

LỜI CAM ĐOAN

Tôi xin cam đoan đây là công trình nghiên cứu của riêng tôi. Các số liệu trong luận án là trung thực, có nguồn trích dẫn rõ ràng, chính xác. Những kết quả trong luận án chưa từng được công bố trong bất cứ một công trình nào khác.

Tác giả luận án

Đào Văn Tú

MỤC LỤC

	Trang
Trang phụ bìa	
Lời cam đoan	
Mục lục	
Danh mục các chữ viết tắt	
Danh mục các bảng, sơ đồ	
MỞ ĐẦU	1
CHƯƠNG 1 NHỮNG VẤN ĐỀ LÝ LUẬN CƠ BẢN VỀ PHÁT TRIỂN SẢN XUẤT NGUYÊN PHỤ LIỆU MAY MẶC VIỆT NAM	8
1.1 Nguyên phụ liệu may mặc và các tiêu chí đánh giá sự phát triển sản xuất nguyên phụ liệu may mặc	8
1.2 Các nhân tố ảnh hưởng đến sự phát triển sản xuất nguyên phụ liệu may mặc Việt Nam	18
1.3 Phát triển sản xuất nguyên phụ liệu cho ngành may - một hướng quan trọng trong việc phát triển hiệu quả và bền vững của ngành.....	26
1.4 Kinh nghiệm các nước trong khu vực và trên thế giới trong phát triển sản xuất nguyên phụ liệu may mặc	36
CHƯƠNG 2 PHÂN TÍCH THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN SẢN XUẤT NGUYÊN PHỤ LIỆU MAY MẶC VIỆT NAM	45
2.1 Thực trạng phát triển sản xuất nguyên phụ liệu may mặc Việt Nam	45
2.2 Đánh giá tổng quát thực trạng phát triển sản xuất nguyên phụ liệu may mặc Việt Nam	89
2.3 Những vấn đề đặt ra từ thực trạng phát triển sản xuất nguyên phụ liệu may mặc Việt Nam	97
CHƯƠNG 3 GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN SẢN XUẤT NGUYÊN PHỤ LIỆU MAY MẶC VIỆT NAM	108
3.1 Cơ hội và thách thức đối với phát triển sản xuất nguyên phụ liệu may mặc Việt Nam	108
3.2 Các định hướng và mục tiêu phát triển sản xuất nguyên phụ liệu may mặc Việt Nam	123
3.3 Các giải pháp chủ yếu phát triển sản xuất nguyên phụ liệu may mặc Việt Nam	130
KẾT LUẬN	169
DANH MỤC CÔNG TRÌNH CỦA TÁC GIẢ	171
DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO	172
PHỤ LỤC	179

BẢNG QUI ĐỊNH CHỮ VIẾT TẮT

AFTA	Khu vực mậu dịch tự do các nước ASEAN
DNNN	Doanh nghiệp nhà nước
DNTT	Doanh nghiệp tập thể
CPNN	Doanh nghiệp cổ phần nhà nước
CPNNN	Doanh nghiệp cổ phần ngoài nhà nước
DNTN	Doanh nghiệp tư nhân
DNNNN	Doanh nghiệp ngoài nhà nước
ĐTNN	Doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài
IFC	Tập đoàn Tài chính quốc tế
FDI	Đầu tư trực tiếp nước ngoài
GDP	Tổng sản phẩm quốc nội
JICA	Cơ quan hợp tác quốc tế Nhật Bản
KNXKTH	Kim ngạch xuất khẩu thực hiện
KNXKDB	Kim ngạch xuất khẩu dự báo
NEU	Đại học Kinh tế quốc dân
NXB	Nhà xuất bản
EXCEL	Phần mềm xử lý số liệu EXCEL
SWOT	Ma trận kết hợp phân tích chiến lược bên trong, bên ngoài
TNHH	Trách nhiệm hữu hạn
USD	Đô la Mỹ
WTO	Tổ chức Thương mại Thế giới
WB	Ngân hàng Thế giới
VCCI	Phòng thương mại và công nghiệp Việt Nam

DANH MỤC CÁC BẢNG

Số TT	Số bảng	Tên bảng	Trang
1	1.1	Nhập khẩu nguyên phụ liệu may mặc Việt Nam 2001 -2005	26
2	1.2	Nhập khẩu nguyên phụ liệu may mặc năm 2004,2005 (theo nước)	27
3	1.3	Số liệu về tỷ lệ chi phí trung gian trong giá trị sản xuất của một số sản phẩm ngành nguyên phụ liệu và may (%)	34
4	1.4	Số liệu về tỷ lệ nguyên vật liệu trong tổng chi phí trung gian của một số sản phẩm ngành nguyên phụ liệu và may (%)	34
5	2.1	Số lượng các doanh nghiệp sản xuất sợi và dệt vải	51
6	2.2	Vốn đầu tư của các doanh nghiệp sản xuất sợi và dệt vải 2001-2007	52
7	2.3	Lao động trong các doanh nghiệp sản xuất sợi và dệt vải 2001-2007	53
8	2.4	Tỷ lệ vốn đầu tư cho thiết bị của các doanh nghiệp sản xuất sợi và dệt vải 2001-2007	54
9	2.5	Vốn đầu tư bình quân 1 doanh nghiệp của các doanh nghiệp sản xuất sợi và dệt vải 2001-2007	54
10	2.6	Mức trang bị vốn đầu tư thiết bị cho 1 lao động của các doanh nghiệp sản xuất sợi và dệt vải 2001-2007	55
11	2.7	Doanh thu của các doanh nghiệp sản xuất sợi và dệt vải 2002-2007	56
12	2.8	Lợi nhuận của các doanh nghiệp sản xuất sợi và dệt vải 2002-2007	57
13	2.9	Nộp ngân sách nhà nước của các doanh nghiệp sản xuất sợi và dệt vải 2002-2007	57
14	2.10	Doanh thu trên vốn kinh doanh của các doanh nghiệp sản xuất sợi và dệt vải từ 2001 - 2007	59
15	2.11	Tỷ lệ sinh lời doanh thu của các doanh nghiệp sản xuất sợi và dệt vải từ 2001 - 2007	59
16	2.12	Tỷ lệ sinh lời trên vốn kinh doanh của các doanh nghiệp sản xuất sợi và dệt vải từ 2001 - 2007	60
17	2.13	Tỷ suất lợi nhuận trên vốn chủ sở hữu của các doanh nghiệp sản xuất sợi và dệt vải từ 2001 - 2007	60
18	2.14	Lợi nhuận trên lao động của các doanh nghiệp sản xuất sợi và dệt vải từ 2001 - 2007	61
19	2.15	Số DN sản xuất sợi và dệt vải có lãi hoặc lỗ 2000-2007	61
20	2.16	Công suất sản xuất chỉ may của Tổng Công ty Phong Phú	64
21	2.17	Đầu tư của Vinatex vào sản xuất nguyên phụ liệu may mặc	70
22	2.18	Số liệu về diện tích trồng và sản lượng bông Việt Nam	76
23	2.19	Nhập khẩu vải của Việt Nam theo nước từ 2003-2005	80
24	2.20	Nhập khẩu phụ liệu dệt may ,da giày, giấy của Việt Nam theo nước từ 2003-2005	80
25	2.21	Một số kết quả kinh doanh của HANOSIMEX 2004-2006	86

26	2.22	Một số kết quả kinh doanh của Công ty Thành Công 2005-2007	86
27	2.23	Một số kết quả kinh doanh của Công ty Đông Á 2004-2006	87
28	3.1	Tốc độ tăng trưởng kinh tế Việt Nam (GDP) và một số nước trong khu vực từ năm 2000-2006	109
29	3.2	Cơ cấu chi tiêu của dân cư qua các năm (%)	110
30	3.3	Tốc độ tăng trưởng của ngành may từ năm 1998 -2007 (%)	111
31	3.4	Một số chỉ tiêu dự báo trong chiến lược phát triển ngành Dệt May	111
32	3.5	Bảng phân tích SWOT về phát triển sản xuất nguyên phụ liệu may mặc Việt Nam	122
33	3.6	Mục tiêu sản xuất nguyên phụ liệu cho may mặc Việt Nam	127
34	3.7	Mục tiêu sản xuất vải dệt thoi	127

DANH MỤC CÁC SƠ ĐỒ, ĐỒ THỊ

Số TT	Số hình	Tên sơ đồ, đồ thị	Trang
1	1.1	Quá trình sản xuất vải	8
2	1.2	Mô hình chuỗi giá trị ngành sản xuất may mặc Việt Nam	11
3	1.3	Các nhân tố ảnh hưởng theo mô hình kim cương của M. Porter	19
4	1.4	Mô hình mối quan hệ giữa Sản xuất nguyên phụ liệu-May	33
5	2.1	Quy mô số lượng các doanh nghiệp sản xuất sợi và dệt vải	51
6	2.2	Cơ cấu vốn đầu tư cho sản xuất sợi và dệt vải 2001 và 2007	52
7	2.3	Cơ cấu lao động trong các doanh nghiệp sản xuất sợi và dệt vải 2006 , 2007	53
8	2.4	Mức trang bị vốn thiết bị cho 1 lao động 2001-2007	55
9	2.5	Cơ cấu doanh thu của các doanh nghiệp sản xuất sợi và dệt vải 2006 và 2007	56
10	2.6	Cơ cấu nộp vào ngân sách nhà nước của các doanh nghiệp sản xuất sợi và dệt vải 2006 và 2007	58
11	2.7	Cơ cấu các doanh nghiệp sản xuất sợi và dệt vải có lãi hoặc lỗ 2000-2007	62
12	3.1	Mô hình cơ cấu chi phí sản phẩm may mặc	112
13	3.2	Chuỗi giá trị-mối quan hệ liên kết giữa các DN	153
14	3.3	Cải tiến chất lượng trên cơ sở vòng tròn Deming	161

MỞ ĐẦU

1. Tính cấp thiết của đề tài luận án

Trong công cuộc đổi mới phát triển kinh tế của Việt Nam, cùng với các ngành kinh tế khác, ngành công nghiệp may mặc đã đóng góp một phần không nhỏ, thúc đẩy tốc độ tăng trưởng của nền kinh tế, tăng thu nhập quốc dân, tăng nhanh kim ngạch xuất khẩu, giải quyết một khối lượng lớn công ăn việc làm cho người lao động. Và đã trở thành một trong những ngành dẫn đầu về kim ngạch xuất khẩu của cả nước trong những năm gần đây. Có thể khẳng định ngành may mặc đang chiếm một vị trí quan trọng trong nền kinh tế Việt Nam. Sự phát triển của ngành may mặc chịu ảnh hưởng của rất nhiều nhân tố, thị trường đầu ra, đầu vào, môi trường thể chế pháp luật... Trong đó yếu tố nguyên phụ liệu đầu vào có ý nghĩa quyết định, gồm: nguyên phụ liệu, sợi, vải, chỉ may... Hiện tại, ngành may mặc Việt Nam có nguồn nguyên phụ liệu nhập từ nước ngoài chiếm đến trên 70%. Điều này đã ảnh hưởng rất lớn đến hiệu quả kinh doanh nói riêng và sự phát triển của ngành may mặc Việt Nam nói chung.

Chính phủ Việt Nam luôn quan tâm chú trọng đến phát triển sản xuất nói chung và ngành may mặc nói riêng. Tuy vậy, cùng với xu hướng hội nhập quốc tế và sự đào thải nghiệt ngã của cơ chế thị trường, trong giai đoạn hiện nay các doanh nghiệp ngành may đang gặp phải những vấn đề những khó khăn, thách thức và ngày càng trở nên bức xúc, chi phí đầu vào tăng cao, không chủ động, giảm sức cạnh tranh trên thị trường, đặc biệt là thị trường quốc tế. Nguồn nguyên phụ liệu đầu vào trong nước đáp ứng rất thấp, số lượng các doanh nghiệp sản xuất nguyên phụ liệu ít, chất lượng chưa đáp ứng đòi hỏi của thị trường và xã hội, hiện tại không đáp ứng được sự đòi hỏi về số lượng và chất lượng của ngành may mặc trong nước, nhất là may mặc xuất khẩu.

Phát triển sản xuất nguyên phụ liệu may mặc, trong đó bao gồm phát triển bông, sợi, dệt vải, và các phụ liệu may mặc khác với mục tiêu là thay thế nhập khẩu, đảm bảo tính chủ động và hiệu quả trong phát triển công nghiệp may mặc, tạo thêm việc làm. Việc phát triển sản xuất nguyên phụ liệu may mặc đã có nhiều quan điểm, có quan điểm cho rằng Việt Nam không nên đầu tư phát triển thêm cho sản xuất nguyên phụ liệu mà nên giữ nguyên như hiện tại, như vậy có thể tận dụng các điều

kiện thuận lợi thông qua việc nhập khẩu từ nước ngoài. Theo quan điểm này thì lợi ích thu được và những bất lợi có thể gặp phải là[25]:

- Lợi ích thu được:

+ Tập Trung vốn cho phát triển may mặc, ngành có khả năng cạnh tranh và triển vọng trên thị trường quốc tế.

+ Tránh được các rủi ro có thể có do sự phát triển mạnh ngành dệt của Trung Quốc và các nước trong khu vực gây ra.

- Những bất lợi có thể gặp phải[25]:

+ Sản phẩm của ngành dệt và các sản phẩm nguyên phụ liệu nếu không đầu tư sẽ bị thu hẹp thị phần hiện tại.

+ Không tạo điều kiện phát triển nghề trồng bông, không tạo được mối liên kết dọc bông - sợi - dệt - may.

+ Không bảo đảm được sự phát triển mạnh, chủ động và bền vững của ngành.

+ Hạn chế khả năng tạo thêm việc làm, không tận dụng lợi thế về lao động rẻ của Việt Nam.

Qua đây cho thấy, nếu Việt Nam đầu tư phát triển sản xuất nguyên phụ liệu cho may mặc thì sẽ khắc phục được những bất lợi kể trên, hay nói cách khác nếu phát triển sản xuất nguyên phụ liệu thì những bất lợi theo quan điểm trên sẽ được khắc phục và trở thành lợi ích.

Tất nhiên, theo đuổi phát triển sản xuất nguyên phụ liệu đáp ứng yêu cầu của ngành may sẽ có thể gặp những rủi ro, trở ngại, có thể kể đến:

- Phải đương đầu với sự cạnh tranh của các nước có sự phát triển mạnh về sản xuất nguyên phụ liệu may, nổi bật nhất là Trung Quốc, Thái Lan, Hàn Quốc.

- Những rủi ro phát sinh trong tiến trình hội nhập, Việt Nam đã gia nhập WTO, tham gia đầy đủ AFTA từ 2006, theo lộ trình này thuế nhập khẩu hàng dệt may vào Việt Nam sẽ giảm đi, chủ yếu ở mức 5% và 0% năm 2015. Việc bảo hộ bằng thuế quan không còn, hàng dệt và nguyên phụ liệu may mặc Việt Nam phải đương đầu với sự cạnh tranh gay gắt với hàng hoá của các nước khác trong khu vực và trên thế giới có quy mô, chủng loại, chất lượng, trình độ công nghệ cao hơn Việt Nam.

- Nhu cầu vốn đầu tư lớn, để có được một ngành dệt và sản xuất nguyên phụ liệu xứng tầm, đáp ứng yêu cầu của ngành may thì cần phải có một lượng vốn tương

đổi lớn để đầu tư mới và cải tiến nâng cấp trình độ của các cơ sở sản xuất hiện tại. Qua phân tích ở trên cho thấy việc đầu tư phát triển sản xuất nguyên phụ liệu cho may mặc là hướng đi đúng đắn cho Việt Nam hiện nay.

Từ sự nhận thức vấn đề trên chúng tôi quyết định chọn đề tài “***Phát triển sản xuất nguyên phụ liệu may mặc Việt Nam***” làm đề tài nghiên cứu của luận án tiến sỹ. Với mong muốn đưa ra những giải pháp góp phần giải quyết những khó khăn thúc đẩy phát triển ngành sản xuất nguyên phụ liệu may mặc phục vụ cho ngành may mặc, đưa ngành may trở thành một ngành công nghiệp phát triển bền vững, phát huy những thế mạnh tiềm năng của ngành, tận dụng lực lượng lao động dồi dào tạo ra của cải ngày càng nhiều cho nền kinh tế.

2. Mục đích nghiên cứu của luận án

- Nghiên cứu, hệ thống hóa các luận cứ lý luận về phát triển sản xuất nguyên phụ liệu cho may mặc.

- Phân tích thực trạng phát triển sản xuất nguyên phụ liệu cho may mặc Việt Nam. Qua đó, chỉ ra những tồn tại, yếu kém cũng như các nguyên nhân dẫn đến những tồn tại, yếu kém.

- Kiến nghị các giải pháp nhằm phát triển sản xuất nguyên phụ liệu cho may mặc Việt Nam trong thời gian tới.

Kết quả luận án sẽ góp thêm cơ sở khoa học để các cơ quan nhà nước, lãnh đạo các doanh nghiệp hoạch định chiến lược phát triển, nâng cao hiệu quả kinh doanh của các doanh nghiệp sản xuất nguyên phụ và hiệu quả liên ngành cho ngành may.

3. Tổng quan các tài liệu nghiên cứu có liên quan đến đề tài luận án

Đã có nhiều nghiên cứu liên quan đến phát triển sản xuất nguyên phụ liệu may mặc Việt Nam ở nhiều khía cạnh, phạm vi, không gian, đối tượng nghiên cứu khác nhau trong thời gian qua. Sau đây là tổng quan một số tài liệu chính như sau:

- *Chính sách công nghiệp và thương mại của Việt Nam trong bối cảnh hội nhập năm 2004* của nhóm tác giả JICA và NEU. Tác phẩm này tập trung nghiên cứu chính sách phát triển các ngành công nghiệp chủ đạo của Việt Nam như Dệt – may, Điện tử, Thép, Sản xuất xe máy, Phần mềm... Trong nội dung có liên quan đến dệt may, tác phẩm đã đề cập các vấn đề về giá trị gia tăng và chiến lược phát triển công nghiệp dệt may trên cơ sở phân tích các phương thức sản xuất gia công xuất khẩu và sản xuất xuất khẩu trực tiếp. Từ đó đề xuất các chính sách để phát triển công nghiệp dệt may. Theo

chúng tôi hạn chế chủ yếu của tài liệu là: khi đưa ra các chính sách phát triển sản phẩm thượng nguồn như bông, dâu tằm có tính khả thi chưa cao[25].

- *Những giải pháp chiến lược nhằm nâng cao hiệu quả ngành may Việt Nam* của tác giả Phạm Thị Thu Phương, NXB Khoa học Kỹ thuật năm 2000. Tác phẩm đã hệ thống hóa các vấn đề lý luận về nâng cao hiệu quả phát triển của ngành may Việt Nam. Phân tích môi trường và những bài học kinh nghiệm đối với ngành may Việt Nam. Từ đó đưa ra những giải pháp chiến lược nhằm nâng cao hiệu quả ngành may. Trong phần giải pháp, tác phẩm đưa ra các giải pháp phát triển sản xuất các sản phẩm đầu vào, sản phẩm thượng nguồn của ngành may. Tuy nhiên, các giải pháp này cũng gặp một số khó khăn khi thực hiện, liên quan đến việc phát triển vùng trồng bông, trồng dâu tằm[28].

- *Phương hướng và các biện pháp chủ yếu nhằm phát triển ngành công nghiệp dệt – may trong quá trình công nghiệp hóa, hiện đại hóa ở Việt Nam* Luận án Tiến sĩ của Dương Đình Giám năm 2001. Đề tài đã đề cập đến các vấn đề: các nhân tố ảnh hưởng đến sự phát triển công nghiệp dệt may trong quá trình công nghiệp hóa, hiện đại hóa; phân tích thực trạng phát triển ngành công nghiệp dệt may; phương hướng và các biện pháp chủ yếu nhằm phát triển ngành công nghiệp dệt may trong quá trình công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước, các biện pháp về phát triển thị trường, các biện pháp về đầu tư, các biện pháp về thu hút sử dụng vốn, các biện pháp về đổi mới quản lý và hoàn thiện tổ chức. Nhìn chung, đề tài đã giải quyết nhiều vấn đề nhằm phát triển ngành công nghiệp dệt may, tuy nhiên nội dung vẫn nghiêng nhiều về phát triển ngành may mặc và may xuất khẩu[16].

- *Đề án phát triển các ngành công nghiệp đến năm 2010 phục vụ công nghiệp hóa, hiện đại hóa nông nghiệp và nông thôn* của Bộ Công nghiệp (trước đây) phê duyệt ngày 5 tháng 5 năm 2005. Theo đó, mục tiêu đặt ra đến năm 2010 sợi 300000 tấn, hàng dệt là 3 tỷ USD, vải lụa 1,4 tỷ m². Các giải pháp đưa ra là: phát triển các thị trường phi hạn ngạch thông qua việc tăng cường các hoạt động xúc tiến thương mại, gây dựng và quảng cáo thương hiệu sản phẩm tại thị trường trong nước và quốc tế, đào tạo lại và bổ sung đội ngũ cán bộ quản lý có chất lượng tốt[5]. Các giải pháp chỉ dừng lại ở các định hướng chung, chưa có các bước đi cụ thể.

- Đề án thành lập trung tâm nguyên phụ liệu cho ngành dệt may. Đề án này nhằm thực thi giải pháp phát triển ngành dệt may Việt Nam. Theo đề án, một trung tâm nguyên

phụ liệu sẽ được xây dựng tại Thành phố Hồ Chí Minh với diện tích dự kiến khoảng 75000 m² và chi phí đầu tư khoảng 69 tỷ đồng [18].

- Bài viết của GS.TS Nguyễn Kế Tuấn, *Phát triển công nghiệp phụ trợ trong chiến lược phát triển công nghiệp Việt Nam*- Tạp chí Kinh tế và Phát triển số 85 tháng 7 năm 2004, trang 3- 6. Trong bài viết này tác giả đã khái quát các nhân tố ảnh hưởng đến công nghiệp phụ trợ của các ngành công nghiệp nói chung, trong đó có dệt may, trên cơ sở đó đưa ra các quan điểm lựa chọn chiến lược và các chính sách phát triển công nghiệp phụ trợ[43].

- Bài viết của Vũ Quốc Dũng, *Dệt may Việt Nam hậu WTO: Thực trạng và những mục tiêu hướng tới* - Tạp chí Tài chính doanh nghiệp số 9 năm 2007 trang 29-31. Bài viết đã khái quát thực trạng đang đặt ra đối với ngành dệt may. Trong đó đưa ra hàng loạt vấn đề mà ngành dệt may cần giải quyết trong thời gian tới. Về vấn đề nguyên phụ liệu, tác giả đưa ra giải pháp cần đầu tư xây dựng vùng bông, xơ tập trung lớn, đồng thời có chính sách tài chính thích hợp khuyến khích các vùng trồng bông, đay, gai... không tập trung. Tuy vậy, tác giả chưa đưa ra các giải pháp, bước đi cụ thể để thực hiện. Thực trạng thực thi giải pháp vẫn đang trong giai đoạn gặp nhiều khó khăn[11].

Ngoài ra còn có nhiều các bài viết khác của các tác giả đăng tải trên tạp chí, báo, trang web,... trong nước và quốc tế có liên quan đến phát triển sản xuất nguyên phụ liệu may mặc Việt Nam. Tuy nhiên, chưa có công trình nào nghiên cứu một cách toàn diện, sâu sắc cả về lý luận gắn với phân tích thực trạng phát triển sản xuất nguyên phụ liệu may mặc mà chủ yếu là sản xuất sợi, vải và chỉ may. Bởi vậy, công trình này sẽ đi sâu nghiên cứu để giải quyết các yêu cầu đó. Qua đó, đánh giá thực trạng tình hình phát triển sản xuất nguyên phụ liệu may mặc; đề xuất định hướng, giải pháp nhằm phát triển ngành sản xuất nguyên phụ liệu may mặc yếu tố quyết định việc phát triển bền vững của ngành dệt may.

4. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu đề tài

- Đối tượng nghiên cứu: Luận án lấy vấn đề phát triển sản xuất nguyên phụ liệu cho may mặc Việt Nam về mặt kinh tế và tổ chức làm đối tượng nghiên cứu.

- Phạm vi nghiên cứu: Luận án lấy các doanh nghiệp sản xuất kinh doanh nguyên phụ liệu may mặc Việt Nam. Về nguyên liệu lấy các doanh nghiệp sản xuất sợi, dệt vải và hoàn tất; về phụ liệu lấy sản xuất chỉ may làm không gian nghiên cứu. Thời gian khảo sát, nghiên cứu từ năm 2001 đến 2008.

5. Các phương pháp nghiên cứu

Luận án sử dụng phương pháp luận của chủ nghĩa duy vật biện chứng và duy vật lịch sử, được vận dụng vào hoàn cảnh thực tế của Việt Nam. Một số phương pháp cụ thể được sử dụng trong khi thực hiện luận án, bao gồm:

- Thu thập nghiên cứu các tài liệu thứ cấp như sách, niên giám thống kê, tạp chí, các báo cáo của các doanh nghiệp sản xuất dệt, may, sản xuất phụ liệu may mặc, các số liệu trên các trang website của các doanh nghiệp, các Bộ, Ban ngành, các cơ quan báo chí trong và ngoài nước.

- Phương pháp tham khảo ý kiến của các chuyên gia, các nhà kinh doanh trong lĩnh vực dệt may thuộc Bộ Công thương và các doanh nghiệp thuộc Tập đoàn dệt may cũng như một số doanh nghiệp thuộc Hiệp hội dệt may Việt Nam.

- Phương pháp phân tích đối chiếu, so sánh;

- Luận án sử dụng các mô hình để phân tích khả năng phát triển của ngành. Mô hình mô hình kim cương (diamond model) của Michel Porter về lợi thế cạnh tranh để phân tích lợi thế cạnh tranh phát triển ngành; phân tích môi trường ngành và các nhân tố ảnh hưởng. Nghiên cứu áp dụng ma trận SWOT để phân tích điểm mạnh điểm yếu; cơ hội, thách thức đối với phát triển sản xuất nguyên phụ liệu may mặc.

6. Những điểm mới của Luận án

- Luận án đã tập trung chuyên sâu vào nghiên cứu và làm rõ những vấn đề lý luận cơ bản về phát triển sản xuất nguyên phụ liệu may mặc Việt Nam, qua đó cho thấy đặc điểm, vị trí, những chỉ tiêu đánh giá sự phát triển; những nhân tố cơ bản ảnh hưởng đến sự phát triển sản xuất nguyên phụ liệu may mặc (sử dụng mô hình kim cương), lý thuyết về lợi thế so sánh đối với phát triển sản xuất nguyên phụ liệu may mặc Việt Nam.

- Phân tích và đánh giá thực trạng phát triển sản xuất nguyên phụ liệu may mặc Việt Nam giai đoạn 2001 – 2008 (phạm vi là các doanh nghiệp sản xuất sợi, dệt vải và sản xuất chỉ may), về các mặt: Số lượng doanh nghiệp, vốn đầu tư sản xuất kinh doanh, lao động, doanh thu, lợi nhuận, đóng góp ngân sách Nhà nước, các chỉ tiêu hiệu quả kinh doanh: tỷ suất lợi nhuận doanh thu, tỷ suất lợi nhuận vốn kinh doanh, lợi nhuận trên lao động, tỷ suất lợi nhuận vốn chủ sở hữu, số doanh nghiệp kinh doanh có lãi...; phân tích hiệu quả của hoạt động liên kết trong sản xuất; phân tích khả năng cạnh tranh của các doanh nghiệp sản xuất nguyên phụ liệu may mặc Việt Nam, trên phương diện những thuận lợi và khó khăn của các yếu tố: Các điều kiện đầu vào, Các điều kiện đầu ra, các

ngành có liên quan và hỗ trợ, điều kiện về chiến lược kinh doanh của ngành và cạnh tranh, Yếu tố sự thay đổi, vai trò của Nhà nước.

- Đánh giá tổng quan thực trạng phát triển sản xuất nguyên phụ liệu may mặc Việt Nam để thấy được những thành tựu, khó khăn hạn chế và chỉ ra được nguyên nhân của những thành công. Từ đó rút ra 7 vấn đề đặt ra trong phát triển sản xuất nguyên phụ liệu may mặc Việt Nam: Các chính sách, biện pháp thu hút vốn đầu tư chưa có hiệu quả; Chưa có các biện pháp cụ thể thực hiện chiến lược phát triển nguồn nhân lực phù hợp; Hiệu quả các giải pháp nâng cao sức cạnh tranh của sản phẩm thấp; Chưa có các biện pháp cho vấn đề liên kết trong ngành; Thực hiện quy hoạch đầu tư còn chậm chưa phát huy hiệu quả; Nguyên liệu thượng nguồn phát triển yếu; Chưa có chiến lược xây dựng và phát triển thương hiệu.

- Trên cơ sở đánh giá khách quan thực trạng phát triển sản xuất nguyên phụ liệu và chỉ rõ nguyên nhân của những thành công, hạn chế, các vấn đề đặt ra, chỉ ra xu hướng phát triển của ngành may mặc Việt Nam, cơ hội và thách thức đối với phát triển sản xuất nguyên phụ liệu may mặc; Luận án đưa ra các quan điểm, định hướng và 7 nhóm giải pháp nhằm phát triển sản xuất nguyên phụ liệu may mặc Việt Nam, gồm: Các giải pháp về thu hút nguồn vốn; Các giải pháp về đầu tư phát triển sản xuất kinh doanh; Các giải pháp phát triển nguồn nhân lực; Tăng cường và nâng cao hiệu quả hoạt động liên kết; Các giải pháp về thị trường và nâng cao sức cạnh tranh; Tăng cường hơn nữa công tác quy hoạch trong đầu tư và quản lý kinh tế; Các giải pháp đối các doanh nghiệp sản xuất nguyên phụ liệu may mặc.

7. Kết cấu chung của Luận án

Ngoài phần mở đầu, kết luận, phụ lục và danh mục tài liệu tham khảo, luận án kết cấu thành ba chương:

Chương 1: *Những vấn đề lý luận cơ bản về phát triển sản xuất nguyên phụ liệu may mặc Việt Nam*

Chương 2: *Phân tích thực trạng phát triển sản xuất nguyên phụ liệu may mặc Việt Nam*

Chương 3: *Giải pháp phát triển sản xuất nguyên phụ liệu may mặc Việt Nam.*

CHƯƠNG 1

NHỮNG VẤN ĐỀ LÝ LUẬN CƠ BẢN VỀ PHÁT TRIỂN SẢN XUẤT NGUYÊN PHỤ LIỆU MAY MẶC VIỆT NAM

1.1 NGUYÊN PHỤ LIỆU MAY MẶC VÀ CÁC CHỈ TIÊU ĐÁNH GIÁ SỰ PHÁT TRIỂN SẢN XUẤT NGUYÊN PHỤ LIỆU MAY MẶC

1.1.1 Các loại nguyên phụ liệu may mặc cơ bản

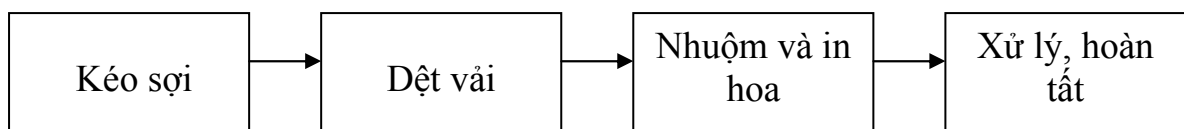
Đối với các sản phẩm may mặc, giá trị nguyên phụ liệu chiếm tỷ trọng lớn và có vai trò quyết định tới chất lượng sản phẩm. Có rất nhiều loại nguyên phụ liệu khác nhau, chủng loại nguyên phụ liệu phụ thuộc vào yêu cầu của loại sản phẩm may mặc. Dựa vào vai trò và đặc điểm của từng loại nguyên phụ liệu đối với sản phẩm may, người ta chia nguyên phụ liệu thành hai nhóm chính là nguyên liệu chính và nguyên liệu phụ (phụ liệu).

1.1.1.1 Nguyên liệu chính.

Nguyên liệu chính là thành phần chính tạo nên sản phẩm, chiếm từ 70% đến 80% giá thành công xưởng của sản phẩm may mặc, gồm[2]:

Vải dệt

Quá trình sản xuất vải được thực hiện theo sơ đồ sau: Hình 1.1



Hình 1.1 *Quá trình sản xuất vải*

Phân loại vải: theo từng tiêu thức khác nhau, người ta chia vải thành rất nhiều loại khác nhau. Trên thực tế, người ta thường chia theo phương pháp sản xuất, theo tiêu thức này thì vải được chia làm hai loại là vải dệt thoi và vải dệt kim, người ta cũng có thể chia thành vải mộc, vải xù lông, vải mặt nhẵn, vải nhiều lớp.

- Vải dệt thoi

Vải dệt thoi được tạo thành từ hai hệ thống sợi dọc và sợi ngang đan với nhau theo phương vuông góc.

Vải dệt thoi có đặc trưng chủ yếu về cấu tạo của vải, gồm: chỉ số sợi, kiểu dệt, mật độ, các chỉ số chứa đầy của vải, pha cấu tạo, mặt tiếp xúc, đặc trưng về mặt phải và mặt trái của vải. Những đặc trưng này chủ yếu xác định kích thước, hình dáng, quan hệ phân bố và sự liên kết giữa các sợi trong vải.

- Vải dệt kim

Vải dệt kim được hình thành trên cơ sở tạo vòng, các sợi được uốn cong liên tục hình thành nên vòng sợi. Vòng sợi là đơn vị cấu tạo cơ bản của vải dệt kim, các vòng sợi liên kết với nhau theo hướng ngang tạo thành hàng vòng và lồng với nhau để tạo ra cọt vòng.

Vải dệt kim có đặc điểm khác với vải dệt thoi là có tính co giãn, đàn hồi đáng kể, vì vậy khi xác định kích thước của mẫu vải hoặc tấm vải dệt kim thì phải lưu ý đến tính chất này.

Vải không dệt

Là loại sản phẩm ở dạng tấm được sản xuất ra từ một hay nhiều lớp xơ đồng nhất hoặc không đồng nhất. Vải không dệt chủ yếu được hình thành bằng phương pháp liên kết các xơ với nhau tạo ra đệm xơ cho nên loại vải này có chiều dày và khối lượng thay đổi rất nhiều.

Vật liệu da

Là loại sản phẩm được tạo ra từ các loại da thiên nhiên hoặc vải giả da. Da thiên nhiên được tạo ra từ một số loài động vật cỡ lớn như trâu, bò, lợn, dê. Vải giả da được tạo nên trên cơ sở vải nền sau đó đem phun, tẩm hoặc lồng ghép các lớp polime khác nhau và xử lý hoàn tất để hình thành nên vật liệu.

1.1.1.2 Các loại phụ liệu

Đối với sản phẩm may mặc, phụ liệu đóng vai trò liên kết nguyên liệu, tạo thẩm mỹ cho sản phẩm, số lượng chủng loại phụ liệu đa dạng phong phú, đáp ứng yêu cầu của từng loại sản phẩm may mặc. Gồm có các loại phụ liệu chủ yếu sau:

Chỉ may

- Chỉ may là phụ liệu không thể thiếu trong may mặc có tác dụng liên kết hoàn tất sản phẩm may. Chỉ may được tạo ra từ hai loại nguyên liệu dệt cơ bản là xơ thiên nhiên và xơ hoá học, ở dạng nguyên chất hoặc pha trộn để tạo nên chỉ may. Theo tính chất này, chỉ may được chia làm hai loại chính là chỉ từ xơ thiên nhiên và chỉ từ xơ hoá học.

+ Chỉ từ xơ thiên nhiên: gồm có chỉ bông và chỉ tơ tằm. Chỉ bông đây là loại chỉ được sử dụng khá phổ biến trong may mặc. Chỉ tơ tằm là loại chỉ xe từ tơ tằm.

+ Chỉ từ xơ hoá học là loại chỉ được xe từ xơ hoá học, gồm có chỉ từ xơ sợi nhân tạo và chỉ từ xơ sợi tổng hợp.

- Các yêu cầu đối với chỉ may. Do tác dụng của chỉ may là loại phụ liệu liên kết các chi tiết để hoàn thành một sản phẩm may mặc, có ảnh hưởng không nhỏ tới chất lượng sản phẩm may mặc. Vì vậy, chỉ may cần đảm bảo các yêu cầu sau:

- + Đồng đều về chi số
- + Độ bền cao
- + Mềm
- + Độ đàn hồi
- + Cân bằng xoắn
- + Độ sạch
- + Độ bền của màu
- + Độ co của chỉ

Vật liệu dụng

Vật liệu dụng là phụ liệu chủ yếu sử dụng trong may mặc, góp phần tạo dáng cho sản phẩm may. Chức năng chính của vật liệu dụng sản phẩm may là để tạo bề mặt cứng, tạo độ phồng, tạo phom cho các chi tiết, định hình dáng cho sản phẩm phù hợp với dáng của cơ thể người mặc, làm tăng độ bền của sản phẩm và ấm cơ thể. Gồm:

- Dụng dính, còn gọi là mex thường có hai loại là mex vải và mex giấy
- Dụng không dính, gồm có vải dụng, xóp dụng, đệm bông.

Vật liệu cài

- Khoá kéo, là loại phụ liệu dùng để may nẹp áo, miệng túi, moi quần... Yêu cầu của khoá kéo cần phải bền, khít và chắc, có màu phù hợp với màu của sản phẩm. Dây khoá kéo thường làm bằng nhựa và bằng kim loại.

- Cúc là loại vật liệu cài chủ yếu, có tác dụng mở ra, cài vào dễ dàng. Ngoài ra còn có tác dụng là vật trang trí, có rất nhiều loại cúc như cúc nhựa, cúc kim loại, cúc gỗ...

Các phụ liệu khác

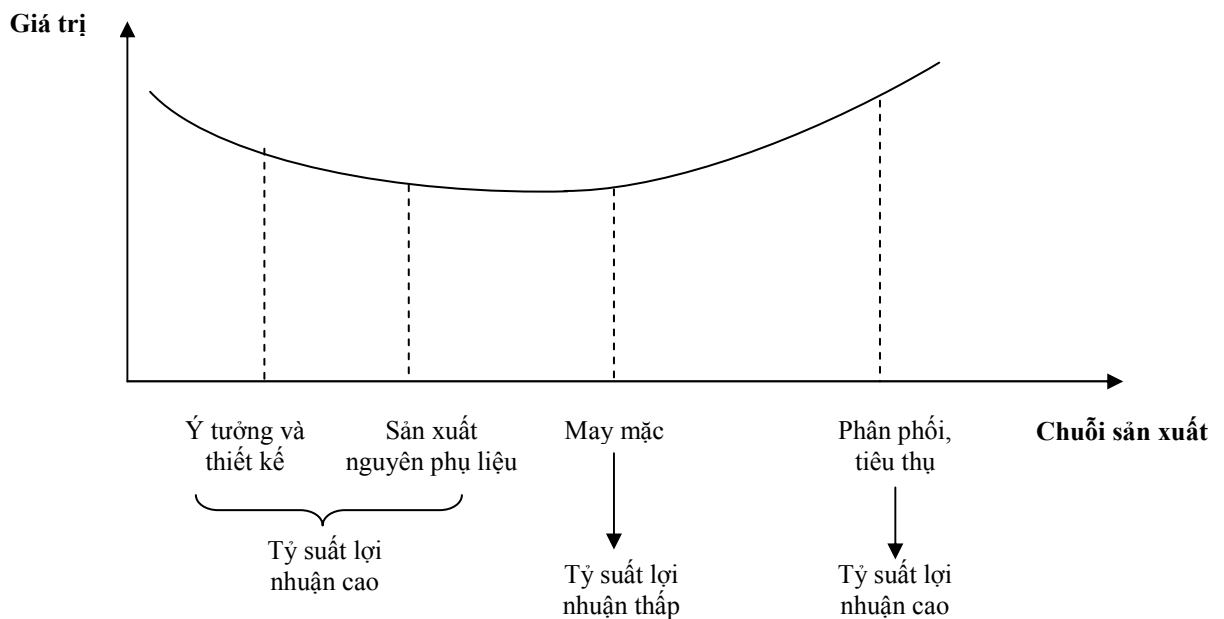
Ngoài các loại phụ liệu chủ yếu trên tùy thuộc vào đặc điểm của mỗi loại sản phẩm lại có những phụ liệu khác đi cùng. Một số phụ liệu khác có thể kể đến như: băng gai dính, các loại nút kim loại, dây thun, các loại cài túi xách, chót chặt, móc áo, nhãn sản phẩm...

