ngành dệt may như sau:

Thứ nhất, đầu tư về hạ tầng cơ sở.

- Chính phủ đã thực hiện "Chương trình cho các khu liên hợp dệt" với tổng vốn đầu tư cho cơ sở hạ tầng là 920 triệu USD. Trong khuôn khổ chương trình này, đã phê duyệt 40 dự án khu liên hợp dệt.
- Về hạ tầng thông tin, Bộ dệt may đã ký kết Biên bản ghi nhớ thỏa thuận với 20 công ty thương mại điện tử với mục tiêu cung cấp sàn giao dịch chung cho các thợ dệt và thợ thủ công tại các cụm dệt và thủ công khác nhau có thể trực tiếp quảng bá, cung cấp sản phẩm của mình đến tay người tiêu dùng.
- Để tăng cường năng lực tiếp cận những thành tựu của cuộc CMCN 4.0, Chính phủ Ấn Độ đã hợp tác với khu vực tư nhân thực hiện chương trình e-identity , qua đó vân tay của công dân được số hóa, không những phục vụ các công việc quản lý công dân và cung cấp các dịch vụ hành chính mà còn được áp dụng cho các giao dịch, ngân hàng, thuế và các dịch vụ liên quan đến bảo hiểm

xã hội. Các chính sách về thuế (như đảm bảo khấu trừ VAT nếu các doanh nghiệp đóng thuế qua hệ thống e-tax gắn với e-identity và unipay) gắn với chính sách hỗ trợ của nhà nước về đóng bảo hiểm xã hội thông qua sử dụng một hệ thống e-identity, v.v… đã góp phần gia tăng nhanh chóng số doanh nghiệp thuộc khu vực chính thức (được xác định bằng có mã số thuế/đóng thuế, có hợp đồng lao động và có đóng bảo hiểm xã hội cho lao động), giúp tạo sân chơi bình đẳng: cạnh tranh về hiệu quả (không về trốn thuế), gia tăng diện bao phủ của bảo hiểm xã hội và qua đó khả năng chống chịu (resilience) của nên kinh tế/xã hội [53].

- ***Thứ hai, ưu đãi cho các doanh nghiệp xuất khẩu***

1. Chính phủ đã quyết định giảm 4% thuế VAT cho toàn bộ ngành dệt. Như vậy, thuế của máy dệt giảm từ 14% xuống còn 10%, sản phẩm dệt không phải sản phẩm bông giảm từ 8% xuống 4%. Thuế VAT 4% với sản phẩm bông và thuế nhập khẩu 5% với naphta cũng được bãi bỏ [55].

2. Ấn Độ đã thực hiện chương trình tín dụng cho các doanh nghiệp vừa và nhỏ được ưu đãi vay vốn 50% cho các hợp đồng xuất khẩu từ 111.000 USD đến 222.000 USD. Đồng thời, thực hiện dành quỹ bảo hiểm xuất khẩu lên tới 78 triệu USD cho các doanh nghiệp có hợp đồng xuất khẩu vào các thị trường mới khó khăn như thị trường châu Phi, Mỹ Latinh...

3. Chính phủ trung ương cũng như các bang tại Ấn Độ tìm cách khuyến khích thu hút đầu tư nước ngoài vào ngành dệt may, cho phép công ty 100% vốn nước ngoài đầu tư vào ngành dệt may hoạt động theo cơ chế tự động [55].

4. Khuyến khích các doanh nghiệp dệt may trong nước đa dạng hóa sản phẩm xuất khẩu và khai thác các thị trường mới thông qua chính sách miễn thuế cho việc xuất khẩu các sản phẩm mới và xuất khẩu sang các thị trường mới, trong đó có 16 nước Mỹ Latinh và 10 nước châu Á – châu Đại Dương.

Thứ ba, chú trọng đến đào tạo lao động có chất lượng: Chính phủ Ấn Độ đã thông qua một chương trình phát triển kỹ năng mới có tên "đề án nâng cao năng lực cho ngành dệt với kinh phí khoảng 202 triệu USD giai đoạn 2017-2020.

2.3.2. Kinh nghiệm của Trung Quốc

Trung Quốc là quốc gia có nền sản xuất và xuất khẩu dệt may lớn nhất trên thế giới. Sự phát triển của ngành dệt may có thể chia thành 3 giai đoạn: Giai đoạn 1: Giai đoạn trước cải cách (1949-1978): Ngành dệt may có công nghệ sản xuất lạc hậu và thiếu sự đầu tư do trọng tâm chính sách của chính phủ là phát triển công nghiệp nặng.

Giai đoạn 2: Giai đoạn chuyển tiếp (1978-2000): Đây được coi là kỷ nguyên tăng trưởng vàng của ngành dệt may nhờ những cải cách kinh tế năm 1978. Sản xuất hàng may mặc bắt đầu phát triển với tốc độ tăng trưởng bình quân 14%/năm giai đoạn này. Đến cuối năm 2000, dệt may Trung Quốc đã chiếm 1/5 thị phần toàn cầu. Sự cạnh tranh toàn cầu đã khuyến khích hình thành các thương hiệu trong nước và xây dựng hệ thống sản xuất kinh doanh hoàn chỉnh.

Giai đoạn 3 (2000-2013): Giai đoạn nâng cấp.Việc tham gia vào các chuỗi giá trị dệt may toàn cầu, kể từ khi gia nhập WTO đã giúp các doanh nghiệp Trung Quốc mở rộng sản xuất, tuy nhiên các doanh nghiệp này cũng phải đối mặt với các thách thức mới để duy trì sự phát triển dài hạn. Ngành dệt may Trung Quốc đã thực hiện chiến lược nâng cấp ngành lên khâu có giá trị gia tăng cao hơn trong chuỗi giá trị dệt may toàn cầu. Trung Quốc đã thành công trong việc nâng cấp chức năng, chuyển từ phương thức sản xuất gia công (CMT) lên tự chủ nguyên phụ liệu (OEM) sang sản xuất theo thiết kế riêng (ODM) và sản xuất theo thương hiệu riêng (OBM). Những lợi thế cạnh tranh chính trong sản xuất như chi phí, năng lực sản xuất và số lượng sẽ được chuyển đổi trong những lợi thế như thiết kế, thương hiệu, marketing, R&D.

Giai đoạn này, Trung Quốc tập trung xây dựng hệ thống phát triển các thương hiệu của chính họ. Kết hợp với lợi thế về thị trường tiêu thụ nội địa khổng lồ, nhiều doanh nghiệp dệt may Trung Quốc chiếm giữ thị phần lớn trong nước hợp tác với các hãng thời trang nổi tiếng hàng đầu trên thế giới theo hình thức hợp tác chủ yếu là sản xuất theo thương hiệu. Hai hình thức hợp tác được diễn ra song song xây dựng một vài thương hiệu mới dưới tên tuổi của hãng thời

trang Trung Quốc, đồng thời phát triển dưới dạng đại lý bán hàng cho các hãng đó với các tên tuổi nhãn hiệu nổi tiếng sẵn có.

Để đạt được những thành công đó phải kể đến sự ủng hộ của chính phủ về mặt thể chế. Các công cụ chính sách đưa ra chủ yếu tập trung vào việc nâng cấp công nghệ tạo điều kiện cho các doanh nghiệp nâng cấp lên những công đoạn có giá trị gia tăng cao hơn trong chuỗi giá trị dệt may toàn cầu [98].

Kể từ sau năm 2013: Ngành dệt may Trung Quốc lại bước vào giai đoạn chuyển đổi và tăng cường nâng cấp. Chi phí lao động tăng cao khiến Trung Quốc bị cạnh tranh mạnh mẽ từ các nền kinh tế Đông Nam Á và Trung Á, trong khí đó so với các nước phát triển trình độ công nghệ để sản xuất các sản phẩm xuất khẩu còn thấp. Do đó, một chiến lược mới đã được đề ra "nhằm cải thiện chất lượng sản phẩm "made in china", tạo ra thương hiệu riêng, xây dựng năng lực vững mạnh bằng cách nghiên cứu, phát triển công nghệ tiên tiến, sản xuất nguyên liệu mới, các cấu phần quan trọng của sản phẩm" để biến nền kinh tế nước này từ " công xưởng của thế giới" trở thành một "thế lực công nghệ [96].

Theo Zhen Chen, Mingjie Xing (2015), công nghệ 4.0 sẽ là giải pháp thúc đẩy nâng cấp công nghệ để thực hiện sản xuất thông minh và linh hoạt. Công nghệ tự động hóa trong kéo sợi, dệt là rất cần thiết để nâng cấp ngành dệt may. Dệt 4.0 sẽ là một chuỗi quá trình sản xuất độc lập và tất cả những người tham gia quá trình sản xuất hợp tác sản xuất theo một cách mới.Trong quá trình chuyển đổi này, đổi mới công nghệ và nhân sự là chia khóa thành công [118].

Trong bối cảnh CMCN 4.0, Trung Quốc đã có những bước chuẩn bị cho việc sãn sàng tiếp cận với những thành tựu của cuộc cách mạng này, Trung Quốc đã khẳng định vị thế của mình là cường quốc hàng đầu trên thế giới về kinh tế số và thương mại điện tử, đây được coi là một bệ phóng quan trọng trong việc thể hiện sự sẵn sàng về năng lực công nghệ, thị trường và thể chế để triển khai chiến lược "Made in China 2025" (MIC 2025), hướng tới phát triển toàn diện CN 4.0.

Những chính sách nổi bật mà Trung Quốc tập trung để hướng tới phát triển các ngành công nghiệp, trong đó có ngành dệt may trước bối cảnh CMCN 4.0 như sau:

Thứ nhất, phát triển kinh tế số đặt biệt trên lĩnh vực thương mại điện tử, Internet và robot. Hiệu quả nổi bật nhất của chính sách phát triển kinh tế số của Trung Quốc có lẽ là việc đã tạo ra được một không gian đủ rộng lớn cho các doanh nghiệp công nghệ số của nước này khởi nghiệp, cạnh tranh và phát triển. Quyết định bảo hộ thị trường công nghệ số đã tạo cho doanh nghiệp trong nước của Trung Quốc vị thế độc quyền trước các đối thủ cạnh tranh nước ngoài. Lợi thế này lại được nhân lên khi quy mô dân số khổng lồ của thị trường nội địa giúp các doanh nghiệp nhanh chóng đạt được lợi thế kinh tế nhờ quy mô. Cụ thể, đến năm 2016, Trung Quốc có 731 triệu người dùng internet, nhiều hơn số lượng người dùng của cả EU và Mỹ cộng lại; đáng kể hơn nữa, sốthuê bao điện thoại di động của Trung Quốc đạt 95% (695 triệu) số người dùng internet, cao hơn tỷ lệ của EU 79% (342 triệu) và Mỹ 91% (262 triệu) (CIEM, 2018). Ba doanh nghiệp mũi nhọn cho sự phát triển nền kinh tế số đó là: Baidu – công cụ tìm kiếm (giống Google); Alibaba – bán lẻ trực tuyến (giống Amazon); Tencent – mạng xã hội (giống Twitter hay Facebook) [118].

Như vậy, bằng cách tạo lập thị trường riêng của mình song song với thị trường thế giới ở bên ngoài. Trung Quốc đã thành công trong việc tối đa hóa lợi thế về quy mô thị trường đội địa, cho các doanh nghiệp Trung Quốc tham gia tích cực vào chuỗi giá trị trong nước và toàn cầu. Với sự phát triển của thương mại điện tử, dịch vụ thanh toán online các sản phẩm dệt may có thể tiếp cận nhanh chóng đến tay người tiêu dùng cũng như nắm bắt nhu cầu, thị hiếu của khách hàng.

Thứ hai, đầu tư cho R&D

Các doanh nghiệp Trung Quốc hiện nay là những nhà đầu tư R&D cho công nghệ số hàng đầu thế giới. Vốn đầu tư cho R&D được dành cho: nghiên cứu đổi mới công nghệ trong công ty và đầu tư tài chính mạo hiểm cho các start-up công nghệ. Có hai điểm đáng chú ý: (i) các ngân hàng thương mại nhà nước đóng vai trò quan trọng trong việc cấp vốn trực tiếp cho hoạt động R&D dưới dạng tín dụng, hoặc thông qua các quỹ có quy mô lớn từ 3-21 tỷ USD; (ii) thị

trường tài chính công nghệ, tức là các giải pháp công nghệ mới cho thị trường tài chính (fintech) cũng rất phát triển [60].

Thứ ba, phát triển nguồn nhân lực có kỹ năng và trình độ công nghệ để đáp ứng CN 4.0. Để có thể thay đổi phương thức sản xuất của ngành dệt may, hình thành các hệ thống nhà máy thông minh, sử dụng robot… thì nguồn nhân lực có đủ trình độ là một yêu cầu tất yếu. Năm 2015, Bộ Giáo dục đã chỉ dẫn các trường dạy nghề trong việc xây dựng chương trình đào tạo các nội dung CN4.0. Đến năm 2016, đã có 300 trường dạy nghề có chương trình đào tạo riêng về lĩnh vực robot, phần lớn đều có sự hợp tác với các doanh nghiệp công nghệ lớn trong lĩnh vực này; ngoài ra, theo kế hoạch 10 cụm đào tạo nghề lớn và 90 trường dạy nghề sẽ được thành lập trong vòng 3 năm [83].

Bên cạnh việc đào tạo nghề, các doanh nghiệp Trung Quốc cũng có nhiều chiến lược để thu hút nguồn nhân lực đã được đào tạo và có kinh nghiệm làm việc ở những tập đoàn nước ngoài, các du học sinh bằng các chế độ đãi ngộ và các điều kiện làm việc tốt

2.3.3. Bài học cho Việt Nam

Mặc dù, không có quốc gia nào có thể dự đoán chính xác được sự phát triển của công nghiệp 4.0. Tuy nhiên, Trung Quốc và Ấn Độ là hai quốc gia xuất khẩu hàng dệt may hàng đầu thế giới. Việc nghiên cứu những chiến lược phát triển ngành dệt may của hai quốc gia này trong bối cảnh CMCN lần thứ tư có thể rút ra một bài học cho sự phát triển của doanh nghiệp dệt may Việt Nam.

Thứ nhất, Cần có sự hỗ trợ về mặt chính sách từ phía chính phủ trong từng giai đoạn phát triển. Chính phủ cần có những chính sách riêng phù hợp với đặc điểm, điều kiện, nhu cầu của kinh tế trong nước. Cách thức phát triển nền kinh tế số và những chính sách ở các giai đoạn sau, cụ thể là chiến lược MIC2025 của Trung Quốc cho thấy họ luôn chú trọng tính thực tế, thực dụng, không rập khuôn. Điều đó giúp họ đánh giá chính xác khả năng và tiềm năng nên đề ra được các giai đoạn chính sách phù hợp với điều kiện khách quan và chủ quan. Các chính sách về hỗ trợ tài chính, cho vay ưu đãi đối với các doanh nghiệp đầu tư vào các công nghệ 4.0, chính sách thuế đối với việc nhập khẩu máy móc công nghệ cao phục vụ sản xuất là những chính sách cần được ưu tiên.

Thứ hai, phát triển đồng bộ kết cấu hạ tầng, đặc biệt là hạ tầng CNTT. Phát triển hạ tầng kết nối số, tạo điều kiện cho doanh nghiệp có thể áp dụng tự động hóa, robot, phân tích và quản trị dữ liệu (big data) để tăng năng suất lao động. Hạ tầng cơ sở như điện và nước cũng rất quan trọng để đảm bảo cho doanh có thể vận hành sản xuất một cách liên tục. Bên cạnh đó, cần phát triển thương mại điện tử, thanh toán online để doanh nghiệp có thể cung cấp hàng hóa đến khách hàng cũng như nắm bắt nhu cầu, thị hiếu của người tiêu dùng một cách nhanh nhất

Thứ ba, đầu tư cho R&D. Theo kinh nghiệm của các nước, đổi mới công nghệ là yếu tố quan trọng để nâng cao sức cạnh tranh, thúc đẩy sự phát triển của doanh nghiệp dệt may. Khi tiềm lực của doanh nghiệp còn yếu thì các chính sách hỗ trợ cải tiến, đổi mới công nghệ của nhà nước đối với doanh nghiệp là rất quan trọng. Nhà nước cần hỗ trợ doanh nghiệp trong việc nghiên cứu, sản xuất thử nghiệm, ứng dụng công nghệ mới.

Thứ tư, nâng cao chất lượng nguồn nhân lực dệt may. Để có thể ứng dụng công nghệ 4.0 vào lĩnh vực dệt may, vai trò của nhân lực chất lượng cao là vô cùng quan trọng. Từ nhân lực quản lý, kỹ thuật đến lực lương lao động trực tiếp tại các nhà máy cần có trình độ để có thể tiếp cận với các công nghệ mới như vận hành robot và các dây chuyền sản xuất có tính tự động hóa cao.

TIỂU KẾT CHƯƠNG 2

Chương 2 đã hệ thống hóa cơ sở lý luận phát triển doanh nghiệp dệt may trong bối cảnh CMCN 4.0. Trong đó, tác giả đã đưa ra khái niệm doanh nghiệp dệt may và phát triển doanh nghiệp dệt may trong bối cảnh mới, chỉ ra các đặc trưng của doanh nghiệp dệt may.

Trên cơ sở lý thuyết doanh nghiệp dựa trên cách tiếp cận nguồn lực, lý thuyết tổ chức ngành, lý thuyết chuỗi, luận án đã đưa ra tiêu chí đánh giá sự phát triển doanh nghiệp dệt may bao gồm:

Thứ nhất, tiêu chí về mặt số lượng

Thứ hai, tiêu chí đánh giá chất lượng phát triển của doanh nghiệp: dựa trên các chỉ tiêu như hiệu suất sử dụng lao động;Tỷ suất sinh lời trên vốn chủ sở hữu (ROE); Tỷ suất lợi nhuận trên tài sản (ROA)…

Thứ ba, tiêu chí đánh giá về sự chuyển dịch cơ cấu của doanh nghiệp

Thứ tư, tiêu chí đánh giá sự phát triển của doanh nghiệp trong chuỗi giá trị toàn cầu.

Chương 2 cũng xác định nội hàm của cuộc CMCN 4.0 và những tác động của cuộc cách mạng này đến ngành đệt may.Từ đó, chỉ ra những yếu tố ảnh hưởng đến sự phát triển của doanh nghiệp dệt may trong bối cảnh mới này bao gồm những yếu tố bên trong doanh nghiệp (nguồn nhân lực, nguồn vốn vật chất, vốn tài chính) và những yếu tố bên ngoài doanh nghiệp (sự phát triển của cụm liên kết ngành và mạng sản xuất; chất lượng cơ sở hạ tầng; chính sách của nhà nước; chiến lược của "người mua").

Bên cạnh đó, tác giả cũng lựa chọn hai quốc gia có nền công nghiệp dệt may phát triển như Trung Quốc và Ấn Độ để tìm hiểu kinh nghiệm phát triển doanh nghiệp dệt may của họ, từ đó rút ra các bài học kinh nghiệm cho việc nâng cao năng lực cạnh tranh cho doanh nghiệp dệt may Việt Nam trong bối cảnh CMCN 4.0

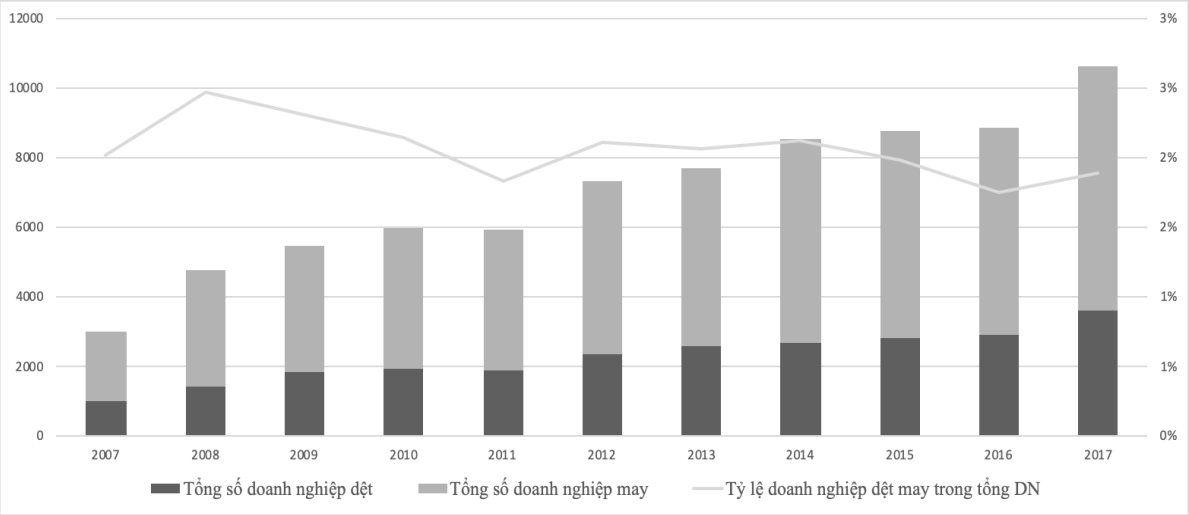
Chương 3
THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN DOANH NGHIỆP DỆT MAY VIỆT NAM GIAI ĐOẠN 2007-2018

3.1. Thực trạng phát triển doanh nghiệp dệt may Việt Nam 2007-2018

3.1.1. Sự thay đổi về số lượng doanh nghiệp dệt may Việt Nam

Trước khi nền kinh tế Việt Nam chính thức là thành viên của tổ chức thương mại thế giới (WTO), số lượng doanh nghiệp dệt may Việt Nam[3] còn ít. Tuy nhiên, chỉ hai năm sau khi Việt Nam chính thức là thành viên của tổ chức WTO, số doanh nghiệp dệt may Việt Nam đã tăng nhanh. Từ 2.994 doanh nghiệp (2007) lên 4.621 doanh nghiệp (2009). Năm năm sau, số lượng doanh nghiệp dệt may tư nhân Việt Nam đã đạt khoảng 5.943 doanh nghiệp (2011).

Năm 2011, nền kinh tế Việt Nam chuyển đổi từ mô hình tăng trưởng, từ mô hình tăng trưởng theo chiều rộng sang mô hình tăng trưởng theo chiều sâu - dựa vào tri thức và công nghệ. Từ đó đến nay, số lượng doanh nghiệp dệt may Việt Nam vẫn tiếp tục tăng. Năm 2015, tăng lên khoảng 8.764 doanh nghiệp dệt may. Năm 2016, doanh nghiệp dệt may tư nhân Việt Nam vào khoảng 8.847 doanh nghiệp (Hình 3.1).



Hình 3.1: Số lượng doanh nghiệp dệt may 2007-2017

Nguồn:[37], [38], [39], [40], [41], [42], [43], [44], [45], [46], [47].

[3] Trong luận án này, khái niệm "doanh nghiệp dệt may" dùng để phán ánh tất cả các doanh nghiệp có đăng ký kinh doanh trong ngành dệt, ngành may hoặc đăng ký kinh doanh cả hai ngành dệt và may, không phân biệt hình thức sở hữu. Khái niệm "doanh nghiệp dệt may Việt Nam" dùng để phản ánh các "doanh nghiệp dệt may" có hình thức sở hữu trong nước, không phải là các doanh nghiệp dệt may có vốn đầu tư nước ngoài.

Năm 2017, số lượng doanh nghiệp dệt may Việt Nam vào khoảng 10.604 doanh nghiệp. *Với những thay đổi về số lượng doanh nghiệp trong một thập kỷ vừa qua, năm 2017 đánh dấu một bước phát triển mạnh về số lượng doanh nghiệp dệt may Việt Nam trong quá trình hội nhập*.

Theo cách tiếp cận ngành kinh tế, tỷ trọng doanh nghiệp dệt may trong tổng số doanh nghiệp hoạt động trong nền kinh tế giai đoạn 2007-2017 duy trì trung bình ở mức 2%-2,5%. Cơ cấu này có sự thay đổi đột biến trong khủng hoảng, khi tỷ trọng doanh nghiệp dệt may tăng lên 3% trong giai đoạn 2008-2009. Thực tiễn đó cho thấy rõ vai trò của ngành dệt may đối với nền kinh tế cũng như đặc điểm hạn chế của ngành dệt may. Đó là:

- Trong ngắn hạn và trung hạn, nền kinh tế Việt Nam vẫn cần có sự tồn tại và phát triển của doanh nghiệp dệt may bởi sự phát triển ổn định, góp phần giúp nền kinh tế chuyển dịch cơ cấu khi nông nghiệp và lao động nông nghiệp còn chiếm tỷ trọng lớn, tăng tích luỹ vốn thông qua kim ngạch xuất khẩu, và góp phần giảm chấn cho nền kinh tế trước các cú sốc bên ngoài trong quá trình hội nhập.

- Việc giảm chấn trước các cuộc khủng hoảng trong hội nhập, mặt khác cho thấy, các sản phẩm của ngành dệt may Việt Nam cung cấp cho thị trường thế giới chủ yếu vẫn là những sản phẩm thiết yếu (ngay cả trong khủng hoảng vẫn phải tiêu dùng), nên giá trị gia tăng còn thấp. Vì vậy, nếu tiếp tục duy trì hội nhập với các ngành tạo ra sản phẩm thiết yếu, có giá trị thấp, nguy cơ tụt hậu, rơi vào bẫy "thu nhập trung bình thấp" của nền kinh tế Việt Nam là rõ ràng.

3.1.2. Sự chuyển dịch cơ cấu doanh nghiệp dệt may Việt Nam

Sự phát triển của doanh nghiệp dệt may Việt Nam còn được phản ánh qua kết quả chuyển dịch cơ cấu, theo các chỉ tiêu về sở hữu, quy mô vốn hay quy mô lao động và sự kết hợp của các chỉ tiêu này.

Chuyển dịch cơ cấu theo hình thức sở hữu

Trong hơn một thập kỷ phát triển (2007-2017), số lượng doanh nghiệp dệt may tư nhân Việt Nam đã tăng nhanh chóng. Cơ cấu doanh nghiệp dệt may Việt Nam, theo hình thức sở hữu, vì thế có sự chuyển dịch theo hướng tăng nhanh tỷ trọng các doanh nghiệp khu vực kinh tế tư nhân. Tỷ trọng các doanh nghiệp dệt may 100% vốn sở hữu nước ngoài giảm tương đối. Tỷ trọng doanh nghiệp dệt may sở hữu nhà nước không giảm nhiều trong giai đoạn vừa qua vì trên thực tế, tỷ trọng các doanh nghiệp thuộc sở hữu nhà nước đã giảm xuống mức rất thấp, dưới ảnh hưởng của chương trình cải cách doanh nghiệp nhà nước.

Năm 2007, số doanh nghiệp dệt may tư nhân trong nước chiếm 80,6% tổng số doanh nghiệp, số lượng doanh nghiệp dệt may 100% vốn nước ngoài chiếm khoảng 18,4% tổng số doanh nghiệp. Năm 2017, tỷ trọng doanh nghiệp dệt may tư nhân trong nước đã tăng lên 85%. Số lượng doanh nghiệp dệt may FDI trong ngành dệt may giảm xuống mức 14,5% trong tổng số doanh nghiệp. Với tỷ trọng doanh nghiệp dệt may sở hữu nhà nước (theo định nghĩa của tổng cục thống kê) không giảm đáng kể, từ mức 1% (2007) xuống mức 0,45% năm 2017 *[37]*, *[47]*.

Kết quả khảo sát phỏng vấn sâu (của NCS) với một số doanh nghiệp FDI trong lĩnh vực dệt may tại TP. Hồ Chí Minh (năm 2017), dưới sự hỗ trợ của Hội dệt may thêu đan Thành phố Hồ Chí Minh (AGTEK), cho thấy: Cùng với sự thay đổi về tỷ trọng của doanh nghiệp dệt may theo hình thức sở hữu, đã có sự thay đổi về chức năng của các doanh nghiệp. Với một số doanh nghiệp dệt may sở hữu 100% vốn nước ngoài, hoạt động sản xuất sản phẩm may mặc đã không còn là ngành kinh doanh chính của doanh nghiệp. Một số doanh nghiệp dệt may sở hữu 100% vốn nước ngoài chỉ duy trì sản xuất hàng may mặc ở quy mô vừa (lao động dưới 200).

Hộp 3.1: Chuyển đổi ngành kinh doanh của các doanh nghiệp FDI trong lĩnh vực dệt may cùng với sự phát triển về số lượng của các doanh nghiệp dệt may Việt Nam

Cùng với sự phát triển của doanh nghiệp dệt may Việt Nam, các doanh nghiệp dệt may sở hữu 100% vốn nước ngoài đã chuyển giao công đoạn sản xuất cho các doanh nghiệp trong nước. Cùng với quá trình chuyển giao đó, ngành thiết kế thời trang đã trở thành ngành kinh doanh chính của các doanh nghiệp dệt may 100% vốn nước ngoài này.

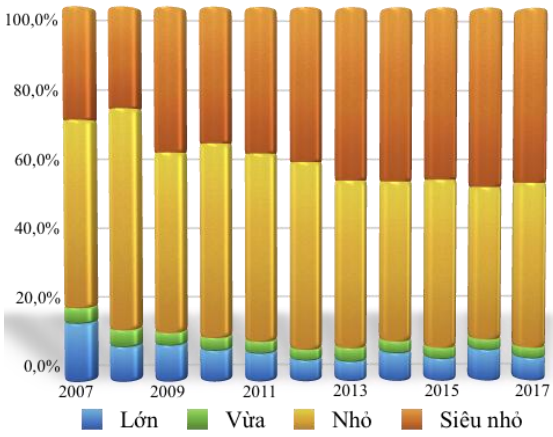
Các doanh nghiệp FDI này đồng thời trở thành đầu mối tiếp nhận nhận đơn hàng từ trung gian ở Đài Loan. Trên cơ sở các mối liên hệ cá nhân của giám đốc doanh nghiệp FDI (Việt Kiều) với các doanh nghiệp trong nước, doanh nghiệp FDI này đã chia đơn hàng và giao cho các doanh nghiệp may trong nước để cùng sản xuất, đảm bảo thời gian giao hàng cho người mua.

Điều này cũng phản ánh một thực tế là việc đánh giá sự liên kết (mang tính chính thống), giữa doanh nghiệp FDI và doanh nghiệp tư nhân trong nước, hay việc đo lường doanh nghiệp có xuất khẩu hay không thường có xu hướng đánh giá thấp hơn thực tế.

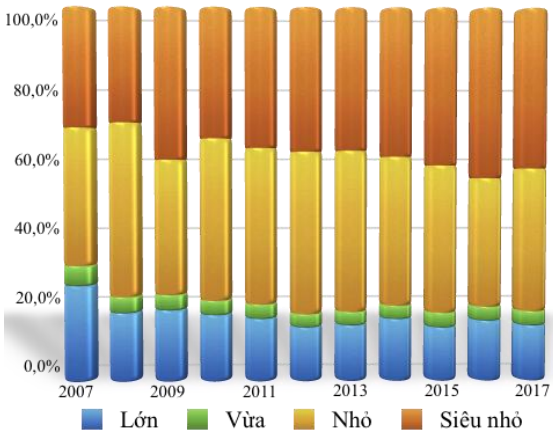
(*Nguồn: Kết quả phỏng vấn sâu của NCS*)

Chuyển dịch cơ cấu theo quy mô

Sự phát triển của doanh nghiệp dệt may còn được phản ánh qua sự thay đổi về quy mô. Cũng như các nền kinh tế khác, quy mô của doanh nghiệp nói chung và của doanh nghiệp dệt may nói riêng được phản ánh qua một trong hai chỉ tiêu lao động, vốn và/hoặc kết hợp cả hai chỉ tiêu này.



Hình 3.2a: Cơ cấu doanh nghiệp dệt



Hình 3.2b: Cơ cấu doanh nghiệp may

Hình 3.2: Cơ cấu doanh nghiệp dệt theo tiêu chí lao động

Nguồn: [37], [39], [41], [43], [45], [47]

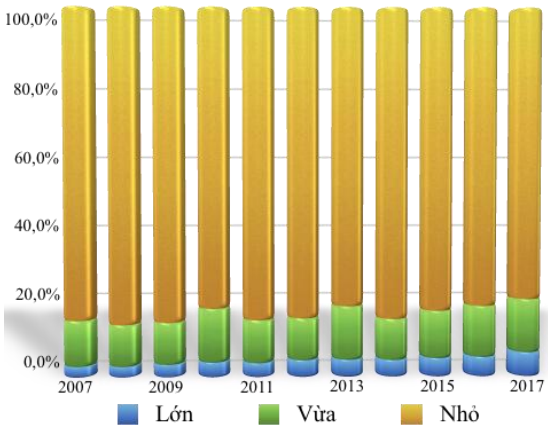
Trong một thập kỷ qua, sự phát triển của doanh nghiệp dệt may Việt Nam còn yếu. Đa số doanh nghiệp dệt và doanh nghiệp may là các doanh nghiệp quy mô nhỏ và siêu nhỏ - dưới 10 lao động (Hình 3.2a và 3.2b). Mặc dù số lượng các doanh nghiệp dệt may tư nhân trong nước tăng nhanh, nhưng chủ yếu là các doanh nghiệp có quy mô siêu nhỏ và nhỏ. Cơ cấu doanh nghiệp dệt, may (Hình 3.2) cho thấy, tỷ lệ doanh nghiệp siêu nhỏ và nhỏ tăng lên theo thời gian. Tỷ trọng doanh nghiệp dệt quy mô siêu nhỏ đã tăng nhanh, từ 29,9% năm 2007 lên mức 47,8% năm 2016. Năm 2017, tỷ trọng doanh nghiệp siêu nhỏ giảm không đáng kể, xuống mức 46,7%. Tương tự như vậy, tỷ trọng doanh nghiệp dệt quy mô siêu nhỏ tăng từ 32% năm 2007 lên mức 45,4% năm 2016 trước khi giảm xuống còn 42,9% năm 2017.

Trong khi đó, số lượng doanh nghiệp dệt, may quy mô lớn hầu như không có sự thay đổi sau hơn thập kỷ phát triển. Vì vậy, tỷ trọng các doanh nghiệp dệt may quy mô lớn có xu hướng giảm xuống trong giai đoạn nghiên cứu. Tỷ trọng doanh nghiệp dệt, may quy mô vừa có xu hướng không thay đổi trong giai đoạn nghiên cứu.

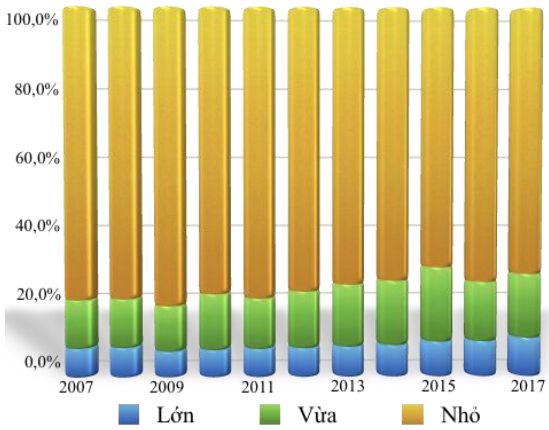
Thực tế đó phản ánh, dù có sự gia tăng về số lượng, nhưng các doanh nghiệp dệt, may Việt Nam hầu như không lớn mạnh. Trong khi đặc trưng của ngành dệt may,

nhất là ngành dệt, là tính kinh tế theo quy mô, việc các doanh nghiệp dệt may Việt Nam tồn tại ở quy mô nhỏ và siêu nhỏ sẽ là vấn đề của nền kinh tế.

Tương tự, nhìn từ quy mô theo tiêu chí vốn, cơ cấu doanh nghiệp dệt may Việt Nam chủ yếu là các doanh nghiệp quy mô nhỏ và siêu nhỏ, trong cả ngành dệt và ngành may.



Hình 3.3a: Cơ cấu doanh nghiệp may theo chỉ tiêu vốn



Hình 3.3b: Cơ cấu doanh nghiệp dệt theo tiêu chí vốn

Hình 3.3: Cơ cấu doanh nghiệp dệt, may theo tiêu chí vốn

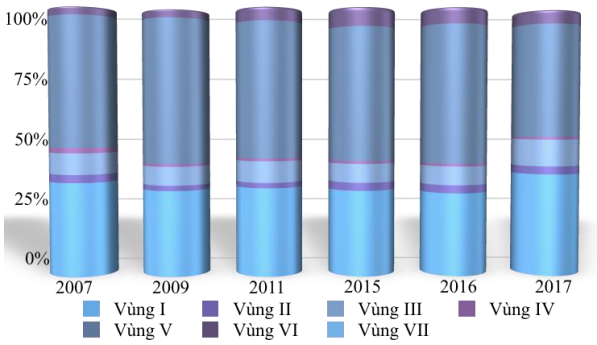
Nguồn: [37], [39], [41], [43], [45], [47]

Cơ cấu doanh nghiệp theo quy mô, cho dù là quy mô theo lao động hay theo vốn, đều phản ánh thực trạng kém phát triển của các doanh nghiệp dệt may Việt Nam. Trong hơn thập kỷ vừa qua, các doanh nghiệp dệt may Việt Nam không lớn (về quy mô), trong khi ngành dệt may là ngành có đặc trưng của tính kinh tế theo quy mô. Nói cách khác, nền kinh tế Việt Nam sẽ khó được hưởng lợi từ sự hội nhập kinh tế quốc tế, từ các hiệp định thương mại trong lĩnh vực dệt may khi các doanh nghiệp dệt may Việt Nam tiếp tục tồn tại ở quy mô nhỏ và siêu nhỏ.

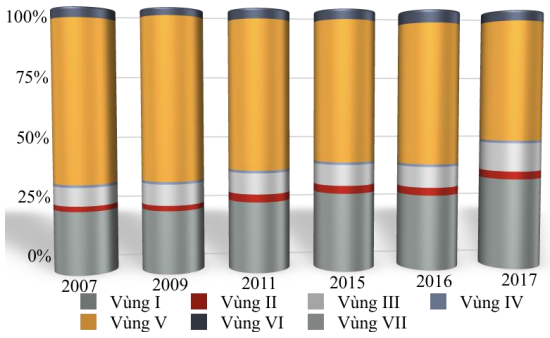
Bên cạnh vấn đề các doanh nghiệp dệt may Việt Nam không phát triển về quy mô, một vấn đề khác cũng được phản ánh qua cơ cấu doanh nghiệp. Đó là sự mất cân đối của ba nhóm doanh nghiệp (a) các doanh nghiệp lớn, (b) các doanh nghiệp quy mô vừa, và (c) các doanh nghiệp nhỏ và siêu nhỏ. Việc thiếu hụt các doanh nghiệp quy mô vừa, đặc biệt nhìn từ tiêu chí lao động (Hình 3.2) cho thấy vấn đề hợp tác, liên kết giữa nhóm doanh nghiệp lớn (đóng vai trò dẫn dắt, tổ chức sản xuất) với các doanh nghiệp nhỏ và siêu nhỏ (với tư cách doanh nghiệp vệ tinh, thầu phụ...) trở nên khó khăn. Thiếu liên kết sản xuất là một bất lợi trong việc phát huy tính kinh tế theo quy mô ở

cấp ngành và do đó, không tận dụng được ảnh hưởng ngoại hiện Marshall (Itoh và cộng sự, 1991).

