



NÂNG CAO VỊ THẾ THƯƠNG MẠI QUỐC TẾ CỦA NGÀNH DỆT MAY VIỆT NAM TRONG CHUỖI GIÁ TRỊ TOÀN CẦU: HƯỚNG TIẾP CẬN TỪ LỢI THẾ SO SÁNH BỘC LỘ RCA

Trần Ngọc Mai¹

Học viện Ngân hàng, Hà Nội, Việt Nam

Hoàng Thị Thanh Quỳnh

Học viện Ngân hàng, Hà Nội, Việt Nam

Ngày nhận: 27/6/2020; Ngày hoàn thành biên tập: 15/09/2020; Ngày duyệt đăng: 18/09/2020

Tóm tắt: Ngành dệt may được coi là một trong những ngành xuất khẩu chủ lực của Việt Nam với thị trường và mặt hàng xuất khẩu đa dạng. Mặc dù có tiềm lực lớn, vị thế của Việt Nam trong chuỗi giá trị dệt may toàn cầu vẫn đứng sau nhiều nước trong khu vực. Bài viết phân tích chỉ số lợi thế so sánh bộc lộ RCA của Việt Nam và các nước trong chuỗi giá trị toàn cầu ngành dệt may qua đó đưa ra những kiến nghị giúp Việt Nam nâng cao giá trị xuất khẩu và vị thế thương mại quốc tế. Nghiên cứu định lượng chỉ số RCA trên cơ sở dữ liệu mã HS hai và bốn chữ số đồng thời so sánh với 15 quốc gia xuất khẩu dệt may hàng đầu. Kết quả nghiên cứu sẽ đưa ra định hướng cho chính phủ và các doanh nghiệp trong đầu tư phát triển ngành dệt may theo hướng nâng cao vị thế thương mại quốc tế trong chuỗi giá trị dệt may toàn cầu.

Từ khóa: Chuỗi giá trị toàn cầu, Dệt may, Lợi thế so sánh bộc lộ, Mã hài hoà, RCA, Việt Nam

IMPROVING THE INTERNATIONAL TRADE POSITION OF VIETNAM'S TEXTILE AND APPAREL INDUSTRY IN THE GLOBAL VALUE CHAIN: A REVEALED COMPARATIVE ADVANTAGE APPROACH

Abstract: Textile and apparel industry is considered as one of the key export industries of Vietnam with diversified markets and export commodities. Despite its great potential, Vietnam's position in the global textile and apparel value chain remains behind many countries in the region. The study calculates and analyzes the revealed comparative advantage index (RCA) of Vietnam and other countries in the global textile and apparel value chain. Based on these findings, recommendations are made to help Vietnam improve its export value and international trade position. The quantitative study using the RCA index on the basis of two-digit and four-digit HS codes is performed. The indices are compared among the top 15 exporting countries for textile products. The research results provide a direction for governments and businesses to enhance the international trade position in the global textile and apparel value chain.

Keywords: Global Value Chain, Garment, Revealed comparative advantage HScore, RCA, Vietnam

¹ Tác giả liên hệ, Email: tnmai83@gmail.com

1. Giới thiệu

Ngành dệt may được nhận định là một trong những ngành xuất khẩu chủ lực có tốc độ tăng trưởng cao và đóng góp đáng kể vào tăng trưởng xuất khẩu của nền kinh tế (Vũ, 2020). Tính đến năm 2015, Việt Nam đã có hơn 5.000 doanh nghiệp dệt may và tạo ra hơn 2,5 triệu việc làm, đóng góp lớn vào tăng trưởng kinh tế và thu hút, giải quyết việc làm cho lao động trong nước. Cùng với quá trình hội nhập kinh tế sâu rộng của Việt Nam trong những năm qua, ngành dệt may Việt Nam đã nắm bắt kịp thời cơ hội từ xu hướng dịch chuyển mạnh mẽ sản xuất hàng dệt may của thế giới đến Việt Nam, qua đó đẩy mạnh kim ngạch xuất khẩu. Tính từ năm 2007 đến nay, tức là 13 năm sau khi gia nhập WTO, kim ngạch xuất khẩu ngành dệt may tăng hơn 5 lần, từ 7,75 tỷ USD năm 2007 tới 39,69 tỷ USD năm 2019. Mặc dù có bước tăng trưởng nhanh và mạnh, tuy nhiên, kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam vẫn xếp sau các quốc gia trong khu vực như Bangladesh, Thổ Nhĩ Kỳ, Ấn Độ và Trung Quốc, khiến cho vị thế của Việt Nam trong chuỗi giá trị dệt may toàn cầu vẫn bị hạn chế.

Đã có nhiều tác giả trong và ngoài nước nghiên cứu về vị thế của Việt Nam trong chuỗi giá trị toàn cầu ngành dệt may. Các nghiên cứu nước ngoài tiêu biểu bao gồm: Hill (1998) nghiên cứu về ngành dệt may Việt Nam tập trung vào tiến trình công nghiệp hoá, những thành tựu và thách thức trong tương lai; Nadvi & Thoburn (2003) nghiên cứu về chuỗi giá trị toàn cầu ngành dệt may Việt Nam và hàm ý cho doanh nghiệp và người lao động, tuy nhiên mới chỉ tập trung nghiên cứu vai trò của toàn cầu hoá và triển vọng của ngành dệt may. Các tác giả triển khai các nghiên cứu này vào những năm đầu của thiên niên kỷ 2000 nên chưa bắt kịp được xu thế phát triển của lĩnh vực dệt may trong thời đại mới cũng như chưa thể hiện được nhiều thành tựu của Việt Nam trong thời gian gần đây. Các bài nghiên cứu trong nước tiêu biểu bao gồm: Hà (2012) phân tích chuỗi giá trị xuất khẩu dệt may theo cách tiếp cận từ sản phẩm đầu ra; Nguyễn (2016) phân tích vị trí và những rào cản trong quá trình tham gia vào chuỗi dệt may toàn cầu của các doanh nghiệp dệt may Việt Nam. Các nghiên cứu này đã làm rõ về chuỗi giá trị cũng như đã phân tích được vị thế của Việt Nam trong chuỗi giá trị toàn cầu ngành dệt may, tuy nhiên, lại chưa phân tích trong tương quan so sánh với các quốc gia có cùng lợi thế và kinh nghiệm phát triển về lĩnh vực này để tìm ra cơ hội phát triển cho ngành dệt may Việt Nam.