1.1.2 Vị trí của ngành sản xuất nguyên phụ liệu may mặc

1.1.2.1 Vị trí sản xuất nguyên phụ liệu trong chuỗi giá trị ngành may mặc Việt Nam

Phân tích chuỗi giá trị cho thấy việc tạo ra lợi nhuận ở từng khâu, thông thường khâu nào có lợi nhuận cao thì yêu cầu trình độ kỹ thuật cao hơn và tiền công cũng cao hơn. May mặc cũng như các ngành khác, khâu thiết kế có tỷ suất lợi nhuận cao hơn hẳn so với các khâu khác. Phân tích chuỗi giá trị còn cho biết những điểm yếu về liên kết trong chuỗi giá trị, những điểm yếu này có thể mang lại lợi nhuận thấp và rào cản sức mạnh của toàn ngành.

Chuỗi giá trị quốc gia được hiểu là toàn bộ quá trình sản xuất của ngành từ thượng nguồn đến hạ nguồn của sản phẩm đều được thực hiện trong nội bộ một quốc gia. Với chuỗi giá trị này, đã có một số doanh nghiệp trong ngành của Việt Nam thực hiện và mang lại thành công bước đầu như May 10, Việt Tiến, Dệt may Hà nội... Các doanh nghiệp này tham gia vào chuỗi giá trị quốc gia song song với việc tham gia vào sản xuất gia công. Hơn nữa với hạn chế về năng lực thiết kế, nhất là hạn chế trong sản xuất phụ liệu nên lợi nhuận tạo ra trong chuỗi chưa thực sự cao. Phương thức sản xuất gia công vẫn chiếm một tỷ lệ lớn trong các doanh nghiệp này.



Hình 1.2 Mô hình chuỗi giá trị ngành sản xuất may mặc Việt Nam

Bản chất chuỗi giá trị được phản ánh theo hình Parabol. Để đơn giản hơn trong phân tích, chúng tôi chia chuỗi giá trị ngành dệt may Việt Nam thành 4 khâu

cơ bản: ý tưởng và thiết kế; sản xuất nguyên phụ liệu, may mặc, phân phối và marketing, thể hiện trong hình 1.2

- *Ý tưởng thiết kế sản phẩm dệt may*

Là ngành có công nghệ sản xuất thấp thuộc thể hệ công nghiệp thứ nhất, các nước đi trước chỉ phát triển trong giai đoạn đầu của quá trình công nghiệp hoá sau đó dịch chuyển sản xuất sang các nước đi sau để tận dụng lợi thế nguồn nhân lực giá rẻ. Các nước đi trước tập trung vào vào khâu nghiên cứu và thiết kế sản phẩm mới, tạo mẫu mã đáp ứng nhu cầu đa dạng và cao cấp của thị trường. Hiện tại, giá trị của khâu nghiên cứu và thiết kế chiếm tỷ trọng rất cao trong chuỗi giá trị sản phẩm may mặc và đang diễn ra sự cạnh tranh gay gắt trong khâu này giữa các nước có ngành may mặc phát triển. Khâu ý tưởng và thiết kế có tỷ suất lợi nhuận cao nhất trong chuỗi giá trị thì lại là khâu yếu của ngành may mặc Việt Nam.

- *Sản xuất nguyên phụ liệu*

Sản xuất nguyên phụ liệu là khâu tạo ra lợi nhuận thấp hơn khâu ý tưởng và thiết kế và cao hơn khâu sản xuất. Cho đến hiện nay ngành may mặc Việt Nam vẫn yếu ở khâu này, tính đến năm 2008 trên 70% nguyên phụ liệu vẫn phải nhập từ nước ngoài, điều này đã dẫn đến các khó khăn không nhỏ cho phát triển ngành may mặc:

- + Chi phí nguyên liệu đầu vào tăng cao;
- + Bị động trong sản xuất kinh doanh;
- + Luôn chịu sức ép từ các nhà cung cấp...

Qua mô hình chuỗi giá trị cho thấy sản xuất nguyên phụ liệu có một vị trí rất quan trọng đối với sự phát triển của ngành may mặc Việt Nam. Sản phẩm của sản xuất nguyên phụ liệu may là sản phẩm đầu vào của ngành may, không phải là sản phẩm cuối cùng cho tiêu dùng mà là sản phẩm trung gian. Chất lượng sản phẩm nguyên phụ liệu may có quyết định rất lớn đến chất lượng sản phẩm của ngành may. Chất lượng sản phẩm nguyên phụ liệu có tốt, đẹp, phù hợp với thị hiếu người tiêu dùng thì sản phẩm may mặc mới được người tiêu dùng chấp nhận. Phát triển sản xuất nguyên phụ liệu sẽ quyết định sự phát triển bền vững cho toàn ngành.

- *May mặc*

Trong chuỗi giá trị thì khâu may mặc có tỷ suất lợi nhuận thấp nhất chỉ chiếm từ 5-10%. Tuy vậy, hầu hết các doanh nghiệp may mặc Việt Nam lại đang tập trung vào khâu này nhằm khai thác các lợi thế trước mắt là giá nhân công rẻ.

Các doanh nghiệp Việt Nam cần nhận thức rõ lợi thế về lao động rẻ sẽ mất dần trong tương lai, để phát triển bền vững các doanh nghiệp Việt Nam cần vươn lên để không nằm ở vị trí đáy của chuỗi giá trị toàn cầu, cần phải phát huy các biến các lợi thế tĩnh thành các lợi thế động, cần có sự phát triển cao về trình độ nguồn nhân lực và khả năng ứng dụng khoa học công nghệ.

- Phân phối và marketing

Trong phân phối sản phẩm và marketing Việt Nam mới chỉ thực hiện ở phạm vi trong nước, thị trường nước ngoài còn rất yếu. Các doanh nghiệp vẫn chủ yếu là may gia công xuất khẩu, xuất khẩu dạng FOB còn rất hạn chế.

Đối với thị trường trong nước, một số doanh nghiệp may mặc đã thực hiện khá tốt các chính sách marketing như may Việt Tiến, May 10, Dệt May Hà Nội, Dệt Thái Tuấn... Tuy vậy, đánh giá chung về chính sách phân phối sản phẩm và marketing của các doanh nghiệp vẫn chưa thực sự mạnh. Nguyên nhân là do chưa có các hãng phân phối lớn và chuyên nghiệp hoá, hầu hết các doanh nghiệp tự xây dựng và thực hiện thông qua hệ thống các cửa hàng giới thiệu của doanh nghiệp và các đại lý nhỏ tư nhân.

Đối với thị trường xuất khẩu khâu phân phối hoàn toàn dựa vào các đối tác. Thường thì các nhà phân phối chính là các nhà thiết kế vì hơn ai hết họ là người hiểu tường tận nhất nhu cầu của khách hàng. Theo tính toán của các chuyên gia thì 70% lợi nhuận (tính trên một sản phẩm may mặc trong cả chuỗi giá trị) thuộc về các nhà phân phối bán lẻ. Để nâng cao hơn nữa giá trị gia tăng cho toàn ngành, việc chú trọng vào khâu thương mại hoá nhằm gia tăng giá trị cảm nhận của sản phẩm, tăng khối lượng tiêu thụ, kích thích tiêu dùng thì cần phải thực sự chuyên môn hoá và chuyên nghiệp hoá.

1.1.2.2 Vị trí của ngành may mặc Việt Nam trong chuỗi giá trị toàn cầu

Trong xu hướng toàn cầu hoá các hoạt động trong chuỗi giá trị toàn cầu này sẽ được phân bổ đến những nơi có chi phí thấp nhất, hoạt động có hiệu quả nhất. Chuỗi giá trị của ngành dệt may được chia làm 5 công đoạn cơ bản:

Công đoạn cung cấp sản phẩm thô: các sợi tự nhiên và nhân tạo;

Công đoạn sản xuất các sản phẩm nguyên phụ liệu: sợi, vải, chỉ may...;

Công đoạn may: các sản phẩm may mặc;

Công đoạn xuất khẩu do các trung gian thương mại đảm nhận;

Công đoạn phân phối và marketing.

Chuỗi giá trị toàn cầu của ngành dệt may có thể hiểu như sau: khâu thiết kế kiểu dáng diễn ra ở New York, London, Pari...; vải được sản xuất phần lớn ở Trung Quốc, hiện tại Trung Quốc là nước phát triển sản xuất nguyên phụ liệu rất mạnh mẽ, đứng đầu thế giới; các phụ liệu đầu vào khác được sản xuất tại Ấn Độ, Nhật Bản... và sản phẩm cuối cùng là may mặc được sản xuất ở các nước có chi phí nhân công thấp và sản xuất nguyên phụ liệu chưa có điều kiện phát triển như Việt Nam, Pakistan, Campuchia...

Trong chuỗi giá trị này, Việt Nam mới chỉ tham gia vào khâu sản xuất cuối cùng, khâu tạo ra giá trị gia tăng thấp nhất trong toàn chuỗi giá trị. Khoảng 90% các doanh nghiệp may mặc Việt Nam tham gia vào khâu này dưới hình thức gia công. Việt Nam đang tham gia vào khâu có lợi nhuận thấp nhất, tỷ suất lợi nhuận khoảng 5-10%. Trong khi đó khâu nghiên cứu phát triển và thương mại có giá trị gia tăng cao lại là khâu yếu, chưa phát triển của ngành dệt may Việt Nam.

Liệu Việt Nam có thể tham gia vào các khâu khác của chuỗi giá trị không? Việt Nam có thể tham gia vào khâu sản xuất nguyên phụ liệu hay không?

Có một số ý kiến chuyên gia cho rằng khâu sản xuất sản phẩm may mặc (dưới hình thức gia công) dù tạo ra giá trị gia tăng không cao nhưng giúp cho các doanh nghiệp Việt Nam có sức cạnh tranh hơn bởi “các cường quốc may mặc” họ cạnh tranh nhau rất khốc liệt ở giai đoạn thiết kế và phát triển sản xuất phụ trợ mà tạo ra nhiều thị trường ngách cho Việt Nam. Trong ngắn hạn quan điểm này có thể phù hợp với thực tiễn, nhưng sẽ không phù hợp, thậm chí có thể sai lệch cho chiến lược phát triển bền vững trong tương lai.

Việt Nam có đủ các điều kiện để phát triển sản xuất nguyên phụ liệu may mặc, vấn đề là chọn một sản phẩm nguyên phụ liệu có lợi thế cao để phát triển sản xuất như sản xuất vải, chỉ may... Hơn nữa, với bề dày kinh nghiệm ngành dệt may Việt Nam hoàn toàn đủ năng lực để phát triển sản xuất nguyên phụ liệu may mặc khâu mang lại giá trị gia tăng cao.

1.1.3 Đặc điểm sản xuất nguyên phụ liệu may mặc

Sản xuất nguyên phụ liệu may mặc là ngành sản xuất sản phẩm đầu vào (sản phẩm thượng nguồn) cho ngành công nghiệp may mặc, một ngành công nghiệp có từ

lâu đời, sản xuất sản phẩm thiết yếu cho nhu cầu của con người. Cùng với sự phát triển của ngành may thì ngành sản xuất nguyên phụ liệu cũng phát triển theo đáp ứng yêu cầu của sản phẩm may mặc. Sản xuất may và sản xuất nguyên phụ liệu là hai ngành có mối quan hệ chặt chẽ không thể tách rời nhau vì thế sản xuất nguyên phụ liệu chịu nhiều ảnh hưởng của ngành may. Đặc điểm của sản xuất nguyên phụ liệu may bị chi phối bởi đặc điểm của ngành may. Sản xuất nguyên phụ liệu may mặc mang những đặc điểm chủ yếu sau:

- Sản xuất nguyên phụ liệu mang tính thời trang cao

Vì là sản phẩm đầu vào và cấu thành chính của sản phẩm may mặc nên chất lượng sản phẩm nguyên phụ liệu may mặc không được quyết định trực tiếp bởi thị trường mà gián tiếp thông qua sản phẩm may mặc. Chu kỳ sản phẩm của ngành sản xuất nguyên phụ liệu may phụ thuộc vào chu kỳ vòng đời của sản phẩm may mặc. Vòng đời sản phẩm thường ngắn nó đáp ứng tính thời trang và sự thay đổi liên tục của sản phẩm may. Sản xuất nguyên phụ liệu luôn biến động theo yêu cầu phong phú, đa dạng tùy thuộc vào thị hiếu, văn hoá, phong tục, tập quán, tôn giáo, địa lý ... của sản phẩm may mặc.

Với đặc điểm này, các doanh nghiệp sản xuất nguyên phụ liệu may mặc không những bán sát thị hiếu, đòi hỏi của các doanh nghiệp may mặc mà còn phải nghiên cứu thị hiếu của người tiêu dùng sản phẩm may mặc. Đòi hỏi ngành sản xuất nguyên phụ liệu phải có đội ngũ thiết kế sản phẩm mới vừa am hiểu về thiết kế mẫu thời trang may mặc vừa am hiểu về thiết kế sản phẩm vải và phụ liệu.

- Sản xuất nguyên phụ liệu may là ngành đòi hỏi nhiều lao động

Cho dù công nghệ có hiện đại, tự động hoá ngày càng cao thì sản xuất nguyên phụ liệu vẫn là ngành sử dụng nhiều lao động, trong đó lao động phổ thông, lao động lành nghề chiếm tỷ trọng lớn. Để sản xuất ra một sản phẩm cần phải trải qua rất nhiều các công đoạn, trong đó có các công đoạn cần được tự động hoá, cũng có nhiều công đoạn vẫn phải sử dụng lao động chân tay. Việt Nam là nước có dân số đông, lao động dồi dào là điều kiện để phát triển sản xuất nguyên phụ liệu may mặc.

Trong sản xuất vải và các phụ liệu cho may mặc thì tỷ lệ lao động phổ thông, lao động trình độ chuyên môn vừa phải là chủ yếu. Các doanh nghiệp có thể tuyển lao động phổ thông sau đó huấn luyện đào tạo trong một thời gian ngắn là có thể đáp ứng được yêu cầu công việc.

- Lao động kỹ thuật và thiết kế vải đòi hỏi trình độ cao.

Trong các doanh nghiệp sản xuất vải thì số lượng lao động đòi hỏi trình độ cao đặc biệt là khâu nhuộm và hoàn tất vải. Lực lượng lao động kỹ thuật quyết định đến chất lượng sản xuất sản phẩm. Lực lượng lao động kỹ thuật không những đòi hỏi phải được đào tạo bài bản mà còn đòi hỏi có kỹ năng ngành nghề, kinh nghiệm làm việc cao, chất lượng sản xuất một lô vải phụ thuộc vào từng ca đứng máy như độ đồng đều về kết cấu, màu sắc... Như vậy, chất lượng vải rất nhạy cảm với khả năng vận hành của đội ngũ lao động kỹ thuật lành nghề, chất lượng vải được sản xuất từ một nhà máy có ổn định hay không phụ thuộc rất lớn vào trình độ, kỹ năng, ý thức làm việc của đội ngũ lao động kỹ thuật.

- Sản xuất nguyên phụ liệu may mặc là ngành nghề có tính truyền thống

Sản xuất nguyên phụ liệu may mặc ra đời cùng với sự ra đời của ngành may mặc, đáp ứng yêu cầu và đòi hỏi của ngành may. Đối với Việt nam thì đây là một ngành mang tính truyền thống. Đặc điểm này cho thấy Việt Nam có thế mạnh về kinh nghiệm truyền thống trong sản xuất kinh doanh.

- Sản xuất nguyên phụ liệu may mặc mang tính thời vụ

Sản phẩm nguyên phụ liệu may mặc có tính thời vụ trong năm, nhằm đáp ứng tính thời vụ của sản phẩm may mặc. Đặc điểm này yêu cầu các doanh nghiệp sản xuất nguyên phụ liệu phải quan tâm đến thời hạn giao hàng, đảm bảo cung cấp hàng kịp thời vụ.

1.1.4 Các chỉ tiêu phân tích đánh giá sự phát triển sản xuất nguyên phụ liệu may mặc

Để đánh giá sự phát triển của một ngành sản xuất, tùy thuộc và đặc điểm của ngành mà người ta có thể dùng nhiều chỉ tiêu khác nhau. Sản xuất nguyên phụ liệu là một ngành sản xuất vật chất, giống như các ngành sản xuất vật chất khác khi đánh giá về sự phát triển thường sử dụng hai nhóm chỉ tiêu, nhóm chỉ tiêu về số lượng và nhóm chỉ tiêu về chất lượng.

a. Các chỉ tiêu tuyệt đối

Nhóm chỉ tiêu này phản ánh sự phát triển của ngành về mặt số lượng, quy mô, gồm một số chỉ tiêu chủ yếu sau:

- Số lượng các doanh nghiệp sản xuất trong ngành;
- Quy mô về vốn của các doanh nghiệp sản xuất trong ngành;

- Tổng giá trị sản lượng sản xuất;
- Tổng doanh thu, tổng giá trị xuất khẩu;
- Lợi nhuận đạt được của các doanh nghiệp.

b. Các chỉ tiêu về chất lượng

Gồm có các chỉ tiêu chủ yếu sau:

- Tốc độ phát triển bình quân, chỉ tiêu này phản ánh sự phát triển của ngành trong cả một giai đoạn nghiên cứu. Công thức tính:

Trong đó: \bar{t} – Là tốc độ phát triển bình quân của một giai đoạn nào đó;

Q_n – Là giá trị sản xuất, doanh thu, lợi nhuận... năm n ;

Q_1 – Là giá trị sản xuất, doanh thu, lợi nhuận... năm gốc.

- Chỉ tiêu: Vòng quay vốn kinh doanh còn gọi là Sức sản xuất của vốn kinh doanh.

Vòng quay vốn kinh doanh = Doanh thu/Vốn kinh doanh

Chỉ tiêu này phản ánh một đồng vốn kinh doanh bỏ ra trong một kỳ kinh doanh sinh ra bao nhiêu đồng doanh thu, chỉ tiêu này càng cao thì càng tốt.

- Chỉ tiêu: Tỷ lệ sinh lời doanh thu

Tỷ lệ sinh lời doanh thu = (Lợi nhuận/Doanh thu)100%

- Chỉ tiêu: Tỷ lệ sinh lời vốn kinh doanh

Tỷ lệ sinh lời vốn kinh doanh = (Lợi nhuận/Vốn kinh doanh)100%

Chỉ tiêu này phản ánh một đồng vốn bỏ ra thì trong một kỳ kinh doanh thu về bao nhiêu đồng lợi nhuận hay bao nhiêu phần trăm lợi nhuận.

- Chỉ tiêu: Tỷ lệ sinh lời vốn chủ sở hữu

Tỷ lệ sinh lời vốn chủ sở hữu = (Lợi nhuận/Vốn chủ sở hữu)100%

Chỉ tiêu này phản ánh một đồng vốn chủ sở hữu bỏ ra thì trong một kỳ kinh doanh thu về bao nhiêu đồng lợi nhuận hay bao nhiêu phần trăm lợi nhuận, chỉ tiêu này phản ánh hiệu quả cuối cùng trong kinh doanh.

- Chỉ tiêu: Lợi nhuận trên lao động

Lợi nhuận trên lao động = Lợi nhuận/Số lượng lao động

Chỉ tiêu này phản ánh số lợi nhuận thu được bình quân 1 lao động trong một kỳ kinh doanh, chỉ tiêu này càng cao thì càng tốt.

- Chỉ tiêu nộp ngân sách nhà nước.

Chỉ tiêu nộp ngân sách nhà nước cho biết tình hình thực hiện nghĩa vụ đối với nhà nước của các doanh nghiệp và của ngành. Nộp ngân sách nhà nước tăng cao phần nào phản ánh sự phát triển tốt của sản xuất kinh doanh.

- Chỉ tiêu tỷ lệ nội địa hoá trong giá trị sản phẩm: Chỉ tiêu này phản ánh khả năng chủ động nguyên phụ liệu trong nước của ngành, chỉ tiêu này càng cao sẽ góp phần nâng cao giá trị gia tăng của sản xuất trong nước.

c. Một số chỉ tiêu khác

Đây là các chỉ tiêu không định lượng mà mang tính chất định tính, phản ánh được các giá trị phát triển vô hình.

- Phát triển sản xuất và giải quyết việc làm: Một trong những kết quả của phát triển sản xuất là tạo thêm nhiều công ăn việc làm cho người lao động, giảm tỷ lệ thất nghiệp. Các thước đo phát triển sản xuất và giải quyết việc làm bao gồm so sánh tốc độ phát triển sản xuất với tốc độ tăng số lao động trong ngành, tỷ lệ thất nghiệp và tỷ lệ lao động không sử dụng ở nông thôn.

- Phát triển sản xuất và xoá đói giảm nghèo: Phát triển sản xuất phải kéo theo việc xoá đói giảm nghèo, giảm thiểu khoảng cách giàu nghèo. Các chỉ tiêu như tỷ lệ nghèo đói của quốc gia và các vùng, tốc độ giảm tỷ lệ nghèo đói so với tốc độ phát triển sản xuất.

- Phát triển sản xuất và vấn đề môi trường: Phát triển sản xuất luôn gắn liền với việc khai thác nguồn tài nguyên thiên nhiên và ô nhiễm môi trường. Chỉ tiêu này đánh giá tốc độ phát triển sản xuất, tạo giá trị gia tăng trong tương quan so sánh với mức độ cạn kiệt tài nguyên và tình hình ô nhiễm môi trường. Khái niệm phát triển bền vững là sự phát triển có thể đáp ứng nhu cầu hiện tại mà không ảnh hưởng, không tổn hại tới khả năng đáp ứng nhu cầu các thế hệ sau.

- Phát triển sản xuất và công bằng xã hội: Tùy theo từng điều kiện phát triển của từng quốc gia mà xây dựng các tiêu chí công bằng xã hội. Một số chỉ tiêu thường được các quốc gia sử dụng như: mức độ thoả mãn nhu cầu cơ bản của con người, chỉ số phát triển xã hội tổng hợp, hệ số Gini.

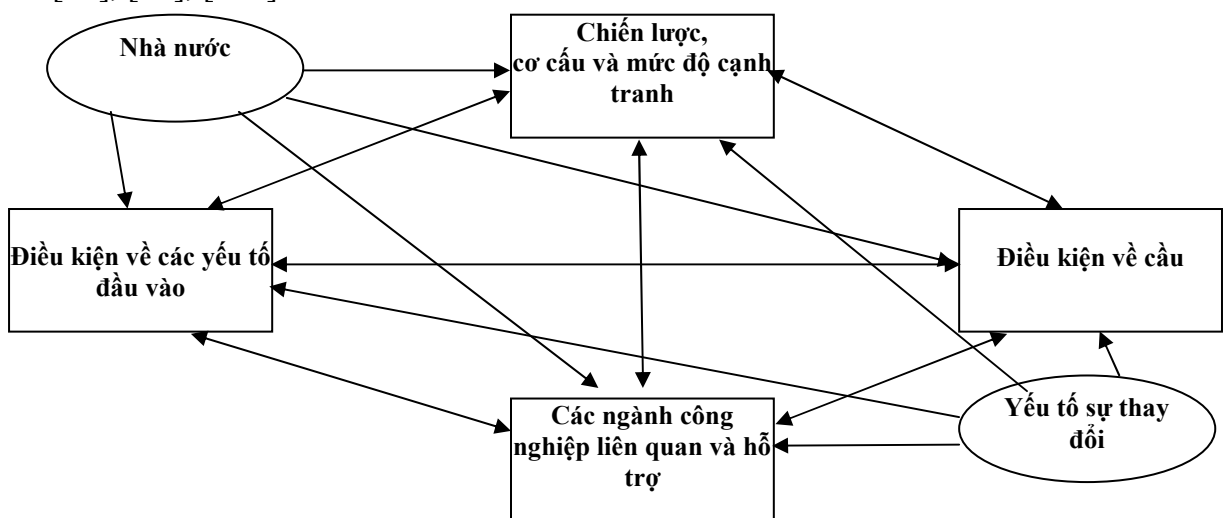
- Phát triển sản xuất và tiến bộ xã hội: Hai chỉ tiêu cơ bản nhất phản ánh mức tiến bộ và phát triển xã hội là giáo dục đào tạo và y tế. Phát triển sản xuất phải đi đôi với việc không ngừng nâng cao trình độ chuyên môn, trình độ văn hoá cho người lao

động; phải gắn liền với các chế độ phúc lợi, chăm sóc y tế đối với người lao động trong các doanh nghiệp cũng như trên phạm vi quốc gia.

- Phát triển sản xuất và nâng cao năng lực cạnh tranh quốc gia: Phát triển sản xuất cần gắn với việc nâng cao năng lực cạnh tranh, quốc gia, ngành, các doanh nghiệp cần xác định các sản phẩm có lợi thế so sánh để phát triển sản xuất. Đối với ngành sản xuất nguyên phụ liệu may mặc Việt Nam có được các lợi thế so sánh là lao động dồi dào, chi phí nhân công rẻ, là ngành có truyền thống văn hóa lâu đời.

1.2 CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN SỰ PHÁT TRIỂN SẢN XUẤT NGUYÊN PHỤ LIỆU MAY MẶC VIỆT NAM

Lý thuyết kinh tế học truyền thống đã dựa trên những giả định là không có hiệu quả tăng lên theo quy mô, không có tiến bộ khoa học - công nghệ và không có sự phụ thuộc lẫn nhau trong chuỗi cung cấp. Tuy nhiên, trong bối cảnh hiện nay, do tiến bộ của kỹ thuật - công nghệ sản xuất và đổi mới trong các doanh nghiệp, lợi thế cạnh tranh của mỗi ngành còn phụ thuộc vào năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp trong ngành. Phát triển sản xuất nguyên phụ liệu chịu ảnh hưởng của nhiều yếu tố khác nhau, mức độ khác nhau. Để phân tích mức độ ảnh hưởng của các nhân tố đối với phát triển sản xuất nguyên phụ liệu may mặc chúng tôi vận dụng mô hình kim cương về các nhân tố quyết định lợi thế cạnh tranh của Micheal Porter, hình 1.3[36], [21], [128].



Hình 1.3 Các nhân tố ảnh hưởng theo mô hình kim cương của M. Porter

Theo mô hình kim cương của Porter, chúng ta đi phân tích một số nội dung chủ yếu của từng nhân tố ảnh hưởng tới sự phát triển sản xuất nguyên phụ liệu may mặc tạo lợi thế cạnh tranh như sau:

1.2.1 Các yếu tố đầu vào

Mỗi ngành công nghiệp đều có các yếu tố đầu vào, đó là các nguồn tài nguyên, nguyên vật liệu... các yếu tố chính cấu thành nên sản phẩm. Các yếu tố đầu vào thường bao gồm nguồn nhân lực, nguồn tài nguyên, nguồn tri thức, nguồn vốn, kết cấu hạ tầng. Tỷ lệ sử dụng các yếu tố đầu vào của các ngành khác nhau là khác nhau, vì vậy một quốc gia có thể khai thác lợi thế cạnh tranh thông qua việc xây dựng chiến lược phát triển các ngành công nghiệp với tỷ lệ sử dụng yếu tố đầu vào thích hợp nhất.

Đối với ngành sản xuất nguyên phụ liệu may mặc thì yếu tố đầu vào cần thiết cũng có đầy đủ các yếu tố đầu vào như các ngành công nghiệp khác. Trong đó các yếu tố đầu vào cơ bản lại chiếm tỷ trọng lớn và đóng vai trò quyết định như lao động phổ thông, nguyên liệu từ thiên nhiên bông, tơ tằm, điều kiện về thổ nhưỡng khí hậu.

Tuy vậy, khi khoa học công nghệ phát triển thì lợi thế cạnh tranh lại thuộc về các nước có nhiều yếu tố đầu vào cao cấp. Các nước này sản xuất ra được các nguyên liệu đầu vào nhân tạo hoặc nâng cao chất lượng, nâng cao năng suất của các sản phẩm đầu vào có nguồn gốc từ tự nhiên. Các nước có trình độ lao động cao, công nghệ cao sẽ sản xuất ra các yếu tố đầu vào cao cấp như thuốc nhuộm, chất xử lý vải, sợi cao cấp.

Đối với ngành sản xuất nguyên phụ liệu may mặc Việt Nam thì yếu tố đầu vào là một bất lợi. Các yếu tố đầu vào cao cấp hầu như phải nhập khẩu hoàn toàn như hóa chất, thuốc nhuộm, sợi cao cấp. Các yếu tố đầu vào cơ bản trong nước tuy có truyền thống phát triển lâu đời như bông vải, tơ tằm thì đang trong tình trạng phát triển rất yếu, chất lượng không đảm bảo yêu cầu cho sản xuất nguyên phụ liệu may mặc, hàng năm Việt Nam vẫn phải nhập khẩu 95% nhu cầu bông phục vụ cho ngành dệt may. Ngành may mặc và sản xuất nguyên phụ liệu cho may mặc là ngành công nghiệp phát triển thuận lợi trong thời kỳ đầu của quá trình công nghiệp hoá của nhiều nước trên thế giới trong đó có Việt Nam. Với những lợi thế riêng biệt như vốn đầu tư vừa phải, thời gian thu hồi vốn nhanh, thu hút nhiều lao động, giải quyết khối lượng lớn việc làm, có điều kiện mở rộng thị trường nhanh, dễ tham gia sản xuất kinh doanh cho nhiều thành phần kinh tế. Đối với Việt Nam hiện nay thì ngành may mặc, nhất là may xuất khẩu được xem là ngành công nghiệp mũi nhọn phát triển khá hiệu quả. Trong điều kiện hội nhập và quốc tế hoá các hoạt động kinh tế diễn ra nhanh chóng, cạnh tranh ngày càng khốc liệt để phát triển mạnh mẽ hơn nữa ngành may

mặc thì cần phải nhận thức các lợi thế này dần sẽ mất đi nếu không khai thác được các yếu tố về khoa học công nghệ, con người để phát triển sản xuất nguyên phụ liệu đầu vào.

1.2.2 Các điều kiện về cầu

Các nhân tố thuộc nhóm này có ý nghĩa là căn cứ quan trọng nhất cho sự phát triển sản xuất nguyên phụ liệu may mặc nói riêng cũng như các ngành công nghiệp nói chung cả về quy mô, cơ cấu sản phẩm cũng như về tốc độ. Các nhân tố về cầu thị trường bao gồm các yếu tố cấu thành cầu thị trường, quy mô và sự tăng trưởng của cầu và phương thức chuyển ra thị trường nước ngoài.

Cấu thành cầu thị trường: yếu tố này quyết định phương thức tiếp cận, đánh giá và phản ứng của doanh nghiệp trong nước đối với nhu cầu của người tiêu dùng nội địa. Một quốc gia hay một ngành công nghiệp có khả năng cạnh tranh cao khi cầu thị trường nội địa cung cấp một bức tranh toàn cảnh và rõ ràng tạo định hướng xác định nhu cầu thế giới, hoặc khi cầu nội địa đòi hỏi liên tục đổi mới cải tiến mẫu mã và công nghệ.

Quy mô và tốc độ tăng trưởng của cầu. Quy mô cầu thị trường lớn cho phép doanh nghiệp khai thác lợi thế theo quy mô đồng thời khuyến khích các doanh nghiệp đầu tư vào thiết bị, cải tiến công nghệ nâng cao năng suất lao động, nâng cao năng lực cạnh tranh khi tham gia thị trường quốc tế. Quy mô thị trường nội địa có vai trò quan trọng trong các ngành công nghiệp đòi hỏi lượng vốn đầu tư về công nghệ, nghiên cứu phát triển có quy mô sản xuất lớn và công nghệ cao. Tất nhiên quy mô thị trường chỉ tạo ra lợi thế cạnh tranh khi thị trường thế giới cũng có nhu cầu về loại hàng hoá mà các doanh nghiệp trong nước cung cấp.

Đối với cầu về các sản phẩm nguyên phụ liệu may mặc thị trường nội địa của Việt Nam, có thể nhìn nhận trên các khía cạnh sau:

- Sản phẩm nguyên phụ liệu may mặc là sản phẩm đầu vào cho ngành may mặc, ngành sản xuất thiết yếu phục vụ cho đời sống văn hoá xã hội, không thể thiếu đối với mọi thời đại, mọi quốc gia, mọi người dân trên thế giới. Cầu thị trường nội địa của Việt Nam cũng rất lớn. Tính đến năm 200 kim ngạch xuất khẩu may mặc của Việt Nam đạt 9,5 tỷ đô la mỹ, dẫn đầu các ngành công nghiệp về kim ngạch xuất khẩu cộng với tiêu dùng thị trường nội địa khoảng trên 2 tỷ đô la mỹ. Đáp ứng yêu cầu của ngành may mặc thì khối lượng nguyên phụ liệu đầu vào tương ứng luôn

chiếm khoảng 65% đến 70% giá trị xuất. Thị trường nội địa còn rất lớn, hiện tại các doanh nghiệp sản xuất nội địa mới khai thác một phần rất nhỏ của thị trường trong nước.

- Yêu cầu về chất lượng sản phẩm nguyên phụ liệu cũng rất cao, đa dạng phức tạp. Sản phẩm nguyên phụ liệu may mặc chịu sự ảnh hưởng rất lớn về tính thời trang, tính đa dạng phong phú của các sản phẩm may mặc, với một tỷ trọng giá trị lớn là xuất khẩu luôn phải đáp ứng theo yêu cầu và sự biến động không ngừng về kiểu dáng, mẫu mã, tính thời trang của rất nhiều nước trên thế giới. Thế giới ngày càng phát triển thì nhu cầu về sản phẩm cũng ngày càng đa dạng, phức tạp.

- Về xu hướng phát triển: Với xu hướng phát triển mạnh của ngành may mặc trong tương lai, với tốc độ khoảng 14% đến 16% từ nay đến 2010 thì cầu về sản phẩm nguyên phụ liệu may mặc trên thị trường nội địa cũng tăng với tốc độ tương ứng. Với tốc độ tăng trên đây cho thấy cầu về sản phẩm nguyên phụ liệu may mặc đang tạo cơ hội, lợi thế rất lớn để các doanh nghiệp trong nước nâng cao khả năng cạnh tranh và phát triển.

Yếu tố cầu đang mở ra cơ hội để ngành sản xuất nguyên phụ liệu may mặc Việt Nam phát triển.

1.2.3 Các ngành công nghiệp hỗ trợ liên quan

Ngành sản xuất nguyên phụ liệu may mặc phát triển luôn chịu ảnh hưởng của các ngành công nghiệp liên quan gồm:

- Ngành may mặc, đây là ngành sản xuất sản phẩm hạ nguồn, ngành tiêu thụ, sử dụng sản phẩm của sản xuất nguyên phụ liệu may mặc. Ngành may mặc có phát triển thì mới kéo theo sự phát triển của ngành sản xuất nguyên phụ liệu. Hơn thế nữa trong quá trình phát triển để đảm bảo sự bền vững thì việc liên kết sản xuất giữa sản xuất nguyên phụ liệu và ngành may mặc là không thể thiếu.

- Ngành công nghiệp cơ khí chế tạo các thiết bị, dây chuyền sản xuất như sản xuất sợi, sản xuất vải và hoàn tất. Đây là một ngành rất quan trọng trong việc nâng cao năng suất lao động, chất lượng sản phẩm, đổi mới mẫu mã sản phẩm.

- Ngành sản xuất và cung cấp năng lượng mà chủ yếu là điện năng cho sản xuất nguyên phụ liệu cũng vô cùng quan trọng. Bởi lẽ, sản xuất nguyên phụ liệu may mặc có đạt được trình độ cơ khí hoá, tự động hoá cũng như ứng dụng

các công nghệ hiện đại khác vào sản xuất hay không nó phụ thuộc vào sự phát triển của ngành công nghiệp sản xuất điện, vào sự cung cấp điện ổn định và với mức giá chấp nhận được.

- Ngành cung cấp nước, ngành nghề nào cũng cần có nước sạch để hoạt động còn đối với sản xuất nguyên phụ liệu may mặc, đặc biệt là dệt nhuộm, hoàn tất thì vấn đề nguồn nước sạch là rất quan trọng phục vụ trực tiếp cho các công đoạn in, nhuộm, hoàn tất.

- Ngành sản xuất sợi và các nguyên liệu đầu vào mà cụ thể là ngành kéo sợi; sản xuất nông nghiệp với phân ngành trồng bông, trồng dâu, nuôi tằm. Hiện tại, sự phát triển chậm của sản xuất nguyên phụ liệu may mặc là do sản xuất các sản phẩm thượng nguồn không phát triển. Nhân tố này có ảnh hưởng rất lớn đến sức cạnh tranh và sự phát triển bền vững của sản xuất nguyên phụ liệu may mặc của Việt Nam.

- Ngành hóa chất, ngành cung cấp các chất trợ hồ, thuốc nhuộm. Tuy chiếm một tỷ trọng nhỏ trong giá trị của thành phẩm nhưng lại có vai trò rất lớn trong việc quyết định mẫu mã, kiểu dáng, màu của sản phẩm vải, một trong những yếu tố nâng cao chất lượng sản phẩm.

Ngoài ra, sự phát triển của sản xuất nguyên phụ liệu may mặc Việt Nam còn tùy thuộc vào sự phát triển của các ngành dịch vụ như giao thông vận tải, hải quan, bảo hiểm, y tế. ..

1.2.4 Chiến lược, cơ cấu và mức độ cạnh tranh

Nhân tố này bao gồm việc thiết lập, tổ chức quản lý một doanh nghiệp, một ngành cũng như tình hình cạnh tranh trên thị trường nội địa. Một doanh nghiệp, một ngành có được phương pháp quản lý tốt, có được các chiến lược tốt sẽ tạo lợi thế cạnh tranh của một ngành hay một quốc gia. Các nội dung cụ thể của nhân tố này, gồm:

- *Thứ nhất*, khả năng phân tích và xây dựng các chiến lược. Nội dung này thường được thực hiện qua các bước:

- + Hoạch định chiến lược, với các công việc như xác định mục tiêu, phân tích môi trường bên ngoài, đánh giá nội lực bên trong từ đó nhận thấy các mối quan hệ bên trong, bên ngoài để xây dựng các chiến lược với phương châm phát huy tối đa nội lực để tận dụng triệt để các cơ hội cũng như tránh các nguy cơ đến từ bên ngoài.

Nội dung này thường được thực hiện thông qua phân tích ma trận SWOT - có nghĩa là điểm khởi đầu của ma trận sẽ được bắt đầu bằng chữ S (điểm mạnh) và W (điểm yếu) rồi mới đến các yếu tố thuộc môi trường bên ngoài là O (cơ hội), T (nguy cơ). Qua đó tạo ra bốn cặp từng đôi là S-O, T-W, O-W, W-T. Đây là cách kết hợp thuận tụy của các yếu tố bên trong và bên ngoài. Hơn nữa trong mỗi cách kết hợp lại bắt đầu bằng điểm mạnh trước, điểm yếu sau đối với các yếu tố bên trong còn đối với các yếu tố môi trường bên ngoài là cơ hội trước và nguy cơ sau.

- + Tổ chức thực hiện chiến lược;
- + Đánh giá, kiểm tra và điều chỉnh chiến lược.

- *Thứ hai*, chiến lược và cơ cấu tổ chức của các doanh nghiệp của ngành. Phương pháp cạnh tranh và quản lý của một doanh nghiệp thường bị ảnh hưởng bởi đặc điểm của quốc gia đó. Ngành công nghiệp của một nước sẽ có lợi thế cạnh tranh khi các phương pháp và các thông lệ quản lý phù hợp với đặc trưng của quốc gia và khả năng cạnh tranh của ngành. Chiến lược phát triển doanh nghiệp phụ thuộc vào thông lệ quản lý, quan điểm của các nhà lãnh đạo, đào tạo cán bộ, quan điểm làm việc của cá nhân, quan hệ với khách hàng, quan điểm mở rộng thị trường ra nước ngoài, mối quan hệ giữa lao động và quản lý.

Thứ ba, các yếu tố mục tiêu, mục tiêu của quốc gia và doanh nghiệp tạo động lực cho mỗi công dân, mỗi nhà quản lý. Lợi thế cạnh tranh mỗi quốc gia phụ thuộc vào nỗ lực và mục tiêu phấn đấu của mỗi doanh nghiệp và mỗi cá nhân, một doanh nghiệp, một ngành hoạt động mà không có mục tiêu thì chẳng khác nào một người đang đi trên đường mà chẳng biết đi đâu. Nếu có sự thống nhất trong mục tiêu của Nhà nước, doanh nghiệp và mỗi cá nhân thì chắc chắn quốc gia đó sẽ đạt được lợi thế cạnh tranh hơn các quốc gia khác.

Thứ tư, yếu tố cạnh tranh nội địa. Nhiều nhà kinh tế cho rằng cạnh tranh nội địa không mang lại lợi ích cho chính quốc gia đó mà chỉ dẫn đến những hạn chế về lợi thế cạnh tranh so với các quốc gia khác do cạnh tranh ngăn cản khai thác lợi thế kinh tế quy mô. Tuy nhiên, trên thực tế hiếm có ngành công nghiệp nào có thể mạnh cạnh tranh trên thị trường quốc tế lại không đã và đang chịu sức cạnh tranh gay gắt trên thị trường nội địa. Cạnh tranh từ thị trường nội địa đòi hỏi doanh nghiệp phải không ngừng đổi mới, cải tiến công nghệ, nâng cao chất lượng sản phẩm và dịch vụ.

