

# Chuỗi giá trị xuất khẩu dệt may của Việt Nam: Những bất lợi, khó khăn và biện pháp đối phó<sup>(1)</sup>

PGS.TS. Hà Văn Hội\*

*Khoa Kinh tế và Kinh doanh Quốc tế, Trường Đại học Kinh tế, Đại học Quốc gia Hà Nội,  
144 Xuân Thủy, Cầu Giấy, Hà Nội, Việt Nam*

Nhận ngày 07 tháng 8 năm 2012

**Tóm tắt.** Do đặc thù sản phẩm dệt may xuất khẩu của Việt Nam là phụ thuộc vào người tiêu dùng nước ngoài, nên trong mỗi “mắt xích” của chuỗi giá trị xuất khẩu dệt may, từ khâu nhập khẩu nguyên liệu thô cho đến các khâu tiếp theo như sản xuất nguyên, phụ liệu cho ngành dệt may, sản xuất sản phẩm xuất khẩu, phân phối sản phẩm trên thị trường quốc tế đều gặp phải nhiều khó khăn khách quan cũng như chủ quan. Chính vì vậy, để góp phần gia tăng giá trị trong chuỗi giá trị xuất khẩu, ngành dệt may Việt Nam cần tăng cường các biện pháp như chủ động nguồn nguyên liệu và nhân lực cho sản xuất; tăng cường thu thập, phân tích và trao đổi thông tin, nắm bắt tình hình thị trường xuất khẩu; tăng cường tham gia vào chuỗi cung ứng dệt may khu vực và toàn cầu; nắm vững các quy định của các nước đối với việc nhập khẩu sản phẩm dệt may.

*Từ khóa:* Chuỗi giá trị, xuất khẩu dệt may, khó khăn, công đoạn, biến động.

## 1. Đặt vấn đề

Kể từ khi Việt Nam thực hiện chính sách mở cửa, hội nhập kinh tế quốc tế, kim ngạch xuất khẩu dệt may đã có những tiến bộ đáng kể. Sau nhiều năm tăng trưởng xuất khẩu bình quân 30%/năm, Việt Nam chính thức lọt vào top 10 nước xuất khẩu hàng dệt may hàng đầu thế giới. Tuy nhiên, ngành dệt may vẫn bị cho là chưa phát huy tối đa năng lực của mình. Đồng thời, hiện vẫn có trên 70% nguyên liệu phải nhập khẩu từ nước ngoài. Bên cạnh đó, những bất ổn của các yếu tố nguồn lực đầu vào cho sản xuất

sản phẩm dệt may xuất khẩu đã ảnh hưởng không nhỏ tới hiệu quả của hoạt động xuất khẩu dệt may. Chính vì vậy, việc nhận diện những khó khăn cũng như bất lợi trong sản xuất sản phẩm dệt may xuất khẩu để có những biện pháp khắc phục là yêu cầu cấp thiết của ngành dệt may Việt Nam trong bối cảnh hiện nay.

## 2. Những khó khăn, bất lợi trong chuỗi giá trị xuất khẩu dệt may Việt Nam

Chuỗi giá trị xuất khẩu dệt may thông thường được tổ chức theo các công đoạn chủ yếu: (1) thiết kế sản phẩm; (2) cung cấp nguyên liệu thô như sợi tổng hợp, sợi tự nhiên; (3) sản xuất nguyên, phụ liệu cho ngành dệt may; (4) sản xuất sản phẩm xuất khẩu; (5) thực hiện các phương thức xuất khẩu sản phẩm và (6) marketing sản phẩm dệt may ở cấp độ bán lẻ.

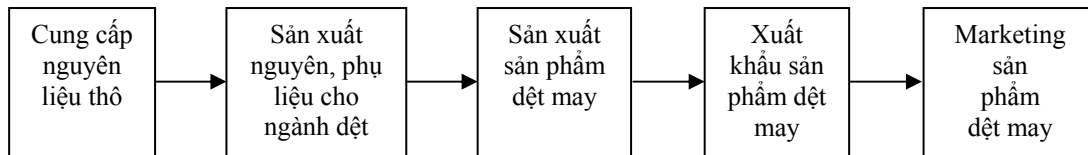
<sup>(1)</sup> Bài viết được thực hiện trong khuôn khổ đề tài “Tham gia chuỗi giá trị dệt may toàn cầu, kinh nghiệm của một số nước châu Á và gợi ý đối với Việt Nam”, với sự tài trợ của Trung tâm Hỗ trợ Nghiên cứu châu Á - Đại học Quốc gia Hà Nội.

\* ĐT: 84-913559235

E-mail: hoiktqt@gmail.com, hoihv@vnu.edu.vn

Tuy nhiên, cho đến nay, mô hình xuất khẩu chủ đạo của ngành dệt may Việt Nam vẫn là hợp đồng gia công và bán FOB (mua nguyên liệu, bán thành phẩm). Dù dưới hình thức nào thì ngành may Việt Nam vẫn phải sản xuất theo

mẫu thiết kế của khách hàng và lẽ đương nhiên từ chất liệu chính là vải, cho đến nhiều loại phụ liệu cũng phải theo mẫu của người mua. Do đó, chuỗi giá trị xuất khẩu dệt may của Việt Nam được thể hiện quan hệ theo chiều dọc như Sơ đồ 1.



Sơ đồ 1. Chuỗi giá trị xuất khẩu dệt may của Việt Nam.

Trong các công đoạn của chuỗi giá trị xuất khẩu dệt may Việt Nam, mỗi công đoạn đều có những khó khăn, trở ngại.

### 2.1. Khó khăn trong công đoạn cung cấp nguyên, phụ liệu

Trong chuỗi giá trị dệt may xuất khẩu, công đoạn cung cấp nguyên liệu là khâu đầu tiên tạo giá trị cơ bản cùng với công đoạn sản xuất nguyên liệu như kéo sợi, dệt vải, nhuộm, in vải. Tuy nhiên, trong công đoạn này thường nảy sinh những khó khăn như sau:

#### *Thứ nhất, sự phụ thuộc vào nguyên liệu nhập khẩu*

Đặc trưng của ngành sản xuất sản phẩm dệt may Việt Nam là nguyên, phụ liệu sản xuất hầu hết phải nhập khẩu do nguồn cung trong nước không đủ và không đáp ứng được yêu cầu của các doanh nghiệp sản xuất. Do các nhóm ngành công nghiệp phụ trợ của dệt may kém phát triển; ngành sản xuất sợi hạn chế về công nghệ, máy móc, năng suất và chất lượng, không đáp ứng được nhu cầu của ngành... dẫn đến ngành dệt may xuất khẩu hoàn toàn bị động về nguyên liệu.

