

# ẢNH HƯỞNG CỦA ĐẠI DỊCH COVID-19 ĐẾN NGÀNH MAY: CÁCH TIẾP CẬN TỪ SỰ THAM GIA VÀO CHUỖI GIÁ TRỊ MAY TOÀN CẦU

● VÔ THỊ QUỲNH NGA

## TÓM TẮT:

Ngành May là ngành có tính chất toàn cầu thể hiện nổi trội nhất khi mà toàn bộ các hoạt động tạo giá trị cho sản phẩm may mặc trải rộng trên nhiều quốc gia, châu lục, do đó khi có những biến động từ phía môi trường toàn cầu như đại dịch Covid-19 sẽ chịu ảnh hưởng rất lớn. Vì vậy, bài báo sử dụng cách tiếp cận chuỗi giá trị may toàn cầu để phân tích ảnh hưởng của đại dịch Covid-19 đến ngành May thế giới dựa trên các dữ liệu thứ cấp từ nhiều nguồn, từ đó chỉ ra các bài học lý luận và thực tiễn về việc tham gia vào chuỗi giá trị may toàn cầu.

**Từ khóa:** Đại dịch Covid-19, ngành may, chuỗi giá trị may toàn cầu.

## 1. Đặt vấn đề

Bất cứ sản phẩm hay dịch vụ nào cũng được tạo ra từ nhiều hoạt động chức năng liên kết chặt chẽ với nhau, trong đó có những hoạt động chức năng gắn với những kết quả hữu hình, còn một số hoạt động chức năng khác lại tạo ra các kết quả vô hình mà thường được gọi là dịch vụ. Tập hợp các hoạt động này được đưa vào khái niệm chuỗi giá trị. Khái niệm chuỗi giá trị cho phép tất cả các doanh nghiệp (DN) có được cái nhìn hệ thống về tất cả các hoạt động then chốt trong việc tạo giá trị cho khách hàng cuối cùng lẫn DN hoạt động trên phạm vi toàn cầu.

May mặc nằm trong nhóm ngành có tính chất toàn cầu thể hiện nổi trội nhất trong nền kinh tế

thế giới và có mức độ trải rộng ở nhiều quốc gia, khu vực và lục địa. Nói cách khác, chuỗi giá trị sản phẩm may ngày càng mang tính toàn cầu. Theo đó, xuất phát từ tính chất thâm dụng lao động của hoạt động sản xuất hàng may mà việc toàn cầu hóa chuỗi giá trị may đem lại lợi ích cho nhiều quốc gia, doanh nghiệp như: tạo công ăn việc làm cho các nước có nguồn lao động dồi dào, giá rẻ và giảm chi phí sản phẩm hoàn chỉnh cho các thị trường tiêu thụ. Tuy nhiên, khi tính chất toàn cầu càng lớn thì bất cứ biến động nào trong chuỗi cũng sẽ có thể ảnh hưởng sâu rộng đến nhiều doanh nghiệp may.

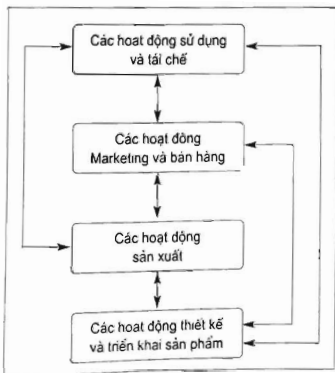
Đại dịch Covid-19 đã tạo ra sự biến động lớn trên thế giới, trong đó có môi trường kinh doanh

của ngành may toàn cầu. Quy mô lây lan và mức độ tổn thất về sinh mạng của đại dịch này đã làm tê liệt hoạt động giao thương giữa các quốc gia, sự kiệt nhu cầu tại các thị trường lớn, gián đoạn các hoạt động cung ứng đầu vào... và sự liên kết chặt chẽ giữa các mắt xích trong chuỗi giá trị may toàn cầu đã bị phá vỡ. Thiệt hại của các bên tham gia là điều không thể tránh khỏi. Do vậy, bài báo phân tích sự ảnh hưởng của đại dịch Covid đến ngành May thế giới theo cách tiếp cận chuỗi giá trị may toàn cầu, nhằm tìm ra nguyên nhân ngành May chịu ảnh hưởng nặng nề từ dịch Covid-19, từ đó rút ra một số bài học về lý luận và thực tiễn về việc tham gia vào chuỗi giá trị toàn cầu.

