

CẤU TRÚC LẠI CÁC NGÀNH SẢN XUẤT CỦA VIỆT NAM THEO HƯỚNG NÂNG CAO GIÁ TRỊ GIA TĂNG CHO HÀNG HOÁ XUẤT KHẨU

PGS.TS. HÀ VĂN SỰ*

Để nâng cao giá trị gia tăng cho hàng hoá xuất khẩu, đặc biệt là sau cuộc khủng hoảng tài chính và suy thoái kinh tế toàn cầu thì VN đang phải đối mặt với nhiều thách thức và còn nhiều việc phải làm. Trên cơ sở nghiên cứu chuỗi giá trị toàn cầu (Global Value Chain - GVC) với tư cách là một hình thái cấu trúc mới của nền kinh tế thế giới hiện đại, bài viết đã phân tích thực trạng xuất khẩu hàng hóa của VN và đưa ra một số giải pháp góp phần cấu trúc lại các ngành sản xuất theo hướng nâng cao giá trị gia tăng cho hàng hóa xuất khẩu trong bối cảnh toàn cầu hóa và hội nhập hiện nay.

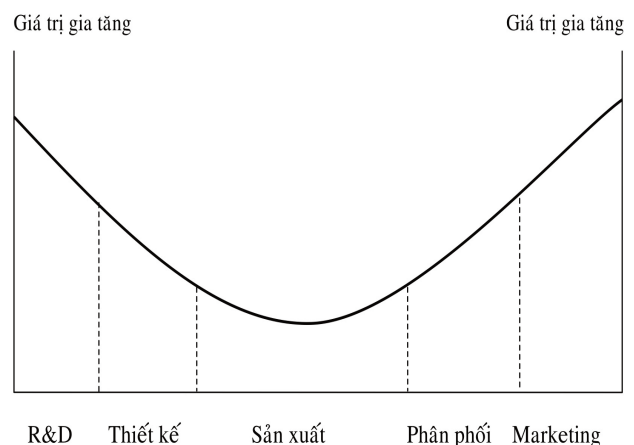
1. Chuỗi giá trị toàn cầu và vấn đề đặt ra trong định hướng phát triển các ngành sản xuất của các quốc gia

1.1 Chuỗi giá trị toàn cầu - Hình thái cấu trúc mới của nền kinh tế thế giới hiện đại

Chuỗi giá trị được mô tả là hàng loạt các hoạt động mà các hãng và con người thực hiện nhằm tạo ra một sản phẩm kể từ giai đoạn hình thành ý tưởng cho tới khi sản phẩm được tiêu dùng và thải loại [1]. Trong chuỗi giá trị, quá trình sản xuất và tiêu thụ trải qua nhiều công đoạn, mỗi công đoạn góp phần tạo ra giá trị tăng thêm cho sản phẩm đó. Thông thường, giá trị gia tăng được tạo ra nhiều nhất ở khâu R&D và marketing, khâu thiết kế và phân phối có giá trị gia tăng thấp hơn, khâu thấp nhất là sản xuất [2].

Ngày nay, toàn cầu hóa và khu vực hóa đã trở nên phổ biến, thu hút sự tham gia của hầu hết các quốc gia trên thế giới. Và cũng chính điều này đã tạo ra một cấu trúc mới cho quá trình phát triển, đó là cấu trúc chuỗi giá trị toàn cầu. Chuỗi giá trị toàn cầu được hiểu là chuỗi giá trị trong đó các hoạt động của chuỗi có thể được thực hiện bởi nhiều hãng và diễn ra trên phạm vi toàn cầu. Trong chuỗi giá trị toàn cầu, mỗi nền kinh tế quốc gia chỉ là một bộ phận hữu cơ và biên giới quốc gia không còn là giới hạn chủ yếu qui định không

