



ngoài, mà điều đó chỉ khiến cho các doanh nghiệp xuất khẩu phải chấp nhận chiến lược của người đi sau, khó giành lấy sự chủ động trong công tác thâm nhập thị trường, chinh phục khách hàng.

- Ổn định chính sách quản lý nhà nước đối với hoạt động xuất nhập khẩu trong từng giai đoạn, khoảng từ 3 – 5 năm để doanh nghiệp có điều kiện triển khai chiến lược kinh doanh một cách ổn định.

- Đẩy mạnh hoạt động xúc tiến thương mại, xúc tiến đầu tư và quảng bá hình ảnh VN tại các thị trường tiềm năng. Phòng Thương mại và Công nghiệp VN, các trung tâm xúc tiến thương mại, trung tâm xúc tiến đầu tư cần xây dựng các chương trình quảng bá, tiếp cận thị trường phù hợp với kế hoạch kinh doanh và chiến lược của các doanh nghiệp xuất khẩu. Các hoạt động có thể triển khai bao gồm: tổ chức đoàn doanh nghiệp xuất khẩu VN ra nước ngoài giới thiệu, mời đoàn vào, tổ chức hội chợ, triển lãm quốc tế, tổ chức Ngày VN tại thị trường nước ngoài, cung cấp danh mục các dự án, chương trình mời gọi đầu tư, quảng bá hình ảnh và tiềm năng xuất khẩu của VN trên các kênh truyền thông quốc tế, khai thác kênh thông tin và tác động quảng bá của Việt kiều...

Tóm lại, khi nền kinh tế toàn cầu ngày càng phẳng hơn, rào cản thương mại được xác lập, vận dụng một cách tinh vi hơn, cạnh tranh ngày càng gay gắt hơn thì để có thể tồn tại và thắng thế trong cạnh tranh, doanh nghiệp VN cần tích cực, chủ động xây dựng chiến lược xuất khẩu một cách hệ thống, hướng đến các mục tiêu dài hạn với bước đi phù

hợp. Sự hỗ trợ của nhà nước với tư cách là người tạo ra hành lang pháp lý và các chính sách hỗ trợ phù hợp với các cam kết quốc tế có ý nghĩa rất quan trọng. Tuy nhiên, với tư cách là chủ thể tham gia trực tiếp trong từng giao dịch xuất khẩu, doanh nghiệp cần tập trung tối đa nguồn lực của mình để triển khai chiến lược kinh doanh hiệu quả, góp phần vào nỗ lực đẩy mạnh xuất khẩu chung của VN. ●

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Chu Khôi (2010), Xuất khẩu gỗ phải theo luật pháp quốc tế, *Thời báo Kinh tế VN*.
2. Hương Loan (2010), Xuất khẩu hàng hóa sang EU: cần nghiên cứu thị trường sâu, rộng hơn, *Thời báo Kinh tế VN*, số 209, ngày 1/9/2010.
3. Trần Mạnh (2010), Xuất khẩu tôm vào Nhật gặp khó, *Tuổi trẻ*, 29/10/2010.
4. Trần Mạnh- Duy Khang (2009), Xuất khẩu thủy sản vào EU: ngơ ngác với quy định mới, *Tuổi trẻ*, 26/12/2009
5. Hoa Minh (2010), Trái cây vào châu Âu và Mỹ: thị trường khó tính nhưng đầy tiềm năng, *Thời báo Kinh tế VN*, số 118, ngày 18/05/2010.
6. Nguyễn Xuân Minh (2010), Hỗ trợ doanh nghiệp vừa và nhỏ đẩy mạnh xuất khẩu phù hợp với các quy định của WTO, *Tạp chí Những vấn đề kinh tế và chính trị thế giới* (Viện Kinh tế và Chính trị thế giới), số 7(171).
7. Nguyễn Tôn Quyền (2010), Ngành gỗ đối mặt nhiều rào cản, *Thời báo Kinh tế VN*, số 72, ngày 25/3/2010.
8. Tổng cục Thống kê (2010), *Báo cáo tình hình kinh tế - xã hội mười một tháng năm 2010*, <http://www.gso.gov.vn/>