1.2.5 Yếu tố sự thay đổi (yếu tố ngẫu nhiên)

Những yếu tố ngẫu nhiên có thể kể đến như những phát kiến mới trong công nghệ, động đất, sóng thần, khủng hoảng kinh tế thế giới và khu vực, chiến tranh, sự thay đổi các chính sách của chính phủ... Yếu tố ngẫu nhiên hiểu theo nghĩa là sự thay đổi nêu trên vừa có thể tạo cơ hội và cũng có thể tạo nguy cơ đe dọa cho các ngành và cả các doanh nghiệp. Do đó, khả năng dự báo và phán đoán cũng như phản ứng lại của các chính phủ, ngành công nghiệp và doanh nghiệp có ý nghĩa quan trọng khi xem xét và phân tích điều kiện này. Yếu tố thay đổi có thể coi là yếu tố bất khả kháng đối với các doanh nghiệp cũng như ngành. Yếu tố này sẽ được các doanh nghiệp các ngành có khả năng phán đoán tốt cũng như có chiến lược kinh doanh linh hoạt phát huy các điểm mạnh và hạn chế các nguy cơ. Chẳng hạn sản xuất nguyên phụ liệu may mặc Việt Nam hàng năm phải nhập rất nhiều bông từ Mỹ, ngược lại Mỹ lại nhập khẩu một khối lượng lớn hàng may mặc từ Việt Nam khi các biến cố về quan điểm chính trị giữa hai nước không tương đồng hoặc xung đột về quan hệ ngoại giao rất có thể sẽ hạn chế hoặc làm gián đoạn quan hệ thương mại giữa hai nước. Điều này ảnh hưởng rất lớn tới sự phát triển của sản xuất dệt may của Việt Nam[23].

1.2.6 Vai trò của Nhà nước

Nhà nước có thể tác động tích cực hoặc tiêu cực đến các nhóm nhân tố ảnh hưởng trên đây. Đối với các nhân tố đầu vào nhà nước có các chính sách đầu tư cho phát triển nguồn nhân lực, khoa học công nghệ, cơ sở hạ tầng kỹ thuật, hỗ trợ về vốn; Đối với nhân tố về cầu Nhà nước thực hiện các biện pháp kích cầu, là người mua, quy định về thúc đẩy đổi mới; Đối với các ngành công nghiệp liên quan hỗ trợ Nhà nước quy hoạch phát triển các cụm, các khu công nghiệp tạo điều kiện thuận lợi trong việc liên kết hỗ trợ nhau cùng phát triển; Đối với nhân tố cạnh tranh Nhà nước thực hiện các chính sách thúc đẩy hoặc kiềm chế cạnh tranh, tăng cường các hoạt động xúc tiến thương mại và đầu tư.

Đối với ngành sản xuất nguyên phụ liệu may mặc nói riêng và ngành Dệt may nói chung Nhà nước Việt Nam luôn quan tâm, thể hiện trong việc phê duyệt các đề án chiến lược phát triển ngành, các chính sách hỗ trợ để thúc đẩy phát triển ngành, thực thi các giải pháp, các hướng dẫn về xúc tiến thương mại, nhằm giảm thiểu các vấn đề về rào cản thương mại, chế độ giám sát, chống bán phá giá... Nhà nước quy

hoạch phát triển các ngành hỗ trợ liên quan như quy hoạch các vùng trồng bông, dâu tằm..., thực hiện các chính sách về thuế để nâng cao sức cạnh tranh của các doanh nghiệp trong nước. Với chính sách hội nhập toàn diện với nền kinh tế thế giới, thông qua việc gia nhập WTO tháng 11 năm 2006 đã ảnh hưởng không nhỏ tới sự phát triển sản xuất nguyên phụ liệu may mặc. Theo lộ trình mức thuế sẽ giảm xuống, đó là một thách thức đối với việc phát triển sản xuất nguyên phụ liệu may mặc Việt Nam. Việt Nam sẽ chịu sức ép lớn từ các sản phẩm tràn vào từ các nước phát triển khá mạnh như Trung Quốc, Ấn Độ...

1.3 PHÁT TRIỂN SẢN XUẤT NGUYÊN PHỤ LIỆU CHO NGÀNH MAY - MỘT HƯỚNG QUAN TRỌNG TRONG VIỆC PHÁT TRIỂN HIỆU QUẢ VÀ BỀN VỮNG CỦA NGÀNH

1.3.1 Nguồn cung ứng nguyên phụ liệu cho may mặc Việt Nam

1.3.1.1 Nguồn từ nước ngoài

Theo các số liệu thống kê của Hiệp hội Dệt may thì 70% nguyên phụ liệu may mặc của Việt nam được nhập từ nước ngoài, sản xuất trong nước chỉ đáp ứng 30%.

Bảng 1.1

Bảng 1.1 Nhập khẩu nguyên phụ liệu may mặc Việt Nam 2002 -2007

Chỉ tiêu	Đơn vị	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Bông	Triệu \$	96,7	105,7	190,2	167	219	268
Sợi	Triệu \$	313,7	298,3	339	340	544	744
Vải	Triệu \$	997	1744	2055	2376	2980	3980
Phụ liệu	Triệu \$	1711	2033	2253	2282	1952	2132

Nguồn:[61] , [60]

Quy mô nhập khẩu nguyên phụ liệu qua các năm có tốc độ tăng rất cao bình quân khoảng trên 20%/ năm. Tính đến năm 2006 tỷ lệ nhập khẩu từ nước ngoài: 95% nhu cầu bông xơ, 70% nhu cầu xơ sợi tổng hợp, 40% nhu cầu sợi xơ ngắn, 40% nhu cầu vải dệt kim và 70% nhu cầu vải dệt thoi [101]. Một số nước có lượng cung cấp lớn, Bảng 1.2

Trong đó:

- Cung cấp sợi: Đài Loan (khoảng 50%), Hàn Quốc (khoảng 15%) và các nước khác như Malaixia, Thailan, Indonexia...

- Cung cấp vải: Trung Quốc (khoảng 30%), Đài Loan (khoảng 25%), Hàn Quốc (khoảng 24%), Hồng Kông (khoảng 11%), Nhật Bản (khoảng 8%), còn lại là các nước khác.

- Cung cấp bông xơ: Mỹ (khoảng 45%), Thụy Sĩ (khoảng 15%), Còn lại là các nước Ấn Độ, Malaixia, Anh, Hàn Quốc, Đức...

- Cung cấp phụ liệu: Đài Loan (khoảng 27%), Hàn Quốc (khoảng 21%), Trung Quốc (khoảng 15%), Hồng Kông (khoảng 13%), còn lại là các nước khác.

Bảng 1.2 Nhập khẩu nguyên phụ liệu may mặc năm 2004,2005 (theo nước)

Nước	Vải				Phụ liệu			
	2004		2005		2004		2005	
	Lượng (1000\$)	%	Lượng (1000\$)	%	Lượng (1000\$)	%	Lượng (1000\$)	%
Anh	10352	0,2	6049	0,25	21881	1,47	25445	1,64
Ấn Độ	24591	1,65	5915	0,24			23583	1,52
Đài loan	499875	24,32	534050	22	398575	26,72	603531	39,03
Đức	22137	1,08	27855	1,17	9066	0,6		
Hàn quốc	500931	24,37	521006	21,92	318890	21,38	445635	28,82
Hồng kông	239233	11,64	237923	10,01	195755	13,12	293696	18,99
Hoa kỳ	78826	3,84	14743	0,62	47987	3,22	57515	3,72
Indônexia	27520	1,34	26776	1,12	15479	1,03	22029	1,42
Italia			17076	0,71	23467	1,57	46372	2,99
Malaixia	12484		16305	0,68	7697	0,52	16762	1,08
Nhật bản	171924	8,36	216881	9,12	74490	4,98	155141	10,03
Thái lan	35168	1,71	43371	1,82	69359	4,65	122354	7,91
Trung quốc	464013	22,57	661231	27,82	201727	13,52	323614	20,93
Các nước khác	5227	0,25	59525	2,5	75179	6,03	86895	5,6
Tổng cộng	2055206	100	2376742	100	1491542	100	1546085	100

Nguồn: [61]

Phụ liệu: gồm cả phụ liệu dệt, da và giấy

Năm 2005 Việt Nam xuất khẩu 4,8 tỷ đô la hàng may mặc thì phải nhập khẩu 3,6 tỷ đô la nguyên phụ liệu [103]; năm 2006 xuất khẩu 5,83 tỷ đô la thì phải nhập khẩu nguyên phụ liệu vẫn tăng theo tỷ lệ tương ứng, đạt gần 5 tỷ đô la, trong đó nhập khẩu vải tăng 23,1% so với năm 2005 [3], [104].

Trong thời gian tới, khả năng phát triển sản xuất nguyên phụ liệu nội địa vẫn ở tốc độ rất thấp so với tốc độ bứt phá của ngành may mặc thì nguồn đáp ứng từ nước ngoài vẫn chiếm tỷ trọng lớn, trong đó Trung Quốc sẽ trở thành nước dẫn đầu về khối lượng cung cấp. Nếu tính cả nhập khẩu theo đường không chính thức đến cuối năm 2006 vải của Trung Quốc đã chiếm khoảng 60% thị phần trong nước [103]. Vải của Trung Quốc đa dạng về mẫu mã lại có giá rẻ hơn nhiều lần (chục lần so với các nước ngoài AESAN [103]) so với các nước khác.

Nguồn nguyên phụ liệu may mặc Việt Nam chủ yếu được nhập từ các nước có điều kiện khá giống với Việt Nam, đều có điều kiện về lao động, có truyền thống về may mặc, đều là các nước Châu Á.

1.3.1.2 Nguồn từ trong nước

Nguồn trong nước đáp ứng một phần rất nhỏ phục vụ cho ngành may mặc kể cả may mặc nhỏ cho tiêu dùng dân cư.

Một số doanh nghiệp vừa dệt vừa may, thì đã sử dụng chính sản phẩm dệt do doanh nghiệp mình sản xuất ra như Dệt Thành Công, Dệt Việt Thắng, Dệt Nha Trang, Dệt may Hà Nội...

Một số doanh nghiệp khác đã tăng cường đổi mới máy móc thiết bị, nâng cao chất lượng sản phẩm, đa dạng hoá mặt hàng để xuất khẩu và cung cấp cho các doanh nghiệp may trong nước như Dệt Huế, Dệt Phước Long, Dệt Việt Thắng, Dệt Thắng Lợi, Dệt Phong Phú, Dệt Thái Tuấn... [57]

Các doanh nghiệp tư nhân cũng phát triển tương đối tốt, khẳng định được chỗ đứng trên thị trường nổi bật như dệt Thái Tuấn ở Thành phố Hồ Chí Minh đã cung cấp khối lượng lớn vải cao cấp phục vụ cho may trang phục nữ, may áo ài truyền thống được người tiêu dùng trong nước và người Nhật rất ưa chuộng.

Bên cạnh các doanh nghiệp trong nước thì các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài cũng phát triển và cung cấp khối lượng nguyên phụ liệu phong phú cho Việt nam. (Công ty TNHH Sam Jin Việt Nam chuyên sản xuất chỉ thêu, Công ty TNHH Sea One sản xuất vải, Công ty TNHH Rarity Việt Nam dệt, Công ty TNHH

S.YVinatex sản xuất các sản phẩm dệt và nhuộm, Công ty TNHH Pai Ho Việt Nam sản xuất vải, Công ty TNHH dệt Pan Việt Nam...)

Cùng với sự phát triển của ngành may thì ngành tơ lụa truyền thống ở các tỉnh phía bắc cũng phát triển khá mạnh nổi bật như tơ lụa của làng nghề Vạn Phúc Hà Nội, Công ty TNHH lụa tơ tằm Châu á AQ Silk đã trở thành nổi tiếng trong và ngoài nước, công ty đã được Hiệp hội thủ công Koblanz lựa chọn tham dự hội thảo quốc tế về thiết kế tạo mẫu tại Cộng Hoà Liên Bang Đức năm 1997. Các ngành nghề sản xuất nguyên phụ liệu mang bản sắc dân tộc cũng phát triển trở lại nổi bật nhất là thổ cẩm, sản phẩm truyền thống của các dân tộc thiểu số Việt nam dân tộc Mông, Dao, Thái, Mường... mặt hàng được các khách du lịch trong và ngoài nước ưa dùng. Sản phẩm thổ cẩm có đặc trưng là nhiều hoa văn, tiết tấu rất tinh xảo, thể hiện nét thẩm mỹ và nét văn hoá của dân tộc. Thổ cẩm được dùng chủ yếu để may khăn, váy, túi xách, ví, ba lô...

Nhìn chung nguồn nguyên phụ liệu may mặc được cung cấp từ nội địa còn khiêm tốn, ngoài mặt hàng chỉ may của các công ty: Công ty dệt Phong Phú, (Công ty liên doanh COATS Phong Phú sản xuất các sản phẩm phụ liệu đã có thương hiệu trong nước như chỉ may COATS epic, COATS astra, nhãn hiệu chỉ thêu COATS alcazar. Công ty đã đạt 2 giải vàng Giải thưởng chất lượng Việt nam của Bộ khoa học và công nghệ).

Với sự phát triển rất mạnh của may mặc xuất khẩu thì ngành sản xuất nguyên phụ liệu vẫn chưa tiến kịp, chưa đáp ứng được yêu cầu của ngành may, nguyên liệu chính là vải chưa đảm bảo được chất lượng, giá thành sản xuất lại cao hơn nước ngoài, mẫu mã chưa theo kịp thị hiếu khách hàng, chất lượng lại thua kém nên rất kém hấp dẫn, dịch vụ sau bán còn chưa tốt. Như vậy, nhu cầu sản phẩm nguyên phụ liệu may trong nước rất lớn, có khả năng phát triển nhưng mới chỉ dừng lại ở tiềm năng chưa được khai thác đúng mức.

1.3.2 Phát triển sản xuất nguyên phụ liệu - nâng cao năng lực cạnh tranh quốc gia và hiệu quả phát triển bền vững của ngành may mặc

1.3.2.1 Lý thuyết lợi thế so sánh David Ricardo về giá yếu tố đầu vào

a. Nguyên tắc lợi thế so sánh

Lợi thế so sánh là một nguyên tắc trong kinh tế học phát biểu rằng mỗi quốc gia sẽ được lợi khi nó chuyên môn hóa sản xuất và xuất khẩu những hàng hóa mà

mình có thể sản xuất với chi phí tương đối thấp (hay tương đối có hiệu quả hơn các nước khác); ngược lại, mỗi quốc gia sẽ được lợi nếu nó nhập khẩu những hàng hóa mà mình có thể sản xuất với chi phí tương đối cao (hay tương đối không hiệu quả bằng các nước khác).

Nguyên tắc lợi thế so sánh cho rằng một nước có thể thu được lợi từ thương mại bất kể nó tuyệt đối có hiệu quả hơn hay tuyệt đối không hiệu quả bằng các nước khác trong việc sản xuất mọi hàng hóa. Nguyên tắc lợi thế so sánh là khái niệm trọng yếu trong nghiên cứu thương mại quốc tế. Nhà kinh tế học được giải thưởng Nobel năm 1970 Paul Samuelson đã viết: "Mặc dù có những hạn chế, lý thuyết lợi thế so sánh vẫn là một trong những chân lý sâu sắc nhất của mọi môn kinh tế học. Các quốc gia không quan tâm đến lợi thế so sánh đều phải trả một cái giá rất đắt bằng mức sống và tăng trưởng kinh tế của chính mình."

Năm 1817, nhà kinh tế học người Anh David Ricardo đã nghiên cứu và chỉ ra rằng chuyên môn hóa quốc tế sẽ có lợi cho tất cả các quốc gia và gọi kết quả này là quy luật lợi thế so sánh. Ông đã phân tích như sau:

Chi phí về lao động để sản xuất Sản phẩm:

	Tại Anh (giờ công)	Tại Bồ Đào Nha (giờ công)
1 đơn vị lúa mì	15	10
1 đơn vị rượu vang	30	15

Trong ví dụ này Bồ Đào Nha có lợi thế quyết định so với Anh trong sản xuất cả lúa mì lẫn rượu vang, năng suất lao động của Bồ Đào Nha gấp hai lần Anh trong sản xuất rượu vang và gấp 1,5 lần trong sản xuất lúa mì. Theo suy nghĩ thông thường, trong trường hợp này Bồ Đào Nha sẽ không nên nhập khẩu mặt hàng nào từ Anh cả.

Thế nhưng phân tích của Ricardo đã dẫn đến kết luận hoàn toàn khác: 1 đơn vị rượu vang tại Anh sản xuất phải tốn chi phí tương đương với chi phí để sản xuất 2 đơn vị lúa mì (hay nói một cách khác, chi phí cơ hội để sản xuất 1 đơn vị rượu vang là 2 đơn vị lúa mì); trong khi đó, tại Bồ Đào Nha, để sản xuất 1 đơn vị rượu vang chỉ mất chi phí tương đương với chi phí để sản xuất 1,5 đơn vị lúa mì (hay chi phí cơ hội để sản xuất 1 đơn vị rượu vang là 1,5 đơn vị lúa mì). Vì thế ở Bồ Đào Nha sản xuất rượu vang rẻ hơn tương đối so với ở Anh. Tương tự như vậy, ở Anh, sản xuất lúa mì rẻ hơn tương đối so với Bồ Đào Nha (vì chi phí cơ hội chỉ có 0,5 đơn vị rượu vang trong khi ở Bồ Đào Nha phải mất 2/3 đơn vị rượu vang). Hay

nói một cách khác, Bồ Đào Nha có lợi thế so sánh về sản xuất rượu vang còn Anh có lợi thế so sánh về sản xuất lúa mì. Để thấy được cả hai nước sẽ cùng có lợi nếu chỉ tập trung vào sản xuất hàng hoá mà mình có lợi thế so sánh: Bồ Đào Nha chỉ sản xuất rượu vang còn Anh chỉ sản xuất lúa mì rồi trao đổi thương mại với nhau, Ricardo đã làm như sau:

Ông giả định nguồn lực lao động của Anh là 270 giờ công lao động, còn của Bồ Đào Nha là 180 giờ công lao động.

Nếu không có thương mại, cả hai nước sẽ sản xuất cả hai hàng hoá và theo chi phí tại Bảng 1 thì kết quả là số lượng sản phẩm được sản xuất ra như sau:

Quốc gia	Số đơn vị lúa mì	Số đơn vị rượu vang
Anh	8	5
Bồ Đào Nha	9	6
Tổng cộng	17	11

Nếu Bồ Đào Nha chỉ sản xuất rượu vang còn Anh chỉ sản xuất lúa mì rồi trao đổi thương mại với nhau thì số lượng sản phẩm được sản xuất ra sẽ là:

Quốc gia	Số đơn vị lúa mì	Số đơn vị rượu vang
Anh	18	0
Bồ Đào Nha	0	12
Tổng cộng	18	12

Rõ ràng sau khi có thương mại và mỗi nước chỉ tập trung vào sản xuất hàng hoá mà mình có lợi thế so sánh, tổng số lượng sản phẩm của lúa mì và rượu vang của cả hai nước đều tăng hơn so với trước khi có thương mại (là lúc hai nước cùng phải phân bổ nguồn lực khan hiếm của mình để sản xuất cả hai loại sản phẩm). Lưu ý rằng phân tích của Ricardo kèm theo những giả định sau:

Không có chi phí vận chuyển hàng hoá.

Chi phí sản xuất cố định không thay đổi theo quy mô.

Chỉ có hai nước sản xuất hai loại sản phẩm.

Những hàng hoá trao đổi giống hệt nhau.

Các nhân tố sản xuất chuyển dịch một cách hoàn hảo.

Không có thuế quan và rào cản thương mại.

Thông tin hoàn hảo dẫn đến cả người bán và người mua đều biết nơi có hàng hoá rẻ nhất trên thị trường quốc tế.

b. Lợi thế so sánh về giá yếu tố đầu vào (nhân công) cho sản xuất nguyên phụ liệu may mặc Việt Nam.

Toàn bộ phân tích của Ricardo về lợi thế so sánh thực chất dựa trên sự khác nhau giữa các nước trong công nghệ sản xuất dẫn đến năng suất vật chất và đòi hỏi lao động đơn vị khác nhau. Xét trên góc độ giá yếu tố đầu vào cũng dẫn đến lợi thế so sánh với nền tảng công nghệ như nhau.

Các nước phát triển có cung yếu tố đầu vào về tư bản nhiều hơn các nước đang phát triển dẫn đến số lượng tư bản trên mỗi nhân công lớn hơn. Ngược lại số nhân công trên một đơn vị tư bản của các nước đang phát triển lại lớn hơn các nước phát triển. Như vậy giá thuê tư bản ở các nước phát triển rẻ hơn tương đối so với giá thuê nhân công; ngược lại ở các nước đang phát triển giá thuê nhân công lại rẻ hơn tương đối so với giá thuê tư bản. Nói một cách khác, các nước phát triển có lợi thế so sánh về giá thuê tư bản còn các nước đang phát triển có lợi thế so sánh về giá thuê nhân công.

Quốc gia nào sản xuất hàng hóa có hàm lượng nhân tố đầu vào mà mình có lợi thế so sánh cao một cách tương đối thì sẽ sản xuất được hàng hóa rẻ hơn tương đối và sẽ có lợi thế so sánh về những hàng hóa này.

Điều này lý giải Việt Nam hoàn toàn có thể phát triển sản xuất nguyên phụ liệu may mặc – ngành có đặc điểm sử dụng nhiều lao động, bởi Việt Nam có nguồn yếu tố đầu vào – nhân công rẻ, yếu tố có lợi thế so sánh cao một cách tương đối so với các nước trong khu vực Trung Quốc, Malaixia, Ấn Độ.

Tuy vậy, ngoài yếu tố giá nhân công các yếu tố đầu vào khác của sản xuất nguyên phụ liệu may mặc như bông, công nghệ thiết bị lại không có lợi thế

1.3.2.2 Những lợi ích từ việc phát triển sản xuất nguyên phụ liệu may mặc

a. Phát huy lợi thế so sánh về giá nhân công rẻ

Theo thuyết lợi thế so sánh của David Ricardo phân tích về giá các yếu tố đầu vào thì lợi thế giá nhân công rẻ, yếu tố đầu vào quan trọng của sản xuất nguyên phụ liệu may mặc Việt Nam. Cho đến thời điểm hiện nay so với các nước trong khu vực, các nước đang phát triển thì giá nhân công đầu vào của Việt Nam rất thấp, thấp hơn Trung Quốc, Malaixia, Ấn Độ.

b. Mở rộng thị phần ngành dệt may

Sản phẩm dệt và các sản phẩm phụ liệu có hàm lượng chất xám lớn do vậy nếu không đầu tư phát triển có thể dẫn đến thu hẹp thị phần hiện tại của sản phẩm dệt và phụ liệu.

Phát triển sản xuất nguyên phụ liệu may mặc tạo điều kiện mở rộng thị trường của ngành sản xuất nguyên phụ liệu từ đó phát triển quy mô để đạt lợi thế về quy mô, giảm giá thành, tăng sức cạnh tranh của sản phẩm nguyên phụ liệu, nhất là sản phẩm dệt, có điều kiện nâng cấp trình độ công nghệ phát triển ngành.

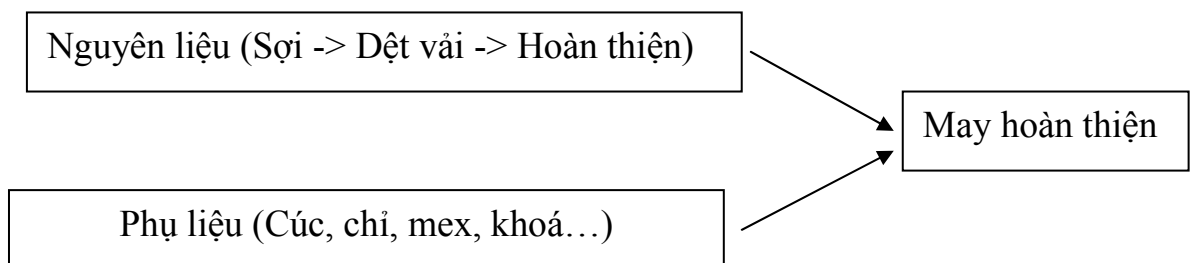
Phát triển sản xuất nguyên phụ liệu là điều kiện giảm giá thành cho sản phẩm may mặc, nâng cao sức cạnh tranh, mở rộng thị trường ngành may mặc.

c. Phát huy các lợi thế liên kết trong sản xuất may mặc

Ngành may mặc phát triển mạnh mà sản xuất hỗ trợ cho nó trong nước không theo kịp không đáp ứng được yêu cầu của ngành may sẽ dẫn đến giảm giá trị gia tăng của ngành may, giảm hiệu quả của ngành may. Hiệu quả của ngành may là hiệu quả liên ngành giữa ngành may và ngành sản xuất nguyên phụ liệu may.

Quan hệ chiều dọc của ngành nguyên phụ liệu và may có thể biểu diễn như sau: Hình 1.4

Để phát triển ngành may thì không nhất thiết phải phát triển tất cả các khâu trong hệ thống sản xuất nguyên phụ liệu – may một cách đồng đều nhưng nếu tạo ra được mối liên kết chặt chẽ giữa các khâu sẽ có điều kiện tác động đảm bảo chủ động, nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh, tăng sức cạnh tranh của sản phẩm may Việt Nam trên thị trường trong nước cũng như thế giới. Các lợi đạt được của liên kết sản xuất nguyên phụ liệu và may mặc:



Hình 1.4 Mô hình mối quan hệ giữa Sản xuất nguyên phụ liệu- May

- Tạo điều kiện giảm chi phí trung gian.

Theo đánh giá của Hiệp hội dệt may Việt Nam, sản phẩm may mặc xuất khẩu của Việt Nam đắt hơn sản phẩm cùng loại trong khu vực 10%-15% do trong nước

chưa chủ động được nguyên phụ liệu, hoặc nguyên phụ liệu sản xuất trong nước có giá thành cao.

Với cơ cấu chi phí trung gian và chi phí nguyên vật liệu trong chi phí trung gian của các sản phẩm nguyên liệu may và may lớn như số liệu trên, nếu Việt nam chủ động được nguyên phụ liệu thượng nguồn của ngành may, sẽ tiết kiệm chi phí trung gian, nâng cao hiệu quả của ngành may.

Bảng 1.3 Số liệu về tỷ lệ chi phí trung gian trong giá trị sản xuất của một số sản phẩm ngành nguyên phụ liệu và may (%)

Ngành sản xuất sản phẩm	2000	2001	2002	2003
Sản xuất sợi và dệt vải	72,2	73,3	75,26	78,46
Hoàn thiện các sản phẩm dệt	74,25	76,1	76,41	80,73
May trang phục (trừ quần áo da, lông thú)	62,49	63,62	63,61	67,57

Nguồn [35]

Bảng 1.4 Số liệu về tỷ lệ nguyên vật liệu trong tổng chi phí trung gian của một số sản phẩm ngành nguyên phụ liệu và may (%)

Ngành sản xuất sản phẩm	2000	2001	2002	2003
Sản xuất sợi và dệt vải	81,15	81,89	82,06	83,51
Hoàn thiện các sản phẩm dệt	78,31	78,37	77,39	77,44
May trang phục (trừ quần áo da, lông thú)	84,74	85,25	85,87	83,41

Nguồn [35]

- Liên kết được sản xuất nguyên phụ liệu – may mặc góp phần nâng cao chất lượng nguyên phụ liệu cho ngành may do ngành nguyên phụ liệu có thể bán sát hơn nhu cầu của ngành may về các loại nguyên phụ liệu.

Hiện nay giá trị sản lượng của ngành may vẫn chủ yếu là may xuất khẩu, với yêu cầu chất lượng vải và phụ liệu cao, các doanh nghiệp dệt và sản xuất phụ liệu trong nước chưa đáp ứng được yêu cầu cho sản xuất sản phẩm may xuất khẩu.

- Liên kết nguyên phụ liệu – may mặc cho phép giảm bớt nhu cầu nhập khẩu nguyên phụ liệu, tăng giá trị gia tăng của ngành may.

Số liệu qua các năm cho thấy kim ngạch xuất khẩu của ngành may tăng lên thì kim ngạch nhập khẩu nguyên phụ liệu cũng tăng tương ứng. Tăng cường liên kết nguyên phụ liệu – may là nhu cầu bức thiết.

- Liên kết nguyên phụ liệu – may mặc tạo điều kiện cung cấp nguồn nguyên phụ liệu ổn định, chủ động cho may mặc xuất khẩu. Các doanh nghiệp may xuất khẩu sẽ tránh được các rủi ro trong xuất khẩu về thời gian giao hàng, giảm bớt các chi phí vận chuyển.

d. Đảm bảo sự phát triển mạnh, chủ động và bền vững của ngành may mặc

- Phát triển sản xuất nguyên phụ liệu may mặc tránh được sự phụ thuộc vào nước ngoài, giúp ngành may mặc chủ động trong khâu nguyên phụ liệu đầu vào.

- Tiết kiệm thời gian giao nhận, chi phí vận chuyển. Phát triển sản xuất trong nước khoảng cách vận chuyển, cung cấp nguyên phụ liệu thường ngắn hơn, bởi thông thường hình thành các khu liên hợp dệt nhuộm tập trung. Điều này sẽ đảm bảo thời gian giao nhận và chi phí vận chuyển thấp.

- Tính chủ động còn thể hiện trong việc bám sát tình hình thị trường, sự thay đổi thị hiếu, thời trang của sản phẩm may mặc đáp ứng kịp thời kể cả về chất lượng và mẫu mã, phục vụ một cách tốt nhất yêu cầu của ngành may mặc.

e. Tạo thêm việc làm

Phát triển sản xuất nguyên phụ liệu may mặc sẽ tạo ra khối lượng việc làm đáng kể cho xã hội. Với đặc điểm là ngành sử dụng nhiều lao động, so với ngành may mặc thì số lượng lao động kỹ thuật, kỹ năng cao nhiều hơn ngành may mặc nhưng phần lớn vẫn là lao động phổ thông, lao động đòi hỏi trình độ kỹ thuật vừa và thấp. Điều này rất thuận lợi ở các nước có lao động dồi dào, chi phí lao động thấp như Việt Nam. Tổng thể cả ngành dệt và may hiện nay Việt Nam đang có khoảng trên 2 triệu lao động làm việc trong ngành.

1.3.2.3 Những bất lợi có thể gặp phải

Phát triển sản xuất nguyên phụ liệu may mặc sẽ có thể gặp các bất lợi, rủi ro không nhỏ:

- Phải đương đầu với sự cạnh tranh gay gắt của các nước có sự phát triển mạnh về sản xuất nguyên phụ liệu may, nổi bật nhất là Trung Quốc, Thái Lan, Hàn Quốc.

- Những rủi ro phát sinh trong tiến trình hội nhập, Việt Nam đã gia nhập WTO, Việt Nam tham gia đầy đủ AFTA từ 2006, theo lộ trình này thuế nhập khẩu hàng dệt may vào Việt Nam sẽ giảm đi, chủ yếu ở mức 0% đến 5%. Việc bảo hộ bằng thuế quan không còn, hàng dệt và nguyên phụ liệu may Việt Nam phải đương

đầu với sự cạnh tranh gay gắt với hàng hoá của các nước khác trong khu vực và trên thế giới vốn có quy mô, chủng loại, chất lượng, trình độ công nghệ cao hơn Việt Nam.

- Nhu cầu vốn đầu tư lớn, để có được một ngành dệt và sản xuất nguyên phụ liệu xứng tầm, đáp ứng yêu cầu của ngành may thì cần phải có một lượng vốn tương đối lớn để đầu tư mới và cải tiến nâng cấp trình độ của các cơ sở sản xuất hiện tại. Trong khi nguồn tài chính trong nước, nguồn tài chính Nhà nước cần phải đầu tư vào nhiều lĩnh vực quan trọng khác của nền kinh tế quốc dân.

Qua phân tích ở trên cho thấy việc đầu tư phát triển sản xuất nguyên phụ liệu cho may mặc là hướng đi đúng đắn cho Việt Nam hiện nay. Phát triển sản xuất nguyên phụ liệu may mặc cần được đặt trong mối qua hệ liên ngành, phát triển sản xuất thượng nguồn ngành may là một hướng quan trọng để phát triển ngành may hiệu quả bền vững. Cần tính toán hiệu quả cả về mặt kinh tế cả về mặt xã hội và đặt trong sự chuyển biến tích cực cả về trình độ công nghệ và năng lực quản lý. Phát triển sản xuất nguyên phụ liệu may mặc có khả năng thoả mãn được cả những yêu cầu của ngành may và yêu cầu của cả nền kinh tế quốc dân.

1.4 KINH NGHIỆM CỦA CÁC NƯỚC TRONG KHU VỰC VÀ TRÊN THẾ GIỚI TRONG PHÁT TRIỂN SẢN XUẤT NGUYÊN PHỤ LIỆU MAY MẶC

Sản xuất may mặc nói chung và sản xuất nguyên phụ liệu may mặc nói riêng là ngành có truyền thống lâu đời ở Việt Nam nhưng hiện tại các nước trên thế giới và trong khu vực lại phát triển mạnh hơn rất nhiều. Luận án nghiên cứu một số nền kinh tế có ngành công nghiệp may mặc và sản xuất nguyên phụ liệu may mặc phát triển mạnh, gặt hái nhiều thành công trong quá trình phát triển, điển hình gồm: Anh, Nhật Bản, Trung Quốc, Ấn Độ, Thái Lan, Hàn Quốc, Hồng Kông, Đài Loan...

Những kinh nghiệm về thành công của một số nước trên thế giới trong phát triển sản xuất vải và phụ liệu may mặc được tổng kết lại như sau[21], [16]:

1.4.1 Được coi trọng như một ngành công nghiệp nền tảng trong giai đoạn đầu quá trình công nghiệp hóa

Trong giai đoạn đầu của quá trình công nghiệp hóa hầu hết các nước đều phát triển công nghiệp nhẹ để làm nền tảng cho phát triển công nghiệp nặng sau này, trong đó công nghiệp may mặc thường được coi trọng và có điều kiện phát triển

mạnh hơn. Công nghiệp may mặc phát triển kéo theo sự phát triển của sản xuất nguyên phụ liệu may mặc.

- Ở Anh, có thể nói nền công nghiệp Anh được khởi đầu bằng công nghiệp dệt, ngành sản xuất vải, nguyên liệu chính cho may mặc. Cuộc cách mạng công nghiệp ở Anh nhờ vào ưu thế ngoại thương đặc biệt là buôn bán len, dạ theo giá độc quyền, trao đổi không ngang giá với các nước thuộc địa như Bắc Mỹ, Ấn Độ, Ai Len... Từ năm 1870 Người Anh đã giữ độc quyền nhiều loại sản phẩm là than, gang và vải. Đến 1913 giá trị sản lượng vải bán ra thế giới của Anh đã chiếm 23,1%.

- Ở Nhật Bản, ngành công nghiệp dệt may đã xuất hiện vào những thập kỷ 50 và 60 của thế kỷ XIX. Đến năm 1913, nước này đã xuất khẩu hàng loạt các mặt hàng nguyên phụ liệu may mặc như tơ sống, vải lụa và hàng dệt bông với kim ngạch xuất khẩu chiếm 55% tổng giá trị xuất khẩu cả nước. Và đến 1929 tỷ lệ này được nâng lên 66%, riêng tơ sống chiếm 40% trong tổng kim ngạch xuất khẩu cả nước. Trong thời kỳ đầu của công nghiệp hóa thì ngành kéo sợi và ngành dệt vải đã trở thành ngành công nghiệp hiện đại quan trọng trong nền kinh tế của Nhật Bản. Đến cuối thập niên 1970 ngành dệt may của Nhật Bản bắt đầu giảm đi do xu hướng công nghiệp hóa liên tục đã làm tăng lương trong nước và các chi phí sản xuất khác, làm cho các nhà sản xuất vải may mặc của Nhật mất lợi thế cạnh tranh trên thị trường thế giới[1], [110].

- Trung Quốc, công nghiệp dệt may là ngành có truyền thống phát triển lâu đời, đến giai đoạn công nghiệp hóa hiện nay vẫn là ngành có vị trí quan trọng, then chốt của nền kinh tế quốc dân. Hiện nay, Trung Quốc đang là nước có kim ngạch xuất khẩu hàng dệt may lớn nhất thế giới, kim ngạch xuất khẩu năm 2007 của ngành này là 416,8 tỷ USD, theo dự báo đến năm 2010 kim ngạch xuất khẩu dệt may của Trung Quốc sẽ chiếm trên 55% thị phần toàn thế giới[109], [111].

- Ấn Độ cũng là một cường quốc về sản xuất dệt may hiện nay. Công nghiệp dệt may của Ấn Độ chiếm khoảng 20% giá trị tổng sản lượng công nghiệp, 4% giá trị GDP và 35% tổng giá trị kim ngạch xuất khẩu cả nước. Từ năm 1990 tốc độ tăng trưởng của ngành dệt may bình quân 15%/năm.

- Một số nền kinh tế công nghiệp mới ở khu vực Châu Á (Hàn Quốc, Đài Loan, Hồng Kông, Thái Lan), vào những năm 1950 cùng với quá trình công nghiệp hóa thì ngành dệt may cũng phát triển với đặc trưng sử dụng lao động dồi dào, chi phí lao động rẻ, nhưng thiếu vốn và kỹ thuật. Giai đoạn đầu sản xuất của các quốc

gia nay theo hướng tự túc cung cấp trong nước thay thế cho nhập khẩu, đáp ứng nhu cầu xã hội có thu nhập thấp từng bước nâng cao đời sống dân cư trong nước.

Bước sang thập thập niên 1960, 1970 sản xuất dệt may của các nước Nhật Bản, Tây Âu giảm sút do công nghiệp phát triển mạnh, giá nhân công cao, thiếu nguyên liệu thượng nguồn. Vì thế, hàng dệt may của các nước khu vực Châu Á (Hàn Quốc, Hồng Kông, Đài Loan,) đã xuất khẩu rất mạnh sang các nước Mỹ, Châu Âu, Nhật, Chiến lược “Hướng về xuất khẩu đã hình thành” ở các nước này.

+ Đối với Hàn Quốc, Công nghiệp dệt may đã trở thành ngành công nghiệp quan trọng. Trong những năm 1960 Hàn quốc tập trung sản xuất hàng hoá sơ cấp như lụa, các sản phẩm từ cá. Sang những năm 1970 sản phẩm xuất khẩu chủ yếu là vải, thép tấm... Sang những năm 1980 xuất khẩu dệt đứng đầu chiếm gần 30% kim ngạch xuất khẩu toàn quốc.

+ Đối với Hồng Kông, ngành công nghiệp dệt may luôn được chú trọng phát triển cho đến cả ngày nay, là một trong những ngành luôn giữ vị trí dẫn đầu về xuất khẩu. Hồng Kông phát triển công nghiệp dệt may dựa trên cơ sở lợi thế so sánh là kỹ thuật cao. Năm 1996 Hồng Kông dẫn đầu thế giới về xuất khẩu hàng dệt và đứng thứ hai về may mặc sau Trung Quốc.

+ Đối với Đài Loan, cũng như các nước trên ngành dệt được phát triển đầu tiên trong các ngành công nghiệp. Ngay từ khi tách khỏi Trung Quốc Đại lục, thành một nền kinh tế độc lập (1949) thì đến năm 1951 ngành dệt đã trở thành ngành công nghiệp xuất khẩu đứng thứ hai ở hòn đảo này. Hiện nay, xuất khẩu dệt may của Đài Loan đạt 12 tỷ USD mỗi năm[27]

Kinh nghiệm các nước thành công trong phát triển dệt may nói chung và sản xuất nguyên phụ liệu may mặc nói riêng là: Tận dụng các lợi thế so sánh của nước mình ở giai đoạn đầu của quá trình công nghiệp hóa để phát triển kinh tế và đã lựa chọn ngành dệt may, ngành thu hút nhiều lao động, giá nhân công rẻ, hàng hoá tập trung cho xuất khẩu để phát triển cho bước khởi đầu.

Cơ sở của chính sách này là khi bước vào công nghiệp hóa, hầu hết các nước đều không có đủ nguồn lực để phát triển đồng thời các ngành cùng một lúc. Hơn thế nguồn nhân lực ngành dệt may không yêu cầu quá cao về trình độ, phát triển dệt may có thể kéo theo phát triển các ngành nông nghiệp, các nước đi lên từ nông nghiệp sẽ tận dụng lợi thế này.

