

# Ngành dệt may Việt Nam sau khi ATC hết hiệu lực: vấn đề và giải pháp

NGUYỄN ANH TUẤN  
DIỆP THỊ MỸ HẢO

**T**rong khuôn khổ Vòng đàm phán Uruguay của Tổ chức Thương mại thế giới (WTO), Hiệp định dệt may ATC đã ra đời. Theo Hiệp định này, hạn ngạch hàng dệt may được bãi bỏ dần từ năm 1995 và chấm dứt hoàn toàn vào ngày 1-1-2005. Tuy vậy, đây là điều chỉ áp dụng đối với các nước thành viên của WTO, Việt Nam hiện vẫn chưa tham gia.

Tương lai của ngành dệt may Việt Nam sau năm 2005 sẽ như thế nào? Đây là điều không chỉ quan trọng đối với toàn bộ nền kinh tế nước ta, vì ngành đóng góp vào kim ngạch xuất khẩu của đất nước gần 4 tỷ USD, nó rất quan trọng trong việc xoá đói giảm nghèo, vì ngành tạo công ăn việc làm cho hơn 2 triệu lao động. Bên cạnh đó, một loạt các ngành, nghề phụ trợ như: trồng bông, trồng dâu nuôi tằm, thêu đan, sản xuất bao bì cũng phụ thuộc rất lớn vào ngành dệt may.

## 1. Một số tác động đến ngành dệt may khi Hiệp định ATC chấm dứt hiệu lực

### 1.1 Đối với ngành dệt may thế giới

Về mặt dự đoán, có thể nhận thấy, dù tình hình thị trường dệt may thế giới sau khi Hiệp định ATC chấm dứt hiệu lực có thể sẽ tiến triển theo nhiều hướng, nhưng chung quy lại, có thể đưa ra 3 kịch bản sau:

#### *Mô hình một cực*

Đây là kịch bản ảm đạm nhất đối với ngành dệt may thế giới, với đặc điểm nổi bật là sự thống trị độc quyền toàn cầu của ngành dệt may Trung Quốc và sự trả giá của ngành dệt may ở hầu khắp các nước.

Không phải là không có cơ sở khi công trình nghiên cứu của công ty tư vấn

Mckinsey cho rằng, tới năm 2008, Trung Quốc có thể chiếm một nửa lượng xuất khẩu hàng dệt may và quần áo của thế giới, tăng so với mức 21,6% của năm 2000. Thị phần hàng dệt may trên thế giới của các nước châu Âu sẽ giảm xuống còn 20,1% vào năm 2008 so với mức 31,9% năm 2000. Các nước khác trên thế giới sẽ phải hứng chịu mức giảm thậm chí còn lớn hơn, từ 45,7% trong năm 2000 xuống còn 29,4% trong năm 2008, 90% số nước xuất khẩu (125 nước) sẽ không còn khả năng đứng vững<sup>1</sup>.

Suy đoán trên xuất phát từ thực tế Trung Quốc đã đứng vững và đang tăng cường đầu tư cơ sở công nghiệp dệt may tại các nước châu Âu và hướng mục tiêu sang thị trường châu Phi, Đông Nam Á, Bắc Mỹ. Với sự tăng trưởng không ngừng của ngành dệt may, khả năng tài chính của các doanh nghiệp Trung Quốc cũng không ngừng được củng cố. Khả năng tài chính của 10 doanh nghiệp dệt may hàng đầu Trung Quốc đạt trung bình 1,45 tỷ NDT (khoảng 175 triệu USD)<sup>2</sup>. Vì thế, việc mua lại các công ty nước ngoài không vượt quá xa khả năng của các doanh nghiệp Trung Quốc. Hơn nữa, hầu hết các doanh nghiệp dệt may nước ngoài đều là các doanh nghiệp nhỏ. Chẳng hạn, một doanh nghiệp Tây Ban Nha, trung bình chỉ có 34 lao động và 0,4% doanh nghiệp có trên 500 nhân công<sup>3</sup>.

Nguyễn Anh Tuấn, TS; Diệp Thị Mỹ Hảo, Học viện Quan hệ quốc tế.

1. Bản tin kinh tế, ngày 3-4-2004.

2. Bản tin Thông tin thương mại, Bộ Thương mại, ngày 1-3-2003

3. Bản tin Thông tin thương mại, Bộ Thương mại, ngày 15-12-2003

Thực tế cho thấy các doanh nghiệp Trung Quốc đã ít nhiều thành công trong việc này. Ví dụ như năm 2002, công ty Haixin (Thượng Hải), chuyên sản xuất vải nhung lớn nhất Trung Quốc, đã mua lại công ty Glenoit của Mỹ có các nhà máy tại Tarbro, North Carolina và Elmira, Ontaino với giá 25 triệu USD. Điều này đem lại cho Haixin vị trí đứng đầu thế giới trong số những doanh nghiệp sản xuất vải nhung với sản lượng chiếm 1/4 sản lượng toàn thế giới.

Thực tế nữa cho thấy ở các thị trường có hạn ngạch, Trung Quốc hầu như luôn tận dụng được hết hạn ngạch được cấp. Ở những thị trường lớn không áp dụng hạn ngạch như Nhật Bản thì hiện nay, hàng Trung Quốc chiếm gần 90% thị phần hàng may mặc nhập khẩu vào Nhật Bản. Có nghĩa là cứ 10 cái áo nhập vào Nhật Bản, 9 cái là của Trung Quốc còn cả thế giới chia nhau chỉ 1 cái<sup>4</sup>.

Trong khi đó, đối lập với bức tranh sáng màu của Trung Quốc, ngành dệt may của các nước còn lại sẽ hứng chịu. Nếu nước Mỹ đã lên tiếng cảnh báo "Ngành công nghiệp dệt may Thổ Nhĩ Kỳ có thể bị xóa sổ sau năm 2005 khi Trung Quốc thống trị thị trường dệt may thế giới". EU sẽ "thu hẹp sản xuất" thì các nước châu Á như Hồng Kông, Hàn Quốc, Indônêxia, Thái Lan, Philippin cũng sẽ là nạn nhân của việc dỡ bỏ hạn ngạch và sự tăng trưởng liên tục của Trung Quốc.

### Mô hình đa cực

Đây là kịch bản lạc quan nhất đối với ngành dệt may. Đặc điểm nổi bật của mô hình này là sự biến động không đáng kể thị phần thị trường hàng dệt may thế giới, nhưng các nước xuất khẩu và nhập khẩu hàng dệt may đều được lợi, nhờ sự tăng cao nhu cầu hàng may mặc và các nhân nhượng lẫn nhau trong phối hợp chính sách giữa các quốc gia nhập khẩu và xuất khẩu hàng may mặc.

Suy đoán này xuất phát từ thực tế có tín hiệu cho thấy, các thị trường nhập khẩu dệt may lớn như Mỹ, EU đang tính toán khả năng sẽ áp dụng việc dỡ bỏ hạn ngạch sau ngày 31-12-2004 cho cả những quốc gia đang là quan sát viên hay các quốc gia sẽ gia nhập WTO

trong tương lai. Ý kiến này được nhóm các nước xuất khẩu dệt may chưa là thành viên của WTO đề xuất tại cuộc họp của Tổ chức hàng dệt may quốc tế (ITCB)<sup>5</sup> lần thứ 5 năm 2004 tại thủ đô NiuĐêli-Ấn Độ, và nhận được sự ủng hộ đáng kể từ một số các đại biểu thành viên, do nó mang lại cơ hội đồng đều cho tất cả các quốc gia. Khả năng khác, do Mỹ và Thổ Nhĩ Kỳ đề xướng, là gia hạn Hiệp định ATC, cụ thể là kêu gọi WTO trì hoãn việc dỡ bỏ hạn ngạch đối với hàng dệt may của Trung Quốc đến hết ngày 31-12-2007. Quan điểm này nhận được sự ủng hộ không ít từ México, Italia, Bỉ, Ôxtrâyli và hơn 10 nước châu Phi khác. Đó là chưa kể nhiều biện pháp gây sức ép từ phía Mỹ, EU, nhằm kìm hãm sự trỗi dậy của ngành dệt may Trung Quốc.