Chuyển dịch cơ cấu theo vùng



Hình 3.4a: Chuyển dịch cơ cấu doanh nghiệp dệt



Hình 3.4b: Chuyển dịch cơ cấu ngành may

Hình 3.4: Chuyển dịch cơ cấu theo vùng

Nguồn: [37], [39], [41], [43], [45], [47]

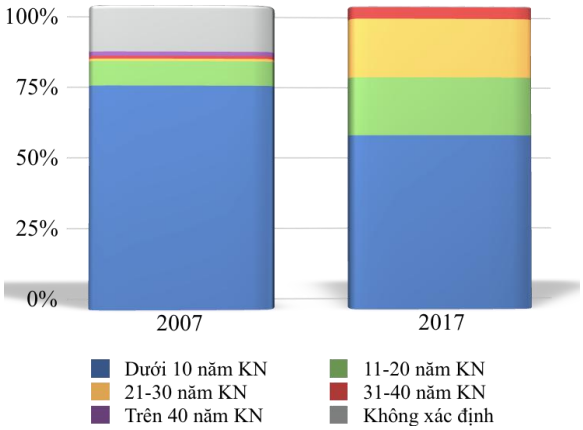
Sự phát triển của doanh nghiệp dệt may theo vùng có sự thay đổi trong một thập kỷ vừa qua. Nhìn chung, vùng Đồng bằng sông Hồng (Vùng I) và vùng Đông Nam Bộ (Vùng V) vẫn là hai vùng thu hút được sự tập trung của các doanh nghiệp dệt may, so với các vùng khác trong cả nước. Bên cạnh đó, vùng Tây Nam Bộ cũng là vùng có sự tập trung của các doanh nghiệp dệt, và may, nhưng với tỷ lệ thấp hơn so với hai vùng trên.

Quá trình phân bố lại địa điểm sản xuất của các doanh nghiệp dệt may đang diễn ra và các doanh nghiệp đang có xu hướng giảm sự tập trung ở vùng Đông Nam Bộ và chuyển dần sự tập trung sang vùng đồng bằng sông Hồng. Trong khi đó, sự tập trung của doanh nghiệp dệt may ở các vùng khác hầu như không thay đổi. Sự dịch chuyển này có nhiều nguyên nhân, trong đó có chi phí (lao động và vận tải) ở vùng Đông Nam Bộ đã cao hơn so với các vùng khác, và vị trí gần với thị trường Trung Quốc của vùng đồng bằng sông Hồng. Tuy có sự tập trung các doanh nghiệp ở hai vùng, nhưng những kết quả hoạt động đổi mới công nghệ và nâng cao năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp dệt may còn hạn chế cho thấy, tính liên kết, hợp tác của doanh nghiệp dệt may ở hai vùng này còn hạn chế.

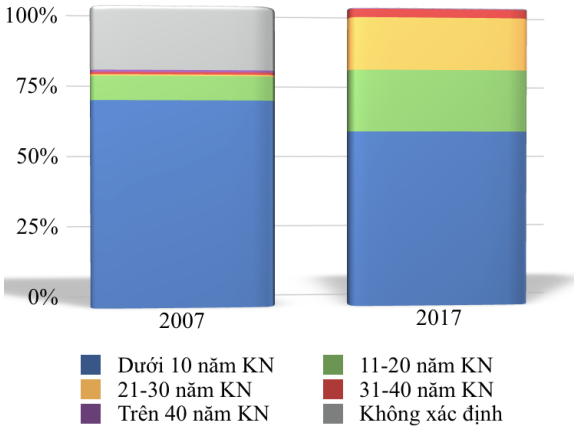
Chuyển dịch cơ cấu theo số năm kinh nghiệm

Đối với doanh nghiệp nói chung và doanh nghiệp dệt may nói riêng, việc tồn tại trên thị trường trong một thời gian dài có ý nghĩa quan trọng đối với sự phát triển của doanh nghiệp. Các doanh nghiệp có nhiều năm kinh nghiệm thường là các doanh

nghiệp có kết quả kinh doanh tốt, tạo ra nhiều việc làm có chất lượng cho xã hội. Các lý thuyết doanh nghiệp cũng đã chỉ ra rằng, kinh nghiệm là một trong những yếu tố tác động tích cực đến năng lực cạnh tranh, hiệu quả sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp.



Hình 3.5a: Cơ cấu doanh nghiệp dệt theo năm kinh nghiệm



Hình 3.5b: Cơ cấu doanh nghiệp may theo năm kinh nghiệm

Hình 3.5: Cơ cấu doanh nghiệp dệt may theo số năm kinh nghiệm

Nguồn: [37], [47]

Hơn một thập kỷ phát triển vừa qua, có thể thấy sự phát triển của doanh nghiệp dệt may Việt Nam có cả những mặt tích cực và các vấn đề, nhìn từ chỉ tiêu số năm kinh nghiệm. Về cơ bản, các doanh nghiệp dệt may Việt Nam là những doanh nghiệp mới thành lập, có ít năm kinh nghiệm. Tỷ lệ doanh nghiệp dưới 10 năm kinh nghiệm vẫn chiếm gần 60% tổng số doanh nghiệp dệt may Việt Nam. Tỷ lệ các doanh nghiệp có trên 10 năm kinh nghiệp và trên ba mươi năm kinh nghiệm chiếm trên 35% tổng số doanh nghiệp.

Thực trạng có đến trên 85% tổng số doanh nghiệp dệt, may Việt Nam mới được thành lập kể từ khi đổi mới nền kinh tế đến nay. Và với số doanh nghiệp còn trẻ, việc phát triển những thương hiệu sản phẩm dệt may của Việt Nam còn nhiều hạn chế. Thực tiễn phát triển cho thấy, chỉ có một ít doanh nghiệp duy trì được thương hiệu (có được khi còn là doanh nghiệp sở hữu nhà nước) và mới phát triển thương hiệu trong thời gian gần đây. Số doanh nghiệp xây dựng được thương hiệu và phát triển được thương hiệu còn ít so với tổng số doanh nghiệp dệt may đang hoạt động trong nền kinh tế.

Quá trình chuyển dịch cơ cấu doanh nghiệp dựa trên chỉ tiêu về số năm kinh nghiệm cho điểm tích cực là số doanh nghiệp sống sót và tồn tại sau một thập kỷ và qua hai thập kỷ tăng lên, dẫn tới sự gia tăng tỷ trọng của các doanh nghiệp có trên 10 năm kinh nghiệm và trên 20 năm kinh nghiệm. Tuy nhiên, điểm tiêu cực là số doanh

nghiệp có trên 40 năm kinh nghiệm đã giảm về số lượng tuyệt đối, từ khoảng 20 doanh nghiệp (2007) xuống dưới 10 doanh nghiệp (2017).

3.1.3. Chất lượng của doanh nghiệp dệt may Việt Nam giai đoạn 2007-2018

Kết quả kinh doanh của doanh nghiệp có ảnh hưởng đến xu hướng mở rộng hay thu hẹp sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp, cũng như đến năng lực tài chính, năng lực đầu tư cho đổi mới, sáng tạo của doanh nghiệp. Những doanh nghiệp có kết quả kinh doanh tốt là những doanh nghiệp có năng lực bổ sung thêm các nguồn lực cho phát triển trong tương lai.

Trong giai đoạn 2007-2018, kết quả kinh doanh phản ánh mức độ khó khăn của các doanh nghiệp dệt may tư nhân Việt Nam có xu hướng tăng dần. Số doanh nghiệp thua lỗ có xu hướng tăng lên cả về con số tuyệt đối và tương đối.

Bảng 3.1: Thực trạng kết quả kinh doanh của doanh nghiệp

Năm	Ngành	Sở hữu	Tình trạng				Tỷ lệ lãi/lỗ		
			Lỗ	Hoà vốn	Lãi	Tổng	Lỗ	Hoà vốn	Lãi
2007	Dệt	SOE	4	0	16	20	20%	0%	80%
		DNTN	239	11	686	936	26%	1%	73%
		FDI	96	1	117	214	44%	1%	55%
	May	SOE	3	0	10	13	23%	0%	77%
		DNTN	884	8	1097	1989	45%	0%	55%
		FDI	259	0	205	464	56%	0%	44%
2016	Dệt	SOE	2	0	13	15	13%	0%	87%
		DNTN	776	32	1199	2007	38%	2%	60%
		FDI	6	0	8	14	43%	0%	57%
	May	SOE	2	0	17	19	10%	0%	90%
		DNTN	2143	116	2126	4385	49%	3%	48%
		FDI	2	0	13	15	13%	0%	87%
2017	Dệt	SOE	2	0	9	11	18%	0%	82%
		DNTN	936	94	1134	2164	43%	4%	52%
		FDI	4	0	5	9	44%	0%	56%
	May	SOE	3	0	16	19	16%	0%	84%
		DNTN	2359	214	2192	4765	50%	4%	46%
		FDI	15	0	18	33	45%	0%	55%

Nguồn: [37], [46], [47]

Trong tổng số doanh nghiệp dệt, may của năm 2007, có khoảng 1123 doanh nghiệp dệt may tư nhân Việt Nam báo lỗ, trong khi có 1783 doanh nghiệp dệt may tư nhân Việt Nam báo lãi. Trong năm 2016, số doanh nghiệp dệt may tư nhân Việt Nam báo lỗ là 2919 doanh nghiệp, và số doanh nghiệp dệt may tư nhân Việt Nam báo lãi là

3335 doanh nghiệp. Năm 2017, số doanh nghiệp dệt may tư nhân Việt Nam báo lỗ là 3295 doanh nghiệp và số doanh nghiệp báo lãi là 3326 doanh nghiệp.

Số lượng và tỷ lệ doanh nghiệp trong ngành may thua lỗ cao hơn so với số lượng và tỷ lệ doanh nghiệp trong ngành dệt. Tỷ lệ doanh nghiệp tư nhân Việt Nam trong ngành dệt có kết quả kinh doanh thua lỗ tăng lên, từ 25,5% tổng số doanh nghiệp được khảo sát (2007) lên 38,7% năm 2016, và 43% năm 2017. Tỷ lệ doanh nghiệp tư nhân Việt Nam trong ngành may thua lỗ luôn ở mức cao, 44,4% năm 2007, 48,9% năm 2016 và 50% năm 2017.

Thực tế đó phản ánh (1) tính chất cạnh tranh trong ngành dệt may, nhất là ngành may ở mức cao; (2) năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp dệt may tư nhân Việt Nam còn yếu;

Tình trạng thua lỗ kéo dài buộc các doanh nghiệp phải rút khỏi thị trường. Đối với các doanh nghiệp dệt may tư nhân Việt Nam, với đặc trưng quy mô nhỏ và siêu nhỏ, nguồn lực hạn chế, tình trạng thua lỗ buộc các doanh nghiệp rút khỏi thị trường nhanh hơn. Thực trạng đó tác động không nhỏ đến ổn định kinh tế xã hội bởi (a) Sự biến động của các doanh nghiệp mới gia nhập ngành/rút khỏi ngành sẽ lớn hơn; (b) Số lượng việc làm có chất lượng sẽ không tăng lên, (c) Trong khi các doanh nghiệp có quy mô siêu nhỏ và nhỏ gia nhập ngành, các doanh nghiệp rút khỏi ngành lại thường là các doanh nghiệp có nhiều năm kinh nghiệm và có quy mô nhỏ đến quy mô vừa. Trong trường hợp đó, áp lực giải quyết việc làm cho lao động thất nghiệp sau khi rút khỏi ngành tăng lên.

Đối với các doanh nghiệp báo lãi kinh doanh, một bức tranh về hiệu quả kinh doanh nhìn từ góc độ tài chính cho thấy hai vấn đề:

(1) Dù có lãi, nhưng đa số doanh nghiệp không có hiệu quả trong việc khai thác nguồn lực, đặc biệt là nguồn vốn;

(2) Một số doanh nghiệp tuy có hiệu quả nhưng, với mức hiệu quả (ROE) cao hơn nhiều lần so với lãi suất ngân hàng của năm 2007.

Điều này phản ảnh vấn đề (a) bản thân doanh nghiệp chưa đủ năng lực quản trị nên hoạt động ở quy mô gia đình, dựa chủ yếu vào nguồn vốn chủ sở hữu trong hoạt động kinh doanh. (b) doanh nghiệp đủ năng lực quản trị nhưng gặp khó khăn trong việc tiếp cận vốn vay ngân hàng và vì thế chỉ còn lựa chọn dựa vào vốn chủ sở hữu.

Nghiên cứu này thiên về nhận định các doanh nghiệp gặp khó khăn trong việc tiếp cận vốn vay ngân hàng hơn là việc không có đủ năng lực quản lý, bởi lẽ hiện tượng ROA, ROE cao gấp nhiều lần lãi suất ngân hàng xuất hiện *không chỉ ở nhóm doanh nghiệp quy mô siêu nhỏ và nhỏ mà còn xuất hiện ở cả các doanh nghiệp quy mô vừa và quy mô lớn, trong cả lĩnh vực dệt và lĩnh vực may*.

Như sẽ chỉ ra trong phần chính sách, các chính sách hỗ trợ doanh nghiệp vay vốn, nhất là các doanh nghiệp vừa và nhỏ vay vốn, tuy được thiết kế tốt, nhưng quá trình triển khai còn chậm. Ở nhiều địa phương, các quỹ bảo lãnh tín dụng không được thành lập do địa phương không có vốn đối ứng. Ngay cả với các địa phương thành lập được quỹ, các quy định về thủ tục tương đương với các quy định thủ tục của NHTM, và thời gian cũng như chi phí cao gấp đôi khiến các doanh nghiệp từ bỏ ý định tiếp cận vốn từ các quỹ này. Đối với lĩnh vực dệt may, các chính sách chủ yếu ưu tiên cho các doanh nghiệp là thành viên của VINATEX hơn là các doanh nghiệp tư nhân.

Ngay trong nhóm doanh nghiệp dệt may có kết quả kinh doanh tốt (có lãi), đa số doanh nghiệp hoạt động kém hiệu quả. So sánh giữa hai lĩnh vực dệt và may theo thời gian, lĩnh vực dệt có tỷ lệ doanh nghiệp hoạt động kém hiệu quả ($ROE_t < i_t$) cao hơn so với ngành may. Theo tính toán từ kết quả khảo sát doanh nghiệp của Tổng cục thống kê, khoảng 75% số doanh nghiệp dệt hoạt động kém hiệu quả [37]. Trong cùng thời điểm, số doanh nghiệp may hoạt động kém hiệu quả vào khoảng 68%, thấp hơn 7 điểm phần trăm.

Số liệu điều tra năm 2009 cho thấy, khoảng 76% số doanh nghiệp dệt hoạt động kém hiệu quả và số doanh nghiệp may hoạt động kém hiệu quả vào khoảng 63%, thấp hơn 13 điểm phần trăm. Năm 2016, ước tính khoảng 74% số doanh nghiệp dệt kém hiệu quả và khoảng 70% số doanh nghiệp may trong trạng thái hoạt động kém hiệu quả. Khoảng cách kém hiệu quả của năm 2016 đã thu hẹp lại còn 4 điểm % và tỷ lệ doanh nghiệp kém hiệu quả của cả hai nhóm đã tăng lên trên 70%. Tuy nhiên, sang đến năm 2017, khoảng 88% doanh nghiệp dệt và 86% doanh nghiệp may hoạt động kém hiệu quả.

Bảng 3.2: ROE của doanh nghiệp dệt may Việt Nam giai đoạn 2007 - 2016

	ROE	Quy mô	X<10%	10%<=X<20%	20%<=X<30%	30%<=X<40%	40%<X
2007	Dệt	Nhỏ	80.3%	11.3%	2.6%	2.1%	3.8%
		Vừa	63.7%	19.6%	5.9%	4.9%	5.9%
		Lớn	50.0%	27.6%	9.2%	5.3%	7.9%
	May	Nhỏ	75.1%	14.0%	3.7%	2.8%	4.5%
		Vừa	73.0%	12.3%	5.1%	2.2%	7.3%
		Lớn	50.5%	16.0%	14.5%	7.5%	11.5%
2009	Dệt	Nhỏ	43.4%	22.6%	17.0%	7.5%	9.4%
		Vừa	68.1%	13.4%	7.2%	3.3%	8.1%
		Lớn	82.6%	8.7%	3.2%	2.3%	3.2%
	May	Nhỏ	59.0%	25.9%	4.3%	3.6%	7.2%
		Vừa	52.2%	21.1%	10.0%	4.4%	12.2%
		Lớn	76.4%	12.3%	4.0%	2.7%	4.6%
2016	Dệt	Nhỏ	68.1%	12.0%	6.7%	3.9%	9.2%
		Vừa	53.4%	19.7%	8.0%	6.7%	12.2%
		Lớn	35.0%	26.3%	15.0%	13.8%	10.0%
	May	Nhỏ	62.7%	14.7%	7.6%	5.2%	9.9%
		Vừa	79.5%	9.8%	3.0%	2.0%	5.7%
		Lớn	70.6%	14.7%	6.6%	4.3%	3.8%
2017	Dệt	Nhỏ	91.7%	7.7%	0.6%	0.0%	0.0%
		Vừa	83.0%	15.6%	1.1%	0.4%	0.0%
		Lớn	61.8%	35.4%	2.8%	0.0%	0.0%
	May	Nhỏ	91.2%	8.1%	0.7%	0.1%	0.0%
		Vừa	72.9%	23.2%	4.0%	0.0%	0.0%
		Lớn	48.9%	46.1%	5.0%	0.0%	0.0%

Nguồn: [37], [39], [46], [47]

Quan hệ tương quan giữa cơ cấu doanh nghiệp theo quy mô và hiệu quả kinh doanh, có thể thấy tồn tại mối quan hệ tỷ lệ thuận giữa tính hiệu quả và quy mô doanh nghiệp (dựa theo tiêu chí vốn). Có nghĩa là xác xuất để các doanh nghiệp có quy mô nhỏ có kết quả kinh doanh tồi cao hơn xác xuất để các doanh nghiệp quy mô lớn hơn có kết quả kinh doanh tồi và xu hướng này đúng với cả ngành dệt và ngành may.

Kết quả tính toán các chỉ số tài chính, nhất là chỉ số ROE, cho thấy không ít các doanh nghiệp quy mô vừa và nhỏ đạt được mức lợi nhuận trên vốn chủ sở hữu lớn gấp nhiều lần lãi suất ngân hàng, nhất là nhóm cao gấp khoảng 2 lần.

Các nhóm doanh nghiệp hoạt động có hiệu quả (ROE cao hơn lãi suất ngân hàng) lại phản ánh một thực trạng khác, đó là khó khăn trong việc tiếp cận NHTM để vay vốn ngân hàng nhằm khai thác hiệu quả hơn các nguồn lực của doanh nghiệp.

Mặt khác, điều này góp phần lý giải thực tế khác biệt giữa mong muốn của chính phủ và hành động của doanh nghiệp. Đứng từ phương diện quản lý kinh tế, các nhà nghiên cứu và các nhà quản lý luôn mong muốn các doanh nghiệp phát triển, mở rộng quy mô sản xuất, giúp nền kinh tế hội nhập và hưởng lợi từ hội nhập, thuyết phục rằng nâng cấp trong chuỗi, chuyển từ phương thức CMT sang các phương thức khác như OEM, OBM sẽ đạt được mức giá trị gia tăng cao hơn .v.v.

Trong khi đó doanh nghiệp lại không hành động như vậy. Có nhiều nguyên nhân, trong đó có những lý do cơ bản sau. Một mặt, (như kết quả phỏng vấn sâu của NCS với các doanh nghiệp may tư nhân ở khu vực Đồng bằng sông Hồng và khu vực Đông Nam Bộ) việc nâng cấp, tham gia vào các công đoạn cao hơn của chuỗi sản xuất dệt may đòi hỏi các doanh nghiệp phải đầu tư nhiều hơn; trong khi tiếp cận vốn vay khó khăn. Mặt khác, tham gia vào chuỗi cũng đồng nghĩa với việc chấp nhận "người mua" quyết định mức lợi nhuận xác định trước đối với doanh nghiệp; Không kể các chi phí giao dịch phát sinh do mở rộng sản xuất kinh doanh (hối lộ, tuận thủ quy định kế toán doanh nghiệp...)

Thêm vào đó, với quy mô hiện tại, các doanh nghiệp có mức lợi nhuận cao gấp nhiều lần vốn chủ sở hữu. So sánh chi phí cơ hội của mở rộng sản xuất với mức lợi nhuận thu thêm là không rõ ràng, rủi ro cao của kinh doanh do nhiều nguyên nhân. Vì vậy, không có kỳ vọng vào việc các doanh nghiệp có động lực đầu tư mở rộng, phát triển sản xuất.

Điều này còn được củng cố thêm khi nhìn vào lịch sử của giới lãnh đạo doanh nghiệp dệt may, vốn có quan hệ, xuất thân từ các doanh nghiệp dệt may thuộc sở hữu nhà nước trước cải cách. Hay dựa vào thực tiễn "tinh thần nhà doanh nghiệp", tinh thần "quốc gia khởi nghiệp" chỉ mới được phát động hay khởi động trong những năm gần đây.

Một trong những vấn đề quan trọng khác là vấn đề hiệu suất sử dụng lao động của các doanh nghiệp dệt may. Theo báo cáo nghiên cứu của Viện Năng suất Việt Nam công bố tháng 3 năm 2016 về năng suất của các doanh nghiệp dệt may trên cơ sở thực hiện điều tra doanh nghiệp, năng suất lao động của ngành dệt may thấp hơn so với các ngành công nghiệp chế biến chế tạo khác. Điều này cũng đã được phản ánh từ kết quả nghiên cứu trong và ngoài nước của các nghiên cứu đi trước. Vai trò của ngành dệt may, như đã phân tích, là vùng đệm trong quá trình CNH, HĐH để tiến tới các ngành sản xuất có năng suất lao động cao hơn.

Bảng 3.3: Hiệu suất sử dụng lao động doanh nghiệp dệt may theo quy mô (2016)

	Dệt				May			
Quy mô	Nhỏ	Vừa	Lớn	Tổng	Nhỏ	Vừa	Lớn	Tổng
X<10	0	0	0	0	2	0	0	2
10<=X<20	591	131	52	774	1364	322	156	1842
20<=X<30	131	43	52	226	117	21	7	145
30<=X<40	42	21	21	84	36	12	2	50
40<=X<50	12	6	3	21	7	7	0	14
50<=X<100	21	14	9	44	17	3	3	23
100<=X<200	13	6	2	21	6	2	1	9
200%<=X	12	3	2	17	5	3	0	8

Nguồn: [47]

Bảng 3.4: Hiệu suất sử dụng lao động doanh nghiệp dệt may theo quy mô (2017)

	Dệt				May			
Quy mô	Nhỏ	Vừa	Lớn	Tổng	Nhỏ	Vừa	Lớn	Tổng
X<10	1094	179	71	1344	2584	575	261	3420
10<=X<20	193	70	73	336	133	41	16	190
20<=X<30	70	27	16	113	52	9	3	64
30<=X<40	30	10	12	52	24	6	4	34
40<=X<50	14	9	7	30	13	7	0	20
50<=X<100	43	21	11	75	23	10	3	36
100<=X<200	17	7	2	26	10	5	1	16
200%<=X	16	9	1	26	7	3	2	12

Nguồn: [47]

Kết quả tính toán cho thấy, các doanh nghiệp có hiệu suất sử dụng lao động thấp (doanh thu bình quân một lao động/thu nhập bình quân một lao động). Năm 2017, đa số doanh nghiệp có hiệu suất sử dụng lao động ở mức dưới 10%, có nghĩa là cứ một đồng chi phí bỏ ra cho lao động chỉ thu về được dưới 1,1 đồng doanh thu. So với năm 2016, kết quả kinh doanh đã thay đổi theo hướng xấu đáng kể. Số lượng các doanh nghiệp có hiệu suất sử dụng lao động trong khoảng từ 10%-20% đã giảm một nửa đối với ngành dệt (336 doanh nghiệp năm 2017 so với 774 doanh nghiệp năm 2016) và chỉ còn trên 10% trong ngành may (190 doanh nghiệp năm 2017 so với 1842 doanh nghiệp năm 2016). Mặc dù chưa thể kết luận ngay suy giảm hiệu suất sử dụng lao động là xu hướng chính hay không, nhưng những số liệu đó cho thấy các vấn đề đặt ra đối với doanh nghiệp trong việc nâng cao hiệu suất sử dụng lao động, trong bối cảnh CMCN 4.0.

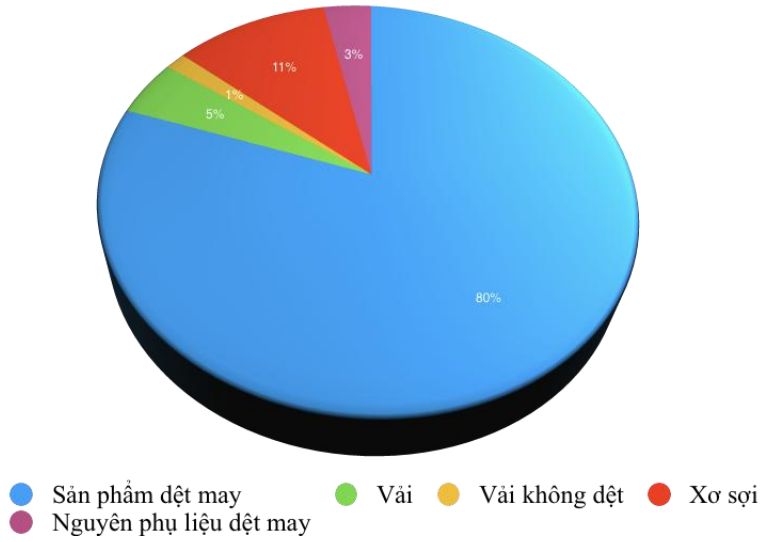
3.1.4. Thực trạng phát triển doanh nghiệp dệt may trong chuỗi giá trị toàn cầu

<u>Thực trạng xuất khẩu của doanh nghiệp dệt may</u>

Với việc tham gia phân công lao động quốc tế trong hội nhập và tham gia chuỗi giá trị dệt may, giá trị và cơ cấu xuất khẩu các sản phẩm dệt may của nền kinh tế Việt Nam trên thị trường thế giới đã có những thay đổi.

Năm 2018 là một dấu mốc của sự thành công của các doanh nghiệp dệt may Việt Nam trong tham gia thị trường thế giới, đặt trong bối cảnh tăng trưởng của cầu thế giới không biến động. Kim ngạch xuất khẩu của ngành dệt may Việt Nam đạt trên 36 tỷ USD. Tăng trưởng kim ngạch xuất khẩu năm 2018 là 16,01% (cao hơn mức tăng trưởng kim ngạch xuất khẩu của năm 2015 (12,1%), năm 2016 (4,07%), năm 2017 (10,8%)).

Không chỉ xuất khẩu các sản phẩm may truyền thống, các doanh nghiệp dệt may Việt Nam đã tham gia xuất khẩu các sản phẩm thuộc chuỗi giá trị, bao gồm xuất khẩu các sản phẩm vải, vải không dệt, xơ sợi vải, và các nguyên phụ liệu dệt may.

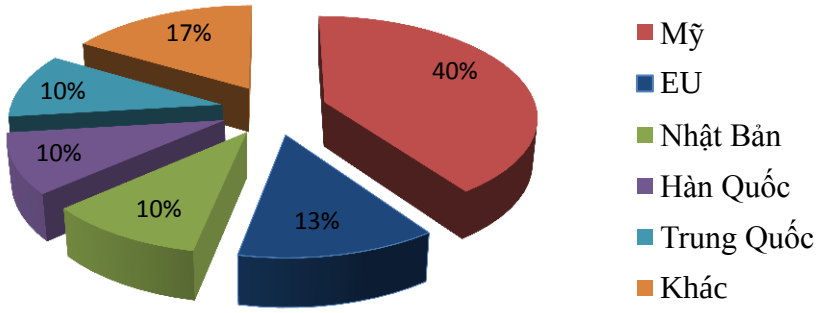


Hình 3.6: Cơ cấu xuất khẩu sản phẩm dệt may 2018
Nguồn: [49]

Cơ cấu kim ngạch xuất khẩu sản phẩm ngành dệt may năm 2018, bên cạnh vai trò chủ đạo của các sản phẩm may mặc (80%), sản phẩm xơ, sợi đã đóng góp khoảng 11%, sản phẩm vải đóng góp 4,6% và nguyên phụ liệu ngành dệt may cũng đóng góp khoảng 3,4%. Các sản phẩm xuất khẩu đều có những mức tăng trưởng cao, so với năm 2017. Kim ngạch xuất khẩu hàng dệt may tăng 14,45%, kim ngạch xuất khẩu hàng vải tăng 25,5%,; xuất khẩu xơ sợi tăng 9,9%; xuất khẩu vải không dệt tăng 15,54%, và ngay cả xuất khẩu nguyên phụ kiện dệt may cũng tăng 14,59%. Kết quả xuất khẩu khẳng định một lần nữa, các doanh nghiệp đã tham gia vào hầu hết các công đoạn sản xuất của chuỗi sản xuất ngành dệt may. Tăng trưởng, ở mức hai con số,

ở một số công đoạn mới (như sản xuất vải) cho thấy các doanh nghiệp dệt đã và đang có những bước phát triển mạnh mẽ.

Về thị trường xuất khẩu, Việt Nam xuất khẩu dệt may chủ yếu sang Mỹ, EU, Nhật Bản, Hàn Quốc, Canada, trong đó, thị trường Mỹ chiếm tỷ trọng cao nhất. Hiện tại Việt Nam đã và đang tham gia và các hiệp định thương mại tự do song phương và đa phương với các đối tác này và được hưởng các ưu đãi thuế quan nhất định trong các thị trường này.



Hình 3.7: Tỷ trọng xuất khẩu hàng may mặc Việt Nam năm 2017

Nguồn : [49]

Kết quả trên cho thấy, Các doanh nghiệp dệt may Việt Nam đã nâng cấp các kênh trong giai đoạn 2007-2018. Các doanh nghiệp nội địa đã tham gia nhiều hơn vào các chuỗi dệt may của các "người mua" và mở rộng thị trường xuất khẩu ra nhiều nước trong khu vực và quốc tế.

Thực trạng nâng cấp trong chuỗi giá trị dệt may toàn cầu

Trên cơ sở các số liệu công thống kê nhập khẩu hàng dệt may của Việt Nam theo danh mục HS, công bố của các nền kinh tế và khu vực (cả về số lượng và giá trị), là các thị trường xuất khẩu chính[4], kết quả nâng cấp chuỗi giá trị dệt may toàn cầu của ngành dệt may Việt Nam trong các giai đoạn 2007-2010 và 2010-2015 được phản ánh trong các bảng dưới đây:

[4] Do những hạn chế về công bố thông tin thống kê xuất nhập khẩu hàng hoá theo danh mục HS của Việt Nam, NCS đã thu thập các số liệu thống kê xuất nhập khẩu hàng dệt may theo danh mục HS của các nền kinh tế là thị trường xuất khẩu chính của Việt Nam trong giai đoạn nghiên cứu 2007-2015. Các số liệu thống kê của Mỹ, Châu Âu và Nhật Bản được thu thập từ các nguồn số liệu chính thống từ cơ quan hải quan, hay từ cục thống kê của bộ kinh tế công nghiệp Nhật Bản. Việc tính toán phụ thuộc vào số liệu thống kê sẵn có được công bố bởi các quốc gia nói trên.

Bảng 3.5. Kết quả nâng cấp chuỗi giá trị ngành dệt may giai đoạn 2007-2010

Thị Trường	Đơn vị	AUV		$\Delta AUV = AUV_{2010} - AUV_{2007}$		
		2007	2010	Giá trị	Đóng góp bởi thay đổi của giá trị nhập khẩu đơn vị (p)	Đóng góp bởi sự thay đổi của thị phần
EU	USD/Tấn	19,31	26,93	7,62	2,64	4,98
Mỹ	USD/Tấn	40,98	53,36	12,38	0,33	12,05
Nhật Bản	JPY/Tá	7438,50	4599,06	-2839,44	-84,68	-2754,77
	Tỷ giá JPY/USD	111,75	87,78			
	USD/Tá	66,56	52,39	-14,17		

Nguồn: [2]

Bảng 3.6. Kết quả nâng cấp chuỗi giá trị ngành dệt may giai đoạn 2010-2015

Thị Trường	Đơn vị	AUV		$\Delta AUV = AUV_{2015} - AUV_{2010}$		
		2010	2015	Giá trị	Đóng góp bởi thay đổi của giá trị nhập khẩu đơn vị (p)	Đóng góp bởi sự thay đổi của thị phần
EU	USD/Tấn	26,93	43,33	16,40	7,96	8,44
Mỹ	USD/Tấn	53,36	91,70	38,34	12,27	26,07
Nhật Bản	JPY/Tá	4599,06	6238,33	1639,27	32,14	7438,50
	Tỷ giá JPY/USD	87,78	121,01			
	USD/Tá	52,39	51,55	-0,84		

Nguồn: [2]

Kết quả tính toán về sự thay đổi của giá trị đơn vị tổng hợp đối với hàng dệt may của Việt Nam ở ba thị trường xuất khẩu lớn (bảng 3.5 và bảng 3.6) cho thấy, trong giai đoạn 2007-2010 và 2010-2015, các doanh nghiệp dệt may (bao gồm cả doanh nghiệp FDI) đã đạt được một số kết quả nâng cấp trong các chuỗi trong giai đoạn 2007-2015. Cụ thể, đã có sự nâng cấp trong các chuỗi giá trị dệt may toàn cầu, thể hiện thực sự rõ nét đối với những chuỗi sản xuất/chuỗi giá trị dệt may ở hai thị trường Châu Âu (EU) và Mỹ. Trong khi đó, kết quả nâng cấp ở thị trường Nhật Bản, thị trường "khó tính", là không thực sự tốt (một phần do ảnh hưởng của tỷ giá hối đoái).

Năm 2007, giá trị đơn vị tổng hợp (AUV) tại thị trường Nhật Bản là lớn nhất. Đứng thứ hai là AUV tại thị trường Mỹ và thấp nhất là AUV tại thị trường Châu Âu. Thứ bậc này không thay đổi trong các năm 2010, và 2015 (khi quy đổi đơn vị tá và tấn trong ngành dệt may).

Trong giai đoạn 2007-2010, các doanh nghiệp dệt may Việt Nam đã được nâng cấp tại các chuỗi giá trị dệt may ở thị trường Mỹ và EU (Bảng 3.5). Giá trị AUV năm

2010 so với năm 2007 tại hai thị trường Mỹ và EU lần lượt tăng 30% và 39%. Trong khi đó, tại thị trường Nhật Bản - thị trường quan trọng của doanh nghiệp dệt may Việt Nam – giá trị AUV giảm 38% (tính theo đồng Yên Nhật). Tuy nhiên, nếu quy đổi theo đồng USD, mức giảm của AUV chỉ là 21,28%. Điều này phản án một phần sự suy giảm do tỷ giá hối đoái giữa VND và JPY gây ra.

Việc phân rã giá trị AUV cho thấy, các yếu tố giá, thị phần tạo nên sự gia tăng/giảm của giá trị AUV tại ba thị trường trong giai đoạn nghiên cứu. Giá trị AUV tăng được đóng góp bởi cả hai yếu tố là (a) tăng giá trị đơn vị tổng hợp đối với những một số chuỗi, và mở rộng thị phần của một số chuỗi tại các thị trường. Giai đoạn 2007-2015, các doanh nghiệp dệt may Việt Nam đã không còn tham gia vào một số chuỗi giá trị dệt may (nhiều dòng sản phẩm theo mã HS xuất hiện trong danh mục xuất khẩu năm 2007 không còn xuất hiện trong danh mục xuất khẩu năm 2015), có giá bán thấp; và thay thế cho các chuỗi đó, các doanh nghiệp dệt may Việt Nam đã tham gia vào những chuỗi giá trị mới, (nhiều dòng sản phẩm lần đầu tiên xuất hiện trong danh mục xuất khẩu 2015), có giá bán cao hơn. Số lượng các dòng sản phẩm mới (danh mục xuất khẩu theo mã HS) có ít hơn, nhưng giá trị của các dòng mới này cao hơn nên đã bù trừ cho những mất mát – kết quả từ bỏ các chuỗi giá trị dệt may của năm 2007 tại thời điểm 2015 – và về tổng thể, làm tăng giá trị AUV của cả hai thị trường Mỹ và Châu Âu.

Tại thị trường Mỹ, cơ cấu sản phẩm thay đổi đã làm giá trị AUV tăng lên 12,05 USD/tấn. Trong khi đó, thay đổi của giá trị của các dòng sản phẩm của các chuỗi dệt may hiện đang tham gia chỉ làm cho AUV tăng 0,33 USD/tấn. Tại thị trường châu Âu (EU), cơ cấu sản phẩm thay đổi làm giá trị AUV tăng 4,98USD/tấn, và thay đổi của giá trị các dòng sản phẩm của các chuỗi giá trị dệt may làm cho giá trị AUV tăng 2,64 USD/tấn.

Như vậy, kết quả nâng cấp chuỗi của ngành dệt may Việt Nam chủ yếu là do nâng cấp từ các chuỗi có giá trị gia tăng thấp lên các chuỗi có giá trị gia tăng cao hơn (không thay đổi vị trí, mắt xích được phân công trong chuỗi); và ngành dệt may Việt Nam chưa thành công trong việc nâng cấp lên các công đoạn có giá trị gia tăng cao hơn của một chuỗi.

Đối với thị trường Nhật Bản, giá trị AUV giảm xuống trong giai đoạn nghiên cứu, dù vẫn ở mức cao so với hai thị trường Mỹ và EU (khi quy đổi theo bảng hệ số

tương quan giữa các thước đo của ngành dệt may, ban hành bởi từng thị trường). Sự sụt giảm về giá trị AUV tại thị trường Nhật Bản cho thấy, ngành dệt may Việt Nam không thành công trong việc nâng cấp chuỗi giá trị trong giai đoạn 2007-2010. Giá trị AUV giảm 2.839 Yên/tá sản phẩm gây ra bởi cả hai yếu tố, (a) giá trị nhập khẩu đơn vị của các chuỗi giá trị hiện hành làm giảm 84,86 Yên/tá sản phẩm và (b) sự thay đổi của thị phần làm giảm. 2839,44 JPY/tá sản phẩm.

Trong giai đoạn 2010-2015, ngành dệt may Việt Nam đạt được thành công trong nâng cấp chuỗi ở cả ba thị trường EU, Mỹ, và Nhật Bản. Giá trị AUV năm 2015 so với năm 2010 ở ba thị trường EU, Mỹ, Nhật Bản lần lượt là 16,4 USD/tấn, 38,34 USD/tấn và 1639,27 Yên/tá sản phẩm. Sự thay đổi (tăng lên) của giá trị AUV ở các thị trường được đóng góp chủ yếu bởi sự thay đổi về thị phần. Cụ thể (Bảng 3.6) cho thấy, thay đổi của thị phần ở ba thị trường EU, Mỹ, Nhật Bản lần lượt đóng góp cho sự tăng thêm của giá trị AUV là là 8,44 USD/tấn, 26,07 USD/tấn và 7438,5 Yên/tá sản phẩm.

Đối với thị trường EU, việc nâng cấp bản thân các sản phẩm được duy trì sản xuất có đóng góp tương đương với đóng góp của thay đổi dòng sản phẩm, ở mức 7,96 USD/tấn. Trong khi đó, ở thị trường Mỹ, phần giá trị tăng thêm của các dòng sản phẩm truyền thống đóng góp cho sự tăng lên của AUVMỹ là 12,27 USD/tấn, chỉ bằng gần 50% đóng góp của thay đổi cơ cấu dòng sản phẩm (HS). Đối với thị trường Nhật Bản, mức đóng góp này thấp hơn rất nhiều, chỉ ở mức 32,14 Yên/Tá sản phẩm.

So sánh hai giai đoạn 2007-2010 và 2010-2015, kết quả nâng cấp chuỗi giá trị dệt may của doanh nghiệp dệt may Việt Nam có những điểm nổi bật sau:

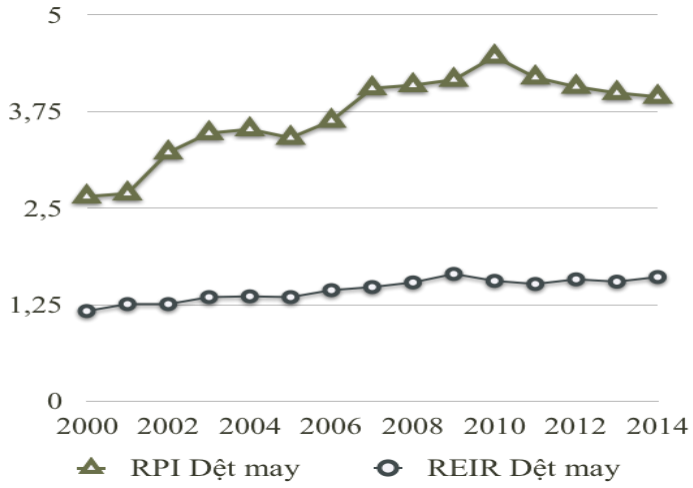
Ở cả hai giai đoạn nghiên cứu, kết quả nâng cấp chuỗi giá trị toàn cầu ngành dệt may Việt Nam về bản chất là sự nâng cấp lên các chuỗi giá trị mới. (dòng sản phẩm có giá trị gia tăng cao hơn thay thế cho dòng sản phẩm có giá trị gia tăng thấp hơn). Dù vẫn được phân công trong cùng một công đoạn sản xuất, việc chuyển từ các chuỗi có giá trị thấp sang các chuỗi giá trị cao cũng đã tạo điều kiện cho các doanh nghiệp dệt may Việt Nam được hưởng thêm giá trị gia tăng.