1.4.2 Có sự hỗ trợ mạnh mẽ từ phía nhà nước

Trong quá trình công nghiệp hóa và phát triển kinh tế thì vai trò của nhà nước là rất quan trọng. Đối với ngành dệt may, ngành công nghiệp khởi đầu cho quá trình công nghiệp hóa thì vai trò của nhà nước lại càng quan trọng hơn. Hầu hết quá trình phát triển ngành công nghiệp dệt may của các nước đều có ít nhiều yếu tố bảo trợ từ phía chính phủ, mặc dù các doanh nghiệp dệt may ở các nước này chủ yếu thuộc thành phần kinh tế ngoài nhà nước. Phương châm của chính phủ các nước là:

Doanh nghiệp tự chủ hoạt động;

Nhà nước hỗ trợ ở các khâu cần thiết;

Cơ chế thị trường điều tiết doanh nghiệp.

- Nhật Bản, vào những năm 1930 Chính phủ Nhật Bản đã can thiệp vào lĩnh vực sản xuất tơ tằm, bằng cách thiết lập sự kiểm tra, kiểm soát về chất lượng ở một số khâu quan trọng, hình thành các trạm kiểm tra chất lượng ở các hải cảng nhằm đảm bảo chất lượng trước khi xuất khẩu; ban hành luật kiểm tra chứng tằm quy định các nhà nuôi tằm chỉ được mua chứng của các nhà buôn có giấy phép. Nhờ sự can thiệp trên mà chất lượng tơ của Nhật Bản đã được thế giới đánh giá rất cao, Nhật Bản đã thắng thế trong cạnh tranh với tơ của Trung Quốc trên thị trường thế giới.

Chính phủ Nhật Bản còn thực hiện hỗ trợ các gia đình nông dân thông qua việc thành lập các hộ tín dụng để cho nông dân vay vốn, thực hiện các biện pháp giúp đỡ về kỹ thuật. Ngoài ra Nhật Bản còn thực hiện chính sách bảo hộ qua thuế, hầu hết các mặt hàng dệt may nhập khẩu vào Nhật đều có mức thuế suất cao hơn rất nhiều so với các nước Phương Tây, chẳng hạn mặt hàng áo lót là 25% đến 40% trong khi ở phương Tây là 17% (năm 1956).

- Hàn Quốc, Chính phủ đã thực hiện giúp đỡ các Chaebol (Đại công ty hay tập đoàn lớn có nhiều công ty con được kiểm soát dưới các đại gia tộc) dưới các hình thức[32], [52], [112]:

+ Cho vay vốn với lãi suất cực thấp hoặc không có lãi, chấp nhận tỷ giá hối đoái của các Chaebol thấp hơn tỷ giá thị trường trong giai đoạn đầu hình thành các Chaebol (1950).

+ Khi các Chaebol đã phát triển khá tốt Chính phủ đầu tư vốn cho các công ty có tiềm năng, các khoản đầu tư được cân nhắc hơn; đồng thời hỗ trợ thành lập các công ty thương mại để phát triển xuất khẩu, giai đoạn những năm 1960, 1970.

+ Giai đoạn các Chaebol phát triển mạnh, những năm 1980, 1990, Chính phủ thực hiện các biện pháp định hướng, khuyến khích các Chaebol tập trung vào các ngành có hàm lượng khoa học cao.

+ Giai đoạn hiện nay, với nhiều biến cố về kinh tế đặc biệt là cuộc khủng hoảng tài chính năm 1997, Chính phủ chủ trương cải tổ cơ cấu các Chaebol, cho vay các khoản tiền lớn từ các tổ chức tài chính quốc tế[113]

- Trung Quốc, với đặc điểm các doanh nghiệp thuộc kinh tế nhà nước nhiều hơn, Chính phủ Trung Quốc đã thực hiện phương châm nhà nước và dân cùng làm. Thông qua kế hoạch loại bỏ các thiết bị dệt đã lạc hậu, qua đó mỗi lần giảm các thiết bị lạc hậu doanh nghiệp sẽ được hỗ trợ kinh phí, trong đó một nửa do chính quyền trung ương chịu, một nửa do chính quyền địa phương chịu.

- Thái Lan, Chính phủ hỗ trợ thông qua việc giảm thuế xuất khẩu, hỗ trợ khâu thiết kế mẫu và xúc tiến thương mại. Chính phủ phối hợp cùng các doanh nghiệp thành lập Viện Thiết kế mẫu thời trang, Tổ chức các cuộc thi thiết kế mẫu thời trang, hỗ trợ kinh phí thuê các nhà thiết kế thời trang thế giới huấn luyện cho các nhà tạo mẫu trong nước[128].

1.4.3 Đầu tư có trọng điểm và đầu tư theo hướng hiện đại

- Từ thế kỷ thứ XVI, ở các nước phát triển như Anh, Pháp sản xuất vải và kéo sợi đã rất phát triển, lý do là họ đã tiếp cận với khoa học kỹ thuật sớm hơn, nhờ những phát minh trong lĩnh vực cơ khí, luyện kim. Việc chế tạo ra “thoi bay” thay cho thoi gỗ thông thường, làm tăng năng suất lao động, dệt vải có khổ rộng hơn đã nhanh chóng được áp dụng vào sản xuất mà các nước phương Tây đã thắng thế trong cạnh tranh với vải của Ấn Độ.

- Trung Quốc, Chính phủ thực hiện các giải pháp hỗ trợ kinh phí để giúp các doanh nghiệp thay thế, đổi mới, hiện đại hóa công nghệ dệt. Trung Quốc có thể mạnh là có điều kiện thuận lợi về phát triển các nguyên liệu thượng nguồn từ nông nghiệp, nhất là bông và dâu tằm. Trung Quốc là nước đã chủ động hầu hết các nguyên phụ liệu cho may mặc, từ kéo sợi, sản xuất vải, cúc, chỉ, khóa... Có được điều đó là do Trung Quốc đã không ngừng đầu tư, tiếp cận các công nghệ hiện đại trên thế giới, nhất là các lĩnh vực cơ khí, hóa chất, công nghệ sản xuất vải.

- Ấn Độ, để thúc đẩy phát triển công nghiệp dệt may, Ấn Độ đã đầu tư những khoản vốn hàng chục tỷ đô la mỹ cho ngành công nghiệp chế tạo máy dệt.

- Các nền kinh tế khác như Hàn Quốc, Đài Loan, Hồng Kông đã không ngừng đầu tư áp dụng các công nghệ hiện đại vào sản xuất vải và các sản phẩm dệt may, việc áp dụng công nghệ thông tin vào sản xuất kinh doanh là một minh chứng với hệ thống CAD/CAM (sử dụng máy tính trợ giúp cho thiết kế và sản xuất) qua đó đã đẩy năng suất lao động lên rất cao. Năm 1995 Hàn Quốc đã đầu tư 3 tỷ USD cho các hoạt động này, còn ở Đài Loan hoạt động này là 7,4 tỷ USD.

Kinh nghiệm các nước cho thấy việc áp dụng khoa học kỹ thuật tiên tiến vào sản xuất vải và nguyên phụ liệu may mặc là rất quan trọng. Đầu tư cho công nghệ sẽ nâng cao năng suất lao động, nâng cao khả năng cạnh tranh trên thị trường thế giới, không những trong ngành sản xuất vải mà còn quyết định sự phát triển bền vững của sản phẩm hạ nguồn, đó là may mặc. Đầu tư cho hiện đại hóa công nghệ sản xuất theo hướng đón đầu các công nghệ hiện đại nhất trên thế giới, mà không cần theo trình tự chuyển giao từ lạc hậu đến hiện đại.

1.4.4 Các quan hệ liên kết kinh tế được thực hiện chặt chẽ

- Liên kết dọc: Ngành may mặc sản xuất sản phẩm cuối cùng của hàng loạt các sản phẩm thượng nguồn trình tự: (Nguyên liệu - Sợi - Vải hoàn thiện) + Phụ liệu => May hoàn thiện.

Mối quan hệ giữa sản xuất vải, các phụ liệu và sản phẩm may mặc, các sản phẩm nối tiếp nhau tạo ra một chuỗi các sản phẩm và cuối cùng là sản phẩm may mặc. Mỗi sản phẩm sẽ tạo ra một lượng giá trị gia tăng do chi phí sản xuất và thương mại hợp thành. Giữa các sản phẩm này có sự liên kết chặt chẽ sẽ giảm được chi phí thương mại làm giảm giá thành của sản phẩm sau đó, nâng cao sức cạnh tranh so với sản phẩm của các nước khác. Kinh nghiệm của các nước là tạo ra sự liên kết chặt chẽ trong chuỗi sản phẩm sản xuất tạo ra lợi thế trong cạnh tranh trên thị trường thế giới. Đây là hình thức liên kết dọc trong sản xuất.

Ở Nhật Bản đã hình thành một hệ thống liên kết dọc được dạng các công ty liên hợp sợi - dệt. Mô hình mang lại ưu thế là có tiềm lực mạnh đầu tư công nghệ hiện đại nên đã sản xuất nhiều loại vải cao cấp, sức cạnh tranh lớn hơn. Theo số liệu năm 1929, hai phần ba số vải được xuất khẩu từ các công ty liên hợp sợi - dệt, trong khi các công ty chuyên trách dệt con số này là hai phần năm. Điểm yếu của các công ty liên hợp là không đáp ứng đa dạng như các công ty chuyên trách dệt mà tập trung

vào các mặt hàng tiêu chuẩn để xuất khẩu. Thực hiện liên kết dọc của người Nhật Bản mang lại các lợi ích lớn[1]:

- + Tiết kiệm chi phí đóng gói, đánh ống và vận chuyển do sự rời sản xuất sợi và dệt được đặt gần nhau;

- + Phát hiện kịp thời các lỗi do khâu kéo sợi, từ đó chỉnh sửa kịp thời, đôi khi còn tìm ra các cách pha chế bông và kéo sợi tốt hơn;

- + Tiết kiệm chi phí do tính chuyên môn hóa cao của các công ty kéo sợi chỉ kéo một số ít loại sợi với số lượng lớn phục vụ công ty dệt vải.

Kinh nghiệm về liên kết dọc của người Nhật Bản là bài học mà Việt Nam có thể nghiêm cứu và áp dụng cho chiến lược phát triển sản xuất nguyên phụ liệu may mặc nói riêng và dệt may nói chung.

- Liên kết ngang: Là hình thức liên kết giữa các doanh nghiệp sản xuất vải với nhau, tạo thành các khu công nghiệp, các trung tâm dệt vải. Hình thức liên kết chuyên môn hóa theo chiều ngang đã phát huy hiệu quả ở Anh (Thành phố Lancashir trở thành trung tâm công nghiệp vải bông với quy mô lớn). Hình thức chuyên môn hóa theo chiều ngang đã dẫn đến việc cơ cấu và phân bố lại lực lượng sản xuất theo vùng. Liên kết ngang ở Anh đã mang lại các lợi ích:

- + Phát huy lợi thế của kinh tế vùng;

- + Các công ty sẽ hỗ trợ lẫn nhau về khoa học kỹ thuật và tổ chức sản xuất, các công ty lớn còn giúp đỡ các công ty nhỏ về tiêu thụ sản phẩm;

- + Các công ty tập trung chuyên sâu vào một loại sản phẩm, từ đó có điều kiện nâng cao chất lượng sản phẩm và tránh trùng lặp sản phẩm giữa các công ty.

Hình thức liên kết ngang đã mang lại nhiều thành công cho ngành công nghiệp dệt nói riêng và cả quá trình công nghiệp hóa ở Anh nói chung.

Kinh nghiệm về liên kết ngang cũng là bài học nên học tập đối với việc phát triển các khu công nghiệp dệt may tập trung mang tính chuyên môn hóa sâu cho từng sản phẩm, nhằm tận dụng lợi thế về điều kiện tự nhiên, lao động, giao thông...

1.4.5 Thu hút vốn đầu tư nước ngoài, thúc đẩy buôn bán và tạo điều kiện khuyến khích xuất khẩu

Trong giai đoạn đầu của thời kỳ công nghiệp ở các nước công nghiệp mới như Trung Quốc, Hàn Quốc, Singapore, Malaixia đều thực hiện theo hướng từ công nghiệp hóa tay thế nhập khẩu sang hướng công nghiệp hóa hướng về xuất khẩu.

- Đối với Trung Quốc, sau khi mở cửa nền kinh tế và thực hiện các chính sách nhằm vào nông thôn thì bước tiếp theo là thực hiện các biện pháp thu hút vốn đầu tư từ nước ngoài và thúc đẩy xuất khẩu. Việc làm đầu tiên là thành lập thử nghiệm bốn đặc khu kinh tế, với mục đích thu hút vốn, công nghệ và kinh nghiệm quản lý của nước ngoài, đồng thời tạo điều kiện để xuất khẩu ra nước ngoài, đặc biệt là các nước phương Tây. Để thu hút đầu tư nước ngoài Trung Quốc đã tạo nhiều điều kiện thuận lợi trong các đặc khu kinh tế về cơ sở hạ tầng, ưu đãi về thuế, thủ tục hải quan...

Để khuyến khích việc trao đổi buôn bán, Trung Quốc đã thực hiện giảm sự độc quyền độc quyền của Chính phủ đối với ngoại thương, thực hiện các biện pháp khuyến khích xuất khẩu như lập các ngân hàng tín dụng có lãi suất ưu đãi, có các điều kiện phù hợp cho phát triển thương mại quốc tế. Với các chính sách trên đã làm tổng kim ngạch xuất khẩu của Trung Quốc tăng từ 80 tỷ USD năm 1990 lên 135 tỷ USD năm 1994; tính đến năm 2006 chỉ tính riêng xuất khẩu hàng dệt may là 174 tỷ USD[114].

- Đối với Hàn Quốc, khuyến khích xuất khẩu được coi là đường lối cơ bản của Chính phủ Hàn Quốc trong phát triển kinh tế. Với bất lợi thế so với các nước khác là phải nhập khẩu lương thực và nguyên liệu cho công nghiệp bắt buộc Hàn Quốc phải tạo ra nguồn ngoại tệ cần thiết, điều này được giải quyết thông qua chính sách khuyến khích thúc đẩy xuất khẩu, trong đó xuất khẩu may mặc đóng vai trò quan trọng. Với phương châm “xuất khẩu bằng mọi giá” chỉ sau khoảng 30 năm từ 1961 đến 1990 đã tăng trưởng với tốc độ bình quân 28%/năm, đến năm 1992 kim ngạch xuất khẩu đã chiếm 30% GDP.

- Đối với Singapore, có thể nói Singapore là nước thực hiện chiến lược hướng về xuất khẩu rất sớm từ giữa những năm 1960. Singapore là một quốc đảo với diện tích rất nhỏ trên 600 km², dân số khoảng 3 triệu người nên thị trường nội địa có thể nói là rất hạn hẹp. Vì vậy, Chính phủ nước này đã xác định lấy xuất khẩu làm chiến lược để phát triển đất nước, đối với dệt may Singapore đã xây dựng mạng lưới tiêu thụ rộng khắp trên thế giới.

- Đối với Malaixia, cũng giống như Trung Quốc, Malaixia xây dựng nhiều các khu vực mậu dịch tự do, các doanh nghiệp sản xuất kinh doanh trong khu vực này được hưởng nhiều các lợi thế về cơ sở hạ tầng, các ưu đãi về thuế, thủ tục hải quan. Với mục đích thu hút vốn đầu tư nước ngoài và đẩy mạnh xuất khẩu.

Từ kinh nghiệm của các nước, cũng là bài học cho Việt Nam trong việc xây dựng các khu công nghiệp dệt vải, với các điều kiện thuận lợi về cơ sở hạ tầng đường xá, thoát nước, hệ thống nước sạch và xử lý nước đúng tiêu chuẩn, các chế độ quy định về lao động đảm bảo nâng cao chất lượng sản phẩm. Đồng thời cũng tạo các điều kiện về thủ tục hải quan, thủ tục hành chính nhằm thu hút vốn đầu tư nước ngoài, tiếp cận công nghệ mới và trình độ quản lý tiên tiến.

KẾT LUẬN CHƯƠNG 1

Phát triển sản xuất nguyên phụ liệu cho may mặc Việt Nam – một hướng quan trọng để đảm bảo phát triển hiệu quả và bền vững của ngành. Trong những năm qua ngành may mặc Việt Nam phải nhập khẩu khoảng 70% đến 80% nguyên phụ liệu may mặc từ nước ngoài. Điều này đã ảnh hưởng không nhỏ tới hiệu quả kinh doanh và sự phát triển của ngành may mặc. Vấn đề là tại sao Việt Nam không phát triển sản xuất nguyên phụ liệu may mặc, sự phát triển sản xuất nguyên phụ liệu may mặc bị ảnh hưởng bởi những nhân tố nào. Nội dung chương 1 đã làm rõ các vấn đề trên, với các nội dung chính sau:

Thứ nhất: Các loại sản phẩm nguyên phụ liệu phục vụ cho sản xuất của ngành may mặc, vai trò, đặc điểm của sản xuất nguyên phụ liệu may mặc. Đưa ra các chỉ tiêu để đánh giá sự phát triển của sản xuất nguyên phụ liệu may mặc.

Thứ hai: Phân tích các nhân tố ảnh hưởng đến phát triển sản xuất nguyên phụ liệu may mặc Việt Nam thông qua việc vận dụng mô hình kim cương của M.Porter.

Thứ ba: Phân tích sự cần thiết phải phát triển sản xuất nguyên phụ liệu may mặc trong mối quan hệ hiệu quả và phát triển bền vững của ngành, gồm các vấn đề: Nhu cầu nguyên phụ liệu cho may mặc ở Việt nam; lợi thế so sánh trong việc phát triển sản xuất nguyên phụ liệu may mặc, lợi ích và rủi ro gặp phải.

Thứ tư: Đưa ra kinh nghiệm của các nước trên thế giới trong quá trình phát triển sản xuất nguyên phụ liệu may mặc và khả năng vận dụng vào Việt Nam.

Với các nội dung trên, luận án đã làm rõ sự cần thiết phải thúc đẩy phát triển sản xuất nguyên phụ liệu may mặc ở Việt Nam; hệ thống hóa các vấn đề lý luận về phát triển sản xuất nguyên phụ liệu may mặc, với mục tiêu nâng cao hiệu quả và sự phát triển bền vững của ngành may mặc Việt Nam.

CHƯƠNG 2

PHÂN TÍCH THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN SẢN XUẤT NGUYÊN PHỤ LIỆU MAY MẶC VIỆT NAM

2.1 THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN SẢN XUẤT NGUYÊN PHỤ LIỆU MAY MẶC VIỆT NAM

2.1.1 Khái quát quá trình phát triển sản xuất nguyên phụ liệu may mặc Việt Nam

Ngành Dệt May Việt Nam có vai trò quan trọng trong nền kinh tế quốc dân. Ngành cung cấp các mặt hàng thiết yếu cho xã hội, giải quyết việc làm cho một lực lượng lớn lao động, đồng thời đã mang lại nguồn ngoại tệ lớn từ xuất khẩu và đóng góp một nguồn thu cho ngân sách Nhà nước. Giá trị sản xuất công nghiệp của ngành chiếm bình quân trên 9% toàn ngành công nghiệp, kim ngạch xuất khẩu năm 2008 dẫn đầu cả các ngành công nghiệp cả nước; tạo việc làm cho trên hai triệu lao động công nghiệp.

Cùng với sự phát triển của ngành may mặc thì ngành sản xuất nguyên phụ liệu may mặc, nhất là ngành dệt và sợi, các phụ liệu chủ yếu như cúc, chỉ, khoá kéo, mex... cũng không ngừng phát triển. Ngành dệt và sản xuất các sản phẩm phụ liệu cho may mặc được hình thành từ thế kỷ XII vùng đồng bằng châu thổ Sông Hồng, thời kỳ này đã hình thành các làng dệt ven Hồ Tây, các vùng trồng dâu nuôi tằm tại Hưng Yên, Thái Bình, các vùng trồng bông tại Ninh Thuận, Đồng Nai. Sự phát triển khá hưng thịnh vào thế kỷ XVII, XVIII, song cũng chỉ dừng lại ở các làng nghề thủ công. Cho đến năm 1889 thì ngành công nghiệp may và công nghiệp sản xuất nguyên phụ liệu cho may mặc mới chính thức hình thành ở Việt Nam kể từ khi người Pháp tiến hành xây dựng khu công nghiệp dệt Nam Định.

Sau đại chiến thế giới lần thứ hai (1945) ngành công nghiệp may Việt Nam đã phát triển mạnh mẽ hơn, ở Miền Nam với công nghệ của Châu Âu, Miền Bắc với công nghệ của Trung quốc. Nghiên cứu quá trình phát triển của ngành sản xuất nguyên phụ liệu cho may mặc được gắn với quá trình phát triển của ngành dệt may. Quá trình phát triển của sản xuất nguyên phụ liệu may mặc Việt Nam có thể khái quát qua các thời kỳ sau:

2.1.1.1 Giai đoạn từ 1954 đến 1975

Được sự quan tâm, chăm lo phát triển của Đảng và Nhà nước, ngành Dệt và sản xuất nguyên phụ liệu may mặc đã phát triển nhanh chóng. Lực lượng sản xuất tăng nhanh với nhiều nhà máy mới được xây dựng. Sản xuất một khối lượng sản phẩm hàng hóa lớn nhằm đảm bảo nhu cầu cơ bản về sợi, vải chần, màn, bông băng y tế cho nhân dân và phục vụ chiến tranh. Thời kì này, nhiều cán bộ, công nhân ngành Dệt đã được Đảng và Nhà nước phong tặng danh hiệu Anh hùng lao động và nhiều tổ đội lao động xã hội chủ nghĩa[63].

Quan điểm của Đảng thời kỳ này là: “Ưu tiên phát triển công nghiệp nặng, một cách hợp lý, trên cơ sở phát triển nông nghiệp và công nghiệp nhẹ”.

Các cơ sở sản xuất nguyên phụ liệu may mặc được khôi phục và phát triển. Ngoài việc xây dựng nhà máy dệt Nam Định được đầu tư khôi phục, một loạt các nhà máy khác được lần lượt xây dựng như Len Hải Phòng, Dệt Kim Đông Xuân, Dệt Lụa Nam Định, Liên Hợp dệt 8/3. Bên cạnh đó một loạt các làng nghề tiểu thủ công nghiệp truyền thống được phục hồi như lụa Vạn Phúc, thêu Quất Động (Hà Tây), dệt Phương La (Thái Bình).

Các doanh nghiệp Dệt – May Trung ương gồm toàn bộ các doanh nghiệp dệt, may lớn (sau này thuộc Tập đoàn Dệt – May Việt Nam) đã sản xuất gần 100% sản lượng sợi, vải, quần áo, chần màn, bông băng y tế đề cung cấp cho nhân dân theo định lượng và bảo đảm đủ, kịp thời nhu cầu cho các lực lượng vũ trang với hàng tỉ mét vải, hàng trăm triệu bộ quần áo[63].

2.1.1. 2 Giai đoạn từ 1976 đến 1990

Thời kì xây dựng hoà bình và hợp tác toàn diện với các nước xã hội chủ nghĩa, ngành Dệt Việt Nam đã phát triển nhanh chóng về năng lực sản xuất do tiếp quản toàn bộ các nhà máy, xí nghiệp Dệt ở phía Nam và tiếp tục xây nhiều nhà máy lớn trên cả nước như Nhà máy Sợi Hà Nội, Sợi Vinh, Sợi Huế, Sợi Nha Trang, Dệt Kim Hoàng Thị Loan...

Trong các kế hoạch 5 năm (1976-1980, 1981-1985 và 1986-1990), bằng nhiều phong trào thi đua lao động sáng tạo, phát huy sáng kiến, cải tiến kỹ thuật, Ngành Dệt - May Việt Nam đã hoàn thành xuất sắc trước thời hạn các chỉ tiêu kế hoạch Nhà nước giao, bảo đảm các nguyên liệu cho sản xuất, vải, quần áo, chần màn... cho tiêu dùng và là đầu mối xuất nhập khẩu, trao đổi hàng hoá theo nghị định thư hàng năm

với các nước xã hội chủ nghĩa, tạo việc làm và đổi về từ 55 - 60 ngàn tấn bông xơ mỗi năm từ Liên Xô.

Kế hoạch 5 năm 1976 – 1980 cải tạo kinh tế Miền Nam, khắc phục và phát triển kinh tế Miền Bắc, cả nước phấn đấu đạt các chỉ tiêu kinh tế (15 chỉ tiêu) đặt ra, trong đó chỉ tiêu về dệt vải là 450 triệu mét. Do đầu tư xây dựng cơ bản, cơ sở vật chất của nền kinh tế nói chung và của ngành dệt may nói riêng tăng đáng kể. Công suất các ngành kinh tế được nâng lên. Nhưng hầu hết các chỉ tiêu không đạt so với kế hoạch. Trong đó sản xuất vải 1980 tăng 11% so với 1976 chỉ đạt 35% kế hoạch đặt ra[38].

Kế hoạch 5 năm 1981-1985: Sau khi đánh giá công tác kế hoạch hoá và phát triển kinh tế đất nước, Đảng và Nhà nước đã nhấn mạnh việc xây dựng kinh tế vẫn tập trung quan liêu, thiếu thực tế, căn cứ khoa học. Chưa kết hợp chặt chẽ kế hoạch với sử dụng thị trường, chưa chú ý đầy đủ, tăng cường và phát huy kinh tế nhà nước, kinh tế tập thể và cũng chưa chú ý sử dụng đúng đắn các thành phần kinh tế cá thể và dân tộc Miền Nam. Từ đó Đảng và Nhà nước đã đề ra nhiệm vụ cho kế hoạch 1981-1985 là đẩy mạnh sản xuất nông nghiệp, lâm nghiệp, ngư nghiệp nhằm đảm bảo vững chắc lương thực, thực phẩm, đồng thời cung ứng nhiều nguyên liệu cho công nghiệp thực phẩm, công nghiệp sản xuất hàng tiêu dùng và tăng nhanh nguồn hàng xuất khẩu. Trong các ngành sản phẩm tiêu dùng và tăng nhanh xuất khẩu thì ngành may mặc và sản xuất nguyên liệu đã được chú ý quan tâm, kết quả đạt được của ngành dệt là khá khả quan sản lượng dệt đạt 374,3 triệu mét vải so với mục tiêu đặt ra là 380 triệu mét vải. Tuy vậy, đánh giá chung phát triển kinh tế rất chậm. Nền kinh tế đi vào khủng hoảng[38].

Từ năm 1986 đến 1990. Trước sức ép của nền kinh tế ngày càng lún sâu vào khủng hoảng và tư duy kinh tế mới từng bước được hình thành, cũng như những kinh nghiệm tích lũy qua các bước thử nghiệm đổi mới cơ chế quản lý kinh tế giai đoạn 1979-1985 của Nhà nước. Đại Hội Đảng toàn quốc lần thứ VII diễn ra vào tháng 12 năm 1986 nhất trí thông qua nghị quyết: “Thực hành dân chủ hoá đời sống kinh tế, chuyển cơ chế quản lý kế hoạch hóa tập trung cao độ sang cơ chế thị trường có sự quản lý của nhà nước bằng pháp luật và các công cụ khác, chuyển việc phát triển kinh tế nhà nước và tập thể ở các ngành sang phát triển kinh tế nhiều thành phần, chuyển sự cấp phát hiện vật và bao cấp sang sử dụng quy luật giá trị của sản xuất hàng hoá tự

hạch toán; chuyển sang quan hệ kinh tế đối ngoại theo hướng nền kinh tế mở, đa phương hoá quan hệ và đa dạng hoá hình thức”[63]. Với nội dung và nhiệm vụ đã đặt ra, theo đường lối đúng đắn nền kinh tế đã có sự phát triển khởi sắc, tạo đà cho sự phát triển mạnh mẽ của những năm sau này. Có thể khẳng định Đại Hội Đảng toàn quốc lần thứ VII là điểm mốc quan trọng, bước ngoặt của phát triển kinh tế Việt Nam. nền kinh tế đã đổi mới và phát triển nhiều mặt, nhiều thành phần kinh tế phát triển, nhiều ngành nghề mới phát triển, tốc độ tăng trưởng kinh tế đã từng được cải thiện, nền kinh tế bước ra khỏi khủng hoảng.

Ngành dệt may cũng đã có sự phát triển rất tốt tạo nền tảng, tiền đề cho phát triển trong những năm sau đó. Cho đến năm 1990, Ngành đã có quy mô: về dệt có 129 doanh nghiệp nhà nước, 1.979 hợp tác xã và hộ cá thể về may có 166 doanh nghiệp nhà nước, 620 hợp tác xã và hộ cá thể. Năng lực thiết bị có 860.000 cọc sợi và 2000 rô to, 43.000 máy dệt (kể cả khung dệt thủ công), 60.000 thiết bị và máy may. Đã xây dựng 1 Viện công nghệ sợi dệt và 1 Trung tâm nghiên cứu may. Toàn Ngành có trên 2.000 tiến sĩ, phó tiến sĩ và kỹ sư công nghệ dệt may. Sản lượng thực hiện cuối năm 1990 đạt 50 ngàn tấn sợi và hơn 450 triệu mét vải (khô 0,80m), các nguyên phụ liệu cơ bản phục vụ được nhu cầu may mặc.

Liên hiệp Dệt, Tổng công ty Dệt và Liên hiệp các xí nghiệp may Việt Nam với 64 doanh nghiệp thành viên hoạt động trên phạm vi cả nước giữ vai trò chủ đạo, thể hiện trên các mặt sau:

- Về thiết bị kéo sợi chiếm 100%; hơn 11.000 máy dệt các loại sản xuất trên 80% vải lụa thành phẩm.
- Kim ngạch xuất khẩu chiếm 100% (độc quyền Nhà nước).
- Bảo đảm 100% bông xơ và sợi cho toàn bộ các nhà máy, xí nghiệp dệt, may trong cả nước.

2.1.1.3 Giai đoạn từ 1991 đến 1999

Sản xuất kinh doanh trong cơ chế thị trường theo định hướng XHCN. Tuy quy mô công suất thiết bị đã tăng lên nhanh chóng trong thời kỳ kế hoạch hoá, nhưng do mới chỉ làm ra được những sản phẩm chất lượng trung bình và thấp nên khi chuyển sang cơ chế thị trường, Ngành Dệt - May Việt Nam, nhất là ngành dệt đứng trước những khó khăn hết sức gay gắt: Thiết bị công nghệ sợi, nhuộm, hoàn tất (khoảng 50%) cũ kĩ, lạc hậu, đã sử dụng 30 - 40 năm (có nhà máy đã sử dụng 50 - 60 năm);

Máy dệt đa phần khổ hẹp, tiêu hao năng lượng và lao động cao; thiếu vốn cho đầu tư đổi mới công nghệ và thiếu kỹ năng quản trị doanh nghiệp trong cơ chế thị trường. Nhưng nhờ có đường lối đổi mới đúng đắn của Đảng và Nhà nước, được sự phối hợp của các bộ, ngành trong việc mở thị trường mới, cùng với tinh thần lao động sáng tạo của đội ngũ cán bộ, công nhân, các doanh nghiệp đã mạnh dạn đầu tư nâng cấp thiết bị cũ và đầu tư công nghệ mới để sản xuất ra những sản phẩm theo yêu cầu thị trường. Bên cạnh đó, với luật khuyến khích đầu tư nước ngoài, các xí nghiệp liên doanh và 100% vốn nước ngoài bắt đầu đầu tư vào lĩnh vực dệt may. Trong vòng 10 năm, có gần 170 dự án với số vốn đăng kí hơn 1.600 triệu USD, đã góp phần làm cho Ngành Công nghiệp Dệt - May Việt Nam có sự phát triển mới cả về quy mô, trình độ công nghệ, mẫu mã hàng hóa và kim ngạch xuất khẩu.

Đến cuối năm 1999, gần 30% thiết bị dệt và 95% thiết bị may đã được đầu tư bằng thiết bị, công nghệ tiên tiến. Công suất kéo sợi đạt 177 ngàn tấn, trong đó có các loại sợi chỉ số cao cho hàng dệt kim và dệt vải cao cấp. Tổng sản lượng vải đạt khoảng 500 triệu mét (khổ 0,8m), sản phẩm dệt kim đạt 34.000 tấn, khăn bông 10.000 tấn, mền chăn 1 triệu chiếc, thảm len hơn 5 triệu m². Tổng số lao động sử dụng gần một triệu người, trong đó, số có trình độ kỹ sư trở lên hơn 3000 người. Có 2 viện và 1 trung tâm nghiên cứu, 4 trường đào tạo trung học và công nhân lành nghề. Các Trường Đại học Bách khoa Hà Nội và Đại học Kỹ thuật thành phố Hồ Chí Minh đều có khoa đào tạo kỹ sư công nghệ sợi, dệt, nhuộm[25].

Có thể khẳng định, giai đoạn 1991 - 1999, Ngành Dệt - May Việt Nam đã có những thay đổi về chất rất quan trọng, từ thiết bị công nghệ đến sản phẩm (nhất là công nghệ may và sản phẩm may). Từ chỗ chỉ sản xuất phục vụ nhu cầu tiêu dùng của nhân dân trong nước và thực hiện một phần theo nghị định thư với Liên Xô và các nước xã hội chủ nghĩa Đông Âu, đầu vào, đầu ra do Nhà nước quyết định, các doanh nghiệp Dệt - May Việt Nam đã thực hiện từ khâu đầu đến khâu cuối, tự chọn mua nguyên phụ liệu, tổ chức sản xuất đến tiêu thụ sản phẩm, tự định giá mua, giá bán... Sản phẩm dệt may Việt Nam đã thoả mãn một phần nhu cầu của người tiêu dùng trong nước và có kim ngạch xuất khẩu lớn sang các thị trường khó tính trên thế giới như EU, Nhật Bản, Mỹ, Canada... Toàn Ngành đạt tốc độ tăng trưởng bình quân khoảng 10%/năm. Kim ngạch xuất khẩu luôn đứng thứ hạng cao trong 10 mặt hàng xuất khẩu chủ lực của cả nước, chỉ sau dầu thô nhưng dẫn đầu các ngành chế biến

xuất khẩu, đạt 1,747 tỉ USD (năm 1999), trong đó hơn 60% sản phẩm xuất khẩu sang thị trường phi hạn ngạch, chiếm 14,6% kim ngạch xuất khẩu cả nước. Tạo việc làm cho gần một triệu lao động công nghiệp, chưa kể số lao động sản xuất nguyên liệu trồng bông, trồng đay, trồng dâu nuôi tằm).

Với những kết quả đạt được là của sản xuất sợi dệt là khả quan, nhưng cơ cấu giữa dệt và may còn chưa tương xứng, trong đó chủ yếu là may, may gia công xuất khẩu, sự phát triển chênh lệch này dẫn đến sự mất cân đối trong ngành. Sản lượng dệt và sản phẩm phụ liệu không đủ đáp ứng nhu cầu, yêu cầu của may mặc đặc biệt là may xuất khẩu, với các yêu cầu ngày càng cao. Hàng năm Việt Nam vẫn phải nhập khẩu trên 70% nguyên phụ liệu phục vụ cho may mặc, nhất là may mặc xuất khẩu.

2.1.2 Tình hình phát triển sản xuất nguyên phụ liệu may mặc Việt Nam từ năm 2001 - 2007

Sản xuất nguyên phụ liệu may mặc Việt Nam đã phát triển khá mạnh trong thời gian qua, tuy không đáp ứng được nhu cầu cho may mặc, nhất là may xuất khẩu nhưng cũng thể hiện sự nỗ lực của ngành, chất lượng và số lượng đã được nâng lên. Để thấy rõ sự phát triển sản xuất nguyên phụ liệu may mặc luận án phân tích tập trung vào sự phát triển sản xuất của các doanh nghiệp sản xuất sợi dệt vải và chỉ may.

2.1.2.1 Tình hình phát triển sản xuất sợi và dệt vải

a. Số lượng các doanh nghiệp sản xuất sợi và dệt vải theo hình thức sở hữu

Số lượng các doanh nghiệp sản xuất sợi và dệt vải đã tăng lên qua các năm từ 2001 đến 2007 với tốc khá cao, năm 2007 so với 2001 tăng gấp 2,19 lần, tốc độ tăng trung bình là 11,9 %/năm. Trong đó, các doanh nghiệp nhà nước giảm đi 16 doanh nghiệp, các doanh nghiệp ngoài nhà nước và đầu tư nước ngoài đều tăng lên. Bảng 2.1

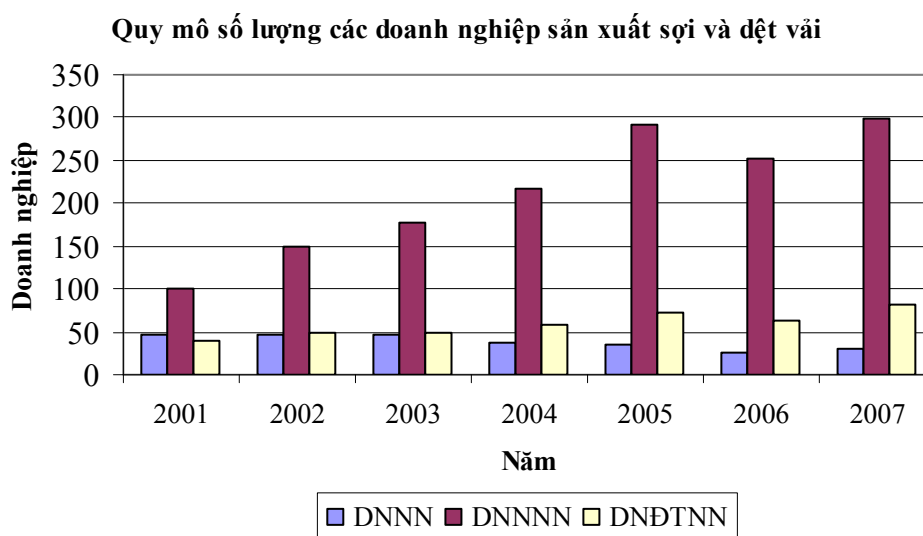
Các doanh nghiệp nhà nước giảm đi là do việc thực hiện chính sách đổi mới, sắp xếp, nâng cao hiệu quả của các doanh nghiệp nhà nước của Chính phủ Việt Nam. Các doanh nghiệp nhà nước giảm đi là do kinh doanh kém hiệu quả được cổ phần hóa hoặc giải thể.

Bảng 2.1 Số lượng các doanh nghiệp sản xuất sợi và dệt vải
(Đơn vị: doanh nghiệp)

Loại hình doanh nghiệp	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	Tốc độ bq 01-07
<i>May mặc</i>			1206	1553	1735	1916	2337	12.0%
<i>Sản xuất sợi và dệt vải</i>	187	245	275	313	401	341	410	11.9%
Doanh nghiệp nhà nước	47	47	47	38	36	25	31	-6,2%
Doanh nghiệp ngoài NN	101	150	178	217	292	252	299	16.8%
Doanh nghiệp ĐTNN	39	48	50	58	73	64	81	11%

Nguồn: [53] và tính toán của tác giả

Các doanh nghiệp ngoài nhà nước luôn chiếm tỷ trọng lớn và tăng trưởng với tốc độ cao hơn cả. Điều này cho thấy khả năng phát triển của các doanh nghiệp ngoài nhà nước là rất cao. Hình 2.1



Hình 2.1 Số lượng các doanh nghiệp sản xuất sợi và dệt vải

Các doanh nghiệp ngoài nhà nước có tốc độ tăng nhanh nhất, nhất là năm 2005, điều này được lý giải là do các chính sách của nhà nước trong việc khuyến khích các doanh nghiệp phát triển ngày càng tốt hơn, đặc biệt với sự ra đời của Luật doanh nghiệp năm 2005, năm có tốc độ tăng trưởng cao nhất.