Từ chuyện cá tra Việt Nam bị đưa vào “danh sách đỏ”- Lại nghĩ về chuỗi cung ứng

GS.TS.ĐOÀN THỊ HỒNG VÂN
Trưởng Đại học Kinh tế TP.HCM

Đặt vấn đề

Chỉ còn vài ngày nữa năm 2010 sẽ đi qua, mang theo bao niềm vui nỗi buồn của thập niên đầu thế kỷ 21, thập niên đầy sóng gió. Thế giới đã vượt qua cuộc khủng hoảng tài chính và suy thoái kinh tế, nhưng vẫn còn đó bao mối lo toan bộn bề: lạm phát, tăng giá, thất nghiệp, phá sản... Cùng với nỗi lo chung của nhân loại, VN còn có nỗi lo riêng của chính mình, thiếu một chiến lược phát triển xuất khẩu bền vững, nên chưa từng được hưởng niềm vui trọn vẹn trên thương trường thế giới. Hầu hết các mặt hàng xuất khẩu chủ lực của VN vẫn ở trong tình trạng xuất khẩu không hiệu quả và chưa bền vững, kim ngạch xuất khẩu ngày càng tăng, nhưng cuộc sống của người công nhân, nông dân làm hàng xuất khẩu vẫn phải chịu nhiều khó khăn, chưa được cải thiện là bao!

Trước thềm năm mới hãy cùng



điểm lại thân phận của con cá tra, con cá vừa “nổi tiếng” vì bị đưa vào “danh sách đỏ”, cùng suy ngẫm vì sao cá tra lại phải chịu nhiều gian truân như vậy và thử tìm giải pháp giúp xuất khẩu cá tra phát triển bền vững.

Cá tra VN bị đưa vào “danh sách đỏ”

Theo dự báo của Bộ Kế hoạch – Đầu tư, tổng kim ngạch xuất khẩu của cả nước năm 2010 ước đạt 70,8 tỷ USD, tăng 24% so với năm 2009 và tăng 17% so với kế hoạch. Trong thành tích chung, nhóm hàng thủy hải sản xuất khẩu góp phần không nhỏ, xuất trên 4,5 tỷ USD, trong đó tôm và cá tra góp công đầu; Nhưng “niềm vui ngắn chẳng tày gang”, chưa kịp được vinh danh thì cá tra đã choáng váng vì bị đưa vào “danh sách đỏ”. Tháng 12/2010, sáu thành viên của WWF (Quỹ bảo tồn thiên nhiên hoang dã thế giới) ở các nước Tây và Bắc Âu (Đức, Áo, Thụy Sĩ, Bỉ, Na Uy và Đan Mạch), nơi nhập khẩu gần 30% cá tra của VN, cho phát hành *Cẩm nang hướng dẫn người tiêu dùng năm 2010 – 2011*. Trong tài liệu này đã chuyển cá tra từ “danh sách da cam” – những sản phẩm cần cân nhắc sử dụng, sang “danh sách đỏ” – sản phẩm không nên sử dụng. Tin đến quá bất ngờ, làm những người sản xuất, xuất khẩu cá tra hoang mang, thậm chí có người hoảng hốt thốt lên: “Cá tra đã bị vào “sách đỏ”, sắp đến hồi diệt vong”. Trước sự phản ứng mạnh mẽ của Tổng cục Thủy sản VN, Hiệp hội Chế biến và Xuất khẩu thủy sản VN (VASEP) và của hai tập đoàn thương mại thủy sản lớn ở EU (Findus và Birds Eye Iglo), ngày 9/12/2010 WWF đã cung cấp cho chúng ta bộ tiêu chí đánh giá mà họ sử dụng để xếp loại