Mặc dù từ năm 2009, Việt Nam đã bắt đầu xuất khẩu vải, sợi, xơ polyester, phụ liệu sang một số cường quốc dệt may trên thế giới như Brazil, Thổ Nhĩ Kỳ, Tây Ban Nha..., góp phần nâng cao kim ngạch xuất khẩu của toàn ngành, nhưng tình trạng thiếu nguyên, phụ liệu vẫn là bài toán nan giải với ngành khi tỷ lệ nhập khẩu khá cao. Thông thường, nhu cầu về nguyên liệu

nhập khẩu để bảo đảm sản xuất cần đến 95% xơ bông, 70% sợi tổng hợp, 40% sợi xơ ngắn, 40% vải dệt kim và 60% vải dệt thoi, dẫn đến bình quân khoảng 70% nguyên, phụ liệu dệt may Việt Nam đang phải nhập khẩu. Từ đó, có thể thấy ngành công nghiệp dệt may Việt Nam gần như hoàn toàn phụ thuộc vào nước ngoài. Do quá phụ thuộc vào nguyên liệu nhập khẩu nên mỗi khi giá nguyên liệu tăng, lập tức ảnh hưởng đến giá trị gia tăng của chuỗi giá trị xuất khẩu dệt may Việt Nam. Điển hình là giá bông nhập khẩu năm 2011 có lúc lên tới 5-5,2 USD/kg, trong khi giá trung bình của năm 2010 là khoảng 3,2-3,3 USD/kg, tức là tăng 80-90% (gần gấp đôi so với năm 2010) làm cho kim ngạch nhập khẩu bông tăng xấp xỉ 120%; xơ sợi tăng gần 70% so với năm 2010. Giá nhập khẩu nguyên liệu tăng dẫn đến kim ngạch nhập khẩu nguyên liệu tăng. Theo thống kê của Hiệp hội Dệt may Việt Nam, kim ngạch nhập khẩu nguyên phụ liệu, vải, bông và sợi dệt các loại của ngành dệt may trong hai tháng đầu năm 2011 đạt 670 triệu USD, tăng bình quân gấp đôi so với cùng kỳ năm 2010. Trong đó, nhập khẩu bông tăng đến 103%. Việc giá bông tăng cao khiến giá thành sản xuất các loại sợi dệt cũng tăng trung bình 30-40% (tùy loại) so với giữa năm 2010, đẩy chi phí sản xuất tăng ít nhất 15-20% [5]. Vì vậy, trong những năm gần đây, mặc dù kim ngạch xuất khẩu dệt may tăng mạnh nhưng do kim ngạch nhập khẩu nguyên, phụ liệu cũng tăng cao nên đã làm giảm giá trị thực tế của chuỗi giá trị xuất khẩu dệt may.

Như trên đã nêu, do quá phụ thuộc vào nguyên liệu nhập khẩu nên việc cung cấp nguyên liệu của các đối tác nước ngoài không ổn định cũng là một trong những khó khăn ảnh hưởng không nhỏ đến chuỗi giá trị. Theo Hiệp hội Dệt may Việt Nam, tình hình sản xuất nguyên liệu vải dệt từ sợi bông thế giới giảm 42% khiến nhiều doanh nghiệp may chậm có vải để sản xuất. Nhiều trường hợp, mặc dù hợp đồng mua vải đã được ký với đối tác nhưng vẫn bị giao hàng chậm, có thời điểm chậm tới nửa tháng. Có một số doanh nghiệp khó khăn hơn do không tìm được nguồn hàng để mua, ảnh hưởng tới tiến độ, công nhân phải tạm ngừng sản xuất. Trong trường hợp này, các doanh nghiệp có nguy cơ bị thiệt hại nặng nề về tài chính và cả uy tín của mình. Thông thường khi nhận một đơn hàng, doanh nghiệp lên kế hoạch sản xuất cụ thể từng ngày sao cho kịp ngày giao hàng trong hợp đồng. Một khi gặp khó khăn về nguyên, phụ liệu sản xuất, tiến độ sản xuất không theo đúng kế hoạch, doanh nghiệp sẽ phải tăng ca sản xuất hoặc thương lượng với đối tác dời ngày giao hàng. Khó khăn nối tiếp khó khăn, một khi đã tăng ca sản xuất, doanh nghiệp lại tiếp tục đối mặt với vấn đề nhân lực: thiếu nhân công, sự bất mãn của công nhân về thời gian và khối lượng công việc...[4].

*Thứ hai, nguồn cung ứng nguyên, phụ liệu trong nước không ổn định*

Do tình hình kinh tế trong nước phải đối mặt với mức lạm phát cao, lãi suất tăng, biến động tỷ giá..., dẫn đến việc sản xuất nguyên, phụ liệu phục vụ cho sản xuất sản phẩm dệt may xuất khẩu suy giảm. Đối với các ngành phụ trợ cho ngành dệt may, lực lượng lao động cho ngành này hầu hết là nông dân (trồng bông) và tầng lớp lao động tay chân nghèo, chịu ảnh hưởng rất lớn từ tình hình lạm phát trong thời gian qua. Nhất là khi chi phí cuộc sống tăng lên, mức thu nhập thấp, dẫn đến tâm lý chán nản không muốn làm việc hoặc đổi nghề. Lao động thiếu, chi phí sản xuất lại tăng, hậu quả tất yếu là giá của nguyên, phụ liệu ngành dệt may tăng và sản lượng giảm, dẫn đến các doanh nghiệp dệt may Việt Nam buộc phải giảm lượng nguyên, phụ liệu mua trong nước và tăng

lượng nhập khẩu. Bên cạnh đó, những khó khăn về điều kiện khí hậu cũng như diện tích, địa lý..., đang là những trở ngại cho việc mở rộng diện tích vùng nguyên liệu trồng bông của nước ta. Nếu được tạo điều kiện tối đa từ phía Nhà nước và chính quyền địa phương, ngành bông cũng chỉ đáp ứng được 10%. Rõ ràng ngành bông sợi trong nước đang rơi vào tình thế không thể tự bảo đảm được nguồn nguyên liệu. Điều đó đồng nghĩa với việc, ngành dệt may sẽ tiếp tục phải chịu chi phí đầu vào rất cao do phụ thuộc vào nguyên liệu nhập khẩu.

## *2.2. Khó khăn trong công đoạn sản xuất sản phẩm dệt may xuất khẩu*

### *Thứ nhất, biến động giá nhiên liệu và điện*

Không chỉ giá nguyên liệu đầu vào tăng mà giá điện, giá xăng dầu tăng trong thời gian vừa qua cũng đã ảnh hưởng trực tiếp đến giá thành xuất khẩu sản phẩm dệt may và giá gia công xuất khẩu, làm cho ngành dệt may gặp nhiều khó khăn. Việc tăng giá xăng dầu làm chi phí gia công tăng cao khi các vật tư, chi phí bị đội lên. Cứ mỗi lần tăng giá xăng dầu, các doanh nghiệp dệt may thường ví như là bị một “cú sốc” làm tăng chi phí. Thông thường, tại các doanh nghiệp sản xuất hàng dệt may xuất khẩu, chi phí cho dầu FO chiếm 15-20% giá thành sản xuất của đơn vị. Giá xăng dầu tăng làm cho chi phí nhiên liệu tăng, kéo theo chi phí đầu vào tăng, ảnh hưởng đến hiệu quả kinh doanh. Trong lần tăng giá xăng dầu đầu năm 2012, các doanh nghiệp sản xuất hàng dệt may phải gánh thêm nhiều chi phí; trong khi đó, với tình hình cạnh tranh gay gắt như hiện nay, sản phẩm xuất khẩu lại không thể tăng giá bán vì việc đàm phán với nhà nhập khẩu để tăng giá bán sản phẩm nhằm chia sẻ bớt khó khăn do chi phí đầu vào tăng cũng chỉ được một số đối tác chấp nhận.