gian phát triển của các chủ thể kinh tế. Các quá trình sản xuất cụ thể vẫn được thực hiện ở từng quốc gia, điểm khác là ở chỗ các quá trình đó diễn ra trên cơ sở kết nối mạng toàn cầu và bị chi phối ngày càng mạnh bởi các quy tắc, luật lệ toàn cầu. Đây là một hình thái cấu trúc mới của nền kinh tế thế giới hiện đại, trong đó thế giới diễn ra sự chuyển dịch từ hình thái phân công lao động giữa các doanh nghiệp thuộc những quốc gia khác nhau, chủ yếu diễn ra trong phạm vi một quốc gia sang hình thái phân công lao động theo chuỗi, dựa trên lợi thế so sánh toàn cầu, được quá trình tự do hóa thương mại và đầu tư dẫn dắt thông qua hoạt động toàn cầu của các công ty.



Hình 1. Mô hình chuỗi giá trị gia tăng của Morris (2001)

*: Trường Đại học Thương mại

1.2 Tham gia chuỗi giá trị toàn cầu và vấn đề đặt ra trong định hướng phát triển các ngành sản xuất của các quốc gia hiện nay

Ngày nay, đặc biệt là sau cuộc khủng hoảng tài chính và suy thoái kinh tế toàn cầu thì chuỗi giá trị toàn cầu một lần nữa khẳng định sự hình thành khách quan của nó, song với những chuyển dịch cấu trúc trong chuỗi theo hướng tạo ra nhiều cơ hội để các quốc gia đi sau nhanh chóng gia nhập vào quỹ đạo phát triển hiện đại, tiếp cận sớm đến các thành tựu phát triển cao của loài người để giải quyết các vấn đề phát triển của mình. Sau cuộc khủng hoảng, các dòng vốn đầu tư nước ngoài (cả đầu tư trực tiếp và gián tiếp) đã có những thay đổi đáng kể cả về qui mô (có khuynh hướng thu hẹp) lẫn chuyển hướng lĩnh vực đầu tư (lựa chọn thận trọng lĩnh vực đầu tư hơn và đặc biệt chú trọng vào khâu có lợi thế so sánh trong chuỗi giá trị toàn cầu) và khu vực đầu tư (châu Á được xem là khu vực có lợi thế nổi trội). Việc tham gia vào chuỗi giá trị và chuyển giao công nghệ thông qua dòng vốn đầu tư, đặc biệt là đầu tư trực tiếp có vai trò làm giảm khoảng cách công nghệ giữa các nước trong chuỗi. Những nước đang phát triển đi sau trong quá trình công nghiệp hóa theo cách này ngày càng dành được cơ hội phân công sản xuất hoặc thực thi những công đoạn có giá trị gia tăng cao trong chuỗi giá trị sản phẩm, giảm bớt tác động của giá cánh kéo và thu hẹp khoảng cách giàu nghèo so với những nước công nghiệp phát triển. Bởi vậy, các nước đang phát triển trong đó có VN không nên bỏ lỡ cơ hội này để thu hút dòng vốn đầu tư và chuyển giao công nghệ đang có sự chuyển hướng sau khủng hoảng để khai thác lợi thế so sánh và nâng cấp các khâu trong chuỗi giá trị.

Thêm nữa, tham gia vào toàn bộ chuỗi giá trị của sản phẩm (phát triển theo chiều dọc) thường gặp nhiều khó khăn do phải đầu tư lớn và phải cạnh tranh ở tất cả các khâu trong chuỗi, bởi vậy hình thức này luôn gặp nhiều mạo hiểm. Song ngược lại, nếu chỉ tham gia vào một vài công đoạn (phát triển theo chiều ngang) thì điều này sẽ dễ dàng hơn. Khi chuỗi giá trị toàn cầu được coi là một cách tiếp cận mới, toàn diện về phân công lao động quốc tế ở trình độ phát triển cao của nền kinh tế thế giới hiện đại thì nhận định đó được kiểm định là hoàn toàn đúng đắn, đặc biệt là sau cuộc khủng hoảng tài chính và suy thoái toàn cầu vừa qua. Do vậy, vấn đề đặt ra là các nền kinh tế nên tham gia vào chuỗi giá trị theo kiểu phát triển theo chiều ngang trên cơ sở xây dựng các chiến lược khai thác lợi thế cạnh

tranh quốc tế trên nền tảng sử dụng điều kiện thuận lợi của địa phương hoặc quốc gia, giảm chi phí, phát triển khoa học công nghệ để có thể tham gia ngày càng sâu rộng vào những khâu mang lại giá trị gia tăng cao trong chuỗi giá trị toàn cầu.