Các doanh nghiệp dệt may Việt Nam chưa thành công trong việc dịch chuyển từ các công đoạn có giá trị gia tăng thấp (như may) sang các công đoạn có giá trị gia tăng cao hơn (thiết kế, phân phối...). Sự thay đổi của giá trị nhập khẩu đơn vị còn đóng góp khiêm tốn cho kết quả nâng cấp chuỗi giá trị, dù giai đoạn sau tốt hơn giai đoạn trước. Sự thay đổi của giá trị đơn vị nhập khẩu ở thị trường châu Âu giai đoạn 2010-2015 tốt

hơn giai đoạn 2007-2010. Tương tự đối với thị trường Mỹ, tăng từ 12,27 USD/tấn giai đoạn 2010-2015 so với 0,33 USD/tấn giai đoạn 2007-2010. Đối với thị trường Nhật Bản, ngành dệt may Việt Nam gặp thách thức lớn trong việc nâng cao giá trị đơn vị nhập khẩu.

Một điểm đáng lưu ý là những biến động về tỷ giá USD/Yên có ảnh hưởng rất lớn đến kết quả kinh doanh và kết quả nâng cấp chuỗi của ngành dệt may. Đối với thị trường Nhật Bản, dưới ảnh hưởng của tỷ giá, giá trị AUV là dương (có sự nâng cấp) nếu tính theo giá trị Yên, nhưng sẽ là âm nếu tính theo giá trị USD. Nói cách khác, biến động của tỷ giá có thể triệt tiêu các nỗ lực nâng cấp chuỗi giá trị ngành dệt may. Điều này cũng hàm ý việc ổn định tỷ giá để các doanh nghiệp được hưởng lợi từ nâng cấp chuỗi giá trị.

Kết quả tính toán các chỉ tiêu RPI và REIR của ngành dệt may cho thấy sự cải thiện của ngành dệt may Việt Nam trong giai đoạn 2007-2015 so với thế giới.



(Nguồn: Tính toán của nhóm tác giả trên cơ sở UNCOMTRADE)

Hình 3.8: Lợi thế so sánh của ngành dệt may Việt Nam trên thế giới

Trong giai đoạn 2007-2010, tỷ trọng này có xu hướng tăng cao và đạt đỉnh vào 2010. Điều này cho thấy, vai trò của ngành dệt may trong tổng kim ngạch xuất khẩu ngày một tăng. Tuy nhiên, vai trò đó có xu hướng giảm kể từ sau 2010 do những đóng góp vào kim ngạch xuất khẩu của những ngành mới nổi như ngành điện thoại di động và linh kiện. Mặc dù vậy, hệ số RPI vẫn đang lớn hơn ngưỡng 1.0 khá nhiều. Nói cách khác, ngành dệt may Việt Nam đã và đang tiếp tục duy trì lợi thế so sánh và vì thế có nhiều cơ hội nâng cấp trong chuỗi giá trị dệt may toàn cầu. Đây là cơ sở khuyến khích doanh nghiệp có những hoạt động đổi mới nhằm thu được nhiều GTGT hơn trong quá trình tham gia chuỗi giá trị dệt may toàn cầu với các hiệp định thương mại thế hệ mới.

Chỉ số REIR một lần nữa củng cố cho nhận định về năng lực của bản thân ngành dệt may như đã trình bày ở Hình 3.8. Hệ số REIR luôn lớn hơn 1 cho thấy, tỷ lệ xuất khẩu trên nhập khẩu của Việt Nam luôn cao hơn mức trung bình trung của ngành

dệt may thế giới trong giai đoạn vừa qua. Nói cách khác, ngành dệt may Việt Nam đã nhập khẩu giá trị ít hơn một cách tương đối so với thế giới để đạt được cùng một giá trị xuất khẩu và do đó, với việc gia tăng kim ngạch xuất khẩu, các doanh nghiệp dệt may trong nước có được nhiều hơn cơ hội nâng tỷ trọng GTGT. Tương tự như vậy, hệ số RPI cho thấy tỷ trọng đóng góp trong tổng kim ngạch xuất khẩu của ngành dệt may luôn lớn hơn 1 và cao hơn tỷ trọng trung bình của thế giới.

3.2. Thực trạng các yếu tố ảnh hưởng đến sự phát triển doanh nghiệp dệt may Việt Nam trong bối cảnh CMCN 4.0.

3.2.1. Các yếu tố bên trong

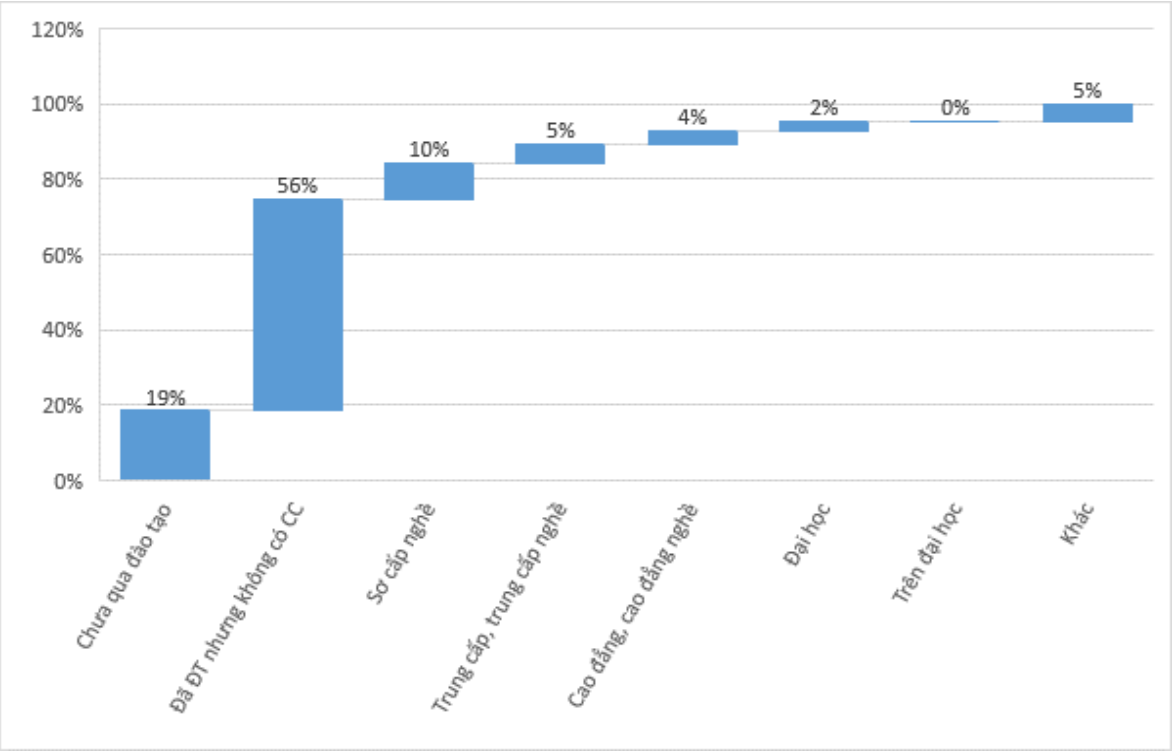
Thứ nhất, nguồn nhân lực

Các kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh và năng suất lao động của doanh nghiệp ngành dệt may (so sánh với các ngành khác), cho thấy chất lượng lao động có ảnh hưởng không nhỏ đến kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp.

Ngành dệt may Việt Nam là ngành sử dụng số lượng lao động lớn, đặc biệt là ngành may mặc; tính đến hết năm 2017, ngành dệt may có số lao động công nghiệp trực tiếp là 1,84 triệu người trong tổng số khoảng 2,5 triệu lao động của ngành [36]. Với nguồn lao động dồi dào đã có đóng góp quan trọng cho tăng trưởng xuất khẩu dệt may, đặc biệt là giúp doanh nghiệp dệt may đứng vững trong giai đoạn khủng hoảng tài chính thế giới 2009-2013 khi thị trường thế giới suy giảm đồng nghĩa với việc sụt giảm nghiêm trọng trong sản xuất dệt may toàn cầu.

Tuy nhiên, theo kết quả điều tra, trình độ lao động của ngành dệt may còn thấp. Lao động chưa qua đào tạo chiếm tỷ lệ cao (19%), và đào tạo không chính thức chiếm 75% (Hình 3.9).

Nhu cầu tuyển dụng sinh viên học nghề dệt may giai đoạn 2010 - 2017 của các cơ sở đào tạo dệt may toàn quốc tập trung vào các ngành như: công nghệ may, cơ khí sửa chữa thiết bị may, công nghệ sợi dệt, công nghệ nhuộm…. Trong giai đoạn 2010-2017, số lượng tuyển sinh ở trình độ cao đẳng là 38.468 sinh viên, tuyển sinh trình độ trung cấp là 10.989 sinh viên. Tuy nhiên, nguồn nhân lực cho chuyên ngành thiết kế thời trang, thiết kế mẫu sản phẩm, thiết kế dây chuyền sản xuất, công đoạn mang lại giá trị gia tăng cao cho các sản phẩm Dệt may chưa thật được chú trọng khi chỉ có khoảng gần 4000 sinh viên theo học chiếm tỷ lệ chưa đến 5 % tổng số lượng tuyển sinh (93.000 sinh viên) các hệ Dài hạn, Cao Đẳng và Trung cấp, Ngắn hạn trong giai đoạn 2010 – 2017 [36].



Hình 3.9: Trình độ lao động ngành dệt may 2016

Nguồn: [57]

Hiện nay, Việt Nam vẫn thiếu về lượng và chất nguồn nhân lực số phục vụ cho cuộc CMCN 4.0. Theo báo cáo về mức độ sẵn sàng cho nền sản xuất tương lai của Diễn đàn kinh tế Thế giới, Việt Nam được xếp vào nhóm các quốc gia chưa sẵn sàng cho cách mạng công nghiệp 4.0. Trong đó, Việt Nam xếp thứ 70/100 về chỉ số nguồn nhân lực, 81/100 về chỉ số lao động có chuyên môn cao, chất lượng đại học đứng thứ 75/100. Đây là những thách thức đối với doanh nghiệp dệt may trong bối cảnh mới này.

Thứ hai, nguồn vốn

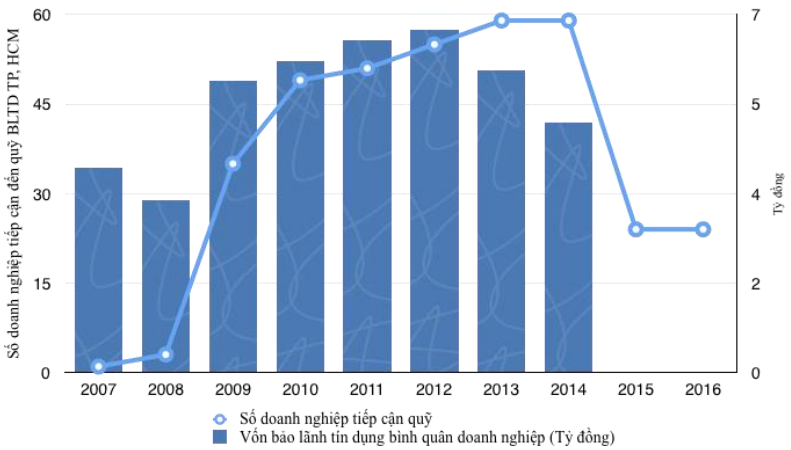
Nguồn vốn tài chính

Nguồn lực tài chính là yếu tố quan trọng ảnh hưởng đến khả năng, năng lực nâng cấp máy móc thiết bị công nghệ của doanh nghiệp. Có nhiều tiêu chí phản ánh nguồn lực tài chính của doanh nghiệp như quy mô doanh nghiệp (theo tiêu chí vốn), nguồn vốn của doanh nghiệp, lợi nhuận của doanh nghiệp ...

Về lý thuyết, các doanh nghiệp có quy mô lớn hơn thường có năng lực tài chính tốt hơn và vì thế, sẽ có nhiều khả năng, động cơ đầu tư nâng cấp máy móc thiết bị công nghệ hơn so với các doanh nghiệp vừa hoặc các doanh nghiệp quy mô nhỏ. Lương Minh Huân và Nguyễn Thị Thuỳ Dương (2016), phản ánh thực trạng nguồn vốn cho hoạt động cải tiến công nghệ trong các doanh nghiệp Việt Nam dựa chủ yếu

vào vốn tự có của doanh nghiệp (chiếm 73,07%). Nguồn vốn vay ngân hàng đóng vai trò bổ sung quan trọng (chiếm 23,17%) cho đầu tư đổi mới máy móc thiết bị công nghệ.

Như đã phân tích ở trên, các chỉ tiêu tài chính như ROE, ROA, ROS cho thấy, các doanh nghiệp dệt may Việt Nam chủ yếu khai thác vốn chủ sở hữu và sử dụng đòn bẩy tài chính kém hiệu quả. Nói cách khác, việc sử dụng vốn vay từ các NHTM hay các quỹ bảo lãnh tài chính ở trên đối với các doanh nghiệp dệt may còn rất hạn chế. Chính vì vậy, có nhiều doanh nghiệp (báo lãi) đồng nghĩa với chỉ số ROE tương ứng ở mức cao gấp nhiều lần so với lãi suất ngân hàng.



Hình 3.10: Số doanh nghiệp và quy mô vốn vay qua quỹ bảo lãnh tín dụng tại TP.HCM
(Nguồn: Tổng hợp bởi tác giả)

Các doanh nghiệp dệt may đang khó tiếp cận được các nguồn vốn tín dụng thực hiện các hoạt động cải tiến công nghệ, dù đã có các chương trình, các quỹ của Chính phủ dành cho vấn đề này.

Bên cạnh đó, một bằng chứng khác cho thấy việc khó tiếp cận vốn bảo lãnh tín dụng theo các chương trình của chính phủ khi nhìn từ kết quả hoạt động của các quỹ này tại địa phương. Thành phố Hồ Chí Minh, nơi có đến 50% số doanh nghiệp trong nền kinh tế đã thành lập được quỹ bảo lãnh tín dụng. Tuy nhiên, kể từ khi thành lập đến nay, số doanh nghiệp tiếp cận chưa vượt quá con số 60 doanh nghiệp và số vốn vay bình quân chưa vượt quá 7 tỷ đồng. So với yêu cầu đổi mới, nâng cấp công nghệ của doanh nghiệp, với số lượng doanh nghiệp thực tế đang hoạt động, kết quả này là rất nhỏ bé. Những phân tích ở phần nguồn vốn vật chất cho thấy, quy mô vốn vay không thể đáp ứng được nhu cầu vốn cần có để đổi mới công nghệ của doanh nghiệp dệt may. Đây là vấn đề mấu chốt ảnh hưởng đến sự phát triển của doanh nghiệp dệt may, và là thách thức đối với các doanh nghiệp muốn đổi mới công nghệ trong bối cảnh CMCN 4.0

Nguồn vốn vật chất

Trong giai đoạn 2010-2015, quy mô vốn đầu tư (luỹ kế) dành cho đổi mới, nâng cấp công nghệ của phần lớn các doanh nghiệp trong cả hai lĩnh vực dệt và may chủ yếu dưới 1 tỷ đồng. Với mức đầu tư (luỹ kế), thấp như vậy, khó kỳ vọng vào việc ứng dụng các công nghệ hiện đại nhất vào sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp. Có lẽ, các doanh nghiệp này đang đầu tư nâng cấp công nghệ nhằm đạt được hiệu suất kỹ thuật tốt hơn, hoặc có được quy trình sản xuất mới, góp phần nâng cao hiệu quả hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp.

Bảng 3.7: Đầu tư máy móc công nghệ của doanh nghiệp dệt may Việt nam

Ngành	Quy mô doanh nghiệp	2010			2015		
		Dưới 1 tỷ VND	Từ 1 tỷ đến 10 tỷ VND	Trên 10 tỷ VND	Dưới 1 tỷ VND	Từ 1 tỷ đến 10 tỷ VND	Trên 10 tỷ VND
Dệt	Nhỏ	29	9	0	58	21	6
	Vừa	20	10	4	43	42	11
	Lớn	8	4	8	19	14	35
May	Nhỏ	73	8	0	27	9	3
	Vừa	26	10	2	58	40	25
	Lớn	11	3	2	31	24	39

Nguồn: [40], [45]

Số lượng các doanh nghiệp đầu tư trên 10 tỷ đồng (luỹ kế) cho công nghệ của cả ngành dệt và ngành may đều thấp. Năm 2010, số lượng các doanh nghiệp có vốn đầu tư trên 10 tỷ trong tổng số doanh nghiệp được phỏng vấn chỉ chiếm 13% đối với ngành dệt và 2,6% đối với ngành may. Tuy nhiên, số lượng doanh nghiệp có quy mô vốn đầu tư (luỹ kế) đổi mới công nghệ trên 10 tỷ đã tăng đáng kể vào năm 2015. Trong ngành dệt, có tới 52 doanh nghiệp (2015) so với 12 doanh nghiệp (2010). Trong ngành may, con số doanh nghiệp có vốn đầu tư trên 10 tỷ đã đạt 67 doanh nghiệp trong tổng số 254 doanh nghiệp may được điều tra. Điều này cho thấy một số doanh nghiệp đã thực hiện đầu tư đổi mới công nghệ với quy mô vốn lớn trong những năm gần đây.

Số lượng các doanh nghiệp có đầu tư mới máy móc thiết bị công nghệ tại thời điểm điều tra của các năm 2013, 2014, 2015 cho thấy, tỷ lệ các doanh nghiệp chi cho đổi mới máy móc thiết bị trong năm tài chính so với các doanh nghiệp không chi cho đổi mới máy móc thiết bị trong năm tài chính có xu hướng tăng lên theo thời gian.

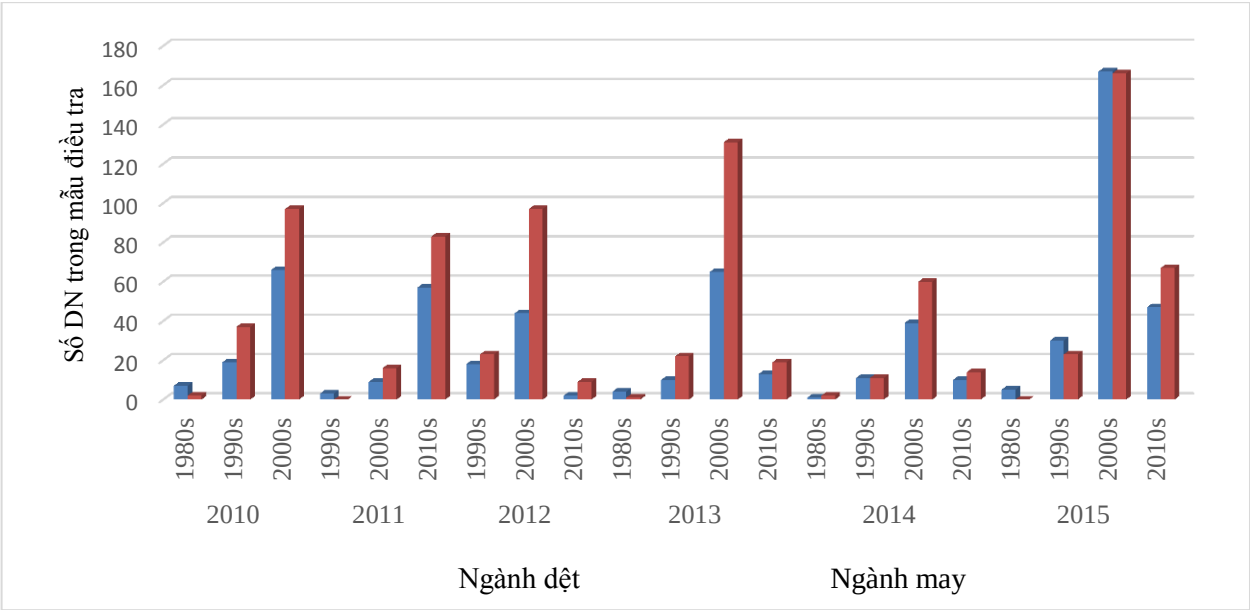
Trong ngành may, số lượng các doanh nghiệp chi cho đổi mới máy móc thiết bị công nghệ có xu hướng tăng lên trong ba năm gần đây.

Đối với các doanh nghiệp có đầu tư đổi mới máy móc thiết bị trong năm, số lượng doanh nghiệp đầu tư dưới 1 tỷ đồng vẫn chiếm tỷ trọng lớn. Tuy nhiên, đã có một số doanh nghiệp đầu tư trong khoảng 1 đến 10 tỷ đồng và cá biệt có một vài doanh nghiệp đầu tư mới trên 10 tỷ đồng. Đáng chú ý là năm 2015, đã có 14 doanh nghiệp trong lĩnh vực dệt và 14 doanh nghiệp trong lĩnh vực may đầu tư trên 10 tỷ đồng cho máy móc công nghệ. Một vài doanh nghiệp chưa từng đầu tư (luỹ kế) quá 10 tỷ đồng cho hoạt động nâng cấp máy móc thiết bị công nghệ tính đến trước thời điểm điều tra đã có những khoản đầu tư lớn (trên 10 tỷ) trong năm được phỏng vấn.

Thứ ba, yếu tố công nghệ

Trong bối cảnh CMCN 4.0 đang diễn ra mạnh mẽ, nhưng công nghệ của ngành dệt may chưa có nhiều đổi mới. Thực trạng này được phản ánh qua các số liệu điều tra riêng của TCTK, của Viện Năng suất Việt Nam (2016) hay của UNDP& Bộ công thương (2019).

Việc điều tra đánh giá trình độ công nghệ của doanh nghiệp được tổng cục thống kê tiến hành 2 năm một lần và mới thực hiện trong một thập kỷ gần đây. Trong ngành dệt, may, 10 năm và 5 năm lần lượt là khoảng thời gian trung bình để một thế hệ công nghệ mới ra đời. Riêng đối với ngành nhuộm, khoảng thời gian đó dài hơn, khoảng 15 năm.

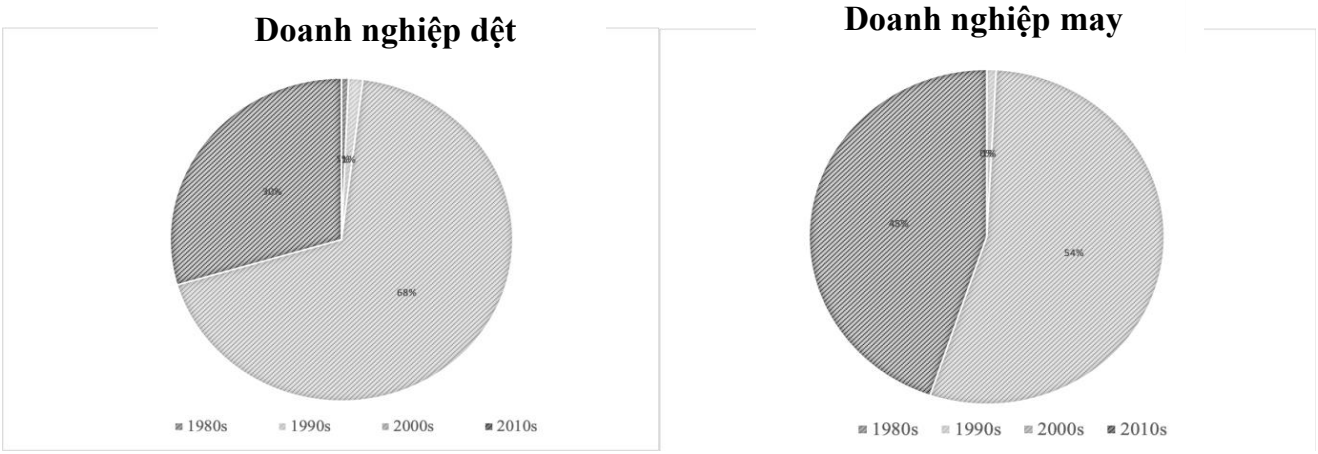


Hình 3.11: Trình độ công nghệ của doanh nghiệp dệt may

Nguồn: [40], [41], [42], [43], [44], [45]

Hiện nay khoảng thời gian này đã ngắn hơn dưới tác động của CMCN 4.0. Các doanh nghiệp dệt may ở Việt Nam chủ yếu sử dụng công nghệ được sản xuất trong thập kỷ đầu của thế kỷ 21. Mặc dù vậy, vẫn còn một số doanh nghiệp dệt may Việt Nam sử dụng các công nghệ được sản xuất từ những năm 80 hay 90 của thế kỷ trước. Điều này cho thấy, doanh nghiệp dệt may Việt Nam sử dụng các công nghệ tụt hậu từ 1 đến 3 thế hệ so với trình độ công nghệ hiện tại của thế giới.

Mức độ lạc hậu về trình độ công nghệ so của thế giới trong các doanh nghiệp ngành dệt là cao hơn so với ngành may. Cụ thể là tỷ trọng các doanh nghiệp dệt sử dụng công nghệ lạc hậu từ 1 đến 3 thế hệ trong ngành dệt cao hơn so với tỷ trọng này của ngành may. Tuy nhiên, đến năm 2017, đã có một sự thay đổi rõ rệt về tình trạng công nghệ của các doanh nghiệp dệt may. Tỷ lệ doanh nghiệp dệt và may sử dụng các công nghệ lạc hậu từ hai đến 3 thế hệ đã giảm đi đáng kể. Đa số các doanh nghiệp dệt và may sử dụng các công nghệ lạc hậu khoảng một thập kỷ. Và một tỷ trọng lớn các doanh nghiệp đã và đang sử dụng các công nghệ mới, được sản xuất từ 2010 đến nay. Thực tế này phản ánh những nỗ lực của các doanh nghiệp dệt may Việt Nam trong việc thu hẹp khoảng cách công nghệ so với các doanh nghiệp dệt may thế giới.

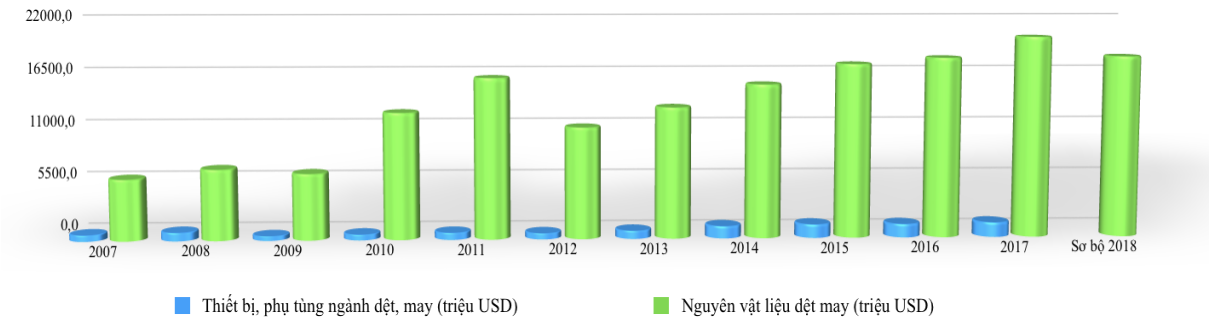


Hình 3.12. Trình độ công nghệ của doanh nghiệp dêt may Việt Nam năm 2017

Nguồn: [47]

Có thể thấy rằng, có đến 68% doanh nghiệp dệt và 54% doanh nghiệp may (trong cuộc điều tra) đang sử dụng công nghệ được sản xuất trong thập kỷ đầu của thế kỷ 21 (Hình 3.12). Trong khi đó, số lượng các doanh nghiệp sử dụng công nghệ sản xuất từ những năm 2011 đến nay là 30% trong ngành dệt và 45% trong ngành may. Một trong những lý do có thể giải thích cho hiện tượng này là do sức ép của việc tham gia vào các chuỗi

giá trị toàn cầu buộc các doanh nghiệp dệt may Việt Nam phải đổi mới máy móc thiết bị ngang bằng với các doanh nghiệp trong chuỗi.



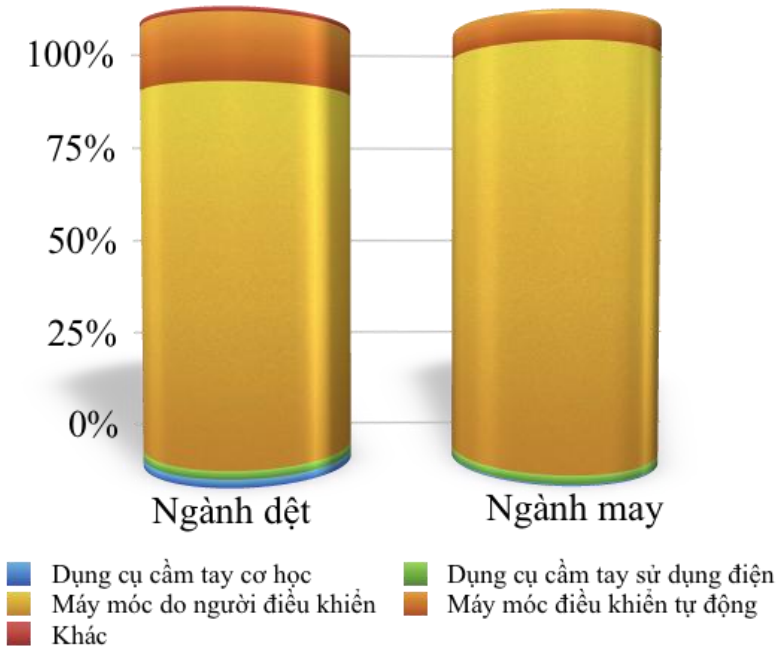
Hình 3.13: Nhập khẩu máy móc thiết bị và nguyên vật liệu ngành dệt may

Nguồn:[37], [38], [39], [40], [41], [42], [43], [44], [45], [46], [47]

Số liệu thống kê nhập khẩu của nền kinh tế Việt Nam cũng cho thấy bức tranh về tình hình nhập khẩu thiết bị, phụ tùng ngành dệt may. Trong giai đoạn nghiên cứu, giá trị nhập khẩu máy móc thiết bị phụ tùng ngành dệt may đã tăng theo thời gian. Cụ thể, giá trị nhập khẩu thiết bị, phụ tùng ngành dệt may đã tăng từ 640 triệu USD năm 2007 lên 1.470 triệu USD năm 2017. Những số liệu thống kê đó cũng phản ánh phần nào xu hướng tăng nhập khẩu máy móc thiết bị, phụ tùng ngành dệt may, trước sức ép cạnh tranh trong hội nhập và trong tham gia phân công lao động quốc tế dưới hình thức chuỗi giá trị.

Tuy nhiên, vẫn còn những vấn đề đối với công nghệ của các doanh nghiệp dệt may Việt Nam. Tuy các doanh nghiệp đã ứng dụng các công nghệ được sản xuất trong những năm gần đây, nhưng mức độ tự động hoá của các công nghệ này chưa cao. Số liệu điều tra doanh nghiệp 2017 cho thấy, các thiết bị công nghệ quan trọng nhất, ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp chủ yếu là các máy móc thủ công, có động cơ điện. Số lượng doanh nghiệp sử dụng các máy móc được điều khiển tự động bằng máy tính còn rất ít.

Kết quả tính toán cho thấy, khoảng 81% số doanh nghiệp dệt và 91.1% số doanh nghiệp may tại thời điểm điều tra (2017) sử dụng các công nghệ điều khiển bởi lao động. Số doanh nghiệp dệt may có ứng dụng các máy móc thiết bị điều kiển bởi máy tính rất thấp. Chưa đến 1% số doanh nghiệp dệt và may có ứng dụng các công nghệ sản xuất được điều khiển bởi máy tính.



Hình 3.14: Mức độ tự động hoá trong công nghệ của doanh nghiệp dệt may

Nguồn: [47]

Ngoài ra, còn một tỷ lệ khá lớn các doanh nghiệp dệt (14,3%) và may (6,7%) sử dụng dụng cụ cầm tay sử dụng điện.

Mặc dù các doanh nghiệp đã có những quan tâm đến các công nghệ sản xuất quan trọng, quyết định năng lực cạnh tranh, nhưng đầu tư cho các công nghệ viễn thông và nền tảng của công nghệ thông tin và truyền thông còn khá thấp. Năm 2017, mới chỉ có 38,9% doanh nghiệp dệt và 37% doanh nghiệp may có sử dụng máy tính kết nối với Internet. Số còn lại 30,8% doanh nghiệp dệt và 37% doanh nghiệp may có máy tính nhưng chưa kết nối internet. Số còn lại vẫn đang sử dụng các thiết bị viễn thông truyền thống để kết nối với thế giới (điện thoại bàn và điện thoại di động).

Về nguồn gốc công nghệ dệt, may

Kết quả điều tra về tình hình sử dụng công nghệ trong sản xuất của ngành dệt may cho thấy, các doanh nghiệp dệt may ở Việt Nam chủ yếu nhập khẩu công nghệ được sản xuất bởi các nền kinh tế Đông Bắc Á. Số máy móc công nghệ nhập khẩu từ Nhật Bản chiếm tỷ trọng lớn nhất, sau đó lần lượt là các quốc gia Nhật Bản, Trung Quốc, Hàn Quốc và Đài Loan. Sau các nước này, công nghệ dệt may được sản xuất bởi Việt Nam được các doanh nghiệp sử dụng nhiều. Ngoài ra, một số rất ít các doanh

nghiệp nhập khẩu công nghệ từ các nền kinh tế châu Âu (Bồ Đào Nha, Thuỵ Sĩ, Đức, Pháp, Nga...) và châu Mỹ. (Bảng 3.8)

Bảng 3.8: Xuất xứ công nghệ của các doanh nghiệp dệt may Việt Nam

Năm	Ngành	Nguồn gốc công nghệ				
		Việt Nam	Trung Quốc	Nhật Bản	Hàn Quốc	Đài Loan
2010	Dệt	7	30	15	13	11
	May	6	23	59	20	17
2013	Dệt	7	25	19	15	12
	May	5	46	61	20	26
2015	Dệt	39	78	34	43	34
	May	6	66	84	50	31

Nguồn: Tổng hợp của tác giả từ bộ điều tra doanh nghiệp 2011, 2013, 2016

Tuy nhiên, nếu tiếp cận từ góc độ ngành, có thể thấy công nghệ dệt được nhập khẩu từ Trung Quốc chiếm tỷ trọng lớn nhất trong nguồn gốc công nghệ được nhập khẩu. Đáng chú ý là công nghệ dệt được sản xuất ở Việt Nam được các doanh nghiệp dệt mua tăng cao (39 đơn vị máy móc thiết bị) năm 2015.

Trong ngành may, công nghệ của Nhật Bản vẫn chiếm vai trò áp đảo. Số máy móc thiết bị công nghệ nhập khẩu từ Nhật Bản ở mức cao và duy trì theo thời gian. Tuy nhiên, số lượng máy móc thiết bị công nghệ may nhập khẩu từ Trung Quốc và Hàn Quốc cũng dần tăng và có thể bắt kịp với số máy móc nhập khẩu từ Nhật Bản trong tương lai gần.

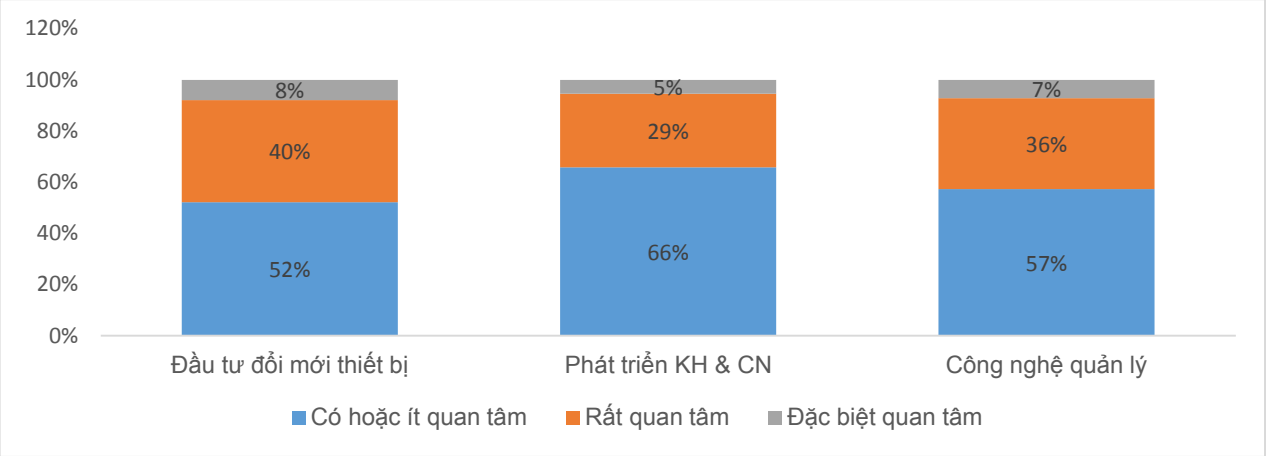
Khoảng cách thời gian từ lúc công nghệ ra đời cho đến khi được nhập khẩu

Có một thực tế là các doanh nghiệp dệt, may ở Việt Nam có xu hướng nhập khẩu công nghệ đã được sản xuất trong vòng 5 năm trở lại (tính tại thời điểm điều tra) và/hoặc nhập khẩu công nghệ ngay khi chúng mới được sản xuất ra. Chỉ có số ít doanh nghiệp nhập khẩu các công nghệ cũ, ra đời trên 5 năm.

Số lượng các doanh nghiệp nhập khẩu máy móc thiết bị ngay khi các máy móc thiết bị này mới ra đời, trong cả ngành dệt và ngành may, có sự biến động lớn, và không thể hiện rõ xu hướng. Trong năm 2013, số lượng các doanh nghiệp được phỏng vấn có nhập khẩu máy móc thiết bị công nghệ mới (ngay khi xuất hiện trên thị trường) chiếm tỷ trọng lớn nhất. Trong khi đó, tỷ trọng này thấp hơn tại thời điểm phỏng vấn 2010 và 2015. Việc nhập khẩu các máy móc, sau khi chúng ra đời một thời gian, có lẽ

giúp cho doanh nghiệp tiết kiệm một khoản đáng kể chi phí đầu tư nâng cấp máy móc thiết bị.