Giá xăng dầu tăng, giá bán điện cũng tăng liên tục đã đẩy chi phí đầu vào của sản xuất tăng cao. Đối với doanh nghiệp dệt may, tùy theo loại hình sản xuất gia công xuất khẩu, xuất khẩu FOB (mua đứt, bán đoạn), tiêu thụ tại thị trường nội địa..., doanh nghiệp sẽ chịu nhiều tác động. Giá điện tăng lên, các doanh nghiệp

sản xuất, tiêu thụ nội địa và gia công sẽ gặp rất nhiều khó khăn. Các doanh nghiệp sản xuất dệt may Việt Nam thừa nhận, dù đơn hàng có nhiều nhưng với chi phí đầu vào tăng quá cao như hiện nay thì doanh nghiệp khó có lãi. Mặc dù giá đơn hàng trong năm 2011 tăng 10-15% so với năm 2010 nhưng doanh nghiệp xuất khẩu dệt may vẫn rất lo ngại vì đang phải gánh rất nhiều chi phí đã tăng gấp 2-3 lần so với trước đây [5].

#### *Thứ hai, sự bất ổn của các yếu tố sản xuất*

Trong công đoạn sản xuất sản phẩm dệt may xuất khẩu, hầu hết đều sử dụng hệ thống điện lưới quốc gia. Khi sản lượng điện trong hệ thống điện quốc gia bị giảm vào mùa khô dẫn đến việc thiếu điện phục vụ sản xuất. Việc cắt điện thường xuyên xảy ra, đặc biệt ở các cơ sở sản xuất sản phẩm dệt may đặt tại các địa phương. Bên cạnh việc cắt điện thường xuyên thì việc cắt điện không báo trước cũng khiến các doanh nghiệp dệt may thiệt hại nặng nề. Đối với các ngành sản xuất sử dụng hàng nghìn lao động như da giày, việc cắt điện đột ngột khiến khối lượng công nhân đó phải nghỉ việc, trong khi doanh nghiệp vẫn phải trả tiền lương đầy đủ trong những ngày nghỉ đột ngột cùng rất nhiều chi phí cố định khác. Ước tính, việc thiếu điện khiến các doanh nghiệp trong ngành dệt may thiệt hại khoảng 300 triệu USD vì giảm thu từ xuất khẩu [5]. Với các doanh nghiệp dệt và nhuộm có đặc thù là sản xuất phải được thực hiện 24/24 giờ, việc cắt điện không báo trước đã khiến không ít mẻ nhuộm đang chạy dở với hàng chục tấn vải và thuốc nhuộm phải bỏ đi. Để đảm bảo tiến độ giao hàng trong bối cảnh bị cắt điện liên tục, thậm chí cắt không báo trước, nhiều doanh nghiệp phải huy động công nhân sản xuất ca đêm. Tuy nhiên, điều này lại đẩy doanh nghiệp sang một nỗi lo mới là chi phí sản xuất tăng gấp 4 lần so với bình thường và nguy cơ mất công nhân rất lớn do họ không chịu nổi cường độ làm việc. Để đối phó với tình trạng này, nhiều doanh nghiệp đã đầu tư thêm máy phát điện nhưng chi phí lại tăng vọt, khiến lợi nhuận bị giảm.

#### *Thứ ba, sự biến động của nguồn nhân lực*

Một trong những yếu tố nâng cao khả năng cạnh tranh của ngành dệt may xuất khẩu là chi phí lao động thấp. Nhưng tình trạng biến động lao động, nhất là trong những tháng đầu năm, kể từ nhiều năm nay đã làm cho khá nhiều doanh nghiệp ngành dệt may lao đao vì thiếu lao động. Sự thiếu hụt lao động lại thường diễn ra ở các doanh nghiệp dệt may vừa và nhỏ. Trong khi đó, có hơn 70% các doanh nghiệp dệt may là doanh nghiệp vừa và nhỏ, số lao động dưới 300 người. Số doanh nghiệp từ 1.000 công nhân chỉ chiếm 6%. Một trong những nguyên nhân cơ bản khiến lao động ngành may biến động mạnh ở khu vực các doanh nghiệp vừa và nhỏ là do mức lương không cao. Hiện số doanh nghiệp đủ sức trả mức lương trung bình từ 3,5-4,5 triệu đồng/tháng/người là rất ít. Còn các doanh nghiệp vừa và nhỏ chỉ trả dao động trên dưới 2,5 triệu đồng/người/tháng. Với mức lương này, công nhân không thể đảm bảo cuộc sống trong tình trạng giá cả tăng cao, buộc họ phải tìm kiếm việc làm ở những nơi có thu nhập cao hơn. Tình trạng nhân công chuyển dần sang lĩnh vực có thu nhập cao hơn đã gây nên sự thiếu hụt lao động trầm trọng cho toàn ngành. Hệ lụy của tình trạng này là doanh nghiệp luôn trong tình trạng lo bị phạt và mất hợp đồng vì giao hàng trễ. Nhiều doanh nghiệp không dám nhận thêm nhiều đơn hàng, không mở rộng được quy mô sản xuất vì không có lao động. Một nguyên nhân khác làm cho tình trạng khan hiếm lao động phần lớn chỉ diễn ra tại khu vực các doanh nghiệp vừa và nhỏ là vì khi nhu cầu dệt may của thế giới giảm thì các doanh nghiệp nhỏ sẽ khó có được đơn hàng. Không có đơn hàng đồng nghĩa với việc cho công nhân nghỉ và người lao động đến các doanh nghiệp khác để tìm việc. Khi có đơn hàng lại, doanh nghiệp lại bắt đầu tuyển dụng. Đây cũng là một nguyên nhân quan trọng lý giải vì sao lao động dệt may thường xuyên biến động và tập trung chủ yếu ở các doanh nghiệp vừa và nhỏ [4].

Biến động lao động gây ra rất nhiều khó khăn cho ngành dệt may vì sản xuất dệt may được tổ chức theo dây chuyền, lao động biến động dẫn đến doanh nghiệp luôn bị động trong việc bố trí người thay thế, ảnh hưởng đến năng

suất lao động. Bên cạnh đó, doanh nghiệp lại phải mất thêm chi phí cho trợ cấp thôi việc và chi phí đào tạo lao động mới tuyển dụng. Thông thường, lao động mới tuyển dụng chưa có kinh nghiệm làm việc, chưa kể tới những trường hợp lao động mới vào tự do nghỉ việc không báo cáo, gây ảnh hưởng đến tiến độ sản xuất của doanh nghiệp.