VN là một quốc gia đã hội nhập khá sâu rộng vào nền kinh tế khu vực và thế giới, bởi vậy các sản phẩm hàng hóa và dịch vụ của nước ta theo đó được tiếp cận thị trường các nước thành viên khu vực và WTO mà không bị phân biệt đối xử, được hưởng chế độ MFN và NT theo các cam kết. Tuy nhiên, điều này cũng có nghĩa nền kinh tế nói chung và quá trình tham gia vào chuỗi giá trị toàn cầu của VN nói riêng sẽ chịu sự tác động ngày càng sâu sắc và toàn diện vào nền kinh tế khu vực và thế giới.

2. Những bất cập của hàng hóa xuất khẩu VN khi tham gia vào chuỗi giá trị toàn cầu

Với kim ngạch xuất khẩu hàng hoá đã đạt tới trên 60 tỷ USD/năm, chiếm khoảng 70% GDP, VN hiện nay đã trở thành quốc gia đứng thứ 4 trong khu vực ASEAN, đứng thứ 5 ở châu Á và thứ 8 trên thế giới về tỷ lệ này. Nhiều mặt hàng xuất khẩu của VN đã có chỗ đứng quan trọng trên thị trường thế giới như dầu thô, may mặc, giày dép, thủy sản, gạo, cà phê và đồ gỗ...

Bảng 1. Kết quả xuất khẩu của VN trong quan hệ với GDP

Năm	GDP (Tr.USD)	Tốc độ tăng GDP (%)	KN xuất khẩu (Tr.USD)	Tăng trưởng hàng năm (%)	Tỷ lệ so với GDP (%)
2000	30.570	6,7	14.449	25,4	47,3
2001	32.648	6,9	15.027	3,8	46,2
2002	34.133	7,0	16.706	9,8	47,8
2003	38.825	7,2	20.171	20,7	52,0
2004	45.271	7,7	26.504	31,3	59,0
2005	52.695	8,4	32.445	22,4	62,0
2006	60.862	8,2	39.826	22,8	65,4
2007	71.465	8,5	48.561	21,9	67,9
2008	89.621	6,2	62.685	29,1	69,9

Nguồn: Niên giám thống kê các năm của Tổng cục Thống kê VN

Tuy nhiên, cơ cấu hàng xuất khẩu của VN còn nhiều hạn chế, thể hiện ở cả ba phương diện: (1)

QUẢN LÝ XUẤT NHẬP KHẨU Ở VN

Chủng loại hàng hoá còn đơn điệu, chưa tích cực phát triển những mặt hàng xuất khẩu mới có đóng góp kim ngạch cao; (2) Quá trình chuyển dịch cơ cấu sản xuất theo hướng công nghiệp hoá nhằm đẩy mạnh xuất khẩu các mặt hàng công nghiệp có hàm lượng chế biến sâu để tăng lợi nhuận, hạn chế xuất khẩu nhiên liệu và khoáng sản, nông lâm thủy sản diễn ra còn chậm. Tỷ trọng nhóm hàng nhiên liệu và khoáng sản năm 1996 chiếm 28,7%, đến năm 2000 giảm còn 25,2%, song đến nay vẫn còn chiếm 17,8%; nhóm mặt hàng nông lâm thủy sản năm 1996 có tỷ trọng chiếm 42,3%, năm 2000 giảm còn 30,8% và đến nay còn giữ 20,5%; đối với nhóm hàng công nghiệp và thủ công mỹ nghệ mặc dù đã có sự tăng dần qua các năm, song hiện vẫn chiếm tỷ trọng 61,7% trong cơ cấu hàng xuất khẩu; (3) Các mặt hàng có giá trị gia tăng còn thấp. Thực tế, xuất khẩu của VN chủ yếu vẫn phụ thuộc vào tài nguyên thiên nhiên, như khoáng sản (dầu thô, than đá), nông, lâm, thủy, hải sản... Các mặt hàng công nghiệp như dệt may, giày da, điện tử và linh kiện máy tính... thì lại mang tính chất gia công là chính.