Mặt khác, một thực tế nữa cho thấy Trung Quốc có thể đóng vai trò quan trọng nhưng sẽ không chi phối hoàn toàn thị trường dệt may thế giới, dù hệ thống hạn ngạch bị bãi bỏ hoàn toàn sau ngày 31-12-2004 vì những lý do sau: *Thứ nhất*, nếu Trung Quốc tiếp tục sản xuất các mặt hàng cấp thấp và tăng cường số lượng thì đến mức nào đó, giá đầu vào như sợi bông và lương cho công nhân cũng sẽ tăng cao theo nhu cầu, làm giá cả tăng vọt. Do đó, hàng hóa Trung Quốc sẽ kém sức cạnh tranh so với các nước khác. Xu hướng gần đây cho thấy Trung Quốc sẽ đi vào phát triển các sản phẩm cao cấp. Nếu đi theo hướng này, Trung Quốc sẽ nhường thị trường hàng thấp cấp cho các nước đang phát triển khác. *Thứ hai*, các nước nhập khẩu chắc chắn sẽ có những chính sách để bảo hộ không phải chỉ bản thân họ, mà còn bảo hộ cho cả các bạn hàng chiến lược. Cụ thể, họ sẽ thực hiện thương mại song phương, mà ưu tiên cho một số nước, vì Hiệp định ATC chỉ quy định những hạn chế số lượng chứ không phải yêu cầu thuế quan về hàng dệt may phải công bằng giữa các nước thành viên. Ví dụ, trong trường hợp giữa các nước NAFTA,

4. Chương trình hội nhập kinh tế quốc tế - phát sóng trên kênh VTV1, ngày 25-4-2004.

5. ITCB bao gồm các thành viên: Ấn Độ, Pakixtan, Trung Quốc và Hồng Kông, Braxin, Băng-la-đét, Xri-Lanca, Thái Lan, México và Indônêxia.

México vẫn hưởng lợi thế về thuế nhập khẩu 0% cho hàng dệt may khi vào thị trường Mỹ, trong khi các quốc gia ngoài NAFTA vẫn phải chịu áp thuế 7%-32% tại thị trường Mỹ và 17-18% tại thị trường Canada<sup>6</sup>.

### *Mô hình T-junction*

Đây là kịch bản thực tế nhất đối với tình hình dệt may thế giới với đặc điểm nổi bật: có sự biến động đáng kể do sự tái cơ cấu lại ngành dệt may toàn cầu theo hai nhóm: nhóm sản xuất các mặt hàng cao cấp và nhóm sản xuất các mặt hàng thấp cấp; số lượng nhà cung cấp sẽ thu hẹp ở mức độ hợp lý.

Theo mô hình này, Trung Quốc vẫn là nhà cung cấp hàng dệt may lớn nhất thế giới với thị phần dao động từ 30-40% trong 3 năm đầu của giai đoạn hậu ATC, sau đó thu hẹp lại và duy trì ở mức 30%. Ấn Độ sẽ là nhà cung cấp lớn thứ hai, chiếm khoảng 10% thị phần. Ngoài ra, Pakixtan cũng sẽ là nước được lợi từ việc dỡ bỏ hạn ngạch. Các quốc gia có chi phí sản xuất thấp như Việt Nam, Băng-La-dét Xri-Lanca sẽ không biến động nhiều trong khi một số quốc gia đang phát triển khác như Hồng Kông, Hàn Quốc, Thái Lan, Philippin, Đài Loan có sự suy giảm quy mô sản xuất và sẽ chuyển đổi sản phẩm theo hướng cao cấp và đặc trưng. Không chỉ có Trung Quốc mà các nước phát triển khác như Italia, Pháp, Mỹ nằm trong danh sách các đại gia cung cấp hàng dệt may cao cấp. Điều này có nghĩa là dựa trên lợi thế so sánh về vốn, công nghệ hay tài nguyên sức lao động rẻ, các quốc gia sẽ có sự phân công sản xuất hàng dệt may một cách hợp lý. Xu hướng này bao hàm cả sự phá sản của nhiều doanh nghiệp dệt may hoạt động kém hiệu quả không đủ sức cạnh tranh ở các quốc gia.

Điều này xuất phát từ thực tế các nước xuất khẩu cũng như nhập khẩu đều có sự chuẩn bị kỹ lưỡng cho ngày Hiệp định ATC chấm dứt hiệu lực. Ví dụ, các công ty Mỹ liên tục tuyển thêm công nhân lành nghề, mở rộng quy mô sản xuất cho các sản phẩm cao cấp, Ấn Độ thiết lập các vùng sản xuất dệt may mới (ngoại ô Sircilla), Thái Lan xây dựng các trung tâm công nghệ thông tin cho ngành dệt

may và cả ở những nước xuất khẩu với thị phần quốc tế bé nhỏ như Campuchia, Lào, Ăngôla, Ghana, Zambia sự chuẩn bị cũng không kém phần quyết liệt như kiên quyết chống tệ quan liêu, tham nhũng trong nước, cơ cấu lại ngành dệt may theo hướng có hiệu quả. Mặt khác, các nhà nhập khẩu lớn của Mỹ, Nhật Bản, EU do để tránh rủi ro khi phụ thuộc quá vào một thị trường Trung Quốc, sẽ tìm kiếm các đối tác khác như Ấn Độ, Pakixtan, Việt Nam để chia sẻ rủi ro. Đồng thời, một quốc gia Trung Quốc dù hùng cường cũng không thể có đủ khả năng lấp đầy được lỗ hổng cơ cấu trong thị trường dệt may các nước, họ phải đa dạng hóa nguồn cung cấp là điều tất yếu.

Có thể nói, kịch bản này có nhiều khả năng xảy ra nhất, bởi đó chính là sản phẩm từ việc giải quyết các mâu thuẫn giữa cạnh tranh và hợp tác, giữa tham vọng và giới hạn khả năng của một quốc gia, được nhìn nhận trong sự tác động qua lại biện chứng giữa các nhân tố (tham vọng - năng lực - chính sách), đồng thời, phù hợp với quy luật chuyên môn hóa sản xuất hợp lý dựa trên sự phân công và phối hợp sản xuất giữa các quốc gia. Việc gia hạn Hiệp định ATC là khó có thể, vì không chỉ gặp sự chống đối gay gắt từ Trung Quốc, mà nó còn là vấn đề danh dự và uy tín của một tổ chức kinh tế lớn nhất toàn cầu như WTO. Tuy nhiên, khả năng một quốc gia thống trị cả một ngành kinh tế thế giới, chi phối hoạt động sản xuất kinh doanh của toàn bộ ngành này, do đó, dẫn đến sự phá sản của phần lớn các doanh nghiệp khác có lẽ sẽ là khó hơn, vì tính phân bổ có hiệu quả của các nguồn lực và quy luật hiệu suất giảm dần theo quy mô. Như vậy, cạnh tranh là không thể tránh khỏi khi cơ chế áp dụng hạn ngạch sẽ không còn sau ngày 31-12-2004, nhưng không phải là không còn cơ hội cho tất cả những quốc gia có chính sách và chiến lược phù hợp.

### *1.2. Thách thức đối với ngành dệt may Việt Nam*

Thách thức đối với ngành dệt may Việt Nam sau khi Hiệp định ATC chấm dứt hiệu

6. Tạp chí Textile of Asia, tháng 10-2003.

lực, xuất phát từ những nhân tố hạn chế năng lực cạnh tranh của ngành.