## 2. Chuỗi giá trị may toàn cầu

Chuỗi giá trị là một khái niệm học thuật được đưa ra đầu tiên bởi Porter và sau đó nhanh chóng thu hút được sự chú ý của nhiều nhà nghiên cứu và các nhà quản trị. Hiểu một cách khái quát, chuỗi giá trị là tập hợp các hoạt động tạo giá trị cho một sản phẩm và dịch vụ hoàn chỉnh [14]. Nhìn chung, các hoạt động tạo giá trị bao gồm 4 nhóm: thiết kế và triển khai sản phẩm, các hoạt động sản xuất, các hoạt động marketing và bán hàng, các hoạt động sử dụng và tái chế. Cụ thể như sau: (Hình 1)

Hình 1: Chuỗi giá trị cơ bản (18)

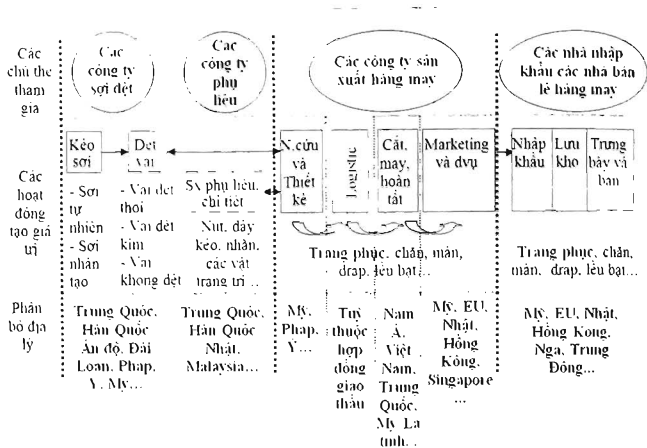


Một cách tổng quát, các hoạt động làm gia tăng giá trị của sản phẩm may bao gồm: 1) Nghiên cứu và phát triển sản phẩm, 2) Thiết kế, 3) Sản xuất (Cắt-May-Trang trí/hoàn tất), 4) Logistic (mua nguyên vật liệu và phân phối), 5) Marketing và tạo thương hiệu, 6) Dịch vụ [10]. Sáu giai đoạn cơ bản này đóng góp khác nhau vào sự gia tăng giá trị của sản phẩm may. Nếu mở rộng quan sát về phía trước, chuỗi giá trị may được nối kết với chuỗi giá trị dệt và phụ liệu may. Mở rộng quan sát về phía sau, chuỗi giá trị may được kéo dài bởi chuỗi giá trị của những nhà phân phối sản phẩm may chuyên nghiệp. Trong xu hướng toàn cầu hóa các hoạt động kinh tế, được hậu thuẫn bởi các đặc điểm riêng có của các hoạt động sản xuất kinh doanh hàng may, chuỗi giá trị sản phẩm may không còn bó hẹp ở phạm vi địa phương hay quốc gia mà giờ đây đã trở nên toàn cầu. (Hình 2)

Trong khi thị trường nhập khẩu hàng may không có nhiều thay đổi: Mỹ và EU vẫn là các thị trường nhập khẩu lớn nhất thế giới thì ở khâu sản xuất - xuất khẩu hàng may lại có sự dịch chuyển địa lý khá rõ nét. Nếu như cách đây 15 - 20 năm, Mỹ, các nước Mỹ La tinh, Thái Lan, Đài Loan, Trung Quốc là những nước xuất khẩu hàng may hàng đầu thì trong khoảng 10 năm trở lại, các nước Nam Á (Ấn độ, Bangladesh, Pakistan, Sri Lanka) và một số nước Đông Nam Á như Việt Nam, Campuchia, Indonesia, Myanmar đã đứng vào nhóm các nước xuất khẩu hàng may hàng đầu thế giới bên cạnh vị trí ổn định của Trung Quốc [3]. Theo số liệu thống kê của WTO, Bangladesh và Việt Nam nằm trong 4 nhà xuất khẩu quần áo lớn nhất thế giới, chiếm lần lượt 6,7% và 5,7% thị phần [12].