Mức độ quan tâm của doanh nghiệp đến hoạt động đổi mới công nghệ

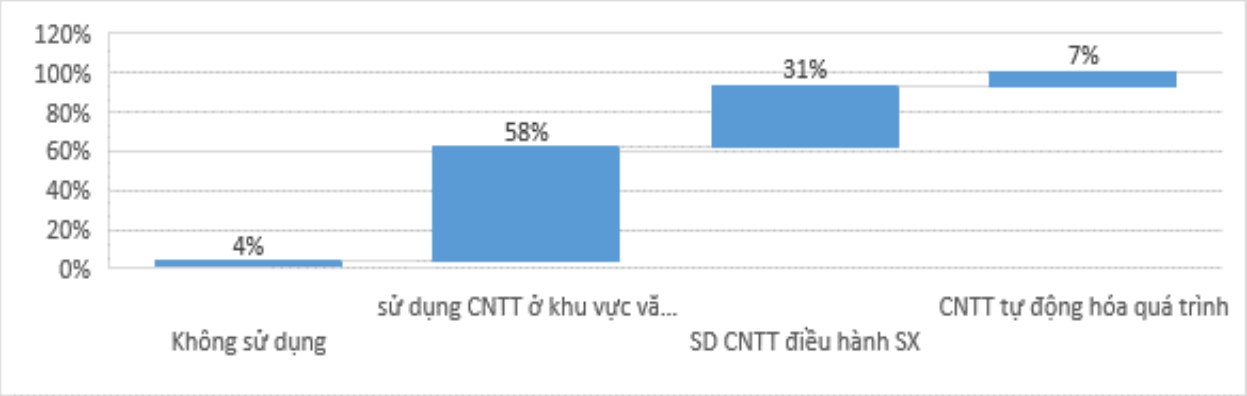


Hình 3.15. Mức độ quan tâm của doanh nghiệp đối với hoạt động KHCN

Nguồn: [57]

Theo kết quả điều tra của Viện năng suất Việt Nam, Công nghệ sản xuất của ngành dệt, may được các doanh nghiệp đánh giá là 2,8 trên điểm tối đa 5 điểm so với công nghệ dệt may trên thế giới. Trong số doanh nghiệp được điều tra, khoảng 20% doanh nghiệp đánh giá có công nghệ tiên tiến so với thế giới (đánh giá 4 điểm trở lên). Bên cạnh đó, chỉ có khoảng 5,4% doanh nghiệp dệt may có các hoạt động khoa học công nghệ (R&D). Việc phân bổ các nguồn lực con người và vốn cho hoạt động R&D ở mức thấp, khoảng 0,07% lao động cho hoạt động nghiên cứu và phát triển trong trong tổng số lao động của các doanh nghiệp được điều tra của Viện Năng suất Việt Nam (2016).

Bản thân các doanh nghiệp ít quan tâm đến đầu tư đổi mới thiết bị công nghệ hay ứng dụng công nghệ thông tin, nền tảng cho việc ứng dụng các thành tựu của CMCN 4.0 trong lĩnh vực dệt may. Các doanh nghiệp đã sử dụng công nghệ thông tin nhưng ở cấp độ thấp với 58% sử dụng công nghệ thông tin ở cấp độ văn phòng, 31% sử dụng công nghệ thông tin để điều hành sản xuất và 7% sử dụng công nghệ thông tin tự động hóa toàn bộ quá trình sản xuất.



Hình 3.16: Tình hình sử dụng công nghệ thông tin tại các doanh nghiệp dệt, may

Nguồn: [57]

Do đó, có thể thấy, yếu tố công nghệ đang tác động ít đến sự phát triển của doanh nghiệp dệt may.

3.2.1. Các yếu tố bên ngoài

Một, sự phát triển của mạng sản xuất và cụm liên kết ngành

Những năm trở lại đây, Chính phủ Việt Nam đã có những động thái tích cực trong chính sách phát triển các CLKN. Ngày 5/5/2014, Thủ tướng Chính phủ đã có Quyết định số 644/QĐ-TTg phê duyệt Đề án "Hỗ trợ DNNVV để phát triển các cụm liên kết ngành trong chuỗi giá trị khu vực nông nghiệp nông thôn". Tiếp đó, ngày 13/1/2015, Thủ tướng chính phủ ban hành Quyết định 32/QĐ-TTg Phê duyệt Chương trình đồng bộ phát triển và nâng cấp cụm ngành và chuỗi giá trị sản xuất các sản phẩm có lợi thế cạnh tranh: Điện tử và công nghệ thông tin; dệt may; chế biến lương thực thực phẩm, máy nông nghiệp; du lịch và các dịch vụ liên quan.

Theo Quyết định 32/QĐ-TTg, Chính phủ sẽ tập trung phát triển đồng bộ các cụm sản xuất liên ngành nhằm góp phần đẩy mạnh chuyển dịch cơ cấu, nâng cao hiệu quả và liên kết giữa các ngành, lĩnh vực, vùng kinh tế gắn với việc hình thành chuỗi giá trị sản xuất và nâng cao giá trị trong nước; phát huy lợi thế của từng vùng, chuyển đổi và hình thành cơ cấu vùng kinh tế hợp lý, đa dạng về ngành, nghề và trình độ phát triển với mục tiêu "Đồng bộ phát triển và nâng cấp cụm ngành và chuỗi giá trị sản xuất của các sản phẩm có lợi thế cạnh tranh thuộc năm ngành: Điện tử và công nghệ thông tin, dệt may, chế biến lương thực thực phẩm, máy nông nghiệp, du lịch và các dịch vụ liên quan".

Theo Bộ Công Thương, tính đến hết năm 2015, cả nước có hơn 600 cụm công nghiệp (CCN) đã đi vào hoạt động, thu hút được khoảng hơn 10.800 dự án đầu tư sản

xuất kinh doanh với tổng vốn đầu tư đăng ký khoảng 138.800 tỷ đồng. Cùng với đó, cả nước có hơn 300 khu công nghiệp (KCN) và 16 khu kinh tế (KKT). Mặc dù, các KCN và CCN ở Việt Nam chủ yếu được hình thành từ sáng kiến riêng của các địa phương và các mô hình này mới chỉ phát huy lợi thế quy mô tập trung về mặt địa lý, còn các liên kết kinh tế rất lỏng lẻo, nhưng chúng cũng đã có "dáng dấp" của CLKN [32].

Hầu hết các KCN và CCN kể trên đều thuộc loại CCN thông thường với mô hình tổ chức kiểu cụm liên kết mạng. Các CLKN này hình thành tự phát, phát triển không bền vững, kém năng động, liên hệ lỏng lẻo, đặc biệt có rất ít liên kết giữa các DN trong cụm với các doanh nghiệp và chủ thể kinh tế khác bên ngoài cụm.

Cụm ngành dệt may phân bố chủ yếu ở Vùng KTTĐ Phía Nam gồm Đồng Nai, TP. Hồ Chí Minh, Bình Dương, Long An, Tiền Giang và Vùng Đồng bằng Sông Hồng, đặc biệt ở Hưng Yên, Nam Định, Ngoại thành Hà Nội, Hải Dương, Hà Nam và Thái Bình

Trong số các CLKN loại CCN thông thường ở Việt Nam, cũng đã xuất hiện một số CLKN theo mô hình vệ tinh . Trong đó có ngành dệt may, thực hiện liên kết ngành và tham gia vào chuỗi giá trị toàn cầu nhưng chủ yếu do nhu cầu bắt buộc của thị trường. Ngành dệt may, tham gia phần gia công, chế biến nguyên vật liệu được thực hiện trong nước đạt được 20-30%, phần thực hiện ở nước ngoài tới 70 - 80% do nhập khẩu nguyên vật liệu. Cụm dệt may ở khu vực TP. Hồ Chí Minh là một ví dụ cho trường hợp này.

Như vậy, CLKN theo lý thuyết sẽ có tác dụng lớn đối với việc nâng cao sức cạnh tranh cho doanh nghiệp thông qua việc cắt giảm chi phí cho doanh nghiệp. Tuy nhiên ở Việt Nam, yếu tố này chưa mang lại nhiều tác động tích cực cho doanh nghiệp dệt may.

Hai, hạ tầng cơ sở

Đối với hạ tầng giao thông, Việt Nam đã và đang phát triển các trục giao thông bắc nam, các tuyến cao tốc tại khu vực đồng bằng sông Hồng và vùng Đông Nam Bộ. Sự phát triển đó tạo nên môi trường thuận lợi cho các doanh nghiệp, không chỉ trong lĩnh vực dệt may. Chính vì vậy, đa số các doanh nghiệp có xu hướng tập trung ở hai vùng này.

Về hạ tầng viễn thông: Việt Nam đã xây dựng được một hạ tầng hiện đại ngang tầm với nhiều nước trên thế giới. Việt Nam đã kết nối với nhiều tuyến cáp quang biển

quốc tế: AAG, SMW3, IA, APG và AAE-1; Tốc độ kết nối Internet trung bình đạt 9,5 Mbps, xếp hạng 58 trên thế giới; Việt Nam hiện có hơn 400.000 tên miền ".vn", khẳng định thành tựu phát triển mạnh mẽ của Internet…

Tính tới hết ngày 30/6/2017, Việt Nam đã có 64 triệu người dùng Internet, tương ứng với 67% dân số cả nước. Sau hơn 20 năm, Việt Nam là quốc gia có hạ tầng viễn thông 2G, 3G, 4G phủ sóng trên cả nước với hệ thống hơn 150.000 trạm BTS. Tỷ lệ người dùng di động đạt hơn 128 triệu thuê bao, trong đó có hơn 36,2 triệu thuê bao băng rộng di động và gần 11 triệu thuê bao Internet. Bên cạnh đó còn hình thành nên một thế hệ doanh nghiệp công nghệ lớn mạnh như VNPT, Viettel, MobiFone, FPT, VNG, VCCorp, CMC, NetNam… làm chủ công nghệ mới, tạo ra những ngành công nghiệp nội dung số lớn mạnh tại Việt Nam [132].

Tuy nhiên, theo đánh giá của Bộ công thương &UNDP (2019) thì hạ tầng viễn thông còn nhiều bất cập, điển hình là tốc độ đường truyền mạng Internet của Việt Nam chưa đạt được tốc độ tối ưu, lại thường xảy ra các sự cố đứt cáp viễn thông quốc tế, gây ảnh hưởng lớn đối với doanh nghiệp ứng dụng công nghệ và hoạt động đối với đối tác nước ngoài. Đặc biệt trong xu hướng ngày càng nhiều các dịch vụ và giao dịch của doanh nghiệp ứng dụng công nghệ điện toán đám mây, thì sự phụ thuộc của các doanh nghiệp vào đường truyền Internet lớn hơn bao giờ hết.

Về hạ tầng xử lý chất thải, nước thải: Những hiệp định thương mại tự do mà Việt Nam ký kết cũng đều có rào cản về môi trường, phát triển bền vững, phát triển xanh. Điều này đòi hỏi DN phải nỗ lực cải thiện không chỉ về chất lượng sản phẩm mà cả quá trình sản xuất ra sản phẩm.

Hoạt động sản xuất của ngành dệt, may bao gồm nhiều công đoạn và tùy thuộc vào mỗi công đoạn sản xuất mà phát sinh ra nhiều dạng ô nhiễm như: bụi, tiếng ồn, nhiệt dư, chất thải rắn, khí thải và nước thải. Vấn đề môi trường mà ngành dệt may Việt Nam đang gặp nhiều khó khăn đó chính là nước thải. Trong hầu hết các công đoạn của quá trình nhuộm và hoàn tất đều phát sinh nước thải, thành phần nước thải thường không ổn định, thay đổi theo loại nguyên liệu, loại thuốc nhuộm, loại hóa chất, chất trợ, quy trình công nghệ…Ngành dệt may đang có cơ hội thu hút nguồn lực đầu tư lớn từ nước ngoài. Tuy nhiên, đứng trước nỗi lo về các hệ lụy môi trường mà các nhà máy dệt nhuôm gây ra đã khiến nhiều địa phương thẳng thừng từ chối các dự án trị giá hàng tỉ đô la đầu tư vào lĩnh vực này.

Mặc dù các văn bản pháp luật đã quy định, các công ty dệt nhuộm phải có hệ thống xử lý chất thải đáp ứng các quy chuẩn môi trường, nước thải trước khi xả ra môi trường phải đạt tiêu chuẩn cho phép nhưng rất ít công ty đạt được. Bởi để đạt được tiêu chuẩn này, nhà máy xử lý nước thải phải hiện đại và có công suất đủ lớn. Trong khi đó, áp lực tiết giảm chi phí khiến một số doanh nghiệp chỉ vận hành hệ thống xử lý nước thải mang tính đối phó khi cơ quan chức năng tới kiểm tra. Hệ quả là đã có rất nhiều các công ty trong lĩnh vực dệt nhuộm vi phạm các quy định của pháp luật trong việc bảo vệ môi trường.

Ba, chính sách phát triển ngành dệt may Việt Nam

Bên cạnh khung khổ pháp lý chung cho hoạt động của các ngành kinh tế như: Hiến pháp; các bộ luật như: Luật doanh nghiệp, Luật đầu tư, Luật thuế thu nhập doanh nghiệp, Luật thuế giá trị gia tăng; chiến lược phát triển kinh tế xã hội … Ngành dệt may còn chịu ảnh hưởng bởi một khung khổ pháp lý đặc thù như : Chiến lược, quy hoạch phát triển ngành, chính sách đào tạo nguồn nhân lực ngành dệt may, chính sách tiền lương và một số chính sách đặc thù khác. Trong khuôn khổ luận án này, NCS chỉ đánh giá, phân tích những chính sách có hiệu lực trong giai đoạn từ 2007-2018 và có liên quan trực tiếp đến ngành dệt may Việt Nam.

Thứ nhất, Về chiến lược; quy hoạch phát triển ngành dệt may

Ngày 14/3/2008 (Quyết định số 36/2008/QĐ-TTg) Thủ tướng chính phủ ban hành "Chiến lược phát triển ngành công nghiệp Dệt may Việt Nam đến năm 2015, định hướng 2020" với mục tiêu là: Phát triển ngành dệt may trở thành một trong những ngành công nghiệp trọng điểm, mũi nhọn về xuất khẩu; 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.

Để cụ thể hóa chiến lược phát triển ngành công nghiệp Dệt May, ngày 19/11/2018, Quy hoạch phát triển ngành công nghiệp dệt, may Việt Nam đến năm 2015, định hướng đến 2020 được ban thành theo quyết định số 42/2008/QĐ-BCT và Quy hoạch phát triển ngành công nghiệp Dệt May Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn 2030 được ban hành theo quyết định số 3218/QĐ-BCT ngày 11/4/2014.

Việc xây dựng chiến lược và quy hoạch phát triển đã tạo dựng một định hướng phát triển toàn diện và bền vững cho ngành dệt may. Với quan điểm phát triển theo hướng chuyên môn hóa, hiện đại hóa cùng các giải pháp về thị trường, đầu tư; khoa

học công nghệ, cung ứng nguyên phụ liệu; tài chính, nhân lực đã thúc đẩy sự phát triển về chất và lượng các sản phẩm dệt, may giai đoạn 2010-2018, tạo điều kiện cho ngành dệt may tăng trưởng nhanh, ổn định và hiệu quả; gia tăng kim ngạch xuất khẩu và đáp ứng ngày càng cao nhu cầu tiêu dùng trong nước; tạo nhiều việc làm cho xã hội; tham gia vào chuỗi giá trị dệt may toàn cầu.

Tuy nhiên, theo nhiều chuyên gia thì Quy hoạch phát triển ngành dệt may hiện tại đã trở nên lỗi thời, phát sinh nhiều bất cập và cần thiết phải điều chỉnh lại trong bối cảnh mới.

Thứ hai, Về đào tạo nguồn nhân lực cho ngành dệt may, ngày 23/10/2018 Bộ trưởng Bộ Công thương đã ban hành QĐ số 39/2008/QĐ-BCT về "Chương trình đào tạo nguồn nhân lực cho ngành Dệt May Việt Nam đến 2015, tầm nhìn 2020" với mục tiêu: (1), Xây dựng được đội ngũ cán bộ quản lý, điều hành có chất lượng đáp ứng yêu cầu hội nhập. (2). Đảm bảo 70% lực lượng lao động dệt may được qua đào tạo chính qui, trong đó 20% lao động kỹ thuật có trình độ theo hướng chuyên môn hóa, có kỹ năng nghề thuần thục, đáp ứng nhu cầu sử dụng lao động của các doanh nghiệp dệt may.

Các chương trình đào tạo, bồi dưỡng cụ thể cũng được đưa ra như: Chương trình đào tạo cán bộ quản lý cấp cao; chương trình đào tạo cán bộ lãnh đạo doanh nghiệp; chương trình đào tạo cán bộ nguồn; chương trình đào tạo cán bộ quản lý trong các đơn vị thuộc doanh nghiệp; chương trình đào tạo cán bộ chuyên môn nghiệp vụ chuyên ngành; chương trình đào tạo công nhân kỹ thuật; củng cố hệ thống đào tạo chuyên ngành dệt may…

Chương trình đào tạo này cũng là một văn bản chính sách nhằm cụ thể hóa nội dung phát triển nguồn nhân lực trong chiến lược phát triển ngành công nghiệp Dệt May Việt Nam đến năm 2015, định hướng đến năm 2020. Việc thực hiện chương trình này đã mang lại nhiều kết quả tốt. Nhiều trường đại học đã tổ chức giảng dạy, đào tạo về may mặc như: Trường đại học công nghiệp Hà Nội, Cao đẳng công nghiệp dệt may thời trang TP.HCM, Đại học công nghiệp TP.HCM; Đại học công nghiệp dệt may Hà Nội… Từ đó, tỷ lệ lao động có trình độ đại học, cao đẳng cũng tăng lên. Tổng cục thống kê, lao động có trình độ đại học,cao đẳng trong ngành Dêt May tính đến năm 2016 khoảng 119.671 người trong đó khoảng 57.183 người là đại học [123].

Năm 2014, Chính phủ đã ban hành quyết định số 288/QĐ-TTg về việc hỗ trợ kinh phí đào tạo cho lao động Vinatex. Theo quyết định này, Chính phủ hỗ trợ 65.569

triệu đồng cho Vinatex từ nguồn chi sự nghiệp giáo dục đào tạo thuộc ngân sách trung ương năm 2014 để đào tạo nguồn nhân lực dệt may 2014.

Thứ ba, về chính sách ưu đãi tín dụng khuyến khích đổi mới công nghệ

Tiếp cận tài chính được coi là một trở ngại hàng đầu đối với doanh nghiệp nói chung và doanh nghiệp dệt, may nói riêng để tiến hành đổi mới công nghệ trong bối cảnh CMCN 4.0. Cho đến nay, khung chính sách, pháp luật về tín dụng và hỗ trợ tín dụng đối với doanh nghiệp (đặc biệt đối với các DNNVV) đang từng bước được hoàn thiện theo hướng tạo thuận lợi hơn nhằm tháo gỡ khó khăn cho doanh nghiệp.

Về nguyên tắc, doanh nghiệp đầu tư đổi mới công nghệ có thể tiếp cận đến các nguồn vốn tín dụng sau: (1), Nguồn từ các ngân hàng thương mại; (2), nguồn từ các chương trình ưu đãi tài chính từ các Quỹ khoa học và công nghệ; (3), nguồn của các chương trình, dự án tín dụng được xây dựng và triển khai trên thực tế; (4), Nguồn từ Chương trình bảo lãnh vay vốn cho dự án sử dụng năng lượng tiết kiệm và hiệu quả tại các DNNVV từ Quỹ Phát triển khoa học vàcông nghệ quốc gia.

Đối với DNNVV có thể tiếp cận 1 trong 3 chương trình hỗ trờ tài chính chủ yếu của Nhà nước, bao gồm: (1), Bảo lãnh tín dụng cho DNVVN thông qua Ngân hàng Phát triển Việt Nam; (2), Quỹ bảo lãnh tín dụng dành cho DNVVN, và (3), Quỹ Phát triển DNVVN.

Trong thời gian qua nhà nước đã ban hành nhiều chính sách để khuyến khích doanh nghiệp đổi mới công nghệ. Tuy nhiên, theo báo cáo của WEF năm 2018 về tính sẵn sàng của các nền kinh tế trước CMCN 4.0, chỉ số về Công nghệ và đổi mới của Việt nam ở mức thấp nhất với 3,1/10 điểm, đầu tư cho R&D chỉ chiếm 0,2% GDP, xếp hạng 82/100 nền kinh tế, mức đầu tư này là quá thấp và sẽ không tạo hiệu quả lớn trong bối cảnh nghiên cứu công nghệ của CMCN 4.0 đang phát triển mạnh như hiện nay. Một số nghiên cứu đi trước đã chỉ ra rằng, mặc dù có chính sách tốt, nhưng quá trình thực thi còn nhiều hạn chế, ảnh hưởng đến việc khuyến khích doanh nghiệp đổi mới công nghệ (Dương Thị Ninh, 2007; Nguyễn Việt Hòa, 2011). Hay những cứng nhắc trong khung chính sách lại trở thành rào cản trong việc đảm bảo nguồn vốn cho đổi mới, nâng cấp máy móc thiết bị công nghệ (Lê Phương, 2016). UNDP & Bộ Công thương (2019) thì cho rằng các gói ưu đãi tín dụng hay hỗ trợ tài chính (về nâng cấp công nghệ, R&D và ứng dụng công nghệ 4.0) của Nhà nước đều không hiệu quả, lý do chính là vì thủ tục

giải ngân rất khó khăn, khiến doanh nghiệp có năng lực không muốn tiếp cận vì chi phí cơ hội đối với họ là quá lớn so với ưu đãi mà họ được nhận [53].

Theo kết quả điều tra về tình hình sử dụng công nghệ của doanh nghiệp trong ngành chế biến chế tạo, trong giai đoạn từ 2014-2017 chỉ có chỉ có 5% doanh nghiệp thực hiện các hoạt động đổi mới công nghệ, đa số sử dụng nguồn vốn của bản thân doanh nghiệp. Đặc biệt là nhóm doanh nghiệp nhỏ, siêu nhỏ và vừa.

Việc thành lập Quỹ hỗ trợ không được hình thành ở nhiều địa phương, nhất là ở các địa phương không có khả năng cân đối ngân sách, chịu sự phụ thuộc của ngân sách trung ương hàng năm. Mặc dù có rất nhiều chính sách hỗ trợ doanh nghiệp thông qua các quỹ như quỹ phát triển doanh nghiệp vừa và nhỏ, quỹ bảo lãnh tín dụng ... Tuy nhiên, thực tiễn triển khai ở các địa phương không được thực hiện, vì không có vốn đối ứng để thành lập quỹ.

Ngay cả với các địa phương có thể thành lập được các quỹ cho doanh nghiệp vay theo các chính sách nói trên, vốn điều lệ thấp nên khó có thể đáp ứng nhu cầu vay vốn của nhiều doanh nghiệp. Ví dụ: Chương trình hỗ trợ DNVVN đổi mới sáng tạo năm 2016 của quỹ phát triển DNVVN chỉ có 100 tỷ như là tổng hạn mức tín dụng, và hạn mức này giảm dần sau mỗi lần giải ngân.

Thứ tư, về phát triển công nghiệp hỗ trợ cho ngành dệt may

Nhà nước cũng đã ban hành nhiều chính sách hỗ trợ ngành công nghiệp hỗ trợ phát triển. Cụ thể, năm 2007, Bộ Công nghiệp (nay là Bộ Công Thương) đã ban hành Quyết định số 34/2007/QĐ-BCN phê duyệt Quy hoạch phát triển CNHT đến năm 2010, tầm nhìn đến năm 2020; Năm 2011, Thủ tướng Chính phủ ban hành Quyết định số 12/2011/QĐ-TTg về phát triển một số ngành CNHT. Quyết định này nêu rõ, Việt Nam khuyến khích và tạo điều kiện cho các tổ chức, cá nhân trong và ngoài nước đầu tư phát triển CNHT. Cùng với đó, năm 2011, Thủ tướng Chính phủ ban hành Quyết định số 1483/QĐ-TTg ngày 26/8/2011 ban hành Danh mục sản phẩm CNHT ưu tiên phát triển và Quyết định số 1556/QĐ-TTg ngày 17/10/2012 về phê duyệt Đề án "Trợ giúp phát triển doanh nghiệp nhỏ và vừa (DNNVV) trong lĩnh vực CNHT"… Hướng dẫn Quyết định số 12/2011/ QĐ-TTg, Bộ Tài chính đã ban hành Thông tư số 96/2011/TT-BTC quy định chi tiết về các chính sách ưu đãi về thuế xuất khẩu, thuế nhập khẩu; về vay vốn tín dụng đầu tư phát triển của Nhà nước; về các chính sách trợ giúp tài chính theo quy định về trợ giúp phát triển DNNVV; chính sách đối với dự án

sản xuất sản phẩm CNHT cho phát triển công nghiệp công nghệ cao. Theo đó, hàng loạt ưu đãi về thuế xuất khẩu, thuế nhập khẩu đã được áp dụng đối với các DN, chủ đầu tư hoạt động trong lĩnh vực CNHT.

Bên cạnh đó, để tiếp tục hoàn thiện hành lang pháp lý, tạo thuận lợi hơn cho ngành CNHT phát triển, năm 2014, Quốc hội đã thông qua Luật số 71/2014/QH13 sửa đổi bổ sung một số điều của các Luật về thuế. Theo đó, Luật đã đưa ra các quy định về ưu đãi cao nhất về thuế TNDN (thuế suất 10% trong vòng 15 năm, miễn 4 năm và giảm 50% số thuế phải nộp trong 9 năm kể từ khi có thu nhập chịu thuế) cho Dự án đầu tư sản xuất sản phẩm CNHT.

Ngày 03/11/2015 Chính phủ ban hành nghị định số 111/2015/NĐ-CP về phát triển công nghiệp hỗ trợ. Nghị định này quy định về các chính sách hỗ trợ, chính sách ưu đãi nhằm phát triển công nghiệp hỗ trợ.

Trong đó, các sản phẩm công nghiệp hỗ trợ của ngành dệt may được ưu tiên phát triển bao gồm: Xơ thiên nhiên; xơ tổng hợp; sợi dệt kim, sợi dệt thoi; vải (vải kỹ thuật, vải không dệt, vải dệt kim, vải dệt thoi); chỉ may; hóa chất, chất trơ, thuốc nhuộm phục vụ ngành nhuộm hoàn tất vải; phụ liệu ngành may (cúc, mex, khóa kéo, băng chun).

Các chính sách hỗ trợ bao gồm: hỗ trợ nghiên cứu và phát triển; ứng dụng và chuyển giao công nghệ; phát triển nguồn nhân lực; hợp tác quốc tế về công nghiệp hỗ trợ; hỗ trợ phát triển thị trường; hình thanh trung tâm phát triển công nghiệp hỗ trợ;

Các chính sách ưu đãi với công nghiệp hỗ trợ đối với các dự án sản xuất công nghiệp hỗ trợ bao gồm: các ưu đãi chung về thuế thu nhập doanh nghiệp, thuế nhập khẩu; thuế giá trị gia tăng, tín dụng theo các Luật thuế xuất khẩu, thuế nhập khẩu. Đối với các doanh nghiệp vừa và nhỏ, ngoài các ưu đãi chung còn được vay đối đa 70% vốn đầu tư tại các tổ chức tín dụng; được miễn, giảm tiền thuê đất, thuê mặt nước theo quy định về Luật đất đai.

Nhìn chung, Chính phủ có những đổi mới về chính sách nhằm hỗ trợ doanh nghiệp phát triển về công nghiệp hỗ trợ nhằm hoàn thiện chuỗi cung ứng dệt may trong nước, chủ động về nguyên vật liệu. Tuy nhiên, doanh nghiệp vẫn gặp nhiều khó khăn trong việc tiếp cận các chính sách hỗ trợ của nhà nước. Theo Phạm Thái Hà (2017): Cơ chế hỗ trợ về thuế theo Quyết định 12/2011/QĐ-TTg là cơ chế xin ưu đãi theo đề xuất của DN khiến các DN CNHT gặp không ít khó khăn trong xin ưu đãi. Ngay cả khi Nghị định số 111/2015/NĐ-CP ngày 3/11/2015 về phát triển CNHT được ban hành cùng với

Thông tư số 21/2016/TT- BTC hướng dẫn về khai thuế giá trị gia tăng và ưu đãi thuế thu nhập DN theo quy định tại Nghị định 111/2015/NĐ-CP ngày 3/11/2015 của Chính phủ về phát triển CNHT nhưng vẫn "vướng"cơ chế xác nhận ưu đãi được quy định tại Thông tư 55/TT-BCT của Bộ Công thương quy định trình tự, thủ tục xác nhận ưu đãi và hậu kiểm ưu đãi đối với dự án sản xuất sản phẩm công nghiệp hỗ trợ thuộc danh mục sản phẩm CNHT ưu tiên phát triển. Hiện nay, một số chương trình, hoạt động hỗ trợ DN đã được triển khai theo các chương trình riêng lẻ, thiếu sự liên kết và hỗ trợ lẫn nhau. Chương trình hành động phát triển CNHT cấp quốc gia chưa được xây dựng và cũng không có nguồn kinh phí thường xuyên để hỗ trợ các chương trình liên quan [11].

Thứ năm, về tăng cường năng lực tiếp cận CMCN 4.0

Nhận thức về tầm quan trọng của đổi mới sáng tạo công nghệ theo CMCN 4.0 dường như đã được quán triệt và triển khai nhanh chóng ở các cấp cao nhất của Đảng và Nhà nước, thể hiện ở Chỉ thị số 16/CT-TTg ngày 4/5/2017 của Thủ tướng Chính phủ về việc tăng cường năng lực tiếp cận cuộc Cách mạng công nghiệp lần thứ 4, trong đó đã cụ thể hóa những nhiệm vụ, giải pháp ưu tiên, đồng thời phân công trách nhiệm thực hiện cho từng Bộ, ngành, địa phương và đơn vị có liên quan.; và Nghị quyết số 23-NQ/TW ngày 22/3/2018 của Ban Chấp hành TW Đảng về định hướng xây dựng chính sách phát triển công nghiệp quốc gia đến năm 2030 tầm nhìn 2045.

Trong chỉ thị 16 có nêu giải pháp Nghị quyết số 19-2017/NQ-CP ngày 06 tháng 02 năm 2017, số 35/NQ-CP ngày 16 tháng 5 năm 2016 và số 36a/NQ-CP ngày 14 tháng 10 năm 2015 của Chính phủ nhằm cải thiện môi trường cạnh tranh kinh doanh để thúc đẩy sự phát triển của doanh nghiệp, tạo điều kiện cho doanh nghiệp nhanh chóng hấp thụ và phát triển được các công nghệ sản xuất mới. Tuy nhiên cho đến nay, các bộ ngành vẫn chưa quyết liệt hoặc quyết tâm không đồng đều triển khai nhiệm vụ trong nghị quyết 19, kết quả thấp hơn nhiều so kỳ vọng (báo cáo của Bộ Kế hoạch và Đầu tư 2018) [129]. Đối với việc thực hiện Nghị quyết 35 của Chính phủ, theo Tổ công tác của Thủ tướng Chính phủ (2018) nhiều bộ vẫn chưa quyết liệt trong việc cắt giảm điều kiện kinh doanh, thủ tục hành chính để Thủ tướng phải nhắc nhở. Trong đó có nhiều bộ thậm chí chưa đề xuất cắt giảm bất kỳ điều kiện kinh doanh hay thủ tục kiểm tra chuyên ngành nào.

Một số chính sách khác có liên quan đến việc hỗ trợ doanh nghiệp đổi mới sáng tạo trong bối cảnh CMCN 4.0 như Luật sở hữu trí tuệ và nhóm chính sách về an ninh mạng và an ninh kết nối.

Luật SHTT đã phát huy vai trò to lớn trong việc tạo hành lang pháp lý cho các tổ chức, cá nhân xác lập, khai thác và bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ , tạo môi trường kinh doanh lành mạnh cho hoạt động sản xuất - kinh doanh, góp phần khuyến khích hoạt động sáng tạo, đẩy mạnh chuyển giao công nghệ, thu hút đầu tư nước ngoài, thúc đẩy sự phát triển kinh tế - xã hội của đất nước. Tuy nhiên, nhiều quy định trong Luật Sở hữu trí tuệ không còn phù hợp với điều kiện kinh tế - xã hội hiện tại, trong bối cảnh hội nhập quốc tế các Hiệp định Thương mại tự do thế hệ mới cũng như cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 đã và đang đến gần [131].

Tại Việt Nam nhóm chính sách về an ninh mạng và an ninh kết nối hiện tập trung chủ yếu ở các Luật Bộ luật Dân sự, Hình sự, Luật Công nghệ thông tin, Luật An toàn thông tin mạng, Luật Viễn thông, Luật Giao dịch điện tử, Nghị định 72/2013/NĐ-CP về quản lý, cùng cấp, sử dụng dịch vụ internet và một số văn bản khác. Tuy nhiên, về nội dung các quy định này còn nhiều điểm chưa hợp lý và còn nhiều nội dung còn thiếu chưa đáp ứng được yêu cầu thực tế nhất là trong bối cảnh của cách mạng công nghiệp 4.0.. Hiện Việt Nam chưa có quy định cụ thể và rõ ràng về việc thu thập thông tin cá nhân do đó thông tin cá nhân có nguy cơ cao không an toàn, bên cạnh đó các quy định chế tài đối với việc thu thập thông tin cá nhân còn thiếu và chưa nghiêm khắc. Chính do còn thiếu các quy định về an ninh mạng và an toàn kết nối do đó mà chỉ số an ninh mạng của Việt Nam năm 2017 do Liên hiệp Viễn thông quốc tế xếp hạng chỉ ở mức 101/193 nước. Chỉ số này của Việt Nam thấp hơn so với nhiều nước trong khu vực Đông Nam Á với cùng hoặc thấp hơn trình độ phát triển của Việt Nam ví dụ như Indonesia (70), Lào (77), Campuchia (92), Myanmar (100) (Bộ công thương, 2018).

Mới đây, ngày 27/9/2019 Bộ Chính trị đã ban hành Nghị quyết số 52-NQ/TW về một số chủ trương, chính sách chủ động tham gia cuộc CMCN lần thứ tư. Trong đó, xác định mục tiêu : Tận dụng có hiệu quả các cơ hội do cuộc Cách mạng công nghiệp lần thứ tư đem lại để thúc đẩy quá trình đổi mới mô hình tăng trưởng, cơ cấu lại nền kinh tế gắn với thực hiện các đột phá chiến lược và hiện đại hoá đất nước; phát triển mạnh mẽ kinh tế số; phát triển nhanh và bền vững dựa trên khoa học-công nghệ, đổi

mới sáng tạo và nhân lực chất lượng cao; nâng cao chất lượng cuộc sống, phúc lợi của người dân; bảo đảm vững chắc quốc phòng, an ninh, bảo vệ môi trường sinh thái. Đồng thời đề xuất một số chủ trương chính sách chủ động tham gia cuộc CMCN 4.0.

Theo điều tra khảo sát của tác giả làm việc với một số doanh nghiệp dệt may năm 2017, hay theo kết quả điều tra khảo sát của Viện Năng suất, thể chế là yếu tố quan trọng, tác động tới sự phát triển của doanh nghiệp dệt may Việt Nam. Vấn đề bức xúc nhất là các chính sách liên quan đến tiền lương tối thiểu và do đó đến chi phí bảo hiểm xã hội doanh nghiệp phải chịu.

Hộp 3.2: Phản hồi của doanh nghiệp về tiếp cận chính sách của doanh nghiệp

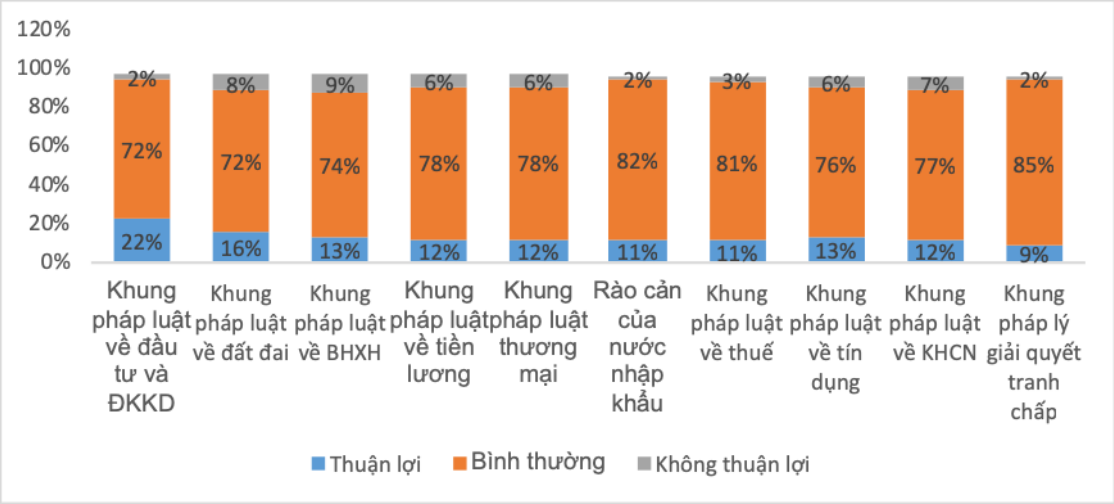
Bà Quách Kim Hồng – Giám đốc công ty TNHH may công nghiệp - Thương mại Trường Vinh: Các chính sách của nhà nước trong việc hỗ trợ doanh nghiệp còn mang tính hình thức, chưa hỗ trợ được nhiều cho các doanh nghiệp vừa và nhỏ, chưa tạo được niềm tin cho doanh nghiệp.

Ông Trần Việt Hải – Giám đốc công ty TNHH may mặc Việt Huy: Doanh nghiệp nhỏ còn gặp nhiều khó khăn trong việc tiếp cận vốn vay của ngân hàng. Việc hỗ trợ tìm kiếm thông tin thị trường từ phía nhà nước cũng còn nhiều hạn chế vì vậy doanh nghiệp phải chủ động tìm kiếm thị trường thông qua những mối quan hệ cá nhân. Bên cạnh đó, việc điều chỉnh lương cơ bản liên tục gây khó khăn cho doanh nghiệp trong việc trả lương và nộp bảo hiểm cho công nhân.

Ông Bùi Văn Tiến – Giám đốc công ty cổ phần may Việt Tiến: Mặc dù, ngành dệt may là ngành xuất khẩu chủ lực. Tuy nhiên, Chính phủ chưa có chính sách cụ thể ưu đãi cho các doanh nghiệp dệt may, đặc biệt là các doanh nghiệp tư nhân. Doanh nghiệp phải tự chủ động đoán tình hình để duy trì sản xuất kinh doanh.

Các chính sách về tiền lương; bảo hiểm y tế còn nhiều bất cập gây khó khăn cho doanh nghiệp

Nguồn: Kết quả phỏng vấn sâu của NCS năm 2017



Hình 3.17: Những ý kiến của doanh nghiệp ngành dệt may về khung pháp lý

Nguồn : [57]

Các vấn đề nổi bật mà doanh nghiệp ngành dệt may quan tâm từ sự hỗ trợ của Nhà nước, đó là: Hỗ trợ xúc tiến thị trường, sản phẩm; ưu đãi về thuế nói chung. Trong khi đó, theo doanh nghiệp đánh giá, những hỗ trợ không có tác động nhiều đối với nâng cao năng suất doanh nghiệp đó là: Tài trợ nghiên cứu khoa học và ưu đãi tín dụng khoa học công nghệ, Ưu đãi tín dụng cho khoa học và công nghệ; Cung cấp thông tin về khoa học và công nghệ.

Như vậy, các chính sách phát triển ngành dệt may cũng như các chính sách chung liên quan tới việc tăng cường năng lực của doanh nghiệp tiếp cận với CMCN 4.0 còn nhiều vấn đề cần phải cải thiện cả về nội dung cũng như cơ chế thực thi để khắc phục các nhược điểm chính sách, tạo niềm tin cho doanh nghiệp, các nhà đầu tư có những quyết định đầu tư lâu dài, đặc biệt là đầu tư cho nghiên cứu và ứng dụng khoa học công nghệ trong đó có công nghệ số trong cuộc CMCN 4.0.

3.3. Các vấn đề phát triển của doanh nghiệp dệt may Việt Nam

3.3.1. Có sự gia tăng về số lượng, nhưng chưa có sự gia tăng về quy mô doanh nghiệp.

Với thực tế phát triển tập trung vào số lượng trong những năm gần đây, và xuất phát điểm chủ yếu là các doanh nghiệp quy mô nhỏ và siêu nhỏ, quy mô bình quân một doanh nghiệp dệt may Việt Nam còn nhỏ. Với đặc thù của ngành may (thâm dụng lao động) và ngành dệt (thâm dụng vốn), quy mô nhỏ của doanh nghiệp dệt may Việt Nam phản ánh những khó khăn trong việc huy động các nguồn lực bổ sung cho việc phát triển doanh nghiệp, nhất là huy động vốn cho phát triển doanh nghiệp. Với quy

mô nhỏ, doanh nghiệp sẽ mất nhiều thời gian để tích luỹ vốn để tái đầu tư với mục tiêu mở rộng sản xuất đến quy mô tối ưu như đặc điểm kinh tế-kỹ thuật của ngành dệt may quy định.

