

Hoạt động xuất nhập khẩu ngành dệt may Việt Nam thời kỳ hội nhập: thực trạng và giải pháp

Lê Trọng Bình

Cơ sở đào tạo Thái Nguyên, Trường Đại học Công nghệ Giao thông vận tải

Bước vào thời kỳ đổi mới và hội nhập kinh tế quốc tế, ngành may tiếp tục giữ vị trí quan trọng trong nền kinh tế đất nước bằng những đóng góp lớn vào việc thu hút lao động và ổn định đời sống xã hội cũng như đóng góp vào kim ngạch xuất nhập khẩu. Năm 2018, tốc độ tăng kim ngạch xuất khẩu đạt mức tăng trưởng cao nhất 16,01% so với năm 2017, thặng dư thương mại ngành dệt may đạt 36 tỷ USD. Ngoài ra, ngành dệt may Việt Nam cũng tạo dấu mốc quan trọng khi lần đầu tiên xuất khẩu sản phẩm may mặc sang thị trường Trung Quốc với giá trị khoảng 1 tỷ USD. Năm 2019, với việc hiệp định CPTPP được ký kết, triển vọng ngành dệt may năm 2019 sẽ tốt hơn năm 2018 với mức tăng trưởng dự tri ở 2 con số.

1. Thực trạng hoạt động xuất nhập khẩu ngành dệt may

Nguyên vật liệu chủ yếu của hoạt động trong ngành dệt may Việt Nam là bông, xơ, sợi, vải. Tình trạng xuất nhập khẩu các nguồn nguyên liệu này trong ba quý đầu năm 2018 có những biến động so với năm 2017.

1.1. Nhập khẩu

Đối với hoạt động nhập khẩu cụ thể nguyên liệu bông trong ba quý đầu năm 2018 ước đạt 1.259 ngàn tấn, trị giá 2.406 triệu USD, tăng 24,8% về lượng và 30,3% về trị giá so với cùng kỳ năm 2017. Tính riêng tháng 9/2018 nhập khẩu bông của Việt Nam ước đạt 120 ngàn tấn, trị giá 248 triệu USD, giảm 13,2% về lượng và 12% về trị giá so với tháng trước nhưng tăng 2% về lượng và 14,3% về trị giá so với cùng kỳ 2017.

Đối với nhập khẩu xơ, sợi, trong ba quý đầu năm 2018 ước đạt 767 ngàn tấn, trị giá 1.781 triệu USD, tăng 18,9% về lượng và 34,6% về trị giá so với cùng kỳ năm 2017. Tính riêng tháng 9/2018 nhập khẩu xơ, sợi ước đạt 90 ngàn tấn, trị giá 202 triệu USD, giảm 5,5% về lượng và 7,2% về trị giá so với tháng trước nhưng tăng 26,8% về lượng và 35,5% về trị giá so với cùng kỳ 2017.

Nhập khẩu vải trong ba quý đầu năm 2018 ước đạt 9.388 triệu USD, tăng 13,5% so với cùng kỳ năm 2017. Tính riêng tháng 9/2018 nhập khẩu vải của Việt Nam đạt 980 triệu USD, giảm 1,2% so với tháng trước nhưng tăng 7,6% so với cùng kỳ 2017.

Nhập khẩu nguyên phụ liệu khác trong ba quý đầu năm 2018 ước đạt 2.783 triệu USD tăng 6,91% so với cùng kỳ 2017. Việt Nam vẫn phải nhập một khối lượng lớn vải, nguyên phụ liệu may. Tỷ lệ nội địa hóa của ngành dệt may đang cố gắng được nâng cao đến khoảng 40%. Ngành dệt may đang phấn đấu dần dần tự cung tự cấp được các nguyên vật liệu đầu vào để có thể chủ động trong sản xuất.

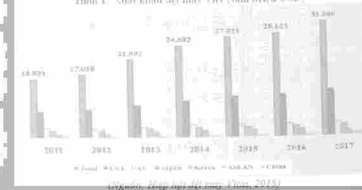
1.2. Xuất khẩu

Đối với hoạt động xuất khẩu: về nguyên liệu xơ, sợi dệt trong 8 tháng đầu năm 2018 ước đạt 973 ngàn tấn, trị giá 2.637 triệu USD, tăng 12,1% về lượng và 14,2% về trị giá so với cùng kỳ năm 2017.