Bảng 2. Cơ cấu xuất khẩu của VN theo nhóm hàng

DVT: Triệu USD

Năm	Tổng KN	Nhiên liệu và KS		CN và TCMN		Nông, lâm, thủy sản	
		KN	Tỷ trọng (%)	KN	Tỷ trọng (%)	KN	Tỷ trọng (%)
2000	14.300	3.646,6	25,2	6.253,4	45,0	4.400	30,8
2001	15.029	3.757,3	25,0	6.857,7	45,6	4.414	29,4
2002	16.706	4.092,9	24,5	7.997,1	47,9	4.616	27,6
2003	20.149	4.876,1	24,2	10.205,9	49,3	5.067	25,1
2004	26.503	6.334,2	23,9	13.217,8	50,9	6.951	26,2
2005	32.442	7.461,7	23,0	18.928,3	58,0	6.051	19,0
2006	39.605	8.276,0	20,6	23.129,0	58,4	8.200	21,0
2007	48.560	9.488,0	19,5	29.153,0	60,0	9.841	20,4
2008	62.685	11.745,0	18,7	38.045,0	60,7	12.895	20,6
2009*	46.336	8.248,0	17,8	28.589,0	61,7	9.498	20,5

2009*: Kim ngạch xuất khẩu 10 tháng đầu năm

Nguồn: Bộ Công thương

Dưới góc độ tiếp cận về khả năng và hiệu quả tham gia vào chuỗi giá trị toàn cầu thì hàng hoá xuất khẩu của VN hiện nay có những bất lợi sau:

Thứ nhất, tỷ trọng hàng hoá xuất khẩu là

những sản phẩm thô hoặc mới sơ chế còn chiếm tỷ lệ khá cao (gần 50%). Các hàng hoá xuất khẩu còn lại cũng mới chỉ dừng lại ở khâu sản xuất hoặc gia công, như nông sản, dệt may... Bởi vậy, các nhà sản xuất và xuất khẩu của VN chỉ thu được phần nhỏ và rẻ mạt nhất (nhiều nhóm hàng xuất khẩu chỉ thu được khoảng 20% hoặc thậm chí ít hơn, chẳng hạn: dệt may, giày da, ô tô, sản phẩm điện tử...) trong toàn bộ giá trị gia tăng và ít có khả năng kiểm soát, chi phối đối với toàn bộ chuỗi giá trị của sản phẩm. Các phân khúc xây dựng thương hiệu, tiêu thụ, nghiên cứu và phát triển là những mắt xích mang lại giá trị gia tăng lớn nhất đều nằm trong tay các nước phát triển.

Thứ hai, trong xuất khẩu, VN chủ yếu dựa vào khai thác những lợi thế cạnh tranh có sẵn, đó là lao động rẻ, đất đai, tài nguyên thiên nhiên để sản xuất và tham gia vào thị trường thế giới mà chưa chủ động tạo ra các lợi thế cạnh tranh mới để đảm nhiệm những khâu, công đoạn, sản xuất những sản phẩm có giá trị gia tăng cao trong chuỗi giá trị toàn cầu.

Thứ ba, xuất khẩu của VN mới tham gia vào loại chuỗi giá trị dựa trên giá cả, mà chưa có sự đầu tư thỏa đáng vào nguồn nhân lực, kỹ năng, trình độ công nghệ... để tham gia vào những chuỗi giá trị dựa trên chất lượng và năng suất. Ngoài ra, VN cũng chưa chú trọng khai thác những lợi thế cạnh tranh nhằm xây dựng các ngành công nghiệp có mối liên kết chặt chẽ với nhau để hình thành chuỗi giá trị gia tăng xuất khẩu lớn... Bởi vậy, một số khâu, yếu tố khác trong chuỗi giá trị có ảnh hưởng chi phối đến phần giá trị gia tăng của các nhà sản xuất và xuất khẩu, thị phần hoặc thậm chí ảnh hưởng đến việc được tham gia hoặc bị loại khỏi chuỗi thì hàng hoá xuất khẩu của VN hiện nay chưa vươn ra được.