Hiện tại, có một nghịch lý tồn tại ở các doanh nghiệp sản xuất sản phẩm dệt may xuất khẩu, đó là sự thiếu hụt lao động đang gây thiệt hại cho các doanh nghiệp, đặc biệt là doanh nghiệp lớn, song việc càng có nhiều lao động lại càng khiến các doanh nghiệp lo lắng bởi họ phải chi nhiều hơn thu, mỗi khi mức lương tối thiểu của người lao động được điều chỉnh tăng đồng nghĩa với việc doanh nghiệp phải tăng thêm khoản chi cho bảo hiểm xã hội. Đây là bài toán khó cho các doanh nghiệp lớn có quy mô 2.000-3.000 lao động. Việc phải gia tăng chi phí đầu vào đã và đang tạo thêm nhiều áp lực cho doanh nghiệp dệt may, nhất là cho bài toán lương thưởng vào tháng giáp Tết hàng năm.

#### *Thứ tư, sự biến động tỷ giá và lãi suất*

Trong mấy năm gần đây, lạm phát và sự biến động tỷ giá đã ảnh hưởng tiêu cực đến hoạt động sản xuất sản phẩm xuất khẩu của các doanh nghiệp. Việc Nhà nước điều chỉnh tỷ giá theo hướng tăng giá trị ngoại tệ sẽ có tác dụng hạn chế nhập siêu. Tuy nhiên, đối với ngành dệt may, hạn chế nhập khẩu cũng đi đôi với việc hạn chế xuất khẩu, bởi doanh nghiệp dệt may phải nhập khẩu tới hơn 70% nguyên liệu để sản xuất do nguyên liệu trong nước không đủ cung cấp. Do đó, với tỷ giá hiện nay, chỉ có doanh nghiệp may chuyên xuất khẩu mà không nhập nguyên, phụ liệu về sản xuất thì mới không bị ảnh hưởng. Theo thống kê, năm 2009, xuất khẩu dệt may đạt 9,1 tỷ USD nhưng nhập khẩu là 6,8 tỷ USD nguyên, phụ liệu. Như vậy, tỷ giá tăng, các doanh nghiệp dệt may xuất khẩu không hề có lợi, trái lại bị thiệt thêm vì đồng USD lên giá, doanh nghiệp phải tốn thêm đồng Việt Nam để nhập khẩu nguyên, phụ liệu. Hệ quả là giá thành sản xuất tăng cao. Đây sẽ vẫn

là một bài toán khó đối với ngành công nghiệp dệt may Việt Nam, khi công nghiệp dệt sợi, in, nhuộm trong nước vừa yếu vừa thiếu về cơ sở hạ tầng cũng như công nghệ sản xuất.

Bên cạnh đó, mối lo về vốn tín dụng, tức là vốn vay cho sản xuất kinh doanh vẫn luôn thường trực với các doanh nghiệp sản xuất sản phẩm dệt may xuất khẩu. Muốn thu mua được số lượng lớn nguyên phụ liệu, các doanh nghiệp phải vay vốn ngân hàng. Lạm phát gia tăng, lãi suất cho vay của ngân hàng cũng tăng theo, dẫn đến giá thành sản xuất đội lên, làm giảm hiệu quả sản xuất kinh doanh. Lạm phát trong nước cao, Chính phủ thực hiện chính sách tiền tệ để kiềm chế lạm phát, các ngân hàng thương mại thực hiện hạn mức tín dụng. Một số ngân hàng thương mại có quy mô lớn, mặc dù chưa đạt mức dư nợ 30% nhưng do lo ngại rủi ro, họ không mặn mà lắm đối với việc cho vay. Lãi suất cho vay mặc dù đã được các ngân hàng thương mại điều chỉnh giảm, nhưng mức giảm không nhiều, chỉ khoảng 0,5-1%/năm, nên vẫn đang ở mức rất cao so với mức lợi nhuận mà doanh nghiệp dệt may có thể đạt được. Lãi suất vốn vay cao, nhiều doanh nghiệp cũng không dám vay, vì cùng với chi phí đầu vào như nguyên, nhiên liệu, lao động tăng, làm cho giá thành sản xuất tăng, mà giá bán lại đang có xu hướng giảm để cạnh tranh, doanh nghiệp khó có lãi để trả ngân hàng.

### *2.3. Khó khăn trong công đoạn xuất khẩu sản phẩm*

Sản phẩm dệt may làm ra đã gặp phải nhiều khó khăn, nhưng việc đưa các sản phẩm này sang thị trường thế giới cũng gặp nhiều trở ngại.

#### *Thứ nhất, sự cạnh tranh của các sản phẩm dệt may từ các nước khác*

Sản phẩm xuất khẩu của các doanh nghiệp xuất khẩu dệt may Việt Nam đang phải cạnh tranh rất quyết liệt với các quốc gia xuất khẩu dệt may lớn khác trên thế giới như Trung Quốc, Ấn Độ, Pakistan... Các đơn hàng bị cạnh tranh mạnh, đồng nghĩa với việc doanh nghiệp phải

“thắt lưng buộc bụng”, tiết giảm tất cả các chi phí có thể để hạ thấp chi phí sản xuất, từ đó nâng cao năng lực cạnh tranh của mình. Theo số liệu của Trung tâm Thương mại Thế giới (WTC), Việt Nam đứng trong danh sách top 10 nước có kim ngạch xuất khẩu lớn nhất thế giới về hàng dệt may trong giai đoạn 2007-2009 và đứng vị trí thứ 7 trong năm 2010 với thị phần xuất khẩu gần 3%, sau Trung Quốc (thị phần 36,6%), Bangladesh (4,32%), Đức (5,03%), Italy (5%), Ấn Độ (3,9%) và Thổ Nhĩ Kỳ (3,7%) [5].

Năm 2012, ngành dệt may Việt Nam tiếp tục phải đối mặt với khó khăn do các nước nhập khẩu chính là Mỹ và EU đang gặp khó khăn về tài chính. Để thu hút đơn hàng, các nước như Ấn Độ, Indonesia đã phải chấp nhận giảm giá, do vậy các doanh nghiệp Việt Nam sẽ phải cạnh tranh nhiều hơn. Theo dự báo của Bộ Công Thương, tình hình kinh tế ở Mỹ và EU vẫn còn nhiều khó khăn, người tiêu dùng thắt chặt chi tiêu, trong đó có hàng dệt may, nên lượng hàng dệt may tiêu thụ tại những thị trường này dự báo năm 2012 sẽ giảm so với năm 2011. Lượng hàng tiêu thụ giảm đồng nghĩa với việc đơn hàng ít và mức độ cạnh tranh để giành được đơn hàng sẽ tăng cao, đặc biệt là cạnh tranh về giá sẽ gay gắt hơn.

Đồng thời, tự do hóa thương mại ngày càng sâu rộng, mở ra một thị trường rộng lớn hơn và thông thoáng hơn không những đối với Việt Nam mà với nhiều nước trên thế giới. Không còn sự bảo hộ của Nhà nước, doanh nghiệp dệt may Việt Nam sẽ phải cạnh tranh khốc liệt với các nước có ngành công nghiệp dệt may phát triển như Trung Quốc, Hàn Quốc, Ấn Độ, Bangladesh...