Theo Frederick (trích trong 6, tr. 16), các hoạt động khác nhau trong chuỗi giá trị có khả năng tạo giá trị gia tăng khác nhau, các hoạt động vô hình trong chuỗi thường tạo giá trị gia tăng nhiều hơn các hoạt động hữu hình. Song hành với mức độ tạo giá trị là quyền lực trong chuỗi. Bảng 1 sẽ trình bày tóm tắt đặc trưng của các mắt xích trong chuỗi.

Hình 2: Chuỗi giá trị may toàn cầu



Nguồn: Điều chỉnh dựa trên mô hình của Gereffi, Frederick và Fernandez-Stark [6]

Bảng 1. Đặc trưng của các mắt xích trong chuỗi giá trị may

Mắt xích	Nguồn lực thâm dụng	Mức giá trị, tỷ lệ hoàn vốn	Quyền lực trên chuỗi
Nghiên cứu	Công nghệ, trí thức	Cao	Cao
Thiết kế	Thông tin và văn hóa	Cao	Cao
May	Nhân công	Rất thấp	Thấp
Logistics	Vốn và công nghệ	Trung bình	Trung bình
Marketing và thương hiệu	Thị trường	Rất cao	Cao và quyết định

Nguồn: Đoàn Gia Dũng, Võ Thị Quỳnh Nga [2]

Chuỗi giá trị may toàn cầu thường khởi đầu và vận hành khi các nhà bán lẻ cho các thương hiệu đã đứng vững trên thị trường - mà chủ yếu là ở EU, Bắc Mỹ, Nhật - nghiên cứu đưa ra các thiết kế mới (bao gồm cả kiểu dáng và chất liệu) cho mùa tới. Dù đã có các thương hiệu nổi tiếng và hệ thống bán lẻ chuyên nghiệp, góp phần tạo ra

và thúc đẩy một lượng cầu khá lớn nhưng các nhà bán lẻ này lại không thể tổ chức một hệ thống sản xuất có thể đáp ứng nhu cầu tại thị trường của mình về mặt chi phí do bị chi phối bởi Hiệp định Đa sợi (MFA). Vì vậy, họ phải outsourcing phần sản xuất sản phẩm cho các nhà sản xuất như một giải pháp giảm thiểu chi phí sản phẩm.

Với lĩnh vực may trang phục, đổi mới trong chuỗi chủ yếu diễn ra ở khâu thiết kế và marketing hơn là khâu sản xuất. Vì vậy, các công ty giữ vai trò lãnh đạo trong chuỗi thường outsourcing phần sản xuất, giữ lại các hoạt động tạo nên quyền lực cho mình là các hoạt động thiết kế và marketing. Vì vậy, chuỗi giá trị may toàn cầu có đặc tính là chuỗi giá trị do người mua chi phối.

### 3. Sự ảnh hưởng của đại dịch Covid-19 đến ngành May toàn cầu - Nhìn từ góc độ chuỗi giá trị may toàn cầu

Đại dịch Covid-19 được ghi nhận xuất hiện tại Vũ Hán, Trung Quốc vào khoảng tháng 12/2019. Đến ngày 11/3/2020, WHO chính thức tuyên bố sự bùng phát của dịch viêm đường hô hấp cấp (Covid-19) do chủng mới của virus Corona (SARS-CoV-2) gây ra là đại dịch toàn cầu. Tính đến ngày 22/4/2020, dịch đã lan đến 212 quốc gia và vùng lãnh thổ với hơn 2,55 triệu người nhiễm và hơn 177 nghìn người đã tử vong [1]. Để ngăn chặn đà lây lan của dịch bệnh, hàng loạt quốc gia ban bố tình trạng khẩn cấp, đóng cửa biên giới, áp dụng chính sách cách ly xã hội. Tuy nhiên, các chính sách này cũng tác động tiêu cực không hề nhỏ đến nền kinh tế, trên cả phạm vi toàn cầu lẫn quốc gia, phạm vi ngành đến doanh nghiệp.