Xuất khẩu vải trong ba quý đầu năm 2018 ước đạt 1.262 triệu USD, tăng 33,3% so với cùng kỳ 2017. Tổng kim ngạch xuất khẩu hàng dệt may ba quý đầu năm 2018 ước đạt 26,87 tỷ USD tăng 16,57% so với cùng kỳ năm 2017, tăng mạnh so với tốc độ tăng 9,8% của cùng kỳ 2017, hoàn thành 79% kế hoạch xuất khẩu cả năm.

Hoạt động xuất khẩu của các DN dệt may Việt Nam hiện phụ thuộc vào các nhà buôn nước ngoài. Các nhà buôn đóng vai trò rất quan trọng là trung gian trong chuỗi cung ứng may của Việt Nam ra thế giới. Các nhà buôn trong khu vực thị trường HongKong, Đài Loan và Hàn Quốc. Những DN bán lẻ đa số thuộc thị trường EU, Nhật và Hoa Kỳ, sở hữu những thương hiệu hàng đầu quốc tế, những siêu thị, cửa hàng bán sỉ và bán lẻ. Các DN bán lẻ lớn tin cậy vào các nhà buôn để phát triển mạng lưới cung ứng của họ ở Việt Nam nhằm giảm chi phí giao dịch. Các DN đầu tư may mặc nước ngoài thường liên hệ trực tiếp các nhà buôn tại HongKong, Đài Loan và Hàn Quốc. Do vậy, các DN Việt Nam (đặc biệt là các DN nhỏ) phụ thuộc rất lớn

Hình 1. Xuất khẩu dệt may Việt Nam (trillion USD)



vào các nhà buôn nhỏ trong khu vực. Nói cách khác, các DN dệt may Việt Nam vẫn rất thiếu liên kết với những người tiêu dùng sản phẩm cuối cùng mà chỉ thực hiện các hợp đồng gia công lại cho các nhà sản xuất khu vực.

Hàng may Việt Nam xuất khẩu ra thế giới chủ yếu là Áo thun, Áo Jacket, Quần, Quần áo trẻ em. Năm 2017, ngành may Việt Nam có 8 mặt hàng xuất khẩu chủ lực đạt kim ngạch từ 1 tỷ USD trở lên. Đó là mặt hàng áo thun (5,63 tỷ USD tăng 19,6% so với năm 2016); áo Jacket (5,12 tỷ USD tăng 4,1%); quần (4,57 tỷ USD tăng 12,7%); Quần áo trẻ em (1,73 tỷ USD tăng 15,7%); áo sơ mi (1,36 tỷ USD tăng 1,5%); váy (1,31 tỷ USD tăng 2,4%); đồ lót (1,25 tỷ USD tăng 20,5%) và (1,07 tỷ USD giảm nhẹ -0,65%)

Bảng 1. Cấu đối xuất nhập khẩu hàng dệt may, 2013-2018 (Triệu USD)

Chủng loại	2013	2014	2015	2016	2017	8 tháng 2018
XX may mặc	17.237	20.149	21.838	22.762	24.715	18.652
XX Vải	710	800	998	1.079	1.323	1.109
XX Xơ sợi	2.149	2.543	2.540	2.930	3.593	2.686
XX Vải không dệt	400	456	435	415	457	356
XX NPL dệt may	596	744	1.210	937	1.071	826
Tổng XK dệt may	21.092	24.692	27.021	28.123	31.159	23.629
Tổng nhập khẩu	13.547	15.461	16.528	16.970	18.974	14.612
Bông	1.171	1.443	1.623	1.663	2.356	2.158
Xơ sợi các loại	1.520	1.559	1.515	1.608	1.814	1.579
Vải	8.397	9.428	10.197	10.482	11.266	8.408
NPL DM	2.459	3.031	3.193	3.217	3.440	2.466
NK các XK	16.547	12.239	13.184	13.646	15.544	12.202
Cấu đối XK-NK	16.548	12.483	13.827	14.477	15.615	11.427
Tỷ lệ GTGT	50,9%	50,4%	51,2%	51,5%	50,1%	48,4%

Nguồn: Hiệp hội Dệt May Việt Nam

Thị trường xuất khẩu: Ngành dệt may Việt Nam hiện đang được xuất khẩu tới hơn 180 quốc gia và vùng lãnh thổ trên toàn thế giới.