Theo đánh giá của các nhà kinh tế, giá cả sản phẩm dệt may Việt Nam thường cao hơn giá sản phẩm cùng loại của Trung Quốc khoảng 20%. Lý do là ngành dệt may Việt Nam phát triển chậm hơn so với Trung Quốc hàng thập kỷ. Ngành dệt may Trung Quốc đã đáp ứng hầu hết nguyên vật liệu đầu vào cho sản xuất, máy móc thiết bị hiện đại đã được trang bị và vận hành tối đa công suất, lao động đã làm quen với

phương thức sản xuất lớn, kỷ luật lao động cao, trình độ quản lý cao dựa trên sự đồng bộ ở tất cả các khâu phục vụ sản xuất nên năng suất cao, dẫn đến chi phí cho một đơn vị sản phẩm thấp. Ngoài ra, nhờ sản xuất đại trà với khối lượng lớn mà giá thành sản phẩm của Trung Quốc giảm được hơn 20%. Bên cạnh đó, Trung Quốc còn có nhiều biện pháp giảm giá “thiếu cạnh tranh lành mạnh” khác, như trợ cấp, hạ thấp trị giá thực của đồng nội tệ... Trong khi đó, Việt Nam phải chịu chi phí cao do khoảng 70% nguyên vật liệu đầu vào cho sản xuất phải nhập khẩu. Thêm nữa, máy móc thiết bị mới nhập khẩu nên đang ở giai đoạn phải khấu hao nhanh nhằm có cơ hội tiếp tục đổi mới công nghệ, trình độ quản lý kém, năng suất lao động thấp, chỉ đạt 50-70% so với năng suất lao động trong khu vực, công nghệ lạc hậu hơn khoảng 5 năm. Việc nhiều doanh nghiệp thiếu vốn kinh doanh phải vay vốn ngắn hạn để đầu tư phát triển và trả lãi vay vốn cao khiến tăng chi phí sản xuất kinh doanh cũng làm giảm khả năng cạnh tranh về giá của sản phẩm dệt may Việt Nam. Ngoài ra, tiền lương công nhân và các chi phí khác ở Việt Nam như điện, nước, viễn thông, vận tải..., đang có xu hướng tăng cùng với những yếu kém trong tổ chức và quản lý khiến hoạt động sản xuất và xuất khẩu phát sinh những lãng phí không đáng có làm ngành dệt may Việt Nam gặp nhiều bất lợi trong cạnh tranh quốc tế. Như vậy, dù chi phí về giờ công lao động Việt Nam rất thấp nhưng tất cả các yếu tố trên đã liên tiếp đội giá bán sản phẩm dệt may Việt Nam lên cao, khiến sức cạnh tranh của hàng dệt may Việt Nam xét về giá bán vẫn thua các nước khác trong khu vực và trên thế giới, đặc biệt là Trung Quốc.

#### *Thứ hai, sự biến động kinh tế thế giới*

Sự biến động kinh tế thế giới trong những năm gần đây là khó khăn nằm ngoài tầm kiểm soát của các doanh nghiệp nói chung và các doanh nghiệp xuất khẩu dệt may nói riêng. Cuộc khủng hoảng tài chính và suy thoái kinh tế toàn cầu, bắt nguồn từ Mỹ năm 2007, đã làm giảm đáng kể nhu cầu đối với hàng dệt may xuất khẩu của Việt Nam. Trong năm 2008, người tiêu dùng Mỹ tiêu 200 tỷ USD cho hàng

dệt may, giảm 3,6% so với 2007, và tiêu dùng dệt may trong quý I năm 2009 cũng giảm 10% so với cùng kỳ năm 2008.

Đối với Pháp, một trong nhiều quốc gia bị ảnh hưởng từ sự sụp đổ các ngân hàng và hệ thống tài chính quốc tế theo hiệu ứng domino, nhu cầu nhập khẩu hàng dệt may của Pháp tương đối ổn định qua các năm cho đến năm 2007. Tuy nhiên, kim ngạch xuất khẩu hàng dệt may đã bị giảm trong năm 2008- 2009. Trong bối cảnh nhu cầu thị trường Pháp có xu hướng giảm và bản thân các doanh nghiệp đang phải đối phó với những khó khăn về tài chính, giá nguyên vật liệu tăng cao, kim ngạch xuất khẩu hàng dệt may Việt Nam vào thị trường Pháp năm 2009 đạt chỉ hơn 138,5 triệu USD, giảm 7,87% so với năm 2008 [5].

Tại các quốc gia châu Âu, cuộc khủng hoảng nợ công đã khiến người tiêu dùng siết chặt chi tiêu, thị trường nhập khẩu bị thu hẹp. Năm 2011, lượng xuất khẩu hàng dệt may của Việt Nam sang thị trường này giảm gần 30% so với năm 2010. Bên cạnh đó, các nhà nhập khẩu hàng dệt may của EU đang chuyển dần những đơn hàng từ Việt Nam sang Campuchia, Lào và Bangladesh nhằm tránh mức thuế nhập khẩu 10% do Việt Nam không còn nằm trong danh sách những quốc gia được hưởng tiêu chuẩn Tối huệ quốc (MFN), còn các nước này vẫn đang được hưởng tiêu chuẩn MFN với mức thuế suất nhập khẩu 0%. Điều này khiến các doanh nghiệp dệt may Việt Nam bị giảm lượng đặt hàng từ EU. Bên cạnh đó, các doanh nghiệp với quy mô nhỏ cũng khó đáp ứng những tiêu chuẩn về trách nhiệm xã hội mà các nhà nhập khẩu EU đang ngày càng siết chặt hơn.

Những biến động kinh tế tiêu cực tại khu vực EU cũng sẽ tác động tiêu cực đến xuất khẩu ngành dệt may Việt Nam trong thời gian tới đây. Lượng hàng dệt may xuất khẩu sang thị trường EU từ đầu năm 2012 đến giữa tháng 3/2012 đã giảm trung bình từ 25-30% so với cùng thời điểm năm 2011 [5].

*Thứ ba, các quy định pháp lý đối với sản phẩm dệt may nhập khẩu*

Đặc điểm của xuất khẩu dệt may là được bảo hộ chặt chẽ ở hầu hết các nước trên thế giới bằng những chính sách, thể chế đặc biệt. Trước khi Hiệp định về hàng dệt may - kết quả quan trọng của Vòng đàm phán Uruguay ra đời và phát huy tác dụng, việc buôn bán sản phẩm dệt may giữa các nước được điều chỉnh theo những thể chế thương mại này. Nhờ đó, phần lớn các nước nhập khẩu thiết lập các hạn chế đối với nhập khẩu hàng dệt may. Mức thuế phổ biến đánh vào hàng dệt may cũng cao hơn so với các hàng hóa công nghiệp khác. Bên cạnh đó, từng nước nhập khẩu còn đề ra nhiều quy định riêng đối với hàng dệt may nhập khẩu. Những thể chế nhằm bảo hộ sản xuất hàng dệt may của mỗi nước và hạn chế nhập khẩu này đã chi phối thị trường hàng dệt may thế giới, ảnh hưởng rất lớn đến sản xuất và buôn bán hàng dệt may trên thế giới, trong đó có Việt Nam.

