

# LỢI THẾ CẠNH TRANH XUẤT KHẨU HÀNG DỆT MAY VIỆT NAM TRONG BỐI CẢNH HỘI NHẬP KINH TẾ QUỐC TẾ

● PHAN THỊ MINH PHƯƠNG

## TÓM TẮT:

Trong 2 thập kỷ qua, sản phẩm Dệt May Việt Nam đã đạt được những kết quả khích lệ cả về quy mô và chất lượng sản phẩm. Đặc biệt trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế ngày một sâu rộng. Tuy vậy, việc nâng cao lợi thế cạnh tranh các sản phẩm Dệt May vẫn còn một số hạn chế. Bài viết nêu rõ vai trò và mục tiêu cũng như đề xuất giải pháp nhằm nâng cao lợi thế cạnh tranh xuất khẩu hàng dệt may Việt Nam trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế.

**Từ khóa:** Ngành xuất khẩu, ngành Dệt may, hội nhập kinh tế quốc tế.

## 1. Quan điểm và mục tiêu nâng cao lợi thế cạnh tranh của các sản phẩm dệt may Việt Nam trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế

### 1.1. Quan điểm

Sản phẩm dệt may là mặt hàng có vai trò quan trọng trong chiến lược xuất khẩu nói riêng và xây dựng, phát triển kinh tế - xã hội nói chung. Quan điểm chung là xây dựng ngành công nghiệp Dệt may trở thành một trong những ngành công nghiệp mũi nhọn, hướng về xuất khẩu và có khả năng đáp ứng nhu cầu tiêu dùng trong nước ngày càng cao; tạo nhiều việc làm cho xã hội; nâng cao khả năng cạnh tranh, hội nhập vững chắc vào nền kinh tế khu vực và thế giới; đảm bảo cho ngành Dệt may phát triển bền vững, hiệu quả trên cơ sở công nghệ hiện đại, hệ thống quản lý chất lượng, quản lý lao động, quản lý môi trường theo các chuẩn mực quốc tế; đến năm 2030, ngành Dệt may xây dựng được một số thương hiệu nổi tiếng. Theo đó, chiến lược

nâng cao năng lực cạnh tranh sản phẩm dệt may Việt Nam cần chú trọng vào những luận điểm sau:

*Một là*, phát triển sản phẩm dệt may theo hướng hiện đại, hiệu quả và bền vững; tập trung phát triển mạnh các sản phẩm công nghiệp hỗ trợ, sản xuất nguyên phụ liệu, hoàn thiện chuỗi giá trị sản phẩm dệt may.

*Hai là*, đẩy mạnh đa phương hóa, đa dạng hóa thị trường xuất khẩu, xây dựng chiến lược bán hàng ổn định, bền vững, trên cơ sở thiết lập hệ thống khách hàng thân thiết, hợp tác lâu dài.

*Ba là*, đào tạo, nâng cao chất lượng nhân lực của các doanh nghiệp may phù hợp với yêu cầu hội nhập khu vực và thế giới; phù hợp với nhu cầu phát triển của đất nước cũng như của các doanh nghiệp dệt may.

*Bốn là*, tập trung đầu tư chiều sâu và khai thác hiệu quả, ứng dụng thiết bị công nghệ hiện đại 4.0 theo hướng phát triển bền vững, thân thiện môi

trường và tiết kiệm năng lượng trong quá trình sản xuất hàng may mặc.

Năm là, xây dựng thương hiệu và bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ gắn liền với nâng cao hiệu quả thực thi, phát triển và khai thác hiệu quả giá trị sản phẩm dệt may Việt Nam cho sự phát triển và hội nhập kinh tế.

**1.2. Mục tiêu**

*- Mục tiêu tổng quát*

Nâng cao năng lực cạnh tranh sản phẩm Dệt May Việt Nam, góp phần phát triển ngành dệt may trở thành một trong những ngành công nghiệp trọng điểm, mũi nhọn về xuất khẩu; đạt mục tiêu năm trong 3 nước xuất khẩu dệt may hàng đầu trên thế giới, đáp ứng tối đa nhu cầu tiêu dùng trong nước.