*Thứ nhất, về mặt hàng,*<sup>(1)</sup> chất lượng sản phẩm may mặc Việt Nam được đánh giá chung là có chất lượng chưa cao, chưa đồng đều, hơn 60% tổng kim ngạch xuất khẩu là làm gia công cho nước ngoài;<sup>(2)</sup> *tỷ lệ giá cả/chất lượng cao*, thường cao hơn các nước trong khu vực khoảng 10 - 15% và cao hơn giá hàng Trung Quốc khoảng 20%;<sup>(3)</sup> cơ cấu mặt hàng và khả năng đổi mới mặt hàng còn nhiều bất cập, chủ yếu tập trung vào những mặt hàng được cấp hạn ngạch như áo sơ mi, jacket và tập trung vào một số thị trường chính như Mỹ, EU, Nhật Bản; năng<sup>(4)</sup> lực thiết kế thời trang còn yếu, mẫu một tui là một trong những yếu tố quyết định khả năng cạnh tranh của sản phẩm, nhưng chỉ mới được quan tâm nghiên cứu gần đây, nên còn nhỏ bé và chỉ mang tính hình thức.

*Thứ hai, về chính sách kinh doanh, tiến độ giao hàng* đúng thời hạn, đặc biệt với thị trường có khoảng cách xa như Hoa Kỳ, đối với nhiều doanh nghiệp vẫn là một vấn đề khó khăn; *năng lực xúc tiến bán hàng* còn yếu so với các nước trong khu vực, nhiều doanh nghiệp chưa thiết lập được mạng lưới trao đổi thông tin cũng như đại diện thương mại trong khu vực và tại nhiều thị trường quan trọng.

*Thứ ba, về phương thức bán hàng*, hoạt động xuất khẩu dệt may Việt Nam bị chi phối bởi phương thức uỷ thác xuất khẩu hàng may mặc - phương thức CMT (Cutting - Making - Trimming) với các công ty Hồng Công, Đài Loan và Hàn Quốc. Phương thức này khiến các doanh nghiệp Việt Nam không những không tạo được thương hiệu cho sản phẩm của mình mà còn làm giảm lợi nhuận, chỉ bằng một nửa so với xuất khẩu trọn gói.

Tuy nhiên, việc Hiệp định ATC chấm dứt hiệu lực trong khuôn khổ WTO đã đặt ra những thách thức mới mang tính chất đặc thù đối với ngành dệt may Việt Nam. Những thách thức đó có thể diễn biến theo 2 khả năng sau:

*Nếu Việt Nam chưa trở thành thành viên của WTO năm 2005*

Hiệp định ATC qui định việc loại bỏ hoàn toàn hạn ngạch sau ngày 31-12-2004 phù hợp với quy định của WTO. Tuy nhiên, quy định này chỉ áp dụng với những nước là thành viên của WTO. Điều đó có nghĩa, tự do hóa thương mại đã đặt ngành dệt may Việt Nam đứng trước sự cạnh tranh khốc liệt trên thị trường thế giới. Trong khi các nước xuất khẩu dệt may hàng đầu như Trung Quốc, Ấn Độ sẽ tự do xuất khẩu một lượng hàng không bị giới hạn vào thị trường Mỹ và châu Âu, thì Việt Nam vẫn tiếp tục bị khống chế bởi hạn ngạch ở nhiều mặt hàng có khả năng cạnh tranh. Đó là chưa kể đến cái phần bánh hạn ngạch nhỏ bé này lại rất dễ bị các nước xuất khẩu khổng lồ chiếm lấy, vì họ có nhiều lợi thế hơn, khả năng cạnh tranh lại cao hơn.

Ngoài ra, những diễn biến kinh tế không thuận lợi tại một số thị trường hạn ngạch quan trọng của Việt Nam như Mỹ và EU có thể làm tăng xu hướng bảo hộ ngành dệt may trong các nước, đó là một nguy cơ đối với Việt Nam, chừng nào Việt Nam chưa phải là thành viên của WTO. Trong giai đoạn đầu thực hiện việc bỏ hạn ngạch từ năm 2005, các nước có quyền áp đặt các biện pháp tự vệ tạm thời trong vòng 3 năm kể từ năm 2005 để bảo vệ sản xuất trong nước và do vậy, khả năng các nước phát triển áp dụng bảo hộ trong ba năm đầu là rất lớn. Bên cạnh đó, Việt Nam sẽ gặp thêm những khó khăn vì vẫn chưa hoàn toàn được coi là một nền kinh tế thị trường, nên dễ bị các nước áp đặt các biện pháp tự vệ và chống phá giá. Có ý kiến cho rằng, lượng hàng Việt Nam xuất khẩu sang Hoa Kỳ chưa đáng kể. Tuy nhiên, vụ kiện cá Tra, Basa gần đây cho thấy, do chưa phải là thành viên WTO và vẫn bị coi là nền kinh tế phi thị trường, Việt Nam rất dễ là mục tiêu để các nước như Mỹ áp đặt hạn ngạch nhằm xoa dịu một số lực lượng trong nước. Điều đáng quan tâm hơn là do lo ngại trước tình trạng hạn chế này về thị trường của Việt Nam, nhiều nhà đầu tư nước ngoài có thể sẽ chuyển dịch hướng đầu tư sang nước khác, gây khó khăn hơn cho ngành dệt may Việt Nam.

*Nếu Việt Nam là thành viên WTO vào năm 2005*

Dù khả năng này có xảy ra, những thách thức vẫn còn lớn. Một mặt, các nước nhập khẩu dệt may sẽ áp dụng các biện pháp bảo vệ phi hạn ngạch. Tại thị trường Mỹ, đó là Luật về Thuế quan, Hải quan, Hạn ngạch, Luật Chống bán phá giá và Thuế đối kháng, Luật Trách nhiệm sản phẩm, quy định về xuất xứ và nhãn mác hàng hóa và nhiều quy định mang tính kỹ thuật... Tại thị trường EU, đó là những quy định về thuế nhập khẩu, chính sách chống bán phá giá, Thuế tiêu thụ, Thuế giá trị gia tăng, giấy phép nhập khẩu... Còn tại Nhật Bản, tuy là thị trường phi hạn ngạch nhưng đây là một thị trường khó tính luôn có những đòi hỏi khắt khe về chất lượng sản phẩm, từ nguyên phụ liệu đến quy trình sản xuất đều phải tuân thủ nghiêm ngặt theo tiêu chuẩn chất lượng JIS (Japanese Industrial Standard) và một số điều luật tương tự trên. Mặt khác, Việt Nam sẽ phải đối mặt với 3 loại đối thủ chính. Đối thủ hàng đầu là các nước có vị trí địa lý gần các thị trường chính (chẳng hạn như các nước thuộc khu vực Trung và Nam Mỹ) sẽ được hưởng lợi trực tiếp, và ngay lập tức từ việc bỏ hạn ngạch dệt may do thị trường gần với thị trường lớn như Mỹ. Điều này đặc biệt quan trọng trong ngành dệt may do tính thời vụ ngắn của ngành. Ví dụ, tàu biển từ Mêxicô sang thị trường Mỹ chỉ mất hai ngày, trong khi từ châu Âu mất 28 ngày<sup>7</sup>. Đối thủ thứ hai là các nước ký kết FTA với các nước nhập khẩu dệt may lớn. Đối thủ thứ ba phải kể đến là hàng loạt nước có năng lực cạnh tranh cao, đặc biệt là Trung Quốc, Thái Lan, các nước Nam Á như Ấn Độ, Pakixtan, Xri-Lanca, Băng-Ladét. Thực tế khi Mỹ bỏ hạn ngạch đối với một số Cat may mặc gần đây, Trung Quốc đã tăng đáng kể lượng xuất khẩu sang thị trường này. Một số mặt hàng có thể mạnh đang xuất nhiều vào thị trường Mỹ cũng là mặt hàng của Trung Quốc đang bị áp chi phí hạn ngạch nhập khẩu vào Mỹ cao. Cụ thể Cat 334/335, 634/635 chi phí lên tới 42USD/tá; 336 là 36 USD/tá; 347/348 là 47USD/tá; cho nên, khi chế độ hạn ngạch được dỡ bỏ năm 2005, xuất khẩu các mặt hàng này của Trung Quốc vào Mỹ sẽ tăng rất mạnh, cạnh tranh trực tiếp với hàng của Việt Nam<sup>8</sup>.