Đối với các mặt hàng nhập khẩu, chính phủ Mỹ đưa ra những quy định rất ngặt nghèo, chỉ một sơ sẩy nhỏ do không am hiểu luật pháp cũng có thể quyết định sự thành bại của một chuyến hàng, thậm chí cả một doanh nghiệp. Trong những năm tới, Việt Nam khó có thể tiếp tục tăng thị phần của mình trên thị trường Mỹ trừ khi ký kết Hiệp định Thương mại Tự do ASEAN-Mỹ hoặc Hiệp định xuyên Thái Bình Dương không bị ràng buộc bởi điều kiện sử dụng sợi của Mỹ. Thêm vào đó, từ năm 2011, các doanh nghiệp dệt may Việt Nam phải đối mặt với thách thức mới về công nghệ và quản lý quy trình sản xuất khi Mỹ chính thức áp dụng các luật mới về tiêu chuẩn an toàn sản phẩm đối với hầu hết mặt hàng xuất khẩu vốn là các sản phẩm xuất khẩu thế mạnh của Việt Nam, trong đó có sản phẩm dệt may. Những quy định này đòi hỏi ngành dệt may Việt Nam phải thực hiện đổi mới trong các khâu nguyên liệu đầu vào và công nghệ nhằm đảm bảo đủ các tiêu chuẩn xuất khẩu hàng hóa. Trong khi đó, điều kiện kinh tế khó khăn của Mỹ sẽ buộc các chủ hàng giảm bớt đơn đặt hàng dệt may từ Việt Nam, đặc biệt là các sản phẩm như áo jacket, quần, v.v...

Ngoài ra, Mỹ cũng đang áp dụng tiêu chuẩn SA 8000 cho hàng nhập khẩu Việt Nam. Tiêu chuẩn được xây dựng dựa trên các nguyên tắc chung về quyền con người. Các yêu cầu của tiêu chuẩn phù hợp với những quy định trong các công ước của Tổ chức Lao động Thế giới (ILO), Công ước của Liên Hợp Quốc về quyền trẻ em và Tuyên bố chung về nhân quyền [2]. Ngành dệt may Việt Nam cũng được một số doanh nghiệp Mỹ cảnh báo rằng nếu không sớm nâng năng lực làm hàng chất lượng cao thì sẽ khó cạnh tranh được với các đối tác khác đến từ các nước châu Á. Áp lực này khiến ngành dệt may phải xây dựng hệ thống các tiêu chuẩn sản phẩm dệt may phù hợp và hài hòa với các tiêu chuẩn quốc tế, đồng thời đầu tư nâng cấp các trung tâm giám định, kiểm tra chất lượng sản phẩm dệt may để hỗ trợ các doanh nghiệp trong quản lý chất lượng và khắc phục các rào cản kỹ thuật.

Không chỉ chính phủ Mỹ mà hầu hết các nước nhập khẩu sản phẩm dệt may đều đưa ra những rào cản kỹ thuật đối với ngành dệt may Việt Nam. Ví dụ, thị trường Nhật Bản (đứng sau thị trường Mỹ và EU về nhập khẩu sản phẩm dệt may Việt Nam) quy định các sản phẩm phải có chứng chỉ sạch và thân thiện với môi trường. Đây là rào cản kỹ thuật đối với sản phẩm dệt may khi xuất khẩu vào thị trường này. Và đây cũng chính là những trở ngại tiềm tàng đối với hàng dệt may Việt Nam về mặt pháp lý. Các tổ chức, doanh nghiệp đối tác có thể “vin” vào các biện pháp hạn chế trên làm cái cớ để chèn ép các doanh nghiệp sản xuất Việt Nam nhằm bảo hộ thị trường dệt may trong nước, hoặc ép giá các sản phẩm dệt may hay đàm đơn kiện các doanh nghiệp Việt Nam nhằm mục đích riêng.

### **3. Một số biện pháp nhằm gia tăng giá trị trong chuỗi giá trị dệt may xuất khẩu**

Mỗi “mắt xích” trong chuỗi giá trị dệt may xuất khẩu của Việt Nam đều gặp phải những khó khăn và trở ngại. Bên cạnh những khó khăn

mang tính khách quan, còn có những khó khăn mà nguyên nhân bắt nguồn từ chính bản thân các doanh nghiệp dệt may. Do đó, các doanh nghiệp cần thực hiện một số biện pháp cụ thể để có thể gia tăng giá trị trong mỗi công đoạn của chuỗi giá trị dệt may xuất khẩu.

*Thứ nhất*, để tránh bất lợi do bị phụ thuộc vào các đơn hàng của đối tác nước ngoài, chủ động trong việc thiết kế sản phẩm xuất khẩu, ngành dệt may Việt Nam cần phân khúc thị trường xuất khẩu để xác định đúng “mắt xích” trong chuỗi giá trị, từ đó đầu tư cho khâu thiết kế. Đối với các thị trường “dễ tính” như Hàn Quốc, Angola, New Zealand, Ấn Độ, Nga..., ngành dệt may cần mạnh dạn đầu tư vào khâu thiết kế thời trang. Với tiềm năng về nhân lực, ngành dệt may hoàn toàn có thể tự thiết kế sản phẩm chứ không sản xuất theo yêu cầu thiết kế của nước ngoài như trong các đơn hàng gia công với các khách hàng lớn như Mỹ, EU, Nhật Bản. Làm được điều này, ngành dệt may Việt Nam sẽ giảm dần sự phụ thuộc vào các đơn hàng gia công, tập trung nâng cao tỷ lệ làm hàng xuất khẩu theo phương thức ODM (tự thiết kế, sản xuất và bán sản phẩm cho khách hàng), đồng thời tăng sử dụng các nguyên phụ liệu được sản xuất trong nước, từ đó giá trị gia tăng trong khâu thiết kế sẽ được nâng lên. Để phát triển công tác thiết kế, cần thực hiện các biện pháp cụ thể như thực hiện chính sách thu hút các nhà thiết kế mẫu chuyên nghiệp hoặc nhà thiết kế tài năng vào làm việc với chế độ ưu đãi, tăng cường đào tạo nâng cao tay nghề cho các nhà thiết kế hiện có...

Tuy nhiên, đối với các khách hàng khó tính như Mỹ, EU và Nhật Bản, ngành dệt may lại phải cần trọng trong việc đầu tư vào khâu thiết kế sản phẩm. Từ giữa thập niên 1990, ở Việt Nam, khâu thiết kế thời trang đã được đặt ra. Qua gần 20 năm, hoạt động thiết kế thời trang của Việt Nam đã có những bước tiến nhất định, nhưng cho đến nay, các mẫu sản phẩm do Việt Nam thiết kế vẫn chưa được khách hàng nước ngoài chấp nhận, đặc biệt đối với các khách hàng ở Mỹ, EU, Nhật Bản. Hiện tại vẫn có tới khoảng 90% sản phẩm dệt may xuất khẩu của