thủy sản trong cẩm nang hướng dẫn tiêu dùng và WWF VN tạm đưa cá tra khỏi “danh sách đỏ”. Bộ tiêu chí đánh giá WWF cung cấp đã được công bố từ tháng 6/2010, bao gồm 19 câu hỏi xung quanh 4 tiêu chí chính về hệ thống sản xuất, ảnh hưởng đến sinh thái, nguồn thức ăn và hệ thống quản lý. Do không có sự phối hợp giữa phía VN và WWF, cũng như dựa trên những thông tin chưa được cập nhật kịp thời, nên kết quả đánh giá và phân loại của WWF thiếu khách quan và chưa chính xác. Ngày 14/12/2010, ông Mark Powell, phụ trách Chương trình thủy hải sản toàn cầu của WWF, đến VN để giải đáp các câu hỏi về kỹ thuật liên quan đến phương pháp và quy trình đánh giá. Ngày 15/12/2010, trong buổi làm việc với Tổng cục Thủy sản VN, VASEP, Hiệp hội nghề cá VN, ông Mark Powell đã thừa nhận: bản báo cáo đánh giá chưa đủ sức thuyết phục và vẫn còn thiếu nhiều thông tin để có một đánh giá đầy đủ, chính xác về thực trạng nuôi cá tra của VN. Vì vậy, WWF chấp nhận ngay lập tức dỡ bỏ cá tra ra khỏi “danh sách đỏ” trong cẩm nang hướng dẫn người tiêu dùng, thu hồi những cuốn cẩm nang đã và đang được phát hành, sửa lại những thông tin sai trên trang web của WWF và sẽ khuyến cáo người tiêu dùng sử dụng cá tra VN. Sóng gió tạm qua đi, nhưng một trở lực mới lại xuất hiện. WWF chỉ ủng hộ con cá tra VN một khi nó đạt được chứng chỉ ASC (chứng chỉ dành cho cá tra nuôi thân thiện với môi trường) do WWF vừa công bố. Ngày 16/12/2010, phía VN và WWF đã ký bản cam kết đồng ý hợp tác lâu dài để cá tra VN được chứng nhận ASC. Theo ông Nguyễn Hữu Dũng, phó chủ



tịch VASEP, trong bản cam kết mục tiêu được xác định cụ thể như sau: “Trong hai năm 2011-2012, VN phấn đấu có 25% lượng cá tra xuất khẩu đạt bất cứ một tiêu chuẩn quốc tế về phát triển cá tra bền vững, trong đó có 10% đạt chứng chỉ ASC. Đến năm 2014 sẽ đạt 75% lượng cá tra xuất khẩu đạt bất cứ một tiêu chuẩn quốc tế về phát triển cá tra bền vững, trong đó có 30% đạt chứng chỉ ASC. Đến năm 2015 100% cá tra xuất khẩu đạt bất cứ một tiêu chuẩn quốc tế về phát triển cá tra bền vững, trong đó có 50% đạt chứng chỉ ASC”. Trong thế giới hiện đại, ở bất cứ nơi đâu, đối với bất kỳ loại sản phẩm nào nhà sản xuất, nhà cung cấp cũng phải có trách nhiệm với người tiêu dùng, với môi trường và xã hội. Những tiêu chuẩn về phát triển bền vững, sản xuất thân thiện với môi trường ngày càng cao và được áp dụng ngày càng rộng rãi, vì vậy, việc VN ký cam kết hợp tác với WWF để cá tra được chứng nhận ASC là việc nên làm, nhưng điều đáng suy nghĩ là chúng ta ký cam kết với lộ trình thực hiện rất cụ thể, một khi chưa hiểu rõ về ASC, cùng những được, mất khi có giấy chứng nhận này!

Như vậy, vụ cá tra bị đưa vào “danh sách đỏ” đã tạm thời khép lại, nhưng chúng ta vẫn phải nhìn thẳng vào sự thật và rút kinh nghiệm về những việc đã làm. Cách giải quyết vấn đề nhanh chóng, mạnh mẽ và kịp thời của Tổng cục Thủy sản VN, VASEP, Hiệp hội nghề cá VN, cho thấy chúng ta đã tiến bộ rất nhiều trong công tác quản trị rủi ro, nhưng bên cạnh những tiến bộ đạt được, chúng ta vẫn bị động, theo sau thực tế, vẫn “nước đến chân mới nhảy” và cần gấp rút sửa chữa, nếu không muốn tự đánh

mất mình.

Với vị trí là quốc gia có ngành sản xuất và xuất khẩu cá tra đứng đầu thế giới, sản lượng cá tra hàng năm của VN lên đến 1,2 – 1,3 triệu tấn, xuất khẩu khoảng 650.000 tấn mỗi năm, với kim ngạch xấp xỉ 1,5 tỷ USD, bằng 30% kim ngạch xuất khẩu thủy sản của cả nước. Hiện VN cung cấp hơn 95% cá tra trên thị trường thế giới. Cá tra của chúng ta đã hiện diện ở 124 quốc gia và vùng lãnh thổ. Theo VASEP, ngành sản xuất và xuất khẩu cá tra VN đã phát triển hết sức nhanh chóng, nếu tháng 6 năm 2007 ta mới có 3 642 ha nuôi cá tra, basa, thì đến nay đã lên đến 6 756 ha; trong vòng 10 năm qua sản lượng cá tra của VN đã tăng 50 lần, kim ngạch xuất khẩu tăng 65 lần. Dù muốn hay không muốn cá tra của chúng ta đang lấn chiếm thị trường tiêu thụ của các loài thủy sản khác, nên bị phản ứng bằng cách này hay cách khác là lẽ tất nhiên. Trong quá trình phát triển, cá tra đã phải đối phó với nhiều loại rào cản của các nước, trong đó có những loại rào cản gây áp lực rất lớn như chống bán phá giá, chống vi phạm nhân hiệu độc quyền và lần này là bị đưa vào “danh sách đỏ”. Để chủ động đối phó và vượt qua các rào cản, để có thể phát triển bền vững và hiệu quả cần xây dựng những chuỗi cung ứng cho cá tra và lựa chọn tham gia vào các chuỗi cung ứng cá tra toàn cầu. Tại sao vậy? Để trả lời câu hỏi này, trước hết giới thiệu đôi nét về chuỗi cung ứng.