## 2. Các giải pháp cho ngành dệt may Việt Nam

### 2.1. Nhóm giải pháp về nguồn cung ứng

#### 2.1.1. Thiết bị sản xuất và nguyên phụ liệu cho ngành dệt may

Trước mắt, nên đầu tư trọng điểm cho ngành dệt để có những dây chuyền thiết bị với công nghệ sản xuất hiện đại, tạo ra sản phẩm hoàn chỉnh có chất lượng tốt, giá thành hạ, đủ khả năng cạnh tranh, cung cấp cho ngành may. Phần đầu đến năm 2010, ngành dệt có thể cung cấp 60-70% nguyên liệu cho ngành may, chủ động được nguyên, phụ liệu, mà cụ thể là đẩy mạnh chương trình tăng tốc của ngành theo QĐ 55 của Thủ tướng Chính phủ. Đối với thiết bị sản xuất, biện pháp trước mắt là ngành dệt may Việt Nam phải làm tốt công tác nhập khẩu thiết bị phụ tùng sản xuất trong ngành, đặc biệt là công tác kiểm định hàng nhập khẩu, thẩm định chất lượng công nghệ để có thể nhập được những thiết bị phù hợp với yêu cầu của công cuộc đổi mới trong ngành, tránh tình trạng biến Việt Nam thành bãi rác công nghệ của thế giới. Đối với nguồn nguyên phụ liệu, hiện nay, phần lớn nguyên, phụ liệu cho ngành dệt may Việt Nam như: bông, tơ, sợi tổng hợp, hóa chất, thuốc nhuộm... vẫn phải nhập khẩu. Điều này là không thỏa đáng. Việt Nam có điều kiện khí hậu thuận lợi nên hoàn toàn có thể phát triển vùng nguyên liệu bông. Để làm được điều này, Chính phủ cần có chính sách hỗ trợ người trồng bông, góp phần đảm bảo ngành dệt phát triển. Cụ thể, đầu tư để giải quyết vấn đề khoa học kỹ thuật như xác định mùa vụ thích hợp, tạo được các giống lai có năng suất cao, phẩm chất tốt đưa vào sản xuất, xây dựng phương thức tổ chức sản xuất; làm dịch vụ kỹ thuật đầu tư vật tư, bao tiêu sản phẩm ngay từ đầu vụ để người nông dân an tâm sản xuất; xây dựng các cơ sở chế biến bông tại các vùng trồng bông với công nghệ hiện đại, đáp ứng công suất chế biến, nâng cao chất lượng bông xơ.

7. Báo Tuổi trẻ, ngày 3-1-2004.

8. Bản tin Thông tin thương mại, Bộ Thương mại, ngày 1-3-2004.

Ngoài ra, nên đầu tư xây dựng một số nhà máy sản xuất tơ sợi tổng hợp, sản xuất hóa chất, thuốc nhuộm, chất phụ trợ nhằm thay thế một phần nguyên, phụ liệu đang phải nhập khẩu để phục vụ ngành dệt may Việt Nam. Trong khi còn phải nhập khẩu nguyên liệu như hiện nay, để chủ động, cần thành lập các kho ngoại quan để các nhà cung cấp nguyên liệu nước ngoài dự trữ hàng có thể cung cấp kịp thời nguyên liệu sản xuất cho các doanh nghiệp may khi ký kết được hợp đồng sản xuất, bảo đảm tiến độ giao hàng. Đồng thời, cần xây dựng trung tâm nguyên, phụ liệu ở Hà Nội, Đà Nẵng và thành phố Hồ Chí Minh nhằm tạo sự chủ động về nguồn nguyên, vật liệu, đáp ứng nhu cầu cho các doanh nghiệp may trong cả nước. Các dự án đầu tư này cần được nghiên cứu, quy hoạch một cách tổng thể trong sự phát triển chung của các ngành công nghiệp khác, của nông thôn và miền núi và hoàn thiện áp dụng các luật về môi trường sinh thái.

Nguyên liệu cho ngành may là sản phẩm của ngành dệt, “may là lối ra cho dệt”. Với mục tiêu phát triển toàn ngành, ngành dệt Việt Nam phải tăng cường đầu tư sản xuất để đuổi kịp ngành may. Tới năm 2005, Việt Nam phải tập trung đầu tư nhằm thay thế hết các loại máy dệt thoi cổ điển. Bên cạnh đó, cần tập trung vào lĩnh vực sản phẩm dệt kim đang được ưu chuộng. Ngành dệt may Việt Nam cũng phải chú ý đến phát triển ngành in hoa, nhuộm và hoàn tất, vì đây là công đoạn khó làm chủ nhất và quyết định nhiều nhất đến chất lượng và ngoại quan của vải.

### 2.1.2. Nguồn vốn

Trong chiến lược tăng tốc cho ngành dệt may cần có một số giải pháp rất lớn về vốn, nguồn nhân lực, đầu tư công nghệ, trong đó giải pháp về vốn được xem là quan trọng bậc nhất. Để triển khai thực hiện chương trình này, ngành dệt may cần phải huy động một lượng vốn khoảng 35000 tỷ đồng đến hết năm 2005, và 30.000 tỷ đồng cho giai đoạn 2006 - 2010<sup>9</sup>. Đây là một bài toán mà ngành dệt may trong nước đang gấp rút tìm phương án giải quyết, vì có như vậy, việc nâng cao năng lực cạnh tranh mới thực hiện được.

Để huy động được nguồn vốn, trước tiên các công ty trong ngành dệt may phải thay đổi mô hình quản lý, tận dụng những cơ sở vật chất sẵn có như: các tài sản không dùng đến thông qua việc khấu hao cơ bản, huy động vốn từ cán bộ công nhân viên trong ngành. Có thể nói, thực hiện cổ phần hóa và đẩy mạnh tiến độ cổ phần hóa là giải pháp cơ bản nhằm thu hút vốn đầu tư trong nước.

Bên cạnh đó, cần phải thu hút vốn đầu tư nước ngoài thông qua các hình thức liên doanh, cổ phần, nhằm tận dụng nhà xưởng cơ sở hạ tầng sẵn có, đầu tư chiều sâu và đồng bộ hóa dây chuyền sản xuất hiện có của các doanh nghiệp Việt Nam. Khuyến khích các nhà đầu tư nước ngoài đầu tư vào ngành dệt may nhưng đầu tư không trực tiếp, mà thông qua chứng khoán, vì làm như vậy buộc các doanh nghiệp ngành dệt may hoạt động có hiệu quả hơn. Đồng thời, đối với các đối tác nước ngoài, yêu cầu họ phải từng bước chuyển giao công nghệ cho ngành dệt may.

### 2.1.3. Nguồn nhân lực

Theo Michael Porter, lợi thế cạnh tranh của một ngành công nghiệp “là khả năng sáng tạo và đổi mới của ngành đó”. Theo quan niệm này, ngành nào có khả năng đổi mới và sáng tạo lớn thì ngành đó có khả năng cạnh tranh cao. Hơn nữa, để có khả năng cạnh tranh cao, các ngành không chỉ cần những nguồn lực phát triển có tính chất truyền thống như nguồn đất đai sẵn có, nguồn nhân lực cơ bắp, mà phải là những nguồn lực tiên tiến và tinh hoa như đội ngũ chuyên gia đầu ngành, đội ngũ các nhà khoa học và công nhân có tay nghề kỹ thuật cao... mà cả sự phân bổ hợp lý các nguồn lực vào các ngành. Nguồn lực tinh hoa không phải có sẵn, mà phải được xây dựng thông qua một hệ thống đào tạo đạt trình độ phát triển cao và có chất lượng cao. Trong ngành dệt may, vấn đề điều hành và phát triển nguồn nhân lực cũng cần phải được quan tâm đặc biệt theo hướng sau:

*Thứ nhất*, cần củng cố các trường, trung tâm đào tạo nhằm nâng cao hiệu quả đào tạo kể cả thuê các chuyên gia nước ngoài, để đáp ứng nhu cầu tăng vọt về cán bộ quản lý và cán

bộ kỹ thuật trong thời gian tới. Tăng cường đào tạo, bồi dưỡng các nhà thiết kế mẫu theo hướng mở các lớp tập huấn, mời các chuyên gia trong và ngoài nước giảng dạy và gửi đi đào tạo chính quy ở nước ngoài để có các nhà thiết kế mẫu chuyên nghiệp có đủ trình độ, năng lực đáp ứng cho nhu cầu sản xuất hàng xuất khẩu. Đồng thời, tăng cường đầu tư cho các trường đào tạo công nhân ngành may, chú trọng đào tạo theo hướng tiêu chuẩn hóa các thao tác để nâng cao kỹ năng và hiệu suất sử dụng thiết bị của công nhân, để công nhân may Việt Nam có trình độ và năng suất lao động ngang tầm với các nước trong khu vực.