Bảng 3. Tham gia chuỗi giá trị toàn cầu của hàng hóa xuất khẩu VN

Nhóm hàng	Giá trị hàng hoá (%)	
	Thực hiện ở trong nước	Thực hiện ở nước ngoài
Công nghiệp	Gia công, lắp ráp, chế biến nguyên vật liệu đạt được 20-30 %	Do nhập khẩu nguyên vật liệu: 70- 80%
Nông sản, khoáng sản	Sản xuất nông, lâm, thủy sản, khai khoáng, nguyên vật liệu chỉ đạt 50%	Chế biến ở nước ngoài 50 %

Với những lý do trên, tăng trưởng xuất khẩu của VN thực tế đã không đem lại sự gia tăng tương ứng trong thu nhập cho người sản xuất do sự rớt giá, gia tăng giá cánh kéo giữa hàng hoá nông sản, hoặc hàng sản xuất sử dụng nhiều tài nguyên thiên nhiên, lao động rẻ với hàng công nghiệp, hàng hoá có hàm lượng công nghệ cao. Thực tế này đang đặt VN đối diện với hệ lụy đó là sự phát triển thiếu bền vững mà theo Kaplinsky gọi là “tăng trưởng gây bần cùng hoá”. Bởi vậy, tuy gây ra những hệ lụy tiêu cực và mang đến những thách thức, khủng hoảng kinh tế và suy thoái toàn cầu cũng mở ra nhiều cơ hội để các ngành kinh tế, các doanh nghiệp VN cấu trúc lại sản xuất để nâng cao giá trị gia tăng cho hàng hóa xuất khẩu của mình.

3. Giải pháp góp phần cấu trúc lại các ngành sản xuất theo hướng nâng cao giá trị gia tăng cho hàng hóa xuất khẩu

Thực tế hiện nay, thách thức lớn trong quá trình tham gia chuỗi giá trị là những tiêu chuẩn ngày càng ngặt nghèo mà khách hàng ở các nước phát triển đặt ra, đặc biệt là giai đoạn sau khủng hoảng và suy thoái kinh tế toàn cầu (gồm cả người tiêu dùng và các tập đoàn lớn có thương hiệu, bí quyết công nghệ và mạng lưới phân phối toàn cầu). Trong khi đó, điểm yếu của nhiều nhà sản xuất VN là họ hiểu biết rất ít về thị trường tiêu thụ sản phẩm của mình, không có được thông tin về yêu cầu của người tiêu dùng cuối cùng. Bởi vậy, các nhà sản xuất và xuất khẩu của VN vừa qua chưa vươn đến được những công đoạn sau của chuỗi giá trị, mà chỉ dừng lại ở khâu sản xuất gia công. Theo đó, điều quyết định thành công của các nhà sản xuất và xuất khẩu hàng hoá của VN trong quá trình tham gia chuỗi giá trị cung ứng toàn cầu thời gian tới là họ phải nỗ lực tiến hành nâng cấp các khâu để từng bước chuyển từ nhà sản xuất gia công, không tên tuổi thành nhà sản xuất có thương hiệu riêng, cạnh tranh trên thị trường toàn cầu bằng chất lượng và tạo ra giá trị gia tăng cao hơn cho mình. Đặc biệt, nhà sản xuất phải biết gắn mình với thị trường tiêu thụ cuối cùng, học cách làm thế nào để tổ chức mạng lưới sản xuất, tiếp thị sản phẩm, tham gia vào dây chuyền phân phối và đáp ứng các điều kiện về giao hàng, tài chính... Hơn nữa, quá trình nâng cấp này không chỉ diễn ra ở từng doanh nghiệp riêng lẻ,

mà còn phải được tiến hành ở cấp độ ngành, mạng lưới giữa những doanh nghiệp cung ứng và khách hàng, cũng như trong toàn nền kinh tế.