Khu vực có vốn đầu tư nước ngoài tăng khá, với tốc độ tương đối đều, bình quân đạt 11%/năm. Về mặt số lượng thì tốc độ tăng thấp hơn so với các doanh

ngoại nhà nước nhưng về vốn đầu tư lại cao hơn bởi các dự án đầu tư nước ngoài thường có số vốn lớn hơn nhiều.

b. Quy mô vốn đầu tư, lao động của các doanh nghiệp sản xuất sợi và dệt vải

Cùng với sự gia tăng về số lượng các doanh nghiệp thì quy mô về vốn đầu tư, số lượng lao động của các doanh nghiệp sản xuất sợi và dệt vải cũng tăng lên. Cụ thể:

* Quy mô về vốn đầu tư:

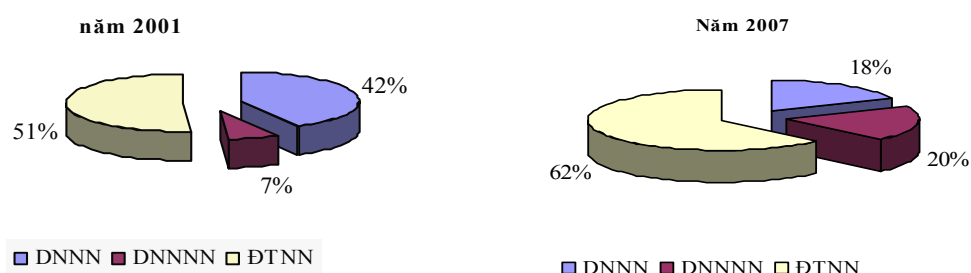
Tính đến thời điểm năm cuối năm 2007 vốn kinh doanh của các doanh nghiệp sản xuất sợi và dệt vải đã tăng 2,24 lần so với năm 2001. Trong đó, vốn đầu tư của các doanh nghiệp ngoài nhà nước và đầu tư nước ngoài tăng cao riêng doanh nghiệp nhà nước thì giảm mạnh, lý do là việc nhiều doanh nghiệp nhà nước được cổ phần hóa nên đã chuyển thành doanh nghiệp ngoài nhà nước. Thời kỳ này với các chính sách thu hút vốn đầu tư nước ngoài nên các doanh nghiệp đầu tư nước ngoài cũng tăng khá mạnh, với tốc độ bình quân 18,4 %/năm.

Bảng 2.2 Vốn đầu tư của các doanh nghiệp sản xuất sợi và dệt vải 2001-2007
(Đơn vị: triệu đồng)

lhdn	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	Tốc độ bq 01-07
DNNN	7332285	8074712	8464955	8253277	7853262	5682550	8418899	2.0%
DNNNN	1181885	1867735	2660600	3362179	7050371	5946531	9149919	34.0%
ĐTNN	8945591	10867896	10503859	18564563	21665069	20165570	29116476	18.4%
Tổng	17459761	20810343	21629414	30180019	36568702	31794651	46685294	15.1%

Nguồn: [53] và tính toán của tác giả

Các doanh nghiệp đầu tư nước ngoài luôn có số vốn kinh doanh chiếm tỷ trọng lớn trong tổng vốn kinh doanh của ngành. Tính đến cuối năm 2007 vốn đầu tư của các doanh nghiệp đầu tư nước ngoài chiếm 62% so với năm 2001 tỷ lệ này là 51%. Hình 2.2



Hình 2.2 Cơ cấu vốn đầu tư cho sản xuất sợi và dệt vải 2001 và 2007

Thời gian từ 2001 đến 2007 các nhà đầu tư trong nước chủ yếu tập trung đầu tư vào sản xuất may mặc, lĩnh vực có lợi thế cho xuất khẩu và thu hồi vốn nhanh. Các doanh nghiệp nhà nước thì chạy theo thành tích về xuất khẩu nên tốc độ đầu tư vào sản xuất sợi và dệt vải thấp.

So với ngành may mặc thì tốc độ tăng vốn đầu tư của sản xuất sợi và dệt vải thấp hơn một chút, tính đến cuối năm 2006 thì tổng tài sản vốn của các doanh nghiệp sản xuất sợi và dệt vải cũng ngang bằng với các doanh nghiệp may mặc trên 46 ngàn tỷ đồng, trong khi kim ngạch xuất khẩu thu về lại chủ yếu là từ ngành may mặc.

* Quy mô về lao động:

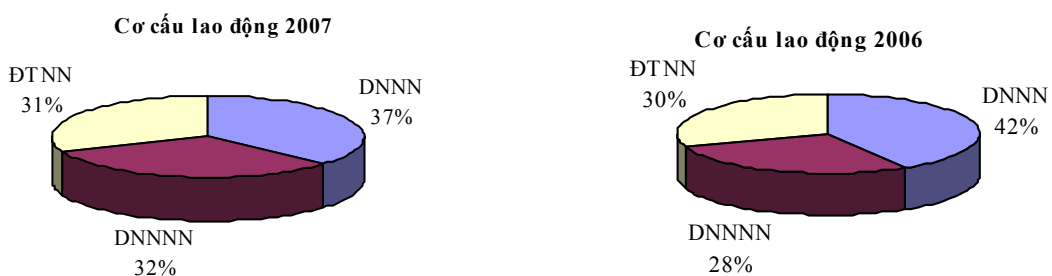
Tổng số lao động đang làm việc trong các doanh nghiệp sản xuất sợi và dệt vải tính đến cuối năm 2007 là 96455 người. Từ năm 2001 đến 2005 lao động trong các doanh nghiệp sản xuất sợi và dệt vải đều tăng nhưng sang năm 2006 thì lại giảm đi rất nhanh. Nguyên nhân là do có rất nhiều các doanh nghiệp ngoài nhà nước làm ăn thua lỗ đã giải thể và phá sản hoặc chuyển sang sản xuất may mặc. Bảng 2.3

Bảng 2.3 Lao động trong các doanh nghiệp sản xuất sợi và dệt vải 2001-2007
(Đơn vị: người)

Loại hình doanh nghiệp	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	Tốc độ bq 01-07
May mặc			435463	496160	509198	579185	705318	10%
Sợi và dệt vải	81039	103785	91048	86028	96707	73497	96455	2.5%
DNNN	58295	59228	61179	52037	48478	30566	35670	-6,8%
DNNNN	7908	28083	12044	13391	24201	20667	31016	21.6%
ĐTNN	14836	16474	17825	20600	24028	22264	29769	10.5%

Nguồn: [53] và tính toán của tác giả

Trong các loại hình doanh nghiệp, doanh nghiệp nhà nước có tốc độ giảm nhiều nhất. Song, xét về cơ cấu thì vẫn chiếm tỷ trọng lớn nhất, nếu so với vốn đầu tư và quy mô sản xuất thì các doanh nghiệp nhà nước lại là các doanh nghiệp sử dụng nhiều lao động. Hình 2.3



Hình 2.3 Cơ cấu lao động trong các doanh nghiệp sản xuất sợi và dệt vải 2006, 2007

Qua hình 2.2 và 2.3 cho thấy quy mô vốn đầu tư trong các doanh nghiệp trong nước chiếm tỷ trọng rất thấp nhưng lao động lại chiếm tỷ trọng rất cao. Như vậy, suất đầu tư vốn cho một lao động trong các doanh nghiệp đầu tư nước ngoài là cao hơn. Đặc điểm này cũng ảnh hưởng tới năng suất lao động giữa các doanh nghiệp trong nước và các doanh nghiệp đầu tư nước ngoài. Các dự án đầu tư nước ngoài thường với quy mô vốn lớn, công nghệ hiện đại, tiên tiến nên chi phí nhân công ít hơn, sử dụng ít lao động hơn.

Thực trạng về quy mô đầu tư và sử dụng lao động trong các loại hình doanh nghiệp sẽ được thể hiện rõ hơn qua số liệu về tỷ lệ vốn đầu tư vào trang thiết bị và tỷ suất vốn đầu tư cho một lao động. Thể hiện qua bảng 2.4 và 2.6.

Bảng 2.4 Tỷ lệ vốn đầu tư cho thiết bị của các doanh nghiệp sản xuất sợi và dệt vải 2001-2007

Loại hình doanh nghiệp	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
DNNN	58%	56%	58%	56%	58%	55%	53%
DNNNN	55%	53%	52%	48%	60%	54%	52%
ĐTNN	64%	63%	60%	68%	65%	69%	62%
Tổng	61%	60%	58%	63%	62%	64%	59%

Nguồn: [53] và tính toán của tác giả

Tỷ lệ vốn đầu tư cho thiết bị của các doanh nghiệp đầu tư nước ngoài (trung bình chiếm trên 64% trong tổng vốn kinh doanh) luôn lớn hơn các doanh nghiệp trong nước (khoảng 55%). Điều này cho thấy các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài thường có trình độ công nghệ hiện đại hơn các doanh nghiệp trong nước. Các doanh nghiệp ngoài nhà nước có tỷ lệ này thấp hơn cả, là do vốn kinh doanh nhỏ, sợ rủi ro, tâm lý dè dặt trong đầu tư.

Bảng 2.5 Vốn đầu tư bình quân 1 doanh nghiệp của các doanh nghiệp sản xuất sợi và dệt vải 2001-2007
(Đơn vị: triệu đồng)

Loại hình DN	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
DNNN	156006.06	171802.38	180105.4	217191.5	218146.2	227302	280630
DNNNN	11701.832	12451.567	14947.19	15493.91	24145.11	23597.35	30601,7
ĐTNN	229374.13	226414.5	210077.2	320078.7	296781.8	315087.0	359462,7

Nguồn: [53] và tính toán của tác giả

Vốn kinh doanh bình quân một doanh nghiệp của các doanh nghiệp ngoài nhà nước là rất thấp, tính đến năm 2007 đạt 30,6 tỷ đồng thấp hơn 10 lần các doanh nghiệp đầu tư nước ngoài 359 tỷ đồng, bảng 2.5

Suất đầu tư vốn cho lao động của các doanh nghiệp trong nước cũng thấp hơn rất nhiều so với các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài. Thể hiện bảng 2.6

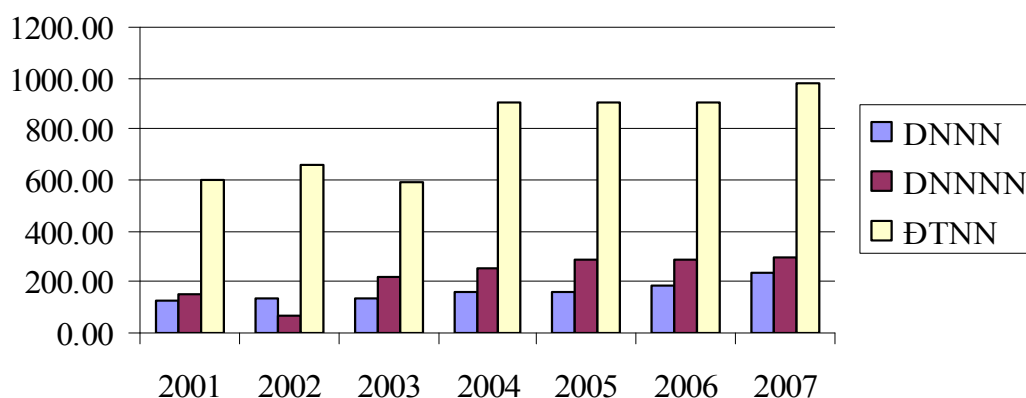
Bảng 2.6 Mức trang bị vốn đầu tư thiết bị cho 1 lao động của các doanh nghiệp sản xuất sợi và dệt vải 2001-2007

(Đơn vị: triệu đồng)

Loại hình doanh nghiệp	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
DNNN	73.54	76.36	80.44	88.55	93.40	103.04	236,02
DNNNN	81.89	35.42	115.19	121.25	174.26	155.70	295,01
ĐTNN	385.17	418.26	352.09	614.09	582.93	623.82	978,08

Nguồn: [53] và tính toán của tác giả

Suất đầu tư thiết bị cho một lao động của các doanh nghiệp trong nước thấp hơn 5 lần so với các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài, thấp nhất là doanh nghiệp nhà nước. Điều này cho thấy quy mô đầu tư của các doanh nghiệp nhà nước rất chậm, thiết bị công nghệ thường lạc hậu, đương nhiên năng suất lao động sẽ thấp hơn.



Hình 2.4 Mức trang bị vốn thiết bị cho 1 lao động 2001-2007

c. Kết quả kinh doanh của các doanh nghiệp sản xuất sợi và dệt vải

Với tốc độ tăng trưởng về số lượng và quy mô đầu tư của các doanh nghiệp sản xuất sợi và dệt vải đã đem lại những kết quả khả quan.

- Doanh thu của các doanh nghiệp đã tăng lên khá nhanh, đạt tốc độ tăng bình quân năm 19,7%, trong đó tăng cao nhất là các doanh nghiệp ngoài nhà nước (38,1%/năm). Các doanh nghiệp nhà nước lại có tốc độ tăng rất chậm chạp, sở dĩ như vậy là do quy mô số lượng của các doanh nghiệp nhà nước bị giảm đi do chính sách sắp xếp lại của Chính phủ Việt Nam, đạt 6,1%/năm.

Các doanh nghiệp đầu tư nước ngoài cũng có tốc độ tăng doanh thu rất cao, cho thấy khả năng cao trong việc khai thác thị trường và tiêu thụ.

Bảng 2.7 Doanh thu của các doanh nghiệp sản xuất sợi và dệt vải 2002-2007

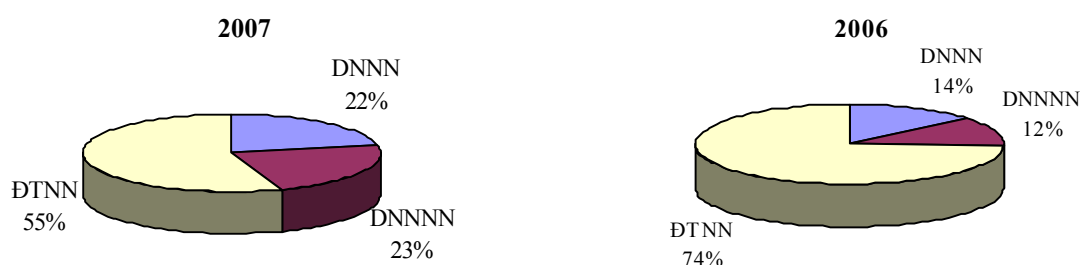
(Đơn vị: Triệu đồng)

Loại hình doanh nghiệp	2002	2003	2004	2005	2006	2007	Tốc độ bq 02-07
DNNN	6104521	7049484	7468172	9005397	6079745	8401160	6,1%
DNNNN	1383603	2325960	2961343	4982145	5228835	8848392	38,1%
ĐTNN	5064531	6297089	6672682	11380780	32501589	21475738	24,9.8%
Tổng	12552655	15672533	17102197	25368322	43810169	38725290	19,7%

Nguồn: [53] và tính toán của tác giả

Xét về cơ cấu thì doanh thu của các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài luôn chiếm tỷ trọng lớn. Hình 2.5

Năm 2005 doanh thu của các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài chiếm 45%, sang đến 2006 tỷ lệ này là 74%, năm 2007 tỷ lệ này là 55%. Điều này cho thấy khả năng chiếm lĩnh thị trường của các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài là rất mạnh, các doanh nghiệp này đã chứng minh được hiệu quả kinh doanh khi họ đầu tư vốn lớn hơn, công nghệ hiện đại hơn, quản lý tốt hơn.



Hình 2.5 Cơ cấu doanh thu của các doanh nghiệp sản xuất sợi và dệt vải 2006 và 2007

- Kết quả lợi nhuận

Trong giao đoạn 2002 – 2007 lợi nhuận của các doanh nghiệp sản xuất sợi và dệt vải cũng tăng lên đáng kể. Doanh thu tăng lên là điều kiện quan trọng để tăng lợi nhuận. Tuy vậy, tốc độ tăng lợi nhuận không phải lúc nào cũng tỷ lệ thuận với tốc độ tăng doanh thu. Tốc độ tăng lợi nhuận của các doanh nghiệp thấp hơn nhiều so với tốc độ tăng doanh thu, lý do là nhiều doanh nghiệp thực hiện các nghiệp vụ kế toán chi phí với mục đích giảm thiểu lợi nhuận và tránh thuế thu nhập doanh nghiệp.

Bảng 2.8

Theo số liệu thì các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài lại là các doanh nghiệp bị lỗ cao nhất trong các năm 2005 và 2006, trong khi có tỷ trọng doanh thu lớn nhất, suất đầu tư cao nhất. Theo chúng tôi các doanh nghiệp này đã thực hiện các hình thức tính toán chi phí, các biện pháp để lách luật, tránh thuế thu nhập doanh nghiệp.

Bảng 2.8 Lợi nhuận của các doanh nghiệp sản xuất sợi và dệt vải 2002-2007
(Đơn vị: Triệu đồng)

Loại hình doanh nghiệp	2002	2003	2004	2005	2006	2007	Tốc độ bq 01-07
DNNN	-55346	-31097	89946	64410	62033	287856	18,1%
DNNNN	7420	10312	44891	35283	37362	227647	32,9%
ĐTNN	52007	253224	118180	-394592	-464957	1034694	19,9%
Tổng	4081	232439	253017	-294899	-365562	1550197	20,8%

Nguồn: [53] và tính toán của tác giả

Tuy vậy, sang năm 2007 lợi nhuận của các doanh nghiệp đều tăng lên rất cao, đã làm tốc độ tăng bình quân trên năm tăng khá cao. Nguyên nhân là do điều kiện nền kinh tế năm 2007 thuận lợi cho các doanh nghiệp sản xuất sợi và dệt vải, đồng thời với tốc độ tăng nhanh của kim ngạch may mặc xuất khẩu.

- Đóng góp cho ngân sách nhà nước

Cùng với sự phát triển sản xuất, các khoản đóng góp và nộp vào ngân sách của các doanh nghiệp sản xuất sợi và dệt vải đã được ghi nhận. Sự đóng góp của các doanh nghiệp được thể hiện qua số liệu bảng 2.9

Bảng 2.9 Nộp ngân sách nhà nước của các doanh nghiệp sản xuất sợi và dệt vải 2002-2007

(Đơn vị: Triệu đồng)

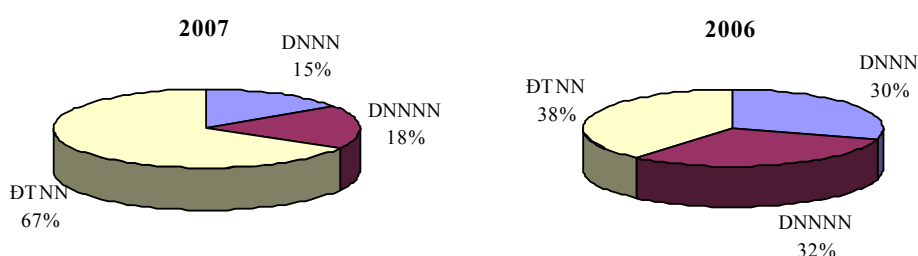
Loại hình doanh nghiệp	2002	2003	2004	2005	2006	2007	Tốc độ bq 01-06
DNNN	210282	219095	1236400	255326	174983	247962	3,4%
DNNNN	58443	85126	86581	164621	187200	292771	36,2%
ĐTNN	327271	303670	448363	518497	230681	1091154	22,5%
Tổng	593994	605888	1769340	936439	590858	1631887	18,7%

Nguồn: [53] và tính toán của tác giả

Nộp ngân sách nhà nước của các doanh nghiệp sản xuất sợi và dệt vải là không ổn định từ năm 2001 đến năm 2004 thành tăng lên sau đó lại giảm đi. Đến năm 2006 giảm thấp hơn cả năm 2001, đặc biệt là các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài giảm 12%. Sang năm 2007 cùng với việc tăng lợi nhuận thì đóng vào ngân sách nhà nước cũng tăng lên rất cao. Theo chúng tôi nguyên nhân là do cơ chế

quản lý của nhà nước và tính minh bạch của thông tin tài chính kế toán đã tạo kẽ hở để các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài tránh thuế, bên cạnh đó các doanh nghiệp còn được hưởng các ưu đãi về thuế của nhà nước.

Xét về mặt cơ cấu thì sự đóng vào ngân sách nhà nước thì các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài luôn chiếm tỷ trọng cao hơn doanh nghiệp nhà nước và doanh nghiệp ngoài nhà nước, năm 2007 chiếm 67%. Hình 2.6.



Hình 2.6 Cơ cấu nộp vào ngân sách nhà nước của các doanh nghiệp sản xuất sợi và dệt vải 2006 và 2007

Đánh giá khái quát về thực trạng phát triển sản xuất sợi và dệt vải trong thời gian qua đã có nhiều kết quả đáng kể. Đạt được kết quả đó là do chính sách, cơ chế quản lý kinh tế của Việt Nam đã có nhiều điểm tích cực đã khuyến khích các doanh nghiệp đầu tư mở rộng sản xuất kinh doanh, việc ra đời của Luật doanh nghiệp 2005 đã minh chứng điều đó. Tuy vậy, sự phát triển sản xuất vẫn chưa bền vững, kết quả thu được so với đầu tư về vốn và lao động vẫn chưa tương xứng, lý do vẫn chưa có các biện pháp thực sự hiệu quả để thu hút các nhà đầu tư đầu, chất lượng sản phẩm còn chưa đáp ứng yêu cầu của thị trường.

d. Về hiệu quả kinh doanh

Hiệu quả kinh doanh của các doanh nghiệp sản xuất sợi và dệt vải được phản ánh thông qua các chỉ tiêu doanh thu trên vốn kinh doanh, Tỷ lệ sinh lời doanh thu, lợi nhuận trên vốn kinh doanh, lợi nhuận trên vốn chủ sở hữu, lợi nhuận trên lao động.

- Chỉ tiêu: Vòng quay vốn kinh doanh của các doanh nghiệp sản xuất sợi và dệt vải nhìn chung chưa cao, từ năm 2001 đến năm 2005 đều thấp hơn 1. Điều này cho thấy một đồng vốn bỏ ra trong một năm không tạo ra được 1 đồng doanh thu. Năm 2006 chỉ tiêu này đã tăng lên lớn hơn 1 (1,38) nhưng đến 2007 lại giảm chỉ còn 0,83. Về tốc độ thì năm sau có chiều hướng tăng hơn năm trước cho thấy sự cố gắng

của các doanh nghiệp trong việc chiếm lĩnh khai thác thị trường, yếu tố quan trọng trong việc nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh. So với các doanh nghiệp may mặc thì hiệu quả kinh doanh của các doanh nghiệp sản xuất sợi và dệt vải thấp hơn trừ năm 2007.

Bảng 2.10 Doanh thu trên vốn kinh doanh của các doanh nghiệp sản xuất sợi và dệt vải 2001-2007

Loại hình doanh nghiệp	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
DNNN	0,75	0,76	0,83	0,90	1,15	1,07	1,0
DNNNN	0,78	0,74	0,87	0,88	0,71	0,88	0,97
ĐTNN	0,51	0,47	0,60	0,36	0,53	1,61	0,74
Tổng	0,63	0,60	0,72	0,57	0,69	1,38	0,83
DN may mặc			1,13	1,19	1,17	1,22	0,51

Nguồn: [53] và tính toán của tác giả

Xét về mặt cơ cấu sở hữu thì các doanh nghiệp nhà nước lại có tính ổn định hơn cả, tốc độ tăng ổn định. Các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài chỉ tiêu này rất thấp là do vốn đầu tư các các dự án đầu tư nước ngoài lớn hơn, trong giai đoạn đầu thị trường chưa được khẳng định.

- Chỉ tiêu: Tỷ lệ sinh lời doanh thu

Tỷ lệ sinh lời doanh thu của các doanh nghiệp sản xuất sợi và dệt vải thấp (bình quân năm ở mức dưới 5%) và không ổn định, năm cao, năm thấp. So với các doanh nghiệp may mặc thì tính ổn định của các doanh nghiệp sản xuất sợi và dệt vải thấp hơn. Trong đó, các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài chỉ tiêu này thấp nhất, theo chúng tôi không phải quản lý chi phí kém mà có thể là các doanh nghiệp này đã dùng các nghiệp vụ kế toán tài chính để lách luật, tăng chi phí, giảm lợi nhuận để tránh thuế thu nhập doanh nghiệp. Đây là tình trạng chung của các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài nói chung, vấn đề này đã được đưa ra trong kỳ họp Quốc Hội Việt Nam tháng 5 năm 2007.

Bảng 2.11 Tỷ lệ sinh lời doanh thu các doanh nghiệp sản xuất sợi và dệt vải 2001-2007

Loại hình doanh nghiệp	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
DNNN	1.62%	-0.91%	-0.44%	1.20%	0.72%	1.02%	3,43%
DNNNN	3.38%	0.54%	0.44%	1.52%	0.71%	0.71%	2,57%
ĐTNN	6.41%	1.03%	4.02%	1.77%	-3.47%	-1.43%	4,82%
Tổng	3.75%	0.03%	1.48%	1.48%	-1.16%	-0.83%	4%
Doanh nghiệp may mặc			1.97%	1.28%	1.87%	0.56%	4,15%

Nguồn: [53] và tính toán của tác giả

- Chỉ tiêu: Tỷ lệ sinh lời vốn kinh doanh

Tỷ lệ sinh lời trên vốn kinh doanh của các doanh nghiệp sản xuất sợi và dệt vải giai đoạn 2001-2007 nhìn chung thấp, thấp hơn các doanh nghiệp may mặc, năm cao nhất đạt 1.07%, năm 2005 và 2006 đều bị âm.

Bảng 2.12 Tỷ lệ sinh lời trên vốn kinh doanh của các doanh nghiệp sản xuất sợi và dệt vải 2001-2007

Loại hình doanh nghiệp	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
DNNN	1.23%	-0.69%	-0.37%	1.09%	0.82%	1.09%	3,42%
DNNNN	2.63%	0.40%	0.39%	1.34%	0.50%	0.63%	2,49%
ĐTNN	3.25%	0.48%	2.41%	0.64%	-1.82%	-2.31%	3,55%
Tổng Doanh nghiệp may mặc	2.36%	0.02%	1.07%	0.84%	-0.81%	-1.15%	3,32%
			2.23%	1.52%	2.20%	0.68%	2,1%

Nguồn: [53] và tính toán của tác giả

Tỷ lệ sinh lời trên vốn kinh doanh đều nằm ở mức 4% so sánh với lãi suất chung trên thị trường (khoảng 13-15%) và tỷ lệ lạm phát (năm 2007: 12,36%) cho thấy chỉ tiêu này rất thấp.

- Chỉ tiêu: Tỷ lệ sinh lời vốn chủ sở hữu

Chỉ tiêu tỷ lệ sinh lời vốn chủ sở hữu cũng thấp, thấp nhất trong năm 2005 và 2006 là các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài. Năm cao nhất (2007) đạt 12,98% thuộc về các doanh nghiệp nhà nước.

Bảng 2.13 Tỷ suất lợi nhuận trên vốn chủ sở hữu của các doanh nghiệp sản xuất sợi và dệt vải 2001-2007

Loại hình doanh nghiệp	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
DNNN	6.18%	-3.72%	-2.15%	6.04%	3.23%	4.00%	12,98%
DNNNN	5.86%	0.78%	1.06%	3.01%	1.64%	1.58%	7,29%
ĐTNN	9.63%	1.27%	6.79%	1.72%	-6.16%	-6.23%	8,92%
Tổng Doanh nghiệp may mặc	8.23%	0.06%	3.78%	2.57%	-2.79%	-3.21%	9,15%
			5.08%	3.52%	5.28%	1.68%	5,12%

Nguồn: [53] và tính toán của tác giả

- Chỉ tiêu: Lợi nhuận trên lao động

Lợi nhuận trên lao động của các doanh nghiệp nhà nước có xu hướng tăng, nhất là năm 2005 và 2006. Trong khi các doanh nghiệp có vốn nước ngoài lại giảm đi, bình quân chung chỉ tiêu này bị thấp đi.

Bảng 2.14 Lợi nhuận trên lao động của các doanh nghiệp sản xuất sợi và dệt vải 2001-2007

Đơn vị: Triệu đồng

Loại hình doanh nghiệp	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
DNNN	1.540818	-0.93446	-0.5083	1.728501	1.328644	2.029477	8,069
DNNNN	3.936394	0.264217	0.856194	3.352326	1.457915	1.80781	7,339
ĐTNN	19.61095	3.156914	14.20612	5.736893	-16.4222	-20.8838	34,757
Tổng Doanh nghiệp may mặc	5.082726	0.039322	2.552928	2.941101	-3.04941	-4.97384	16,071
			1.045085	0.759709	1.183294	0.374426	1,236

Nguồn: [53] và tính toán của tác giả

Qua các chỉ tiêu phản ánh hiệu quả kinh doanh của các doanh nghiệp sản xuất sợi và dệt vải cho thấy hiệu quả kinh doanh của các doanh nghiệp còn thấp có chiều hướng giảm đi, nhất là các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài giảm mạnh nhất trong hai năm 2005 và 2006. Tuy vậy, chính các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài lại có tốc độ tăng doanh thu cao nhất, thể hiện khả năng khai thác thị trường cao.

Xét trên giác độ số lượng các doanh nghiệp kinh doanh có lãi hoặc lỗ thì cho thấy tỷ lệ các doanh nghiệp kinh doanh có lãi vẫn chiếm tỷ trọng cao hơn.

Tuy nhiên, tổng số lỗ thì có xu hướng ngày càng tăng lên, cao nhất là năm 2005(-8320,8 triệu bình quân một doanh nghiệp). Trong khi tổng số lãi thì không tăng chỉ giữ ở mức ổn định và thấp hơn về số tuyệt đối so với số lỗ, năm đạt cao nhất là 2004 (+3297,3 triệu bình quân trên một doanh nghiệp). Bảng 2.15

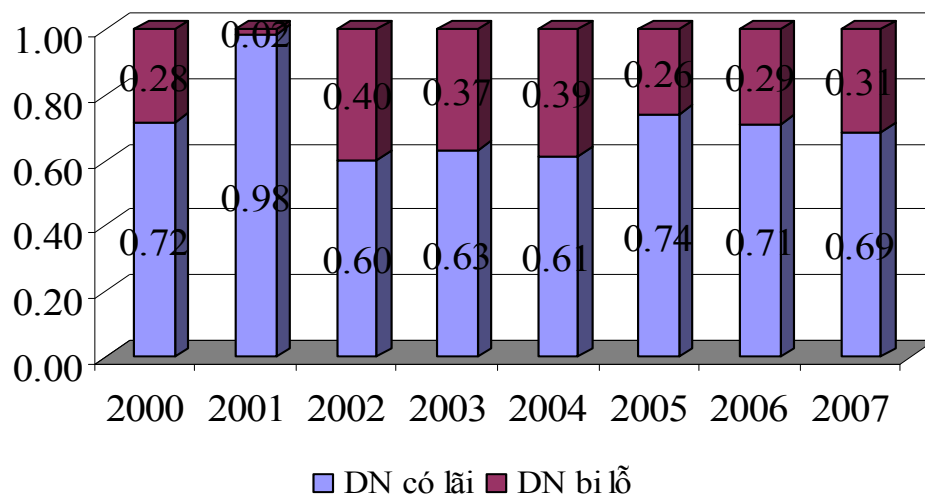
Bảng 2.15 Số doanh nghiệp sản xuất sợi và dệt vải có lãi hoặc lỗ 2000-2007

(Đơn vị: doanh nghiệp)

Năm	Tổng số Doanh nghiệp	Doanh nghiệp có lãi			Doanh nghiệp bị lỗ			Tỷ lệ lỗ - lãi	
		Số doanh nghiệp	Tổng lãi (Triệu đồng)	Lãi bình quân 1 DN (Triệu đồng)	Số doanh nghiệp	Tổng lỗ (Triệu đồng)	Lãi bình quân 1 DN (Triệu đồng)	Doanh nghiệp lãi	Doanh nghiệp lỗ
2000	169	121	411194	3398.3	48	-141772	-2953.6	0.72	0.28
2001	187	184	412617	2242.5	3	-718	-239.3	0.98	0.02
2002	245	147	299561	2037.8	98	-302722	-3089.0	0.60	0.40
2003	275	173	527629	3049.9	102	-295190	-2894.0	0.63	0.37
2004	313	192	633073	3297.3	121	-380056	-3141.0	0.61	0.39
2005	401	297	570459	1920.7	104	-865358	-8320.8	0.74	0.26
2006	341	242	424090	1752.4	99	-789652	-7976.3	0.71	0.29
2007	410	282	1852633	6569.6	128	-302436	-2362.8	0.69	0.31

Nguồn: [53] và tính toán của tác giả

Như vậy, tổng số doanh nghiệp có lãi nhiều hơn mà tổng lại lại ít hơn chính tỏ hiệu quả kinh doanh chung toàn ngành chưa cao.



Hình 2.7 Cơ cấu các doanh nghiệp sản xuất sợi và dệt vải có lãi hoặc lỗ 2000-2007
e, Về chất lượng sản phẩm

Chất lượng sản phẩm sợi và vải của Việt Nam nhìn chung còn thấp, tỷ lệ sản phẩm đáp ứng được các yêu cầu của ngành may mặc chưa cao.

Theo các chuyên gia đầu ngành của ngành Dệt may tính đến cuối năm 2007 đầu năm 2008 tỷ lệ nội địa hoá của sản phẩm may mặc Việt Nam mới đạt khoảng dưới 40%.

Ý kiến ông Lê Quốc Ân - Chủ tịch Hiệp Hội Dệt may Việt Nam

Năm 2007, ngành dệt may nước ta đã xuất khẩu được 7,78 tỷ USD, tăng 28% so với cùng kỳ năm ngoái, trong đó, thị trường Mỹ chiếm đến 50%, còn lại là thị trường châu Âu, thị trường Nhật Bản và một số thị trường khác. Với kết quả đó, có thể thấy rằng năm 2007, ngành dệt may Việt Nam sẽ đạt được kế hoạch mà Thủ tướng đã giao từ đầu năm là khoảng 7,5 tỷ USD, tăng trưởng 27% so với năm 2006. Nếu như không có cơ chế giám sát hàng dệt may của Bộ Thương mại Hoa Kỳ thì chắc chắn tỷ trọng xuất khẩu của hàng dệt may nước ta còn đạt kết quả cao hơn.

Tổng công suất vải dệt thoi hiện có là 680 triệu m² và 38.000 tấn khăn/năm. Tuy nhiên, hầu hết lượng vải sản xuất trong nước đều chưa đáp ứng được yêu cầu làm hàng xuất khẩu. Sản lượng còn thấp, chủng loại mặt hàng chưa đa dạng, chất lượng thấp và không ổn định về độ đồng đều màu và độ bền màu của vải nhuộm, giá cả không cạnh tranh, khâu tiếp thị lưu thông, phân phối còn yếu kém là những trở ngại cản bản khiến vải dệt thoi phần lớn chỉ tiêu thụ được ở thị trường trong nước.

Vải dệt thoi xuất khẩu và cung cấp cho may xuất khẩu chỉ mới chiếm khoảng 13-14%.

Với các điều kiện và quyết tâm thực hiện chiến lược sản xuất vải của Bộ Công Thương và ngành Dệt may phát triển sản xuất nguyên phụ liệu may mặc nói chung và sản xuất vải nói riêng hoàn toàn khả thi.

Ý kiến ông Lê Quốc Ân - Chủ tịch Hiệp Hội Dệt may Việt Nam

Chúng tôi tập trung vào hai khâu chủ lực: Thứ nhất là tăng tỷ lệ nội địa hóa bằng cách đầu tư sản xuất vải và nguyên - phụ liệu tại Việt Nam. Hiện, chúng tôi đã trình với Chính phủ chiến lược phát triển ngành dệt may, trong đó có ba chương trình, đặc biệt là chương trình sản xuất bông vải tại Việt Nam và chương trình sản xuất 1 tỷ mét vải phục vụ cho may mặc xuất khẩu. Những chương trình này sẽ được tăng tốc trong thời gian tới nhằm tăng tỷ lệ nội địa hóa từ 55 - 55% vào năm 2010. Thứ hai là những biện pháp nâng cao tỷ lệ giá trị gia tăng. Theo đó, ngành dệt may sẽ giảm dần việc sản xuất những mặt hàng có hàm lượng giá trị gia tăng thấp, ưu tiên mặt hàng có đẳng cấp, có tính thời trang hơn. Để làm được việc này, toàn ngành đang có chương trình tập trung vào khâu thiết kế để có thể chào bán được giá trị thiết kế, đồng thời xây dựng giá trị thương hiệu cho ngành dệt may Việt Nam cũng như hệ thống phân phối tại thị trường nội địa. Tất cả những giải pháp đó sẽ là cơ sở để chúng ta từng bước khẳng định vị thế của ngành may mặc cũng như phòng tránh, giảm thiểu những thiệt hại từ các hàng rào kỹ thuật liên quan.

2.1.2.2 Thực trạng tình hình phát triển sản xuất chỉ may

So với nguyên liệu may mặc là vải thì phụ liệu chỉ may có tỷ trọng giá trị rất nhỏ trong kết cấu sản phẩm may mặc nhưng không thể thiếu trong việc sản xuất bất kỳ một sản phẩm may mặc nào.

Trong tổng số tất cả các loại nguyên phụ liệu may mặc thì có lẽ chỉ may là loại sản phẩm mà trong nước đang đáp ứng khá tốt cho ngành may mặc cả về số lượng và chất lượng. Với đặc điểm là tỷ trọng khối lượng cũng như giá trị của chỉ may trong sản phẩm may mặc là rất nhỏ nên số lượng các nhà máy, các doanh nghiệp sản xuất chỉ may cũng ít. Chúng tôi tập trung phân tích một số doanh nghiệp sản xuất có khối lượng lớn, đặc biệt là hai doanh nghiệp có thị phần lớn nhất của Việt Nam hiện nay là Công ty liên doanh COATS Phong Phú và Tổng Công ty Phong Phú. Tính đến năm 2006 các nhà máy sản xuất chỉ may của hai doanh nghiệp này cung cấp trên 70% sản lượng chỉ may cho thị trường Việt Nam.

a. Vốn đầu tư thiết bị, công suất của các doanh nghiệp

*** Tổng Công ty Phong Phú**

Tổng Công ty Phong Phú có 3 công ty, nhà máy sản xuất chỉ may là Nhà máy kéo sợi cộc; Nhà máy sợi chỉ may; Nhà máy chỉ khâu Hà Nội.

Bảng 2.16 Công suất sản xuất chỉ may của Tổng Công ty Phong Phú

Nhà máy	Thiết bị chính	Nước sản xuất	Sản phẩm chính
Nhà máy Kéo sợi cọc	Dây chuyền se cọc (4800 cọc). Năng suất 1,000 tấn/năm	Trung Quốc	40/2 PE chỉ may
	Dây chuyền se TFO (1200 cọc). Năng suất 1,000 tấn/năm	Nhật	
Nhà máy Sợi chỉ - may Phong Phú	Dây chuyền kéo sợi tự động (16000 cọc)	Thụy sỹ	Chỉ may Polyester 20/2 đến 80/3
	Dây chuyền se TFO (2500 cọc)	Đức	
	Dây chuyền se TFO (2300 cọc)	Hàn Quốc	
Nhà máy Chỉ khâu Hà Nội	Dây chuyền kéo sợi cọc (18000 cọc)	Trung Quốc	40/2 PE chỉ may
	Dây chuyền đậu se Trung Quốc	Trung Quốc	

Nguồn: [116], [117]

Công ty cổ phần Sợi chỉ may Phong Phú được đầu tư đưa vào hoạt động năm 2001 với số vốn đầu tư 200 tỷ đồng, Nhà máy có dây chuyền tự động khép kín từ máy bông đến máy sợi con và đánh ống công suất 1600 tấn sợi cao cấp trên năm[117]. Tại thời điểm đầu tư đây được coi là Nhà máy hiện đại nhất khu vực Đông Nam Á.

Công ty cổ phần Chỉ khâu Hà Nội tiền thân là Nhà máy Chỉ khâu Hà Nội mới được di chuyển về khu công nghiệp Dệt may Phố Nối Tỉnh Hưng Yên trên cơ sở dây chuyền kéo sợi gần 15 ngàn cọc sợi bao gồm 12 máy kéo sợi Rieter (528 cọc/máy) và 20 máy kéo sợi con Trung Quốc (420 cọc/máy) với tổng sản lượng khoảng 1400 tấn sợi đơn/năm, trong đó năng lực sản xuất sợi đậu se khoảng 700 tấn/năm. Để khắc phục sự thiếu hụt năng lực sợi đậu se, kết hợp với việc di dời nhà máy, Tổng công ty Phong Phú đã cho đầu tư thêm một số thiết bị để cân đối dây chuyền công nghệ kéo sợi đưa tổng sản lượng sợi đậu se sau khi đầu tư tăng lên khoảng 1000 tấn/năm. Tổng mức đầu tư gần 40 tỷ đồng.

* Công ty liên doanh Coats Phong Phú

Coats Phong Phú là một liên doanh giữa Tập đoàn Coats Holdings Ltd và Công ty Dệt Phong Phú (Việt Nam), được thành lập vào ngày 25 tháng 07 năm 1989. Tổng số vốn đầu tư là 14,6 triệu đô la Mỹ, trong đó 75% là do bên Coats đóng góp. Suốt những năm qua, Coats Phong Phú đã liên tục phát triển một cách vững chắc và nhanh chóng. Tính đến năm 2005 có khoảng 800 nhân viên chính thức, trên 15% đã

tốt nghiệp đại học, trong đó có khoảng 37% nhân viên từ cấp chuyên viên trở lên đã tốt nghiệp hoặc đang theo học Cao học. Coats Phong Phú có 2 nhà máy ở thành phố Hồ Chí Minh và Hà Nội, và 1 văn phòng đại diện ở thành phố Đà Nẵng[118].