*Thứ hai*, huy động nguồn nhân lực từ các doanh nghiệp sản xuất kinh doanh tốt để bổ sung cho các doanh nghiệp gặp khó khăn, hoặc thực hiện các dự án đầu tư mới sau khi qua khâu đào tạo ngắn hạn về quản lý hoặc kỹ thuật. Để huy động có hiệu quả, cần giải quyết tốt các chế độ phúc lợi xã hội, nhà ở, bảo hiểm và các chính sách tiền lương thỏa đáng để nâng cao năng suất lao động và đời sống của công nhân.

*Thứ ba*, để có thể tiếp nhận các công nghệ phù hợp, nhập các loại thiết bị tương thích thì việc củng cố các viện nghiên cứu và sử dụng các chuyên gia kỹ thuật chuyên ngành là rất cần thiết, kể cả việc thuê các chuyên gia nước ngoài nhằm bảo đảm cho các dự án đầu tư được triển khai thực hiện có hiệu quả. Đồng thời, thuê các nhà quản lý, các chuyên gia kỹ thuật nước ngoài nhằm giải quyết các khó khăn, hoặc điều hành các dự án mới.

*Thứ tư*, xây dựng cơ chế ứng xử, cả về tinh thần và vật chất (thực chất là nền văn hóa doanh nghiệp) nhằm thu hút mọi nguồn chất xám cho phát triển ngành dệt may. Khi xóa bỏ hạn ngạch hàng dệt may, có thể các nước phát triển sẽ có các quy định khắt khe hơn về môi trường, về lao động... Do đó, các doanh nghiệp không những cần áp dụng hệ thống tiêu chuẩn ISO - 9000, mà cần phải áp dụng ISO - 14000 và SA 8000 để sản phẩm của Việt Nam đủ tiêu chuẩn đứng vững và phát triển trên thị trường thế giới trong thời gian tới. Ngoài ra các doanh nghiệp dệt may còn có kế hoạch xây dựng hệ thống mạng thông tin điều

hành nhằm nâng cao hiệu quả của việc điều hành và quản lý doanh nghiệp.

### 2.2. Nhóm giải pháp về thị trường

#### 2.2.1. Thị trường nội địa

Với dân số 80 triệu người và thu nhập ngày càng tăng, thị trường trong nước là một thị trường hấp dẫn và đầy tiềm năng. Đó là lý do tại sao nhiều doanh nghiệp, trong đó có nhiều doanh nghiệp tư nhân đã tìm cách chiếm lĩnh thị trường trong nước, điển hình như Việt Tiến, Nhà Bè, Phương Đông, May 10, dệt Thái Tuấn, Phước Thịnh, Thế Hoà, các nhãn hiệu thời trang tư nhân như: Vera, Wow, Max, Nino. Tuy nhiên, hiện nay các doanh nghiệp còn phải đối phó tình trạng hàng nhập lậu và trốn thuế tràn lan trên thị trường (chiếm 25%). Để giải quyết tình trạng này, bên cạnh các biện pháp của Chính phủ thì bản thân các doanh nghiệp cũng phải nỗ lực giành lại khách hàng Việt Nam từ tay các đối thủ nước ngoài. Các doanh nghiệp dệt may Việt Nam phải tìm mọi cách nâng cao chất lượng và hạ giá thành sản phẩm. Hơn nữa, các doanh nghiệp cũng cần tăng cường công tác tiếp thị, tham gia hội chợ triển lãm, tạo mối liên kết bền chắc với các kênh phân phối nội địa là các đại lý, các nhà bán buôn, bán lẻ trên toàn quốc. Đặc biệt phải có biện pháp tác động vào tính dân tộc, tạo nên làn sóng "Người Việt dùng hàng Việt" trong xu hướng tiêu dùng của người Việt Nam hiện tại và trong tương lai.

#### 2.2.2. Thị trường nước ngoài

Bước đầu tiên là phải đánh giá lại nhu cầu về hàng dệt may Việt Nam tại các thị trường thông qua việc thiết lập hệ thống mạng xúc tiến thương mại đối với các thị trường trọng điểm như EU, Nhật Bản, Hoa Kỳ và các thị trường tiềm năng khác như Trung Đông, châu Phi. Để làm được việc này, Hiệp hội Dệt may, Tổng công ty Dệt may Việt Nam và các doanh nghiệp trong ngành cần tự mình đưa ra các cơ chế nhằm khai thác các kênh thương mại khác nhau hiện đang có mặt trên thị trường đó. Những kênh thương mại

phải đan xen lẫn nhau, nghĩa là cần phải thiết lập nhiều đầu mối tại một thị trường. Đồng thời, chú trọng thiết lập nhiều đầu mối trên sân nhà của mình. Đặc biệt, sử dụng các công ty luật của nước ngoài có mặt tại Việt Nam để làm tư vấn cho hoạt động xuất khẩu. Việc đánh giá nhu cầu của thị trường nhằm mục đích nhận định xem các nhu cầu này có ăn khớp với năng lực sản xuất của ngành hay không, bởi sự cân đối giữa cầu và cung sẽ cho phép ngành đạt mức khu biệt hóa sản phẩm (product differentiation)<sup>10</sup> cao nhất so với các đối thủ cạnh tranh.

Sau khi xác định được sự ăn khớp giữa cung và cầu, ngành phải quan tâm đến việc đáp ứng nhu cầu của thị trường ra sao, thậm chí, phải có biện pháp kích cầu trong tương lai theo hướng ngược lại “cung tạo ra cầu” thông qua mạng xúc tiến thương mại. Ngành dệt may Việt Nam cần khai thác triệt để các thông tin về khách hàng nhằm giải quyết khâu yếu nhất của ngành dệt may hiện nay là hiểu biết không đầy đủ về khách hàng. Đó là những thông tin về tiềm năng tăng trưởng, vị trí cấu trúc của khách hàng và các khoản chi phí phải bỏ ra để phục vụ khách hàng. Tiềm năng tăng trưởng của một thị trường liên quan đến các yếu tố nhân khẩu học và khả năng mua hàng. Tiềm năng tăng trưởng càng cao thì nhu cầu của họ đối với sản phẩm của ngành càng có khả năng tăng theo thời gian. Do đó, trong thời gian tới các doanh nghiệp cần có các giải pháp để thống lĩnh thị trường, cụ thể:

*a. Đối với các thị trường hạn ngạch*

Việt Nam cần có những biện pháp làm cho việc thực hiện hạn ngạch của các doanh nghiệp dệt may được thuận lợi. Ví dụ, việc phân bổ hạn ngạch hợp lý, giảm bớt các loại phí hạn ngạch, tăng cường việc cấp giấy phép xuất khẩu tự động cho các doanh nghiệp, cần xúc tiến các cuộc đàm phán, thương thuyết thương mại, mở rộng quan hệ ngoại giao với các nước thuộc những thị trường có hạn ngạch này để họ gia tăng hạn ngạch đối với hàng dệt may Việt Nam, tăng cường xuất khẩu các mặt hàng phi hạn ngạch khác. Trong đó:

Với thị trường EU, các doanh nghiệp cần tăng cường phát huy tính chuyên môn hóa trong sản xuất là những mặt hàng có sức cạnh tranh khá lớn như: các loại gối, vỏ chăn và đồ jean, áp dụng công thức nhà sản xuất Việt Nam + nhà bán lẻ châu Âu thay vì nhà sản xuất Việt Nam + nhà sản xuất châu Âu nhằm giảm bớt khâu trung gian, tăng cường nhận thức hơn nữa về thị trường này. Đồng thời, phải tìm cách sử dụng được một cách tối đa lực lượng người Việt Nam ở EU để họ làm đầu mối cho mình. Hiện nay, tại 15 nước thành viên EU cũ<sup>9</sup> có khoảng chừng 70.000 người Việt Nam làm thương mại tại đây<sup>11</sup>; EU đã mở rộng thành 25 nước thành viên, tạo ra cơ hội lớn cho doanh nghiệp Việt Nam. Do đó, cần đưa hàng Việt Nam vào các chợ đầu mối, các hệ thống bán lẻ của người Việt Nam tại Ba Lan, Séc, Hungary... thay vì từ trước tới nay chợ của người Việt Nam lại lấy hàng Trung Quốc để bán. Ngoài ra, phải liên kết giữa các công ty ở Việt Nam với các công ty khai thác thị trường của nước ngoài để tạo được sự hợp tác thương mại hai bên cùng có lợi.

Với thị trường Mỹ, hiện đang là thị trường xuất khẩu lớn nhất của ngành dệt may Việt Nam, các doanh nghiệp cũng cần tìm đến làm ăn với các nhà phân phối chính thức, tập trung khai thác có hiệu quả nhất bằng cách tăng giá trị các mã hàng xuất khẩu có hạn ngạch, đồng thời tìm cách đẩy mạnh xuất khẩu các mặt hàng chưa bị khống chế hạn ngạch. Theo quy định của Mỹ, các sản phẩm dệt may được chia thành 167 mã hàng riêng lẻ, trong đó riêng hàng may mặc có tới 106 mã hàng. Trong số 38 mã hàng dệt may Việt Nam bị khống chế hạn ngạch, có tổng cộng 35 mã hàng may mặc (chiếm 33% tổng số mã hàng may mặc vào thị trường Mỹ). Như vậy, vẫn còn tới 129 mã hàng Việt Nam có thể xuất tự do vào thị trường Mỹ mà các doanh nghiệp có

10. Một hình thức cạnh tranh không bằng giá cả. Các nhà cung ứng cố gắng làm cho sản phẩm của họ khác với những sản phẩm cùng loại của các nhà cung ứng khác bằng cách cải tiến chất lượng, thay đổi quy cách, kiểu dáng, bao bì, thủ thuật thông tin quảng cáo...

11. Thời báo Kinh tế Việt Nam, tháng 4-2004.



thể tận dụng<sup>12</sup>. Tuy nhiên, đặc điểm của các Cat không bị khống chế hạn ngạch là các Cat thuộc nhóm ngụy, cạnh tranh cao về chất lượng và giá cả. Thực tiễn sau khi thực hiện Hiệp định dệt may của Trung Quốc và Campuchia với Mỹ cho thấy: có tới 60% kim ngạch xuất khẩu hàng dệt may của hai nước này vào thị trường Mỹ nằm ở các mã không bị khống chế hạn ngạch. Các doanh nghiệp dệt may Việt Nam hoàn toàn có thể làm được điều này qua sự chuyển đổi mã hàng sản xuất phù hợp bằng cách đàm phán và thương lượng với khách hàng để chuyển sang mã hàng không bị áp đặt hạn ngạch. Ví dụ Cat 345, (áo len cotton), Cat 645/646 (áo len sợi tổng hợp) chịu khống chế hạn ngạch chặt chẽ. Tuy nhiên, nếu thương lượng được với khách hàng để sử dụng sợi cotton pha len hoặc sợi acrylic pha len với tỷ lệ len từ 17% trở lên thì mặt hàng đó lại được xếp vào nhóm Cat 445/446 (áo len nam, nữ chất len) không chịu hạn ngạch.

### *b. Đối với thị trường phi hạn ngạch*

Ngành dệt may Việt Nam cần phải nâng cao chất lượng, nhưng không chỉ đơn thuần hiểu là chất lượng sản phẩm, mà cần phải hiểu theo một nghĩa bao quát hơn là chất lượng sản phẩm, chất lượng dịch vụ đi kèm, giá, yếu tố con người, các yếu tố đạo đức mà khách hàng quan tâm, hình ảnh đất nước, hình ảnh công ty bán hàng. Cụ thể, đối với thị trường Nhật Bản, các mặt hàng dệt kim, khăn bông, các loại quần kaki và áo sơ mi Việt Nam là những mặt hàng có sức cạnh tranh khá lớn.

Do vậy, nếu như ta áp dụng công thức: nguyên liệu, công nghệ Nhật Bản + lao động Việt Nam bằng cách phối hợp với các tập đoàn lớn của Nhật Bản, và tích cực khai thác chính sách Trung Quốc + 1 của Nhật Bản, chắc chắn chúng ta sẽ thành công. Các doanh nghiệp cần phải chủ động thay đổi cách tiếp cận để mở rộng thêm nguồn khách hàng. Ví dụ, Việt Nam có thể tăng cường chiếm lĩnh thị trường ở An Giang, để từ đó có thể đưa hàng dệt may sang thị trường Campuchia. Song song với việc phát triển sang thị trường Campuchia, thị trường Vân Nam, Côn Minh (Trung Quốc), các doanh nghiệp dệt may nên tìm cửa ngõ qua thị trường Lào, đông bắc Thái Lan để tạo

thành một tổng thể thị trường giúp Việt Nam có vị thế vững chắc ngay gần sân nhà.

Như vậy, theo phân tích ở trên, trong các thông tin cần tìm hiểu, các doanh nghiệp dệt may cần chú trọng tới chi phí phục vụ khách hàng. Điều này không chỉ liên quan đến việc lựa chọn thị trường có chi phí phục vụ thấp, mà còn liên quan đến những nỗ lực giảm các chi phí này như thế nào. Chi phí phục vụ khách hàng trên một sản phẩm có thể thay đổi tùy thuộc vào các yếu tố như: khối lượng đặt hàng trực tiếp so với bán qua kênh phân phối, thời hạn giao hàng và tính sẵn sàng của luồng đặt hàng cho mục đích kế hoạch và cung ứng, chi phí vận chuyển, chi phí bán hàng, yêu cầu riêng của khách hàng hoặc yêu cầu sửa đổi lại sản phẩm. Những chi phí này dễ bị việc phân bổ chi phí cố định che lấp hoặc chúng có ảnh hưởng rất lớn đến giá thành sản phẩm.

Trong xu hướng kinh doanh trên thế giới hiện nay, cuộc cạnh tranh về chất lượng sản phẩm dần dần lấn mạnh bên cạnh cuộc cạnh tranh về giá. Căn cứ vào việc phân tích rõ các dữ liệu về chi phí bán hàng, các doanh nghiệp Việt Nam cần chú ý các điểm sau:

*Thứ nhất*, nâng cao chất lượng hoạt động xúc tiến thương mại hơn nữa, tận dụng các thông tin từ các cơ quan đại diện, tận dụng tính linh hoạt và hiệu quả của các cơ quan đại diện Việt Nam tại nước ngoài. Tất cả nhằm tạo dựng uy tín cho các doanh nghiệp dệt may Việt Nam. Đồng thời, khai thông con đường buôn bán trực tiếp với các bạn hàng quốc tế.