Bài viết này nhằm mục đích phân tích lợi thế so sánh của ngành dệt may Việt Nam với các quốc gia trong chuỗi giá trị toàn cầu và chỉ ra những mặt hàng tiềm năng giúp cải thiện vị thế của ngành trong thương mại quốc tế. Kết quả nghiên cứu sẽ hữu ích với chính phủ và các doanh nghiệp dệt may trong việc đề ra những chính sách, xây dựng giải pháp nhằm thúc đẩy giá trị thương mại, qua đó giúp Việt Nam nâng cao vị thế trong chuỗi giá trị toàn cầu.

2. Cơ sở lý thuyết

2.1 Chuỗi giá trị

Theo Porter (1985), chuỗi giá trị là chuỗi các hoạt động từ khâu đầu tiên đến khâu cuối cùng của sản phẩm bao gồm các hoạt động chính và các hoạt động hỗ trợ để tạo nên lợi thế cạnh tranh của sản phẩm đó. Theo đó, khi triển khai lần lượt các hoạt động của chuỗi, mỗi sản phẩm nhận được một số giá trị.

2.2 Chuỗi giá trị toàn cầu

Dựa trên quan điểm của Porter (1985), năm 2002 hai nhà khoa học Mỹ là Raphael Kaplinsky và Mike Morris đã đưa ra khái niệm: "Chuỗi giá trị toàn cầu là một dây chuyền sản xuất kinh doanh theo phương thức toàn cầu hoá trong đó có nhiều nước tham gia, chủ yếu là các doanh nghiệp tham gia vào các công đoạn khác nhau từ thiết kế chế tạo tiếp thị đến phân phối và hỗ trợ người tiêu dùng" (Kaplinsky & Morris, 2002).

Koopman & cộng sự (2010) đã đưa ra quan điểm của mình nhằm bổ sung thêm lý thuyết về chuỗi giá trị toàn cầu. Ông đã định nghĩa khái niệm như sau: "Chuỗi giá trị toàn cầu là toàn bộ quá trình sản xuất hàng hóa, từ nguyên liệu thô cho tới thành phẩm, được thực hiện ở bất cứ nơi nào mà kỹ năng và nguyên liệu cần thiết để sản xuất đều có sẵn tại mức giá cả cạnh tranh cũng như đảm bảo chất lượng thành phẩm". Đây là một bước tiến lớn khi Koopman đã nêu lên được lợi thế cạnh tranh về giá cả cũng như chất lượng sản phẩm trong định nghĩa mới mà ông đưa ra. Nhờ nhận biết những lợi thế so sánh khi tham gia vào chuỗi sẽ giúp nâng tầm vị thế của doanh nghiệp trong chuỗi giá trị toàn cầu và trở thành chủ thể chính của những khâu có giá trị gia tăng cao.

2.3 Chuỗi giá trị toàn cầu ngành dệt may

Lương (2012) đã đưa ra khái niệm "Chuỗi giá trị toàn cầu ngành dệt may là các giai đoạn của việc sản xuất sản phẩm dệt may. Chuỗi giá trị bắt đầu từ khâu thiết kế, khai thác nguyên liệu, gia công sản phẩm sau đó phân phối sản phẩm ra thị trường. Sự tham gia của các thành phần trong chuỗi giá trị toàn cầu ngành dệt may không chỉ đến từ một doanh nghiệp hay gói gọn trong một lãnh thổ, mà nó đến từ nhiều quốc gia trên khắp thế giới".

2.4 Lợi thế so sánh

Lợi thế so sánh là yếu tố quan trọng đối với một quốc gia, dùng để xác định sản phẩm chủ lực nên tập trung sản xuất và phát triển để cạnh tranh trên thị trường quốc tế (Võ & Đỗ, 2016). Lý thuyết lợi thế so sánh của David (1817) chỉ ra rằng, mỗi quốc gia nên chuyên môn hoá vào sản xuất và xuất khẩu sản phẩm mà quốc gia đó có lợi thế so sánh và nhập khẩu sản phẩm mà quốc gia đó không có lợi thế so sánh và việc chuyên môn hóa quốc tế như vậy sẽ có lợi cho tất cả các quốc gia. Nhưng hạn chế của lý thuyết này là chưa đưa ra được phương pháp đo lường lợi thế so sánh của một quốc gia ở các mặt hàng trong quan hệ thương mại giữa các nền kinh tế. Nghiên cứu của Balassa (1965) đã giới thiệu chỉ số lợi thế so sánh bộc lộ RCA (Revealed Comparative Advantage) được tính toán dựa trên lý thuyết lợi thế so sánh và dữ liệu thống kê lịch sử trao đổi sản phẩm giữa các quốc gia. Cụ thể, một nước thể hiện lợi thế so sánh đối với một sản phẩm khi tỷ trọng sản phẩm đó trong kim ngạch xuất khẩu của đất nước lớn hơn tỷ trọng sản phẩm trong kim ngạch xuất khẩu của thế giới (Huỳnh & Nguyễn, 2016).

2.5 Nâng cao vị thế thương mại quốc tế

Vị thế thương mại quốc tế của một mặt hàng cụ thể của một quốc gia là thị phần xuất khẩu hàng hoá đó trên thế giới. Nâng cao vị thế thương mại quốc tế của một mặt hàng là khi quốc gia có thể nâng cao thị phần xuất khẩu hàng hoá đó trên quy mô toàn cầu. Do đó, để nâng cao vị thế thương mại quốc tế của ngành dệt may Việt Nam trong chuỗi giá trị toàn cầu, cần xác định lợi thế so sánh của Việt Nam trong từng giai đoạn của chuỗi giá trị. Việc xác định rõ lợi thế so sánh trong chuỗi giá trị toàn cầu ngành dệt may sẽ giúp Việt Nam có thể chuyên môn hoá, tập trung sản xuất và xuất khẩu hàng hoá có lợi thế so sánh nhằm thu được hiệu quả cao nhất từ thương mại quốc tế, qua đó nâng cao vị thế của ngành dệt may Việt Nam trên trường quốc tế.

Chuỗi giá trị toàn cầu ngành dệt may bao gồm 5 giai đoạn chính như sau: thiết kế, sản xuất nguyên phụ liệu, may, xuất khẩu, marketing và phân phối sản phẩm. Trong đó Việt Nam tham gia nhiều nhất ở giai đoạn sản xuất nguyên phụ liệu và may (Trần, 2016). Do đó, bài viết này sẽ phân tích lợi thế so sánh của Việt Nam đối với các dòng hàng được sản xuất chủ yếu ở hai giai đoạn này.