*- Mục tiêu cụ thể*

Xuất phát từ chiến lược phát triển ngành công nghiệp dệt may Việt Nam, căn cứ vào mục tiêu nâng cao năng lực cạnh tranh sản phẩm dệt may và thực trạng phát triển hàng dệt may trong những năm qua. Bài viết đưa ra mục tiêu phát triển của sản phẩm may mặc năm 2020, định hướng 2030 như Bảng sau:

**Bảng: Các mục tiêu cụ thể sản phẩm của ngành Dệt may giai đoạn 2020- 2030**

Chỉ tiêu	ĐVT	Năm 2020	Năm 2030
1. Kim ngạch XK	Tỷ USD	36-38	64-67
Tỷ lệ XK so cả nước	%	13-14	9-10
2. Sử dụng lao động	1.000 ng	3.300	4.400
3. Sản phẩm chủ yếu			
- Bông xơ	1000 Tấn	15	30
- Xơ, sợi tổng hợp	1000 Tấn	700	1.500
- Sợi (kéo từ xơ cắt ngắn)	1000 Tấn	1.300	2.200
- Vải các loại	Tr. m <sup>2</sup>	2.000	4.500
- Sản phẩm may	Tr. SP	6.000	9.000
4. Tỷ lệ nội địa hóa	%	65	70

**2. Một số giải pháp chủ yếu nhằm nâng cao lợi thế cạnh tranh sản phẩm dệt may Việt Nam trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế**

Để nâng cao lợi thế cạnh tranh sản phẩm dệt may Việt Nam đến năm 2020 định hướng năm 2030, trên cơ sở định hướng chiến lược phát triển của ngành và tình hình thực tiễn thị trường trong và ngoài nước, bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế.

*- Nâng cao năng suất, hiệu quả sản xuất kinh doanh sản phẩm*

Doanh nghiệp cần chuyển dần từ sản xuất gia công CMT sang các hình thức sản xuất có hàm lượng giá trị gia tăng cao hơn, giảm chi phí để nâng cao năng lực cạnh tranh, giành thế chủ động cao hơn trong sản xuất, kinh doanh như gia công từng phần (OEM), mua nguyên liệu - sản xuất - bán thành phẩm (FOB) hoặc thiết kế - sản xuất - cung cấp sản phẩm và dịch vụ liên quan (ODM), tiến tới sản xuất sản phẩm với thương hiệu riêng (OBM). Đạt mục tiêu từ nay đến 2030 tăng tỉ lệ FOB từ 38% lên khoảng 50% và ODM từ 5% đến 10%.

Tái cơ cấu chất lượng và đẳng cấp sản phẩm, tăng tỉ lệ sản xuất hàng trung, cao cấp từ 10%

biện nay lên 25%, giữ tỉ lệ hàng trung bình khá là 30% và giảm tỉ lệ hàng chất lượng trung bình và thấp xuống dưới 30% vào năm 2030. Tập trung nhóm sản phẩm cao cấp dệt thoi như đồ vest nam, váy dạ hội, hay các sản phẩm dệt kim như quần áo nữ, đồ lót nữ.

*- Tăng cường xúc tiến thương mại, đa dạng hóa thị trường xuất khẩu*

Thay đổi lớn trong thương mại, chuỗi cung ứng, công cụ marketing đối với các sản phẩm xuất khẩu may mặc thông qua các trang thương mại trực tuyến tại các thị trường xuất khẩu dệt may như Amazon được xem là nhà bán lẻ trực tuyến lớn nhất Hoa Kỳ; qua các siêu thị nhiều chi nhánh của Walmart đã xuất hiện khắp nơi, như: Nhật Bản, Mexico, Nam Phi, Trung Quốc, Ấn Độ, Đức, Anh... Hoặc Alibaba là một tập đoàn thương mại điện tử hàng đầu Trung Quốc. Hiện nay, cả hai tập đoàn Amazone và Alibaba đã có mặt tại

thị trường Việt Nam. Tổng công ty May 10 là một trong những đơn vị đi đầu trong công tác phân phối sản phẩm thông qua thương mại trực tuyến.