Trên góc độ toàn cầu, ngành May là một trong những ngành chịu ảnh hưởng nặng nề của đại dịch. Điều này hoàn toàn dễ hiểu khi mà nhu cầu đối với hàng may vốn là nhu cầu thứ yếu nên sẽ bị cắt giảm chi tiêu đầu tiên khi thu nhập gia đình bị ảnh hưởng. Bên cạnh đó, tính chất toàn cầu của chuỗi giá trị may khiến ngành May của các nước tham gia vào chuỗi nói riêng, toàn cầu nói chung lại càng dễ bị tổn thương khi các nước áp dụng đồng loạt các biện pháp phong tỏa, đóng cửa đất nước. Theo một cuộc khảo sát các công ty ở châu Âu của EURATEN trong tháng 3/2020, hơn một nửa số công ty dự đoán sản lượng sản xuất và bán có thể giảm đến 50%, cứ 10 công ty thì có đến 9 công ty phải đối mặt với những khó khăn về tài chính, hơn 80% công ty phải tạm thời cho công nhân nghỉ việc và cứ 4 công ty thì có 1

công ty dự đoán phải đóng cửa [4]. Những nước chịu ảnh hưởng nặng nề nhất phải kể đến Bangladesh, Campuchia và Trung Quốc vốn chủ yếu dựa vào xuất khẩu hàng may gia công cho các thương hiệu lớn, như: Bangladesh bị hủy hơn 2.6 tỷ đô la đơn hàng từ thị trường EU, Mỹ và Canada, khoảng 60% doanh nghiệp trong nước phải dừng phần lớn hoặc toàn bộ hoạt động sản xuất, 6% doanh nghiệp bị hủy toàn bộ đơn hàng, 46% doanh nghiệp bị hủy lượng lớn các đơn hàng đã ký kết [15, 17]. Theo số liệu dự đoán Việt Nam có tổng giá trị đơn hàng bị hủy là khoảng 467 triệu đô la [17]. Theo Hiệp hội Dệt may Việt Nam (VITAS), 100% doanh nghiệp sản xuất hàng may mặc đều bị ảnh hưởng do dịch bệnh Covid-19, trong đó khoảng 70% doanh nghiệp cắt giảm nhân sự trong tháng 3 và dự kiến 80% doanh nghiệp sẽ cắt giảm nhân sự trong tháng 4, tháng 5. Doanh thu thiệt hại hàng chục nghìn tỷ đồng nếu dịch kết thúc vào tháng 5 [21].

Một cuộc khảo sát của Tổ chức Lao động quốc tế (ILO) tại Ethiopia cho thấy, công suất sản xuất trong quý 1 năm 2020 giảm 30% so với cùng kỳ năm 2019; 54% doanh nghiệp may được hỏi cho biết doanh thu có thể giảm 20% trong năm 2020 [8].

Tuy nhiên, tùy thuộc vào vị trí, mức độ tham gia vào chuỗi mà mức độ bị ảnh hưởng của đại dịch Covid 19 đến các ngành May quốc gia là khác nhau. Nhìn từ góc độ chuỗi giá trị may toàn cầu, sự tác động có tính dây chuyền trong chuỗi vừa xuất phát từ đầu nguồn của chuỗi, vừa do những nguyên nhân từ cuối nguồn của chuỗi.

Xét ở đầu nguồn của chuỗi, tình trạng tẻ liệt của ngành May nhiều nước xuất phát từ sự gián đoạn nguồn cung nguyên liệu và phụ kiện. Nguyên phụ liệu của ngành May toàn cầu được cung cấp chủ yếu bởi Trung Quốc, Ấn Độ, Hàn Quốc, Đài Loan, Nhật, Malaysia, Pháp, Mỹ, Ý... Trong đó, Trung Quốc càng ngày càng khẳng định vị trí dẫn đầu trong việc cung cấp vải và các phụ liệu khác với tỷ trọng 37,6% trong tổng giá trị xuất khẩu vải của thế giới năm 2018 [9]. Những