3. Phương pháp nghiên cứu

Để phân tích vị thế của Việt Nam trong giai đoạn sản xuất nguyên vật liệu dệt may cũng như sản xuất hàng hoá dệt may, nhóm tác giả sử dụng phương pháp tính toán chỉ số lợi thế so sánh bậc lộ RCA. Chỉ số biểu thị RCA đem đến một phương pháp hữu hiệu trong việc phân tích lợi thế so sánh của một quốc gia, dựa trên hoạt động xuất khẩu thực tế. Balassa (1965) đã phát triển chỉ số này dựa trên cơ sở tính toán bằng cách chia thị phần xuất khẩu của một hàng hóa (hoặc nhóm hàng hóa) của một quốc gia trong tổng xuất khẩu hàng hóa đó (hoặc nhóm hàng hóa đó) trên thế giới (hoặc một tập hợp các quốc gia) cho thị phần xuất khẩu của tất cả hàng hóa của quốc gia trong tổng số xuất khẩu của thế giới. Phương pháp này đã được nhiều nhà nghiên cứu sử dụng rộng rãi để giải thích cho các khuôn mẫu thương mại và chuyên môn hoá quốc tế trong cả bối cảnh toàn cầu. Chỉ số biểu thị lợi thế so sánh dựa trên thị phần xuất khẩu được thể hiện như sau:

$$RCA_{ij} = (X_{ij}/X_i) / (\sum X_{wj}/X_w)$$

Trong đó:

RCA_{ij} : Chỉ số lợi thế so sánh hiện hữu trong xuất khẩu của quốc gia i đối với sản phẩm j ;

X_{ij} : Kim ngạch xuất khẩu sản phẩm j của quốc gia i ;

$X_i = \sum_j X_{ij}$: Tổng kim ngạch xuất khẩu của quốc gia i ;

$X_{wj} = \sum_i X_{ij}$: Tổng kim ngạch xuất khẩu sản phẩm j toàn cầu;

$X_w = \sum_i \sum_j X_{ij}$: Tổng kim ngạch xuất khẩu toàn cầu.

Nếu tỷ trọng xuất khẩu của nước i đối với sản phẩm k lớn hơn tỷ trọng sản phẩm đó trong tổng xuất khẩu của thế giới, tức là $RCA_{ij} > 1$ thì quốc gia i được coi là có lợi thế so sánh đối với sản phẩm j . Chỉ số này càng lớn chứng tỏ lợi thế so sánh càng cao. Ngược lại nếu $RCA_{ij} < 1$ thì quốc gia i không có lợi thế so sánh về sản xuất, xuất khẩu sản phẩm j .

Trong nghiên cứu này, chỉ số RCA được tính toán cho top 15 quốc gia xuất khẩu hàng dệt may trong năm 2018 dựa trên dữ liệu được lấy từ UN Comtrade (UN Comtrade chưa cập nhật số liệu về hoạt động xuất nhập khẩu các mặt hàng dệt may sau năm 2018), bao gồm Trung Quốc, Pakistan, Thổ Nhĩ Kỳ, Italy, Hàn Quốc, Trung Quốc, Ấn Độ, Đức, Hoa Kỳ, Anh, Singapore, Thái Lan, Indônêxia, Hồng Kông và Việt Nam. Dữ liệu được định lượng trên cơ sở mã hài hoà (HS) 2 chữ số và 4 chữ số. Chuỗi giá trị ngành dệt may được thể hiện từ chương 50 đến chương 63 trong bảng mã hài hoà, được chia thành 3 giai đoạn bao gồm: sản xuất nguyên phụ liệu, sản xuất vải, cắt may (Bảng 1).

Bảng 1. Các chương mã hài hoà

Chương	Mã	Giai đoạn trong chuỗi
Nguyên liệu thô	50 - 52	
Sợi nhân tạo/xơ sợi	53 - 55	Sản xuất nguyên phụ liệu
Mền xơ, phớt và các sản phẩm không dệt; các loại sợi đặc biệt; sợi xe, chảo bện, ...	56	
Vải	57 - 60	Sản xuất vải
Quần áo	61 - 62	Cắt may
Vải đã hoàn thiện	63	

Nguồn: UN Comtrade, 2018

4. Kết quả và thảo luận

Trước khi phân tích cụ thể về vị thế của Việt Nam trong chuỗi giá trị, cần xem xét tổng quan về ngành dệt may Việt Nam trên cơ sở chỉ số RCA năm 2018 dựa trên mã hài hoà 2 chữ số. Kết quả RCA ở Bảng 2 cho thấy Việt Nam có lợi thế so sánh đối với 10/14 sản phẩm trong chuỗi giá trị ngành dệt may với chỉ số $RCA > 1$. Khi xem xét chỉ số RCA với thị phần xuất khẩu, có thể thấy sản phẩm có chỉ số RCA càng cao thì thị phần xuất khẩu dệt may toàn cầu càng lớn. Lý do là khi Việt Nam có lợi thế trong xuất khẩu mặt hàng nào thì mặt hàng đó sẽ có xu hướng được xuất khẩu nhiều hơn.

Bên cạnh đó, kết quả cũng chỉ ra Việt Nam có lợi thế so sánh lớn nhất đối hai loại mặt hàng là quần áo và các hàng phụ trợ (bao gồm cả đã và chưa dệt kim hay móc) (Chương 61 và 62) với chỉ số RCA lần lượt là 5,04 và 5,25, thị phần xuất khẩu thế giới tương ứng là 6,52% và 6,77%, cao nhất trong các hàng hoá may mặc của Việt Nam. Điều này phản ánh đúng thực tế là Việt Nam đang chủ yếu thực hiện công đoạn cuối của sản phẩm dệt may (cắt may hoặc gia công).