Chuỗi cung ứng

Chuỗi cung ứng là nghệ thuật và khoa học của sự cộng tác nhằm đem lại những sản phẩm/dịch vụ tốt nhất cho người tiêu dùng. Nói một cách cụ thể hơn, chuỗi cung ứng là mạng lưới các tổ chức tham gia

vào dòng vận động của nguyên vật liệu và thông tin từ nhà cung cấp đầu tiên đến người tiêu dùng cuối cùng và các hoạt động của những tổ chức đó. Trong chuỗi cung ứng, hoạt động logistics của mỗi mắt xích (mỗi đơn vị) là quá trình hoạch định, triển khai và kiểm tra kiểm soát một cách có hiệu lực và hiệu quả dòng hàng hóa, dịch vụ và thông tin liên quan từ điểm đầu vào của mắt xích này đến đầu vào của mắt xích kế tiếp, nhằm mục đích đáp ứng các chuẩn mực, yêu cầu của mắt xích kế tiếp và của toàn chuỗi. Do vậy, chuỗi cung ứng là chuỗi của các hoạt động logistics – hoạt động tối ưu hóa, nhằm nâng cao khả năng cạnh tranh của chuỗi và các doanh nghiệp trong chuỗi. Đến lượt mình, mỗi doanh nghiệp trong chuỗi lại là một chuỗi cung ứng nội bộ thu nhỏ, bao gồm: các bộ phận sản xuất và các bộ phận chức năng (tài chính, công nghệ thông tin, phát triển sản phẩm mới, tiếp thị, bán hàng, phân phối và dịch vụ khách hàng) liên quan đến thỏa mãn nhu cầu của khách hàng. Trong điều kiện toàn cầu hóa và nền kinh tế số, chuỗi cung ứng ngày càng khẳng định vai trò trọng yếu của mình. Ngày nay, để đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của người tiêu dùng, hầu như không còn một sản phẩm công nghiệp nào được sản xuất hoàn toàn chỉ trong một quốc gia. Bởi theo J. Welch, Giám đốc General Electric “Người chiến thắng trong cuộc chơi toàn cầu là người tập trung được những tối ưu của thế giới trong nghiên cứu, thiết kế, sản xuất, kinh doanh với quy mô lớn nhất, mà các yếu tố này hiếm khi tồn tại trong một nước hay một châu lục”. Chuỗi cung ứng được thiết kế để có thể “cắt” ra các công đoạn nhỏ và chuyển



đến thực hiện ở những nơi có chi phí thấp nhất. Các sản phẩm không còn liên quan nhiều đến quốc gia, mà liên quan đến chuỗi cung ứng trải khắp toàn cầu. “Bản đồ” các chuỗi cung ứng ngày càng rõ nét trên sự mờ dần của các biên giới quốc gia. Thomas Friedman, tác giả cuốn *Thế giới phẳng: Tóm lược lịch sử thế giới thế kỷ 21*, cho rằng: Chuỗi cung ứng là yếu tố chủ chốt làm phẳng thế giới. Chính vì vậy, để phát triển bền vững và hiệu quả, các doanh nghiệp cần liên kết lại, xây dựng các chuỗi cung ứng nội địa và chuẩn bị mọi điều kiện cần thiết để tham gia các chuỗi cung ứng khu vực và toàn cầu.