Việt Nam dưới hình thức gia công cho nước ngoài, tức là sản xuất sản phẩm xuất khẩu theo mẫu mã, kiểu dáng của nước ngoài. Đối với các thị trường khó tính, yêu cầu về mẫu mã, kiểu dáng sản phẩm rất cao. Mẫu thiết kế của các trung tâm thời trang quốc tế nổi tiếng như New York, Paris, Milano, Frankfurt... đã trở thành thương hiệu quá quen thuộc với khách hàng của các nước này. Chính vì vậy, các sản phẩm do ngành dệt may Việt Nam tự thiết kế khó có thể len chân được vào thị trường Mỹ, EU, Nhật Bản... Do đó, mong muốn tham gia vào chuỗi giá trị toàn cầu của ngành may xuất khẩu ở “mất xích” thiết kế khó có thể trở thành hiện thực và việc đầu tư vào khâu thiết kế khó có thể mang lại hiệu quả. Thực tế cho thấy, trên thế giới đã có một số nước thành công trong phát triển ngành dệt may hướng ra xuất khẩu trong giai đoạn đầu mới công nghiệp hóa. Mô hình của các NIE với sự thành công của Hồng Kông và Hàn Quốc cách đây hơn 30 năm trong lĩnh vực dệt may là ví dụ điển hình. Các quốc gia này, cho đến lúc chuyển giao ngành dệt may sang các nước kém phát triển hơn, vẫn không thành công trong khâu thiết kế thời trang (Hồng Kông thành công khi trở thành trung tâm trao đổi, mua bán nguyên phụ liệu, còn Hàn Quốc chuyển sang phát triển các ngành công nghiệp khác. Kim ngạch xuất khẩu hàng dệt may của Hàn Quốc đến nay chỉ khoảng gần 14 tỷ USD/năm). Hiện tại, các quốc gia mới nổi như Trung Quốc, Brazil cũng chỉ trở thành các công xưởng của thế giới hoặc trung tâm cung cấp nguyên, phụ liệu [1].

*Thứ hai*, chủ động nguồn nguyên liệu cho sản xuất để tránh bất lợi khi giá cả và nguồn cung ứng nguyên liệu biến động. Như đã nêu trên, để tránh quá phụ thuộc vào nguyên liệu nhập khẩu, việc chủ động sản xuất một phần nguyên liệu cung ứng cho nhu cầu sản xuất toàn ngành dệt may đang là một vấn đề “nóng”. Để làm được điều này, Nhà nước và ngành dệt may Việt Nam cần phải có chiến lược quy hoạch nguồn nguyên liệu, hướng tới nguyên liệu nội sẽ thay thế phần lớn nguyên liệu ngoại nhập. Khi đã chủ động được phần lớn nguyên liệu,

ngành dệt may sẽ chủ động thực hiện các đơn hàng đã đàm phán với các đối tác. Đồng thời, tránh được bất lợi do giá nguyên liệu thế giới gia tăng, ngành dệt may có thể giữ vững vị trí trong top các nước dẫn đầu về xuất khẩu hàng dệt may.

Ngành dệt may cần khẩn trương triển khai dự án trồng bông vải theo mô hình trang trại thay thế phương thức trồng bông phân tán trong các hộ dân để nguồn nguyên liệu được sản xuất và cung ứng ổn định. Bên cạnh đó, ngành dệt may cần đẩy mạnh việc triển khai các dự án sản xuất xơ visco, chủ yếu từ nguồn nguyên liệu là bột gỗ bạch đàn và keo lai tai tượng, vốn đang được trồng nhiều ở Việt Nam. Đây là dự án hiện do Tập đoàn Dệt may Việt Nam (Vinatex) thực hiện. Với dự án đầu tư nhà máy có công suất 120 tấn/năm, Việt Nam có thể chủ động khoảng 30% nhu cầu nguyên liệu sản xuất các mặt hàng vải pha visco để tạo ra các loại thời trang yêu cầu rũ, mát, mềm mại và bóng hơn. Dự án này sẽ phát triển khoảng 5.000 ha vùng trồng cây nguyên liệu, góp phần phủ xanh đất trống, đồi trọc và tạo thêm việc làm, tăng thu nhập cho nông dân [3]. Tuy nhiên, để việc triển khai dự án hiệu quả, Vinatex cần phải tranh thủ sự ủng hộ của các địa phương, nơi triển khai dự án trồng nguyên liệu. Bản thân Vinatex không thể tự thực hiện điều này mà cần có sự hỗ trợ của Chính phủ và Bộ Công Thương cũng như các Bộ, ngành liên quan.

*Thứ ba*, chủ động nguồn nhân lực để giảm bớt khó khăn do sự biến động của nguồn nhân lực. Một trong những điều lo ngại nhất của nhiều doanh nghiệp dệt may Việt Nam hiện nay là không có đủ lao động để thực hiện đơn hàng đã ký. Bên cạnh đó, do yêu cầu về lao động tăng nhanh nên khả năng đáp ứng của các cơ sở đào tạo chưa theo kịp. Điều đó dẫn đến tình trạng tranh giành lao động giữa các doanh nghiệp, đặc biệt là tại các khu công nghiệp, nơi tập trung nhiều doanh nghiệp dệt may, như khu công nghiệp Bắc Thăng Long - Nội Bài, khu công nghiệp Đồng Nai... Bên cạnh đó, nguồn nhân lực công nghiệp chất lượng cao cũng thiếu trầm trọng. Việc tìm kiếm nguồn nhân lực chất

lượng từ các trường học, trung tâm đào tạo tại Việt Nam gần như không thể bởi không có. Tự đào tạo thì nhiều doanh nghiệp thiếu kinh phí, thiết bị... Ngay cả khi doanh nghiệp muốn đào tạo thì cũng ít thành công bởi người lao động hay vì lợi ích trước mắt mà cản trở việc nâng cao tay nghề. Vì vậy, mỗi doanh nghiệp cần chủ động đào tạo nguồn nhân lực phù hợp, đáp ứng yêu cầu, nhiệm vụ, trên cơ sở có chính sách hỗ trợ, khuyến khích công nhân nâng cao tay nghề...

*Thứ tư*, tăng cường tham gia chuỗi giá trị toàn cầu. Trong chuỗi giá trị toàn cầu của ngành dệt may, các doanh nghiệp Việt Nam hiện nay chủ yếu vẫn sản xuất theo tiêu chuẩn khách hàng (Original Equipment Manufacture - OEM). Tuy nhiên, để trở thành nhà cung ứng đạt chuẩn OEM, vẫn còn nhiều vấn đề lớn mà các doanh nghiệp Việt Nam cần cố gắng hơn nữa so với các nước Đông Á. Mặt khác, muốn thâm nhập sâu hơn vào chuỗi giá trị toàn cầu, các doanh nghiệp Việt Nam cần phải sản xuất dưới dạng sản xuất thiết kế gốc (Original Design Manufacture - ODM) hay sản xuất nhãn hiệu gốc (Own Brand Manufacture - OBM) [3].