*Thứ hai*, mỗi doanh nghiệp sản xuất kinh doanh hàng dệt may cần thiết kế mặt hàng với mẫu một phù hợp. Đặc biệt, mỗi đơn vị xây dựng phong cách, nhãn hiệu riêng và các bộ sưu tập theo từng mùa cho sản phẩm của mình. Việc này cần được tiến hành đồng thời với việc coi trọng công tác xây dựng, đăng ký nhãn mác, thương hiệu sản phẩm. Hơn thế nữa, cần trang bị đầy đủ các yếu tố để thực hiện xuất khẩu theo giá FOB, để dần dần thay thế các phương thức may gia công xuất

12. Bản tin Thông tin thương mại - Bộ Thương mại, ngày 19-4-2004.

khẩu. Quảng bá hoạt động của các doanh nghiệp dệt may Việt Nam trên thị trường thế giới thông qua việc sử dụng và khai thác tốt các phương tiện thông tin hiện đại như Internet, tiến hành kinh doanh qua mạng (e-commerce).

*Thứ ba*, tăng cường đầu tư ra nước ngoài, đặc biệt đầu tư vào thị trường Campuchia, để tận dụng lợi thế thị trường rộng lớn của một quốc gia thành viên WTO gần gũi về địa lý với Việt Nam, có nguồn nhân công dồi dào và rẻ, để tránh tình trạng bị động về thị trường trong trường hợp Việt Nam chưa gia nhập tổ chức WTO vào năm 2005.

*Thứ tư*, "phân tán rủi ro" theo nguyên tắc kinh doanh "không bỏ tất cả trứng vào một giỏ". Để tránh quá tập trung vào một số ít các thị trường, ngành dệt may cần có những biện pháp đa dạng hóa thị trường. Cụ thể là mở rộng tới các thị trường như: liên bang Nga, Đông Âu, Trung Cận Đông.

*Thứ năm*, trong bối cảnh hiện nay, việc kết hợp giữa các doanh nghiệp của chúng ta có nhu cầu xuất khẩu cũng như các doanh nghiệp của chúng ta có nhu cầu nhập khẩu trên cùng một khu vực thị trường nên là một vấn đề được ưu tiên, vì không phải ở mọi nước trên thế giới, những vấn đề thanh toán đối với hàng hóa xuất nhập khẩu đều được thực hiện dễ dàng. Do đó, việc đổi hàng hay việc thực hiện mẫu dịch tam giác có thể giúp các sản phẩm của chúng ta thâm nhập được thị trường.

*Thứ sáu*, phân tích xu hướng tiêu dùng trong tương lai của khách hàng, giúp nhận thức cơ hội cho ngành dệt may để tổ chức sản xuất hiệu quả hơn. Đặc biệt, các doanh nghiệp nên nhận thức rằng, thái độ thân thiện hơn với môi trường sẽ chi phối hành vi mua sắm trong tương lai của khách hàng, đặc biệt khách hàng của những nước phát triển, khiến họ ưa thích sản phẩm may mặc làm từ chất liệu thiên nhiên như lụa, vải lanh, sợi bông...

### **2.3. Chính sách khác của Chính phủ**

#### **2.3.1. Cải cách thủ tục hành chính**

Cải cách thủ tục hành chính, chấn chỉnh bộ máy hoạt động của các cơ quan quản lý góp

phần quản lý, sử dụng và khai thác hiệu quả nguồn vốn đầu tư. Hoàn thiện cơ chế quản lý xuất, nhập khẩu. Cụ thể, một mặt, cần đơn giản hóa các thủ tục nhập nguyên liệu, nhập mẫu hàng, nhập bản vẽ để việc thực hiện các hợp đồng gia công xuất khẩu của các doanh nghiệp đỡ mất thời gian và ít gặp những khó khăn trở ngại. Mặt khác, hợp lý hóa công tác cấp Giấy chứng nhận xuất xứ (Certificate of Origin - C/O). Chính phủ nên chuyển việc cấp C/O hàng dệt may về Bộ Thương mại để thực hiện chế độ một cửa, giảm chi phí hành chính cho doanh nghiệp và tăng cường công tác chống gian lận thương mại theo yêu cầu của EU, Mỹ.

#### **2.3.2. Các biện pháp về tài chính**

Để giải quyết vốn cho đầu tư của ngành dệt may, trong tình hình hiện nay, bên cạnh việc huy động tối đa nguồn lực của doanh nghiệp, Nhà nước cần có chính sách hỗ trợ vốn và tạo điều kiện cho doanh nghiệp vay vốn ngoài xã hội.

*Thứ nhất*, trong chính sách hỗ trợ vốn, đối với các dự án vốn nhỏ và có hiệu quả, thời gian thu hồi vốn nhanh, Chính phủ nên tạo điều kiện hỗ trợ để các doanh nghiệp dệt may phát hành cổ phiếu và thuê tài chính. Đối với dự án vốn lớn, hiệu quả kinh doanh còn thấp, thời gian huy động vốn dài, Chính phủ cần bố trí nguồn vốn tín dụng ưu đãi có thời gian trả nợ từ 5 đến 10 năm với lãi suất thấp, hoặc cho doanh nghiệp sử dụng nguồn vốn ODA của các nước có thời gian thu hồi vốn dài, lãi suất thấp. Ngoài ra, Chính phủ cần hỗ trợ vốn từ ngân sách đối với các dự án đầu tư cơ sở hạ tầng, cơ sở các khu công nghiệp, công tác nghiên cứu và đào tạo, các dự án môi trường. Đồng thời bổ sung vốn lưu động cho các doanh nghiệp mới đi vào hoạt động dưới các hình thức cấp vốn; bởi hiện nay, nguồn vốn của các doanh nghiệp còn hạn hẹp, chủ yếu sử dụng vốn vay, chi phí sản xuất cao.

*Thứ hai*, trong chính sách thuế, Nhà nước cần điều chỉnh thuế VAT của các mặt hàng vải hiện nay từ 10% xuống 5% để khuyến khích doanh nghiệp đầu tư vào hai mặt hàng này, nhằm tạo nguồn nguyên liệu cho ngành

may làm hàng xuất khẩu. Ngoài ra, các loại thuế gián thu, thuế xuất, nhập khẩu phải được hoàn lại cho các doanh nghiệp dệt, khi các doanh nghiệp này cung cấp vải cho may xuất khẩu, kể cả cung cấp cho các doanh nghiệp liên doanh và 100% vốn nước ngoài để gia công xuất khẩu. Đồng thời, giảm thuế thu nhập doanh nghiệp có tỷ lệ xuất khẩu lớn xuống còn 23-25%.

### 2.3.3. Biện pháp hỗ trợ xuất, nhập khẩu

Trong thời gian tới, Chính phủ cần phải kiên trì đàm phán để tăng hạn ngạch giúp doanh nghiệp dệt may tăng kim ngạch xuất khẩu, tiếp cận thị trường, chuẩn bị cho thời kỳ hậu hạn ngạch. Nhà nước nên sử dụng cơ chế phân bổ hạn ngạch theo hướng thúc đẩy các doanh nghiệp tiến ra thị trường phi hạn ngạch. Hiện nay, tỷ lệ phân bổ hạn ngạch theo thành tích xuất khẩu vào thị trường phi hạn ngạch còn rất thấp, và cũng mới chỉ dành 5% hạn ngạch để thưởng cho các doanh nghiệp tham gia lớn và có hiệu quả vào thị trường phi hạn ngạch.

Chính phủ có chính sách giúp các doanh nghiệp vào thị trường nước ngoài, đặc biệt là Mỹ, do các doanh nghiệp bước đầu còn bỡ ngỡ, tốn kém trong chi phí giao dịch, tìm khách hàng, đơn hàng. Đồng thời, các thủ tục hải quan nên được đơn giản hóa để thông qua nhanh hàng xuất khẩu, giải phóng nhanh hàng nhập khẩu, giảm chi phí lưu kho và tạo điều kiện giao hàng đúng hạn.