*- Đào tạo nhân lực dệt may chất lượng cao*

Đa phần các doanh nghiệp May Việt Nam ở quy mô nhỏ và vừa, việc xác định chiến lược đầu tư và nguồn nhân lực cần phối hợp chặt chẽ với các cơ sở đào tạo để đảm bảo phù hợp với yêu cầu hoạt động thực tiễn của doanh nghiệp. Các mã ngành đào tạo về công nghệ may, thiết kế thời trang các bậc từ cao đẳng đến sau đại học cần được chú trọng tăng cường tại các trường, cơ sở đào tạo bởi đây là khâu giá trị cao nhất trong chuỗi giá trị sản phẩm dệt may. Trong khi đó, các doanh nghiệp dệt may cũng cần chủ động phối hợp với các trường mở các lớp tập huấn ngay tại các doanh nghiệp về văn hóa, thái độ, kỹ năng làm việc thực tiễn. Bên cạnh đó, các doanh nghiệp dệt may có thể đặt hàng các cơ sở đào tạo thông qua các chương trình học bổng bán phần, toàn phần,... tùy vào yêu cầu, mục đích sử dụng nhân sự của doanh nghiệp và quy mô, chất lượng cơ sở đào tạo.

Xây dựng mô hình doanh nghiệp May loại vừa trong các cơ sở đào tạo nhân lực dệt may. Rõ ràng với đặc thù của ngành kỹ thuật May, việc thực hành thường xuyên không chỉ giúp doanh nghiệp, nhà trường nâng cao chất lượng nhân lực đào tạo mà còn hỗ trợ cho các bạn sinh viên có thêm nguồn thu nhập để trang trải trong quá trình học tập. Trường Đại học Công nghiệp Dệt May Hà Nội tại Gia Lâm, Hà Nội đã ứng dụng mô hình này với một doanh nghiệp May khoảng 500 lao động và đạt được những kết quả khả quan thời gian qua.

*- Phát triển công nghiệp phụ trợ dệt may Việt Nam bền vững*

Quy hoạch phát triển nguyên liệu thương mại nguồn gốc với sản xuất trồng bông tập trung ở các địa phương có điều kiện tự nhiên thuận lợi cho cây bông, theo hướng sản xuất trên diện tích, quy mô lớn hàng nghìn ha phát huy hiệu quả của sản xuất hàng hóa, như: Gia Lai, Đắk Lắk, Đắk Nông, Quảng Nam, Ninh Thuận, Bình Thuận.

Ứng dụng tiến bộ khoa học kỹ thuật và công nghệ thông tin vào quá trình sản xuất Bông phù hợp với điều kiện thời tiết và thổ nhưỡng của Việt Nam. Tất cả quy trình đều được thực hiện tự động hóa thông qua bảng điều khiển điện tử thông

minh điều tiết các van đóng mở theo quy trình nghiêm ngặt. Hiện nay, từ khâu canh tác cho đến thu hoạch, bảo quản sản phẩm của Bông đều được ứng dụng công nghệ thông tin qua đó khiến cho việc quản lý, khai thác hết sức thuận lợi. Đơn cử, với cánh đồng bông hàng nghìn hecta, người nông dân chỉ cần máy tính bảng thông qua phần mềm kết nối với các thiết bị định vị, cảm ứng là có thể Lập được kế hoạch canh tác, loại giống Bông nào, sử dụng lượng nước bao nhiêu, phân bón như thế nào, chất lượng phân tích mẫu đất ra sao, tưới bao nhiêu là vừa,...

*Sản xuất thông minh với công nghệ số 4.0*

Doanh nghiệp cần nắm bắt tốt với tốc độ phát triển của cuộc cách mạng 4.0, thích nghi việc ứng dụng công nghệ số và tự động hóa trong quy trình sản xuất, tiêu hao ít nhiên liệu (điện hơi nước), đặt nền tảng cho việc phát triển nhanh và bền vững sản phẩm dệt may. Việc ứng dụng công nghệ hiện đại cần thực hiện theo lộ trình thích hợp, đảm bảo cân đối các nguồn lực về tài chính, nhân lực... tránh việc khai thác không hiệu quả trở thành bãi rác công nghiệp.