Với quy mô giới hạn ở mức nhỏ và siêu nhỏ, tiềm năng tạo việc làm cho nền kinh tế, thúc đẩy nhanh quá trình chuyển dịch lao động từ khu vực nông nghiệp sang khu vực công nghiệp vẫn chưa được phát huy.

3.3.2. Sự phát triển của doanh nghiệp dệt may bị hạn chế do mất cân đối cơ cấu doanh nghiệp.

Mất cân đối cơ cấu theo quy mô là vấn đề phát triển thứ hai. Nếu như vấn đề thứ nhất ảnh hưởng đến sự phát triển của từng doanh nghiệp, thì vấn đề thứ hai liên quan đến sự hợp tác phát triển của các doanh nghiệp dựa trên phân công lao động trong ngành (theo cách tiếp cận công nghiệp chính và công nghiệp hỗ trợ).

Sự mất cân đối giữa các nhóm (a) doanh nghiệp lớn, (b) doanh nghiệp vừa và (c) doanh nghiệp nhỏ và siêu nhỏ; trong đó thiếu vắng nhóm doanh nghiệp vừa dẫn tới những hạn chế trong hoạt động liên kết phát triển, giữa các doanh nghiệp. Điều này ảnh hưởng đến khả năng/năng lực cắt giảm chi phí sản xuất, chia sẻ nguồn lực phát triển giữa các doanh nghiệp. Thiếu vắng sự hợp tác cũng ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp dệt may Việt Nam trong quan hệ cạnh tranh/hợp tác với các doanh nghiệp sở hữu 100% vốn nước ngoài. Đây là một phần nguyên nhân của vấn đề thứ ba dưới đây.

3.3.3. Các doanh nghiệp dệt may Việt Nam phụ thuộc nguyên liệu đầu vào nhập khẩu.

Một trong những vấn đề phát triển của doanh nghiệp dệt may Việt Nam là sự phụ thuộc đối với nguyên liệu đầu vào nhập khẩu.

Ngành trồng bông và kéo sợi là lĩnh vực quan trọng đối với ngành dệt may truyền thống, đảm bảo cho sự phát triển của các công đoạn tiếp theo trong chuỗi sản xuất/chuỗi giá trị dệt may. Trong trường hợp Việt Nam, do không có lợi thế so sánh với các nền kinh tế khác như Trung Quốc hay Mỹ, hay Châu Phi, - sản xuất bông thường dựa trên hiệu quả theo quy mô, đòi hỏi diện tích đất rộng từ vài chục đến vài trăm hecta. Trong khi Việt Nam khan hiếm đất đai có điều kiện thổ nhưỡng tự nhiên phù hợp với cây bông. Việc phụ thuộc vào nguồn nguyên vật liệu đầu vào truyền thống của các doanh nghiệp dệt may là một trong những yếu tố ảnh hưởng đến quá

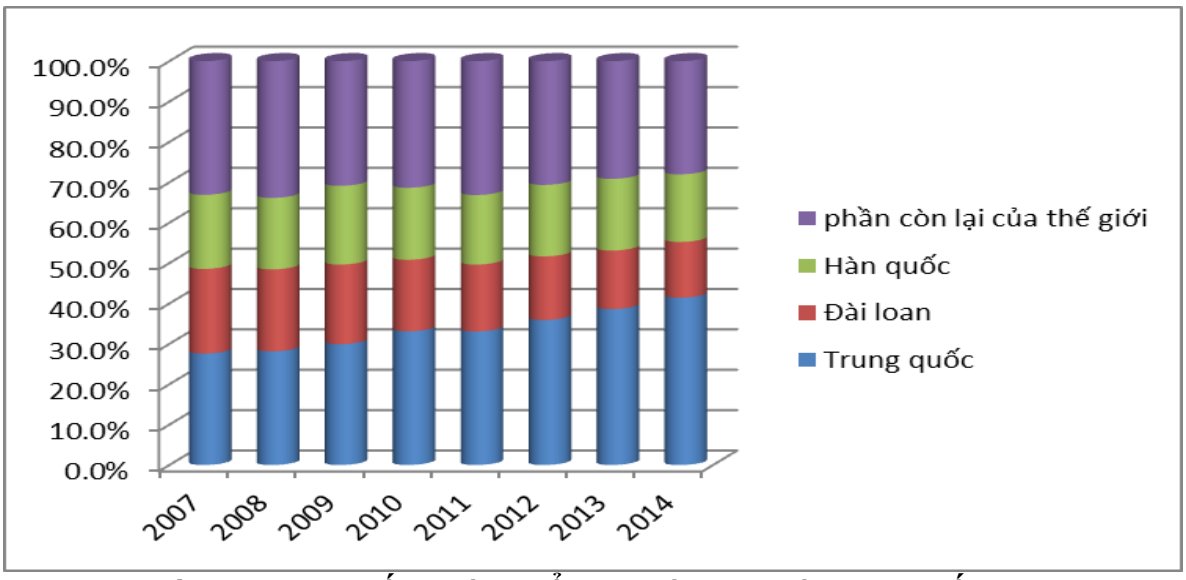
trình sản xuất kinh doanh, kế hoạch kinh doanh và chi phí cũng như năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp dệt may Việt Nam.

Mặc dù các doanh nghiệp Việt Nam đã tham gia vào lĩnh vực sản xuất sợi và có xuất khẩu sợi ra thị trường thế giới. Tuy nhiên, sản phẩm sợi trong nước chưa đa dạng về chủng loại, chất lượng sản phẩm chưa cao, chỉ mới tập trung ở phân khúc các sản phẩm cấp thấp, trung bình. Đối với các chuỗi sản suất dệt may/chuỗi giá trị dệt may cao cấp, sản phẩm sợi của Việt Nam chưa đáp ứng được yêu cầu chất lượng cũng như nhu cầu của các doanh nghiệp dệt may hàng cao cấp.

Theo kết quả của một số nghiên cứu, sản phẩm dệt thoi mới đáp ứng được 14% nhu cầu cần thiết để phục vụ may xuất khẩu, do có sự mâu thuẫn trong chính sách của nhà nước giữa việc khuyến khích đầu tư vào ngành dệt nhuộm và chính sách hạn chế ngành công nghiệp gây ô nhiễm môi trường; quy mô doanh nghiệp dệt nhỏ, công nghệ lạc hậu, thiếu nhân lực quản lý giỏi và sự thiếu vắng của cụm ngành công nghiệp dệt may để hỗ trợ phát triển (Đặng Thị Tuyết Nhung; Đinh Công Khải, 2012).

Tuy có sự hỗ trợ của nước ngoài về phát triển vùng nguyên liệu hay chính sách khuyến khích đầu tư công nghệ, dây chuyền sản xuất nhưng nguyên liệu sản xuất trong nước vẫn hoặc không đủ cho nhu cầu sử dụng để sản xuất hàng xuất khẩu, hoặc không đáp ứng được tiêu chuẩn của khách hàng nước ngoài. Ngành dệt may Việt Nam không tự sản xuất được các nguyên liệu đầu vào như bông, sợi tơ ... đáp ứng nhu cầu sản xuất của các công đoạn sản xuất của ngành ngành. Số liệu thống kê của Hải quan, hay của hiệp hội dệt may, hay Bộ Công Thương cho thấy, nguồn nguyên liệu sản xuất trong nước chỉ đáp ứng một phần nhu cầu sản xuất trong nước. Nền kinh tế Việt Nam phải nhập khẩu khoảng 80% nguyên liệu đầu vào từ các thị trường Châu Phi, Trung Quốc hay Mỹ cho sự phát triển của ngành dệt may.

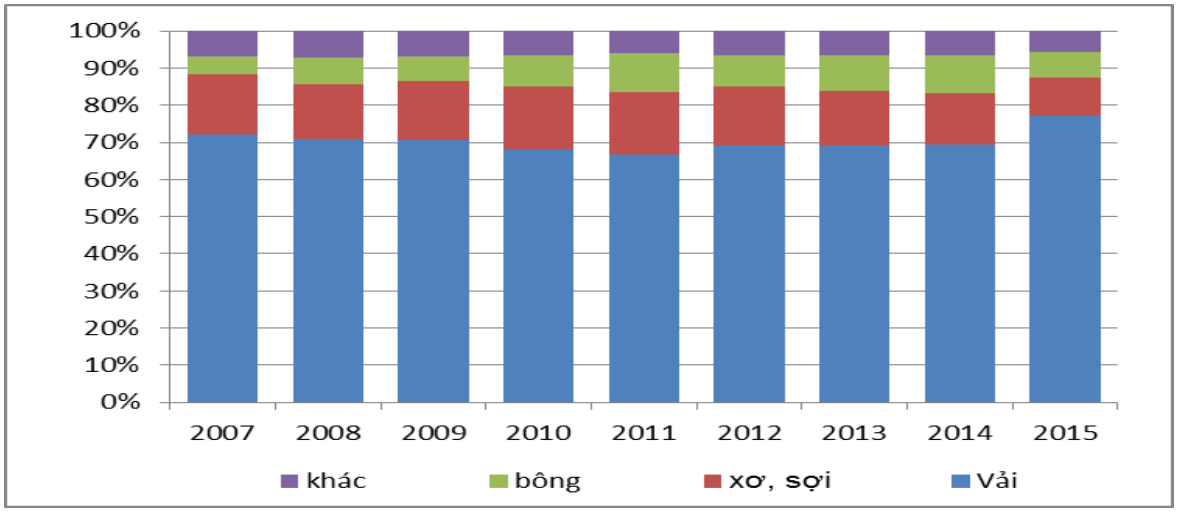
Năm 2012, kim ngạch nhập khẩu bông từ các nước châu Phi khoảng 155 triệu USD. Trong đó, nhập khẩu từ Bờ Biển Ngà là 34,8 triệu USD, từ Tanzania là 28,5 triệu USD, từ Mali là 18 triệu USD, từ Burkina Faso là 15,6 triệu USD, từ Uganda là 13,7 triệu USD. Nền kinh tế Việt Nam cũng nhập khẩu từ một số nước khác như Togo, Nigeria, Zimbabwe, Benin, Mozambique, Zambia, hay Cameroon, nhưng giá trị dưới 10 triệu USD.



Hình 3.18. Cơ cấu nhập khẩu nguyên phụ liệu theo quốc gia

(Nguồn: Tính toán từ số liệu công bố của UN COMTRATE)

Nhìn tổng thể, nguồn nhập khẩu nguyên, phụ liệu, nền kinh tế Việt Nam chủ yếu từ Trung Quốc, Hàn Quốc, Đài Loan. Nhập khẩu từ ba thị trường này chiếm 72% trong tổng nhập khẩu từ thế giới năm 2014. Trong đó, nhập khẩu từ thị trường Trung Quốc tăng mạnh, từ 27,6% (2007) lên 41,4% (2014)



Hình 3.19: Cơ cấu nhập khẩu nguyên phụ liệu từ các nước trên thế giới

(Nguồn: Tính toán từ số liệu của UN COMTRATE)

Trong cơ cấu nhập khẩu nguyên, phụ liệu, các mặt hàng bông; xơ, sợi; và vải là những mặt hàng nhập khẩu chính. Trong đó, nhập khẩu vải chiếm tỷ trọng lớn nhất, chiếm 77% trong tổng giá trị nhập khẩu nguyên, phụ liệu..

Trong cơ cấu nhập khẩu vải, nhập khẩu vải từ Trung Quốc chiếm tỷ trọng lớn nhất, chiếm 49% năm 2014. Nhập khẩu từ Đài Loan và Hàn Quốc có xu hướng giảm trong giai đoạn 2007-2014. Năm 2017, nhập khẩu nguyên phụ liệu dệt may từ thị trường Trung

Quốc là 7,5 tỷ USD, chiếm 51,7% tổng nhập khẩu nguyên phụ liệu từ thị trường thế giới. Việc phụ thuộc nguyên liệu từ Trung Quốc dẫn tới những rủi ro cho sự phát triển của doanh nghiệp dệt may Việt Nam khi thị trường Mỹ là một trong ba thị trường nhập khẩu thành phẩm dệt may lớn của Việt Nam và cuộc chiến thương mại Mỹ - Trung đang diễn ra.

Bảng 3.9: Lượng và giá trị nhập khẩu nguyên phụ liệu dệt may 2014-2018

	2014		2017		2018 (ước tính)	
Mặt hàng	Số lượng (tấn)	Giá trị (triệu USD)	Số lượng (tấn)	Giá trị (triệu USD)	Số lượng (tấn)	Giá trị (triệu USD)
Bông các loại	750	1.438	1.295	2.362	1.580	3.036
Xơ, sợi dệt các loại	744	1.563	878	1.822	1.035	2.416
Vải các loại	-	9.506	-	11.381	-	12.914
Nguyên, phụ liệu dệt, may, da giầy	-	4.747	-	5.429	-	5.741

Nguồn: [44], [49]

Nhập khẩu đầu vào cho ngành dệt may Việt Nam tăng lên cả về mặt số lượng và giá trị theo thời gian. Trong giai đoạn 2014-2018, lượng bông nhập khẩu đã tăng gấp đôi, từ 750 tấn lên 1.580 tấn. Nếu xét về giá trị tuyệt đối, nhập khẩu vải có giá trị tăng cao nhất (tăng 3,4 tỷ USD), và nhập khẩu bông và sợi lần lượt tăng là 1,59 tỷ USD và 853 triệu USD. Điều này cho thấy, nhu cầu của thị trường vải trong nước vẫn còn chưa được đáp ứng tốt, và ngành dệt may vẫn phụ thuộc vào thị trường nước ngoài.

Gia tăng phụ thuộc vào nguyên liệu nước ngoài, và giá nguyên vật liệu dệt may tăng mạnh kể từ năm 2016, dẫn tới những bất lợi về cạnh tranh của các doanh nghiệp trong nước, khi chi phí sản xuất liên tục tăng lên. Đây là vấn đề phát triển của doanh nghiệp dệt may Việt Nam.

3.3.4. Quy mô vốn nhỏ và khả năng tiếp cận vốn đầu tư đổi mới công nghệ còn thấp.

Tiếp cận vốn để đầu tư mở rộng sản xuất, đổi mới công nghệ có lẽ vấn là vấn đề quan trọng nhất trong sự phát triển của doanh nghiệp, bất kể sự phát triển đó nằm trong cuộc cách mạng công nghiệp nào, đặc biệt trong bối cảnh CMCN 4.0 thì đây là một thách thức đối với các doanh nghiệp dệt may Việt Nam. Theo lý thuyết doanh nghiệp, các yếu tố vốn, lao động, kinh nghiệm là các yếu tố quyết định sự phát triển của doanh nghiệp. Thực tiễn phát triển của doanh nghiệp dệt may cũng khẳng định yếu tố vốn là yếu tố quyết định, tuy nhiên quy mô vốn của các doanh nghiệp dệt may Việt

Nam hiện nay còn nhỏ và doanh nghiệp còn gặp nhiều khó khăn trong việc tiếp cận vốn vay để đầu tư đổi mới công nghệ do:

- Số lượng các doanh nghiệp dệt may quy mô siêu nhỏ và nhỏ chiếm tỷ trọng lớn và kéo dài trong nhiều năm;
- Các chỉ số tài chính ROE, ROA của nhiều doanh nghiệp ở mức cao, cho thấy việc sử dụng đòn bẩy tài chính kém hiệu quả, nhất là các doanh nghiệp dệt. Đối với yêu cầu đầu tư vốn lớn, việc không tiếp cận được vốn vay ngân hàng là một trong nhiều lý do cản trở doanh nghiệp hoạt động ở quy mô tối ưu, và do đó ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp.
- Các số liệu điều tra của bộ điều tra doanh nghiệp cũng cho thấy, tỷ lệ doanh nghiệp có trích lợi nhuận dành cho hoạt động R&D và đổi mới công nghệ còn thấp, và mức ngân sách (giá trị tiền) dành cho các hoạt động này còn rất ít. Việc nhiều doanh nghiệp sử dụng các công nghệ cách cả một thập kỷ đến 2 thập kỷ là những bằng chứng cho thấy sự khó khăn của doanh nghiệp trong việc huy động vốn để đổi mới công nghệ.

Hộp 3.3: Khó huy động được vốn cho phát triển

Theo thống kê của Bộ Công Thương, công bố tại hội thảo "*Kết nối DN trong phát triển công nghệ ngành dệt may – vai trò của công nghệ và tài chính*", năm 2018, nước có hơn 6.000 doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực dệt may, trong đó đa số là các doanh nghiệp nhỏ và siêu nhỏ. Các doanh nghiệp có dưới 500 lao động chiếm tỷ trọng trên 90% tổng số doanh nghiệp.

Các doanh nghiệp dệt may Việt Nam vẫn chưa chủ động được nguồn nguyên phụ liệu đầu vào, phải nhập khẩu tới gần 70% (2018); có những doanh nghiệp nhập khẩu hơn 90% nguyên liệu đầu vào phục vụ quá trình sản xuất. Điều này đòi hỏi các doanh nghiệp phải có một lượng vốn rất lớn, nhất là số vốn đầu tư trong lĩnh vực công nghiệp phụ trợ dệt may. Đây cũng là một trong những khó khăn lớn nhất các doanh nghiệp dệt may Việt Nam đang phải đối mặt hiện nay.

Theo ý kiến của các chuyên gia kinh tế tại hội thảo, đa số DN dệt may có quy mô nhỏ, sản xuất manh mún, vốn mỏng, sản xuất "ăn đong", chủ yếu gia công (chiếm gần 70%) cho các thương hiệu lớn… Trong khi đó, khả năng huy động nguồn vốn của DN dường như rất yếu, từ việc vay vốn của các tổ chức tín dụng, tín dụng thương mại cho

đến việc phát hành cổ phiếu, trái phiếu… đều gặp nhiều trở ngại, khó khăn khi thực hiện.

Trao đổi với phóng viên TBTCVN, ông Trương Quang Đạt, đến từ Công ty cổ phần Chứng khoán Phố Wall cho biết, một trong những kênh huy động vốn rất hiệu quả của DN đó là thông qua thị trường chứng khoán. Tuy nhiên, DN dệt may gặp khá nhiều rào cản, bất lợi trên con đường đến với thị trường này khiến họ chùn bước. Trong đó, phải kể đến những áp lực về kết quả hoạt động sản xuất – kinh doanh, khi DN niêm yết luôn phải chịu áp lực giám sát của xã hội, áp lực phải nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh, nhằm duy trì và tăng giá cổ phiếu trên thị trường chứng khoán.

Nguồn: [54]

Trong bối cảnh cách mạng công nghiệp 4.0 diễn ra, yêu cầu vốn đầu tư cho các hạ tầng nền tảng như hạ tầng mạng toàn cầu, hạ tầng tự động hoá trong hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp đòi hỏi vốn đầu tư quy mô lớn. Tuy nhiên, với thực trạng vốn chủ sở hữu, vốn vay của doanh nghiệp trong thời gian vừa qua, các doanh nghiệp khó có thể đầu tư cho các hạ tầng này, khi quy mô vốn đầu tư cao đối nghịch với năng lực tài chính hạn chế. Những vấn đề về mức độ sẵn sàng đối với CMCN 4.0 phần nào phản ánh những hạn chế của doanh nghiệp đối với đầu tư hạ tầng, xây dựng năng lực để có thể tiếp cận đầy đủ và khai thác được các lợi ích của cuộc cách mạng công nghiệp 4.0.

3.3.5. Chất lượng lao động thấp và sự biến động của lao động lớn

Lao động và chất lượng lao động luôn là vấn đề đối với doanh nghiệp dệt may nói riêng và đối với các doanh nghiệp trong lĩnh vực chế biến chế tạo nói chung. Đặc thù của lao động trong lĩnh vực may mặc, cho đến nay, thường là các lao động trẻ, độ tuổi dưới 25.

Chưa tính đến yêu cầu, đòi hỏi chất lượng nguồn nhân lực của cuộc cách mạng công nghiệp 4.0, các doanh nghiệp dệt may đã đối mặt với nhiều vấn đề liên quan đến nguồn nhân lực, đặc biệt là chất lượng và kỷ luật lao động. Số liệu điều tra doanh nghiệp hàng năm cho thấy, tỷ lệ biến động của lao động trong doanh nghiệp dệt may thời điểm đầu năm so với cuối năm thường có biến động lớn, và nhất là biến động trong giai đoạn đầu năm (tết nguyên đán). Đây là một vấn đề đối với doanh nghiệp trong việc duy trì điều kiện ổn định để tiến hành sản xuất kinh doanh.

Mặc dù sự thập trung của doanh nghiệp đã tạo sự linh hoạt của thị trường lao đông, tuy nhiên các lao động về cơ bản có trình độ thấp và vẫn cần phải đào tạo thông

qua quá trình làm việc tại doanh nghiệp. Sự biến động của lao động, kết hợp với chất lượng đầu vào yếu là áp lực đối với chi phí của doanh nghiệp.

Như đã phân tích ở trên, mặc dù có những khác biệt về kết quả tính toán năng suất lao động, nhưng cả hai nguồn số liệu đều phản ánh một thực tế là năng suất lao động của các doanh nghiệp dệt may còn thấp, thậm chí thấp hơn mức trung bình của xã hội. Đây cũng là một bằng chứng cho thấy chất lượng lao động của doanh nghiệp dệt may còn thấp, và là một trong những yếu tố làm giảm năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp dệt may...

3.3.6. Mức độ sẵn sàng của doanh nghiệp dệt may trong việc ứng dụng các thành tựu của CMCN 4.0 còn thấp

Ở cấp độ quốc gia, theo báo cáo về sự sẵn sàng của của các quốc gia trước CMCN 4.0 do Diễn đàn Kinh tế thế giới công bố vào tháng 1 năm 2018, có 2 chỉ số chính để đánh giá về tính sẵn sàng tiếp cận cuộc CMCN 4.0 của các quốc gia là : Cấu trúc nền sản xuất và các động lực cho sản xuất. Từ 2 điểm chỉ số này sẽ xác định tọa độ của mỗi quốc gia, từ đó chia các quốc gia thành 4 nhóm: dẫn đầu, tiềm năng cao, kế thừa và sơ khởi. Theo Báo cáo này, Việt Nam nằm trong nhóm nước Sơ khởi, tức là mới tiếp cận CMCN 4.0 với giá trị hai chỉ số ở mức trung bình: động lực cho sản xuất đạt 5,0, cấu trúc sản xuất đạt 4,9. So với các quốc gia ASEAN khác, Việt Nam nằm trong 4 nước kém tiếp cận CMCN 4.0 khác (cùng với Lào, Campuchia và Myanmar), trong khi các nền kinh tế có cơ cấu sản xuất và xuất khẩu khá tương đồng với Việt Nam như Thái Lan, Malaysia, Indonesia... đều có cấu trúc và động lực sản xuất cao hơn, mức độ sẵn sàng và tiềm năng cho phát triển sản xuất theo CMCN 4.0 nằm trong nhóm Dẫn đầu, Tiềm năng cao hoặc Kế thừa.

Ở cấp độ doanh nghiệp, luận án sẽ kế thừa kết quả nghiên cứu của UNDP & Bộ công thương (2019), đánh giá sự sẵn sàng tiếp cận cuộc CMCN 4.0 của các doanh nghiệp thuộc ngành công nghiệp Việt Nam, trong đó có doanh nghiệp của ngành dệt, may.

Sáu trụ cột được dùng để đo mức độ sẵn sàng tiếp cận CMCN 4.0 của doanh nghiệp dệt, may bao gồm: *Chiến lược và cơ cấu tổ chức; Nhà máy thông minh; Vận hành thông minh; Sản phẩm thông mình; Dịch vụ dựa trên nền tảng dữ liệu; Người lao động*

Trong đó mẫu điều tra đối với doanh nghiệp may (153 doanh nghiệp phản hồi, gồm 32 doanh nghiệp lớn và 121 doanh nghiệp vừa và nhỏ, 2 doanh nghiệp nhà nước, 122 doanh nghiệp ngoài nhà nước và 29 doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài). Đối

với doanh nghiệp dệt (168 doanh nghiệp phản hồi, bao gồm 36 doanh nghiệp lớn và 132 doanh nghiệp vừa và nhỏ, 3 doanh nghiệp nhà nước, 116 doanh nghiệp ngoài nhà nước và 49 doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài).

Kết quả khảo sát của UNDP và Bộ công thương (2019) cho thấy các doanh nghiệp trong cả ngành dệt và ngành may đều chưa có sự chuẩn bị cho CMCN 4.0: Điểm sẵn sàng của doanh nghiệp trong ngành dệt là 0,45 và ngành may là 0,49 điểm, ở mức đứng ngoài cuộc. Tuy nhiên, khác với các doanh nghiệp dệt, đã có một số doanh nghiệp may có sự chuẩn bị sẵn sàng trên mức cơ bản [53].

Về trụ cột Chiến lược và tổ chức

Tái cấu trúc lao động và chuẩn hóa kỹ thuật toàn chuỗi sản xuất sản phẩm hiện đang và sẽ được triển khai nhất với tỷ lệ doanh nghiệp may phản hồi là 49% và 27%; kết quả tương tự đối với doanh nghiệp ngành dệt là 44% và 38%.

Về trụ cột nhà máy thông minh

Đối với ngành may, tỷ lệ doanh nghiệp đang và sẽ kết nối thiết bị với thiết bị là 16%. Đã có 11% doanh nghiệp thực hiện kết nối thiết bị với thiết bị, 5% doanh nghiệp đang có kế hoạch và các doanh nghiệp hiện đang gặp vấn đề về cơ sở hạ tầng để thực hiện kế hoạch này

Tỷ lệ doanh nghiệp đang và sẽ kết nối thiết bị với thiết bị là 24%. Đã có 10% doanh nghiệp thực hiện kết nối thiết bị với thiết bị, 7% doanh nghiệp đang có kế hoạch và các doanh nghiệp hiện đang gặp vấn đề về cơ sở hạ tầng để thực hiện kế hoạch này.

Về trụ cột Vận hành thông minh

67% doanh nghiệp dệt và 73% doanh nghiệp may không thể kiểm soát thiết bị bằng CNTT hay kết nối với công nghệ khác và 62% doanh nghiệp dệt và 50% doanh nghiệp may cho biết không thể nâng cấp thiết bị để kết nối được các thiết bị với thiết bị, thiết bị với hệ thống. Đây là trở ngại lớn nhất đới với việc chuẩn bị sẵn sàng cho ngành.

Về sản phẩm thông minh

Ngành may có 73% doanh nghiệp không sử dụng mô hình kỹ thuật số nào; 7% doanh nghiệp đang sử dụng mô hình quản lý nguồn lực ERP và 1% doanh nghiệp sử dụng mô hình quản lý chuỗi cung ứng SCM.

Ngành dệt có 74% doanh nghiệp không sử dụng mô hình kỹ thuật số nào. Có 9% doanh nghiệp đang sử dụng mô hình quản lý nguồn lực ERP và 2% doanh nghiệp sử dụng mô hình quản lý chuỗi cung ứng SCM.

Về trụ cột Dịch vụ dựa trên nền tảng dữ liệu

Phần lớn số liệu được thu thập thủ công, 95% doanh nghiệp may và 98% doanh nghiệp dệt không thể cấp dữ liệu sản phẩm theo CNTT, 82% doanh nghiệp may và 85% doanh nghiệp dệt không chia sẻ dữ liệu với khách hàng và đối tác và 80% doanh nghiệp may, 73% doanh nghiệp dệt không có dịch vụ tích hợp dữ liệu sản xuất và sử dụng sản phẩm.

Về trụ cột người lao động

81% doanh nghiệp may và 87% doanh nghiệp dệt có trang bị kiến thức, kỹ thuật để chuẩn bị sẵn sàng cho người lao động. Tuy nhiên, phần lớn các doanh nghiệp này tự đánh giá là chưa trang bị đầy đủ trong phần lớn 7 lĩnh vực khảo sát như: kỹ thuật sử dụng phần mềm cộng tác; nền tảng công nghệ thông tin; kỹ thuật bảo mật; công nghệ tự động hóa; kỹ thuật phân tích dữ liệu; kỹ thuật phát triển hệ thống hỗ trợ; tư duy hiểu biết về hệ thống.

Nhìn chung, mức độ sẵn sàng tiếp cận CMCN 4.0 của các doanh nghiệp dệt, may cũng phản ánh tính trạng chung của phần lớn các doanh nghiệp công nghiệp của Việt Nam. Phần lớn các doanh nghiệp công nghiệp của Việt Nam (85%) đang chưa có sự chuẩn bị tham gia cuộc CMCN 4.0 và một số nhỏ (13%) ở mức mới bắt đầu. Số doanh nghiệp còn lại ở mức "trình độ cơ bản" hoặc "có kinh nghiệm". Tuy nhiên, trong số 17 ngành ưu tiên thì các ngành dệt may và da giày – là các ngành xuất khẩu chủ lực của ngành công thương nhưng lại có mức độ sẵn sàng thấp nhất.

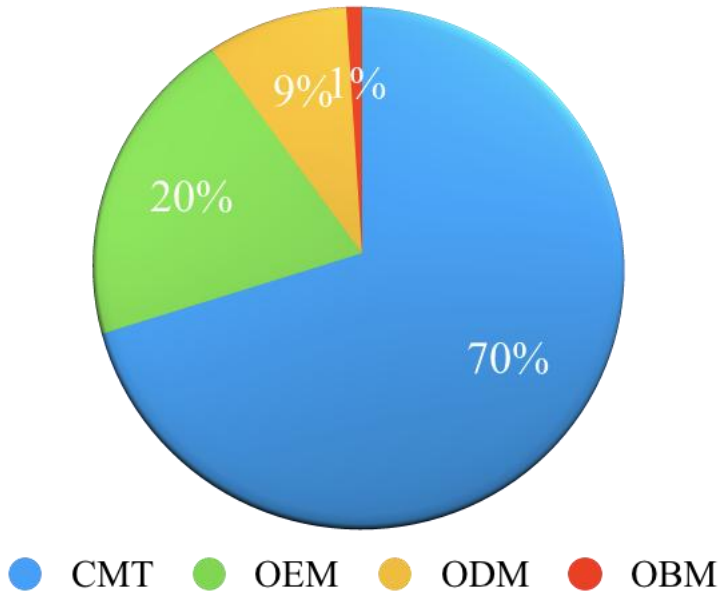
Phân tích mức độ sẵn sàng tiếp cận CMCN 4.0 trong 6 trụ cột thì thể hiện kết quả khá lương đồng với xu hướng của mức sẵn sàng chung ngoại trừ hai trụ cột *kỹ năng người lao động* và *vận hành thông minh*. Trong hai trụ cột này các doanh nghiệp có mức độ sẵn sàng khá cao.

Về các yếu tố có liên quan đến mức độ sẵn sàng tiếp cận CMCN 4.0 của các doanh nghiệp công nghiệp nói chung và doanh nghiệp dệt, may nói riêng, thì yếu tố quy mô và sở hữu tạo nên sự khác biệt đáng kể về mức độ sẵn sàng. Trong đó, quy mô doanh nghiệp càng lớn thì tỉ lệ ở mức sẵn sàng tham gia CMCN 4.0 càng cao. Các doanh nghiệp nhà nước Các doanh nghiệp nhà nước có mức sẵn sàng tham gia CMCN 4.0 cao nhất, sau đó đến doanh nghiệp có vốn ĐTNN, và doanh nghiệp ngoài quốc doanh có tỉ lệ sẵn sàng tham gia thấp nhất.

Về ứng dụng công nghệ điển hình của CMCN 4.0 , tương tự như các nước khác, kể cả các nước phát triển, các công nghệ 4.0 tiên tiến vẫn còn ít được áp dụng tại các doanh nghiệp ngành công nghiệp Việt Nam (trong đó có doanh nghiệp dệt, may) . Hai

công nghệ phổ biến nhất hiện nay - điện toán đám mây và kết nối thiết bị với thiết bị/sản phẩm - cũng chỉ được một trong mười doanh nghiệp ứng dụng. Doanh nghiệp ứng dụng các công nghệ khác, đặt biệt là chế tạo đắp dần (in 3D) và phân tích và quản trị dữ liệu (Big data) chiếm tỷ lệ không đáng kể.

3.3.7. Các doanh nghiệp đã tham gia chuỗi, nhưng ở những công đoạn có giá trị gia tăng thấp



Hình 3.20: Cơ cấu tham gia chuỗi sản xuất toàn cầu của doanh nghiệp dệt may Việt Nam
(Nguồn: Trần Văn Ái, 2018)

Tính đến 2018, khoảng 70% số doanh nghiệp dệt may Việt Nam đang tham gia các chuỗi sản xuất/chuỗi giá trị dệt may, với phương thức sản xuất giản đơn - CMT, phương thức mà ở đó phần giá trị gia tăng của các doanh nghiệp có thể tạo ra được chỉ chiếm từ 1% đến 2% tổng giá trị gia tăng của chuỗi giá trị dệt may.

Số ít các doanh nghiệp tham gia dưới các hình thức FOB (bao gồm FOB I, FOB II và FOB III) hay OEM... (Trần Văn Ái, 2018). Ước tính, có khoảng 20% số doanh nghiệp dệt may Việt Nam tham gia vào chuỗi giá trị dệt may toàn cầu với phương thức OEM, với mức giá trị gia tăng tạo ra chỉ chiếm từ 4% đến 10% giá trị gia tăng của chuỗi giá trị dệt may toàn cầu. Chỉ có một tỷ lệ nhỏ một tỷ lệ nhỏ các doanh nghiệp dệt may Việt Nam tham gia vào chuỗi giá trị dệt may toàn cầu với mức giá trị gia tăng tạo ra chiếm từ 25%-30% giá trị gia tăng của chuỗi (phương thức ODM với 9% doanh nghiệp dệt may Việt Nam) và 100% giá trị gia tăng (Phương thức OBM với 1% số doanh nghiệp dệt may Việt Nam)

3.3.8. Thiếu sự phát triển của các trung tâm nghiên cứu ứng dụng, dù có sự tập trung doanh nghiệp

Sự tập trung của các doanh nghiệp theo khu vực địa lý dù đã có nhưng chưa đủ kích hoạt các dịch vụ hỗ trợ, cho sự phát triển của doanh nghiệp hỗ trợ ngành dệt may. Cho đến nay, Việt Nam vẫn thiếu các trung tâm nghiên cứu và phát triển liên quan đến sản phẩm dệt may, và do đó, thiếu các cơ hội để lan toả tri thức trong việc ứng dụng các công nghệ mới, quy trình sản xuất mới. Việc thiếu các hoạt động nghiên cứu và phát triển có thể được xem là nguyên nhân dẫn tới những hạn chế trong việc tham gia chuỗi giá trị toàn cầu và/hoặc nâng cấp trong chuỗi giá trị toàn cầu.

3.4. Điểm mạnh, điểm yếu của doanh nghiệp dệt may Việt Nam trong bối cảnh cách mạng công nghiệp lần thứ tư

Từ các phân tích thực trạng phát triển của doanh nghiệp dệt may Việt Nam thời gian qua, có thể thấy sự phát triển của doanh nghiệp dệt may Việt Nam thời gian qua có những điểm mạnh và điểm yếu như sau:

ĐIỂM MẠNH	**ĐIỂM YẾU**
- Doanh nghiệp tư nhân trong nước trong lĩnh vực dệt may tăng nhanh về số lượng - Có sự tập trung của doanh nghiệp theo vùng, tiền đề cho sự phát triển của dịch vụ logistics, dịch vụ nghiên cứu và phát triển, cũng như là cơ sở cho sự phát triển của thị trường lao động... - Sự tập trung các doanh nghiệp tạo điều kiện để tính kinh tế theo quy mô ở cấp ngành phát huy vai trò, nâng cao năng lực cạnh tranh của mỗi doanh nghiệp (Ảnh hưởng ngoại hiện tích cực của Marshall). - Số lượng các doanh nghiệp có trên 10 năm kinh nghiệm bắt đầu tăng. - Một số doanh nghiệp dệt may tư nhân Việt Nam đã tham gia những các công đoạn có giá trị	- Đa số doanh nghiệp quy mô nhỏ và siêu nhỏ. Nguồn lực đầu tư hạn chế. - Số doanh nghiệp quy mô vừa rất ít, nguyên nhân của sự mất cân đối về cơ cấu doanh nghiệp theo quy mô. Dẫn tới hoạt động hợp tác, liên kết giữa các doanh nghiệp trong ngành khó phát triển, công nghiệp hỗ trợ dệt may khó phát triển. - Tỷ lệ doanh nghiệp thua lỗ còn cao. Ảnh hưởng năng lực cạnh tranh. - Ngay trong nhóm doanh nghiệp có ROE dương, hiệu quả kinh doanh của phần lớn các doanh nghiệp dệt còn thấp (ROE< lãi suất ngân hàng) - Trình độ công nghệ còn lạc hậu so với trình độ công nghệ của ngành trên thế giới. Việc đổi mới công nghệ còn hạn chế. - Chưa chủ động được các nguyên liệu đầu vào, nhất là bông, sợi do

ĐIỂM MẠNH	ĐIỂM YẾU
gia tăng cao hơn trong chuỗi sản xuất dệt may, tích luỹ được kinh nghiệm phát triển chuỗi sản xuất/chuỗi giá trị dệt may - Trong chuỗi giá trị toàn cầu, ngành dệt may Việt Nam đã được tham gia vào những chuỗi sản xuất/giá trị dệt may với tỷ trọng giá trị gia tăng mới, có GTGT cao hơn và vì vậy, tỷ trọng giá trị gia trong cùng một mắt xích cũng tăng lên. - Một số doanh nghiệp dệt may đại chúng quy mô lớn (DNNN sau Cổ phần hoá) đã xây dựng được thương hiệu sản phẩm trong nước, tiền đề cho việc tự phát triển các chuỗi sản xuất/giá trị trong nước và chuỗi giá trị dệt may toàn cầu do doanh nghiệp Việt Nam dẫn dắt.	thiếu liên kết doanh nghiệp, thiếu công nghiệp hỗ trợ. - Đa số doanh nghiệp vẫn tham gia chuỗi giá trị toàn cầu ở những mắt xích có GTGT thấp (ví dụ công đoạn may, với phương thức CMT). - Với quy mô nhỏ và siêu nhỏ, năng lực tài chính thấp và do đó, đầu tư cho R&D hay đổi mới còn thấp - Sự tích tụ và tập trung doanh nghiệp chưa đủ để kích hoạt sự phát triển của các trung tâm nghiên cứu và ứng dụng tư nhân - Chưa có nhiều chuỗi sản xuất và chuỗi giá trị nội địa điều hành bởi doanh nghiệp Việt Nam. - Mức độ sẵn sàng ứng dụng các thành tựu công nghệ của CMCN 4.0 còn thấp - Trình độ lao động trong doanh nghiệp dệt may còn thấp

TIỂU KẾT CHƯƠNG 3

Trong những năm vừa qua, doanh nghiệp dệt may Việt Nam đã có sự có đạt được nhiều kết quả tốt cả về mặt số lượng; chất lượng phát triển cũng như sự chuyển dịch về mặt cơ cấu; đặc biệt ngày càng tham gia nhiều hơn vào chuỗi dệt may toàn cầu. Dệt may là ngành xuất khẩu chủ lực và sản phẩm phẩm dệt may đã xuất khẩu đến hơn 180 quốc gia và vùng lãnh thổ.