Thị trường nội địa: Với dân số gần 95 triệu người và đời sống, thu nhập ngày càng được cải thiện, Việt Nam là một thị trường rất tiềm năng đối với ngành dệt may. Dưới sự tác động của cuộc cách mạng công nghiệp 4.0, các nước nhập khẩu may lớn trên thế giới có xu hướng đưa sản xuất may về lại nước mình, thay vì đặt gia công xuất khẩu ở các nước có giá nhân công rẻ. Điều này tạo áp lực để các DN may Việt Nam phải quan tâm từng bước chiếm lĩnh thị trường nội địa, đảm bảo sự phát triển cân đối giữa thị trường xuất khẩu và trong nước.

Hướng ứng cuộc vận động "Người Việt ưu tiên dùng hàng Việt Nam" trong những năm qua nhiều DN dệt may đã đầu tư đáng kể cho thị trường nội địa như xây dựng thương hiệu, phát triển và nâng cấp hệ thống siêu thị, cửa hàng, đầu tư thiết kế sản phẩm, đưa hàng về nông thôn, vùng sâu, vùng xa và đã đạt được những thành công đáng kể như công ty May Việt Tiến, Nhà Bè, May Sông Hồng, May 10, TNG Thái Nguyên...

Một số thương hiệu đã khẳng định được chỗ đứng tại thị trường trong nước và được người tiêu dùng ưu thích như May 10 Expert, Eternity GrusZ... của May 10, TNG của TNG Thái Nguyên, VIETTIEU của Việt Tiến ... Tuy nhiên số DN quan tâm và thành công tại thị trường nội địa còn chưa nhiều và mới chỉ tập trung tại các thành phố lớn. Hiện nay hàng nhập lậu, hàng giả, hàng

kém chất lượng vẫn được bày bán tràn lan, thậm chí còn được gắn các hàng Việt Nam chất lượng cao, thương hiệu của các DN có tiếng. Ngoài ra, vải sử dụng cho may nội địa phải đóng thuế GTGT, nên rất khó cạnh tranh được với những hàng nhập lậu, hàng không rõ nguồn gốc xuất xứ.

Phân phối và Marketing: Hoạt động phân phối, mạng lưới xuất khẩu và marketing của các DN dệt may Việt Nam hiện nay vẫn chưa thực sự phát triển, phụ thuộc nhiều và các nhà buôn nước ngoài. Phần lớn các DN trong nước vẫn phải thông qua các nhà cung cấp khu vực để có các hợp đồng gia công, rất ít các DN có hợp đồng gia công trực tiếp từ các nhà bán lẻ. Một số khác thì thông qua các văn phòng đại diện ở Việt Nam của các thương hiệu nổi tiếng để cung cấp sản phẩm. Gần như không có sự tương tác trực tiếp giữa các DN dệt may Việt Nam và các nhà bán lẻ cuối cùng. Điều này gây khó khăn cho các nhà sản xuất trong việc nắm bắt yêu cầu của thị trường để đáp ứng một cách nhanh chóng sự thay đổi nhu cầu của người mua cũng như xu hướng thời trang mới trên thế giới.

Tuy nhiên, cần phân tích sâu hơn về vị trí thực sự hiện nay của các DN dệt may Việt Nam đang ở đâu trong chuỗi giá trị sản phẩm? Chuỗi giá trị sản phẩm may có bốn khâu chủ yếu là khâu thiết kế sản phẩm; công nghiệp hỗ trợ bao gồm các nguyên liệu sợi tự nhiên và sợi nhân tạo; sản xuất (gia công) và thương mại hóa.

Khâu thiết kế sản phẩm là khâu có tỷ suất lợi nhuận cao trong chuỗi giá trị nhưng lại là khâu yếu nhất của ngành may Việt Nam hiện nay.