Công ty Coats Phong Phú là doanh nghiệp đứng đầu Việt Nam về sản xuất chỉ may, nhà cung cấp chỉ may công nghiệp cho hầu hết các doanh nghiệp may mặc trong nước, đáp ứng được yêu cầu của ngành may mặc. Một số loại sản phẩm chủ yếu của Công ty gồm:

- Chỉ may, gồm bốn loại chính: chỉ polyester xơ ngắn corespun (COATS epic), chỉ polyester xơ ngắn corespun có bọc cotton (COATS dual duty), chỉ polyester filament (GRAL) và chỉ polyester spun (COATS astra)[Phụ lục số 4].

- Chỉ thêu, gồm hai loại: COATS alcazar và COATS sylko.

- Chỉ may giày, Coats Phong Phú cung cấp 3 loại chỉ may giày: COATS nylbond, COATS nymo và COATS nymo belbobs.

* Các công ty khác

Bên cạnh Tổng công ty Phong Phú và Coats Phong Phú còn có hàng loạt các công ty cũng sản xuất và cung cấp sản phẩm chỉ may, một số công ty sản xuất với khối lượng đáng kể gồm:

- Công ty Toung Loong Textile Mfg (Việt Nam) Co...Ltd,

- Công ty Polts Việt Nam,

- Công ty Lien Thanh Industrial Cooperative,

- Công ty Kim Long Thread Unit,

- Công ty Thanh Cong A Production & Trading Pte Ent,

- Công ty Thuan Minh Unit,

- Công ty Ming Shyang Co... Ltd,

- Công ty Thanh Phuoc Unit,

- Công ty Hong Hai Embroidery Thread Unit

- Công ty Dong Viet Trading Co...Ltd

b. Về kết quả kinh doanh

Sản xuất chỉ may là sản phẩm có kết quả kinh doanh tốt nhất trong tất cả các sản phẩm nguyên phụ liệu may mặc đang sản xuất ở Việt Nam. Tính đến thời điểm hiện nay chỉ may là sản phẩm phụ liệu may mặc duy nhất được cung cấp gần như hoàn toàn từ trong nước.

- Tổng công ty Phong phú, một trong những công ty hàng đầu trong Tập đoàn Dệt may Việt Nam, doanh nghiệp sản xuất và cung cấp một khối lượng lớn chỉ may cho ngành công nghiệp may mặc Việt Nam.

+ Từ một doanh nghiệp thuần dệt năm 2002, sau 5 năm, tổng tài sản tại Phong Phú đã tăng từ 600 tỉ đồng lên 2.480 tỉ đồng. Doanh thu từ 1.000 tỉ đồng lên 2.300 tỉ đồng. Nộp ngân sách nhà nước năm 2006 trên 35 tỉ đồng.

+ Năm 2003 kim ngạch xuất khẩu của Công ty đạt 26 triệu đô la mỹ, đến năm 2005 tăng lên 37 triệu đô la mỹ, chiếm gần 40% giá trị tổng doanh thu.

Giá trị sản xuất chỉ may mặc chiếm khoảng 20% tổng giá trị sản lượng sợi dệt của tổng công ty. Riêng Nhà máy chỉ khâu Hà nội vẫn giữ vị trí dẫn đầu về cung cấp chỉ may cho thị trường các tỉnh Miền Bắc. Chiến lược trong thời gian tới đẩy nhanh lĩnh vực sản xuất nguyên phụ liệu, tạo thêm nhiều sản phẩm mới, trở thành “người dẫn đầu” cho ngành dệt may trên lĩnh vực này. Tập đoàn Dệt may Việt Nam cũng giao cho Phong Phú nhiệm vụ phát triển nhanh và mạnh mẽ nguyên liệu bông xơ cho ngành[120].

- Coats Phong Phú, với các thương hiệu chỉ may chất lượng cao nổi tiếng toàn quốc, Công ty Coats Phong Phú không những chiếm lĩnh vị trí đứng đầu về cung cấp chỉ may mặc mà còn là doanh nghiệp tiêu biểu dẫn đầu ngành dệt năm 2007 do Thời báo Kinh tế Sài gòn phối hợp với Hiệp Hội Dệt may Việt Nam tổ chức bình chọn[121].

+ Hiện nay Coats Phong Phú là nhà cung ứng chỉ hàng đầu ở Việt Nam với khoảng 50% thị phần và 800 khách hàng trong và ngoài nước[118].

+ Năm 2007 Công ty Coats Phong Phú được đứng vị trí các doanh nghiệp dệt may có kim ngạch xuất khẩu trên 100 triệu đô la Mỹ[119].

+ Lợi nhuận trước thuế năm 2007 đạt 160 tỷ, tỷ suất lợi nhuận trên vốn chủ sở hữu năm 2007 đạt trên 45% [119]

c. Về chất lượng sản phẩm

Tính đến thời điểm hiện nay, sản phẩm chỉ may sản xuất trong nước đã đáp ứng tốt yêu cầu của các doanh nghiệp may mặc, đặc biệt là yêu cầu cao của các sản phẩm may mặc xuất khẩu.

- Tiêu biểu là sản phẩm của Coats Phong Phú đã đạt chất lượng đáp ứng được hầu hết yêu cầu cao về chất lượng, hầu hết khách hàng trong nước đều tin tưởng vào

chất lượng sản phẩm chỉ may của Công ty. Hiện tại Coats Phong Phú là nhà sản xuất chỉ duy nhất ở Việt Nam đã được chứng nhận các hệ thống ISO 9001:2000, ISO 14001:1996, SA 8000:2001, OHSAS 18001:1999, OEKOTEX STANDARD 100-Class 1.

+ Màu sắc: Chỉ may của Coats Phong Phú có hơn 1000 màu, từ các loại chỉ polyester thông thường đến các loại chỉ có lõi chất lượng cao.

+ Tất cả các sản phẩm chỉ của Coats Phong Phú đã được chứng nhận Oeko-Tex 100, không có chứa các chất độc hại cho con người và môi trường.

- Chất lượng sản phẩm chỉ may của Tổng công ty Phong Phú và các công ty khác cũng đều đạt chất lượng tốt, đáp ứng tốt yêu cầu của ngành may mặc, nhất là may mặc xuất khẩu [phụ lục số 4].

Trong tất cả các nguyên phụ liệu dệt may thì chỉ may là loại sản phẩm mà trong nước sản xuất có chất lượng cao nhất đáp ứng được yêu cầu của thị trường trong nước cũng như thị trường nước ngoài. Cho đến thời điểm hiện nay thì đây vẫn là sản phẩm có khả năng cạnh tranh tốt nhất.

2.1.3 Phân tích khả năng cạnh tranh

Để phân tích khả năng cạnh tranh của sản xuất nguyên phụ liệu may mặc, nhằm chỉ ra những tồn tại khó khăn luận án vận dụng mô hình kim cương của Michael Porter đã được trình bày trong phần 1.2

2.1.3.1 Các điều kiện đầu vào

a. Thuận lợi từ các điều kiện đầu vào:

+ Nguồn nhân lực dồi dào. Ngành dệt - may nói chung và ngành sản xuất nguyên phụ liệu may nói chung là ngành sử dụng nhiều lao động, trong đó lao động phổ thông và công nhân lành nghề chiếm tỷ trọng lớn. Việt nam là một nước đông dân cư, tính đến thời điểm năm 2008 tổng dân số cả nước là 83,1 triệu người, trong đó khu vực thành thị chiếm 26,32%, khu vực nông thôn chiếm 73,68%. Số lao động đang làm việc là 41,5863 triệu, trong đó lao động trong nông, lâm nghiệp là 23,0261 triệu chiếm 55,42%, công nghiệp 5,2936 triệu chiếm 12,77% số còn lại là ở các ngành nghề khác [62], [60].

Tính đến thời điểm năm 2004 số lao thất nghiệp trong độ tuổi lao động ở khu vực thành thị chiếm 5,6%, trong đó Hà Nội là 6,84% Thành Phố Hồ Chí Minh là 6,58%. Đối với khu vực nông thôn số người trong độ tuổi lao động thì thời gian làm

việc được sử dụng chỉ đạt 79,1%. Trong đó đồng bằng Sông Hồng là 80,21%, đồng bằng Sông cửu long 78,3%[62]

Qua số liệu trên cho thấy lực lượng lao động của Việt nam rất hùng hậu, dồi dào, với độ tuổi trung bình trẻ, đây là điều kiện thuận lợi đối với sản xuất kinh doanh nói chung và đối với các doanh nghiệp nói riêng. Các doanh nghiệp có điều kiện thuê được nhân công giá rẻ, giảm chi phí tăng lợi thế cạnh tranh trong kinh doanh, nhất là đối với các hàng hoá theo hướng xuất khẩu. Một trong những lợi thế về cạnh tranh đối với các nhà sản xuất Việt nam trên thị trường thế giới.

Lao động Việt Nam chủ yếu vẫn nằm trong khu vực sản xuất nông nghiệp chiếm trên 50% lao động trong độ tuổi lao động, chủ yếu nằm ở nông thôn, lực lượng lao động này thường có trình độ và kỹ năng lao động thấp, chi phí rẻ. Lực lượng lao động trong nông nghiệp nông thôn nếu được đào tạo, được huấn luyện sẽ trở thành lực lượng lao động lớn có vai trò quan trọng trong phát triển sản xuất kinh doanh.

Sản xuất nguyên phụ liệu may mặc đòi hỏi nhiều lao động trong đó tỷ trọng lớn là lao động phổ thông và công nhân kỹ thuật, thợ lành nghề. Xét trong điều kiện hiện nay ở Việt Nam thì lao động là một trong những điều kiện thuận lợi rất lớn đối với việc phát triển sản xuất nguyên phụ liệu cho ngành may mặc.

Thực trạng chất lượng nguồn lao động của Việt Nam ngày càng được nâng cao. Thể hiện trong việc chuyển biến tích cực về sức khoẻ, trình độ văn hoá, trình độ chuyên môn kỹ thuật. Hiện nay gần 94% dân cư từ 15 tuổi trở lên biết chữ, tất cả các tỉnh thành phố đều đạt chuẩn quốc gia về xoá mù chữ và phổ cập tiểu học, số năm đi học trung bình đạt 7,3 năm[25]. So với các nước trong khu vực có tính đến sự khác biệt về điều kiện kinh tế xã hội thì tỷ lệ biết chữ và số năm đi học của lực lượng lao động Việt Nam là khá cao.

Cho dù còn nhiều mặt hạn chế song, tựu chung lại nguồn nhân lực Việt nam vẫn là một trong những điều kiện thuận lợi quan trọng trong việc phát triển sản xuất nguyên phụ liệu cho may may mặc.

+ Chi phí nhân công thấp. Tính đến thời điểm hiện nay thì chi phí nhân công của Việt Nam vẫn thấp hơn các nước khác trong khu vực và trên thế giới. Có thể nói chi phí nguồn nhân lực vẫn là điều kiện đầu vào thuận lợi nhất cho phát triển sản xuất nguyên phụ liệu may mặc Việt Nam. Nếu xét riêng giá nhân công thì Việt nam thấp hơn nhiều nước khác, theo số liệu thống kê trong năm 2000, tiền công lao động

trong ngành dệt may của Việt nam là 0,18\$/giờ, thấp hơn so với các nước trong khu vực như Indonesia 0,23\$/giờ, Malaixia 0,95\$/giờ... và chỉ tương đương gần 2% tiền công lao động trong ngành ở Mỹ và 1% tiền công lao động ở Nhật.

Theo kết quả điều tra về môi trường kinh doanh của Việt Nam do tổ chức Xúc tiến thương mại Nhật Bản (JETRO) thực hiện và công bố tháng 6 năm 2008 cho thấy Việt Nam vẫn đang là địa điểm sản xuất và thu hút đầu tư từ Nhật Bản tốt nhất ở Châu Á, chi phí về đầu tư, chi phí lao động tuy đã tăng lên song, vẫn là thấp so với khu vực[122].

Về cơ cấu lao động cũng có sự thay đổi, so với thời kỳ từ năm 1990 trở về trước cơ cấu lao động làm việc gián tiếp thường chiếm tỷ trọng khoảng 10% trong tổng số lao động. Hiện nay cơ cấu lao động gián tiếp đã giảm chỉ chiếm khoảng 5% đến 6%, có được cơ cấu như vậy là do các doanh nghiệp đã thực hiện các biện pháp tổ chức sản xuất hợp lý hơn, học tập kinh nghiệm của doanh nghiệp các nước cũng như các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài.

Các doanh nghiệp đã phần nào chú trọng đến đầu tư phát triển đội ngũ lao động lành nghề, đội ngũ kỹ sư cho các lĩnh vực sợi - dệt - nhuộm, thiết kế mẫu mã thời trang. Hiện cả nước có 28 trường đại học, cao đẳng và trung học chuyên nghiệp có đào tạo cán bộ quản lý và kỹ thuật viên, công nhân ngành dệt - may. Với hệ thống đào tạo này khả năng cung ứng lao động 300 người/năm ở trình độ đại học, trình độ cao đẳng kỹ thuật; 2000 người/năm ở trình độ trung học chuyên nghiệp. Còn công nhân sản xuất đạt 75 ngàn người/năm, trong đó có 10 ngàn công nhân lành nghề.

b. Khó khăn, tồn tại từ các điều kiện đầu vào

+ Tài chính, việc thu thu hút vốn đầu tư gặp nhiều khó khăn. Các dự án đầu tư chủ yếu của Tập Đoàn Dệt May và một số nhà Đầu tư Nước ngoài, nguồn vốn đầu tư từ các nhà đầu tư trong nước rất hạn chế. Với chính sách thu hút vốn đầu tư nước ngoài nhưng kết quả vẫn chưa được như mong muốn.

Theo tính toán của Tập Đoàn Dệt May giai đoạn 2007-2010 sẽ cần khoảng 3 tỷ đô la, trong đó vốn cho các dự án dệt nhuộm chiếm tới 1,626 tỷ đô la; vốn đầu tư phát triển nguyên liệu dệt 150 triệu đô la; vốn cho các hệ thống hỗ trợ 141,5 triệu đô la. Từ năm 2011 đến 2015 sẽ cần khoảng 4 tỷ đô la, trong đó chủ yếu cho các dự án dệt nhuộm[72].

Hiện tại, vốn đầu tư vào sản xuất sợi dệt và phụ liệu đã tăng lên đáng kể song, vẫn chưa như mong muốn, cụ thể:

◦ Đầu tư nước ngoài: Đầu tư nước ngoài đã lên đáng kể, tính đến cuối năm 1999, ngành dệt đã có 68 dự án, với tổng vốn đầu tư là 1523,7 triệu USD. Trong đó 30 dự án sản xuất sợi, dệt vải, dệt kim, 10 dự án dệt vải lớn được đầu tư đồng bộ từ sản xuất sợi tới in nhuộm, hoàn tất, 3 dự án dệt lụa tơ tằm, 3 dự án nhuộm, 3 dự án dệt khăn bông và 11 dự án dệt len thảm.

Năm 2004 dự án sản xuất xơ sợi tổng hợp, với số vốn khá lớn 450 triệu đô la do Tập đoàn Formosa - Tập đoàn hoá dầu và dệt lớn nhất Đài Loan, đầu tư tại Tỉnh Đồng Nai [83].

◦ Đầu tư trong nước: Từ năm 2001-2005 Tập đoàn dệt may Việt Nam (Vinatex) đã phê duyệt 220 dự án đầu tư với tổng mức đầu tư 8373 tỷ đồng, đạt 67% kế hoạch đề ra. Các dự án đầu tư chủ yếu tập trung từ năm 2001 đến 2003, riêng năm 2005 chỉ thực hiện được 11 dự án, với số 345 tỷ đồng[72]. Thể hiện trong bảng 2.17

Năm 2006 Vinatex dành 1773 tỷ đồng cho đầu tư phát triển, chủ yếu tập trung vào sản xuất nguyên phụ liệu, đầu tư nâng cấp và mở rộng khâu hoàn tất vải dệt thoi như đầu tư nâng cấp và mở rộng các nhà máy Nhuộm dệt Nam Định, Dệt may Thăng Lợi, Dệt Việt Thăng trên cơ sở cổ phần hoá hoặc liên doanh với các đối tác nước ngoài. Đẩy nhanh tiến độ di dời kết hợp hiện đại hoá các công ty Dệt 8-3, Dệt Nam Định, Dệt kim Đông Xuân, Dệt Đông Á. Tập trung nghiên cứu sản phẩm mới hoặc sản phẩm dệt thoi trên cơ sở vải cotton CLC, vải Spandex, vải thời trang; các sản phẩm dệt đa chức năng, kỹ thuật...[74]

Bảng 2.17 Đầu tư của Vinatex vào sản xuất nguyên phụ liệu may mặc

Chỉ tiêu	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Số dự án đầu tư (Dự án)	69			13	11	
Vốn đầu tư (Tỷ đồng)	3157	2000	2006	864	345	1773

Nguồn: [25], [72]

Giai đoạn 2006-2010 Tập đoàn dệt may Việt Nam (Vinatex) sẽ triển khai 15 dự án, với tổng số vốn lên tới 16155 tỷ đồng. Cụ thể, sẽ có khoảng 3 dự án sản xuất xơ, 2 dự án sợi cao cấp, bốn dự án dệt vải cao cấp, 4-6 dự án cho khâu nhuộm, hoàn

tất[74], [75]. Theo đó, giai đoạn từ năm 2006-2010 Vinatex sẽ đầu tư 5 dự án trọng điểm, gồm: [71]

Dự án Nhà máy Nhuộm Yên Mỹ liên doanh với Teachang (Hàn Quốc) với năng lực nhuộm màu đạt 42 triệu m²/năm.

Dự án di dời và nâng cấp Nhà Máy Nhuộm Công ty Dệt Nam Định sản xuất vải áo và vải quần từ vải bông và bông pha, năng lực 42 triệu m²/năm.

Dự án liên doanh giữa Tổng Công ty Phong Phú và Tập đoàn ITG (Mỹ) sản xuất vải Denim tại Khu công nghiệp Hoà Khánh Đà Nẵng, với năng lực 75 triệu m²/năm

Dự án Nhà máy Nhuộm Bình An trên cơ sở nâng cấp Nhà máy Nhuộm Việt Thắng và liên doanh với tập đoàn Tencate (Hà Lan), năng lực 40 triệu m²/năm.

Dự án di dời Công ty Dệt 8-3 với năng lực 40 triệu m²/năm.

+ Trình độ công nghệ còn thấp

Song song với quá trình đầu tư thì trình độ thiết bị công nghệ đã có sự cải thiện, tuy nhiên trình độ công nghệ của ngành dệt và sản xuất phụ liệu may mặc vẫn thấp hơn rất nhiều so với yêu cầu của ngành. Các thiết bị dệt kim, dệt thoi, thiết bị kéo sợi được đầu tư từ trước năm 1985 vẫn chiếm đến trên dưới 40%. Thiết bị nhuộm, hoàn tất đáp ứng tốt yêu cầu sản phẩm phục vụ nhu cầu may xuất khẩu chỉ chiếm khoảng 35%, các thiết bị không đáp ứng yêu cầu hoặc chất lượng rất thấp chiếm khoảng 30%, phần còn lại có thể sử dụng nhưng cần phải khôi phục, cải tiến nâng cấp.

Do chất lượng sản phẩm thấp không đáp ứng được yêu cầu của ngành may mặc trong nước, thị trường nước ngoài thì hạn hẹp nên hầu như các thiết bị công nghệ chỉ huy động được khoảng 50-60% công suất.

Thiết bị dệt, năng lực mất cân đối – ít so với thiết bị kéo sợi. Hiện còn khá lớn máy dệt thoi khổ hẹp dưới 54 inches - loại máy đã lạc hậu trên thế giới. Chưa kể đến các thiết bị của các hợp tác xã, các hộ tư nhân nhỏ thì rất cũ. Thiết bị dệt kim, khoảng 50% đạt trình độ như các nước trong khu vực phần còn lại là các thiết bị được trang bị từ lâu.

Thiết bị nhuộm, hoàn tất cũng còn một khối lượng khá lớn đã sử dụng từ lâu, chưa được đổi mới dẫn đến năng suất thấp, tiêu hao nhiều hoá chất, thuốc nhuộm, chi phí sản xuất cao.

Nhà máy dệt lâu đời nhất của Việt Nam là Nhà máy dệt Nam Định, khoảng 115 năm, nhưng thực sự ngành dệt hoạt động mạnh mới chỉ 20 năm trở lại đây, sau khi tăng xuất khẩu vào các nước thị trường châu Âu, Nhật, Mỹ. Trước đây ngành dệt hầu như chỉ phục vụ cho thị trường nội địa cho nên về chất lượng, công nghệ, thiết bị chậm hơn các nước xung quanh khoảng gần 20 năm[125].

Chính sự phát triển chậm về trình độ công nghệ là một trong những nguyên nhân dẫn đến chất lượng sản phẩm vải và các sản phẩm phụ liệu của Việt Nam có chất lượng thấp so với các sản phẩm cùng loại của các nước khác như Trung Quốc, Ấn Độ, Hàn Quốc...

+ Nguồn nhân lực: Ngành dệt và sản xuất các sản phẩm phụ liệu là ngành cần nhiều lao động và chủ yếu là lao động phổ thông. Nếu so với ngành may thì ngành dệt và sản xuất phụ liệu may mặc cần nhiều lao động may tính kỹ thuật cao. Thực trạng đội ngũ lao động kỹ thuật cao phục vụ cho ngành dệt nhuộm, hoàn tất đang có nguy cơ thiếu hụt lớn. Nguyên nhân là do ngành dệt và sản xuất phụ liệu may mặc kém phát triển dẫn đến nhu cầu học và đào tạo lao động bậc cao của ngành hầu như không có. Với sự quyết tâm phát triển ngành dệt may, tình hình đầu tư vào ngành dệt nhuộm như hiện nay thì thiếu hụt lao động có trình độ chuyên môn cao đáp ứng yêu cầu đặt ra là cả một vấn đề. Đến thời điểm hiện nay rất nhiều dự án dệt nhuộm đi vào hoạt động cần tuyển các cán bộ kỹ thuật về hoá chất, về dệt nhuộm lại là vấn đề khó khăn.

Việt Nam thiếu đội ngũ lao động được đào tạo bài bản, chuyên gia công nghệ, thị trường, quản lý trung và cao cấp, đặc biệt là thiếu lực lượng thiết phù hợp với thời hội nhập, thiết kế cho thị trường thế giới chứ không phải chỉ cho người Việt Nam. Điều này ảnh hưởng đến việc phát triển sản xuất của các doanh nghiệp, sức cạnh tranh của các doanh nghiệp.

Một vấn đề nữa phát sinh từ nguồn nhân lực là sự biến động thất thường lực lượng lao động phổ thông trong các nhà máy ngày càng lớn. Lực lượng lao động ra – vào các doanh nghiệp chiếm khoảng 20% tổng số lao động của doanh nghiệp, xu hướng tỷ lệ xin nghỉ ngày càng cao hơn. Trước đây thì việc tuyển dụng mới thay thế lao động xin nghỉ việc rất dễ dàng nhưng hiện nay thì khác việc tuyển dụng đầu vào là khó khăn hơn rất nhiều. Nguyên nhân là do lương của người lao động ngày càng thấp so với mức sống chung của toàn xã hội, sự biến động của chỉ số giá cả. Thêm

vào đó điều kiện lao động trong các doanh nghiệp dệt và sản xuất phụ liệu may mặc rất vất vả, phải làm việc trong môi trường tập trung cao.

+ Điện, nước: Là hai yếu tố đầu vào không thể thiếu và quyết định lớn đến chất lượng sản phẩm; đối với ngành nhuộm thì nước có thể coi là yếu tố sống còn. Chi phí điện nước của Việt Nam cao hơn các nước khác. Tính ở thời điểm năm 2005 giá điện Việt Nam khoảng 7 cent/KWh trong khi của Trung Quốc là 6 cent; giá nước là 4000đ.m³ gấp đôi giá nước ở Trung Quốc 2000đ/m³[125].

+ Nguyên liệu đầu vào: Nguyên liệu thượng nguồn chủ yếu phải nhập khẩu từ nước ngoài. Tính đến thời điểm năm 2007 Việt Nam phải nhập khẩu 100% xơ sợi tổng hợp, trên 90% bông xơ, 100% thuốc nhuộm và các hóa chất xử lý hoàn thiện vải. Nguyên liệu đầu vào trong nước không chủ động dẫn đến chi phí đầu vào tăng cao, giảm sức cạnh tranh của sản phẩm.

2.1.3.2 Các điều kiện đầu ra

a. Thuận lợi từ các điều kiện đầu ra

+ Thị trường trong nước: Nhu cầu thị trường trong nước là rất lớn và có xu hướng tăng trưởng cao. Sản xuất hàng may mặc mỗi năm khoảng 1,8 tỷ sản phẩm, 65% trong số này phục vụ xuất khẩu[87]. Sản lượng may mặc xuất khẩu tăng trưởng bình quân 20% trong những năm gần đây. Năm 2006, kim ngạch xuất khẩu đạt 5,834 tỷ USD, chiếm 15% tổng kim ngạch xuất khẩu cả nước, tăng trưởng 20,5% so với 2005; Năm 2007 đạt 7,78 tỷ đô la mỹ, tăng 33% so với 2006; năm 2008 đạt 9,5 tỷ đô la mỹ. Trong đó, thị trường Mỹ đạt khoảng chiếm 55%[87],[122]... Thị trường nội địa đối với hàng may mặc ước tính chiếm 7% tổng mức bán lẻ, đạt 1,8 tỷ USD. Thị trường trong nước còn có tiềm năng rất lớn, là cơ hội cho sự phát triển sản xuất nguyên phụ liệu may mặc.

+ Thị trường nước ngoài: Thị trường nước ngoài cũng luôn là thị trường lớn, hiện nay một số doanh nghiệp sản xuất có chất lượng tốt đã tiêu thụ một số lượng lớn sản phẩm ở nước ngoài như Sợi Phú Bài, Tổng công ty Phong Phú, Sản phẩm chỉ may của COATS Phong Phú... Trong Thị trường nước ngoài có tiềm năng lớn, tạo cơ hội cho phát triển sản xuất nguyên phụ liệu may mặc.

b. Khó khăn, tồn tại từ các điều kiện đầu ra

+ Yêu cầu về chất lượng sản phẩm cao. Với thị hiếu tiêu dùng sản phẩm may mặc ngày càng đa dạng, phong phú đòi hỏi chất lượng nguyên phụ liệu ngày càng

cao, nhất là các sản phẩm may mặc xuất khẩu. Theo[25] số liệu điều tra cho thấy hầu hết các doanh nghiệp may mặc xuất khẩu đều sử dụng vải nhập khẩu vì họ cho rằng sản phẩm vải trong nước chưa đáp ứng được yêu cầu về chất lượng cho may mặc xuất khẩu.

+ Việc xây dựng thương hiệu cho sản phẩm khó khăn. Lâu nay các doanh nghiệp may mặc xuất khẩu đều sử dụng vải của nước ngoài, mà không chú ý đến sản phẩm của các doanh nghiệp trong nước, những doanh nghiệp trong nước sản xuất vải chủ yếu là phục vụ nội bộ. Hơn nữa, việc thực hiện các chiến lược về xây dựng và bảo vệ thương hiệu đối với các doanh nghiệp là khá mới mẻ. Có rất nhiều loại vải trong nước đã sản xuất đạt chất lượng tốt nhưng các doanh nghiệp may mặc vẫn không biết.

+ Cạnh tranh với các nước trong khu vực rất mạnh. Hiện tại vải của Việt Nam cạnh tranh với vải của Trung Quốc, Pakistan, Ấn Độ, Indonesia... Trong đó đối thủ lớn nhất vẫn là Trung Quốc, họ có giá thành thấp hơn, mẫu mã đa dạng, phong phú hơn. Tính đến năm 2007 vải của Trung Quốc chiếm trên 60% thị phần của Việt Nam.

2.1.3.3 Các ngành có liên quan và hỗ trợ

a. Thuận lợi từ các ngành có liên quan và hỗ trợ

+ Sự phát triển mạnh mẽ của ngành may mặc, đặc biệt là may mặc xuất khẩu đã tạo thị trường đầu ra giúp sản xuất nguyên phụ liệu có cơ hội phát triển. Với tốc độ phát triển bình quân trên 20%/năm và tốc độ tăng kim ngạch xuất khẩu từ 26 đến 30%/năm (Riêng năm 2007 so với 2006 kim ngạch xuất khẩu tăng 33% đạt 7,78 tỷ đô la mỹ) của ngành may mặc đã kéo theo sự phát triển của sản xuất nguyên phụ liệu. Hiện tại, các doanh nghiệp may mặc thuộc Tập đoàn Dệt may Việt Nam đang thực hiện chiến lược đầu tư để phát triển sản xuất nguyên phụ liệu nhằm nâng cao tỷ lệ nội địa hóa giá trị nguyên liệu đầu vào; thực hiện các liên kết kinh tế để bao tiêu sản phẩm của sản xuất nguyên phụ liệu.

+ Các ngành hỗ trợ khác: Điện, dịch vụ vận tải, ngân hàng, công nghệ thông tin... cũng đang hỗ trợ rất tốt cho sự phát triển sản xuất nguyên phụ liệu may mặc. Ngành điện luôn thực hiện đảm bảo tối đa sự phục vụ cho các doanh nghiệp ổn định sản xuất, kêu gọi tiết kiệm điện tiêu dùng để tăng cường cho sản xuất; Với sự phát triển mạnh mẽ của các dịch vụ vận tải đã tạo điều kiện thuận lợi cho việc vận chuyển nguyên liệu đầu vào và sản phẩm của các doanh nghiệp; Dịch vụ ngân hàng tạo điều

kiện về huy động vốn; Công nghệ thông tin giúp các doanh nghiệp nắm bắt nhanh nhất những biến động trên thị trường về thị hiếu tiêu dùng, thực hiện các chính sách, giải pháp về marketing cho các doanh nghiệp.

b. Khó khăn, tồn tại từ các ngành liên quan và hỗ trợ

+ Ngành cơ khí, ngành sản xuất thiết bị công nghệ chậm phát triển: Ngành sản xuất, chế tạo công nghệ, thiết bị cho sản xuất nguyên phụ liệu may mặc, nhất là thiết bị sợi dệt hầu như chưa phát triển. Các doanh nghiệp đầu ngành như Công ty cổ phần Cơ khí Dệt may Nam Định, Công ty cổ phần Cơ khí Dệt may Hưng Yên, Công ty cổ phần Cơ khí May Gia Lâm chỉ thực hiện sửa chữa thiết bị là chủ yếu, ngoài ra có sản xuất một số chi tiết phụ tùng thay thế, lắp đặt hệ thống làm mát, thông gió, điều hòa không khí, nhà xưởng, sản xuất lắp đặt máy kiểm tra vải, má cắt vòng, máy cắt keo, máy dập nút, bàn cắt, bàn kiểm hóa, xe vận chuyển, ghế ngồi may. Vì vậy, hầu hết thiết bị công nghệ của các doanh nghiệp đều phải nhập khẩu từ nước ngoài như Italia, Thụy Sĩ, Trung Quốc, Nhật Bản...

+ Ngành đào tạo nguồn nhân lực: Hiện nay, do sự phát triển chậm của ngành sản xuất nguyên phụ liệu may mặc dẫn đến nhu cầu đào tạo và học tập đối với ngành còn chưa có sự hấp dẫn, nhất là lớp người trẻ tuổi. Các kỹ sư về các lĩnh vực sợi-dệt-nhuộm chủ yếu được đào tạo từ Trường Đại học bách khoa Hà nội và Đại học bách khoa Thành Phố Hồ Chí Minh. Số lượng sinh viên theo học các ngành này còn ít, nhìn chung chưa có sức hấp dẫn đối xã hội, có những thời gian hầu như không có sinh viên theo học.

Nguồn lao động có trình độ kỹ thuật cao được đào tạo từ các trường Đại học số lượng ít, về kỹ năng không đáp ứng được các yêu cầu của nhà tuyển dụng bởi đào tạo mang nặng tính lý thuyết, tính thực hành rất thấp. Hơn thế nữa, tình trạng máy móc thực hành tại các trường quá lạc hậu so với thực tế sản xuất hiện đại tại các doanh nghiệp. Nhìn chung để có người lao động lành nghề các doanh nghiệp phải tuyển dụng và chấp nhận đào tạo lại, dĩ nhiên là sẽ chịu nhiều tổn kém.

Ngoài Trường Đại học bách khoa Thành Phố Hồ Chí Minh và Đại Học Bách khoa Hà Nội còn có 28 trường đại học, cao đẳng và trung học chuyên nghiệp có đào tạo cán bộ quản lý và kỹ thuật viên, công nhân ngành may nhưng chỉ có ba trường đào tạo chuyên sâu ngành may đó là chỉ có ba trường đào tạo chuyên sâu ngành may đó là Trường cao đẳng công nghiệp dệt - may thời trang Hà Nội, Trường Cao đẳng

công nghiệp Dệt may Thời trang Hồ Chí Minh, Trường cao đẳng nghề công nghiệp dệt may Nam Định. Với hệ thống đào tạo này khả năng cung ứng lao động 300 người/năm ở trình độ đại học, trình độ cao đẳng kỹ thuật; 2000 người/năm ở trình độ trung học chuyên nghiệp chỉ đạt 17% so với nhu cầu. Còn công nhân sản xuất đạt 75 ngàn người/năm, trong đó có 10 ngàn công nhân lành nghề, đạt khoảng 30% nhu cầu[71].

+ Ngành thiết kế, tạo mẫu sản phẩm của Việt Nam còn rất yếu, chưa theo kịp với sự thay đổi của thị trường trong nước và thế giới. Việt Nam còn thiếu các nhà thiết kế tạo mẫu có tầm cỡ quốc tế nhất là tạo mẫu vải. Các trung tâm, các viện mẫu thời trang phát triển rất kém không đáp ứng được yêu cầu. Ngành thiết kế tạo mẫu kém phát triển gây khó khăn không nhỏ đối với việc nâng cao chất lượng sản phẩm vải.

+ Các ngành sản xuất thượng nguồn không phát triển

Ngành cung cấp sản phẩm thượng nguồn chủ yếu là trồng bông và dâu tằm hầu như không phát triển. Hiện tại, Việt Nam phải nhập khẩu trên 90% bông xơ phục vụ nhu cầu dệt may, ngành bông và không những không phát triển mà còn có xu hướng giảm rất nhanh.

° Ngành bông vải

Theo mục tiêu của Chính phủ đặt ra năm 2005 sản lượng bông xơ đạt 30000 tấn, để đáp ứng 50% nhu cầu trong nước; năm 2010 cả nước sẽ có 100000 ha bông vải, sản lượng bông xơ đạt 80000 tấn, đáp ứng 70% nhu cầu trong nước. Tuy nhiên, thực tế mục tiêu này đã bị phá sản, diện tích trồng bông giảm đi từ hơn 34000 ha năm 2002, đạt trên 9000 tấn bông xơ (cung ứng 10% nhu cầu) thì năm 2006 chỉ còn khoảng 20000 ha, sản lượng đạt 10000 tấn bông xơ (5% nhu cầu) [79], [87]. Các số liệu chi tiết thể hiện trong bảng 2.18

Bảng 2.18 Số liệu về diện tích trồng và sản lượng bông Việt Nam

Chỉ tiêu	Đơn vị	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Diện tích trồng	1000 ha	27,7	34,1	27,8	28,0	22,6	20
Sản lượng (bông hạt)	1000 tấn	33,6	40,0	35,1	28	28,9	24
Năng suất bông	Tạ/ha	12,1	11,7	12,6	10,0	12,8	12

Nguồn: [79], [87]

So với các nước khác thì năng suất bình quân của Việt Nam thường thấp hơn hai đến ba lần. Hiện nay giống bông cho năng suất cao nhất ở Việt Nam đã đạt bình quân 19 tạ/ha, đặc biệt có vùng đã cho năng suất cao nhất lên tới 5 tấn/ha (Huyện Xuân Lộc Đồng Nai).

Chất lượng bông trong nước cũng kém hơn nước ngoài rất nhiều, thời điểm năm 2004 trong khi giá bông trong nước thấp hơn giá bông nhập khẩu 5% nhưng bông trong nước bán vẫn rất chậm bị tồn kho không tiêu thụ được. Hiện tượng thiếu thì vẫn thiếu mà thừa thì vẫn thừa, tồn kho. Giống bông kém, thời tiết hạn dẫn đến chất lượng bông không đạt yêu cầu.

° Ngành dâu tằm

Cũng giống như cây bông, việc phát triển cây dâu tằm cũng không đạt mục tiêu đặt ra. Theo quy hoạch phát triển ngành công nghiệp dệt may đến năm 2010 của Chính Phủ, chỉ tiêu đặt ra cho ngành dâu tằm là diện tích dâu tằm đạt 40000 ha vào năm 2010. Thực trạng cho thấy diện tích dâu tằm của hầu hết các tỉnh trong cả nước đều giảm đi nhanh chóng.

Lâm Đồng được xem là Thủ đô của ngành dâu tằm tơ Việt Nam thế nhưng trong những năm qua, nghề trồng dâu nuôi tằm cũng như ngành công nghiệp chế biến tơ lụa gặp rất nhiều khó khăn. Diện tích cây dâu của Lâm Đồng vào thời điểm đầu tháng 7/2004 chỉ còn 6.553 ha, giảm trên 7.000 ha so với 10 năm trước. Các tỉnh khác trên toàn quốc diện tích cũng giảm tương tự như: Bắc Ninh, Vĩnh Phúc, Hà Tây, Hà Nam..., diện tích giảm đi quá nửa so với thời điểm cao nhất. Các dự án trồng mới hầu như không được triển khai, hoặc không thu hút được vốn đầu tư.

° Nguyên nhân dẫn đến thực trạng yếu kém của ngành bông vải và dâu tằm:

Giá cả không ổn định:

Giá tơ, kén giảm quá thấp, cuối năm 2002 và cả năm 2003, tơ rớt giá thảm hại kéo giá kén cũng thấp theo, lúc thấp nhất giá kén xuống còn 6.000 - 8.000 đồng/kg kén vàng, 13.000 - 15.000 đồng/kg kén trắng gây tâm lý hoang mang cho bà con nông dân, hàng loạt bãi dâu bị bỏ hoang hoặc chuyển đổi sang các cây trồng khác như khoai lang, ngô, đậu tương...

Công tác quản lý chất lượng, thị trường tiêu thụ... chưa được phát triển, việc tư thương đầu cơ, thao túng thị trường thường xuyên xảy ra.

Việc quy hoạch, phát triển nghề không bền vững, sản xuất mang tính thời vụ và phụ thuộc nhiều vào yếu tố thị trường.

Kỹ thuật nuôi trồng còn rất yếu kém, chưa áp dụng được tiến bộ kỹ thuật vào sản xuất:

Điều kiện tự nhiên gặp khó khăn: Trong những năm gần đây, lượng mưa ít, hơn 50% diện tích dâu bị hạn hán kéo dài nên sinh trưởng và phát triển kém, lá nhỏ, mỏng, không đủ chất dinh dưỡng để nuôi tằm dẫn đến năng suất kén giảm.

+ Ngành giao dịch cung cấp nguyên phụ liệu: Việt Nam chưa có các trung tâm, các chợ giao dịch, cung cấp nguyên phụ liệu đủ lớn đáp ứng kịp thời nhu cầu của các doanh nghiệp.

Dự kiến ngành dệt may Việt Nam sẽ xây dựng 3 trung tâm cung ứng nguyên phụ liệu dệt may tại Thành Phố Hồ Chí Minh, Hà Nội, Đà Nẵng. Theo đó, dự án lớn nhất là Trung tâm nguyên phụ liệu dệt may dự kiến khởi công xây dựng vào cuối năm 2006 tại Quận Thủ Đức (Thành Phố Hồ Chí Minh) do Vinatex là chủ đầu tư, với số vốn đầu tư lên đến 25 triệu đô la. Trung tâm sẽ tập hợp ít nhất 500 nhà cung ứng nguyên phụ liệu dệt may trong và ngoài nước, với hệ thống cung ứng phong phú đa dạng. Khi đi vào hoạt động sẽ trở thành Trung tâm kinh doanh chuyên ngành dệt may hàng đầu của Việt Nam, sẽ đạt tầm khu vực trong 10 năm tới[77]. Tuy nhiên, đến năm 2007 sau hơn 3 năm theo đuổi dự án này vẫn chưa thể khởi động được, vì vướng đền bù giải tỏa.