Tuy nhiên, bên cạnh những kết quả đạt được; các doanh nghiệp dệt may vẫn tồn tại một số vấn đề phát triển như: Số lượng doanh nghiệp có tăng lên nhưng quy mô doanh nghiệp vẫn chủ yếu là doanh nghiệp nhỏ; mới chủ yếu tham gia vào khâu có giá trị gia tăng thấp trong chuỗi dệt may toàn cầu; thiếu nguồn nguyên liệu phục vụ sản xuất; thiếu nguồn nhân lực chất lượng cao; trình độ công nghệ thấp và đặc biệt, mức

độ sẵn sàng ứng dụng các thành tựu công nghệ 4.0 của các doanh nghiệp dệt may còn rất thấp. Trong bối cảnh CMCN 4.0 và các hiệp định thương mại tự do thế hệ mới như CPTPP, EVFTA … sẽ vừa là cơ hội cho các doanh nghiệp dệt may nâng cao sức cạnh tranh, nhưng cũng đặt ra nhiều thách thức phát triển. Các đánh giá chung về điểm mạnh, điểm yếu, các vấn đề tồn tại của doanh nghiệp dệt may Việt Nam giai đoạn 2007-2018 sẽ là tiền đề quan trọng để đề xuất các giải pháp được trình bày trong chương 4 của luận án.

Chương 4
GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN DOANH NGHIỆP DỆT MAY TRONG BỐI CẢNH CÁCH MẠNG CÔNG NGHIỆP LẦN THỨ TƯ

4.1. Bối cảnh phát triển mới

4.1.1. Hội nhập kinh tế quốc tế ngày trở thành một xu thế tất yếu

Thúc đẩy thương mại quốc tế và hội nhập kinh tế quốc tế đang trở thành xu thế tất yếu. Nó tác động mạnh mẽ tới nhiều mặt của đời sống kinh tế - xã hội trên thế giới. Quá trình hội nhập quốc tế hiện nay vừa là quá trình hợp tác, vừa cạnh tranh nhằm thiết lập trật tự kinh tế thế giới mới, đảm bảo phân bổ các nguồn lực sản xuất hợp lý hơn. Kể từ khi Việt Nam gia nhập WTO năm 2007, Việt Nam đã tham nhiều hiệp định thương mai khu vực, song phương, tạo nhiều cơ hội và lợi thế cho các doanh nghiệp Việt Nam, đặc biệt là các doanh nghiệp xuất khẩu như dệt may. Đến nay Việt Nam đã tham gia ký kết gần 12 nghìn điều ước quốc tế, thiết lập quan hệ ngoại giao với 178 nước, có quan hệ thương mại với trên 220 nước và vùng lãnh thổ, đã ký kết 88 Hiệp định thương mại song phương, 7 Hiệp định thiết lập khu vực thương mại tự do (FTA) với 15 nước, 54 Hiệp định tránh đánh thuế 2 lần với 61 Hiệp định khuyến khích và bảo hộ đầu tư song phương (Nguyễn Thị Nguyệt Anh, 2017).

Sự tăng trưởng và xuất khẩu Việt Nam gắn liền với các Hiệp định thương mại tự do đặc biệt là ngành dệt may. Trong những năm gần đây, các Hiệp định được cho là có tác động mạnh tới ngành dệt may như: Hiệp định Thương mại tự do Việt Nam – Hàn Quốc (VKFTA) ký kết tháng 05/2015 và đã đi vào hiệu lực từ tháng 12/2015; Hiệp định Thương mại tự do Việt Nam - Liên minh kinh tế Á Âu (EAEU) ký kết tháng 05/2015 và đi vào hiệu lực tháng 10/2016; Hiệp định Thương mại tự do Việt Nam - Liên minh Châu Âu (EVFTA)- kết thúc đàm phán tháng 12/2015 và đã được ký kết vào 30/6/2019; Hiệp định Đối tác xuyên Thái Bình Dương TPP - ký kết tháng 02/2016, tuy nhiên đến tháng 01/2017, Hoa Kỳ tuyên bố rút khỏi TPP khiến Hiệp định không thể đáp ứng điều kiện có hiệu lực như dự kiến ban đầu. Đến tháng 11/2017, 11 nước thành viên TPP ra Tuyên bố chung thống nhất đổi tên TPP thành Hiệp định Đối tác Toàn diện và Tiến bộ Xuyên Thái Bình Dương (CPTPP). CPTPP được chính thức ký kết vào tháng 3/2018 bởi 11 nước thành viên còn lại của TPP bao gồm: Úc, Brunei,

Canada, Chile, Nhật Bản, Malaysia, Mexico, New Zealand, Peru, Singapore và Việt Nam. Hiệp định này có hiệu lực từ ngày 14/1/2019.

Các Hiệp định thương mại tự do này có ý nghĩa đặc biệt đối với ngành dệt may vi giúp đa dạng hóa thị trường và sản phẩm xuất khẩu. Trong đó, Hiệp định CPTPP là Hiệp định quan trọng hứa hẹn sẽ mang đến cho doanh nghiệp dệt may trong nước nhiều cơ hội và thách thức trong ngắn hạn và dài hạn.

Ngay khi Hiệp định có hiệu lực, một trong những lợi ích quan trọng nhất của một Hiệp định thương mại tự do là lợi ích về cắt giảm thuế suất. Đối với Hiệp định CPTPP, ngành dệt may là một trong những ngành hưởng lợi nhiều nhất do cắt giảm thuế quan. Thực tế, trong văn kiện Hiệp định, đã dành riêng 1 chương quy định về dệt may để thấy rõ được tầm quan trọng của dệt may trong Hiệp định.

Trong cơ cấu 11 nước thành viên CPTPP, hiện chỉ có Nhật Bản là thị trường truyền thống của dệt may Việt Nam với kim ngạch xuất khẩu tăng trưởng ổn định trong các năm gần đây. Ngoài ra, thị phần của Việt Nam tại 9 quốc gia còn lại là rất khiêm tốn. Chính vì vậy đây là cơ hội cho các doanh nghiệp Việt Nam thâm nhập thị trường, kết nối khách hàng, phát triển bán hàng với những thị trường tiềm năng nay. Bên cạnh đó, khi Hiệp định CPTPP có hiệu lực, các doanh nghiệp dệt may sẽ được hưởng lợi từ việc vắt giảm thuế, giúp giảm chi phí và tăng giá trị gia tăng cho doanh nghiệp.

Khi tham gia hiệp định CPTPP, một trong những rào cản lớn nhất đối với ngành Dệt May Việt Nam là yêu cầu về quy tắc xuất xứ "từ sợi trở đi" (yarn forward), hay còn gọi là quy tắc ba công đoạn. Quy tắc này được hiểu một cách chung nhất là tất cả các công đoạn sản xuất hàng dệt may từ sợi trở đi, bao gồm kéo sợi, dệt và nhuộm vải, cắt và may quần áo phải được thực hiện trong nội khối CPTPP. Doanh nghiệp đáp ứng được yêu cầu như trên thì hàng hóa dệt may xuất khẩu trong nội khối mới được hưởng ưu đãi về thuế quan. Đây cũng là cơ hội để các doanh nghiệp dệt may đầu tư vào các khâu còn yếu để đáp ứng được yêu cầu về quy tắc xuất sứ. Các chuỗi cung ứng mới sẽ được hình thành, giúp nâng cao trình độ của doanh nghiệp, tăng năng suất lao động, giảm dần tỷ lệ gia công, chuyển dần lên các công đoạn sản xuất có giá trị gia tăng cao hơn. Tuy nhiên, các doanh nghiệp trong nước cũng phải đối diện với nhiều thách thức như: Công nghiệp phụ trợ dệt may đang là nút thắt phát triển của ngành dệt may; Nếu không cẩn trọng và có bước đi thích hợp, doanh nghiệp có thể sẽ phải nhường thị phần cho các doanh nghiệp FDI vốn có lợi thế hơn về vốn, kinh nghiệm, công nghệ, con người.

4.1.2. Xu hướng phát triển của ngành thời trang thế giới dưới tác động của CN 4.0

Thứ nhất, sự trỗi dạy của máy học (machine learning)

Machine learning được coi là một tập con của AI. Nói đơn giản, Machine Learning là một lĩnh vực nhỏ của Khoa Học Máy tính, nó có khả năng tự học hỏi dựa trên dữ liệu đưa vào mà không cần phải được lập trình cụ thể. Ngày nay, các thuật toán tiên tiến đang làm chuyển đổi cách thức mà ngành sản xuất thu thập thông tin, lao động và dự đoán hành vi của người tiêu dùng. Ngoài ra, Chúng có thể dự đoán được xu hướng, kiểu dáng, màu sắc và phong cách và tạo niềm tin cho khách hàng thông qua những sản phẩm và các hình ảnh đơn giản. Ví dụ điển hình như Tommy Hilfiger gần đây tuyên bố hợp tác với IBM và Viện công nghệ thời trang phát triển hệ thống trí tuệ nhân tạo để xác định loại dữ liệu để tối ưu hóa sản xuất, kinh doanh và giảm thiểu các chi phí. Dựa trên các dữ liệu, hãng này có thể xác định xu hướng thời trang cũng như niềm tin của khách hàng để có thể đưa ra quyết định cho sản phẩm mới. Công ty Stitch FIX ở San Francisco, chuyên cung cấp quần áo cho khách hàng với sự giúp đỡ của các nhà thiết kế online, cũng đang làm việc với AI. AI dựa trên sự kết hợp của khách hàng về màu sắc, kiểu dáng và sẽ đưa ra một thiết kế mới. Sau đó, những thiết kế này sẽ được xem xét, kiểm tra bởi đội ngũ thiết kế thật (con người).

Thứ hai, tối ưu hóa chuỗi cung cứng

Xu hướng tiêu dùng nhanh đã khiến các doanh nghiệp thời trang phải tối ưu hóa quy trình sản xuất và đảm bảo cung cấp sản phẩm cho khách hàng với thời gian tối ưu. Nhiều công ty đã thực hiện quy trình "in – house", nội hóa một phần của sản xuất để đẩy nhanh tiến độ sản xuất và đáp ứng nhu cầu tiêu dùng nhanh.Tất cả các khâu từ nguyên liệu đầu vào, thiết kế sáng tạo, mẫu, sản xuất , vận chuyển đều dưới 1 mái nhà. Để các khâu được vận hành trơn chu, tất cả đội ngũ nhân viên phải được truy cập vào cùng một dữ liệu và cùng một phiên bản của sản phẩm mới nhất. Việc sản xuất "trong nhà" đang được nhiều công ty áp dụng, từ các thương hiệu lớn như Gucci đến các nhà sản xuất nhỏ như Suuchi Inc. Suuchi Inc là một công ty công nghệ chuyên thiết kế và sản xuất quần áo cho 1000 thương hiệu và nhãn hiệu mới nổi. Hiện công ty đang sử dụng 100 máy khác nhau cho phép 30% đến 40% sản lượng quần áo được sản xuất tự động, giảm thiểu sự can thiệt bằng tay.

Ngoài ra, công nghệ chuỗi khối (Blockchain) đang mở ra một xu hướng ứng dụng tiềm năng cho chuỗi cung ứng dệt may toàn cầu. Một trong những thách thức

trong việc quản lý chuỗi cung ứng là lưu trữ hồ sơ và theo dõi sản phẩm. Việc áp dụng blockchain trong quản lý chuỗi cung ứng sẽ giúp việc lưu trữ và truy xuất hồ sơ dễ dàng vì thông tin sản phẩm được truy cập thông qua các cảm biến nhúng và thẻ RFID.

Lịch sử của một sản phẩm từ nguồn gốc đến vị trị ngay thời điểm hiện tại trong chuỗi cung ứng đều có thể truy ra thông qua blockchain, qua đó, dễ dàng phát hiện ra các gian lận trong bất kỳ phần nào trong chuỗi cung ứng. Thêm nữa, blockchain giúp giảm tổng chi phí di chuyển các vật phẩm khi dõi thời gian thực của một sản phẩm trong chuỗi cung ứng. Một trong những lợi ích hấp dẫn khi sử dụng blockchain quản lý dữ liệu là tăng tính tương thích của dữ liệu. Do đó, các công ty có thể dễ dàng chia sẻ thông tin và dữ liệu với các nhà sản xuất, và nhà cung cấp.

Thứ ba, Robot được sử dụng nhiều cho khu vực sản xuất

Trước đây, Robot chuyên thực hiện các nhiệm vụ lặp đi lặp lại trên các dây truyền lắp ráp tại các nhà máy. Tuy nhiên, những tiến bộ công nghệ mới nhất đã thiết kế ra những robot có bộ nhớ thông minh có thể làm việc một cách nhanh nhẹn và hợp tác, hỗ trợ con người làm những công việc nguy hiểm hoặc có nguy hại đến sức khỏe con người. Trong ngành dệt may, robot cũng được sử dụng ở một số khâu như khâu cắt vải, ngoại trừ các loại vải dẻo hoặc độ đàn hồi cao. Một số công ty phần mềm tự động hóa đã phát triển "sewbots" được trang bị tay và chân, có thể may 1 mảnh vải một cách chính xác. Công ty Sewbo đã tung ra một loại robot có khả năng may áo thun không cần sự can thiệp của con người. Điều này có thể giúp làm giảm chi phí và tăng tốc quá trình may này.

Thứ tư, phân tích dữ liệu nhanh để thích ứng nhanh

Nhờ có Internet và các phần mềm công nghệ, các nhà sản xuất có thể nhận được các thông tin phản hồi của khách hàng một cách nhanh chóng. Các thương hiệu như Zara, H&M, Top Shop và Forever 21 đã xây dựng cho mình các doanh nghiệp để khi phát hiện các xu hướng mới, họ có thể triển khai hệ thống thiết kế và chuỗi cung ứng siêu nhanh để thiết lập các xu hướng thị trường càng nhanh càng tốt. Bên cạnh đó, điện toán đám mây phát triển cho phép các công ty làm việc với nhau cùng một lúc từ nhiều nơi trên thế giới, cho phép họ truy cập dữ liệu có liêu quan, thông tin liên lạc một cách nhanh chóng.

Thứ năm, thiết kế 3D, in 3D và khối lượng tùy biến

Công nghệ in 3D giúp các nhà thiết kế tạo ra các sản phẩm tùy biến phù hợp với mọi thông số cơ thể; dễ dàng điều chỉnh các chi tiết, màu sắc, hoa văn, chất liệu trên

sản phẩm trong một thời gian ngắn. Do đó tiết kiệm được nhiều thời gian và chi phí sản xuất. Bên cạnh đó, nhà thiết kế có thể nhìn rõ từng chi tiết nhỏ nhất trong sản phẩm mà mình sắp sản xuất thông qua các tính năng hỗ trợ tầm nhìn nhiều chiều từ công nghệ in 3D. In ấn hàng may mặc có thể giảm chất thải vải trong sản xuất khoảng 35%.

Thử ảo là phương pháp mà khách hàng có thể chọn sản phẩm may, thử trên người áo có số đo phù hợp. Từ đó giúp người tiêu dùng đưa ra quyết định mua hàng trực tuyến một cách dễ dàng hơn.

Thứ sáu, thời trang dựa trên cảm biến và quần áo kỹ thuật số

Trong thời đại công nghiệp 4.0, các sản phẩm may mặc không chỉ thể hiện phong cách mà người dùng còn có thể sở hữu các chức năng hữu ích. Thời trang và chăm sóc sức khỏe được kết hợp nhờ những bộ quần áo kỹ thuật số. Các sản phẩm áo có gắn cảm biến có thể đo được nhịp tim, hơi thở, đếm bước chân và xác định lượng calo bị đốt cháy. Những thiết bị này có thể phát hiện sớm các dấu hiệu bất thường như rối loạn nhịp, rung tâm nhĩ và các dị thường tiềm ẩn khác của người dùng. Nếu phát hiện thấy nguy cơ, thiết bị sẽ cảnh báo người đeo tức thì để có can thiệp sớm [124].

4.1.3. Sự gia tăng của tầng lớp trung lưu của Việt Nam

Trong những năm vừa qua, Việt Nam đã đạt được những kết quả to lớn trong việc giảm nghèo và nâng cao chất lượng cuộc sống cho hàng triệu người. Theo báo cáo của Ngân hàng thế giới 2018, 70% người dân Việt Nam đang được đảm bảo về mặt kinh tế, trong đó 13% thuộc tầng lớp trung lưu theo chuẩn thế giới. Các tầng lớp thu nhập này đang phát triển nhanh chóng, tăng hơn 20% trong giai đoạn 2010 - 2017. Tính từ năm 2014, trung bình mỗi năm có 1,5 triệu người Việt Nam gia nhập vào tầng lớp trung lưu toàn cầu, cho thấy các hộ gia đình đang tiếp tục leo lên bậc thang kinh tế cao hơn sau khi thoát nghèo. Báo cáo ghi nhận số người dễ bị tái nghèo cũng đã giảm xuống chỉ còn 2% giai đoạn 2014-2016, nhưng tầng lớp trung lưu tăng hơn 3 triệu người trong giai đoạn này [28].

Sự gia tăng tầng lớp trung lưu được coi là một trong những động lực tăng trưởng kinh tế và kích thích tiêu dùng quan trọng nhất. Điều này mở rộng cơ hội tăng trưởng cho những ngành trực tiếp hưởng lợi từ sự đi lên của người tiêu dùng (trong đó có ngành dệt may) không những vì tổng mức chi tiêu của người dân sẽ tăng nhanh chóng mà còn vì sự nổi lên của những xu hướng tiêu dùng mới.

Một số xu hướng điển hình có thể kể đến như sau:

- Tiêu dùng không thiết yếu sẽ ngày càng chiếm tỷ trọng cao hơn trong tổng chi tiêu: Khi các nhu cầu thiết yếu, căn bản nhất đã được đáp ứng, người tiêu dùng sẽ tăng chi tiêu cho những nhu cầu không thiết yếu như hàng công nghệ, thời trang, giải trí, du lịch, cũng như đầu tư nhiều hơn cho giáo dục.
- Người tiêu dùng hướng đến các sản phẩm cao cấp hơn và có thương hiệu: Ví dụ thay vì mua quần áo không thương hiệu hoặc của các nhà cung cấp không tên tuổi, người tiêu dùng sẽ hướng đến các thương hiệu phổ thông quốc tế... Hoặc thay vì sử dụng trang sức vàng với thiết kế đơn giản của các thương hiệu nhỏ lẻ, người tiêu dùng trung lưu sẽ mua các sản phẩm hợp thời trang, có thiết kế tinh xảo hơn của các thương hiệu lớn trong nước hay thương hiệu quốc tế. Xu hướng này tạo điều kiện cho các doanh nghiệp có thế mạnh về xây dựng thương hiệu mở rộng quy mô và thị trường nhờ nhận diện thương hiệu, cũng như khai thác được thêm giá trị và biên lợi nhuận từ sức mạnh thương hiệu và sự trung thành của khách hàng.
- Yêu cầu trải nghiệm mua sắm tốt hơn: Người tiêu dùng trung lưu không những đòi hỏi chất lượng sản phẩm phải tốt mà còn nhắm tới những trải nghiệm mua sắm làm họ hài lòng. Vì vậy, mô hình bán lẻ như các chuỗi bán lẻ hiện đại chuyên biệt, siêu thị, siêu thị mini, cửa hàng tiện lợi và trung tâm thương mại sẽ ngày càng trở nên phổ biến, thay cho mô hình chợ truyền thống hay cửa hàng tạp hóa.
- Quan tâm đến sức khỏe nhiều hơn: Người tiêu dùng sẽ sử dụng nhiều hơn các sản phẩm chăm sóc sức khỏe. Ngay cả các sản phẩm thời trang, ví dụ như những chất liệu vải an toàn cho da hoặc các sản phẩm áo có gắn cảm biến có thể đo được nhịp tim, hơi thở, đếm bước chân và xác định lượng calo bị đốt cháy.

4.2. Cơ hội, thách thức đối với doanh nghiệp dệt may trong bối cảnh CMCN 4.0 và hội nhập

4.2.1. Cơ hội

Thứ nhất, công nghệ mới thay đổi phương thức sản xuất của doanh nghiệp dệt, may.

Việc ứng dụng các thành tựu của CMCN 4.0 trong các doanh nghiệp dệt may trên thế giới, như robots, các máy in 3D, IoT, đã hình thành nên các nhà máy thông minh, có năng lực thực hiện cùng một lúc nhiều mắt xích của chuỗi giá trị toàn cầu với

quy mô sản xuất "tinh gọn". Tiết kiệm sức lao động và gia tăng hàm lượng tri thức trong mỗi đơn vị sản phẩm.

Ứng dụng thành tựu CMCN 4.0, doanh nghiệp dệt may có thể rút ngắn quy trình sản xuất. Các công đoạn sản xuất truyền thống như kéo sợi, dệt, nhuộm, cắt, dựng và may được thay thế bằng một số ít hơn các công đoạn khi ứng dụng công nghệ in 3D.

Năng suất lao động tăng do việc ứng dụng Robot, ứng dụng các máy móc tự động hoá. Người lao động thay vì tham gia trực tiếp vào từng công đoạn, sẽ là người điều hành/vận hành các máy móc mới được ứng dụng trong công đoạn đó. Người lao động, vì thế sẽ tránh được, hoặc hạn chế mắc phải bệnh nghề nghiệp, tai nạn lao động.

Phương thức hợp tác, liên kết giữa các doanh nghiệp đa dạng, thực hiện thông qua các giao dịch trực tiếp hoặc thông qua các giao dịch điện tử. Ứng dụng thương mại điện tử, ứng dụng công nghệ blockchain đã và đang góp phần thúc đẩy doanh nghiệp mở rộng quy mô sản xuất hiệu quả và phát triển.

Ứng dụng IoT, công nghệ kỹ thuật số đã và đang thay đổi toàn bộ quy trình tiếp cận thị trường, tiếp cận khách hàng của doanh nghiệp, rút ngắn thời gian giới thiệu và phân phối sản phẩm đến người tiêu dùng cuối cùng. Các doanh nghiệp tiết kiệm được chi phí, nhất là các chi phí vận chuyển, chi phí lưu kho, chi phí cho sự vận hành của các gian hàng/siêu thị trưng bày/giới thiệu sản phẩm vật lý. Các gian hàng trực tuyến giúp các doanh nghiệp tiếp cận người tiêu dùng cuối cùng nhanh chóng và thuận tiện

Trong ba lĩnh vực chính là kéo sợi - dệt nhuộm - may mặc; ứng dụng công nghệ mới trong lĩnh vực kéo sợi và dệt nhuộm diễn ra sớm hơn (tương tự như các cuộc CMCN trước đây).

Tự động hoá đã giúp ngành dệt may tiết kiệm chi phí lao động trong khi duy trì hoặc tăng năng suất lao động, tăng chất lượng sản phẩm. (Ví dụ: Tại thời điểm 10 năm trước, doanh nghiệp dệt có quy mô 10 nghìn cọc sợi phải tuyển dụng trên 110 lao động. Đến thời điểm năm 2016, những doanh nghiệp dệt hiện đại của Việt Nam với cùng quy mô 10 nghìn cọc sợi chỉ cần tuyển dụng 25 - 30 lao động, giảm gần 4 lần.

Về mặt môi trường, ứng dụng thành tựu của CMCN 4.0 giúp các doanh nghiệp hạn chế sử dụng hoá chất, giảm thiểu các tác động tiêu cực đối với môi trường. Việc triển khai các công nghệ nhuộm "khô", nhuộm không nước, góp phần tiết kiệm năng lượng, hoá chất, và thời gian trong khi vẫn đảm bảo độ bền màu sắc và độ mềm của vải.

Đẩy nhanh việc ứng dụng công nghệ mới, ngành dệt may Việt Nam có cơ hội trở thành trung tâm cung cấp vải cho các chuỗi giá trị dệt may toàn cầu.

Thứ hai, thay đổi mô hình kinh doanh truyền thống

Mô hình kinh doanh truyền thống dựa trên nền tảng tư duy của việc giảm chi phí sản xuất của doanh nghiệp. Sản xuất quy mô lớn, tổ chức sản xuất thành những công đoạn, "mắt xích", và phân bố các công đoạn sản xuất ở nhiều địa điểm trên thế giới, xét về nguyên lý là tận dụng lợi thế so sánh để giảm chi phí sản xuất, giảm giá thành sản phẩm.

Với mô hình này, các doanh nghiệp có quy mô lớn sẽ có lợi thế. Từ lợi thế về quy mô, dẫn tới lợi thế trong việc chiếm lĩnh thị trường và lợi thế trong việc tổ chức sản xuất và phân công lao động quốc tế. Nhiều doanh nghiệp lớn đã từ bỏ phần lớn các công đoạn sản xuất, chuyển giao cho các đối tác để hình thành nên chuỗi cung ứng, chuỗi giá trị sản phẩm. Họ - các doanh nghiệp lớn - chỉ giữ lại "trái tim" của chuỗi là công đoạn thiết kế sản phẩm. Bản thân công đoạn "thiết kế" sản phẩm cũng đang được "thuê ngoài", hay "gia công" thiết kế.

Tuy nhiên, CMCN 4.0 nhanh chóng biến mô hình kinh doanh đó trở thành lỗi thời. Thị trường sẽ trở nên phân mảng "fragmentation" hơn, và các doanh nghiệp sẽ hiệu quả hơn với quy mô nhỏ, đủ năng lực tiếp cận các thị trường ngách "niche market".

CMCN 4.0 cho phép ngành dệt may đáp ứng nhu cầu riêng có của từng cá nhân, thay vì sản xuất quy mô đại trà các sản phẩm có cùng kích thước. Vì vậy, nhu cầu của người tiêu dùng sẽ thay đổi. Thay vì lựa chọn các sản phẩm có kích thước phù hợp "tương đối", (size 38, 39, 40...), người tiêu dùng sẽ có nhu cầu với các sản phẩm mang tính cá nhân cao, phù hợp với mỗi người như được may đo "tailor made". Vì vậy, mô hình kinh doanh dựa trên tính kinh tế theo quy mô sẽ không còn hiệu quả.

Mô hình kinh doanh dựa trên tính kinh tế theo phạm vi "economies of scope" sẽ theo định hướng khách hàng với khả năng tùy biến sản xuất linh hoạt, đáp ứng theo yêu cầu của từng khách hàng cá biệt dựa trên nhhững đột phá công nghệ như công nghệ chế tạo đắp dần, máy chụp thân thể, thiết kế bằng máy tính… Mô hình kinh doanh dựa trên tính kinh tế theo phạm vi sẽ còn tác dụng trong một thời gian trước khi các mô hình kinh doanh nhỏ phát huy hiệu quả. Cơ hội để các DNVVN đóng góp cho phát triển của ngành dệt may sẽ tăng cao.

Các dây chuyền sản xuất sẽ tự động kết hợp lại với nhau để sản xuất đơn chiếc với mức giá thấp. Đây gọi là thời đại sản xuất hàng loạt các sản phẩm đơn chiếc dựa vào nhu cầu của khách hàng.

Thứ ba, cơ hội từ việc tham gia các hiệp định song phương và đa phương

Việc ký kết các Hiệp định thương mại song phương và đa phương đã và sẽ mang lại cho ngành dệt may Việt Nam nhiều lợi ích.

Đầu tiên phải kể đến đó là lợi ích về cắt giảm thuế quan. Các Hiệp định như VKFTA, EVFTA, CPTPP sẽ là cơ hội để các doanh nghiệp dệt may xuất khẩu nâng cao giá trị gia tăng cho các sản phẩm (nhờ ưu đãi thuế quan) sang các nước thành viên tham gia hiệp định. Đồng thời, đây cũng là cơ hội để các doanh nghiệp mở rộng thị trường xuất khẩu, không phụ thuộc vào một thị trường nhất định. Ví dụ, trong số các thành viên tham gia Hiệp định CPTPP, chỉ có Nhật Bản là thị trường truyền thống của Việt Nam, các nước còn lại, thị phần dệt may Việt Nam còn chiếm tỷ lệ nhỏ. Chính vì vậy, đây là cơ hội để các doanh nghiệp Việt Nam thâm nhập thị trường, kết nối khách hàng, phát triển bán hàng với những thị trường tiềm năng này.

Việc tham gia các hiệp định còn là cơ hội để các doanh nghiệp dệt may Việt Nam đầu tư vào các khâu còn yếu còn kém để đáp ứng được các yêu cầu về quy tắc xuất sứ. Đặc biệt, sẽ có nhiều doanh nghiệp FDI đầu tư mạnh mẽ vào khâu sợi, vải tại Việt Nam nhằm hưởng lợi ích. Từ đó, có thể tăng cường mối liên kết giữa các doanh nghiệp FDI và doanh nghiệp trong nước. Hình thành những chuỗi cung ứng mới.

Thứ tư, phát triển thị trường trong nước

Bên cạnh việc tham gia vào các chuỗi giá trị dệt may toàn cầu, doanh nghiệp dệt may Việt Nam cũng cần xây dựng và phát triển những chuỗi sản xuất riêng.

Việc gia tăng tầng lớp trung lưu cũng như những xu hướng tiêu dùng mới, sẽ tạo điều kiện cho các doanh nghiệp dệt may trong nước có thể phát triển, mở rộng thị trường nội địa. Thực tế những năm gần đây, một số DN dệt may trong nước đã xây dựng phân khúc sản phẩm và đối tượng khách hàng riêng, từ đó dần tạo ra giá trị và khẳng định vị trí trên thị trường nội địa, như: Tổng công ty CP May Việt Tiến với áo sơ mi, Tổng công ty May Nhà Bè - CTCP là veston… Riêng Tập đoàn Dệt may Việt Nam đã đầu tư xây dựng trung tâm giới thiệu và bán sản phẩm (Vinatex Mart) với 100% hàng thiết kế phát huy hiệu quả. Chỉ tính riêng năm 2018, trung tâm này đã đạt doanh thu 10 tỷ đồng/tháng, tăng trưởng 9%. Vinatex Mart đã giúp các DN thành viên tập đoàn tiết kiệm đáng kể chi phí phân phối [134].

4.2.2. Thách thức

Thứ nhất, sức ép cạnh tranh ngày càng lớn

Trong quá trình chuyển đổi phương thức sản xuất và kinh doanh, các doanh nghiệp sẽ đối mặt với cạnh tranh gay gắt để tiếp tục duy trì sự tồn tại trong các chuỗi giá trị truyền thống. Doanh nghiệp dệt may Việt Nam chủ yếu đang tham gia ở khâu may gia công cho nước ngoài. Mặc dù tốc độ tăng trưởng xuất khẩu cao nhưng giá trị gia tăng thu được lại rất thấp.

Trong khi đó, với những đột phá công nghệ như trên đang vẽ lại bức tranh của ngành dệt may toàn cầu cũng như tạo ra những phương thức mới trong mạng lưới liên kết chuỗi cung ứng toàn cầu. Công đoạn may là một trong những công đoạn dễ bị "tổn thương" bởi thành quả của CMCN 4.0. Đây là công đoạn có thể "biến mất" đầu tiên trong chuỗi giá trị ngành dệt may và vì thế, doanh nghiệp đối mặt với thách thức bị loại khỏi chuỗi giá trị, không phải bởi sự quyết định của "người mua" mà bởi sự ra đời của công nghệ mới. Để giải quyết thách thức này, hoặc các doanh nghiệp dệt may Việt Nam phải nhanh chóng nâng cấp trong chuỗi giá trị ngành dệt may, hoặc phải nhanh chóng tách ra độc lập phát triển, khai thác thị trường ngách.

Các doanh nghiệp dệt may Việt Nam đang bị kẹt trong cuộc cạnh tranh khốc liệt trên toàn cầu, với một bên là nhân công rẻ hơn từ các nước như Campuchia, Bangladesh, Myanmar… và bên kia là các nước phát triển và Trung Quốc đang sử dụng ngày càng nhiều robot thay cho con người.

Doanh nghiệp dệt, may không chỉ đối mặt với cạnh tranh khốc liệt trên thị trường quốc tế mà còn phải chịu sức ép cạnh tranh ngay trên sân nhà khi nhiều hiệp định thương mại tự do mà Việt Nam ký kết bắt đầu có hiệu lực. Các sản phẩm dệt may chất lượng cao, thân thiện với môi trường và hỗ trợ sức khỏe với giá cả hợp lý (nhờ tự động hóa và sản xuất quy mô lớn) lại may vừa với từng khách hàng (nhờ công nghệ chụp thân thể co thể tự thực hiện trong đo và khâu đặt hàng) bán rộng rãi ở Việt Nam để phục vụ những đối tượng có thu nhập khá có thể là kịch bản hiện hữu trong tương lai trung hạn [35].

Thứ hai, thách thức bắt kịp sự thay đổi nhanh chóng của công nghệ.

Công nghệ của thế giới trong lĩnh vực dệt may đang thay đổi nhanh chóng với tốc độ nhanh hơn trước. Trong quá khứ, trung bình 5 năm ngành may mới giới thiệu công nghệ mới, có khác biệt thực sự về năng suất, chất lượng so với công nghệ cũ;

ngành sợi cần khoảng 10 năm; ngành dệt nhuộm cần khoảng 15 năm. Với ảnh hưởng từ CMCN 4.0, khoảng thời gian sẽ ngắn lại. Các đời công nghệ mới sẽ liên tục xuất hiện với ứng dụng của xử lý thông tin dữ liệu lớn (Big data), mạng toàn cầu (Internet) và rô bốt hóa trong các công đoạn của quá trình sản xuất.

Doanh nghiệp dệt may đứng trước yêu cầu cập nhật liên tục trong quá trình đầu tư mới để có thể tiếp cận các công nghệ hiện đại. Tuy nhiên, hiện nay doanh nghiệp chủ yếu là doanh nghiệp nhỏ, nguồn lực về vốn, nhân lực để đổi mới công nghệ cũng như đủ năng lực để vận hành các công nghệ mới cũng sẽ là thách thức lớn. Thay đổi công nghệ dẫn đến nhu cầu sử lao động tay nghề cao tăng nhanh, trong khi năng lực đáp ứng của hệ thống đào tạo và dạy nghề còn nhiều hạn chế.

Thứ ba, thách thức trước ngã rẽ - tham gia vào các chuỗi giá trị toàn cầu thế hệ mới.

Trong bối cảnh CMCN 4.0, phương thức sản xuất và phương thức giao dịch của các doanh nghiệp dệt may thay đổi sẽ kéo theo những thay đổi về dịch chuyển vốn đầu tư, quy mô của ngành dệt may do sự thay đổi những " cấu phần" không còn thích hợp trong chuỗi cung ứng dệt may toàn cầu.

Với ngành dệt may toàn cầu có xu hướng co lại với ít doanh nghiệp, ít quốc gia tham gia hơn cũng như xu hướng chuyển dịch của sản xuất trong phân khúc có giá trị cao hơn trở lại các nước phát triển và trở lại Trung Quốc để gần hơn với thị trường tiêu thụ, các trung tâm R&D và các trung tâm cung cấp nguyên vật liệu, phụ liệu thay vì tận dụng chi phí lao động giá rẻ ở các nước đang phát triển như hiện nay.

Trong báo cáo "Việt Nam trước ngã rẽ - tham gia vào các chuỗi giá trị toàn cầu thế hệ mới" của Ngân hàng thế giới công bố năm 2017. Việt Nam đang đứng trước ngã rẽ. Hoặc là tiếp tiếp tục làm cứ điểm xuất khẩu cho các chuỗi giá trị toàn cầu và tập trung vào các công đoạn gia công, lắp ráp đem lại giá trị gia tăng thấp hoặc có thể tận dụng làn sóng tăng trưởng để đa dạng hóa và vươn lên trong chuỗi giá trị toàn cầu để tham gia vào các công đoạn giá trị gia tăng cao hơn. Đối với ngành dệt may, các doanh nghiệp sẽ phải đối diện với thách thức trong ngắn hạn là làm thế nào để có thể đáp ứng được các quy định từ các hiệp định thương mại để có thể hưởng lợi từ các ưu đãi thuế quan nhằm nâng cao giá trị gia tăng trong các sản phẩm xuất khẩu. Thứ hai, để duy trì cạnh tranh trong dài hạn, các doanh nghiệp dệt may Việt Nam buộc phải nâng cấp lên

các công đoạn có GTGT cao hơn trong chuỗi giá trị toàn cầu cũng như hình thành cà phát triển những chuỗi sản xuất riêng của các doanh nghiệp dệt may.

Thứ tư, nguy cơ mất việc làm đối với lao động dệt, may truyền thống

Như phân tích trên, cuộc CMCN 4.0 không chỉ làm thay đổi phương thức tạo ra sản phẩm mà còn cả địa điểm sản xuất. Nếu trước đây các nhà máy được đặt ở các quốc gia có lao động giá rẻ, chi phí nhân công thấp; ngày nay, chi phí nhân công trong sản xuất sẽ ít quan trọng hơn và các nhà máy có thể quay về với các nền kinh tế phát triển, tuy có chi phí lao động cao hơn nhưng lực lượng lao động tay nghề cao tốt hơn. Những nền kinh tế này, với sự phát triển của hạ tầng mạng toàn cầu và AI, có lợi thế tiếp cận, đáp ứng nhu cầu và phản ứng nhanh chóng trước thay đổi trong nhu cầu của khách hàng.

Theo ILO (2016)[5], có đến 86% lao động trong các ngành dệt may và giày dép ở Việt Nam có nguy cơ cao mất việc dưới tác động của những đột phá về công nghệ. Tỷ lệ rất lớn này sẽ chuyển thành con số tuyệt đối rất lớn vì dệt may và giày dép lại là các ngành đang tạo việc làm cho nhiều lao động (khoảng gần 2,3 triệu người, trong đó khoảng 78% là lao động nữ làm việc trong ngành dệt may; giày dép – 0,98 triệu người, trong đó có khoảng 74% là lao động nữ làm việc trong ngành giày dép; lao động trong hai ngành chiếm 6,2% tổng lực lượng lao động và 13,7% việc làm phi nông nghiệp). Trong số đó có nhiều lao động ít kỹ năng (tương ứng là 17% và 26% lao động dệt may và giày dép chỉ có trình độ tiểu học), và một tỷ lệ đáng kể không còn trẻ, từ 36 tuổi trở lên: 35,84% đối với dệt may và 25,37% đối với giày dép [35].

Thứ năm, thách thức trong việc tham gia các Hiệp định song phương và đa phương

Doanh nghiệp dệt may được kỳ vọng tăng trưởng ấn tượng khi các Hiệp định FTA có hiệu lực. Tuy nhiên, để được hưởng các mức ưu đãi thuế quan từ các hiệp định FTA, hàng hóa bắt buộc phải đáp ứng quy tắc xuất sứ được thiết kế riêng cho FTA đó, nếu không sẽ vô nghĩa.

Thách thức đầu tiên có thể kể đến là nút thắt cổ chai của ngành công nghiệp phụ trợ dệt may, cụ thể là khâu kéo sơi, dệt nhuộm vải. Đây vẫn đang là bài toán khó đối với ngành Dệt May Việt Nam do phần lớn doanh nghiệp dệt may tập trung vào khâu cắt và may quần áo, doanh nghiệp kéo sợi và dệt vải tại Việt Nam còn ít, nguồn cung chỉ đáp ứng được một phần nhỏ nhu cầu của các doanh nghiệp may.

[5] Nguồn: ILO. 2016. "ASEAN in transformation: How Technology is Changing Jobs and Enterprises – ASEAN trong chuyển dịch cơ cấu: Công nghệ đang làm việc làm và doanh nghiệp thay đổi như thế nào".

Thách thức thứ hai là, làn sóng FDI vào Việt Nam để hưởng lợi ích là rất lớn. Bên cạnh lợi ích cho doanh nghiệp dệt may Việt Nam khi được học hỏi công nghệ, quy trình quản lý hiện đại từ các doanh nghiệp FDI, doanh nghiệp trong nước sẽ chịu sức ép rất lớn từ sự cạnh tranh về quy mô sản xuất, giá thành, tuyển dụng lao động.