Trên tinh thần đó và tranh thủ cơ hội có thể mang lại sau khủng hoảng tài chính và suy thoái kinh tế toàn cầu, cấu trúc của các ngành sản xuất phải được chuyển dịch mạnh, đảm bảo: Cơ cấu ngành công nghiệp chuyển dịch theo hướng tăng nhanh tỷ trọng công nghiệp chế biến, đạt 87% - 88% vào năm 2020. Tỷ lệ hàng công nghiệp chế tạo trong xuất khẩu đạt 70% - 75%. Tỷ trọng nhóm sử dụng công nghệ cao đạt 40% - 45%. Giá trị xuất khẩu hàng công nghiệp đạt 85% - 90% giá trị xuất khẩu của cả nước. Đối với nông nghiệp, phải chú trọng tăng cường xuất khẩu các sản phẩm đã qua chế biến, có chất lượng cao, các mặt hàng có giá trị tăng cao. Nghiên cứu đưa ra thị trường những sản phẩm mới, dựa trên áp dụng khoa học - kỹ thuật. Tiếp tục khai thác các thị trường truyền thống, đồng thời không ngừng phát triển xuất khẩu ra các thị trường mới. Với mục tiêu này, VN cần tiến hành một số giải pháp cụ thể sau:

3.1 Đối với Nhà nước

- Từng bước điều chỉnh, chuyển định hướng chiến lược từ phát triển sản xuất và xuất khẩu hàng hoá theo bề rộng và tốc độ cao hiện nay sang phát triển theo hướng coi trọng hơn chất lượng và hiệu quả.

- Định hướng và có chính sách khuyến khích các ngành, doanh nghiệp xây dựng và phát triển các chuỗi giá trị đối với hàng hoá có năng lực cạnh tranh cao ở trong nước làm tiền đề và điều kiện cho việc tham gia vào chuỗi giá trị toàn cầu.

- Khuyến khích doanh nghiệp phát triển các chuỗi giá trị riêng biệt đối với một số ngành hàng theo hướng có thể “đi tắt, đón đầu” mà không nhất thiết phải đi tuần tự theo các nấc thang của chuỗi giá trị gia tăng.

- Khuyến khích thay đổi hướng phát triển trong ngành công nghiệp. Bắt nguồn từ xu thế quá trình sản xuất được chia thành nhiều khâu và mỗi quốc gia, mỗi doanh nghiệp chỉ tham gia vào một vài khâu trong quá trình đó, bởi vậy chiến lược phát triển một số ngành sản xuất công nghiệp của chúng ta hiện nay nên chuyển từ định hướng sản phẩm sang định hướng quy trình công nghệ nhằm

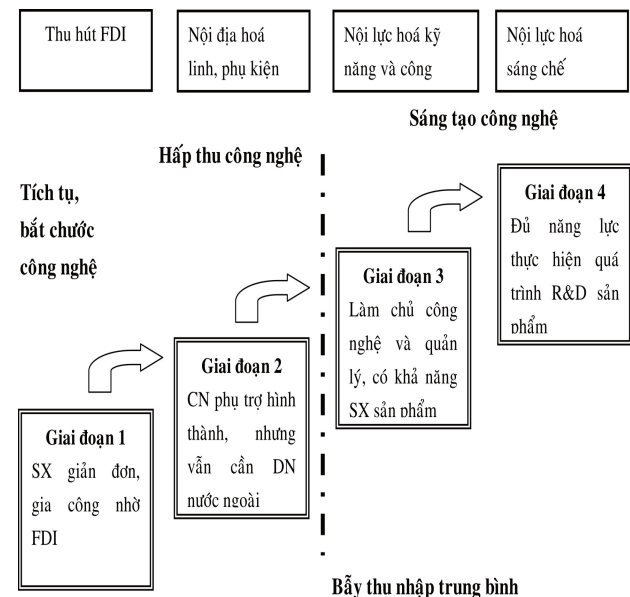
tạo lợi thế cạnh tranh ở một số khâu nhất định trong quy trình sản xuất để tham gia có hiệu quả vào chuỗi giá trị sản phẩm.