Những nhận định nêu trên không chỉ phù hợp cho sản phẩm công nghiệp, mà còn có thể áp dụng cho con cá tra. Dù được sản xuất và chế biến chủ yếu tại VN, nhưng 50% sản lượng cá tra được tiêu thụ trên thị trường thế giới, chính thị trường thế giới đã giúp cho cá tra VN lớn mạnh vượt bậc và trở nên nổi tiếng. Để có thể tiếp tục phát

triển, cá tra VN phải đáp ứng được các yêu cầu của thị trường, tham gia vào các chuỗi cung ứng cá tra toàn cầu, liên kết và chia sẻ lợi ích với các tổ chức, cá nhân có ảnh hưởng tại thị trường tiêu thụ, xây dựng một chiến lược phát triển bền vững cho cá tra VN.

Các giải pháp để xây dựng chuỗi cung ứng cá tra VN và tham gia vào các chuỗi cung ứng toàn cầu

- Đổi mới tư duy, thay tư duy cũ - hoạt động độc lập, đơn lẻ, bằng tư duy mới - liên kết lại, xây dựng và tham gia vào các chuỗi cung ứng để nâng cao khả năng cạnh tranh, để cùng tồn tại và phát triển: Trong thế kỷ 21 khuynh hướng chính của kinh doanh toàn cầu là các liên minh chiến lược, các chuỗi cung ứng, cuộc cạnh tranh trên toàn cầu đã chuyển từ cạnh tranh giữa các doanh nghiệp sang cạnh tranh giữa các chuỗi cung ứng. Chính vì vậy, các doanh nghiệp sản xuất, xuất khẩu cá tra VN phải xây dựng và

tham gia vào các chuỗi cung ứng, bởi nếu hành động không phù hợp xu thế chung thì sẽ bị đào thải. Trong đó, những doanh nghiệp đủ mạnh (doanh nghiệp đủ lớn, sản phẩm có khả năng cạnh tranh, có thương hiệu, như: Hùng Vương, Nam Việt, Hùng Cá...) cần làm đầu tàu, đứng ra liên kết các nhà cung cấp, nhà sản xuất, phân phối, khách hàng, các công ty cung cấp dịch vụ để tạo thành những chuỗi cung ứng hoàn chỉnh: từ người nuôi, thu mua, đến các nhà máy chế biến, hệ thống phân phối, các công ty cung cấp dịch vụ, cho đến khách hàng cuối cùng; còn các doanh nghiệp vừa và nhỏ, các hộ nuôi trồng thì nên thay đổi từ định hướng sản phẩm sang định hướng công đoạn, tập trung vào một vài công đoạn có ưu thế, chuẩn bị mọi điều kiện cần thiết để tham gia vào các chuỗi cung ứng (nội địa, khu vực, toàn cầu) do doanh nghiệp khác đứng đầu. Một khi các nhà lãnh đạo, các doanh nhân, doanh nghiệp đều thấu hiểu và chấp nhận



đổi mới tư duy, thì việc xây dựng và tham gia vào các chuỗi cung ứng nhất định sẽ thành công.

- Xây dựng và tham gia vào các chuỗi cung ứng cần dựa trên các chuẩn mực: Xã hội ngày càng phát triển, nhu cầu của người tiêu dùng ngày càng cao, ngày nay để lựa chọn một sản phẩm người ta không chỉ chú ý đến các tiêu chuẩn: tốt, đẹp, đủ và giá cả hợp lý, mà còn quan tâm đến thời gian và địa điểm cung ứng, thậm chí tiêu chuẩn vệ sinh an toàn thực phẩm, bảo vệ môi trường sinh thái và chuẩn mực xã hội. Chính vì vậy, để xây dựng một chuỗi cung ứng hiệu quả, cần xác định một bộ tiêu chuẩn thích hợp để lựa chọn các thành viên của chuỗi. Bất kỳ chuỗi nào cũng phải đáp ứng 6 tiêu chí phù hợp (6 Rs) của sản phẩm/dịch vụ:

1. Right goods: phù hợp về chất lượng, chủng loại, mẫu mã, màu sắc, thiết kế...
2. Right quantity: phù hợp về mặt số lượng;
3. Right price: phù hợp về mặt giá cả, chi phí;
4. Right time: phù hợp về mặt thời gian;
5. Right place: phù hợp về mặt vị trí của sản phẩm/dịch vụ;
6. Right condition: phù hợp về các điều kiện kỹ thuật, môi trường, xã hội...