Trên cơ sở phân tích điểm mạnh, điểm yếu của doanh nghiệp dệt may Việt Nam cũng như phân tích bối cảnh mới và ảnh hưởng đến sự phát triển doanh nghiệp, phân tích SWOT được thực hiện như sau:

	Điểm mạnh (S)	**Điểm yếu (W)**
	S1: Doanh nghiệp dệt may tư nhân trong nước tăng nhanh về số lượng. S2: Có sự tập trung của doanh nghiệp theo vùng, miền S3: Doanh nghiệp dệt may tư nhân Việt Nam có kinh nghiệm về chuỗi giá trị do tham gia những chuỗi giá trị dệt may toàn cầu. S4. Một số doanh nghiệp tư nhân lớn (có nguồn gốc DNNN) đã xây dựng dựng được thương hiệu sản phẩm trong nước.	W1: Quy mô doanh nghiệp chủ yếu là nhỏ và siêu nhỏ, thiếu doanh nghiệp quy mô vừa. W2: Tỷ lệ doanh nghiệp thua lỗ còn cao W3: Trình độ công nghệ của doanh nghiệp còn thấp so với khu vực và thế giới. Chậm đổi mới công nghệ. W4: Doanh nghiệp vẫn bị phụ thộc về nguyên liệu đầu vào W5: Chưa có nhiều các trung tâm nghiên cứu và ứng dụng trong lĩnh vực dệt may của tư nhân W6: Chưa có nhiều chuỗi sản xuất và chuỗi giá trị riêng của doanh nghiệp dệt may Việt Nam W7: Mức độ sẵn sàng ứng dụng các thành tựu công nghệ của CMCN 4.0 còn

		thấp W8: Trình độ lao động trong doanh nghiệp dệt may còn thấp
Cơ hội (O) O1: Từ CMCN 4.0 + Thay đổi phương thức sản xuất và giao dịch của doanh nghiệp (trên cơ sở áp dụng công nghệ mới) + Thay đổi mô hình kinh doanh truyền thống O2: Cơ hội từ việc tham gia các hiệp định xong phương và đa phương: - Cắt giảm thuế quan nâng cao được GTGT cho hàng dệt may xuất khẩu - Thị trường rộng mở - Tăng cường mối liên kết giữa doanh nghiệp FDI và DN trong nước. O3: Phát triển thị trường trong nước (do gia tăng tầng lớp trung lưu)	**Phối hợp O – S** O1S1: Thúc đẩy tự động hóa sản xuất nâng cao NSLĐ O2S1: Mở rộng thị trường xuất khẩu O2S2: Tăng cường mối liên kết giữa doanh nghiệp trong nước và FDI để phát triển khâu thượng nguồn. O2S3: Nâng cấp lên các khâu có GTGT cao hơn trong chuỗi dệt may toàn cầu O3S4: Thúc đẩy việc hình thành các chuỗi sản xuất của DNDMVN	**Phối hợp O – W** O1W1: Phát huy ưu điểm của DNVVN (đáp ứng nhu cầu từng cá nhân thay vì sx hàng loạt) O1W3: Hỗ trợ doanh nghiệp đổi mới công nghệ. O1W7: Hoàn thiện hệ thống chính sách để tăng cường năng lực tiếp cận CN 4.0 cho doanh nghiệp. O3W4: Xây dựng và nâng cấp cụm ngành, tăng cường liên kết và hợp tác trong ngành dệt may.
Thách thức (T) **T1:** Thách thức cạnh tranh ngày càng lớn - Thách thức trong	**Phối hợp S – T** **T1S1:** Nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp trong nước.	**Phối hợp T –W** T1W8: Đẩy mạnh ứng dụng thương mại điện tử để quảng bá thương hiệu,

việc duy trì vị thế hiện tại trong chuỗi dệt may toàn cầu do sự thay đổi công nghệ mới - Thách thức cạnh tranh với một bên là các nước có nhân công rẻ hơn và một bên là các nước phát triển sử dụng ngày càng nhiều robot thay thế con người. T2: Thách thức trong việc bắt kịp sự thay đổi nhanh chóng của công nghệ T3: Thách thức trước ngã rẽ - tham gia vào các chuỗi giá trị toàn cầu thế hệ mới T4: Nguy cơ mất việc làm với lao động dệt, may truyền thống T5: Thách thức trong việc tham gia các Hiệp định song phương và đa phương - Thách thức trong việc đáp ứng các quy định về xuất sứ - Áp lực cạnh tranh với các doanh nghiệp FDI	**T3S3:** Hình thành các doanh nghiệp dẫn dắt trong việc nâng cấp trong chuỗi cũng như phát triển thương hiệu trong nước. T5S2: Phát triển các trung tâm nghiên cứu và ứng dụng trong lĩnh vực dệt may của tư nhân	cắt giảm chi phí trung gian. T2W3: Khuyến khích doanh nghiệp đổi mới công nghệ. T2W7: Phát triển hạ tầng cơ sở đặc biệt là hạ tầng công nghệ thông tin, viễn thông, điện nước, để nâng cao năng lực tiếp cận CN4.0 T4W8: Nâng cao trình độ lao động để ứng dụng được CN 4.0 T3W6: Thực hiện nhiệm vụ kép: nâng cấp lên công đoạn có GTGT cao hơn và hình thành các chuỗi riêng của doanh nghiệp Việt Nam T5W4: Nâng cấp cụm ngành dệt may và tăng cường liên liên hợp tác trong cụm ngành.

4.3. Quan điểm, định hướng phát triển doanh nghiệp dệt may trong bối cảnh CMCN lần thứ tư

4.3.1. Quan điểm

- Cuộc CMCN 4.0 là xu thế tất yếu, đang diễn ra vô cùng mạnh mẽ và sẽ có tác động đến các ngành, các lĩnh vực. Chủ động tham gia vừa là yêu cầu, vừa là thách thức mà các doanh nghiệp dệt, may cần nhanh chóng vượt qua để tận dụng tốt những cơ hội mà cuộc CMCN 4.0 mang lại trong việc đổi mới sản xuất theo hướng hiện đại, tăng cường năng lực và khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp dệt may.

- Tiếp tục thúc đẩy doanh nghiệp dệt may phát triển theo hướng hiện đại, hiệu quả và bền vững. Thực hiện nhiệm vụ kép: nâng cấp lên các công đoạn có giá trị gia tăng cao hơn trong chuỗi giá trị toàn cầu và hình thành các chuỗi riêng của các doanh nghiệp Việt Nam

- Lấy xuất khẩu làm phương thức cơ sở cho sự phát triển của doanh nghiệp, đồng thời đáp ứng tối đa nhu cầu trong nước. Tập trung phát triển mạnh các sản phẩm công nghiệp hỗ trợ, sản xuất nguyên phụ liệu, nâng cao giá trị gia tăng của các sản phẩm đồng thời tận dụng các ưu đãi từ các hiệp định FTA

- Thay đổi phương thức sản xuất dựa trên 4.0: áp dụng tự động hóa, robot và ứng dụng công nghệ thông tin, công nghệ in 3D nhằm nâng cao năng suất lao động, tăng chất lượng sản phẩm.

- Phát triển nguồn nhân lực cả về số lượng và chất lượng đáp ứng yêu cầu phát triển dựa trên công nghiệp 4.0. Chú trọng đào tạo cán bộ quản lý, cán bộ kỹ thuật, công nhân có trình độ để tiếp cận và vận hành được các máy móc công nghệ mới và các dây chuyền có tính tự động hóa cao.

4.3.2. Định hướng

Thứ nhất, lựa chọn định hướng chiến lược của ngành dệt may chủ động tham gia vào cuộc CMCN 4.0

Kinh nghiệm của các nước cho thấy, việc nhanh chóng xây dựng Chiến lược CMCN 4.0 cho riêng mình một cách bài bản, hệ thống với những giải pháp cụ thể, có tính đột phá có ý nghĩa quyết định cho những thành công của mỗi quốc gia trong tiếp cận với cuộc CMCN4.0. Tùy theo trình độ phát triển, thực tiễn đất nước, có nhận thức và đối sách khác nhau đối với CMCN 4.0. Đối với ngành dệt may Việt Nam, với một xuất phát điểm thấp, hầu hết các doanh nghiệp vẫn chưa sẵn sàng (đứng ngoài cuộc), Việt Nam cần lựa chọn một chiến lược tiếp cận phù hợp đối với cuộc CMCN 4.0. Cần

có một mục tiêu và định hướng có tính khả thi. Chiến lược ưu tiên trước mắt cần tập trung vào đổi mới, nâng cấp nền sản xuất hiện tại, đẩy nhanh quá trình này bằng việc tận dụng những cơ hội và hấp thu nhanh chóng các công nghệ hiện đại từ cuộc CMCN 4.0.

Thứ hai, trong ngắn hạn cần tăng cường cho ngành may xuất khẩu để tận dụng cơ hội thị trường.

- Đa dạng hóa và nâng cao chất lượng của các mặt hàng may mặc, phát triển mạnh các mặt hàng có giá trị cao.

- Nâng cao năng lực của các doanh nghiệp trong dịch chuyển phương thức sản xuất kinh doanh: từ hình thức CMT sang OEM, FOB; ODM, OBM.

- Tăng cường liên kết các cụm ngành để đáp ứng các cam kết của các hiệp định FTA mang lại theo hướng phát triển mạnh khâu thượng nguồn và hạ nguồn của chuỗi cung ứng.

Thứ ba, hướng tới chủ động về nguyên phụ liệu dệt may

- Lựa chọn, đầu tư bổ sung các nhà máy sản xuất xơ sợi nhân tạo, từng bước chủ động đáp ứng nhu cầu của ngành dệt về chủng loại, chất lượng, số lượng, nhằm mục tiêu tăng tỷ lệ nội địa hóa.

- Phát triển các mặt hàng dệt kim, dệt thoi là các sản phẩm có khả năng gắn kết các khâu sản xuất sợi, may mặc nhằm phát huy lợi thế của các hiệp định thương mại như CPTPP, EVFTA…, trong đó dệt nhuộm, hoàn tất là quan trọng nhất

Thứ tư, cập nhật liên tục công nghệ mới trong quá trình đầu tư mới để ứng dụng từng phần tự động hóa trong sản xuất, nhằm nâng cao năng suất lao động, nâng cao năng lực cạnh tranh.

Thứ năm, chủ động tăng cường hợp tác với các cơ sở đào tạo chuyên nghiệp để tạo nguồn lao động chất lượng cao, đáp ứng được yêu cầu của hội nhập và có khả năng tiếp cận, vận hành được những thành tựu công nghệ mới của CMCN 4.0

4.4. Các giải pháp chủ yếu nhằm phát triển doanh nghiệp dệt, may trong bối cảnh CMCN lần thứ tư.

4.4.1. Hoàn thiện hệ thống chính sách khuyến khích đổi mới công nghệ, ứng dụng thành tựu của CMCN 4.0.

- Tiếp tục thúc đẩy việc hoàn thiện các quy định về cải thiện môi trường đầu tư kinh doanh của Việt Nam nói chung theo hướng phù hợp với cuộc CMCN 4.0 (môi trường kinh doanh cần đảm bảo tính công bằng, bình đẳng và minh bạch tạo điều kiện thúc đẩy doanh nghiệp sáng tạo và ứng dụng công nghệ 4.0 trong sản xuất kinh

doanh) và các quy định liên quan đến việc thúc đẩy ứng dụng khoa học và công nghệ trong đó có công nghệ số, các chính sách phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao, và các quy định liên quan đến an toàn thông tin và an toàn kết nối; Các chính sách thuế, hải quan, lao động tiền lương, BHXH, BHYT cần minh bạch rõ ràng để doanh nghiệp yên tâm kinh doanh , không phải lo đối phó với chính sách thay đổi liên tục.

- Rà soát đánh giá, điều chỉnh chiến lược, quy hoạch phát triển ngành dệt may nhằm chuẩn bị sẵn sàng cho việc tham gia vào cuộc CMCN 4.0.
- Cần xây dựng chiến lược dài hạn kết nối hạ tầng giao thông với sự phát triển các KCN, KKT (trong đó có KCN dệt may) tạo sức hút cho các nhà đầu tư vào các khu này.
- Tiếp tục thực hiện Nghị quyết 36a về xây dựng chính phủ điện tử; triển khai các cơ sở dữ liệu một cách hệ thống; đầu tư nâng cấp hạ tầng kỹ thuật công nghệ thông tin và phần mềm hệ thống. Nâng cấp các cổng thông tin/trang thông tin điễn tử theo kịp với công nghệ mới nhất và cải thiện vấn đề bảo mật và an toàn thông tin.
- Xây dựng chính sách khuyến khích phát triển các mô hình phân phối, kinh doanh hiện đại dựa trên nền tảng công nghệ của cuộc CMCN 4.0.
- Rà soát, bổ sung và hoàn thiện hệ thống khung khổ pháp lý trong hoạt động thương mại điện tử phù hợp với điều kiện của Việt Nam, nhưng vẫn đảm bảo tính thích ứng với quy định và cam kết quốc tế về giao dịch thương mại điện tử nhằm thuận lợi hóa cho các hoạt động thương mại xuyên biên giới; Xây dựng và hoàn thiện các tiêu chuẩn, quy chuẩn về trao đổi dữ liệu thương mại điện tử trong nước hài hòa với tiêu chuẩn quốc tế; đơn giản hóa thủ tục hành chính đối với e-logistics.

4.4.2. Phát triển hạ tầng cơ sở tạo điều kiện cho doanh nghiệp tiếp cận và ứng dụng được thành tựu của CMCN 4.0.

Để tạo điều kiện cho doanh nhiệp tiếp cận và ứng dụng được thành tựu của cuộc CMCN 4.0 cần có một hệ thống hạ tầng cơ sở hiện tại để hình thành nên hệ sinh thái cho đổi mới sáng tạo. Trong đó, hạ tầng công nghệ thông tin, viễn thông, thương mại điện tử là rất quan trọng.

Đối với viễn thông : Trong thời gian tới cần có những chính sách để ngành công nghiệp internet, nội dung số và ứng dụng di động của Việt Nam có thể phát triển như:

- Xây dựng một cơ chế cạnh tranh lành mạnh, bình đẳng với các doanh nghiệp trong và ngoài nước, tạo ra một thị trường có nhiều nhà cung cấp dịch vụ cùng tồn tại.

- Đơn giản hóa các thủ tục cấp phép, quản lý để các doanh nghiệp có thể tự do sáng tạo, phát triển những ứng dụng hiện đại.

- Nhà nước cần có cơ chế khuyến khích các doanh nghiệp tham gia vào lĩnh vực phát triển hạ tầng viễn thông , đồng thời tham gia xây dựng mạng viễn thông quốc gia, độc lập bởi các nhà cung cấp nước ngoài [53].

- Nhà nước cần có biện pháp xử lý nhanh các sự cố cáp quang trên biển hoặc có thể xây dựng thêm một đường cáp kết nối dự phòng để không bị gián đoạn đường truyền.

Về điện, nước: Cung cấp điện và nước cho sản xuất cần phải ổn định, đầy đủ và thường xuyên, vì mất điện, mất nước gây ảnh hưởng lớn đến quá trình sản xuất của doanh nghiệp, theo đó làm chậm tiến độ hoàn tất các đơn hàng và tuân thủ thời gian giao hàng đúng hợp đồng. Doanh nghiệp càng áp dụng công nghệ cao thì việc ngừng hoạt động của các máy móc (gây ngưng trệ cho cả hệ thống sản xuất, kinh doanh) càng gây thiệt hại lớn cho doanh nghiệp.

Về xử lý nước thải:

- Cần có quy định rõ ràng, minh bạch về tiêu chí công nghệ đầu tư đối với ngành dệt may, quy chuẩn môi trường phải phù hợp và tiệm cận với tiêu chuẩn của toàn cầu. Đồng thời, nắm bắt kịp thời thông tin, tiêu chuẩn « xanh » từ các thương hiệu lớn trên thế giới, giúp doanh nghiệp trong nước có định hướng chiến lược phát triển và đầu tư sản phẩm dệt may.

- Xây dựng hệ thống xử lý nước thải tiên tiến theo quy chuẩn chung, di chuyển các xí nghiệp nhuộm vào các khu công nghiệp dệt may có trung tâm xử lý nước thải tập trung.

- Khuyến khích các doanh nghiệp nhuộm sử dụng các loại thuốc nhuộm thân thiện hơn với môi trường thay thế các loại nhuộm vô cơ trước kia.

- Tăng cường liên kết trong việc xử lý nước thải và tập trung ở các doanh nghiệp dệt may nhỏ lẻ để giảm thiểu chi phí cho doanh nghiệp.

Về thương mại điện tử

Khai thác ứng dụng thương mại điện tử giúp cho các doanh nghiệp may mặc có thể thâm nhập vào thị trường thế giới, thu thập thông tin nhiều hơn, nhanh hơn

và chính xác hơn. Với thương mại điện tử, các doanh nghiệp cũng có thể quảng bá về thông tin sản phẩm của mình đến các đối tượng khách hàng tiềm năng khác nhau ở mọi nơi trên thế giới với chi phí thấp mà hiệu quả cao.

Trong thời gian qua đã có mốt số các doanh nghiệp dệt may tham gia vào các trang thương mại điện tử có quy mô toàn cầu như Amazon, Alibaba.. như Công ty cổ phần May 10 đã triển khai bán hàng trên Amazon từ năm 2017, các sản phẩm của May 10 đã được giao trực tiếp đến các khách hàng Mỹ không qua bất kỳ nhà phân phối nhập khẩu nào như cách mà nhiều năm qua doanh nghiệp vẫn làm. Tuy nhiên số lượng này còn ít và các trang mua bán trực tuyến trong nước còn ít và chưa cạnh tranh được với các doanh nghiệp nước ngoài.

Trong thời gian tới các doanh nghiệp dệt may trong nước cần đẩy mạnh ứng dụng thương mại điện tử trong hoạt động kinh doanh để có thể quảng bá thương hiệu sản phẩm, cắt giảm các chi phí trung gian.

Bên cạnh các kênh phân phối như siêu thị hay các chuỗi cửa hàng, các doanh nghiệp cần xây dựng các Website để giới thiêu về công ty cũng như quảng bá sản phẩm, phát triển hệ thông thanh toán online để có thể đáp ứng nhanh nhu cầu của khách hàng.

Chính phủ cần có những chính sách hỗ trợ phát triển xây dựng một sàn giao dịch thương mại điện tử đối với doanh nghiệp trong nước và quốc tế hoạt động trên phạm vi lãnh thổ Việt Nam, có khả năng đảm bảo chất lượng cho cả người bán và người mua. Theo kinh nghiệm của Trung Quốc đã xây dựng trang Alibaba hỗ trợ rất nhiều cho các doanh nghiệp Trung Quốc tiếp cận với khách hàng, đối tác trên toàn thế giới.

Tiếp tục hoàn thiện và mở rộng chức năng của Hệ thống thanh toán TMĐT quốc gia Keypay; Mở rộng phạm vi áp dụng của Chương trình Một thẻ quốc gia để hỗ trợ các doanh nghiệp; Nghiên cứu, xây dựng mô hình logistics kết nối sản xuất, kinh doanh cho khu vực nông thông, miền núi; Hợp tác với Viettel Post xây dựng hạ tầng chuyển phát trên nền tảng công nghệ cho thị trường TMĐT Việt Nam...

Triển khai Chương trình phát triển TMĐT và các chương trình hỗ trợ doanh nghiệp ứng dụng TMĐT: Tiếp tục triển khai Chương trình phát triển TMĐT quốc gia năm 2018, hỗ trợ các địa phương xây dựng và thực hiện các đề án ứng dụng và hỗ trợ

doanh nghiệp ứng dụng TMĐT; Hoàn thiện, nâng cao hiệu quả các website, cơ sở dữ liệu phục vụ doanh nghiệp...

4.4.3. Đào tạo nhân lực chất lượng cao

Đối với ngành dệt may, những đột phá về công nghệ, CMCN 4.0 sẽ tạo ra nhiều đổi mới, sáng tạo trong quá trình sản xuất kinh doanh các sản phẩm dệt may bao gồm toàn bộ các giai đoạn từ khâu thiết kế sản phẩm, cung ứng nguyên phụ liệu, sản xuất, xuất khẩu và marketing.

Những năng lực phát sinh mới đòi hỏi nguồn nhân lực dệt may cần có để đáp ứng công nghiệp 4.0 bao gồm:

Đối với việc đổi mới sản phẩm: cần có năng lực nghiên cứu và phát triển các loại vật liệu mới như: vật liệu có khả năng theo dõi và bảo vệ sức khỏe, vật liệu có khả năng kết nối Internet, vật liệu có thể tự thay đổi màu sắc...

Trong quy trình sản xuất: cần có kỹ năng thiết kế sản phẩm sử dụng công nghệ 3D; có khả năng vận hành dây chuyền tự động hóa cao bằng robot công nghiệp; có khả năng sử dụng máy in 3D, máy dệt 3D để sản xuất sản phẩm.

Trong quản lý, nguồn nhân lực dệt may cần được trang bị năng lực sử dụng các phần mềm quản lý chuyên ngành như : phần mềm quản lý nguồn lực doanh nghiệp ERP, phần mềm quản lý vòng đời sản phẩm PLM...

Trong marketing: đòi hỏi phải có kỹ năng sử dụng thương mại điện tử cho hoạt động sản xuất kinh doanh; có năng lực triển khai marketing marketing trên internet (Internet marketing).

Để ứng dụng được công nghệ 4.0, trước hết cần chuẩn bị đủ số lượng nhân lực cho các doanh nghiệp dệt may phù hợp với những lĩnh vực có khả năng ứng dụng công nghệ 4.0. Đối với nhân lực quản lý và kỹ thuật, cần được đào tạo cơ bản ở trình độ đại học và cao đẳng với năng lực thực hiện. Mặt khác cần phải đào tạo lại số lượng nhân lực trực tiếp tại các nhà máy sản xuất để tiếp cận với công nghệ vận hành robot và các dây chuyền có tính tự động hóa cao.

So với số nhân lực trình độ đại học và cao đẳng hiện tại, vào năm 2025, ngành dệt may Việt Nam dự báo sẽ cần thêm trên 130.000 so với năm 2016; vào năm 2030, ngành dệt may cần thêm trên 210.000 nhân lực trình độ đại học, cao đẳng so với năm 2016 (Hoàng Xuân Hiệp, 2017).

Một số giải pháp để nâng cao chất lượng nguồn nhân lực cho ngành dệt may như sau:

- Thay đổi mô hình/phương thức, nội dung và chương trình đào tạo phù hợp với các yêu cầu của CMCN 4.0

+ Mô hình đào tạo và quản lý đào tạo cần được điều chỉnh với những thay đổi nhanh chóng của nhu cầu sử dụng người lao động tại các nhà máy. Các phương thức đào tạo của các Trường hiện này cũng cần cập nhật do sự xuất hiện của công nghệ thông tin cho phép người dạy và người học có được những điều kiện và công cụ hoàn toàn mới phục vụ việc dạy và học.

+ Nội dung đào tạo cũng cần liên tục nghiên cứu và cập nhật. Các trường đại học, cao đẳng cần mở thêm các chuyên ngành đào tạo theo hướng liên ngành để tiếp cận với công nghệ 4.0 như: kỹ thuật cơ điện tử trong thiết bị dệt may, tin học ứng dụng trong lĩnh vực dệt may, thương mại điện tử, thiết kế thời trang bằng công nghệ 3D; robot và trí tuệ nhân tạo, vật liệu dệt may…

Bắt kịp xu hướng này một số trường đại học đã dự kiến tuyển sinh một số ngành mới như trường Đại học sư phạm kỹ thuật TP.HCM dự kiến sẽ tuyển sinh ngành robot và trí tuệ nhân tạo, kinh doanh số, vật liệu may. Trường Đại học Kinh tế Quốc dân cũng sẽ mở các ngành như Quản trị điều hành thông minh, đầu tư tài chính, khoa học dữ liệu trong kinh tế và kinh doanh và cũng đang xem xét mở ngành công nghiệp thời trang trong năm học 2019-2020 sắp tới. Những mô hình này cần được nhân rộng để có thể bù đắp sự thiếu hụt về nhân lực 4.0 cho các ngành, trong đó có ngành dệt may.

- Đầu tư thiết bị đào tạo theo hướng cập nhật với công nghệ 4.0 như thiết bị tự động, robot công nghiệp.

- Thực hiện đào tạo lại, đào tạo bổ ung cho lực lượng lao động có trình độ thấp, ưu tiên các kiến thức và kỹ năng liên quan tới ứng dụng công nghệ thông tin, tự động hóa, kỹ năng quản lý và phân tích thông tin

- Đào tạo nhân lực có tầm nhìn thời trang, ngoại ngữ, tin học để có thể cập nhật xu hướng thời trang thế giới

- Xây dựng các phòng thí nghiệm công, tạo cơ hội cho nhân lực kỹ thuật của doanh nghiệp dệt may cùng tham gia làm thí nghiệm nghiên cứu phát triển để cải tiến công nghệ cho doanh nghiệp

Về phía doanh nghiệp

- Cần có sự phối hợp chặt chẽ giữa các trường đại học, hiệp hội dệt may, các doanh nghiệp để đảm bảo các chương trình đào tạo phù hợp với yêu cầu hoạt động thực tiễn của doanh nghiệp; Thường xuyên tổ chức các buổi cập nhật ngắn, đào tạo để người lao động dần thay đổi tư duy và vận hành được những thiết bị hiện đại có cài đặt phần mềm mới.

Bên cạnh đó, xây dựng mô hình doanh nghiệp may loại vừa trong các cơ sở đào tạo nhân lực dệt may cũng là một giải pháp cần được chú trọng.

Hộp 4.1: Các mô hình phối hợp giữa Doanh nghiệp, cơ sở đào tạo và các tổ chức dệt may trong việc đào tạo nhân lực.

Ông Bùi Trọng Nguyên, Hiệp hội Dệt may Thêu đan TP. Hồ Chí Minh

Hội Dệt May Thêu Đan TP Hồ Chí Minh đã kết hợp với Sở Công Thương, Trung tâm Xúc tiến Thương mại TP phối hợp với Trung tâm đào tạo của đối tác Singapore mở các lớp huấn luyện cho lực lượng quản lý, nhân viên kỹ thuật để có thể áp dụng và vận hành công nghệ mới kể cả việc huấn luyện người lao động nhằm nâng cao kỹ năng đối với các lĩnh vực đang đầu tư.

Bà Nguyễn Thị Thanh Huyền - Ủy viên Hội đồng quản trị, Tổng công ty May 10:

Tổng công ty May 10 có một Trường Cao Đẳng nghề Long Biên chuyên đào tạo nghề may, đào tạo ngoại ngữ, đào tạo nghề kế toán, đào tạo tin học… phục vụ cho nhu cầu của chính May 10 và nhu cầu về lao động tay nghề cao của các doanh nghiệp dệt may khác. Để nâng cao kỹ năng thực hành cho sinh viên của Trường Cao Đẳng nghề Long Biên, May 10 thường xuyên tổ chức các hoạt động ngoại khóa cho sinh viên trường đến thực hành tại các xưởng may, tổ chức các chương trình thiết kế và trình diễn thời trang. Do vậy sinh ra trường, vào doanh nghiệp là làm việc được ngay, không phải đào tạo lại.

Ngoài ra, hàng năm, May 10 liên tục mở các lớp đào tạo chuyên sâu nghiệp vụ kiến thức cho nhân viên, như: Đào tạo Tiếng Anh giao tiếp cho 100% cán bộ các phòng ban, xí nghiệp và các đơn vị thành viên; Kỹ năng lập kế hoạch, quản lý thời gian cho nhân viên văn phòng. Đặc biệt chú trọng đào tạo kỹ năng bán hàng cho đội ngũ nhân viên bán hàng/ Đào tạo về xu hướng thời trang cho đội ngũ thiết kế và nhân viên bán hàng; đào tạo về LEAN, 5S và các chương trình tập huấn cho cán bộ quản lý.

Trường Đại học công nghiệp Dệt May Hà Nội tại Gia Lâm, Hà Nội đã ứng dụng mô hình nay với một doanh nghiệp May khoảng 500 lao động và đạt được những kết quả khả quan thời gian qua [34].

Nguồn: Kết quả phỏng vấn doanh nghiệp năm 2017

Ngoài ra, các cơ sở đào tạo cũng như các doanh nghiệp dệt may cần chú trọng thực hiện cả các giải pháp về đào tạo nguồn nhân lực cho phương thức sản xuất ODM và OBM. Đây là hai phương thức chủ yếu sản xuất hàng thời trang, rất khó có thể tự

động hóa và vẫn giữ được lợi thế tương đối của Việt Nam về sự khéo léo của người lao động cũng như giảm thiểu được yêu cầu phải sử dụng nguồn vốn quá lớn để đầu tư cho công nghiệp 4.0, đặc biệt là các doanh nghiệp dệt may có quy mô vừa và nhỏ.

4.4.4. Hỗ trợ cho doanh nghiệp dệt, may đổi mới công nghệ

Đầu tư đổi mới thiết bị công nghệ là nhân tố quyết định đối với sự phát triển của các doanh nghiệp dệt, may trong bối cảnh CMCN 4.0.

Hàng dệt may có đặc điểm là có tính linh hoạt cao, chu kỳ sản phẩm ngắn, tính mốt thể hiện rõ và tính quốc tế cao. Do đó công nghệ phải đổi mới nhanh và theo hướng hiện đại. Đổi mới máy móc thiết bị giúp năng suất tăng cao, chất lượng sản phẩm được đảm bảo tốt hơn, đảm bảo số lượng các đơn đặt hàng mà khách hàng yêu cầu.

Công nghệ được áp dụng ở tất cả các khâu của chuỗi cung ứng dệt may: như

Máy quét 3D trong khâu thiết kế; tự động hóa, sử dụng robot trong khâu sản xuất sợi; máy dệt kim 3D trong khâu dệt vải; trong công nghệ dệt thoi, hệ thống Internet kết nối vạn vật IoT kết hợp với sử dụng công nghệ nhận dạng bằng tần số vô tuyến RFID cho phép chuyển chính xác các ống sợi tự động vào các máy dệt để sản xuất vải nhằm tiết kiệm thời gian, tăng năng suất lao động và giảm chi phí sản xuất; Bên cạnh công nghệ dệt, những thành tựu của công nghiệp 4.0 đã sáng tạo ra nhiều vật liệu mới có tính năng đặc biệt để sản xuất các sản phẩm may như vật liệu có tính năng kiểm soát tình trạng sức khỏe, tự thay đổi màu sắc theo sở thích của người mặc hoặc vật liệu có thế kết nối Internet...

Bên cạnh việc ứng dụng các công nghệ 4.0 trong sản xuất, các doanh nghiệp còn có thể đổi mới cả quy trình quản lý doanh nghiệp theo công nghệ 4.0 bằng cách sử dụng các phần mềm chuyên dụng như phần mềm quản lý nguồn lực doanh nghiệp ERP cho phép quản lý toàn bộ nguồn lực chủ yếu của doanh nghiệp từ đầu vào đến khi xuất hàng. Ngoài phần mềm ERP, nhiều doanh nghiệp còn sử dụng phần mềm quản lý vòng đời sản phẩm PLM nhằm truy cập và quản lý thông tin sản phẩm một cách an toàn; duy trì tính toàn vẹn thông tin trong suốt vòng đời sản phẩm; xây dựng, quản lý và chia sẻ quy trình kinh doanh dựa trên dữ liệu sản phẩm. Phần mềm quản lý vòng đời sản phẩm được đánh giá là phương tiện liên kết các bộ phận và cho phép tạo nên sự giao tiếp rõ ràng, hiệu quả giữa nhiều bên trong sản xuất kinh doanh.

Để có thể nâng cao năng lực cạnh tranh trong bối cảnh CMCN 4.0 cũng như nâng cấp trong chuỗi giá trị dệt may toàn cầu. Doanh nghiệp dệt may bắt buộc phải đổi

mới công nghệ. Tuy nhiên, với đa số là doanh nghiệp nhỏ, vốn ít rất cần có sự hỗ trợ của nhà nước để đổi mới công nghệ.

Vì vậy trong thời gian tới cần có những cách thức hỗ trợ doanh nghiệp dệt may đổi mới công nghệ như sau:

- Trong lĩnh vực tài chính ngân hàng, hoạt động điều hành chính sách lãi suất cần theo hướng chủ động, dẫn dắt thị trường và bám sát diễn biến kinh tế vĩ mô nhằm đạt mục tiêu giảm dần mặt bằng lãi suất, góp phần khơi thông nguồn vốn cho nền kinh tế.
- Có chính sách ưu đãi thuế đối với việc nhập khẩu máy móc công nghệ cao phục vụ cho sản xuất
- Triển khai đồng bộ các giải pháp tháo gỡ khó khăn và tạo điều kiện cho doanh nghiệp tiếp cận nguồn vốn ngân hàng một cách hiệu quả nhằm tăng đầu tư cho đổi mới công nghệ.
- Thúc đẩy doanh nghiệp lớn đi đầu trong đầu tư năm bắt và phát triển công nghệ để tăng sức cạnh tranh toàn cầu và năng lực xuất khẩu
- Tăng cường sự liên kết giữa các nhà khoa học và doanh nghiệp thương mại hóa các sản phẩm khoa học.
- Cần có cơ quan tư vấn và đánh giá công nghệ để cung cấp thông tin cho doanh nghiệp về công nghệ, đồng thời hạn chế nhập khẩu các công nghệ lạc hậu có hiệu quả kinh tế thấp. Bên cạnh đó, các cơ quan cầu nối này có thể đóng vai trò hỗ trợ thông tin về khoa học công nghệ (ví dụ như các hội nghị, triển lãm về thiết bị máy móc để giới thiệu đến doanh nghiệp, tổ chức các khóa đào tạo về các công nghệ mới).

4.4.5. Phát triển cụm liên kết ngành, khuyến khích liên kết và hợp tác trong cụm liên kết ngành dệt may

Để chuyển dịch được từ phương thức sản xuất CMT sang OEM, ODM hay tận dụng được các ưu đãi từ các hiệp định FTA đòi hỏi các doanh nghiệp có sự chủ động đối với nguồn nguyên phụ liệu. Tuy nhiên, công đoạn này là một điểm yếu của ngành dệt may Việt Nam vì vậy trong ngắn hạn, để đảm bảo sự chủ động với nguồn nguyên phụ liệu đòi hỏi sự liên kết chặt chẽ với các nhà cung cấp nguyên phụ liệu nước ngoài. Trong thời gian vừa qua, để đón đầu những ưu đãi từ các hiệp định, nhiều doanh nghiệp nước ngoài đã đầu tư vào ngành dệt nhuộm tại Việt Nam.

Căn cứ số liệu từ Cục Đầu tư nước ngoài, Bộ Kế hoạch và Đầu tư, trong năm 2014 số lượng dự án là 83 dự án với tổng mức đầu tư 1,64 tỷ USD; năm 2015 là 110

dự án với tổng mức đầu tư là 2,03 tỷ USD. Về cơ cấu, số dự án nhà máy sợi là 20 dự án, dự án dệt nhuộm là 30 dự án, dự án nhà máy may là 125 dự án. Các công ty FDI điển hình như Công ty TNHH Lishin (Hàn Quốc), Công ty TNHH Lu Thai (Hồng Kông), Công ty TNHH Polytex Far Eastern (Đài Loan) với tổng vốn đầu tư mỗi công ty từ 300 triệu USD trở lên (Đỗ Khắc Dũng, 2018). Với xu thế như vậy, có thể thấy, trong thời gian tới các nhà đầu tư nước ngoài sẽ tiếp tục rót vốn, công nghệ vào Việt Nam nhằm đón đầu hiệp định CPTPP. Nhìn về mặt tổng thể thì xu thế này khá có lợi cho ngành, các doanh nghiệp Việt Nam sẽ có cơ hội trao đổi, học hỏi từ các doanh nghiệp FDI, đồng thời nguồn cung sợi, vải tại Việt Nam sẽ dồi dào hơn.

Để tạo mối liên kết giữa các doanh nghiệp FDI với doanh nghiệp trong nước thì việc xây dựng và nâng cấp cụm ngành dệt may là rất cần thiết.

Theo kinh nghiệm của Trung Quốc, và Hàn Quốc, việc xây dựng các cụm liên kết ngành ngành là một yếu tố quan trọng giúp doanh nghiệp nâng cao được GTGT trong chuỗi dệt may toàn cầu. Sự hình thành và phát triển cụm ngành dệt may ở Việt Nam sẽ giúp thúc đẩy năng suất và hiệu quả của các doanh nghiệp thông qua tăng khả năng tiếp cận dịch vụ và nguồn nguyên liệu; tăng tốc độ và giảm chi phí giao dịch giữa các doanh nghiệp; tăng cạnh tranh giữa các doanh nghiệp, qua đó thúc đẩy nâng cao chất lượng. Ngoài ra, cụm ngành sẽ giúp các doanh nghiệp tiếp cận các thông tin dễ dàng, từ đó thúc đẩy thương mại và quá trình đổi mới trong các doanh nghiệp.

Để thực hiện được điều này, cần có sự nỗ lực và hợp tác của nhiều tổ chức cơ quan đặc biệt của địa phương, các hiệp hội dệt may, hiệp hội bông sợi… Cho đến thời điểm này, cụm ngành dệt may của Việt Nam tuy đã hình thành nhưng chưa hoàn chỉnh, liên kết giữa các bộ phận của cụm ngành còn rời rạc và lỏng lẻo.

Vinatex đã có quy hoạch một số khu, cụm công nghiệp dệt may trong giai đoạn 2016-2020 nhưng theo nhiều chuyên gia thì nhìn chung các khu, cụm công nghiệp này còn nhỏ về diện tích cũng như quy mô đầu tư.

Vì vậy việc nâng cấp cụm ngành và tăng cường liên kết hợp tác trong cụm ngành là một yêu cầu thiết yếu để tiếp tục phát huy lợi thế của ngành dệt may và nâng cấp vị thế trong chuỗi giá trị toàn cầu.

Chính phủ cần phối hợp cùng Hiệp Hội Dệt May, Tập đoàn Dệt May Việt Nam để lên chiến lược xây dựng cụm ngành dệt may nhằm tận dụng lợi ích của cụm công nghiệp như: tăng cạnh tranh, tăng hợp tác và tạo tác động lan tỏa của các doanh nghiệp

trong cụm ngành. Cụm ngành dệt may không chỉ bao gồm các doanh nghiệp sợi, dệt, nhuộm và may mặc mà còn bao gồm các doanh nghiệp thuộc ngành hạ nguồn như các kênh phân phối, bán lẻ đến người tiêu dùng; các nhà sản xuất sản phẩm phụ trợ, nhà cung cấp hạ tầng chuyên dụng, các tổ chức đào tạo và cung cấp nguồn nhân lực, trung tâm nghiên cứu và hỗ trợ kỹ thuật như các trường đại học, cơ quan nghiên cứu chính sách, trường dạy nghề. Ngoài ra, các cơ quan quản lý nhà nước cũng đóng vai trò quan trọng trong hoạt động của cụm ngành dệt may.

Vai trò của chính phủ trong việc nâng cấp và phát triển của cụm ngành dệt may cần được thực hiện trong ba vấn đề sau:

Thứ nhất, đảm bảo môi trường kinh doanh thuận lợi để thúc đẩy cạnh tranh, hợp tác và tạo tác động lan tỏa giữa các doanh nghiệp.

Thứ hai, đảm bảo các doanh nghiệp có thể dễ dàng tiếp cận đến các nguồn lực và nhân tố sản xuất để có thể giảm chi phí và tối đa hóa lợi ích

Thứ ba, thu hút đầu tư vào khâu sản xuất nguyên phụ liệu, đặc biệt là khâu dệt, nhuộm và hoàn tất. Giải quyết được vấn đề này là tháo dỡ được nút thắt của ngành dệt may trong những năm qua.

Khi xây dựng các khu, cụm ngành dệt may cần chú ý

+ Xác định những địa phương thích hợp để phát triển ngành dệt nhuộm

+ Lập và triển khai các dự án đầu tư công hoặc PPP xây dựng các khu công nghiệp có hệ thống xử lý nước thải đạt chuẩn phục vụ ngành dệt nhuộm

4.4.6. Nâng cao mức độ sẵn sàng ứng dụng CN 4.0 của doanh nghiệp.

Bên cạnh những hỗ trợ từ phía nhà nước, doanh nghiệp cũng cần chủ động trong việc nâng cao năng lực tiếp cận, ứng dụng công nghệ 4.0 trong hoạt động quản lý cũng như sản xuất kinh doanh.

Thứ nhất, doanh nghiệp dệt, may cần có chiến lược tái cấu trúc lao động và chuẩn hóa kỹ thuật toàn chuỗi sản xuất với các hỗ trợ áp dụng mô hình quản lý nguồn lực ERP và tăng cường thu thập và trao đổi thông tin về quá trình sản xuất và sản phẩm.