- Khuyến khích doanh nghiệp đầu tư công nghệ sản xuất để nâng cao giá trị gia tăng hàng xuất khẩu (hiện tại, đối với hàng công nghiệp phần giá trị gia tăng VN mới chỉ đạt khoảng 20-30%, đối với hàng nông sản, khoáng sản là 50%. Theo các nhà khoa học, nếu có sự đầu tư thỏa đáng về công nghệ VN có thể nâng tỷ lệ này lên 50% đối với hàng công nghiệp, 70% với hàng nông sản, khoáng sản); đồng thời, tạo điều kiện thuận lợi để các doanh nghiệp VN tham gia vào những khâu ngoài sản xuất, tiếp cận gần hơn với người tiêu dùng nước ngoài.

- Thúc đẩy phát triển các ngành công nghiệp phụ trợ. Theo nghiên cứu của Viện Nghiên cứu Chiến lược chính sách công nghiệp thì cứ 100 doanh nghiệp tham gia chế tạo sản phẩm cuối cùng trong chuỗi thì cần tới 95 doanh nghiệp thực hiện các hoạt động sản xuất dựa vào sự phát triển của công nghiệp phụ trợ, chỉ có 5 doanh nghiệp lắp ráp. Thực tế hiện nay trong nhiều lĩnh vực sản xuất công nghiệp, các doanh nghiệp của ta do thiếu hệ thống các doanh nghiệp phụ trợ đã phải phụ thuộc vào các yếu tố đầu vào nhập khẩu và gần như đứng ngoài chuỗi cung ứng toàn cầu. Bởi vậy, Nhà nước cần có chính sách khuyến khích đầu tư phát triển công nghiệp phụ trợ, thu hút sự tham gia của mọi thành phần kinh tế trong và ngoài nước, khuyến khích hình thành các khu, cụm công nghiệp sản xuất linh kiện, phụ tùng, nguyên vật liệu phụ trợ cho các ngành công nghiệp để các doanh nghiệp nội địa hội nhập ngày càng sâu vào chuỗi giá trị toàn cầu.

- Nhà nước tạo những thuận lợi cần thiết nhằm thu hút đầu tư trực tiếp của nước ngoài. Đây là con đường ngắn nhất để tăng sức cạnh tranh và nâng cao giá trị gia tăng cho hàng hoá xuất khẩu. Phải sử dụng nguồn vốn FDI như một công cụ để học hỏi công nghệ nhằm thay đổi lợi thế cạnh tranh của nền kinh tế từ lợi thế tài nguyên, lao động chưa qua đào tạo sang lợi thế về kỹ thuật, công nghệ, thực hiện chiến lược “đi tắt, đón đầu” và “đuổi kịp” các nước đi trước về mặt công nghệ. Quá trình này bắt đầu bằng giai đoạn gia công để học hỏi công nghệ, sau đó mới phát triển sản xuất trong nước thông qua phát triển ngành

công nghiệp phụ trợ và mối liên hệ “đằng trước, đằng sau” trong nền kinh tế để hấp thu công nghệ và kết thúc bằng việc làm chủ và sáng tạo công nghệ, xây dựng nền kinh tế trên cơ sở lợi thế cạnh tranh mới. Tuy nhiên, nếu quá trình này không được thực hiện một cách định hướng, có chủ đích để chuyển hướng từ giai đoạn này sang giai đoạn khác thì các nước đang phát triển như chúng ta sẽ bị sa lầy vào “Bẫy thu nhập trung bình”.