nước nhập khẩu vải và phụ liệu hàng may của Trung Quốc với số lượng lớn phải kể đến Mỹ, Việt Nam, Bangladesh, Hồng Kông, Indonesia... [16, 20]. Khi dịch bệnh mới bùng phát ở Vũ Hán, các nhà máy ở Vũ Hán nói chung và Trung Quốc nói riêng bị đóng cửa, dẫn đến sự ngưng trệ hoạt động cung ứng nguyên phụ liệu may mặc trên bình diện toàn cầu. Tình trạng này đẩy nhiều doanh nghiệp may ở các nước trên vào tình trạng sản xuất cầm chừng vào những tháng đầu bùng phát dịch bệnh do thiếu nguyên liệu và phụ kiện. Theo tính toán của UNTAD, tính đến tháng 4/2020, Trung Quốc cung ứng 20% sản phẩm phụ liệu hàng may. Đáng kể là trong số các nước chịu ảnh hưởng nặng nề nhất do Trung Quốc ngưng cung ứng nguyên phụ liệu ngành May có Việt Nam và khối các nước EU [19]. Trong khi đó, các doanh nghiệp may Ấn độ ít chịu ảnh hưởng từ sự gián đoạn nguồn cung hơn do lấy nguồn cung ngay trong nước. Nhiều nhà quản lý đã nhận ra việc quá phụ thuộc vào một nguồn cung cấp sẽ gặp hậu quả như thế nào khi nguồn cung đó bị gián đoạn. Bên cạnh đó, dù đều lấy nguyên phụ liệu chủ yếu từ Trung Quốc nhưng các doanh nghiệp chịu ảnh hưởng khác nhau do sử dụng mô hình tổ chức hệ thống sản xuất khác nhau. Nặng nề nhất là các doanh nghiệp ứng dụng hệ thống sản xuất theo kiểu Just-in-time hoặc Lean production với định hướng là tăng hiệu quả sản xuất thông qua giảm dự trữ ở mọi công đoạn đến mức 0, gánh hậu quả nặng nhất do sự đứt đoạn cung ứng nguyên liệu từ Trung Quốc.

Xét ở cuối nguồn, ảnh hưởng nghiêm trọng của đại dịch đến ngành may là ở việc nhu cầu của khách hàng giảm sút, đặc biệt ở các thị trường lớn như: châu Âu và Bắc Mỹ. Kết quả là trên khắp châu Á, châu Âu và Mỹ, Covid-19 đã dẫn đến sự đình trệ hoặc gián đoạn hẳn việc mua sắm những sản phẩm không thiết yếu, trong đó có quần áo và phụ kiện. Hệ quả là với các nước xuất khẩu hàng may, việc giảm sút nhu cầu còn do lệnh phong tỏa đất nước ở các thị trường nhập khẩu lớn như EU và Bắc Mỹ.

Ở giữa nguồn (khâu phân phối, bán lẻ) cũng kiến hàng loạt nhà bán lẻ thời trang đã đóng cửa các cửa hàng do các biện pháp cách ly xã hội và doanh số sụt giảm khi người tiêu dùng tạm dừng chi tiêu các mặt hàng không thiết yếu. Gánh nặng của các nhà bán lẻ đã được đẩy sang cho các nhà sản xuất hàng may, các đơn hàng mới tạm dừng, các đơn hàng cũ xin hoãn giao hàng hoặc hoãn thanh toán. Nhiều khách hàng lớn hủy đơn hàng, yêu cầu gia hạn thanh toán từ 30-120 ngày so với điều khoản trong hợp đồng, hoặc yêu cầu giảm giá 30%. Các công ty nào đặt trọng tâm vào giá cổ phiếu (để bảo vệ giá trị nhân hiệu) thì lại tỏ ra điểm yếu nhất trong chuỗi khi quay sang ép các nhà cung cấp thay vì xin các gói cứu trợ của chính phủ. Hàng loạt các hãng thời trang đại trà lớn của thế giới đã hủy hoặc hoãn đơn hàng, như Primark, C&A, Inditex (chủ sở hữu của Zara), Mothercare, Tesco.

#### 4. Bài học lý luận và thực tiễn

Tính đến tháng 5/2020, đại dịch Covid-19 vẫn diễn biến phức tạp khó lường trên toàn thế giới khiến các thị trường lớn của hàng may vẫn bị tê liệt, nhiều doanh nghiệp may đã bị đóng cửa. Song bên cạnh đó, vẫn có những doanh nghiệp đang cố gắng sống còn trong giai đoạn khốc liệt này. Sự ảnh hưởng của đại dịch Covid-19 đến các doanh nghiệp may trên thế giới theo một cách thức khác nhau và sự đáp trả của các doanh nghiệp đã đem lại những bài học quý giá cả về lý luận và thực tiễn.