Ngoài ra, cần nâng cao vai trò chủ đạo của tổng công ty trong hoạt động xuất nhập khẩu, phối hợp tốt giữa các doanh nghiệp dệt và doanh nghiệp may. Sử dụng vải sản xuất trong nước để tăng tỷ lệ nội địa hóa của sản phẩm xuất khẩu, đủ điều kiện được cấp C/O để hưởng chế độ ưu đãi thuế quan phổ cập (GSP). Đồng thời, tạo cơ chế thông thoáng để hiệp hội sẽ tiếp tục phản ánh nguyện vọng doanh nghiệp phối hợp với các cơ quan quản lý nhà nước để xây dựng môi trường kinh doanh thuận lợi cho ngành dệt may, bảo vệ quyền lợi cho các doanh nghiệp chống lại các rào cản trong khi xâm nhập thị trường quốc tế.

### 2.3.4. Biện pháp hỗ trợ đầu tư

Nhà nước cần đầu tư một số khu công nghiệp liên hoàn về ngành dệt may để hỗ trợ cho nhau và đạt hiệu quả kinh tế tối ưu, bao gồm: nhà máy kéo sợi, nhà máy dệt nhuộm, nhà máy sản xuất phụ liệu và thiết kế mẫu mốt... Thêm vào đó, những biện pháp hỗ trợ đầu tư cần được quan tâm như: miễn phí thẩm định dự án, hoàn thuế thu nhập doanh nghiệp cho những khoản lợi nhuận tái đầu tư. Trừ những hàng hóa cấm xuất khẩu, doanh nghiệp được miễn thuế xuất khẩu khi bán hàng cho doanh nghiệp chế xuất. Được thuê đất với giá thấp và được miễn giảm tối đa các loại thuế để đầu tư khi đáp ứng được một trong các điều kiện sau: hoặc là xuất khẩu từ 80% sản phẩm trở lên, hoặc là xuất khẩu từ 50% sản phẩm và sử dụng nhiều lao động, nguyên liệu, vật tư trong nước có giá trị từ 30% chi phí sản xuất trong nước trở lên. Ngoài ra, khi gặp khó khăn trong việc triển khai dự án (tạm ngừng xây dựng hoặc tạm ngừng hoạt động) được miễn giảm tiền thuê đất tương ứng với thời gian tạm ngừng.

### 2.3.5. Các biện pháp đẩy mạnh cạnh tranh lành mạnh

Hiện nay, ngành dệt may Việt Nam là một ngành kinh tế nhiều thành phần, bao gồm các doanh nghiệp nhà nước, các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài (100% vốn và liên doanh), các công ty trách nhiệm hữu hạn, các công ty cổ phần, công ty tư nhân, các tổ hợp, các hợp tác xã. Để đẩy mạnh cạnh tranh lành mạnh, ngành dệt may cần tăng cường khả năng phối hợp đầy đủ và đồng bộ giữa các đơn vị thành viên trong Tổng công ty Dệt may Việt Nam, xoá bỏ sự phân biệt đối xử với các doanh nghiệp ngoài quốc doanh, tạo điều kiện thuận lợi nhất cho các doanh nghiệp cùng phát triển và đổi mới các qui chế để hấp dẫn đầu tư nước ngoài, tạo nên môi trường cạnh tranh phong phú và đa dạng. Nhờ đó, các doanh nghiệp dệt may Việt Nam có thể học hỏi kinh nghiệm sản xuất, quản lý, cũng như thực hiện chuyển giao công nghệ với đối tác nước ngoài.

Có thể khẳng định, các nhóm giải pháp trên khó có thể bị phân tách và áp dụng một cách rời rạc, thiếu đồng bộ bởi tính liên hệ phổ biến của nhân tố bên trong và nhân tố bên ngoài, bởi mối quan hệ biện chứng giữa cung và cầu, và bởi nền kinh tế chỉ thực sự hoạt động có hiệu quả khi được chi phối bởi quy luật "Hai bàn tay"<sup>13</sup> (cơ chế thị trường và vai trò của chính phủ). Đây là tiền đề và là cơ sở cho sự phát triển bền vững của ngành dệt may Việt Nam.

Bước vào năm 2005, bên cạnh những thuận lợi được mở ra, khó khăn, thách thức và sức ép cạnh tranh ngày một lớn đối với ngành dệt may Việt Nam. Trong quá trình hội nhập kinh tế quốc tế, ngành dệt may Việt Nam phải nhanh chóng phân tích lại nội lực của mình và tìm cách vận dụng sáng tạo những bài học kinh nghiệm của các quốc gia khác, để từ đó xây dựng những bước đi đúng đắn trong việc phát triển và hội nhập có hiệu quả vào nền kinh tế thế giới. Yếu tố quan trọng nhất là yêu cầu các doanh nghiệp dệt may phát huy nội lực, tạo sức cạnh tranh thông qua việc mở rộng thị trường, song song với nâng cao chất lượng và hạ giá thành sản phẩm. Đây cũng chính là xu thế phát triển bền vững của ngành và cũng là cách thức duy nhất để ngành dệt may Việt Nam có thể vững bước vào một cuộc chơi không cân sức trên thị trường dệt may thế giới sau ngày 1-1-2005./.

### TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Đảng Cộng sản Việt Nam, Văn kiện Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ IX. Nxb. Chính trị quốc gia. H 2001.
2. Bộ Thương mại, Bộ Công nghiệp, Thông tin liên tịch số 08/2003/TTLT/BTM/BCN về việc hướng dẫn giao và thực hiện hạn ngạch hàng dệt may xuất khẩu sang EU, Canada và Thổ Nhĩ Kỳ năm 2004.

3. Chu Văn Cấp (Chủ biên), Nâng cao sức cạnh tranh của nền kinh tế nước ta trong quá trình hội nhập. Nxb. Chính trị quốc gia. H 2003.
4. Võ Đại Lộc (Chủ biên), Chính sách thương mại đầu tư và sự phát triển một số ngành công nghiệp chủ lực của Việt Nam. Nxb. Khoa học xã hội. H 1998.
5. Lê Thị Anh Vân, Đổi mới chính sách nhằm thúc đẩy xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam trong quá trình hội nhập kinh tế quốc tế. Nxb. Lao động. H 2003.
6. Tập thể tác giả, Thương mại quốc tế và phát triển thị trường xuất khẩu. Nxb. Thống kê. H 2002.
7. Tập thể tác giả, Việt Nam hội nhập kinh tế trong xu thế toàn cầu hóa-Vấn đề và giải pháp. Nxb. Chính trị quốc gia. H 2002.
8. Giáo trình Kinh tế học quốc tế. Nxb. Giáo dục. 1995.
9. Giáo trình Lý thuyết quản trị kinh doanh. Nxb. Khoa học và kỹ thuật. H 2001.
10. Giáo trình Marketing quốc tế. Nxb. Giáo dục. 1997.
11. Bản tin Kinh tế, ngày 2-4-2004.
12. Bản tin Thương mại - Chuyên ngành Dệt may, số 8-2004
13. Báo Công nghiệp và Thương mại, số 4+5-2004, số 6-2004.
14. Báo Đầu tư, số 5, 4-2004.
15. Báo Quốc tế, ngày 5-4-2004.
16. Báo Thương mại, số 3+4+5-2004, số 8-2004, số 10-2004.
17. Báo Tuổi trẻ, ngày 3-1-2004.
18. Tạp chí Châu Mỹ ngày nay, số 8-2001, số 8-2002, 10-2002, số 11-2003.
19. Tạp chí Kinh tế châu Á-Thái Bình Dương, số 1-2003.
20. Tạp chí Nghiên cứu châu Âu, số 5-1999, số 4-2003, số 6-2003, số 1-2004.
21. Tạp chí Nghiên cứu Kinh tế, số 270-2000, số 297-2003.
22. Tạp chí Những vấn đề kinh tế thế giới, số 3-2000, số 2-2002, số 2-2003, số 10-2003.
23. Paul A. Samuelson & William D. Nordhaus. Economics. Mc Graw, Inc.

---

13. Paul A. Samuel & William D. Nordhaus, Economics, tr 41