Từ 6 tiêu chí chung vừa nêu, đối với mỗi hàng hóa, dịch vụ cụ thể, với từng loại chuỗi cụ thể sẽ được quy định bằng những tiêu chuẩn cụ thể, chi tiết riêng, để đáp ứng tốt nhất nhu cầu của người tiêu dùng. Ví dụ: để xây dựng các chuỗi cung ứng cá, trên cơ sở bộ tiêu chí CoC của FAO (cần lưu ý: CoC không phải là bộ tiêu chuẩn, mà chỉ là hướng dẫn chung nhất về phát triển thủy sản) mỗi hệ thống, tổ chức sẽ đưa

ra tiêu chuẩn/các loại chứng chỉ của riêng mình, chẳng hạn như: SGS là tiêu chuẩn của một hệ thống bán lẻ ở Mỹ, SQF 1000 và SQF 2000 là tiêu chuẩn của một hệ thống bán lẻ khác, GAA là tiêu chuẩn của một tổ chức thủy sản toàn cầu, có trụ sở đóng tại Mỹ, EroRep GAP – tiêu chuẩn của một số hệ thống bán lẻ châu Âu, hiện EroRep GAP đã hợp với GAA thành bộ tiêu chuẩn Global GAP, ASC là tiêu chuẩn của Hội đồng quản lý nuôi trồng thủy sản ASC, một tổ chức do WWF và IDH (Tổ chức Sáng kiến thương mại bền vững Hà Lan) thành lập năm 2009... và còn nhiều nữa. Điều quan trọng là chúng ta phải xây dựng được chiến lược xuất khẩu bền vững, xác định được thị trường chủ lực của ta ở đâu, nơi đó chịu ảnh hưởng của những tổ chức nào, trên cơ sở đó quyết định phải lựa chọn, tuân thủ theo hệ thống tiêu chuẩn phù hợp.

- Chú trọng công tác đào tạo và phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao. Đây là giải pháp then chốt giúp xây dựng và tham gia vào các chuỗi cung ứng thành công. Người ta chỉ có thể xây dựng được chuỗi cung ứng một khi hiểu rõ về chuỗi và các tiêu chuẩn để thành lập chuỗi, đồng thời phải có tinh thần đoàn kết, mong muốn hợp tác và chia sẻ thông tin. Còn để tham gia vào chuỗi của người khác, thì phải hiểu biết tường tận về quy trình sản xuất, chuỗi giá trị của sản phẩm cùng các công đoạn trong quy trình đó. Bên cạnh những tiêu chuẩn kỹ thuật còn phải hiểu biết về quan điểm, cách thức quản lý, tổ chức công việc, văn hóa tổ chức, kỷ luật lao động, các chuẩn mực về đạo đức kinh doanh... Để có được nguồn nhân lực chất

lượng cao, đáp ứng các yêu cầu trên cần có chương trình đào tạo bài bản, căn cơ, khoa học, trong đó, các kỹ năng cứng-chuyên môn, kỹ thuật cần được đào tạo tại các trường đại học, cao đẳng, trung học chuyên nghiệp, trường nghề... Còn các kỹ năng mềm cần được huấn luyện, đào tạo ở mọi cấp học, có sự phối hợp chặt chẽ với gia đình và xã hội.

Trên đây là một số giải pháp không chỉ giúp ngành sản xuất, xuất khẩu cá tra có thể phát triển bền vững và hiệu quả, tránh bớt những tai ương, mà còn có thể áp dụng để xây dựng các chuỗi cung ứng trong những ngành hàng khác, như: dệt may, da giày, chế biến sản phẩm gỗ... góp phần giúp hoạt động xuất nhập khẩu của VN ngày càng phát triển. ●

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Lê Châu, 7 giải pháp tái cấu trúc kinh tế, p/v ông Võ Hồng Phúc, Bộ trưởng Bộ Kế hoạch – Đầu tư, TBKTVN 8/9/2010.
2. Nguyễn Anh Dũng, Tại sao hàng Trung Quốc rẻ, *VN Supply Chain Insight*, số 2, tháng 9/2009, tr.46-51.
3. Đặng Hương, Tiến tới vị trí cao hơn trong chuỗi giá trị, *Thời báo Kinh tế VN*, 24/4/2010.
4. Kinh tế - xã hội VN thông qua các con số thống kê chủ yếu, *Kinh tế 2009-2010 VN và thế giới*, tr.66-83.
5. Chu Khôi, Dỡ bỏ ngay cá tra khỏi danh mục đỏ, *TBKTVN*, 16/12/2010.
6. Michael Hugos, *Essentials of Supply Chain Management*, 2003.
7. Số liệu của Tổng cục Thống kê, Bộ Kế hoạch – Đầu tư và Bộ Công Thương.