*Thứ nhất*, khi có sự thay đổi mang tính domino từ cuối nguồn truyền lên thông qua động thái không ký đơn hàng mới, hoãn hoặc hủy thanh toán đơn hàng đã thực hiện thì hầu như mọi doanh nghiệp may đều điêu đứng. Có lẽ bị thiệt hại nặng nề nhất là phải kể đến các công ty may theo phương thức OEM<sup>1</sup> và ODM<sup>2</sup>; những công ty may theo phương thức CMT<sup>3</sup> ít bị thiệt hại hơn so với các doanh nghiệp kia đã khiến nhiều nhà quản trị phải suy nghĩ cân nhắc về việc lựa chọn phương thức sản xuất hàng may; khi đơn hàng xuất khẩu có xu hướng giảm và bất bình.

nguyên liệu trong nước chưa chủ động được trong khi giá nguyên liệu thế giới tăng giảm thất thường thì nhóm DN áp dụng phương thức CMT lại ít gặp rủi ro nhất. Do đó phải lựa chọn đúng phương thức phù hợp với bối cảnh kinh doanh toàn cầu, cũng như khả năng của doanh nghiệp trong việc khai thác cơ hội và chống đỡ rủi ro.

*Thứ hai*, thiết kế kênh theo hướng đảm bảo tính linh động thay vì tĩnh tại. Đa dạng hóa nguồn cung là một giải pháp đòi hỏi nhà quản lý không chỉ nhấn mạnh mục tiêu chi phí mà còn phải quan tâm đến sự sẵn có của các nguồn cung cấp nguyên phụ liệu. Tuy nhiên, sự đa dạng hóa nguồn cung lại là vấn đề không phải chỉ giải quyết bởi các doanh nghiệp may là được, mà phải có sự đồng thuận của bản thân các nhà nhập khẩu - các nhà bán lẻ ở các thị trường lớn. Như vậy, để tránh những sụp đổ tương tự trong chuỗi xuất phát từ sự cố định nguồn cung cũng cần sự năng động trong cách tiếp cận từ các nhà bán lẻ khi đưa ra các cơ chế kiểm soát đối với nhà xuất khẩu hàng may.

*Thứ ba*, quản trị rủi ro trong chuỗi cần được xem trọng. Trên thực tế, khá ít doanh nghiệp áp dụng một cách bài bản hệ thống quản trị rủi ro trong chuỗi giá trị mà mình tham gia, vốn liên đới nhiều bên và trải rộng về địa lý. Trong tương lai, các bất trắc như đại dịch Covid 19 có thể xảy ra nhiều và ảnh hưởng lớn. Vì vậy, các doanh nghiệp may cần nghiêm túc dự đoán sự thay đổi nhu cầu một cách kịp thời, lên bản đồ các nhà cung ứng trong chuỗi, kiểm soát tồn kho từ giai đoạn đầu đến giai đoạn cuối, hiển thị dữ liệu tại thời điểm thực [7]. Điều này cho phép có những quyết sách mang tính dài hạn và phản ứng trước hơn.

*Thứ tư*, tìm kiếm cơ hội trong thách thức có lẽ là cách sống còn tốt nhất của các doanh nghiệp khi mà các bất trắc xảy ra trong một thời gian dài như đại dịch Covid-19 này. Nhiều doanh nghiệp may, ở nhiều nước, đặc biệt là Việt Nam, đã nhanh chóng chuyển qua sản xuất khẩu trang và những hàng khác. đồ bảo hộ y tế... SSG các công ty may ở Ethiopia sẵn sàng chuyển qua sản xuất các

vấn phẩm có nhu cầu cao trong đại dịch Covid19 (khẩu trang, khăn tắm, khăn trải giường bệnh, trang phục bệnh nhân) [8]. Như vậy, bài học ở đây là tìm ra sản phẩm phù hợp hoàn cảnh và thay đổi nhanh dẫy chuyển công nghệ.

*Thứ năm*, nuôi dưỡng thị trường nội địa cũng là một điều đáng suy ngẫm đối với các doanh nghiệp may. Khi các cánh cửa của các thị trường xuất khẩu bị đóng sập, các doanh nghiệp xuất khẩu lao đao thì những doanh nghiệp đạt được sự yêu mến và trung thành của từ khách hàng nội địa vẫn có nhiều hy vọng duy trì được mục tiêu kinh doanh của mình. Trong mô hình Tam giác năng lực cạnh tranh của Lall (2001, trích trong 5, tr. 26), nhu cầu trong nước được xếp vào nhóm nhân tố "thị trường thúc đẩy". Khả năng thúc đẩy nhu cầu trong nước song song với nhu cầu ở thị trường xuất khẩu đối với sản phẩm may của doanh nghiệp sẽ đem lại cho doanh nghiệp một sự phát triển ổn định hơn. Hay nói cách khác, đa dạng hóa thị trường cũng là một cách để giảm thiểu bất ảnh hưởng tiêu cực của các biến động xuất phát từ đầu cuối của chuỗi.