Hình 2. Vai trò của FDI đối với quá trình thực hiện công nghiệp hóa ở các nước đang phát triển

Trong quá trình đó cũng cần khuyến khích đẩy mạnh sự liên kết giữa các công ty có vốn đầu tư nước ngoài với các loại doanh nghiệp trong nước như các doanh nghiệp nhà nước và doanh nghiệp tư nhân theo hình thức hàng dọc hoặc ngang. Trong đó, liên kết hàng dọc là cung cấp các bộ phận, linh kiện cho các công ty có vốn đầu tư nước ngoài và liên kết hàng ngang là hợp tác với các công ty đa quốc gia trên nhiều lĩnh vực để sản xuất và xuất khẩu. Có thể lúc đầu dưới thương hiệu của công ty nước ngoài, theo mạng lưới của họ, dần dần tiến tới tự mình thiết kế sản phẩm và tiến đến giai đoạn tự xây dựng thương hiệu, làm chủ hoàn toàn sản phẩm của mình.

3.2 Đối với các doanh nghiệp sản xuất và xuất khẩu

- Tích cực và chủ động tham gia vào chuỗi giá trị toàn cầu trên cơ sở lựa chọn đúng các khâu cần

ưu tiên nhằm khai thác lợi thế so sánh, phát triển nhanh và bền vững.

- Đẩy mạnh các hoạt động liên doanh, liên kết để tăng cường sức mạnh khi tham gia vào chuỗi giá trị toàn cầu, nhanh chóng khắc phục tình trạng nhỏ lẻ, manh mún và thiếu sự liên kết giữa các tác nhân khi tham gia vào chuỗi giá trị toàn cầu.

- Chú trọng lựa chọn những sản phẩm mà VN có lợi thế so sánh (cả lợi thế so sánh tĩnh và động) và thế giới có nhu cầu cao để chuyển dịch cơ cấu sản xuất và xuất khẩu. Đồng thời, sắp xếp lại các cơ sở sản xuất, chế biến theo hướng thành lập các cơ sở sản xuất, chế biến lớn có thiết bị, công nghệ hiện đại để tạo ra những sản phẩm có giá trị gia tăng, đủ sức cạnh tranh trên thị trường quốc tế, giảm dần các cơ sở sản xuất, chế biến nhỏ lẻ, năng xuất, chất lượng thấp, không đảm bảo vệ sinh an toàn thực phẩm.

- Tăng cường năng lực quản trị chuỗi giá trị nhằm nâng cao khả năng lãnh đạo chuỗi giá trị toàn cầu đối với một số sản phẩm hàng hóa có tiềm năng lợi thế toàn diện, đẩy mạnh hoạt động xây dựng và phát triển thương hiệu, khai thác chỉ dẫn địa lý đối với hàng hoá xuất khẩu■

CHÚ THÍCH

[1]: M.Porter, Competitive Advantage (1980)

[2]: Mô hình chuỗi giá trị gia tăng của Morris - 2001

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Nguyễn Thị Nhiều (2009), *Chuỗi giá trị toàn cầu mặt hàng điện tử và khả năng tham gia của VN*, Đề tài khoa học cấp Bộ, Bộ Công thương, mã số: 040.09.RD.
2. Huỳnh Tiến Quỳnh (2008), “Tham gia chuỗi gia tăng toàn cầu”, Tạp chí *Thương mại*, Số 32/2008.
3. Hà Văn Sự, “Đề nâng cao giá trị gia tăng cho hàng hóa xuất khẩu của VN”, Tạp chí *Kinh tế và dự báo* - Bộ Kế hoạch và Đầu tư, Số 11/2009.
4. Đặng Như Vân (2003), “Xuất khẩu: VN nằm ở đâu trong chuỗi giá trị?”, Tạp chí *Nghiên cứu Kinh tế*, Số 304.
5. Gereffi, G. (1999), “International Trade and Industrial Upgrading in the Apparel Commodity Chain”, *Journal of International Economics*, 48:37-70.
6. Gereffi, G. and Kalinsky, R. (eds) (2001), “The value chains”, *IDS Bulletin*, 32(3), *Special Issue*.
7. Gereffi, G. and Memodovic, O. (2003), *The global Apparel Value Chain: What Prospects for Upgrading by Developing Countries?*, www.unido.org.