Bảng 2. Vị trí của Việt Nam trong chuỗi giá trị ngành dệt may năm 2018

Mã HS	Sản phẩm	Xuất khẩu năm 2018 (USD)	Thị phần xuất khẩu dệt may toàn cầu (%)	RCA
50	Tơ tằm	101.573.794	4,68	3,62
51	Lông cừu, lông động vật loại mịn hoặc loại thô; vải dệt thoi từ các nguyên liệu trên	4.402.369	0,04	0,03
52	Bông	2.842.706.532	4,9	3,81
53	Xơ dệt gốc thực vật khác; sợi giấy và vải dệt thoi từ sợi giấy	42.754.986	1,07	0,83
54	Sợi filament nhân tạo	1.143.568.268	2,27	1,75
55	Xơ sợi staple nhân tạo	605.228.101	1,6	1,24
56	Mền xơ, phớt và các sản phẩm không dệt; các loại sợi đặc biệt; sợi xe	387.096.661	1,43	1,1
57	Thảm và các loại hàng dệt trải sàn khác	78.834.082	0,5	0,39
58	Các loại vải dệt thoi đặc biệt; hàng ren; thảm trang trí	110.070.322	0,86	0,67
59	Các loại vải dệt đã được ngâm tẩm, tráng, phủ hoặc ép lớp	628.842.199	2,35	1,81
60	Các loại hàng dệt kim hoặc móc	982.547.464	2,67	2,06
61	Quần áo và hàng may mặc phụ trợ, dệt kim hoặc móc	13.850.362.031	6,52	5,04
62	Quần áo và các hàng may mặc phụ trợ, không dệt kim hoặc móc	14.301.297.560	6,77	5,25
63	Các mặt hàng dệt đã hoàn thiện khác	1.579.454.782	2,43	1,88
Tổng		36.660.739.152	4,7	

Nguồn: Tính toán dựa trên dữ liệu của UN Comtrade, 2018

Tiếp đến, nhóm tác giả sẽ tiến hành xem xét lợi thế so sánh của Việt Nam đối với từng dòng hàng cụ thể trong những nhóm sản phẩm có lợi thế so sánh bao gồm nhóm hàng có mã HS là 50, 52, 54, 55, 56, 59, 60, 61, 62, 63. Việc phân tích lợi thế so sánh của các dòng hàng cụ thể sẽ giúp Việt Nam xác định được các dòng hàng cần tập trung phát triển, sản xuất và xuất khẩu qua đó nâng cao vị thế của Việt Nam trong chuỗi giá trị.

4.1 Sản xuất nguyên phụ liệu

Chương 50 - 52: Nguyên liệu thô

Bảng 3 minh họa chỉ số RCA của các dòng hàng tơ tằm thuộc chương 50. Việt Nam có 2/7 dòng hàng trong chương này nằm trong top 3 các quốc gia có lợi thế so sánh lớn nhất và cũng chiếm hai vị trí RCA cao nhất là dòng hàng 5002 (tơ thô) và 5004 (tơ sợi). Đối với hai dòng hàng này Việt Nam bỏ xa đối thủ đứng ở vị trí thứ hai.

Bảng 3. Chỉ số RCA chương 50

Mã HS	Cao thứ nhất		Cao thứ hai		Cao thứ ba	
5002	Việt Nam	8,06	Trung Quốc	5,86	Italy	2,11
5004	Việt Nam	10,90	Italy	2,87	Trung Quốc	2,38

Nguồn: Tính toán dựa trên dữ liệu của UN Comtrade, 2018

Việt Nam và Ấn Độ chiếm 2 vị trí đứng thứ nhất trong tổng số 7 dòng hàng của chương 50 (Bảng 4), thể hiện rằng Việt Nam có năng lực cạnh tranh trong việc tham gia sản xuất mặt hàng tơ tằm tuy nhiên vị thế thương mại quốc tế vẫn hạn chế và vẫn có không gian để phát triển đối với 5 dòng hàng còn lại.

Bảng 4. Chương 50, xếp hạng số lượng vị trí

Xếp hạng	Quốc gia	Số vị trí
Thứ nhất	Việt Nam, Ấn Độ	2
Thứ hai	Trung Quốc	3
Thứ ba	Italy	3

Nguồn: Tính toán dựa trên dữ liệu của UN Comtrade, 2018

Bảng 5 minh họa chỉ số RCA của các dòng hàng bông thuộc chương 52. Tổng xuất khẩu bông của Việt Nam là lớn nhất trong xuất khẩu các loại nguyên liệu thô của ngành dệt may. Tuy nhiên, nếu xét sâu vào các dòng hàng có mã hải hoà 4 chữ số thuộc chương 52 thì Việt Nam chỉ có lợi thế so sánh đối với 2/12 dòng hàng, trong đó đạt được chỉ số RCA cao thứ 3 đối với dòng hàng 5205 (sợi bông trên 85%) và chỉ số RCA cao thứ 2 đối với dòng hàng 5206 (sợi bông dưới 85%). Mặc dù vậy, Việt Nam vẫn chưa làm tốt bằng các đối thủ cạnh tranh cùng sản xuất mặt hàng này như Pakistan và Ấn Độ do đó có chênh lệch khá xa trong lợi thế so sánh.

Bảng 5. Chỉ số RCA chương 52 năm 2018

Mã HS	Thứ nhất		Thứ hai		Thứ ba	
5205	Pakistan	71,93	Ấn Độ	16,83	Việt Nam	13,21
5206	Pakistan	19,38	Việt Nam	15,19	Indonesia	5,95

Nguồn: Tính toán dựa trên dữ liệu của UN Comtrade, 2018

Có thể nói, Việt Nam không phải một nước có nhiều lợi thế trong việc sản xuất và xuất khẩu bông tuy đã có chỉ số RCA lớn hơn 1 ở nhiều dòng hàng nhưng lại bị bỏ sau với khoảng cách khá lớn bởi các nước như Pakistan, Ấn Độ, Thổ Nhĩ Kỳ cũng như dệt may Việt Nam chưa có vị trí cao nhất nào đối với tổng các mặt hàng thuộc chương 52 (Bảng 6).

Bảng 6. Chương 52, xếp hạng số lượng vị trí

Xếp hạng	Quốc gia	Số vị trí
Thứ nhất	Pakistan	8
Thứ hai	Ấn Độ, Thổ Nhĩ Kỳ	3
Thứ ba	Thổ Nhĩ Kỳ, Ấn Độ	3

Nguồn: Tính toán dựa trên số liệu tại UN Comtrade, 2018

Trồng bông là ngành có đặc thù thâm dụng đất đai và vốn, chịu nhiều tác động của thời tiết, khí hậu, bên cạnh đó, ở Việt Nam hệ thống thủy lợi hỗ trợ kém phát triển, sản xuất và thu hoạch chủ yếu bằng tay dẫn đến năng suất và diện tích trồng bông ở nước ta chưa cao, manh mún và giá bán không cạnh tranh được so với các nước khác trên thế giới (Đình & Đặng, 2011). Do đó, ngành dệt may của Việt Nam vẫn còn phụ thuộc khá lớn vào nhập khẩu các nguyên liệu dệt may từ các quốc gia có thế mạnh về loại hàng này như Pakistan hay Thổ Nhĩ Kỳ, điều này cũng là một lý do hạn chế giá trị xuất khẩu hàng dệt may của Việt Nam (Le & cộng sự, 2018).