Hiện nay, ngoài dự án đầu tư có tính quy mô của Vinatex chưa tiến hành, Trung tâm Giao dịch thương mại siêu thị ngành vải sợi, dệt may và căn hộ với quy mô 34 tầng do Lực lượng Thanh niên xung phong TPHCM làm chủ đầu tư, đã được khởi công vào tháng 3-2007, dự kiến đến năm 2010 sẽ đưa vào hoạt động. Trong đó, sẽ dành 4 tầng kinh doanh vải sợi, nguyên phụ liệu dệt may cho các hộ kinh doanh di dời từ chợ vải Soái Kinh Lâm về đây.

Có lẽ, nhanh nhất là Trung tâm Kinh doanh nguyên phụ liệu dệt may Sanding Tam của Công ty Cổ phần May Sài Gòn 2, dự kiến hoàn thành và đưa vào sử dụng tháng 8-2007 tại đường Ba Gia, P7, Q.Tân Bình. Sanding Tam có một lợi thế lớn là nằm gần khu vực chợ Tân Bình, một chợ đầu mối nguyên phụ liệu may mặc lớn ở TPHCM và có thể cung ứng nguyên phụ liệu cho hệ thống các cơ sở dệt may gia

công thuộc làng nghề truyền thống Bảy Hiền gần khu vực này. Diện tích mặt bằng 4500 m², tổng diện tích cho thuê là 4000 m².

Để thúc đẩy ngành dệt may phát triển, Việt Nam cần phải có những trung tâm giao dịch có tính quy mô như dự án của Vinatex là vấn đề bức xúc, sẽ đáp ứng được sự đa dạng, phong phú về chủng loại hàng hóa để khách hàng lựa chọn, cập nhật nhanh phụ liệu theo xu hướng thời trang của thế giới[69].

+ Các ngành hỗ trợ khác như hóa chất, điện, nước và xử lý chất thải. Đối với sản xuất vải thì một một vấn đề có ảnh hưởng rất lớn đến chất lượng sản phẩm đó là sự đồng bộ của điện, nước và xử lý nước thải.

Ngành hóa chất chủ yếu cung cấp các hóa chất trợ hồ và thuốc nhuộm hầu như chưa phát triển, hầu hết các sản phẩm này Việt Nam đều phải nhập khẩu từ nước ngoài.

Hiện nay, nơi đảm bảo về vấn đề xử lý nước thải tốt nhất là khu công nghiệp dệt may Phố Nối B Hưng yên, tại đây năm 2007 đã đưa vào hoạt động Trung tâm xử lý nước thải với diện tích trên 10000 m² với tổng vốn đầu tư 84,5 tỷ đồng. Công suất của Trung tâm này đạt 10000 m³ trên ngày đêm, đây là trung tâm xử lý nước thải hiện đại nhất Việt Nam đạt các tiêu chuẩn an toàn khi thải ra môi trường. Còn lại các nhà máy dệt nhuộm đặt rải rác, phân tán thì hầu như vấn đề xử lý nước thải đang gặp khó khăn vì nhà đầu tư phải xây cả bộ phận xử lý nước thải kèm theo, tăng chi phí đầu tư [124].

2.1.3.4 Điều kiện về chiến lược kinh doanh của ngành và cạnh tranh

a. Thuận lợi từ chiến lược kinh doanh của ngành và cạnh tranh

- Hoạt động của ngành sản xuất nguyên phụ liệu may mặc được ngành Dệt may nhìn nhận là ngành phụ trợ quyết định cạnh tranh cho ngành may mặc – ngành mũi nhọn đi đầu trong xuất khẩu. Ngành Dệt may đã xây dựng nhiều chiến lược nhằm phát triển sản xuất nguyên phụ liệu may mặc. Gần nhất là quyết định số 43/2008/QĐ-BCT của Bộ Công thương ngày 19 tháng 11 năm 2008 “Phê duyệt Chương trình sản xuất vải dệt thoi phục vụ xuất khẩu đến năm 2015” của ngành Dệt May Việt Nam. Với mục tiêu “tập trung phát triển sản xuất vải dệt thoi phục vụ xuất khẩu nhằm đáp ứng nhu cầu của thị trường và của khách hàng theo hướng phát triển bền vững, nâng cao hiệu quả kinh tế, chất lượng sản phẩm”.

- Hoạt động của Hiệp hội Dệt may ngày càng mạnh mẽ thúc đẩy hoạt động liên kết trong sản xuất kinh doanh, đưa ra nhiều các giải pháp nâng cao sức cạnh tranh của các doanh nghiệp trong ngành. Thời gian gần đây, với sự vận động mạnh của Hiệp hội mà các doanh nghiệp dệt may Việt Nam đã tránh được chế độ giám sát giá của Mỹ đối với hàng dệt may Việt Nam.

- Nhiều doanh nghiệp đã xây dựng được chiến lược kinh doanh có hiệu quả, thực hiện hoạt động kết trong sản xuất như Tổng công ty Dệt Phong Phú, Dệt Thái Tuấn, Dệt may Hà Nội...

b. Khó khăn, tồn tại từ chiến lược kinh doanh của ngành và cạnh tranh

- Cạnh tranh: Mức độ cạnh tranh cao, hiện tại sản xuất vải và phụ liệu may mặc Việt Nam đang phải cạnh tranh rất mạnh với sản phẩm của các nước trong khu vực, đối thủ lớn nhất phải kể đến là Trung Quốc, Đài Loan, Hàn Quốc, Nhật Bản, Hồng Kông.

Bảng 2.19 Nhập khẩu vải của Việt Nam theo nước từ 2003-2005
(Đơn vị 1000\$)

Nước	2003	2004	2005
Trung Quốc	-	464.013	661231
Đài Loan	440825	499.875	534050
Hàn Quốc	-	500.931	521006
Nhật bản	-	171.924	216881
Hồng Kông	-	239.233	237923
Tổng kim ngạch	1.744.630	2.055.206	2.376.742

Nguồn: Phụ lục số 5

Qua số liệu cho thấy đối thủ cạnh tranh của sản xuất vải và phụ liệu may mặc của Việt Nam được tập trung ở một số nước lớn, các nước còn lại chiếm tỷ trọng rất nhỏ.

Bảng 2.20 Nhập khẩu phụ liệu dệt may, da, giày, giấy của Việt Nam theo nước từ 2003-2005
(Đơn vị 1000\$)

Nước	2003	2004	2005
Trung Quốc	147000	201.727	323614
Đài Loan	441981	398.575	603531
Hàn Quốc	323330	318.890	445635
Nhật bản	100644	74.490	155141
Hồng Kông	212648	195.755	293969
Tổng kim ngạch	1476917	1.491.542	1546085

Nguồn: Phụ lục số 6

Đối thủ cạnh tranh lớn nhất của Việt Nam hiện nay vẫn là Trung Quốc, thế mạnh của Trung Quốc là giá thành thấp hơn Việt Nam, lý do là Trung Quốc chủ động được trên 80% nguyên phụ liệu đầu vào, chi phí điện nước lại rẻ hơn Việt Nam.

Từ sau khi gia nhập WTO, các mức thuế nhập khẩu các sản phẩm nguyên phụ liệu may mặc đã giảm xuống do vậy sự cạnh tranh của nước ngoài trên thị trường Việt Nam ngày càng trở nên quyết liệt hơn. Sức cạnh tranh của sản phẩm Việt Nam bất lợi trên các mặt tính thời trang, nhanh nhạy của thị trường, giá cả...

- Chưa có các chính sách liên kết chặt chẽ trong ngành: Sự liên kết của các doanh nghiệp trong ngành đã có nhưng không nhiều, chủ yếu là các doanh nghiệp thuộc Tập Đoàn Dệt May còn lại các doanh nghiệp ngoài Tập Đoàn thì liên kết rất lỏng lẻo. Từ sự liên kết không tốt nên hầu hết các doanh nghiệp may mặc, nhất là may mặc xuất khẩu thì đều theo quán tính là nhập khẩu vải và phụ liệu từ nước ngoài, hoặc gia công xuất khẩu trên cơ sở vải do khách hàng chuyển từ nước khác đến doanh nghiệp chỉ việc may. Khi có hợp đồng may mặc là họ luôn nghĩ đến việc nhập khẩu vải hơn là tìm nguồn sản phẩm trong nước. Điều này gây khó khăn cho các doanh nghiệp sản xuất nguyên phụ liệu tạo cho mình một vị thế cạnh tranh, khó khăn trong việc phát triển thương hiệu, có nhiều sản phẩm nguyên phụ liệu có chất lượng tốt trong nước đã sản xuất được nhưng các doanh nghiệp may mặc lại không hay biết.

- Cơ chế quản lý ngành còn nhiều điểm chưa hợp lý:

◦ Chính sách đối xử với người lao động chưa thực sự thỏa đáng. Các chính sách về lương, thưởng, phụ cấp còn thấp. Hầu hết thu nhập của người lao động còn rất thấp, các doanh nghiệp trả lương cho người lao động dựa trên khung cơ bản của Nhà nước. Cơ chế trả lương, thưởng, phụ cấp chưa có sự phân biệt giữa những người lao động có tâm huyết, có tài năng, có năng lực mang lại hiệu quả cao trong sản xuất.

◦ Cơ chế sử dụng, bổ nhiệm cán bộ lãnh đạo chưa phát huy được tài năng trong quản lý sản xuất và nâng cao hiệu quả kinh doanh. Những người có khả năng được người lao động tín nhiệm, mang lại hiệu quả sản xuất, mang lại lợi ích cho người lao động, cho doanh nghiệp đôi khi lại không được sử dụng; ngược lại những người mang lại lợi ích cho một số ít các lãnh đạo cấp trên có thể sẽ được trọng dụng. Cơ chế bổ nhiệm cán bộ lãnh đạo có thời hạn 5 năm được duy trì cũng tạo sức ì cho

cán bộ quản lý, rất ít cán bộ được bổ nhiệm mà từ chức hoặc thôi chức khi công việc không hoàn thành hoặc hoàn thành kém chất lượng trừ trường hợp bị kỷ luật.

- Chưa có chiến lược rõ ràng về xây dựng và phát triển thương hiệu. Các chiến lược về xây dựng thương hiệu của ngành còn chưa được quan tâm đúng mức. Các biện pháp về thiết kế, xây dựng thương hiệu chưa mạnh, chưa tạo ra sức nóng trong toàn ngành. Việc đăng ký và xây dựng thương hiệu ở cấp độ quốc gia, doanh nghiệp còn chậm chạp, mới chỉ dừng lại ở việc tổ chức triển lãm, hội chợ... sự ấn tượng về sản phẩm đối với khách hàng, người tiêu dùng chưa cao.

2.1.3.5 Yếu tố sự thay đổi (yếu tố ngẫu nhiên)

a. Những thuận lợi từ các yếu tố thay đổi

Thời gian qua sản xuất nguyên phụ liệu may mặc có sự tác động của các yếu tố ngẫu nhiên, có thể kể đến một số yếu tố chủ yếu sau:

- Sự thay đổi về chính sách phát triển kinh tế của Chính phủ Việt Nam, quyết tâm của Chính phủ trong việc cải cách các thủ tục hành chính theo hướng ngày càng gọn nhẹ, cải cách pháp luật theo hướng đảm bảo công bằng giữa các doanh nghiệp thuộc mọi thành phần kinh tế.

- Sự thay đổi về quan điểm chính trị giữa Mỹ và Việt Nam đã tạo điều kiện thuận lợi để các doanh nghiệp sản xuất nguyên phụ liệu may mặc nhập khẩu bông từ Mỹ, ngược lại Mỹ lại nhập khẩu một khối lượng lớn sản phẩm dệt may từ Việt Nam, năm 2007 thị trường Mỹ chiếm 55% kim ngạch xuất khẩu may mặc của Việt Nam.

b. Những khó khăn từ các yếu tố thay đổi

Các yếu tố ngẫu nhiên bất ngờ xảy ra thường gây ra các rủi ro cho hoạt động sản xuất kinh doanh cho mọi doanh nghiệp. Đối với sản xuất nguyên phụ liệu may mặc cũng không tránh khỏi các rủi ro này.

- Khủng hoảng tài chính thế giới năm 2008 đã ảnh hưởng không nhỏ đến phát triển sản xuất nguyên phụ liệu may mặc. Khó khăn về huy động vốn, khó khăn về tiêu thụ sản phẩm.

- Việc thực hiện chính sách mở của nền kinh tế, với việc gia nhập WTO cũng gây ra khó khăn cho sản xuất kinh doanh của các doanh nghiệp, cạnh tranh gay gắt hơn, một số ưu đãi, hỗ trợ bị cắt bỏ.

- Các thay đổi về thời tiết, nhất là bão lũ trong thời gian gần đây đã xảy ra liên tiếp ở Việt Nam cũng ảnh hưởng không nhỏ đến hiệu quả sản xuất kinh doanh của

các doanh nghiệp. Hầu hết các vùng trồng bông của Việt Nam đều bị thiệt hại do hạn kéo dài, chất lượng bông không đáp ứng được yêu cầu của ngành dệt.

2.1.3.6 Vai trò của nhà nước

a. Những thuận lợi từ phía Nhà nước

Đối với quá trình phát triển sản xuất nguyên phụ liệu Nhà nước có vai trò đặc biệt quan trọng. Chính phủ đã phê duyệt nhiều chiến lược nhằm thúc đẩy phát triển sản xuất nguyên phụ liệu cho may mặc. Thể hiện trong phụ lục số 7

- Quan điểm phát triển của chiến lược về sản xuất nguyên phụ liệu may mặc được xác định: “Tập trung phát triển mạnh các sản phẩm công nghiệp hỗ trợ, sản xuất nguyên phụ liệu, giảm nhập siêu, nâng cao giá trị gia tăng của các sản phẩm trong ngành”. Nhằm khắc phục những điểm yếu của ngành Dệt May là thương hiệu, mẫu thời trang, công nghiệp phụ trợ chậm phát triển, cung cấp nguyên phụ liệu vừa thiếu, không kịp thời.

- Theo chiến lược phát triển, Nhà nước sẽ hỗ trợ một phần kinh phí cho các Viện nghiên cứu, các Trường đào tạo trong ngành Dệt May Việt Nam để tăng cường cơ sở vật chất và thực hiện các hoạt động nghiên cứu đào tạo cho ngành Dệt May theo nguyên tắc phù hợp với các cam kết quốc tế mà Việt Nam đã tham gia.

Nhà nước cho doanh nghiệp Dệt May được vay vốn tín dụng nhà nước, vốn ODA và vốn của quỹ môi trường để thực hiện các dự án xử lý môi trường.

Nhà nước hỗ trợ trong việc xây dựng hệ thống tiêu chuẩn, quy chuẩn kỹ thuật, nâng cấp Trung tâm giám định, kiểm tra chất lượng sản phẩm Dệt May, hỗ trợ các doanh nghiệp dệt may trong quản lý chất lượng và khắc phục các rào cản kỹ thuật.

b. Những khó khăn từ phía Nhà nước

- Các cơ chế hỗ trợ từ phía nhà nước đã bị cắt bỏ nhiều khi Việt Nam gia nhập WTO: Ngày 30/5/2006, Thủ tướng Chính phủ đã ban hành Quyết định 126/2006/QĐ-TTg chấm dứt hiệu lực Quyết định 55/2001/QĐ-TTg ngày 23/4/2003 về việc phê duyệt Chiến lược phát triển và một số cơ chế hỗ trợ thực hiện Chiến lược phát triển ngành dệt may Việt Nam. Việc bãi bỏ Quyết định 55/2001/QĐ-TTg nhằm đảm bảo sự cạnh tranh bình đẳng giữa các ngành, các doanh nghiệp, đáp ứng yêu cầu hội nhập kinh tế quốc tế trong điều kiện mới, nhất là việc gia nhập WTO. Tuy nhiên, đã gây ảnh hưởng, khó khăn không nhỏ cho sự phát triển sản xuất nguyên phụ liệu may mặc. Nhiều chế độ ưu đãi bị cắt bỏ như:

◦ Hỗ trợ vốn cho các dự án đầu tư vào các lĩnh vực sản xuất sợi, dệt, in nhuộm hoàn tất, nguyên liệu dệt. Các doanh nghiệp này được vay vốn của Nhà nước với mức lãi suất bằng 50% lãi suất hiện hành cho một nửa số vốn đầu tư.

◦ Hỗ trợ về thuế: Các doanh nghiệp sản xuất vải và phụ liệu may mặc nếu bán cho các doanh nghiệp may mặc xuất khẩu thì được thuế suất thuế giá trị gia tăng như đối với hàng xuất khẩu.

◦ Trong trường hợp cần thiết được Chính phủ bảo lãnh mua thiết bị trả chậm, vay thương mại của các nhà cung cấp hoặc các tổ chức tài chính trong và ngoài nước; được ưu tiên cấp bổ sung một lần đủ 30% vốn lưu động đối với từng doanh nghiệp.

- Các chế độ hỗ trợ từ phí Nhà nước còn gặp nhiều khó khăn trong thủ tục hành chính, trong quá trình xét duyệt còn cứng nhắc. Trước khi gia nhập WTO, các dự án sản xuất vải và phụ liệu may mặc được ưu đãi rất nhiều nhưng việc phát triển sản xuất nguyên phụ liệu may mặc vẫn rất chậm, một trong những lý do là việc thực hiện các chế độ ưu đãi thương bị khó khăn bởi các thủ tục, xét duyệt, sự “mè nheo, sách nhiễu” của cơ quan hành chính.

- Việc thực hiện quy hoạch các khu công nghiệp dệt may tập trung mang tính đồng bộ còn chậm. Sự phát triển của ngành sợi, sản xuất vải đòi hỏi tính đồng bộ về cơ sở hạ tầng là rất quan trọng, vừa đảm tính liên kết sợi - dệt - may vừa đảm bảo các khâu về nước và xử lý nước thải, vấn đề quyết định của ngành in nhuộm hoàn tất vải.

2.1.4 Thực trạng về mối quan hệ liên kết giữa sản xuất nguyên phụ liệu và các doanh nghiệp may

Đây chính là mối liên kết theo chiều dọc giữa các doanh nghiệp sản xuất nguyên phụ liệu với các doanh nghiệp may mặc. Nội dung phân tích được tập trung vào sự liên kết của các doanh nghiệp sản xuất sợi dệt vải và các doanh nghiệp may mặc.

2.1.4.1 Liên kết trong nội bộ doanh nghiệp

Hoạt động liên kết nội bộ doanh nghiệp được thực hiện trong các doanh nghiệp vừa sản xuất sợi dệt vải và may mặc hoặc dệt vải và may mặc. Hoạt động liên kết này được nhiều doanh nghiệp áp dụng và mang lại hiệu quả khá cao. Một số doanh nghiệp lớn trong Tập đoàn Dệt May Việt Nam đã thực hiện tốt hình thức liên

kết này mang lại hiệu quả kinh doanh khá cao là Tổng công ty dệt may Hà Nội, Công ty dệt may thành công, Công ty dệt may Đông Á, Công Ty dệt may Hòa Thọ, Công ty dệt may Thăng Lợi.

Các công ty này đều thực hiện sản xuất sợi - dệt vải – may mặc hoặc dệt vải – may mặc. Phần lớn sản phẩm sợi và vải dệt của các công ty cung cấp cho sản xuất nội bộ. Hiệu quả của hoạt động liên kết được chứng minh bằng kết quả sản xuất kinh doanh của các công ty. Dưới đây là kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh của ba doanh nghiệp có kết quả khá tốt trong liên kết sản xuất nội bộ.

a. Tổng công ty Dệt May Hà Nội (HANOSIMEX)

Tổng công ty Dệt may Hà nội là một trong những doanh nghiệp đầu ngành về dệt may thuộc Tập đoàn dệt may Việt Nam. Các sản phẩm chính mà doanh nghiệp sản xuất là sợi, vải dệt kim, vải denim, sản phẩm may mặc.

- Sản xuất Sợi là lĩnh vực có bề dày truyền thống của Hanosimex, nó được hình thành và phát triển ngay từ những ngày đầu thành lập Công ty. Sản xuất sợi luôn là khu vực có hiệu quả, ổn định cả về lượng và chất, không ngừng đáp ứng được yêu cầu cung cấp sợi cho các đơn vị dệt mà còn đáp ứng được yêu cầu xuất khẩu, góp phần gia tăng nhanh kim ngạch xuất khẩu sợi ra các nước (đứng thứ hai sau xuất khẩu hàng may mặc).

- Dệt vải: Với dây chuyền dệt vải Denim gồm các thiết bị hiện đại, công nghệ tiên tiến được lắp đặt và vận hành từ những năm đầu của thập niên 2000 vải Denim sản xuất ra đã cung cấp cho khu vực may xuất khẩu tại Hanosimex, cung cấp cho các khách hàng trong nước và cung cấp cho mục tiêu xuất khẩu

Sản xuất vải dệt kim trong mấy năm qua chỉ đủ đáp ứng theo yêu cầu của các Nhà máy May trong nội bộ, chưa có đủ năng lực để đáp ứng nhu cầu cung cấp cho các đơn vị may khác.

- May mặc: Trong những năm qua, với sự gia tăng các cơ sở sản xuất may, đã mang lại cho Hanosimex sự gia tăng kim ngạch xuất khẩu đáng kể; lĩnh vực xuất khẩu hàng may mặc từ vải dệt thoi, vải dệt kim là lĩnh vực có kim ngạch xuất khẩu lớn nhất, lớn hơn kim ngạch xuất khẩu cả 2 khu vực sợi và vải gộp lại.

- Một số kết quả kinh doanh của Công ty từ năm 2004-2006 - bảng 2.21

Bảng 2.21 Một số kết quả kinh doanh của HANOSIMEX 2004-2006

Chỉ tiêu	Đơn vị	2004	2005	2006
Tổng tài sản	Đồng	681341854622	824278832744	939196594820
Doanh thu	Đồng	967523265852	1.35117883703	1579817627004
Lợi nhuận trước thuế	Đồng	14229753422	7736963336	8535496655
Nộp ngân sách	Đồng	6332460204	8343922227	5880707667
Lao động bình quân	Người	5549	4117	4136

Nguồn: [54]

b. Công Ty cổ phần Dệt May Thành Công

Bảng 2.22 Một số kết quả kinh doanh của Công ty Thành Công 2005- 2007

Đơn vị tính: đồng

Chỉ tiêu	Năm 2005	Năm 2006	2007
- Vốn chủ sở hữu	161.046.097.760	160.000.000.000	189.824.970.000
- Doanh Thu Thuần	857.855.625.734	1.031.368.399.330	1057276652812
- LN từ HĐKD	3.088.123.828	41.743.990.010	74410245160
- Lợi nhuận khác	1.733.122.543	(13.997.118.737)	
- Tổng LN Trước thuế	4.821.246.371	27.746.871.273	74410245160
- LN sau thuế	3.471.297.387	25.357.118.157	74251350889

Nguồn: [8]

Cũng là một doanh nghiệp sản xuất dệt may, với sự liên kết giữa các khâu sản xuất sợi - dệt vải – may mặc đã mang lại cho công nghiệp nhưng kết quả kinh doanh rất cao. Công ty cổ phần Dệt May Thành Công là công ty dệt hàng đầu tại Việt Nam, đặc biệt trong lĩnh vực dệt kim, nhuộm hoàn tất. Chất lượng sản phẩm vải của công ty đã được khẳng định tại thị trường nội địa và thị trường nước ngoài. Công ty có uy tín trên thương trường xuất khẩu nhiều năm, là doanh nghiệp xuất khẩu mạnh trong ngành dệt may, được nhiều khách hàng nước ngoài biết đến.

c. Công ty Cổ phần Dệt May Đông Á

Công ty cổ phần Dệt may Đông Á là doanh nghiệp sản xuất vải dệt kim, vải dệt thoi và sản phẩm may mặc. Sản phẩm dệt cũng chủ yếu phục vụ sản xuất sản phẩm may mặc nội bộ công ty, một phần được bán ra bên ngoài và xuất khẩu.

- Năng lực sản xuất:

+ Vải dệt thoi: 10 triệu m²/ năm, gồm các loại: Yarn – dyed và nhuộm màu được sản xuất các nguyên liệu 100% cotton, CVC, TC, Visco, Rayon... với các chỉ số 20S/1, CM 30/1, CM 40 S/1, CM 50 S/1...

+ Vải dệt kim: 2000 tấn/năm, gồm: Rib 1x1, 2x1, Pigue, Frenchterry, Interlook, Singlge với nguyên liệu 100% cotton, CVC, TC có thể nhuộm và in bông tùy theo yêu cầu của khách hàng.

+ Sản phẩm may mặc: 12 triệu sản phẩm/năm, trong đó:

Áo thun các loại: 7 triệu sản phẩm

Hàng thời trang: 2 triệu sản phẩm

Áo sơ mi: 1 triệu sản phẩm

- Một số kết quả kinh doanh của Công ty từ năm 2004-2006

Bảng 2.23 Một số kết quả kinh doanh của Công ty Đông Á 2004-2006

Chỉ tiêu	Đơn vị	2004	2005	2006
1.Vốn kinh doanh	Triệu đồng	174883	144656	150000
4.Doanh thu	Triệu đồng	221377	280054	280000
5.Lợi nhuận trước thuế	Triệu đồng	1596	4044	5000
6.Nộp ngân sách	Triệu đồng	2142	1437	798
9.Lao động bình quân	Người	1312	1373	1742

Nguồn: [9]

Qua số liệu về hoạt động kinh doanh của ba doanh nghiệp trong Tập đoàn Dệt May có hoạt động liên kết sản xuất trong nội bộ doanh nghiệp cho thấy hiệu quả kinh doanh có sản xuất sợi và dệt vải luôn chiếm tỷ trọng lớn trong tổng giá trị sản xuất của doanh nghiệp. Điều này chứng minh hiệu quả sản xuất sợi và dệt vải trong điều kiện có liên kết sản xuất với may mặc nội bộ doanh nghiệp là rất cao.

2.1.4.2 Liên kết với các doanh nghiệp khác trong ngành

Hiện nay hầu hết các sản phẩm dệt trong nước chưa đáp ứng được yêu cầu cho may xuất khẩu, kể cả về số lượng cũng như chất lượng. Theo đánh giá của các chuyên gia kinh tế thì chất lượng vải của Việt nam kém hơn nhiều nhưng giá thành lại cao so với các nước khác. Số lượng vải đạt yêu cầu cho ngành may xuất khẩu chỉ khoảng 10%-15%. Theo tính toán thì giá trị gia tăng trong nước của ngành may xuất khẩu chỉ đạt tối đa là 25% còn lại là vải, phụ liệu nhập từ nước ngoài. Các nhà kinh

tế đều có đánh giá rằng ngành may không chủ động nguyên liệu từ nguồn trong nước là nguyên nhân giảm sức cạnh tranh và khả năng gia tăng giá trị của công nghiệp may mặc. Mối quan hệ giữa nguyên phụ liệu và may mặc còn yếu nguyên nhân chủ yếu là chất lượng không đảm bảo.

Đối với ngành may mặc thì sản phẩm thượng nguồn là dệt, sợi, bông mối quan hệ chiều dọc đều bị lỏng lẻo. Các ngành sản phẩm này không hỗ trợ thúc đẩy được lẫn nhau. Bông và xơ, sợi tổng hợp, thuốc nhuộm và chất phụ trợ Việt nam đều phải nhập từ nước ngoài trên 90%. Với việc nhập khẩu từ nước ngoài nhiều cộng với chất lượng nguyên phụ liệu trong nước kém dẫn đến các mối quan hệ liên trong nước không được thiết lập chặt chẽ hoặc không có liên kết.

Theo số liệu của hiệp hội dệt may Việt nam, Tập đoàn Dệt may giữ vị trí chủ đạo của ngành với sản lượng sợi chiếm trên 80%, vải lụa chiếm 45%, sản phẩm may chiếm khoảng 27% tổng sản lượng cả nước. Trong thời gian gần đây, các doanh nghiệp trong Tập đoàn đã quan tâm và thúc đẩy mối quan hệ liên kết kinh tế như các doanh nghiệp kéo sợi mua bông của Công ty Bông Việt nam, các doanh nghiệp dệt thuần tuý mua sợi của các doanh nghiệp kéo sợi, các doanh nghiệp may mua vải của các doanh nghiệp dệt. Tuy nhiên, giá trị mua bán vẫn còn khiêm tốn, chỉ đạt 10-15% giá trị toàn bộ. Qua đây cho thấy hoạt động liên kết giữa các doanh nghiệp bông, sợi, dệt, may vẫn còn rất hạn chế.

Theo [25], số liệu điều tra của nhóm các nhà kinh tế của Trường đại học kinh tế quốc dân năm 2002-2003 đã tiến hành khảo sát 31 doanh nghiệp thuộc các thành phần kinh tế cho thấy hầu hết các doanh nghiệp dệt tự sản xuất sợi, đặc biệt là các doanh nghiệp nhà nước trung ương chiếm 11/14 doanh nghiệp. Các doanh nghiệp này cho rằng vải sợi trong nước không đáp ứng được yêu cầu của các doanh nghiệp may. Mặt khác các doanh nghiệp dệt mua sợi trong nước hoặc nước ngoài thì lại cho rằng vải sợi trong nước có thể đáp ứng được yêu cầu may mặc.

Về liên kết dệt-may mặc hầu hết các doanh nghiệp dệt đều thiết lập mối quan hệ với các doanh nghiệp may mặc trong nước, trong đó có 80% các doanh nghiệp có mối quan hệ lâu dài. Tuy vậy, mối quan hệ này cũng vấp phải những trục trặc mà nguyên nhân chính vẫn là chất lượng vải không đáp ứng yêu cầu cho may mặc.

Qua điều tra cho thấy ý kiến các doanh nghiệp may về chất lượng vải, sợi nội địa cho rằng 50% vải nội địa không đáp ứng được yêu cầu của các doanh nghiệp

may, ý kiến này được các doanh nghiệp may khẳng định là chính xác. Các doanh nghiệp may cho rằng chất lượng vải nội địa không đáp ứng được yêu cầu cho các đơn hàng xuất khẩu có chất lượng cao, 80% các doanh nghiệp được điều tra cho rằng mối quan hệ giữa các doanh nghiệp sản xuất nguyên phụ liệu thượng nguồn và may mặc hiện đang khai thác ở mức thấp và không có hiệu quả.

2.2 ĐÁNH GIÁ TỔNG QUÁT THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN SẢN XUẤT NGUYÊN PHỤ LIỆU MAY MẶC VIỆT NAM

2.2.1 Thành tựu đạt được

2.2.1.1 Đáp ứng ngày càng tốt hơn nhu cầu tiêu dùng trong nước

Cho dù với tốc độ phát triển chậm hơn rất nhiều so với ngành may, chưa đáp ứng yêu cầu của may mặc xuất khẩu, song cũng phải khẳng định ngành dệt nói riêng và sản xuất nguyên phụ liệu may nói chung đã đóng góp rất lớn vào tốc độ phát triển kinh tế chung của đất nước, đáp ứng ngày càng tốt nhu cầu tiêu dùng trong nước. Các sản phẩm ngành dệt và sản xuất phụ liệu đã sản xuất một khối lượng lớn hàng hoá phục vụ đối tượng là người tiêu dùng trong nước có mức thu nhập thấp, tiêu dùng dân cư ở khu vực nông thôn.

Cung cấp một khối lượng lớn nguyên phụ liệu phục vụ sản xuất các sản phẩm quần áo chất lượng vừa phải phục vụ đối tượng người tiêu dùng vùng nông thôn, và các sản phẩm may tiêu dùng thiết yếu như: khăn mặt, áo lót nam, quần áo phong trẻ em, ... Về phụ liệu đã sản xuất và cung cấp hầu hết nhu cầu chỉ may, chỉ thêu, các loại chỉ khác phục vụ cho may mặc trong nước. Các doanh nghiệp có khối lượng sản phẩm lớn như: Dệt may Hà Nội, Dệt Thành Công, Dệt Phong Phú, Dệt Đông Á, Dệt Thái Tuấn, Coats Phong Phú...

Các sản phẩm cung cấp ngày càng phong phú hơn, cho ra đời các sản phẩm mà trước kia phải nhập khẩu hoàn toàn như: sản phẩm giả tơ tằm, vải denim, giả len, vải may quần áo thể thao, vải dệt kim,...

Một số doanh nghiệp đã tự sản xuất khối lượng lớn vải cung cấp cho các phân xưởng, các nhà máy may nội bộ doanh nghiệp đã cung cấp cho thị trường những sản phẩm được ưa chuộng như: Dệt may Hà nội, Dệt Thái Tuấn, Dệt kim Đông Xuân...

2.2.1.2 Tăng khả năng đáp ứng nhu cầu nguyên phụ liệu cho may mặc xuất khẩu, góp phần tiết kiệm ngoại tệ

Nguồn nguyên phụ liệu trong nước tuy chưa đáp ứng được nhu cầu và yêu cầu phục vụ tốc độ tăng trưởng nhanh của may mặc xuất khẩu nhưng đã đáp ứng ngày càng nhiều hơn về chủng loại, chất lượng tốt hơn yêu cầu của may mặc xuất khẩu.

Về nguyên liệu, cho ra đời các sản phẩm vải có chất lượng cao phục vụ cho may mặc xuất khẩu. Nhận thức được xu hướng nội địa hoá nguồn nguyên phụ liệu may mặc phục vụ cho may xuất khẩu, lợi ích của việc chủ động nguyên phụ liệu trên sân nhà, chủ trương phát triển sản xuất nguyên phụ liệu của Nhà nước và của Ngành, các doanh nghiệp, các cơ sở sản xuất đã không ngừng đầu tư xây dựng các cơ sở sản xuất nguyên phụ liệu, hiện đại hoá dây chuyền công nghệ. Kết quả đã cung cấp khối lượng ngày càng tăng các loại nguyên liệu có chất lượng cao, ngày càng đáp ứng tốt yêu cầu của may mặc xuất khẩu.

Với phương hướng của Chính phủ và của ngành, đặt ra mục tiêu phấn đấu đến 2010 sẽ đáp ứng 50% nguyên phụ liệu cho may xuất khẩu, đạt 1 tỷ m² vải phục vụ cho may xuất khẩu. Với mục tiêu đó các nhà đầu tư nói chung, các doanh nghiệp dệt may nói riêng đang đầu tư mạnh mẽ vào lĩnh vực dệt, nhuộm, hoàn tất. Theo Vinatex đến cuối năm 2006, năng lực sản xuất vải dệt thoi của Việt Nam đạt 680 triệu m², trong đó vải phục vụ xuất khẩu đạt 125 triệu m²[71].

Các doanh nghiệp đang cung cấp khối lượng vải lớn phục vụ may xuất khẩu có thể kể đến: các sản phẩm vải may sơ mi, quần âu được sản xuất bởi các công ty Dệt Nam Định, Dệt Việt Thắng, Công ty cổ phần Yên Mỹ,... sản phẩm vải denim của Tổng công ty Dệt Hà Nội, Tổng công ty Dệt Phong Phú .

Về phụ liệu, đã cung cấp khối lượng lớn chỉ may, chỉ thêu; các loại phụ liệu, dây khoá kéo, băng gai dính, dây thun, cúc kim loại, ... Riêng chỉ may đã cung cấp hầu hết nhu cầu cho may mặc trong nước mà không phải nhập khẩu từ nước ngoài, các công ty có khối lượng cung cấp lớn là: Coats Phong Phú, với chất lượng rất tốt đã được chứng nhận các hệ thống ISO 9001:2000, ISO 14001: 1996, SA 8000:2001, OHSAS 18001:1999; các Nhà máy sản xuất chỉ may của Tổng công ty Phong Phú.

Mặc dù sản xuất phụ liệu và dệt vải mới đáp ứng được một tỷ lệ không lớn cho ngành may mặc, nhất là may xuất khẩu, song cũng phải thừa nhận là đã góp một phần không nhỏ vào chiến lược nội địa hoá tỷ lệ nguyên phụ liệu phục vụ may mặc,

dần thay thế nhập khẩu. Hàng năm sản xuất phụ liệu và dệt vải đã tiết kiệm một lượng ngoại tệ nhất định cho việc nhập khẩu nguyên phụ liệu may mặc từ nước ngoài.

2.2.1.3 Phát huy hiệu ứng “lan toả” đối với các ngành kinh tế

- Đối với công nghiệp cơ khí, hoá chất

Sản xuất nguyên phụ liệu may mặc phát triển, nhất là phát triển ngành dệt đã kéo theo sự phát triển của ngành cơ khí. Ngành cơ khí sản xuất ra các thiết bị công nghệ, cung cấp các linh kiện, phụ kiện phục vụ cho ngành dệt và sản xuất phụ liệu. Hiện tại đã hình thành một hệ thống các doanh nghiệp chuyên về cơ khí phục vụ cho cả ngành dệt may như: Công ty Cổ phần cơ khí May Gia Lâm, Công ty cổ phần cơ khí may Hưng Yên, Công ty cơ khí Dệt May Nam Định, Công ty cổ phần cơ khí Dệt May Thủ Đức,... Cùng với hệ thống cơ khí ngoài ngành hàng năm đã cung cấp hàng trăm ngàn thiết bị, chi tiết, phụ tùng đáp ứng khoảng 50% nhu cầu thay thế, sửa chữa thường xuyên.

Ngành cơ khí dệt may cùng với Viện kinh tế - Kỹ thuật đã nghiên cứu chế tạo và cải tiến nhiều thiết bị công nghệ phục vụ cho sản xuất nguyên phụ liệu may mặc, như: Chế tạo hoàn chỉnh các thiết bị cho dây chuyền ươm tơ thủ công, cải tiến thành công máy dệt thoi M.1511 của Trung Quốc thành máy dệt khăn bông, thực hiện việc nối rộng khổ cho các máy dệt...

Ngành dệt phát triển, các sản phẩm dệt ngày càng đa dạng và phong phú về kiểu dáng, màu vải, chất lượng vải,... Được quyết định bởi khâu nhuộm và hoàn tất. Để đáp ứng vấn đề này, ngành hoá chất càng ngày càng phát triển. Hiện tại ngành hoá chất phục vụ cho ngành dệt và phụ liệu may mới chỉ dừng lại ở việc cung cấp một số loại axit, xút và các loại chất trợ hồ, trợ nhuộm... Còn lại chủ yếu vẫn phải nhập khẩu từ nước ngoài, theo số liệu thống kê hàng năm ngành dệt Việt Nam phải nhập khẩu từ 90% đến 95% thuốc nhuộm [91]. Trong tương lai với sự đầu tư mạnh vào sản xuất dệt và sản xuất phụ liệu sẽ tạo ra sức kéo kéo theo sản xuất hoá, thuốc nhuộm chất phục vụ cho sản xuất vải phát triển.

- Đối với nông nghiệp

Việt Nam vẫn được biết là một quốc gia có truyền thống về trồng dâu nuôi tằm và trồng bông dệt vải. Với sự thăng trầm của lịch sử ngành nghề này cũng có những lúc phát triển tốt, có lúc phát triển kém. Các sản phẩm nông nghiệp phục vụ may mặc

là sản phẩm thượng nguồn của ngành dệt may, trực tiếp là ngành dệt. Ngành dệt may sản xuất ra sản phẩm hạ nguồn, sản phẩm hạ nguồn có phát triển thì mới kéo theo sự phát triển của sản phẩm thượng nguồn.

Tạo điều kiện phát triển nông nghiệp trồng bông và dâu tằm, tuy tốc độ phát triển còn rất chậm, không ổn định, song đã duy trì được nền tảng sản xuất nông nghiệp tạo điều kiện phát triển mạnh trong tương lai. Hiện tại, diện tích trồng bông vải còn rất thấp so với nhu cầu của ngành dệt, theo số liệu thống năm 2006 khoảng 20000 ha, cung cấp khoảng 10000 tấn bông xơ phục vụ cho ngành dệt, đáp ứng 5% nhu cầu[48].

Nghề dâu tằm là nghề truyền thống của nhiều vùng của Việt Nam, đã từng trở thành những thương hiệu địa phương như tằm tơ Nam Định, tằm tơ Bảo Lộc Tỉnh Lâm Đồng, Tơ lụa Hà Đông... Những thời điểm “hoàng kim” của thị trường tơ thế giới diện tích trồng dâu nuôi tằm đã tăng lên nhanh chóng, một loạt các tỉnh đã phát triển nghề dâu tằm như Bắc Ninh, Sơn La, Thanh Hoá, Hưng Yên, Vĩnh Phúc... Có những thời điểm diện tích trồng dâu tằm cả nước đã lên đến 25000 ha [85], riêng Lâm Đồng 14000 ha[84]. Tuy vậy, do nhiều nguyên nhân, chất lượng giống, giá thấp mà diện tích dâu tằm đã giảm đi nhanh chóng, Lâm Đồng được coi là “thủ đô” của ngành dâu tằm Việt Nam diện tích đã giảm đi gần nửa, hiện còn khoảng 7000 ha.