Cuối cùng, chuỗi giá trị may toàn cầu thực sự đem lại nhiều cơ hội cho các bên tham gia, từ các chủ thể ở đầu chuỗi đến các chủ thể ở cuối chuỗi. Thế nhưng, thực tế cũng cho thấy, khi tính chất toàn cầu của chuỗi giá trị càng cao thì hiệu ứng lan tỏa của các ảnh hưởng tiêu cực khi có bất trắc xảy ra trong chuỗi càng lớn bấy nhiêu. Một số bài học đã được rút ra từ phân tích cách thức và mức độ mà các chủ thể tham gia vào chuỗi bị ảnh hưởng - gắn với vị trí của họ trong chuỗi. Tuy nhiên, sẽ không có bài học chung cho mọi chủ thể, cho mọi doanh nghiệp may mà mỗi doanh nghiệp may phải đánh giá được môi trường kinh doanh doanh nghiệp đang ở trong đó, cùng những mục tiêu và ràng buộc về nguồn lực và pháp lý để có thể chọn ra một hướng áp dụng khả dĩ cho riêng doanh nghiệp. Trong mọi tình huống, khả năng dự báo và thích ứng vẫn là chìa khóa cho sự thành công của các doanh nghiệp trong một môi trường đầy biến động ■

## TÀI LIỆU TRÍCH DẪN:

Nhà sản xuất thiết bị gốc: Phát triển sản phẩm, cung ứng nguyên liệu, sản xuất thành phẩm cho các chuỗi bán lẻ lớn  
 Nhà sản xuất thiết kế gốc: Phát triển, thiết kế và sản xuất các sản phẩm của chính mình; có thể tham gia gia công  
 Nhà thầu phụ: Sản xuất (Cắt-May-Trang trí/hoàn tất)

## TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Bộ Y tế. Thủ tướng Chính phủ họp Thường trực Chính phủ về chống dịch Covid-19. (2020). truy cập tại [https://moth.gov.vn/hoat-dong-cua-lanh-dao-bot-lasset\\_publisher/TW6LTp1ZiwaNk/content/luu-tuong-chu-tri-hop-thuong-truc-chinh-phu-ve-chong-dich-covid-19](https://moth.gov.vn/hoat-dong-cua-lanh-dao-bot-lasset_publisher/TW6LTp1ZiwaNk/content/luu-tuong-chu-tri-hop-thuong-truc-chinh-phu-ve-chong-dich-covid-19) ngày 24/4/2020
2. Đoàn Gia Dũng - Võ Thu Quỳnh Nga (2014). Bàn về nâng cấp chuỗi giá trị của các doanh nghiệp may vùng kinh tế trọng điểm Trung bộ. *Tạp chí Kinh tế & Phát triển*, số 201 - tháng 03/2014, tr. 30-37.
3. DUKI. International trade pattern: Shifting geography of apparel, truy cập tại [https://sites.duke.edu/soc10342d\\_01d\\_s2017\\_team-7/3-international-trade-patterns-shifting-geography-of-apparel-unfinished](https://sites.duke.edu/soc10342d_01d_s2017_team-7/3-international-trade-patterns-shifting-geography-of-apparel-unfinished) ngày 28/4/2020
4. EURATEX. Covid-19 outbreak may cause a 50% drop in sales and production for European textile and clothing sector, truy cập tại <https://euratex.eu/press-release/covid-19-may-cause-important-drop-in-sales-and-production/> ngày 20/4/2020.
5. Hanagan, R. và cộng sự (2005). Measuring construction competitiveness in selected countries, truy cập tại [http://www.reading.ac.uk/web/FILES/innovativeconstructionresearchcentre/cr-25-d-Final\\_report.pdf](http://www.reading.ac.uk/web/FILES/innovativeconstructionresearchcentre/cr-25-d-Final_report.pdf), vào ngày 20/4/2020
6. Gereffi, G.; Frederick, S., Fernandez-Stark, K. (2011). The Apparel Global Value Chain; *Economic Upgrading and workforce Development*, DUKI.
7. Global Trade. Three supply chain lessons for businesses coping with Covid-19, truy cập tại <https://www.globaltradenet.com/three-supply-chain-lessons-for-businesses-coping-with-covid-19/>
8. ILO. COVID-19: Challenges and Impact on the Garment and Textile Industry, truy cập tại [http://www.ilo.org/african/technical-cooperation/inclusive-industrialization/WCMS\\_741522/lang-en/index.htm](http://www.ilo.org/african/technical-cooperation/inclusive-industrialization/WCMS_741522/lang-en/index.htm) vào ngày 30/4/2020.
9. Knitting industry. China now world's biggest textile market, truy cập tại <https://www.knittingindustry.com/china-now-worlds-biggest-textile-market/> ngày 01/5/2020
10. McCormick, D. (2001). *Manual for value chain research on homeworkers in garment industry*, University of Nairobi.
11. Noutajuddin, A. (2020). Garment Industry hit hard by Covid 19. The Asean Post, truy cập tại <https://theaseanpost.com/article/garment-industry-hit-hard-covid-19>.
12. Oi, M., Hoskin, P. (2020). Clothing maker in Asia give stark coronavirus warning. BBC. Truy cập tại <https://www.bbc.com/news/business-52146507> ngày 19/4/2020.
13. Porter, M E. (2008). *Lợi thế cạnh tranh*. Nhà xuất bản Trẻ
14. Statista. Value of the leading 10 textile importers worldwide in 2018, by country, truy cập tại <https://www-statista.com/statistics/2364036/value-of-the-leading-global-textile-importers-by-country/> ngày 02/5/2020
15. Tan, H. (2020). Coronavirus triggers collapse in garment industry demand, putting jobs in Asia at risk. CNBC. Truy cập tại <https://www.cnbc.com/2020/03/30/coronavirus-sparks-collapse-in-garment-demand-risking-jobs-in-asia.html> ngày 19/4/2020.
16. Textile World. Latest Figures From China's Textile Industry Reported At Intertextile Apparel Round Table, truy cập tại <https://www.textileworld.com/textile-world/2019/12/latest-figures-from-chinas-textile-industry-reports-at-intertextile-apparel-round-table/> ngày 02/5/2020.

17. Tunon, S. & Bupha, B. (2020). Coronavirus pandemic tears holes in Asia's garment industry. truy cập tại <https://asia.nikkei.com/Business/Industry-in-focus/Coronavirus-pandemic-tears-holes-in-Asia-s-garment-industry> ngày 30/4/2020.
18. UNIDO (2004). *Inserting local industries into Global value chains an global value network*. Vienna.
19. UNTAD. Global Trade impact of Coronavirus (Covid19-) epidemic. truy cập tại <https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/ductinj2020d1.pdf> ngày 04/3/2020.
20. WITS. China textiles and clothing exports by country 2018. truy cập tại [https://wits.worldbank.org/CountryProfile/en/Country/CHN/Year/LTST/TradeFlow/Export/Partner/by-country/Product/50-63\\_TextCloth](https://wits.worldbank.org/CountryProfile/en/Country/CHN/Year/LTST/TradeFlow/Export/Partner/by-country/Product/50-63_TextCloth) ngày 30/4/2020.
21. Doanh nghiệp dệt may "biến nguy thành cơ" thời Covid-19. Tạp chí Tài chính. truy cập tại <http://tapchitaichinh.vn/tai-chinh-kinh-doanh/doi-hiep-det-may-bien-nguy-thanh-co-thoi-covid-19-321446.html> ngày 06/5/2020.

Ngày nhận bài: 15/4/2020

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 25/4/2020

Ngày chấp nhận đăng bài: 5/5/2020

Thông tin tác giả:

TS. VÔ THỊ QUỲNH NGA

Trường Đại học Kinh tế, Đại học Đà Nẵng

## IMPACTS OF THE COVID-19 PANDEMIC ON THE GLOBAL GARMENT INDUSTRY: BASED ON THE PARTICIPATION IN THE GLOBAL GARMENT VALUE CHAIN APPROACH

● Ph.D VO THI QUYNH NGA

School of Economics, Da Nang University

### ABSTRACT:

The garment industry is one of the most globalized industries in the world as all activities to create value for the garment products have been spread across many countries and continents. As a result, the garment industry is easily affected from global changes such as the Covid-19 pandemic. Based on the global garment value chain, this article analyzes the impacts of the Covid-19 pandemic on the global garment industry by using secondary data collected from multiple sources, thereby presenting theoretical and practical lessons about participating in the global garment value chain.

**Keywords:** Covid-19 pandemic, garment industry, global garment value chain.