Chương 53 - 55: Sợi nhân tạo

Trong các mặt hàng thuộc chương từ 53 - 55, thì Việt Nam có lợi thế so sánh đối với dòng hàng sợi filament nhân tạo thuộc chương 54 và dòng hàng Xơ sợi staple nhân tạo thuộc chương 55. Tuy nhiên, nếu xét cụ thể trên mã hàng 4 chữ số, Việt Nam lại không có nhiều ưu thế (Bảng 8 và 9).

Bảng 7. Chỉ số RCA chương 54

Mã HS	Cao thứ nhất	Cao thứ hai	Cao thứ ba
5402	Thổ Nhĩ Kỳ 4,16	Ấn Độ 4,07	Việt Nam 3,38

Nguồn: Tính toán dựa trên số liệu tại UN Comtrade, 2018

Bảng 8. Chương 55, xếp hạng số lượng vị trí

Xếp hạng	Quốc gia	Số vị trí
Thứ nhất	Thổ Nhĩ Kỳ	5
Thứ hai	Trung Quốc	4
Thứ ba	Hàn Quốc, Ấn Độ	3

Nguồn: Tính toán dựa trên số liệu tại UN Comtrade, 2018

Cụ thể, Việt Nam chỉ có duy nhất 1/8 dòng hàng là 5402 (sợi filament tổng hợp) với chỉ số RCA cao thứ 3. Điều này thể hiện ngành dệt may trong nước không có vị thế thương mại quốc tế trong việc sản xuất các loại sợi nhân tạo dù Việt Nam có ưu thế khai thác dầu – một trong những nguyên liệu thiết yếu cho sản xuất sợi nhân tạo. Nguyên nhân của tình trạng này là do Việt Nam mới chỉ tập trung khai thác dầu thô chứ chưa chế tạo được các loại hạt PE phục vụ sản xuất sợi tổng hợp.

Các doanh nghiệp dệt may hàng cao cấp thường đòi hỏi các loại nguyên liệu đầu vào đặc biệt, thiết bị sản xuất hiện đại. Tuy nhiên, các sản phẩm sợi nước ta chưa đa dạng về chủng loại, chất lượng chưa cao mới chỉ tập trung ở phân khúc sản phẩm cấp thấp, trung bình. Bên cạnh đó, việc sản xuất sợi ở Việt Nam còn phụ thuộc nhiều vào nguồn cung bông từ các nước xuất khẩu trong khi biến động giá bông trên thị trường thế giới ngày càng phức tạp ảnh hưởng lớn tới hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp sợi (Đình & Đặng, 2011). Hiện nay, năng lực cạnh tranh của ngành sợi trong nước chủ yếu đến từ các yếu tố như chi phí nhân công lao động giá rẻ và giá điện thấp. Đây hoàn toàn là những lợi thế so sánh mang tính ngắn hạn và không bền vững. Điều này sẽ là trở ngại lớn cho ngành dệt may Việt Nam đối với việc chủ động về nguyên liệu đầu vào cũng như đặt ra bài toán về việc nâng cao sản xuất nguyên liệu nhân tạo.

Chương 56: Mền xơ, phớt và các sản phẩm không dệt; các loại sợi đặc biệt

Chương 56 tuy có chỉ số RCA khá khiêm tốn chỉ bằng 1,1 nhưng nếu xét riêng vào từng dòng hàng thì các chỉ số RCA lại cho thấy hoạt động sản xuất các mặt hàng thuộc chương này đang có ưu thế khá lớn với 4/9 sản phẩm nằm trong top 3 (Bảng 9, 10). Trong đó, các mặt hàng 5604 (sợi cao su), 5607 (sợi thừng) và 5609 (bó sợi), Việt Nam có lợi thế so sánh xếp thứ ba với khoảng cách không xa đối với các quốc gia xếp ở vị trí số 2. Do đó, các doanh nghiệp hoàn toàn có thể tập trung vào đẩy mạnh sản xuất và xuất khẩu các mặt hàng này để nâng cao vị thế thương mại quốc tế của mình trong chuỗi giá trị. Xét về tổng số lượng vị trí trong top RCA, Việt Nam đứng thứ 3 với 3 vị trí, điều này thể hiện lợi thế so sánh khá cao đối với sản phẩm mã 56 và có cơ hội nâng cao vị thế thương mại quốc tế ngang bằng Thổ Nhĩ Kỳ và Italia nếu tập trung sản xuất các dòng hàng ở chương này. Ngành trồng bông và ngành kéo sợi giữ vai trò quan trọng trong cung cấp nguyên liệu đầu vào cho các phân đoạn dệt-nhuộm và may nên nếu Việt Nam chủ động được nguồn bông và sợi thì sẽ góp phần nâng cao giá trị gia tăng cho các sản phẩm ở công đoạn sau của ngành dệt may.

Bảng 9. Chỉ số RCA chương 56

Mã HS	Cao thứ nhất	RCA	Cao thứ hai	RCA	Cao thứ ba	RCA
5604	Italy	4,05	Trung Quốc	3,24	Việt Nam	2,44
5607	Ấn Độ	2,79	Trung Quốc	2,40	Việt Nam	2,39
5608	Pakistan	33,61	Việt Nam	6,35	Thái Lan	4,41
5609	Trung Quốc	3,55	Ấn Độ	1,85	Việt Nam	1,35

Nguồn: Tính toán dựa trên số liệu tại UN Comtrade, 2018

Bảng 10. Chương 56, xếp hạng số lượng vị trí

Xếp hạng	Quốc gia	Số vị trí
Thứ nhất	Thổ Nhĩ Kỳ	4
Thứ hai	Italy	3
Thứ ba	Việt Nam	3

Nguồn: Tính toán dựa trên số liệu tại UN Comtrade, 2018

4.2 Giai đoạn: sản xuất vải

Chương 57 - 60: Vải

Bảng 11 cho thấy trong 11 dòng hàng thuộc Chương 59, Việt Nam có vị trí cao thứ hai đối với dòng hàng 5901 (vải dệt được tráng keo) và vị trí cao thứ nhất đối với dòng hàng 5902 (vải mảnh) với chỉ số RCA cao vượt trội so với các quốc gia cùng đối thủ.

Bảng 11. Chỉ số RCA chương 59

Mã HS	Cao thứ nhất	RCA	Cao thứ hai	RCA	Cao thứ ba	RCA
5901	Trung Quốc	5,10	Việt Nam	3,06	Italy	0,83
5902	Việt Nam	13,00	Thổ Nhĩ Kỳ	5,31	Indonesia	3,85

Nguồn: Tính toán dựa trên số liệu tại UN Comtrade, 2018

Bảng 12 cho thấy Việt Nam có lợi thế so sánh đối với 2/6 dòng hàng thuộc chương 60 với hai vị trí cao thứ ba thuộc dòng hàng 6001 (vải đồng) và 6002 (vải dệt kim, vải móc). Điều này thể hiện vị thế thương mại quốc tế của Việt Nam đối với sản phẩm thuộc chương 60 khá khiêm tốn.

Bảng 12. Chỉ số RCA chương 60

Mã HS	Cao thứ nhất	RCA	Cao thứ hai	RCA	Cao thứ ba	RCA
6001	Trung Quốc	5,56	Hàn Quốc	1,49	Việt Nam	1,05
6006	Thổ Nhĩ Kỳ	4,89	Trung Quốc	3,85	Việt Nam	2,92

Nguồn: Tính toán dựa trên số liệu tại UN Comtrade, 2018

Vai trò của dệt vải đối với riêng ngành may và tổng thể ngành dệt may là rất lớn vì vải là yếu tố quan trọng quyết định đến chi phí và chất lượng cuối cùng của một sản phẩm dệt may. Mặc dù vậy, Việt Nam lại chưa làm tốt việc cung cấp các sản phẩm dệt làm nguyên liệu tại chỗ đáp ứng được nhu cầu của ngành may đã gây ra nghịch lý trong ngành dệt may ở Việt Nam. Cụ thể Việt Nam là nước sản xuất sợi phục vụ cho xuất khẩu trong khi đó lại phải nhập khẩu vải để phục vụ cho ngành may. Có ba nguyên nhân chính dẫn đến sự yếu kém của ngành sản xuất vải trong mối liên kết với ngành may. Thứ nhất, nhà nước chưa chú trọng đầu tư, phát triển ngành dệt nhuộm trong nước trong khi công nghệ của Việt Nam tại khâu nhuộm vải, in và hoàn tất vải được nhận định là còn đang kém hơn các nước cùng ngành trong khu vực. Thứ hai, các doanh nghiệp dệt nhuộm, sản xuất vải trong nước hiện nay chủ yếu có quy mô nhỏ, hoạt động đơn lẻ, thiếu nhân lực quản lý có chuyên môn và cụm ngành công nghiệp dệt may để hỗ trợ phát triển giữa các doanh nghiệp trong cùng chuỗi giá trị ngành dệt may với nhau. Thứ ba, các doanh nghiệp Việt Nam chủ yếu là các công xưởng thực hiện các đơn hàng gia công cho nước ngoài, do vậy, nguồn nguyên vật liệu phải được lựa chọn theo chỉ định của các đối tác, khiến cho các đơn vị dệt may trong nước không thể chủ động trong việc đặt nguyên vật liệu từ các doanh nghiệp cung cấp sợi hoặc vải ở Việt Nam.

4.3 Giai đoạn cắt may

Chương 61 - 62: Trang phục

Bảng 13 và 14 chỉ ra rằng Pakistan là nước đi đầu trong xuất khẩu quần áo và phụ kiện trang phục, với chỉ số RCA chiếm đến 8 vị trí. Bên cạnh đó, Việt Nam chiếm đến 6 vị trí tại xếp hạng cao thứ hai và 4 vị trí tại xếp hạng cao thứ 3 về chỉ số RCA, có 14/17 dòng hàng thuộc chương 61 có lợi thế so sánh trong top 3.

Bảng 13. Chương 61, xếp hạng số lượng vị trí

Xếp hạng	Quốc gia	Số vị trí
Thứ nhất	Pakistan	8
Thứ hai	Việt Nam	6
Thứ ba	Việt Nam	4

Nguồn: Tính toán dựa trên số liệu tại UN Comtrade, 2018

Bảng 14. Chỉ số RCA chương 61

Mã HS	Cao thứ nhất.	RCA	Cao thứ hai.	RCA	Cao thứ ba.	RCA
6101	Pakistan	11,11	Việt Nam	10,38	Indonesia	5,91
6102	Việt Nam	9,69	Pakistan	3,34	Indonesia	3,34
6103	Pakistan	34,02	Việt Nam	4,82	Trung Quốc	3,31
6104	Việt Nam	6,52	Thổ Nhĩ Kỳ	4,11	Pakistan	3,61
6105	Pakistan	58,37	Việt Nam	7,70	Ấn Độ	5,37
6106	Pakistan	17,45	Thổ Nhĩ Kỳ	12,58	Việt Nam	5,97
6107	Pakistan	12,78	Việt Nam	6,93	Ấn Độ	5,27
6108	Việt Nam	3,96	Trung Quốc	3,63	Ấn Độ	2,95
6110	Pakistan	5,68	Việt Nam	5,54	Thổ Nhĩ Kỳ	4,45
6111	Ấn Độ	7,61	Pakistan	5,73	Việt Nam	3,24
6112	Việt Nam	4,55	Pakistan	4,22	Indonesia	3,06
6113	Italy	5,99	Thái Lan	4,91	Việt Nam	4,59
6114	Ấn Độ	4,65	Việt Nam	3,56	Italy	2,95
6116	Pakistan	26,63	Trung Quốc	4,47	Việt Nam	2,99

Nguồn: Tác giả tính toán dựa trên số liệu tại UN Comtrade, 2018

Trong Chương 61, Việt Nam đã vươn lên là nhà xuất khẩu hàng đầu, cùng với 5 dòng hàng cao nhất và 6 dòng hàng cao thứ hai về chỉ số RCA. Còn Italy, Ấn Độ và Thổ Nhĩ Kỳ cùng đứng vị trí cao thứ ba với 3 dòng hàng cho mỗi quốc gia (Bảng 15).

Bảng 15. Chương 62, xếp hạng số lượng vị trí

Xếp hạng	Quốc gia	Số vị trí
Thứ nhất	Việt Nam	5
Thứ hai	Việt Nam	6
Thứ ba	Italy, Ấn Độ, Thổ Nhĩ Kỳ	3

Nguồn: Tính toán dựa trên số liệu tại UN Comtrade, 2018

Bảng 16. Chỉ số RCA chương 62 năm 2018

Mã HS	Cao nhất	Cao thứ hai	Cao thứ ba
6201	Việt Nam	9,32 Italy	3,19 Trung Quốc
6202	Việt Nam	6,26 Trung Quốc	3,19 Italy
6203	Pakistan	40,18 Việt Nam	5,38 Thổ Nhĩ Kỳ
6204	Thổ Nhĩ Kỳ	5,05 Việt Nam	4,09 Pakistan
6205	Việt Nam	6,54 Thổ Nhĩ Kỳ	5,33 Ấn Độ
6207	Pakistan	48,46 Việt Nam	6,5 Thổ Nhĩ Kỳ
6210	Việt Nam	0,64 Trung Quốc	0,32 Italy
6211	Ấn Độ	5,66 Việt Nam	4,94 Italy
6212	Việt Nam	5,16 Indonesia	3,69 Hong Kong
6213	Trung Quốc	4,63 Việt Nam	2,64 Ấn Độ
6216	Pakistan	15,20 Việt Nam	11,30 Indonesia

Nguồn: Tính toán dựa trên số liệu tại UN Comtrade, 2018

Việt Nam có lợi thế so sánh hoàn toàn trong sản xuất và xuất khẩu các loại mặt hàng thuộc Chương 62 này với tổng cộng 11/17 vị trí cho xếp hạng cao nhất và cao nhất thứ hai. Bảng 16 còn thể hiện sự vượt trội của Việt Nam với các chỉ số RCA cao nhất cao hơn hẳn so với các nước xếp thứ hai. Điều này càng nhấn mạnh vị thế của Việt Nam đối với các dòng hàng này. Như vậy, Bảng 15 và Bảng 16 thể hiện rõ ràng năng lực sản xuất của Việt Nam đối với các loại hàng quần áo và phụ kiện thời trang không dệt kim và móc mặc dù vậy không gian để nâng cao vị thế thương mại quốc tế trong chương này không còn nhiều do Việt Nam đã dẫn đầu trong nhiều dòng hàng.

Chương 63: Hàng đã hoàn thiện

Pakistan, Trung Quốc và Việt Nam là những quốc gia dẫn đầu trong sản xuất và xuất khẩu hàng vải đã hoàn thiện (Bảng 18). Việt Nam cũng thể hiện tiềm năng của mình trong chương này khi có 4/10 dòng hàng có lợi thế so sánh cao thứ 3 (Bảng 18). Với mỗi vị trí, Việt Nam luôn có chỉ số RCA khá sát so với nước đứng trước trong danh sách. Điều này có nghĩa là Việt Nam hoàn toàn có tiềm năng nâng cao vị thế thương mại quốc tế thông qua đầu tư phát triển sản xuất xuất khẩu loại mặt hàng này.

Bảng 18. Chương 63, xếp hạng số lượng vị trí

Xếp hạng	Quốc gia	Số vị trí
Thứ nhất	Pakistan	6
Thứ hai	Trung Quốc	4
Thứ ba	Việt Nam	4

Nguồn: Tính toán dựa trên số liệu tại UN Comtrade, 2018

Bảng 19. Chỉ số RCA chương 63

Mã HS	Cao thứ nhất	RCA	Cao thứ hai	RCA	Cao thứ ba	RCA
6305	Ấn Độ	10,08	Thổ Nhĩ Kỳ	7,43	Việt Nam	6,33
6306	Pakistan	14,37	Trung Quốc	4,20	Việt Nam	1,31
6307	Pakistan	26,18	Trung Quốc	3,31	Việt Nam	3,20
6308	Italy	7,32	Thổ Nhĩ Kỳ	4,00	Việt Nam	2,20

Nguồn: Tính toán dựa trên số liệu tại UN Comtrade, 2018

Giai đoạn cắt may là khâu tạo ra sản phẩm cuối cùng trước khi đưa ra thị trường, mặc dù vậy, lại có giá trị gia tăng thấp nhất trong chuỗi cung ứng, chỉ chiếm khoảng 10-15% (Đinh & Đặng, 2011). Đây là mắt xích thâm dụng lao động do các quốc gia có ngành dệt may phát triển, tham gia chuỗi giá trị toàn cầu từ lâu thường không còn thực hiện các công đoạn trong khâu này nữa mà hợp đồng gia công lại cho các quốc gia mới gia nhập ngành, có nguồn lao động giá rẻ và việc sản xuất nguyên phụ liệu đầu vào chưa phát triển như Bangladesh, Pakistan và Việt Nam. Trong giai đoạn này, Việt Nam chủ yếu mới chỉ dừng lại ở khâu cắt may theo đơn hàng đặt sẵn, với phương thức chủ yếu là CMT(Cut-Make-Trim), loại hình thấp nhất của các hình thức cắt may, còn cách hình thức cao hơn như OEM (Original Equipment Manufacturing) hay ODM (Original Designed Manufacturing) vẫn còn hạn chế.

5. Kết luận và kiến nghị

Như vậy, thông qua tính toán và phân tích chỉ số RCA của từng chương và từng dòng hàng của bảng mã hài hoà, lợi thế so sánh của Việt Nam trong chuỗi giá trị dệt may được thể hiện như sau: *Thứ nhất*, Việt Nam có lợi thế so sánh đối với 10/14 sản phẩm trong ba giai đoạn của chuỗi giá trị dệt may bao gồm sản xuất nguyên phụ liệu, sản xuất vải và cắt may. Điều này chứng tỏ rằng Việt Nam có lợi thế cạnh tranh đối với ngành dệt may và việc tập trung phát triển ngành dệt may thành ngành xuất khẩu chủ lực và nâng cao vị thế thương mại quốc tế cao hơn trong chuỗi giá trị là bước đi đúng đắn. *Thứ hai*, Việt Nam có lợi thế so sánh lớn nhất và là nhà sản xuất, xuất khẩu dẫn đầu đối với các sản phẩm quần áo và phụ kiện thời trang (đã hoặc không móc hay dệt kim) thuộc giai đoạn cắt may. Tuy nhiên, đây lại là giai đoạn tạo ra ít giá trị gia tăng nhất. Do đó, để cải thiện vị thế trong chuỗi giá trị, Việt Nam nên ưu tiên phát triển các sản phẩm ở giai đoạn sản xuất nguyên vật liệu và sản xuất vải, những mặt hàng Việt Nam đang có lợi thế so sánh, tuy nhiên chưa cao và vẫn còn rất nhiều không gian để cải thiện. Để nâng cao năng lực sản xuất và vị thế của ngành dệt may Việt Nam trong chuỗi giá trị là một kế hoạch lâu dài cần có sự đóng góp của nhiều bên bao gồm các doanh nghiệp trực tiếp tham gia vào ngành dệt may cũng như các Hiệp hội và các cơ quan ban ngành, Chính phủ. Dựa vào kết quả nghiên cứu, nhóm tác giả đưa ra một số đề xuất giúp Việt Nam nâng cao vị thế thương mại quốc tế trong chuỗi giá trị toàn cầu ngành dệt may.