*- Nâng tầm thương hiệu sản phẩm Dệt May Việt Nam*

Tăng cường các nguồn lực về nhân lực và tài lực, công nghệ cho quảng bá xây dựng và phát triển thương hiệu phải chiếm ít nhất 10% doanh thu thay vì chỉ dưới 1% như các doanh nghiệp Việt Nam đang thực hiện. Chú trọng cho khâu thiết kế thời trang, đưa ra những kiểu cách, mẫu mã sản phẩm mới và những chất liệu mới đáp ứng sự thay đổi thị hiếu của các loại đối tượng khách hàng khác nhau ở những thị trường khác nhau. Tham dự show diễn thời trang trong và nước ngoài tạo để trao đổi, học hỏi kinh nghiệm, hình thành, định hướng nhân quan tối về xu thế thời trang trên thế giới.

Đẩy mạnh phương thức khai thác thương mại các hoạt động như chuyển giao quyền sử dụng (li-xăng), chuyển nhượng quyền sở hữu, nhượng quyền thương mại (franchising), góp vốn bằng quyền sở hữu trí tuệ... đối với các sản phẩm Dệt May Việt Nam. Hiện nay, các hãng thời trang bình dân có tiếng thế giới như Zara, Massimo Dutti, Pull&Bear của Tây Ban Nha, H&M của Thụy Điển, GAP... đã xâm nhập thị trường Việt Nam, là những cơ hội các doanh nghiệp Dệt may nắm bắt và hợp tác ■

**TÀI LIỆU THAM KHẢO:**

1. Báo Công Thương (2016). Nỗ lực giành lại thị trường nội địa | Trực tuyến | Địa chỉ: Nguồn: <http://baocongthuong.com.vn/no-luc-gianh-lai-thi-truong-noi-dia-81623.html> [Truy cập 1/02/2017]
2. Bộ Chính trị (2011), *Nghị quyết số 07-NQ/TW ngày 27/11/2001 Bộ Chính trị khóa IX "về hội nhập kinh tế quốc tế"*, Hà Nội.
3. Bộ Chính trị (2013), *Nghị quyết số 22-NQ/TW ngày 10/4/2013 của Bộ Chính trị về hội nhập quốc tế*, Hà Nội.
4. Bộ Công Thương (2008), *Quyết định số 36/2008/QĐ-TTG ngày 14/3/2008 của Thủ tướng ngày Chính phủ: Phê duyệt Chiến lược phát triển ngành công nghiệp Dệt May Việt Nam đến năm 2015, định hướng đến năm 2020*, Hà Nội.
5. Bộ Công Thương (2008), *Quyết định số 39/2008/QĐ-BCT ngày 23/10/2008 của Bộ trưởng Bộ Công Thương về việc phê duyệt chương trình đào tạo nguồn nhân lực cho ngành dệt may Việt Nam đến năm 2015, tầm nhìn đến năm 2020*, Hà Nội

Ngày nhận bài: 15/6/2020

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 26/6/2020

Ngày chấp nhận đăng bài: 6/7/2020

*Thông tin tác giả*

**ThS. PHAN THỊ MINH PHƯƠNG**

Khoa Quản trị kinh doanh

Trường Đại học Kinh tế - Kỹ thuật công nghiệp

**THE COMPETITIVE ADVANTAGE  
OF VIETNAM'S EXPORT TEXTILE AND APPAREL  
PRODUCTS IN THE CONTEXT OF THE COUNTRY'S  
INTERNATIONAL ECONOMIC INTEGRATION**

● Master. **PHAN THI MAI HUONG**

Faculty of Business Administration

University of Economics - Technology for Industries

**ABSTRACT:**

Over the past two decades, Vietnam's textile and apparel industry have achieved encouraging results in terms of the size of manufacturing and the product variety. Especially, the country's textile and apparel industry has further integrated into the international economy amid the country's international economic integration process. However, it is still difficult for the country's textile and apparel industry to improve its competitive advantages. This article presents the role and the objectives, and proposes solutions for enhancing the competitive advantages of Vietnam's export textile and apparel products in the context of the country's international economic integration process.

**Keywords:** Export industry, textile industry, international economic integration