Thứ hai, chú trọng tích hợp công nghệ số hoá: Thúc đẩy phát triển những giải pháp sản xuất và kinh doanh dựa trên số hoá; tích hợp với các hệ thống cảm biến, hệ thống điều khiển, mạng truyền thông để kinh doanh và chăm sóc khách hàng; lưu trữ và sử dụng hiệu quả các dữ liệu lớn dựa trên điện toán đám mây; thu thập, phân tích và xử lý dữ liệu lớn để tạo ra những tri thức mới, hỗ trợ việc đưa ra quyết định và tạo lợi thế cạnh tranh.

Thứ ba, trang bị kiến thức, kỹ thuật cho người lao động cũng như tổ chức để có thể vận hành các công nghệ mới, sử dụng hiệu quả chuỗi cung ứng thông minh được tạo ra từ CMCN 4.0, gắn kết chặt chẽ hơn với khách hàng.

KẾT LUẬN

Luận án ***Doanh nghiệp dệt may Việt Nam trong bối cảnh cách mạng công nghiệp lần thứ tư*** đã thực hiện được các mục tiêu nghiên cứu, thông qua việc đánh giá và trả lời các câu hỏi nghiên cứu đặt ra, góp phần giải quyết các vấn đề phát triển doanh nghiệp dệt may trong bối cảnh mới – CMCN 4.0.

Thứ nhất, luận án đã tổng quan các lý thuyết về phát triển doanh nghiệp nói chung và doanh nghiệp dệt may nói riêng. Trên cơ sở lý thuyết doanh nghiệp dựa trên cách tiếp cận nguồn lực, lý thuyết tổ chức ngành và lý thuyết chuỗi giá trị, luận án đã đưa ra các tiêu chí đánh giá sự phát triển của doanh nghiệp dệt may, bao gồm: tiêu chí đánh giá sự phát triển về số lượng; tiêu chí đánh giá về chất lượng; tiêu chí đánh giá sự chuyển dịch về cơ cấu và tiêu chí đánh giá nâng cấp của doanh nghiệp trong chuỗi dệt may toàn cầu. Bên cạnh đó, luận án đã phân tích nội hàm của cuộc CMCN 4.0 và đưa ra các nhân tố ảnh hưởng đến việc phát triển doanh nghiệp dệt may trong bối cảnh này. Những kinh nghiệm về phát triển doanh nghiệp dệt may của các nước Trung Quốc và Ấn Độ cũng là những bài học tốt cho Việt Nam.

Thứ hai, thực trạng phát triển doanh nghiệp dệt may giai đoạn 2007-2018 đã được đánh giá theo bộ tiêu chí đã được xác định theo tiêu chí về số lượng, chất lượng, cơ cấu và nâng cấp trong chuỗi dệt may toàn cầu. Từ đó, luận án đã chỉ ra được những vấn đề phát triển của doanh nghiệp dệt may: (1) có sự gia tăng về số lượng, nhưng chưa có sự gia tăng về quy mô doanh nghiệp; (2) sự phát triển của doanh nghiệp dệt may bị hạn chế do mất cân đối về cơ cấu doanh nghiệp; (3) các doanh nghiệp dệt may phụ thuộc nguyên liệu đầu vào; (4) Quy mô vốn nhỏ và khả năng tiếp cận vốn đầu tư đổi mới công nghệ còn thấp; (5) chất lượng lao động thấp; (6) mức độ sẵn sàng của doanh nghiệp dệt may trong việc ứng dụng các thành tựu của CMCN 4.0 còn thấp; (7) Các doanh nghiệp đã tham gia chuỗi nhưng ở những công đoạn có giá trị gia tăng còn thấp; (8) thiếu sự phát triển của các trung tâm nghiên cứu, ứng dụng, dù có sự tập trung doanh nghiệp. Bên cạnh đó, những điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội cũng như những thách thức đối với doanh nghiệp dệt may trong bối cảnh CMCN 4.0 cũng như hội nhập cũng đã được phân tích rõ nét để làm cơ sở cho việc đề xuất các giải pháp.

Thứ ba, luận án đã trình bày một cách có hệ thống và khoa học các giải pháp phát triển doanh nghiệp trong bối cảnh CMCN 4.0 trên cơ sở đưa ra các quan điểm và

định hướng phát triển. Trong bối cảnh mới, doanh nghiệp dệt may có nhiều cơ hội để phát triển, nâng cao sức cạnh tranh như thay đổi phương thức sản xuất và phương thức giao dịch do tận dụng được những thành tựu của cuộc cách mạng này. Trong ngắn hạn, nhờ sự tham gia ký kết nhiều hiệp định FTA, doanh nghiệp dệt may cũng có nhiều cơ hội mở rộng thị trường cũng như nâng cấp lên những công đoạn cao hơn trong chuỗi.

Tuy nhiên, doanh nghiệp dệt may cũng phải đối diện với nhiều thách thức trong việc tiếp cận những thành tựu của CMCN 4.0 cũng tận dụng được những ưu đãi thuế quan từ việc tham gia các hiệp định để nâng cao năng lực cạnh tranh cho doanh nghiệp. Trong bối cảnh mới này, doanh nghiệp cần có sự hỗ trợ từ phía nhà nước như tạo môi trường kinh doanh bình đẳng, công bằng, và minh bạch tạo điều kiện thúc đẩy doanh nghiệp sáng tạo và ứng dụng công nghệ trong sản xuất kinh doanh, đầu tư phát triển cơ sở hạ tầng công nghệ thông tin, viễn thông; phát triển thương mại điện tử, tạo điều kiện cho doanh nghiệp tiếp cận và ứng dụng được thành tựu của CMCN 4.0; đào tạo nguồn nhân lực chất lượng cao; đầu tư đổi mới công nghệ... để doanh nghiệp có thể tận dụng những cơ hội của CMCN 4.0 nhằm nâng cao sức cạnh tranh và tăng tỷ lệ GTGT, hình thành nên các chuỗi cung ứng dệt may do các doanh nghiệp Việt Nam dẫn dắt.

Mặc dù tác giả đã cố gắng thu thập tài liệu, dữ liệu và thông tin về doanh nghiệp dệt may nhưng vẫn tồn tại một số hạn chế như chưa đánh giá sâu hơn được kết quả nâng cấp trong chuỗi dệt may toàn cầu của doanh nghiệp Việt Nam hay do hạn chế về mặt số liệu nên một số bảng biểu trong luận án chưa cập nhật được đến năm 2018.... Đây có thể sẽ là hướng nghiên cứu cho các công trình khoa học tiếp theo. Tác giả rất mong nhận được những góp ý của các chuyên gia phản biện, các thầy cô giáo và các bạn đọc để hoàn thiện hơn nữa báo cáo này. Tác giả xin chân thành cảm ơn về những góp ý quý báu đó.

DANH MỤC CÁC CÔNG TRÌNH ĐÃ CÔNG BỐ CÓ LIÊN QUAN CỦA TÁC GIẢ LUẬN ÁN

1. Nguyen Chien Thang, Tran Thi Van Anh, Ekaterina Nikolaeva (2019). Textile and Garment Enterprises in Vietnam under the Context of Industrial Revolution 4.0, *Economic Sciences,* No 7 (429), pp.186-194.
2. Trần Thị Vân Anh (2018), "Những yếu tố ảnh hưởng đến nâng cấp công nghệ của doanh nghiệp dệt may Việt Nam",Tạp chí *Nghiên cứu Kinh tế*, số 12(487), tr 48-58
3. Trần Thị Vân Anh (2017), "Cách mạng công nghiệp lần thứ tư: cơ hội và thách thức đối với doanh nghiệp dệt may Việt Nam", Tạp chí *Nhân lực khoa học xã hội*, số 12(55), tr59-66
4. Phi Vĩnh Tường, Trần Thị Vân Anh (2016), "Ngành công nghiệp dệt may Việt Nam trong chuỗi giá trị dệt may toàn cầu: Những thành tựu và tương lai phát triển", Tạp chí *Nghiên cứu Kinh tế,* Số 12(463), tr 13-20
5. Trần Thị Vân Anh (2015), "Vai trò của FDI đối với chuyển dịch cơ cấu công nghiệp Việt Nam", Tạp chí *Nghiên cứu kinh tế* số 10(449), tr39-47
6. Phi Vinh Tuong, Tran Thi Van Anh, Trinh Hoang Minh (2014), "The development of Vietnam's garment industry", *Vietnam's socio-economic development*, No.79, October, pp.34-57

DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO

Tài liệu tiếng việt

1. Nguyễn Thị Tuệ Anh, Vũ Như Hoa (2016) "*Đầu tư trực tiếp nước ngoài và năng lực cạnh tranh của Việt Nam*" Khoa học Xã hội Việt Nam, (3), 25.
2. Trần Thị Vân Anh và Đoàn Thị Thu Hương (2015), *Chuỗi giá trị ngành dệt may trong bối cảnh hội nhập,* Báo cáo đề tài khoa học cấp cơ sở, Viện Kinh tế Việt Nam.
3. Trần Văn Ái (2018): "*Doanh nghiệp dệt may Việt Nam áp dụng các phương pháp xuất khẩu như thế nào"*, kỷ yếu hội thảo Nghiên cứu Chiến lược Cạnh tranh Hiệu quả của các công ty may Việt Nam.
4. Bộ công thương (2017). *Cách mạng công nghiệp lần thứ tư đối với Ngành Công Thương.*
5. Bộ khoa học công nghệ (2016): *Những cơ hội và thách thức của cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ tư đối với Việt Nam và những kiến nghị xuất phát từ góc độ khoa học công nghệ,* kỷ yếu hội thảo Cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ tư và những vấn đề đặt ra đối với phát triển kinh tế xã hội của Việt Nam, tổ chức ngày 25/11/2016 tại Hà Nội, tr77-96.
6. Trương Văn Cẩm (2016): *Cách mạng công nghiệp lần thứ tư và những vấn đề đặt ra đối với chính sách phát triển ngành dệt may Việt Nam*, Kỷ yếu hội thảo Cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ tư và những vấn đề đặt ra đối với phát triển kinh tế xã hội của Việt Nam, tổ chức ngày 25/11/2016 tại Hà Nội, tr229-236.
7. Cục thông tin KH&CN Quốc gia (2017), *Tổng luận Cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ 4.*
8. Phí Mạnh Cường (2018). "*Ứng dụng thương mại điện tử trong chuỗi cung ứng ngành dệt may Việt Nam- thực trạng và định hướng phát triển*", Tạp chí công thương.vn.
9. Đỗ Khắc Dũng (2018). *Ngành dệt may Việt Nam trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế*, http://tapchicongthuong.vn.
10. Nguyễn Đình Dương chủ biên (2014), *Chuỗi giá trị sản phẩm điện tử và may mặc trên địa bàn thành phố Hà Nội*, Nhà xuất bản chính trị quốc gia.
11. Phạm Thái Hà (2017), *"Chính sách thuế thúc đẩy ngành công nghiệp hỗ trợ Việt Nam phát triển",* https://tapchitaichinh.vn.

12. Phan Thị Minh Hiền (2011), *Sử dụng công cụ tài chính nâng cao năng lực canh tranh của doanh nghiệp ngành dệt may Việt Nam trong điều kiện gia nhập WTO*, luận án tiến sĩ, Học viện Tài chính.
13. Hoàng Xuân Hiệp (2011), *"Đào tạo nguồn nhân lực nhằm khai thác thế mạnh của Việt Nam trong chuỗi giá trị toàn cầu của sản phẩm dệt may"*,
14. Hoàng Xuân Hiệp (2013), *Nâng cao chất lượng vốn nhân lực của các doanh nghiệp may Việt Nam*, luận án tiến sỹ kinh doanh và quản lý , trường đại học Kinh tế Quốc dân.
15. Hoàng Xuân Hiệp (2017), *"Giải pháp đào tạo nguồn nhân lực cho ngành dệt may Việt Nam đáp ứng yêu cầu của cuộc cách mạng công nghiệp 4.0"*, http://hict.edu.vn
16. Vũ Dương Hòa (2015), *Nâng cao năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp nhỏ và vừa dệt may Việt Nam*, Luận án tiến sỹ, Viện nghiên cứu Thương mại.
17. Nguyễn Việt Hòa (2011), *Nghiên cứu, phân tích và đánh giá chính sách ĐMCN cho doanh nghiệp ngành công nghiệp*, Báo cáo đề tài cấp bộ.
18. 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 28, 49-59.
19. Nguyễn Mạnh Hùng (2012), *Tác động của chính sách tài chính, tiền tệ đến tình hình tài chính của doanh nghiệp dệt may Việt Nam*, luận án tiến sĩ, Học viện khoa học xã hội.
20. Đinh Thị Hương (2013), "*Phát triển chiến lược kinh doanh thương mại của các doanh nghiệp dệt may theo các tiếp cận chuỗi giá trị toàn cầu*", Tạp chí Kinh tế và dự báo, số 7 – Tr 51-53.
21. Đinh Thị Hương, Phạm Thị Thanh Hà (2013), "*Phát triển chiến lược kinh doanh thương mại của các doanh nghiệp dệt may theo tiếp cận chuỗi giá trị toàn cầu*", Quản lý kinh tế, số 52.
22. Đinh Công Khải và Đặng Thị Tuyết Nhung (2011), "*Chuỗi giá trị ngành dệt may Việt Nam*", CT giảng dạy kinh tế Fulbright, CV11-5254.0.
23. Lê Thị Ái Lâm và cộng sự (2009), "*Mạng sản xuất toàn cầu trong ngành điện tử*", Tạp chí Khoa học ĐHQGHN, tập 25, số 3, 2009.
24. Cù Chí Lợi (2012), *Mạng sản xuất toàn cầu và sự tham gia của các ngành công nghiệp Việt Nam*. NXB Khoa học xã hội.

25. Nguyễn Hoài Nam (2016), *Cách mạng công nghiệp lần thức 4 và những vấn đề đặt ra đối với hội nhập kinh tế quốc tế của Việt Nam*, kỷ yếu hội thảo Cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ tư và những vấn đề đặt ra đối với phát triển kinh tế xã hội của Việt Nam, tổ chức ngày 25/11/2016 tại Hà Nội, tr 270- 284.
26. Tô Hoài Nam (2016), *Cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ tư và vấn đề đặt ra đối với chính sách phát triển SMEs Việt Nam*, kỷ yếu hội thảo Cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ tư và những vấn đề đặt ra đối với phát triển kinh tế xã hội của Việt Nam, tổ chức ngày 25/11/2016 tại Hà Nội, tr 237-244.
27. Ngô Thị Việt Nga (2012), *Tái cơ cấu tổ chức các doanh nghiệp may của tập đoàn dệt may Việt Nam*, luận án tiến sĩ, trường Đại học Kinh tế Quốc dân.
28. Ngân hàng thế giới (2018), *Bước tiến mới: Giảm nghèo và thịnh vượng chung tại Việt Nam*, https://www.worldbank.org.
29. Lê Hoàng Oanh (2016) "*Các hiệp định thương mại tự do và vấn đề thu hút vốn FDI vào Việt Nam*". Tạp chí Tài chính tháng 12/206, 77-79.
30. Quốc hội (2014). *Luật doanh nghiệp, số 68/2014/QH13*.
31. Bùi Thái Quyên (2015), *Hội nhập kinh tế Đông Á nhìn từ góc độ mạng lưới sản xuất khu vực và hàm ý đối với Việt Nam*. NXB Lao động xã hội.
32. Nguyễn Đình Tài (2017), "*Nhận dạng các cụm liên kết ngành và một số đề xuất chính sách tại Việt Nam*" Tạp chí Tài chính kỳ 1, tháng 2.
33. Nguyễn Hồng Thu (2015), "*Kinh nghiệm tham gia vào chuỗi giá trị dệt may toàn cầu của Hàn Quốc và Trung Quốc*", Nghiên cứu Ấn Độ và Châu Á số 9/2015.
34. Nguyễn Xuân Thọ (2019), "*Nâng cao năng lực cạnh tranh của sản phẩm dệt may Việt Nam trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế*, luận án tiến sỹ, Viện chiến lực phát triển.
35. Nguyễn Thắng (2016), *Tăng trưởng bao trùm ở Việt Nam trong bối cảnh hội nhập và cách mạng công nghệ*, Kỷ yếu hội thảo Cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ tư và những vấn đề đặt ra đối với phát triển kinh tế xã hội của Việt Nam, tổ chức ngày 25/11/2016 tại Hà Nội, tr 40-71.
36. Bùi Văn Tốt (2014), *Báo cáo ngành dệt may*, FPT Securities, Hà Nội.
37. Tổng cục thống kê (2008): *Kết quả điều tra doanh nghiệp năm 2007.*
38. Tổng cục thống kê (2009): *Kết quả điều tra doanh nghiệp năm 2008.*
39. Tổng cục thống kê (2010): *Kết quả điều tra doanh nghiệp năm 2009.*

40. Tổng cục thống kê (2011): *Kết quả điều tra doanh nghiệp năm 2010.*
41. Tổng cục thống kê (2012): *Kết quả điều tra doanh nghiệp năm 2011.*
42. Tổng cục thống kê (2013): *Kết quả điều tra doanh nghiệp năm 2012.*
43. Tổng cục thống kê (2014): *Kết quả điều tra doanh nghiệp năm 2013.*
44. Tổng cục thống kê (2015): *Kết quả điều tra doanh nghiệp năm 2014.*
45. Tổng cục thống kê (2016): *Kết quả điều tra doanh nghiệp năm 2015.*
46. Tổng cục thống kê (2017): *Kết quả điều tra doanh nghiệp năm 2016.*
47. Tổng cục thống kê (2018): *Kết quả điều tra doanh nghiệp năm 2017.*
48. Tổng cục thống kê (2017), *Niên giám thống kê 2016*, Nhà xuất bản thống kê, Hà Nội.
49. Tổng cục thống kê (2018), *Niên giám thống kê 2017*, Nhà xuất bản thống kê, Hà Nội.
50. Thủ tướng chính phủ (2018), *Quyết định 27/2018/QĐ-TTg về Hệ thống ngành kinh tế Việt Nam*, ngày 06 tháng 07 năm 2018 của Thủ tướng chính phủ.
51. Nguyễn Quang Thuấn (2018), "*Cải thiện nền quản trị quốc gia nhằm thúc đẩy tăng trưởng kinh tế Việt Nam*", Khoa học Xã hội Việt Nam, (9), 3.
52. Trương Hồng Trình, Nguyễn Thị Bích Thu, Nguyễn Thanh Liêm (2010), "*Tiếp cận chuỗi giá trị toàn cầu cho việc nâng cấp ngành dệt may Việt Nam*", Tạp chí khoa học và công nghệ Đại học Đà Nẵng, số 2 (37).
53. UNDP&Bộ Công thương (2019). *Đánh giá sự sẵn sang tiếp cận cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 của của các doanh nghiệp thuộc ngành công nghiệp Việt Nam*, Hà Nội.
54. Tố Uyên, (2018), " *Doanh nghiệp dệt may tăng liên kết để huy động vốn*", Thời báo tài chính Việt Nam online, truy cập tại http://thoibaotaichinhvietnam.vn/pages/kinh-doanh/2018-09-26/doanh-nghiep-det-may-tang-lien-ket-de-huy-dong-von-62415.aspx ngày 1 tháng 10 năm 2018.
55. Nguyễn Tuấn Quang (2017): *Ngành dệt may Ấn Độ*. http://cis.org.vn/article/2261/nganh-det-may-cua-an-do.html
56. Bùi Văn Vần (2014), *cơ cấu tài chính của doanh nghiệp may thuộc tập đoàn dệt may Việt Nam*, đề tài nghiên cứu khoa học, Học viện Tài chính.
57. Viện năng suất Việt Nam (2016): *Báo cáo năng suất Việt Nam 2016.*

58. Viện năng suất Việt Nam (2016), *Báo cáo nghiên cứu đánh giá năng suất lao động của Việt Nam thông qua khảo sát doanh nghiệp thuộc một số ngành kinh tế*, Hà Nội.

59. Viện Nghiên cứu quản lý kinh tế Trung ương (2018), *Mức độ sẵn sàng tham gia Cách mạng công nghiệp 4.0 của Việt Nam: so sánh với trường hợp Trung Quốc*, https://Vnep.org.vn.

60. Viện Nghiên cứu quản lý kinh tế Trung ương (2018), *Phát triển kinh tế số: kinh nghiệm của Trung Quốc và hàm ý chính sách cho Việt Nam*, https://Vnep.org.vn.

61. Nguyệt A. Vũ (2014), *Ngành dệt may Việt Nam*, Báo cáo ngành VietinbankSc.

Tài liệu tiếng anh

62. Alison J. Glaister, Gaye Karacay, Mehmet Demirbag, Ekrem Tatoglu. (2018). "HRM and performance-The role of talent management as a transmission mechanism in an emerging market context", *Human Resource Management Journal, Vol 28, 1, 148*

63. Anwar, S., & Nguyen, L. P. (2010). Foreign direct investment and economic growth in Vietnam. *Asia Pacific business review*, 16(1-2), 183-202.

64. Barney, J. B. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. Journal of management, 17(1), 99-120.

65. Barney, J. B., Ketchen Jr, D. J., & Wright, M. (2011). The future of resource-based theory: revitalization or decline?. *Journal of management*, 37(5), 1299-1315.

66. Barney, J. B., Mackey, A., Mackey, T. B., (2007). "Corporate social responsibility and firm performance: Investor preferences and corporate strategies". *Academy of management review*, 32(3), 817-835.

67. Beck, T., Demirguc-Kunt, A., & Peria, M. S. M. (2007). "Reaching out: Access to and use of banking services across countries". *Journal of Financial Economics*, 85(1), 234-266.

68. Bill Gerrard, Andy Lockett,. (2018) "Team-specific Human Capital and Performance", *British Journal of Management*, Vol 29, 1, 10

69. Bougheas, S., Mizen, P., & Yalcin, C. (2006). "Access to external finance: Theory and evidence on the impact of monetary policy and firm-specific characteristics". *Journal of Banking & Finance*, 30(1), 199-227.

70. Ernst, D., & Kim, L. (2002). Global production networks, knowledge diffusion, and local capability formation. *Research policy*, 31(8-9), 1417-1429.

71. EU SME centre. (2017), *Business Opportunities and Challenges in the textile and Apparel Market in China*

72. Fu, X., Pietrobelli, C., & Soete, L. (2011). The role of foreign technology and indigenous innovation in the emerging economies: technological change and catching-up. World development, 39(7), 1204-1212.

73. Ganeshan Wignaraja (2001). Firm size, technological capabilities and Market-Oriented Policies in Mauritius. Discussion Paper Series. The United Nations University.

74. Garry Gereffi, Olga Mededovic. (2003) The global apparel value chains: Wat prospect for upgrading by Developing countries, UNDP, Vienne.

75. Gehlhar, M. J., & Pick, D. H. (2002). Food trade balances and unit values: What can they reveal about price competition? Agribusiness: An International Journal, 18(1), 61-79.

76. Nichitean Liliana-Adina SEM Master (2012). Value chains versus supply chains.

77. Gereffi, G., Humphrey, J., & Sturgeon, T. T.(2003),"The Governance of Global Value Chains". *Review of International Political Economy*, (4), 45-61.

78. Gereffi. G, (1999). "International trade and industrial upgrading in the apparel commodity chain", *Journal of International Economics* 48, 1 June 1999, pp. 37-70.

79. Geriffi. G, (2002). The international competiveness of Asian economies in the apparel commodity chain.

80. Giné, X. (2011). "Access to capital in rural Thailand: An estimated model of formal vs. informal credit". *Journal of Development Economics*, 96(1), 16-29.

81. GOTO, Kenta; Natsuda, Kaoru; and Thoburn, John. (2011) Meeting the Challenge of China: the Vietnamese Garment Industry in the Post MFA Era, Global Networks, 11, 3, pp.355-379

82. GOTO. (2012) Is the Vietnamese Garment Industry at a Turning Point?: Upgrading from the Export to the Domestic Market, IDE Discussion paper No.373

83. He, Y. (2017), How China is preparing for an AI-power future, Research paper, Wilson Centre, June/2017.

84. Hollweg, Claire H., Tanya Smith, and Daria Taglioni, eds. (2017). *Vietnam at a Crossroads: Engaging in the Next Generation of Global Value Chains.* Directions in Development. Washington, DC: World Bank. doi:10.1596/978-1-4648-0996-5. License: Creative Commons Attribution CC BY 3.0 IGO

85. Humphrey và Schmitz. (2002) Developing Country Firms in the World Economy: Governance and Upgrading in Global Value Chains, Inef report.

86. Humphrey, J., & Schmitz, H. (2000). Governance and upgrading: linking industrial cluster and global value chain research (Vol. 120). Brighton: Institute of Development Studies.

87. Humphrey. J. and Schmitz. H, 2003, Chain governance and upgrading: Taking stock, inHubert Schmitz ed, Local enterprises in the global economy: Issues of governance and upgrading, Cheltenham, forthcoming

88. Institute for Security and Development Policy (ISDP). (2018), Made in China 2025: Backgrounder, June 2018, www.isdp.eu

89. Itoh, M., Kiyono, K., Okuno-Fujiwara, M., Suzumura, K.,. (1991). Economic Analysis of Industrial Policy. Academic Press Inc.

90. Kaplinsky.R and Morris. M, 2003, A Handbook for Value Chain Research, nternational Development Research, Centre-Canada

91. Karabegovic, I. (2017), the Role of 'Industry 4.0' in the modernisation of industrial production in China, *Journal of Scientific and Engineering Research*, no. 4, vol. 9,pp. 177-186.

92. Kathleen. R. Conner, (1991). A Historical Comparison of Resource-Based Theory and Five Schools of Thought Within Industrial Organization Economics: Do We Have a New Theory of the Firm?. Journal of Management - J MANAGE. 17. 121-154. 10.1177/014920639101700109.

93. Khan, M. (2008). Technological Upgrading in Bangladeshi Manufacturing: Governance Constraints and Policy Responses in the Ready-Made Garments Industry.

94. Laibman, D. (2001). Rising 'material'vs. falling 'value'rates of profit: Trial by simulation. Capital & Class, 25(1), 79-96.

95. Leonidas C. Leonidou, Paul Christodoulides, Lida P. Kyrgidou, Daydanda Palihawadana,. 2017. "Internal Drivers and Performance Consequences of Small Firm Green Business Strategy: The Moderating Role of External Forces", *Journal of Business Ethics, 140, 3, 585*

96. Li, L. (2017), China's manufacturing locus in 2025: with a comparison of "Made in China 2025" and "Industry 4.0", *Technological forecasting and social change*, Elsevier.

97. Lockett, A., Thompson, S., & Morgenstern, U. 2009. "The development of the resource-based view of the firm: A critical appraisal". *International journal of management reviews, 11(1), 9-28.*

98. Miao Zhang, Xin Xin Kong, Santha Chenayal Ramu. (2015), The transformation of the Clothing Industry in China, *ERIA Discussion Paper series*, no.12

99. Porter, Michael E. 2000. "Location, Competition, and Economic Development: Local Clusters In A Global Economy." *Economic Development Quarterly, Vol. 14 Issue 1*.

100. Porter. M. E, 1985, Competitive advantage: Creating and sustaining superior

101. Safavian, M., & Wimpey, J. (2007). When do enterprises prefer informal credit?.

102. Sanghoon Ahn, (2003). Technology upgrading with learning cost. Institute of Economic Research, Hitotsubashi University CIE Working Paper Series No. 2003-21.

103. Sanjaya Lall (2000). The Technological Structure and Performance of Developing Country Manufactured Exports, 1985-1998. Working Paper Number 44.

104. Satish Kumar R (2018), Indian Textile Industry: Opportunities, Challenges and Suggestions, *Trends in textile Engineering & Fashion Technology,* 2(3). TTEFT.000538.2018

105. Shane, S., & Cable, D. (2002). Network ties, reputation, and the financing of new ventures. Management science, 48(3), 364-381.

106. Stacey Frederick và Gereffi. (2011) Upgrading and restructuring in the global apparel value chain: why China and Asia are outperforming Mexico and Central America. Technological Learning, Innovation and Development, Vol. 4, Nos. 1/2/3.

107. Straub, S. (2005). “Informal sector: the credit market channel”. *Journal of Development Economics,* 78(2), 299-321.

108. Sturgeon, Timothy J. 2001. "How Do We Define Value Chains and Production Networks." IDS Bulletin, Vol 32, No 3.

109. Tambunan, T. (2005). “Promoting small and medium enterprises with a clustering approach: A policy experience from Indonesia”. *Journal of Small Business Management*, 43(2), 138-154.

110. Timothy, J. S., Biesebroeck, J. V., & Gereffi, G. (2008). Value chains, Networks and Cluster: Reframing the GAI.

111. Van Dijk, M. P., & Rabellotti, R. (Eds.). (2005). Enterprise clusters and networks in developing countries (Vol. 7). Routledge.

112. Verma, S. (2002). Export Competitiveness of Indian Textile and Garment Industry. Indian Council for Research on International Economic Relation.

113. Vishal Gupta, Sandra C. Mortal, Tina Yang. 2018. “Entrepreneurial orientation and firm value: Does managerial discretion play a role?”, *Review of Managerial Science, 12, 1,* 1

114. Vu, T. B., Gangnes, B., & Noy, I. (2008). Is foreign direct investment good for growth? Evidence from sectoral analysis of China and Vietnam. Journal of the Asia Pacific Economy, 13(4), 542-562.

115. World Economic Forum (2018). Readiness for the future of production Report 2018

116. Stan Shih (1996), *Me - Too is Not My Style : Challenge Difficulties, Break Through Bottlenecks, Create Values,* Acer Publications.

117. Yaldiz, E., Altunbas, Y., & Bazzana, F. (2011). Determinants of informal credit use: A cross country study.

118. Zhen Chen, Mingjie Xing. (2015). Upgrading of textile manufacturing based on Industry 4.0, *5th International Conference on Advanced Design and Maunifacturing Engineering*

119. Ömer Faruk Görçün. (2018). The Rise of Smart Factories in the Fourth Industrial Revolution and Its Impacts on the Textile Industry, *International Journal of Materials, Mechanics and Manufacturing*, Vol. 6, No. 2

120. Zhu, S., & He, C. (2018). Upgrading in China's apparel industry: international trade, local clusters and institutional contexts. Post-Communist Economies, 30(2), 193-215

Các trang Web

121. http://tapchitaichinh.vn/nghien-cuu-trao-doi/chinh-sach-thue-thuc-day-nganh-cong-nghiep-ho-tro-viet-nam-phat-trien-131901.html
122. http://www.baomoi.com/cach-mang-cong-nghiep-4-0-thach-thuc-cho-gioi-doanh-nghiep-la-gi/c/22934293.epi
123. http://tapchicongthuong.vn/bai-viet/giai-phap-dao-tao-nguon-nhan-luc-cho-nganh-det-may-viet-nam-dap-ung-yeu-cau-cua-cuoc-cach-mang-cong-nghiep-40-50935.htm
124. https://medicalfuturist.com/digital-clothing-and-biofashion-might-bring-new-directions-to-the-apparel-industry
125. https://www.worldbank.org/vi/news/press-release/2018/04/05/vietnam-continues-to-reduce-poverty-according-to-world-bank-report
126. https://www.thesaigontimes.vn/266022/Tang-lop-trung-luu-mo-ra-nhieu-co-hoi-lon-cho-doanh-nghiep.html.
127. http://www.vietnamtextile.org.vn/hiep-hoi-det-may-viet-nam_p1_1-1_2-1.html
128. https://vinatex.com.vn/
129. http://baochinhphu.vn/Chinh-sach-va-cuoc-song/Van-con-tinh-trang-tren-nong-duoi-lanh-chua-dong-deu/333446.vgp
130. http://vcci.com.vn/bao-cao-tinh-hinh-thuc-hien-nghi-quyet-35nq-cp-trong-quy-12018
131. https://www.most.gov.vn/cchc/tin-tuc/570/12009/tong-ket-10-nam-thi-hanh-luat-so-huu-tri-tue--can-sua-doi--bo-sung-mot-so-dieu-cua-luat-so-huu-tri-tue.aspx
132. http://vnmedia.vn/cong-nghe/201711/internet-viet-nam-20-nam-mot-chang-duong-586409/
133. https://www.timetoast.com/timelines/123481 lược sử máy may truy cập ngày 23/12/2017.
134. https://congthuong.vn/det-may-tao-su-khac-biet-tren-thi-truong-noi-dia 115952.html).

PHỤ LỤC

PHỤ LỤC 1: KẾT QUẢ TÍNH TOÁN CÁC CHỈ SỐ TÀI CHÍNH CỦA DOANH NGHIỆP DỆT MAY VIỆT NAM

	ROS	Size by capital	X<10%	10%<=X<20%	20%<=X<30%	30%<=X<40%	40%<X
2007	Dệt	Nhỏ	470	66	15	12	22
		Vừa	65	20	6	5	6
		Lớn	38	21	7	4	6
	May	Nhỏ	710	120	50	21	71
		Vừa	101	32	29	15	23
		Lớn	23	12	9	4	5
2009	Dệt	Nhỏ	685	31	6	4	8
		Vừa	117	16	2	2	4
		Lớn	71	12	7	1	0
	May	Nhỏ	721	75	23	7	4
		Vừa	196	33	6	3	5
		Lớn	68	12	4	1	0
2016	Dệt	Nhỏ	470	66	15	12	22
		Vừa	65	20	6	5	6
		Lớn	38	21	7	4	6
	May	Nhỏ	710	120	50	21	71
		Vừa	101	32	29	15	23
		Lớn	23	12	9	4	5
2017	Dệt	Nhỏ	844	341	70	3	0
		Vừa	127	65	20	0	0
		Lớn	50	76	26	0	0
	May	Nhỏ	2204	777	133	8	0
		Vừa	250	191	41	2	0
		Lớn	105	121	28	1	0

	ROA	Size by capital	X<10%	10%<=X<20%	20%<=X<30%	30%<=X<40%	40%<X
2007	Dệt	Nhỏ	91%	5%	1%	1%	2%
		Vừa	85%	11%	4%	0%	0%
		Lớn	89%	8%	1%	1%	0%
	May	Nhỏ	86%	8%	2%	2%	3%
		Vừa	77%	15%	4%	1%	4%
		Lớn	79%	13%	6%	0%	2%
2009	Dệt	Nhỏ	90%	6%	2%	1%	2%
		Vừa	85%	11%	3%	1%	0%
		Lớn	80%	15%	4%	0%	1%
	May	Nhỏ	82%	8%	4%	2%	4%
		Vừa	77%	12%	7%	2%	3%
		Lớn	72%	18%	10%	0%	0%
2016	Dệt	Nhỏ	90%	4%	2%	1%	3%
		Vừa	86%	7%	6%	1%	1%
		Lớn	79%	15%	3%	2%	1%
	May	Nhỏ	88%	6%	2%	1%	4%
		Vừa	77%	14%	5%	1%	3%
		Lớn	70%	23%	5%	1%	1%
2017	Dệt	Nhỏ	90%	10%	0%	0%	0%
		Vừa	87%	13%	0%	0%	0%
		Lớn	75%	24%	1%	0%	0%
	May	Nhỏ	88%	11%	1%	0%	0%
		Vừa	75%	25%	0%	0%	0%
		Lớn	58%	42%	0%	0%	0%

PHỤC LỤC 2: CÁC LOẠI NÂNG CẤP TRONG CHUỖI GIÁ TRỊ DỆT MAY TOÀN CẦU

1. Nâng cấp chức năng: Là quá trình phản ánh việc một doanh nghiệp tích hợp được các chức năng mới, và chuyển đổi từ doanh nghiệp may gia công (CMT) khi mới bước chân vào ngành may mặc thành một doanh nghiệp dẫn dắt, có khả năng tạo ra một chuỗi giá trị mới. Thông thường, các doanh nghiệp may sẽ tích hợp thêm các chức năng mới, chuyển từ CMT chuyển sang OEM; từ OEM chuyển sang ODM; từ ODM chuyển sang OBM và cuối cùng trở thành một doanh nghiệp dẫn dắt, có năng lực tạo ra và chi phối chuỗi giá trị dệt may.

2. Nâng cấp sản phẩm: doanh nghiệp chuyển từ việc sản xuất các sản phẩm giản đơn trong ngành may mặc sang những sản phẩm có tính chất phức tạp hơn. Ví dụ chuyển từ may áo sơ mi sang may bộ com-lê (complete); hoặc mở rộng năng lực (từ các chức năng cơ bản sang tạo mốt hay từ các chức năng cơ bản sang nghiên cứu và phát triển sản phẩm.

3. **Nâng cấp quy trình**: Nâng cao giá trị gia tăng nhờ sản xuất hiệu quả hơn, ví dụ như nâng cấp công nghệ, tổ chức sản xuất hay nâng cao các kỹ năng cho người lao động.

4. **Nâng cấp các kênh (đa dạng hóa thị trường)**: Trên cơ sở đa dạng hoá thị trường, doanh nghiệp nội địa thu nhận được các kỹ năng mới trên cơ sở tham gia vào các chuỗi giá trị toàn cầu ngành dệt may của các "người mua" hoặc trên cơ sở tiếp cận các thị trường khu vực hoặc thị trường nội địa.

Nguồn: [85], [90]

PHỤ LỤC 3:
DANH SÁCH CÁC CHUYÊN GIA ĐƯỢC PHỎNG VẤN

STT	Họ tên	Cơ quan	Chức vụ
1	Trần Việt Hải	Công ty TNHH may mặc Việt Huy	Giám đốc công ty
2	Bùi Văn Tiến	Công ty cổ phần may Việt Tiến	Giám đốc công ty
3	Ngô Đức Hòa	Công ty cổ phần may quốc tế Thắng Lợi	Chủ tịch hội đồng quản trị
4	Bùi Trọng Nguyên	Hiệp hội dệt may thêu đan Tp. Hồ Chí Minh	Thư ký
5	Quách Kim Hồng	Công ty TNHH may công nghiệp – Thương mại Trường Vinh	Giám đốc công ty
6	Trần Việt	Tập đoàn dệt may Việt Nam	Cán bộ
7	Nguyễn Thị Thanh Huyền	Tổng công ty may 10	Ủy viên Hội đồng quản trị

PHỤ LỤC 4: CÂU HỎI PHỎNG VẤN SÂU

Câu 1. Tình hình kết quả sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp trong giai đoạn 2007-2017?

Câu 2: Thực trạng tham gia chuỗi giá trị dệt may toàn cầu của doanh nghiệp? và giá trị gia tăng mà doanh nghiệp được hưởng trong các chuỗi?

Câu 3: Mức độ liên kết của doanh nghiệp với doanh nghiệp FDI và các doanh nghiệp trong nước?

Câu 4. Doanh nghiệp đánh giá thế nào về các chính sách hỗ trợ doanh nghiệp của nhà nước? Doanh nghiệp có gặp khó khăn gì trong việc tiếp cận các nguồn lực phát triển hay trong quá trình giải quyết các thủ tục hành chính hay không?

Câu 5. Doanh nghiệp có tham gia các tổ chức hiệp hội hay không? Doanh nghiệp đánh giá thế nào về vai trò của các hiệp hội?

Câu 6. Mối liên kết, phối hợp giữa doanh nghiệp với các cơ sở đào tạo và các tổ chức dệt may trong việc đào tạo và sử dụng nhân lực như thế nào?

Câu 7. Những thuận lợi và khó khăn của doanh nghiệp trong quá trình hoạt động sản xuất kinh doanh?

Câu 8. Doanh nghiệp đánh giá thế nào về cơ hội và thách thức của doanh nghiệp dưới ảnh hưởng của cuộc CMCN 4.0? Mức độ sẵn sàng của doanh nghiệp đối với việc ứng dụng thành tựu của CMCN 4.0?

Câu 9. Chiến lược phát triển của doanh nghiệp trong nhưng giai đoạn phát triển mới để thích ứng với cuộc CMCN 4.0?

Câu 10. Doanh nghiệp có đề xuất kiến nghị gì đối với các cơ quan quản lý nhà nước về môi trường kinh doanh để hỗ trợ doanh nghiệp trong quá trình hoạt động?