Công nghiệp phụ trợ cho ngành dệt may chưa phát triển tương xứng, nếu vì phát triển DN may ở Việt Nam là gà khổng lồ thì phát triển các DN sản xuất nguyên phụ liệu ngành may như vải, bông, sợi được có là chàng ti hèn. Chính vì vậy, DN may không chú trọng kế hoạch kinh doanh và phải chịu sức ép đáng kể từ các nhà cung ứng nguyên phụ liệu.

Khâu sản xuất (gia công) là khâu có tỷ suất lợi nhuận thấp nhất chỉ chiếm 5-10% nhưng lại là khâu lợi thế của các DN may Việt Nam với nguồn nhân công rẻ, dồi dào.

Ở khâu thương mại bán sản phẩm, DN may Việt Nam đang từng bước thu hút sức mua của những khách hàng nội địa thông qua việc chủ động đầu tư nghiên cứu nhu cầu, thói quen ăn mặc, văn hóa vùng miền và kích cỡ của khách hàng nhằm phục vụ tối, đáp ứng tối đa nhu cầu của người tiêu dùng. Còn đối với thị trường xuất khẩu, các DN may Việt Nam thường bán hàng thông qua đại diện của các công ty nước ngoài, do đó nhận thức của người tiêu dùng ở thị trường xuất khẩu về thương hiệu may của Việt Nam còn rất thấp.

Như vậy, thực sự DN dệt may Việt Nam đang nằm ở khâu thứ ba trong chuỗi giá trị và chỉ bán sản phẩm

với giá khoảng 25% giá đến tay người tiêu dùng. Vị trí này rất quan trọng nhưng cũng sẽ dễ bị thay thế bởi các nhà sản xuất khác nếu gặp phải một số vấn đề như chất lượng sản phẩm không tốt hoặc giá cao hơn các nhà sản xuất khác.

Phân tích trên cho thấy ngành dệt may Việt Nam vẫn còn rất nhiều yếu tố bất lợi và lợi thế cho sự phát triển bền vững, đặc biệt là các ngành công nghiệp phụ trợ chưa phát triển tương xứng. Điều đó góp phần lý giải tại sao các DN dệt may Việt Nam vẫn phải chấp nhận giá công xuất khẩu là chính, hình thức thương mại bán sản phẩm chiếm tỷ trọng rất khiêm tốn và tỷ lệ nội địa hóa về nguyên phụ liệu là rất thấp (giá trị nguyên phụ liệu nhập khẩu chiếm tới 70-80% kim ngạch xuất khẩu).

2. Giải pháp thúc đẩy hoạt động xuất khẩu ngành dệt may Việt Nam

Trên cơ sở quan điểm phát triển ngành: Phát triển ngành dệt may theo hướng hiện đại, hiệu quả và bền vững, chuyển mạnh sản xuất từ gia công sang mua nguyên liệu, bán thành phẩm, đảm bảo nâng cao chất lượng, đa dạng hóa các mặt hàng xuất khẩu; Lấy xuất khẩu làm phương thức cơ sở cho sự phát triển của ngành, đồng thời đáp ứng tối đa nhu cầu thị trường nội địa. Tập trung phát triển mạnh các sản phẩm công nghiệp hỗ trợ, sản xuất nguyên phụ liệu, nâng cao giá trị gia tăng của sản phẩm trong ngành.

- Sớm điều chỉnh chiến lược, quy hoạch phát triển ngành dệt may cho phù hợp với tốc độ hội nhập sâu, rộng của Việt Nam theo hướng dài hạn hơn đến năm 2025, tầm nhìn đến 2040, trong đó xác định rõ vai trò, vị trí, quy mô của ngành dệt may: Với mục tiêu ngành dệt may đạt kim ngạch xuất khẩu 50-60 tỷ USD, ngành dệt may cần phải có vùng nguyên liệu, vùng sản xuất, kể cả cùng sản xuất mà và quy hoạch lực lượng lao động cho vùng mới tránh được tình trạng phát triển không theo quy hoạch hoặc đầu tư sau dẫn đến thiếu nguồn lao động, cơ sở hạ tầng kết nối với DN với nơi xuất khẩu hàng hóa, nơi làm thủ tục nhập khẩu, xuất khẩu.