Phát triển sản xuất nguyên phụ liệu may mặc đã kéo theo sự phát triển của cây bông vải và dâu tằm đã và sẽ góp phần chuyển dịch cơ cấu cây trồng trong nông nghiệp ở các địa phương, tăng thu nhập, tăng giá trị sản xuất nông nghiệp.

2.2.1.4 Giải quyết việc làm và các vấn đề xã hội

Ngành dệt may nói chung, ngành dệt và sản xuất phụ liệu may mặc nói riêng là ngành nghề thu hút nhiều lao động, tính đến 2007 số lượng lao động làm việc trong ngành dệt may khoảng trên 2 triệu, giải quyết một khối lượng lớn việc làm cho người lao động. Chưa tính đến một khối lượng lao động rất lớn là nông dân trồng bông và dâu tằm ở khắp các tỉnh trong nước. Lao động làm trong lĩnh vực sản xuất phụ liệu may mặc và ngành dệt phần lớn yêu cầu trình độ không cao trừ các vị trí kỹ thuật trong ngành dệt nhuộm, hoàn tất.

Trong tương lai, với tốc độ tư như hiện nay khi các dự án, khu công nghiệp dệt, nhuộm, hoàn tất và sản xuất phụ liệu may mặc đi vào hoạt động, kéo theo sự

phát triển của nghề trồng bông, dâu tằm thì lực lượng lao động tham gia vào lĩnh vực này sẽ tăng lên rất lớn.

2.2.1.5 Thu hút một lượng đáng kể vốn đầu tư nước ngoài

Với điều kiện và tiềm năng phát triển sản xuất nguyên phụ liệu phục vụ cho may mặc là rất lớn, đã thu hút được sự quan tâm chú ý của các nhà đầu tư nước ngoài. Giai đoạn từ năm 2002 đến nay, hầu hết các dự án đầu tư nước ngoài vào ngành dệt may thì đều tập trung vào lĩnh vực dệt, nhuộm, hoàn tất và sản xuất phụ liệu (đã trình bày trong mục 2.4). Tính đến năm 2007 tổng vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài vào ngành dệt may khoảng trên 3 tỷ đô la. Ngành dệt may đã và đang thực hiện các biện pháp thu hút, kêu gọi vốn đầu tư nước ngoài, cùng với việc Việt Nam gia nhập WTO sẽ tạo điều kiện tăng lượng vốn đầu tư nước ngoài đăng ký và dài ngân trong thời gian tới.

Theo sự phê duyệt của Chính phủ Việt Nam, năm 2008 Tập đoàn Dệt may Việt Nam sẽ tiến hành cổ phần hoá tạo cơ hội để các nhà đầu tư nước ngoài thực hiện đầu tư vốn theo kênh gián tiếp thông qua việc mua cổ phiếu của Tập đoàn khi thực hiện niêm yết trên thị trường chứng khoán. Hiện tại một số doanh nghiệp dệt may có uy tín sẽ thực hiện niêm yết trên thị trường chứng khoán ngày càng nhiều. Với tiềm năng và điều kiện phát triển của sản xuất nguyên phụ liệu phục vụ chiến lược nội địa nguyên phụ liệu của ngành Dệt may, trong tương lai sẽ thu hút một lượng vốn ngày càng lớn từ đầu tư nước ngoài.

2.2.2 Những khó khăn tồn tại

2.2.2.1 Hiệu quả kinh doanh thấp

a. Hiệu quả sản xuất kinh doanh

Chỉ có sản xuất phụ liệu (chỉ may) là có hiệu quả kinh doanh cao, nổi bật là Coats Phong Phú và Hệ thống sản xuất chỉ may của Tổng Công ty Phong Phú. Trong khi đó các doanh nghiệp sản xuất sợi và dệt vải thì có hiệu quả kinh doanh còn thấp.

Hiệu quả kinh doanh của các doanh nghiệp sản xuất sợi và dệt vải được phân tích thông qua các chỉ tiêu doanh thu trên vốn kinh doanh, tỷ lệ sinh lời doanh thu, lợi nhuận trên vốn kinh doanh, lợi nhuận trên vốn chủ sở hữu, lợi nhuận trên lao động trong phần 2.1.2 cho thấy:

Hiệu quả kinh doanh của các doanh nghiệp còn thấp có chiều hướng giảm đi, nhất là các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài giảm mạnh nhất trong hai năm

2005 và 2006. Tuy vậy, chính các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài lại có tốc độ tăng doanh thu cao nhất, thể hiện khả năng khai thác thị trường cao.

Xét trên giác độ số lượng các doanh nghiệp kinh doanh có lãi hoặc lỗ thì cho thấy tỷ lệ các doanh nghiệp kinh doanh có lãi vẫn chiếm tỷ trọng cao hơn.

Tuy nhiên, tổng số lỗ thì có xu hướng ngày càng tăng lên, cao nhất là năm 2005 (-8320,8 triệu bình quân một doanh nghiệp). Trong khi tổng số lãi thì không tăng chỉ giữ ở mức ổn định và thấp hơn về số tuyệt đối so với số lỗ, năm đạt cao nhất là 2004 (+3297,3 triệu bình quân trên một doanh nghiệp). Như vậy, tổng số doanh nghiệp có lãi nhiều hơn mà tổng lại lại ít hơn chính tỏ hiệu quả kinh doanh chung toàn ngành thấp.

b. Hiệu quả về khai thác thị trường

Đối với các doanh nghiệp nhà nước và các doanh nghiệp nhà nước cổ phần hoá nhà nước giữ cổ phần chi phối thì quản lý kinh doanh vẫn mang tính chất ngắn hạn chưa có chiến lược. Nên lãnh đạo các doanh nghiệp này thường muốn đầu tư vốn vào lĩnh vực may, nhất là may xuất khẩu, may gia công xuất khẩu chứ không muốn đầu tư vào lĩnh vực dệt nhuộm, sản xuất phụ liệu. Bởi vì đầu tư vào may gia công xuất khẩu thu hồi vốn nhanh, không phải lo tìm kiếm, bảo vệ thị trường. Các doanh nghiệp chưa chú ý nhiều cho việc đầu tư các lĩnh vực, các hoạt động có tính chiến lược, chưa có các giải pháp lâu dài để xây dựng thương hiệu cho doanh nghiệp, cho sản phẩm. Lý do chính là trong tư tưởng quản lý của các nhà quản trị chỉ chú ý kết quả kinh doanh trong nhiệm kỳ mình lãnh đạo mà chưa chú ý đến việc gây dựng một thương hiệu bền vững trên thị trường.

Đối với các doanh nghiệp nhà nước hoặc các doanh nghiệp nhà nước cổ phần hoá mà nhà nước giữ cổ phần khống chế, các nhà quản trị doanh nghiệp (chủ tịch hội đồng quản trị, tổng giám đốc, giám đốc) vẫn do Nhà nước bổ nhiệm theo nhiệm kỳ, thường là 5 năm. Các nhà quản trị chỉ tập chung hoàn thành tốt nhiệm vụ trong nhiệm kỳ của mình mà không có các chiến lược sản xuất kinh doanh dài hạn cho một thời kỳ dài 10 năm, 20 năm hay lâu hơn nữa. Họ cố gắng tìm mọi cách để thực hiện các thương vụ có tính sách lược, tính ngắn hạn nhằm tăng nhanh doanh thu và lợi nhuận trong nhiệm kỳ họ đảm nhiệm. Các nhà quản trị không quan tâm nhiều đến việc xây dựng một thương hiệu vững bền trên thị trường trong nước cũng như quốc tế. Vấn đề là ở chỗ quyền lợi của nhà quản trị và quyền lợi của doanh nghiệp đã bị

tách biệt về mặt thời gian. Nhiều doanh nghiệp còn gặp phải tình trạng có bao nhiêu nguồn lợi thì các nhà quản trị tiền nhiệm đã tranh thủ gặt hái còn các khó khăn, các tồn tại thì đẩy sang nhiệm kỳ sau cho lãnh đạo kế nhiệm phải gánh chịu và giải quyết. Quá trình này cứ được lặp lại và kết quả là hiệu quả kinh doanh yếu kém.

Đối với các doanh nghiệp ngoài nhà nước (khối dân doanh) thì vấn đề xây dựng chiến lược cũng chưa có khả quan, quản lý kinh doanh và khai thác thị trường yếu. Các nhà quản trị trong các doanh nghiệp này vẫn còn bị ảnh hưởng bởi tư duy kinh doanh “chộp dợt”, chưa có tầm nhìn xa, chưa có các biện pháp khai thác thị trường và bảo vệ thị trường. Một số doanh nghiệp đã có ý tưởng xây dựng một thương hiệu bền vững nhưng “lực bất tòng tâm” tiềm lực tài chính bị hạn chế, trình độ quản lý còn yếu kém, các ông chủ doanh nghiệp tư nhân nhỏ hầu như không được học hay đào tạo qua bất kỳ một trường lớp quản trị kinh doanh nào, chủ yếu dựa vào kinh nghiệm bản thân được tích lũy trong thực tế kinh doanh. Các nhà quản trị thuộc các doanh nghiệp này thường là yếu kém về ngoại ngữ và kinh nghiệm kinh doanh nước ngoài, họ vẫn bị ảnh hưởng bởi tâm lý dè dặt khi kinh doanh với nước ngoài, các hợp đồng họ có được chủ yếu là do khách hàng nước ngoài đặt hàng, bản thân doanh nghiệp chưa chủ động tìm kiếm thị trường. Đây cũng là điểm yếu chung cho các doanh nghiệp vừa và nhỏ của Việt Nam.

Nhìn chung hiệu quả quản lý kinh doanh và khai thác thị trường của các doanh nghiệp sản xuất nguyên phụ liệu may mặc Việt Nam còn rất yếu, chưa có tính chiến lược phát triển kinh doanh bền vững, chưa khai thác và tạo dựng thị trường của chính doanh nghiệp, chưa có các biện pháp xây dựng thương hiệu.

2.2.2.2 Khả năng cạnh tranh còn yếu

Thông qua kết quả phân tích khả năng cạnh tranh bằng mô hình kim cương cho thấy khả năng cạnh tranh còn thấp, thể hiện ở các khó khăn trong các yếu tố:

- Điều kiện các yếu tố đầu vào: còn phụ thuộc nhiều vào nguồn nhập khẩu từ nước ngoài, nguồn trong nước chưa phát triển hoặc không có điều kiện phát triển như bông, tầm tơ.

- Điều kiện đầu ra: Khó khăn trong khâu xúc tiến tiêu thụ và xây dựng thương hiệu. Hầu hết các đối tác nước ngoài khi đặt may gia công chưa đặt lòng tin vào chất lượng sản phẩm nguyên phụ liệu may mặc Việt Nam.

- Điều kiện các ngành hỗ trợ liên quan: một số ngành hỗ trợ liên quan có tính chất quyết định chất lượng sản phẩm nguyên phụ liệu như cơ khí chế tạo máy móc, thuốc nhuộm, hoá chất, chất trợ hồ chưa phát triển.

- Điều kiện về chiến lược cạnh tranh: chiến lược cạnh tranh của ngành chưa có tính khả thi cao, ở phạm vi doanh nghiệp thì chưa có các chiến lược dài hạn, chưa xây dựng được các triết lý kinh doanh. Cường độ cạnh tranh cao kể cả thị trường thế giới cũng như thị trường trong nước.

- Điều kiện ngẫu nhiên rủi ro: sự biến động về thị trường nguyên phụ liệu may mặc thế giới rất mạnh, rất khó nhận biết chính xác xu hướng biến động.

- Điều kiện Nhà nước: các hỗ trợ từ phía Nhà nước ngày càng hạn chế.

2.2.2.3 Hoạt động liên kết của các doanh nghiệp sản xuất nguyên phụ liệu và may mặc hiệu quả chưa cao

Từ thực trạng liên kết sản xuất của sợi - dệt – may mặc cho thấy:

- Hiện tại sự liên kết này được thực hiện chủ yếu trong nội bộ từng doanh nghiệp, những doanh nghiệp thực hiện hoạt động liên kết này mang lại hiệu quả kinh tế cao cho cả sản xuất nguyên liệu và may mặc.

- Liên kết giữa các doanh nghiệp khác nhau giữa sợi - dệt – may mặc còn rất yếu, không chặt chẽ, thiếu tính bền vững, chưa có hiệu quả.

Nguyên nhân chủ yếu dẫn đến mối quan hệ chưa hiệu quả giữa sản xuất nguyên phụ liệu và may mặc:

- Giá của vải sợi trong nước kém sức cạnh tranh, so với sản phẩm cùng loại nhập khẩu thì giá vải, sợi trong nước thường cao hơn từ 5% đến 7%. Giá cao là do năng suất lao động thấp, giá thành sản phẩm vải sản xuất trong nước cao hơn các nước khác. Hiện tại giá thành vải của Việt nam cao hơn khoảng 20%-30% giá thành vải của Trung quốc, Pakistan, ấn độ, Indonesia.

- Chất lượng vải chưa cao, mẫu mã, chủng loại chưa đa dạng, phong phú theo yêu cầu của may mặc. Nhiều mẫu vải do các doanh nghiệp may đưa ra các doanh nghiệp dệt, dệt thử nhiều lần không đạt yêu cầu. Chất lượng vải trong nước không ổn định trong các lô hàng, không đáp ứng yêu cầu các doanh nghiệp may về chủng loại, số lượng, mẫu mã, yếu tố kỹ thuật.

- Khả năng đáp ứng yêu cầu của khách hàng thấp, các doanh nghiệp dệt trong nước chưa đủ năng lực đáp ứng yêu cầu của khách hàng về chất lượng sản phẩm,

trình độ hoàn thiện sản phẩm yếu, nhiều trường hợp doanh nghiệp may mặc đưa mẫu vải, doanh nghiệp dệt dệt thử nhiều lần vẫn không đạt yêu cầu.

- Các doanh nghiệp dệt cũng tự nhận thấy họ chưa chủ động trong việc tìm kiếm khách hàng và thiết kế mẫu mới, nhất là trong các doanh nghiệp nhà nước. Nhiều doanh nghiệp còn rất thụ động trong hoạt động marketing, thậm chí còn chưa thấy hết lợi ích của hoạt động marketing.

- Chất lượng nguyên liệu thượng nguồn trong nước kém, không đảm bảo dẫn đến chất lượng vải không đáp ứng yêu cầu của thị trường. Hầu hết nguyên liệu xơ sợi tổng hợp, bông xơ phải nhập từ nước ngoài, khi giá cả nhập khẩu nguyên liệu tăng cao là các doanh nghiệp dệt không đảm bảo được yêu cầu về quy mô, chủng loại, thời gian của các đơn hàng.

Nhu cầu vải trong nước rất cao nhưng các doanh nghiệp dệt không đáp ứng được. Hầu hết vải của các doanh nghiệp sản xuất trong nước chỉ phục vụ cho chính hoạt động may của doanh nghiệp và nhu cầu nội địa ở sản phẩm có chất lượng trung bình thấp.

2.3 NHỮNG VẤN ĐỀ ĐẶT RA TỪ THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN SẢN XUẤT NGUYÊN PHỤ LIỆU MAY MẶC VIỆT NAM

Từ những đánh giá khái quát về thực trạng phát triển sản xuất nguyên phụ liệu may mặc Việt Nam cho thấy phát triển sản xuất nguyên phụ liệu may mặc của Việt Nam tồn tại rất nhiều vấn đề. Muốn phát triển ngành may mặc trở thành ngành xuất khẩu mũi nhọn của nền kinh tế thì cần phải nhận rõ các vấn đề đặt ra từ thực trạng phát triển sản xuất nguyên phụ liệu từ đó mới có thể xây dựng các giải pháp chiến lược nhằm phát triển ngành may bền vững. Dưới đây luận án đưa ra một số vấn đề đặt ra cần quan tâm.

2.3.1 Các chính sách, biện pháp thu hút vốn đầu tư chưa phát huy tác động tích cực

Theo dự báo của Bộ công thương, để hiện thực hoá chiến lược phát triển ngành dệt – may từ năm 2006 đến năm 2015 ngành may Việt Nam cần có số vốn 7 tỷ đô la^[93]. Giai đoạn 2006 – 2010 dệt may Việt Nam cần có số vốn là 3 tỷ đô la đầu tư cho, trong đó đầu tư cho sản xuất nguyên phụ liệu (Sợi, dệt, nhuộm) chiếm 76%^[88].

Trong thời gian từ năm 2002 đến hết năm 2006 ngành dệt may đã đầu tư hơn 2 tỷ đô la, trong đó hơn hai phần ba vào dệt nhuộm và sản xuất phụ liệu. Tập đoàn Formosa của Đài Loan hiện là nhà sản xuất vải, sợi lớn nhất với dự án trên 450 triệu đô la ở Tỉnh Đồng Nai. Với quy mô đầu tư như vậy nhưng chỉ giúp năng lực sản xuất vải và phụ liệu tăng khoảng 10%/năm, trong khi năng lực sản xuất may mặc luôn duy trì tốc độ trên 20%/năm. Năm 2006 Việt Nam sản xuất được khoảng 680 triệu m² vải trong khi tổng nhu cầu vải cả nội địa và may xuất khẩu lên đến 2300 triệu m² [88].

Nếu tốc độ đầu tư đúng theo kế hoạch là 3 tỷ đô la cho giai đoạn 2007-2010, theo tính toán của Bộ Công thương, chỉ đủ duy trì tốc độ tăng trưởng của lĩnh vực sản xuất nguyên phụ liệu may mặc đạt 12%-14%/năm, trong khi ngành may mặc vẫn đang bứt đi với tốc độ trên 30%/năm và có chiều hướng còn tăng cao trong vài năm tới. Điều đó có nghĩa là khoảng cách giữa cung và cầu nguyên phụ liệu trong nước sẽ còn mở rộng.

Với nhu cầu vốn là 3 tỷ đô la cho giai đoạn 2007-2010 thì Tập đoàn dệt may - đầu tàu phát triển của ngành sẽ triển khai 15 dự án lớn, với số vốn đầu tư khoảng 16155 tỷ đồng (tương đương 1 tỷ đô la). Như vậy, ngành may mặc Việt Nam cần huy động thêm 2 tỷ đô la đầu tư các doanh nghiệp đầu tư nước ngoài, từ phát hành cổ phiếu khi cổ phần hoá, từ nguồn vốn đầu tư của các doanh nghiệp khối dân doanh. Hiện nay, tốc độ thu hút vốn đầu tư vẫn rất chậm.

Để đáp ứng nhu cầu của ngành may mặc thì lượng vốn đầu tư cần thu hút theo kế hoạch là 3 tỷ đô la đã là khó khăn song vẫn còn quá nhỏ so với nhu cầu để phát triển, khoảng cách giữa nguồn vốn có thể huy động với nhu cầu đầu tư phát triển ngành ngày càng lớn. Đây là vấn đề có ảnh hưởng rất lớn đến khả năng phát triển sản xuất nguyên phụ liệu may mặc và sự phát triển bền vững của ngành may mặc Việt Nam.

Nguyên nhân dẫn đến tình trạng khó thu hút vốn cho đầu tư phát triển:

- Đầu tư vào lĩnh vực sản xuất nguyên phụ liệu có thời gian thu hồi vốn chậm hơn so với đầu tư vào các dự án may, đặc biệt là may gia công xuất khẩu, Vốn đầu tư vào các dự án sợi, dệt, nhuộm đòi hỏi lượng vốn thường lớn hơn, lao động kỹ thuật nhiều hơn, công nghệ hiện đại, phức tạp hơn các dự án may. Hiệu quả kinh doanh thời gian qua trong lĩnh vực sản xuất nguyên phụ liệu may, nhất là dệt vải thấp hơn so với lĩnh vực may, nhất là may gia công xuất khẩu.

- Các giải pháp thu hút vốn đầu tư nước ngoài chưa thực sự tạo ra sức hút lớn đối với các nhà đầu tư nước ngoài. Từ năm 2005 trở về trước các doanh nghiệp đầu tư nước ngoài vào Việt Nam cũng vẫn chỉ tập trung chủ yếu trong lĩnh vực may còn lĩnh vực dệt nhuộm tốc độ bỏ vốn đầu tư chậm.

+ Các giải pháp thu hút vốn đầu tư đã được đưa ra nhưng triển khai thực hiện lại gặp nhiều khó khăn trong thủ tục hành chính và xét duyệt. Hoặc đưa ra giải pháp nhưng không thực hiện, thực hiện không đúng, hiện tượng quan liêu, nhũng nhiễu trong các cơ quan hành chính còn nhiều.

+ Cơ chế quản lý kinh tế của Việt Nam vẫn mang quán tính của cơ chế bao cấp, làm mất tính tự chủ cho các doanh nghiệp, nhất là các doanh nghiệp nhà nước.

+ Các cơ sở hạ tầng chưa được đầu tư nên không tạo ra sức hút đối với các nhà đầu tư nước ngoài. Các khu công nghiệp đảm bảo các điều kiện hạ tầng cho dệt may về nước và xử lý nước thải chưa nhiều.

+ Các biện pháp khuyến khích, ưu tiên đầu tư không đủ sức thu hút sự quan tâm của các nhà đầu tư, nhất là các doanh nghiệp dân doanh trong nước.

- Các nguyên nhân khác

+ Tâm lý của các doanh nghiệp trong nước, nhất là các doanh nghiệp dân doanh vẫn thiếu tính chiến lược dài hạn, bền vững, chủ yếu tập trung vào các dự án vừa và nhỏ, thời gian thu hồi vốn nhanh nên họ đầu tư nhiều cho may xuất khẩu.

+ Huy động vốn vay ngày càng khó khăn. Các khoản vay ưu đãi của Nhà nước càng ngày thu hẹp, hơn nữa để đủ điều kiện vay ưu đãi không phải là dễ dàng. Đối với các khoản vay dài hạn ngân hàng của các doanh nghiệp cũng chỉ có giới hạn. Các ngân hàng có tư tưởng dè dặt cho vay dài hạn đối với các ngành có vốn đầu tư lớn, thu hồi lại lâu như ngành sợi, dệt, nhuộm cộng với hiệu quả sản xuất của ngành trong thời gian vừa qua rất thấp so với lĩnh vực may (Trong phân tích thực trạng cho thấy các chỉ tiêu hiệu quả của các doanh nghiệp dệt thấp hơn lãi suất cho vay bình quân của ngân hàng rất nhiều), Tài sản thế chấp cả các doanh nghiệp dệt và sản xuất phụ liệu đều ở tình trạng cũ nát, chất lượng thấp (một nửa số thiết bị tồn tại trên 30 năm [88]. Một số công ty như công ty dệt 8-3, Vĩnh Phú, Dệt may Hoà Thọ gặp tình trạng khó khăn về tài chính thì khả năng cho vay của các ngân hàng là rất hạn chế [72].

2.3.2 Chưa có các biện pháp cụ thể thực hiện chiến lược phát triển nguồn nhân lực phù hợp

Nguồn lao động đáp ứng cho nhu cầu của ngành sản xuất nguyên phụ liệu ở Việt Nam có thể nói là vẫn rất dồi dào. Yêu cầu về trình độ lao động của ngành sản xuất nguyên phụ liệu may mặc nhìn chung không cao, tỷ trọng lao động phổ thông chiếm phần lớn trong các doanh nghiệp. Tuy vậy, các doanh nghiệp sản xuất nguyên phụ liệu may mặc Việt Nam vẫn bị thiếu hụt lao động kỹ thuật, lao động lành nghề, lao động có trình độ được đào tạo bài bản và có kinh nghiệm. Các bất cập về phát triển nguồn nhân lực có thể thấy:

- Ngành chưa có các giải pháp cụ thể để thực hiện chiến lược về nguồn nhân lực, việc triển khai chiến lược còn chậm. Theo chiến lược của Bộ Công thương thì đưa ra nhiều giải pháp nhưng việc thực hiện còn quá chậm hoặc không thực hiện được. Chiến lược xây dựng mà không thực hiện thì cũng vô nghĩa. Vấn đề đặt ra là việc triển khai cụ thể cho Tập đoàn Dệt May, cho từng vùng, từng doanh nghiệp, các viện đào tạo như thế nào thì chưa làm được.

- + Chưa có các biện pháp cụ thể để thu hút người học, thu hút lớp học sinh, sinh viên theo học, đây là vấn đề quan trọng.

- + Chế độ đãi ngộ đối với lao động giỏi, lao động có trình độ chưa tạo được sự chú ý, sự thu hút người lao động, học sinh, sinh viên. Điều kiện làm việc trong ngành sản xuất nguyên phụ liệu may vát vã, độc hại, môi trường ô nhiễm nhưng các chế độ phụ cấp độc hại chưa thỏa đáng hoặc không có.

- + Các khóa đào tạo vẫn theo lối cũ, mang nặng tính lý thuyết như tập huấn nghiệp vụ, đào tạo ngắn hạn, thăm quan học tập tại nước ngoài... Các hình thức đào tạo này chưa mang lại hiệu quả thực thụ.

- Chất lượng đào tạo lao động cũng chưa cao, vẫn mang nặng tính lý thuyết mà chưa có năng lực thực hành, lý do trang thiết bị đào tạo tại các cơ sở đã quá lạc hậu so với thực tế sản xuất.

Cùng với sự đổi mới của công nghệ kỹ thuật đáp ứng yêu cầu sản xuất các sản phẩm có chất lượng cao thì đòi hỏi phải có đội ngũ lao động có trình độ cao tương xứng để tiếp cận công nghệ. Thực tế nhiều doanh nghiệp cho thấy, đầu tư máy móc thiết bị hiện đại nhưng công nhân không đủ trình độ làm chủ máy móc thiết bị đã gây rất nhiều lãng phí.

- Phong cách làm việc của đội ngũ cán bộ quản lý còn yếu kém chưa bắt kịp với sự phát triển của nền kinh tế hội nhập. Lực lượng cán bộ chủ chốt trong các doanh nghiệp đều có trình độ đại học, cao đẳng, chuyên môn nghiệp vụ khá nhưng lại yếu về phong cách quản lý, thiếu tác phong công nghiệp, tiếp cận với các phương thức quản lý hiện đại còn ít. Cách thức quản lý đôi khi chưa đi vào hiệu quả thực chất mà còn mang tính quan cách trong lãnh đạo, chưa phát huy được tính năng động sáng tạo của đội ngũ cán bộ quản lý trẻ tuổi. Điều này bị ảnh hưởng bởi quán tính quản lý từ thời bao cấp, cơ chế bổ nhiệm và sử dụng cán bộ lãnh đạo theo nhiệm kỳ ổn định, chưa có sự gắn kết trách nhiệm và quyền lợi, chức vụ.

2.3.3 Hiệu quả các giải pháp nâng cao sức cạnh tranh của sản phẩm thấp

Bộ công thương và ngành đã đưa ra và thực hiện nhiều giải pháp nhằm nâng cao sức cạnh tranh của sản phẩm. Tuy vậy, hiệu quả vẫn không cao, mục tiêu vẫn không đạt được, sức cạnh tranh của sản phẩm nguyên phụ liệu may mặc Việt Nam vẫn thấp. Điểm yếu về sức cạnh tranh sản phẩm của Việt Nam là chất lượng, giá cả, mẫu mã được chỉ ra rất rõ nhưng vấn đề khắc phục thì hầu như chưa làm được.

- Đối với cấp ngành: Các giải pháp nhằm nâng cao sức cạnh tranh chủ yếu mang tính chất nghị quyết, còn việc thực thi thì rất kém.

+ Chưa có các biện pháp quyết liệt trong việc kiểm soát, nâng cao chất lượng sản phẩm trong toàn ngành, việc thực hiện các chứng chỉ theo các hệ thống chất lượng nhiều khi rất hình thức mà chưa đi vào thực chất.

+ Chưa đầu tư cho khâu thiết kế mẫu, các mẫu vải của Việt Nam còn đơn điệu, nghèo nàn.

+ Chưa có các chương trình quảng bá, giới thiệu sản phẩm nguyên phụ liệu may mặc ở quy mô lớn, tầm cỡ quốc tế, hoạt động quảng bá mới chủ yếu tập trung cho lĩnh vực may mặc.

- Đối với bản thân các doanh nghiệp:

+ Hầu hết các doanh nghiệp chưa có được các chiến lược cụ thể nhằm nâng cao sức cạnh tranh mang tính dài hạn, mang tính thực chất mà vẫn với tâm lý kinh doanh kiểu “hót váng” chỉ tập trung vào từng lĩnh vực mang tính ngắn hạn trước mắt. Đặc biệt là các doanh nghiệp nhà nước khi mà lợi ích vật chất của các nhà lãnh đạo và lợi ích của doanh nghiệp có sự cách biệt khá xa.

+ Các doanh nghiệp chưa có sự đầu tư dài hạn trong việc nâng cao chất lượng sản phẩm, quảng bá, thiết lập các kênh phân phối và khai thác thị trường.

2.3.4 Chưa có các biện pháp hữu hiệu cho vấn đề liên kết trong ngành

Liên kết sản xuất giữa các doanh nghiệp là một tất yếu khách quan đối với mọi ngành sản xuất, liên kết sản xuất nhằm tận dụng được các lợi thế về nhanh, ổn định đầu vào và đầu ra của các doanh nghiệp, phát huy được tính chất chuyên môn hoá từ đó nâng cao chất lượng sản phẩm và hiệu quả kinh doanh.

Việt Nam gia nhập WTO dòng thương mại dệt may thế giới sẽ tràn vào thị trường trong nước, sức cạnh tranh sẽ thuộc về các doanh nghiệp có khả năng đáp ứng tốt về số lượng, chất lượng, giá bán, thời gian giao hàng, chi phí giao dịch khi nhập khẩu thấp hơn... Trong điều kiện này, các doanh nghiệp “nhỏ” hơn sẽ khó khăn. Vì vậy, các doanh nghiệp nhỏ cần phải liên kết với các doanh nghiệp lớn, các doanh nghiệp lớn phải hỗ trợ các doanh nghiệp nhỏ nhằm phát huy cao nhất năng lực toàn ngành. Điều đó cho thấy hoạt động liên kết là rất quan trọng trong việc nâng cao khả năng cạnh tranh và phát triển bền vững toàn ngành.

Đối với ngành dệt và sản xuất phụ liệu thì liên kết sản xuất đóng vai trò rất quan trọng trong việc nâng cao khả năng cạnh tranh và phát triển bền vững. Tuy nhiên, đến nay hoạt động liên kết của sản xuất nguyên phụ liệu và may mặc rất lỏng và chưa có hiệu quả. Chưa có các biện pháp hiệu quả cho hoạt động liên kết:

+ Hoạt động của Hiệp hội dệt may là nhân tố và giải pháp tích cực cho hoạt động liên kết song đến nay hoạt động của Hiệp hội đối với việc xúc tiến liên kết giữa các doanh nghiệp trong Hiệp hội vẫn rất thấp và chưa có hiệu quả. Các doanh nghiệp vẫn mạnh ai nấy làm chưa có sự gắn bó hữu cơ trong sản xuất kinh doanh.

+ Ý tưởng thành lập các chuỗi liên kết để phân công thị trường, chống việc khách hàng xé lẻ phá giá được đưa ra nhưng lại chưa thực hiện được.

+ Chưa có các biện pháp thực hiện các mối quan hệ liên kết giữa các doanh nghiệp sản xuất nguyên phụ liệu may mặc trong cùng địa phương, trong cùng các khu công nghiệp.

Đối với các doanh nghiệp dệt và sản xuất phụ liệu mối liên kết này lại rất ít. Hiện tượng đầu tư khép kín theo kiểu tự cấp, tự túc vẫn phổ biến, gây ra hậu quả năng lực sợi dư thừa quá lớn, mất cân đối giữa sợi và dệt. Tình trạng cạnh tranh quyết liệt giữa các doanh nghiệp dệt Việt Nam vẫn xảy ra, thiếu một sự liên kết, hợp

tác. Trong nhiều trường hợp sợi trong nước của một số doanh nghiệp bị thừa nhưng một số doanh nghiệp dệt khác lại vẫn phải nhập khẩu sợi. Nguyên nhân này đã làm giảm khả năng cạnh tranh toàn ngành.

2.3.5 Thực hiện quy hoạch và đầu tư cho phát triển sản xuất nguyên phụ liệu may mặc còn chậm chưa phát huy hiệu quả

Một trong những yếu tố quyết định tới chất lượng sản phẩm của sản xuất vải và sản xuất phụ liệu may mặc là cơ sở hạ tầng, điện, nước và xử lý nước thải. Để giảm thiểu chi phí thì chính phủ cần có quy hoạch các khu công nghiệp có cơ sở hạ tầng chung. Vấn đề này Việt Nam chưa làm được.

Hiện nay công tác quy hoạch vẫn đang trong định hướng chiến lược chung, việc triển khai cụ thể chưa được thực hiện. Các quy hoạch trước đây đã lỗi thời không còn phù hợp với xu hướng hội nhập và các vấn đề xã hội.

Theo chiến lược quy hoạch cũ (1998) là: “Trên cơ sở hiện trạng, củng cố và phát triển 3 trung tâm công nghiệp dệt của cả nước là vùng Đông Nam Bộ và Đồng bằng sông Cửu Long, vùng Đồng bằng Sông Hồng, vùng duyên hải miền Trung”[55]. Chiến lược đã đưa ra nhưng còn quá chung chung nên việc triển khai cụ thể gặp nhiều khó khăn, hơn nữa theo chiến lược này còn rất hạn chế trong việc phát huy các lợi thế cạnh tranh.

Theo chiến lược phát triển mới nhất được Thủ Tướng Chính phủ phê duyệt ngày 10/3/2008, với quan điểm quy hoạch là “Phát triển ngành Dệt May gắn với bảo vệ môi trường và xu thế dịch chuyển lao động nông nghiệp nông thôn. Do chuyển các cơ sở gây ô nhiễm môi trường vào các Khu, Cụm Công nghiệp tập trung để tạo điều kiện xử lý môi trường. Chuyển các doanh nghiệp may sử dụng nhiều lao động về các vùng nông thôn, đồng thời phát triển thị trường thời trang Dệt may Việt Nam tại các đô thị thành phố lớn”.

Một số quy hoạch đã thực hiện thì rất chậm, đó là việc triển khai xây dựng các khu công nghiệp tập trung được đầu tư cơ sở hạ tầng đồng bộ. Hiện nay, ngoài khu công nghiệp dệt may Phố Nối B Hưng yên còn các địa phương khác chưa được triển khai hoặc đang triển khai rất chậm.

Nhìn chung công tác quy hoạch còn chung chung, còn hạn chế trong việc phát huy lợi thế cạnh tranh; việc triển khai quy hoạch cụ thể rất chậm; quy hoạch chưa thể

hiện tính liên kết trong sản xuất. Hiệu quả của công tác quy hoạch chưa cao, đang dừng lại ở quy hoạch chiến lược.

2.3.6 Nguyên liệu thượng nguồn, bông, dâu tằm tơ phát triển yếu

Sản phẩm thượng nguồn có tiềm năng phát triển mạnh ở Việt Nam là cây bông và dâu - tằm - tơ. Đây là những loại cây trồng, những sản phẩm mang tính truyền thống cổ truyền của dân tộc Việt Nam, một quốc gia thuần nông. Trải qua thăng trầm phát triển, lúc thịnh lúc suy, đến nay hai loại cây truyền thống này lại đang trong tình trạng suy thoái, nếu không có chiến lược đầu tư phát triển sẽ có nguy cơ xoá sổ.

Đối với cây bông vải, điều kiện thổ nhưỡng và khí hậu Việt Nam rất thuận lợi cho loại cây này phát triển tốt. Các địa phương có khả năng phát triển mạnh như các tỉnh Bình Thuận, Đồng Nai, Đắk Nông, Đắklăc... Về tiềm năng hoàn toàn có thể đáp ứng khối lượng, yêu cầu cho phát triển may mặc Việt Nam, nếu phát triển tốt có thể đáp ứng 70% đến 80% nhu cầu bông xơ. Theo chiến lược quy hoạch phát triển ngành diện tích trồng có thể lên đến 200000 ha vào năm 2010, với sản lượng 80000 đến 100000 tấn bông xơ. Tuy nhiên, hiện nay ngành bông vải của Việt Nam không những không phát triển mà còn có chiều hướng suy thoái, tính đến năm 2006 diện tích trồng chỉ còn khoảng 20000 ha, cung cấp một khối lượng rất nhỏ, khoảng 10000 tấn bông xơ, đáp ứng 5% nhu cầu trong nước. Đây là còn chưa kể đến chất lượng bông chưa cao, do điều kiện trồng, thu hoạch, bảo quản chưa tốt, chưa có điều kiện áp dụng các khoa học kỹ thuật trong sản xuất, canh tác.

Đối với sản phẩm dâu - tằm - tơ cũng trong tình trạng suy thoái trầm trọng. Tiềm năng phát triển của dâu - tằm - tơ cũng rất lớn, các tỉnh Đồng bằng Sông Hồng, với một diện tích rất lớn đất phù sa thuộc các tỉnh Hưng Yên, Thái Bình, Vĩnh Phúc, Hà Tây, Bắc Ninh... rất phù hợp để phát triển nghề trồng dâu nuôi tằm; thêm vào đó vùng đất đỏ bazan thuộc các tỉnh Tây Nguyên cũng cực kỳ thích hợp với cây dâu tằm, các vùng đã từng mệnh danh là thủ đô của dâu tằm những năm 90 của thế kỷ XX như Bảo Lộc Lâm Đồng. Theo đánh giá của các chuyên gia kinh tế và chiến lược phát triển của Chính phủ Việt Nam thì diện tích dâu tằm có thể phát triển lên đến 50000 ha vào năm 2010, cung cấp một khối lượng lớn tơ phục vụ cho ngành may mặc, và còn có thể phát triển trở thành một sản phẩm truyền thống độc đáo của Việt Nam, có thể phát triển sản phẩm tơ tằm trở thành thương hiệu Việt Nam nổi tiếng trên thế giới. Thực tế phát triển ngành dâu tằm không như mong muốn, diện tích

trồng dâu thu hẹp quá nửa so với 22000 ha - thời kỳ phát triển nhất. Chất lượng kén, chất lượng tơ còn thấp không đáp ứng được yêu cầu của thị trường. Nguyên nhân là do kỹ thuật nuôi trồng của bà con nông dân còn quá thủ công, thô sơ, theo truyền thống, chưa có điều kiện áp dụng khoa học kỹ thuật tiên tiến. Công nghệ ươm tơ của Việt Nam cũng rất lạc hậu, những sản phẩm tơ có chất lượng trên thị trường, được thị trường thừa nhận chủ yếu được sản xuất từ các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài.

2.3.7 Chưa có chiến lược xây dựng và phát triển thương hiệu

Về quản lý kinh doanh, vẫn còn mang tính ngắn hạn, chủ yếu tập trung vào các lĩnh vực có doanh thu, lợi nhuận trước mắt cao là may gia công xuất khẩu mà chưa có tầm nhìn chiến lược phát triển bền vững của doanh nghiệp cũng như của ngành.

Các thương hiệu Dệt – May đã được khẳng định trên thị trường chủ yếu tập trung trong lĩnh vực may như May 10, May Việt Tiến, May Nhà Bè, May, May Sài Gòn, May Đồng Nai... Còn lĩnh vực dệt lại rất ít, nhất là các doanh nghiệp dệt thuần túy, một số thương hiệu đã được khẳng định trên thị trường trong nước cũng như quốc tế như Thái Tuấn, An Phước, Thành Công... là do các doanh nghiệp này đã chú trọng nỗ lực trong một thời gian dài thực hiện chiến lược kinh doanh, đẩy mạnh sản xuất các sản phẩm chủ lực, tính khác biệt của sản phẩm, quản lý chất lượng phù hợp với tiêu chuẩn quốc tế[42].

Còn lại hầu hết các doanh nghiệp dệt vải vẫn đang sản xuất các sản phẩm phổ thông, không có bản sắc riêng, tính khác biệt sản phẩm không cao... tất nhiên không phát triển được thương hiệu trên thị trường. Và như vậy đang phải chịu sức ép cạnh tranh về giá ngày càng lớn của các doanh nghiệp Trung Quốc, Ấn Độ...

Nguyên nhân là do các nhà quản trị trong các doanh nghiệp chỉ chú ý đến lợi ích kinh tế trước mắt là chưa xây dựng các chiến lược kinh doanh lâu dài. Tâm lý chung của các nhà quản trị trong các doanh nghiệp nhà nước thì tập trung vào việc nâng doanh thu và lợi nhuận trong nhiệm kỳ mà mình lãnh đạo, nhiệm kỳ sau do lãnh đạo kế nhiệm phải lo nên các chiến lược dài hạn duy trì qua nhiều đời lãnh đạo là rất ít. Còn đối với các doanh nghiệp dân doanh cũng bị ảnh hưởng bởi tâm lý kinh doanh chung của Việt Nam chỉ nhìn vào các lợi ích kinh tế trước mắt, chưa xây dựng được các triết lý kinh doanh dài hạn. