

Việt Nam cần bước lên nấc cao hơn trong chuỗi giá trị toàn cầu

06:25 28/10/2026

Trong bối cảnh chuỗi cung ứng toàn cầu tái định hình, Việt Nam đang có nhiều lợi thế để nâng vị trí trong chuỗi giá trị. Tuy nhiên, để thoát khỏi vai trò sản xuất, lắp ráp, nền kinh tế cần tăng liên kết khu vực, phát triển công nghiệp hỗ trợ, công nghệ, thiết kế và thương hiệu.

Tại phiên thảo luận “Định vị lại Việt Nam - ASEAN trong chuỗi giá trị toàn cầu”, trong khuôn khổ Diễn đàn Kinh tế Mùa thu năm 2026, ông Sacha Dray, chuyên gia kinh tế Ngân hàng Thế giới (WB) cho biết, ASEAN có thị trường gần 700 triệu dân, quy mô kinh tế khoảng 4.000 tỷ USD nhưng thương mại nội khối mới chiếm khoảng 22%, thấp hơn đáng kể so với mức 60% của Liên minh châu Âu.

Theo ông Sacha Dray, mức độ tham gia chuỗi giá trị khu vực của ASEAN cũng mới bằng khoảng 1/3 tổng mức độ tham gia chuỗi giá trị toàn cầu, trong khi tỷ lệ tương ứng tại EU khoảng 70%. Điều này cho thấy khu vực vẫn phụ thuộc đáng kể vào các thị trường và mạng lưới cung ứng bên ngoài.

Từ lợi thế sản xuất sang tạo giá trị cao hơn

Việt Nam đã tham gia ngày càng sâu vào chuỗi sản xuất quốc tế, đặc biệt trong các lĩnh vực điện tử, cơ khí, dệt may, nội thất và chế biến. Tuy nhiên, phần giá trị mà doanh nghiệp trong nước tạo ra vẫn còn hạn chế khi nhiều công đoạn có giá trị gia tăng cao như công nghệ, thiết kế, vật liệu và thương hiệu chưa được làm chủ.



Ứng dụng AI trong sản xuất được kỳ vọng giúp doanh nghiệp nâng năng suất và gia tăng giá trị sản phẩm

Bà Phạm Quỳnh Mai, Phó vụ trưởng Vụ Phát triển thị trường nước ngoài và thương mại đa phương, Bộ Công Thương cho rằng, Việt Nam cần chuyển từ lợi thế sản xuất, lắp ráp sang phát triển công nghiệp hỗ trợ, nâng cao năng lực công nghệ, đổi mới sáng tạo, thiết kế, chế biến sâu và xây dựng thương hiệu.

Để tăng hiệu quả liên kết, ASEAN cần tiếp tục đơn giản hóa thủ tục hải quan, mở rộng chứng từ điện tử, hài hòa tiêu chuẩn và chứng nhận, đồng thời đơn giản hóa quy tắc xuất xứ. Đây là những yếu tố có thể giúp doanh nghiệp giảm chi phí, rút ngắn thời gian giao dịch và khai thác tốt hơn thị trường khu vực.

Việt Nam đang có nền tảng thương mại lớn. Năm 2025, tổng kim ngạch xuất nhập khẩu đạt khoảng 930 tỷ USD. Trong 8 tháng năm 2026, xuất khẩu tăng 22,4%. Nếu duy trì tốc độ này, quy mô thương mại cả năm có thể tiếp tục lập mức cao mới.

Tuy nhiên, quy mô xuất khẩu lớn chưa đồng nghĩa với vị trí cao trong chuỗi giá trị. Thách thức đặt ra là làm sao để doanh nghiệp Việt Nam tham gia sâu hơn vào các công đoạn tạo ra giá trị và từng bước hình thành năng lực công nghệ riêng.

AI mở thêm cơ hội nâng năng suất

Cùng với liên kết thương mại, công nghệ đang trở thành yếu tố quyết định khả năng nâng cấp chuỗi giá trị. Ông Albert Antoine, Giám đốc Chiến lược, đồng

sáng lập Avaiga, cho rằng AI có thể mở ra các sản phẩm, dịch vụ và phương thức sản xuất mới, nhưng đi cùng với đó là yêu cầu chuẩn bị lại nguồn nhân lực.

Từ ngành gỗ, ông Ngô Sỹ Hoài, Phó Chủ tịch kiêm Tổng thư ký Hiệp hội Gỗ và Lâm sản Việt Nam, cho biết AI đang được ứng dụng để chuyên môn hóa sản xuất, hạn chế thất thoát tài nguyên, nâng cao năng lực thiết kế và gia tăng giá trị sản phẩm.

Theo ông Hoài, thay vì cạnh tranh đơn thuần, các nước ASEAN có thể tăng hợp tác để hình thành một trung tâm nội thất đổi mới sáng tạo, qua đó nâng sức cạnh tranh của cả khu vực trên các thị trường lớn.

Một ví dụ được đưa ra tại diễn đàn cho thấy tiềm năng của AI trong sản xuất: giải pháp tác tử AI của Black Lake Technologies có thể rút thời gian chuyển đổi bản vẽ kỹ thuật thành quy trình sản xuất từ khoảng 45 giờ xuống còn 45 giây, với độ chính xác khoảng 95%.

Những chuyển động này cho thấy cơ hội nâng cấp chuỗi giá trị đang mở ra, nhưng lợi thế không tự chuyển hóa thành giá trị gia tăng. Với Việt Nam, yêu cầu đặt ra là đồng thời nâng năng lực doanh nghiệp, nhân lực và công nghệ, đồng thời tăng liên kết với các nền kinh tế ASEAN. Khi làm chủ được nhiều hơn về công nghệ, thiết kế, sản xuất và thương hiệu, Việt Nam mới có thể chuyển từ vị trí “tham gia chuỗi” sang tạo ra giá trị lớn hơn trong chuỗi giá trị toàn cầu.

Minh Thành (t/h)