Một là, ngành dệt may cần chủ động hơn trong việc sản xuất nguyên vật liệu đầu vào, tạo ra lợi thế cạnh tranh trong sản xuất. Để làm được điều này, doanh nghiệp cần tập trung nhân lực và kêu gọi vốn đầu tư để vừa gia tăng xuất khẩu nguyên liệu đầu vào đáp ứng được nhu cầu của các doanh nghiệp dệt may trong nước. Việc đầu tư sản xuất nguyên liệu đầu vào cũng không nên triển khai tràn lan mà cần ưu tiên sản xuất các mặt hàng có lợi thế so sánh cao và có không gian để nâng cao vị thế thương mại quốc tế. Bên cạnh đó, cũng chú trọng đến những nguyên liệu đáp ứng được yêu cầu về xuất xứ hàng hoá dệt may theo các hiệp định mà Việt Nam đã ký kết để có thể tối đa hoá những lợi ích từ đặc biệt từ các hiệp định thương mại thế hệ mới.

Hai là, để thực hiện nâng cao năng lực sản xuất nguyên vật liệu đầu vào cần có sự kết hợp của các Hiệp hội dệt may và Nhà nước bằng việc xây dựng các cụm công nghiệp để thực hiện chuyên môn hoá sản xuất, tăng cường trao đổi vốn và thông tin giữa các doanh nghiệp dệt may. Bên cạnh đó, các doanh nghiệp trong nước cần không ngừng học hỏi, tiếp cận các công nghệ mới trong ngành dệt may ở nước ngoài để đưa sản phẩm của Việt Nam tiệm cận với các tiêu chuẩn của thế giới cũng như nâng cao vị thế thương mại quốc tế của Việt Nam trong chuỗi giá trị.

Ba là, gia tăng năng lực sản xuất các sản phẩm dệt may đã hoàn thiện và các mặt hàng quần áo cùng với phụ kiện bằng cách dịch chuyển dần quy mô sản xuất từ phương thức CMT - phương thức tạo ra giá trị thấp nhất trong khâu sản xuất sang các phương thức tạo ra giá trị cao hơn như OEM và ODM. Hiệp hội dệt may cùng với cơ quan Chính phủ cần có những gói hỗ trợ doanh nghiệp chuyển đổi mô hình sản xuất. Các doanh nghiệp đi đầu về ngành dệt may cần có những bước đi tiên phong trong quá trình mô hình sản xuất, làm gương kết hợp với việc hỗ trợ cho các doanh nghiệp có quy mô

nhỏ hơn. Bên cạnh đó, việc các doanh nghiệp trong ngành dệt may cùng các Hiệp hội và cơ quan tổ chức các chương trình đào tạo, tư vấn và huấn luyện chuyển đổi mô hình sản xuất cũng là rất cần thiết.

Tài liệu tham khảo

- Balassa, B. (1965), "Trade liberalisation and "revealed" comparative advantage", *The Manchester School*, Vol. 33 No. 2, pp. 99 - 123.
- David, R. (1817), *The principles of political economy and taxation*, London: John Murray, Albemarle-Street, third edition 1821.
- Đình, C.K. & Đăng, T.T.N. (2011), *Chuỗi giá trị ngành dệt may Việt Nam*, Chương trình giảng dạy kinh tế Fulbright.
- Hà, H.V. (2012), "Chuỗi giá trị xuất khẩu dệt may của Việt Nam: Những bất lợi, khó khăn và biện pháp đối phó", *Tạp chí Khoa học Đại học Quốc gia Hà Nội*, Số 28, tr. 241 - 251.
- Hill, H. (1998), *Vietnam Textile and garment industry: notable achievements, future challenges*, Report prepared for: Development Strategy Institute Ministry of Planning and Investment Vietnam and Medium-Term Industrial Strategy Project United Nations Industrial Development Organization Vietnam.
- Huỳnh, C.N. & Nguyễn, T.T. (2016), "Lợi thế và xu hướng xuất khẩu của Việt Nam trong quan hệ thương mại với ASEAN", *Tạp chí phát triển Khoa học & Công nghiệp*, Tập 20, Số Q2-2017, tr. 29 - 42.
- Kaplinsky, R. & Morris, M. (2002), "A handbook for value chain research", <http://www.prism.uct.ac.za/papers/vchnov01.pdf>, truy cập ngày 30/04/2020.
- Koopman, R., Powers, W., Wang, Z. & Wei, S.J. (2010), "Give credit to where credit is due: tracing value added in global production chains", *NBER Working Papers*, No. 16426, September 2010.
- Le, H., Nguyen, D. & Lu, T. (2018), "Relation of intellectual property management to firm performance in the textile and garment industry in Vietnam", *External Economic Review*, No. 111, pp. 64 - 86.
- Lương, T.L. (2012), *Chuỗi giá trị dệt may toàn cầu và khả năng tham gia của ngành dệt may Việt Nam*, Luận văn Thạc sĩ Kinh tế đối ngoại, Trường Đại học Kinh tế, Đại học Quốc gia Hà Nội.
- Nadvi, K. & Thoburn, J. (2003), "Vietnam in the global garment and textile value chain: implications for firms and workers", *Research paper*, The Globalisation and Poverty Program, Department for International Development (DFID), UK.
- Nguyễn, N.V. (2016), "Những rào cản đối với các doanh nghiệp dệt may Việt Nam khi tham gia vào chuỗi giá trị dệt may toàn cầu", *Tạp chí phát triển Khoa học và Công nghiệp*, Tập 19, Số Q1, tr. 102 - 110
- Porter, M. (1985), *Competitive advantage: creating and sustaining superior performance*, NY: Free Press, pp. 3 - 52.
- Trần, T.T.T. (2016), "Mạng lưới sản xuất toàn cầu của ngành dệt may và sự tham gia của Việt Nam", *Tạp chí Kinh tế và Phát triển*, Số đặc biệt tháng 10 - 2016, tr. 71 - 78
- Võ, M.S. & Đỗ, V.X. (2016), "Ba quan điểm chính đo lường lợi thế so sánh trong sản xuất - xuất khẩu hàng hóa quốc gia", *Tạp chí Khoa học Trường Đại học Cần Thơ*, Số 44, tr. 114 - 126.
- Vũ, O.T.K. (2020), "Sử dụng dịch vụ tài trợ xuất khẩu để nâng cao hiệu quả kinh doanh của các doanh nghiệp dệt may xuất khẩu Việt Nam", *Tạp chí Kinh tế đối ngoại*, Số 120, tr. 42 - 51.