- Tạo điều kiện để các DN tham gia vào các chương trình xúc tiến thương mại, tiếp cận với các tham tán thương mại tại các thị trường chủ lực như Hoa Kỳ, EU, Nhật Bản. Đồng thời, hướng DN tiếp thu và mở rộng sang các thị trường khác như: Nga, Đông Âu, Châu Phi và có những chính sách khuyến khích khi khai thác thị trường trong nước.

- Phát triển sản xuất các sản phẩm có lợi thế cạnh tranh, thay thế hàng nhập khẩu. Bên cạnh việc thúc đẩy phát triển xuất khẩu, giảm nhập khẩu bằng việc đẩy mạnh sản xuất hàng trong nước, các loại nguyên liệu, các mặt hàng phụ trợ cho sản xuất tiêu dùng, sản xuất hàng xuất khẩu thay thế hàng nhập khẩu cũng là một biện pháp quan trọng hạn chế nhập siêu. Các tập đoàn, các tổng công ty nhà nước, các doanh nghiệp

đẩy nhanh tiến độ xây dựng, sớm đưa các dự án đầu tư về dệt may vào sản xuất nhằm thay thế các mặt hàng nhập khẩu, góp phần giảm nhập siêu. Triển khai mạnh và tích cực đầu tư vào sản xuất trong ngành công nghiệp phụ trợ.

- Rà soát lại các cơ sở sản xuất các ngành công nghiệp phụ trợ tại công ty nhà nước, ưu tiên cấp vốn và tạo điều kiện khác để đổi mới thiết bị, thay đổi công nghệ tại những cơ sở đã có quy mô tương đối lớn. Lập chế độ tư vấn kỹ thuật và quản lý để mời các chuyên gia nước ngoài vào giúp thay đổi công nghệ và cơ chế quản lý tại các DN.

Đặc biệt khuyến khích tư nhân đầu tư vào lĩnh vực sản xuất các ngành công nghiệp phụ trợ, với sự hỗ trợ đặc biệt về vốn và những ưu đãi đặc biệt về thuế (miễn thuế nhập khẩu thiết bị và công nghệ, miễn thuế doanh thu...). Việt Nam nên tiếp nhận nhanh sự hỗ trợ này để nhanh chóng tăng khả năng cung cấp các mặt hàng phụ trợ hiện có, nhất là các mặt hàng đang sản xuất tại các doanh nghiệp nhà nước. Kêu gọi DN nước ngoài đầu tư vào việc sản xuất các ngành công nghiệp phụ trợ.

- Thúc đẩy để sớm ký kết các Hiệp định song phương và đa phương thiết lập các khu vực mậu dịch tự do để tạo điều kiện thuận lợi cho xuất khẩu, qua đó giảm nhập siêu. Trao đổi với các đối tác thương mại mà Việt Nam nhập siêu (trước hết là Trung Quốc, ASEAN, Hàn Quốc...) để phối hợp tìm giải pháp giảm nhập vào Việt Nam và tăng xuất từ Việt Nam. Điều này cũng phù hợp với các quy tắc của WTO, theo đó khuyến khích việc các thành viên có quyền yêu cầu cân bằng thương mại lẫn nhau.

3. Kết luận

Như vậy, xu thế của ngành dệt may Việt Nam là không nhất thiết thoát ra khỏi vị trí gia công sản xuất nhưng sẽ có chiến lược tập trung vào tăng tỷ lệ nội địa hóa bằng cách đầu tư sản xuất vải và nguyên phụ liệu tại Việt Nam và các biện pháp nâng cao tỷ lệ giá trị gia tăng. Do vậy, các doanh nghiệp dệt may Việt Nam cần nhận thức rằng, để hội nhập toàn diện vào WTO, cần phải có sự chuyển đổi về chất, quản lý và kiểm soát tốt chi phí sản xuất làm tăng giá trị của sản phẩm, cuối cùng làm tăng sức cạnh tranh của sản phẩm dệt may Việt Nam so với các nước khác trên thế giới./.

Tài liệu tham khảo

Hiệp hội dệt may Việt Nam-VITAS: Bản tin kinh tế-dệt may (tháng 10/2018)

Nghị định số 111/2015/NĐ-CP về phát triển công nghiệp phụ trợ.

Trang web: <http://www.vietnamtextile.org.vn>

Source: Tạp chí Kinh tế và Dự báo