Bên cạnh đó, Hiệp hội Dệt may Việt Nam cần khuyến khích các doanh nghiệp tích cực tham gia chuỗi cung ứng ASEAN. Để có thể chuyên dần lên các mô hình sản xuất ở cấp độ cao hơn, thoát khỏi tình trạng gia công và tăng giá trị gia tăng, cơ hội mở ra cho Việt Nam khi một môi liên kết chặt chẽ giữa các nhà sản xuất dệt và may trong ASEAN để xây dựng chuỗi cung ứng trong khu vực được xây dựng. SAFSA - chuỗi cung ứng dệt may chất lượng cao ASEAN là một trong những mô hình đó. SAFSA được kỳ vọng sẽ nâng cao năng lực cạnh tranh cho doanh nghiệp dệt may. Hai bên gồm nhà cung cấp và khách hàng đều có lợi: nhà cung cấp sẽ có lợi nhuận cao hơn khi chuyên dần từ gia công sản phẩm đơn thuần sang sản xuất dịch vụ trọn gói, còn khách hàng có nhiều sự lựa chọn về các nhà cung ứng dịch vụ hơn với thời gian được cung ứng sản phẩm ngắn hơn.

*Thứ năm*, tăng cường thông tin, nắm bắt tình hình thị trường xuất khẩu. Một trong những

phương pháp hiệu quả nhất để nâng cao xuất khẩu của ngành là tạo điều kiện cho từng doanh nghiệp tự ra quyết định để cải tiến hoạt động của chính mình. Muốn vậy, mỗi doanh nghiệp dệt may xuất khẩu cần có đầy đủ thông tin về xu hướng trên thị trường, thị hiếu, tình hình xuất nhập khẩu... để đưa ra các quyết định sáng suốt và cần thiết. Tuy nhiên, việc doanh nghiệp tự thu thập và phân tích những thông tin cần thiết là không hiệu quả. Giải pháp tốt nhất là ngành dệt may cần xây dựng một hệ thống thu thập, phân tích và phổ biến thông tin cho toàn ngành, làm cơ sở cho việc xây dựng kế hoạch kịp thời và đưa ra những chính sách hợp lý.

Bên cạnh đó, ngành dệt may cần nâng cao chất lượng dự báo và đánh giá thị trường; theo dõi sát sao tình hình tại các thị trường dệt may chính là Mỹ, EU và Nhật Bản; tìm kiếm và khai thác cơ hội tại các thị trường tiềm năng như Hàn Quốc, Canada, Thổ Nhĩ Kỳ, Trung Đông, Nga, Đông Âu, Nam Mỹ... nhằm hạn chế sự phụ thuộc vào các thị trường dệt may chính và gia tăng kim ngạch xuất khẩu. Đồng thời, ngành dệt may Việt Nam cũng cần thay đổi cách nhìn đối với thị trường Trung Quốc, không chỉ coi thị trường này là nguồn cung cấp nguyên, phụ liệu dệt may chủ yếu mà còn coi đây là một trong những thị trường đầy tiềm năng cho xuất khẩu hàng dệt may Việt Nam trong thời gian tới.

*Thứ sáu*, nắm vững các quy định đối với sản phẩm dệt may nhập khẩu. Khi xuất khẩu sản phẩm dệt may sang thị trường nước ngoài, các doanh nghiệp cần tìm hiểu rõ những yêu cầu về tiếp cận thị trường của các đối tác thương mại. Những yêu cầu thường là về luật pháp, nhãn mác, ký mã hiệu và hệ thống quản lý, nhằm mục tiêu đảm bảo vệ sinh, an toàn cho người tiêu dùng, an toàn cho môi trường tự nhiên và xã hội. Chẳng hạn, những yêu cầu về tiếp cận thị trường liên quan tới xã hội, môi trường và chất lượng đang ngày càng quan trọng trong thương mại quốc tế và thường được các nhà nhập khẩu EU quy định dưới dạng nhãn hiệu, quy tắc hành xử và hệ thống quản lý. Còn đối với thị trường Mỹ, dệt may luôn là một mặt

hàng có vị trí quan trọng trong chính sách thương mại của Mỹ, vì vậy Mỹ luôn chú trọng việc thực thi các chính sách quản lý nhập khẩu đối với mặt hàng này. Một trong những chiến lược chủ đạo đó là kiểm chế các nước xuất khẩu thông qua các hiệp định dệt may song phương hay các thỏa thuận khống chế số lượng bằng các công cụ: quy định về hạn ngạch, quy định nhân mác, quy định về các tiêu chuẩn an toàn, bảo vệ môi trường... Các công cụ hạn chế thương mại này có thể gây trở ngại cho sản phẩm dệt may Việt Nam khi nó không đáp ứng được các yêu cầu về tiêu chuẩn kỹ thuật, tiêu chuẩn về điều kiện lao động... Do đó, để tránh trở ngại này, các doanh nghiệp trong nước một mặt phải cẩn thận khi tuân thủ các yêu cầu phía đối tác, mặt khác phải nắm chắc các vấn đề pháp lý đối với sản phẩm dệt may, nhằm chủ động đối phó khi các tình huống xấu xảy ra.

#### 4. Kết luận

Để tiếp tục giữ vững vị trí hiện nay trong nền kinh tế, đồng thời góp phần gia tăng giá trị trong

chuỗi xuất khẩu sản phẩm dệt may, các doanh nghiệp dệt may cần nhận rõ những khó khăn, thách thức trong hoạt động sản xuất, kinh doanh xuất khẩu sản phẩm dệt may trong bối cảnh nền kinh tế thế giới có nhiều biến động. Trên cơ sở đó, doanh nghiệp dệt may có thể xây dựng các biện pháp khắc phục khó khăn, nâng cao năng lực cạnh tranh, nâng cao hiệu quả chuỗi giá trị xuất khẩu dệt may của doanh nghiệp.

#### Tài liệu tham khảo

- [1] Dương Đình Giám (2010), “Nâng cao hiệu quả ngành may xuất khẩu, có cần một giải pháp toàn diện?” *Tạp chí Công nghiệp* số 10/2010.
- [2] Nguyễn Ngọc Sơn (2008), “Dệt may Việt Nam thời kỳ hậu WTO: Thực trạng và giải pháp”, *Tạp chí Kinh tế và Dự báo*, Số 11 (Số 427).
- [3] Hồ Tuấn (2008), “Chất lượng tăng trưởng dệt may Việt Nam từ cách tiếp cận chuỗi giá trị”, *Tạp chí Công nghiệp*, Số 9/2008.
- [4] Nguyễn Sơn (2011), “Dệt may giữ vững vị trí đứng đầu”, *Thời báo Kinh doanh*, <http://www.vinatex.com.vn/vi/trang-chu.aspx>.

## Value Chain of Exporting Textile and Garment of Vietnam: Obstacles, Difficulties and Countermeasures

Assoc. Prof. Dr. Hà Văn Hội

*Faculty of International Business and Economics, VNU University of Economics and Business,  
144 Xuân Thủy, Cầu Giấy, Hanoi, Vietnam*

**Abstract.** The exporting textile and garment of Vietnam is characterized by its dependence on foreign consumers. Therefore, there are both objective and subjective difficulties in each of the “chain” of the value chain of textile exports, from importation of raw materials to the following stages such as production of raw materials, accessories for the textile industry, and products for export, and distribution of products in international markets. Thus, in order to add value to the export value chain, Vietnam’s garment and textile industry should strengthen proactive measures such as preparing actively material and human resources for production; further collecting, analyzing exchanging information of the international markets and the export markets; participating in the global and regional textile supply chain; and mastering the rules of other countries for textile products import.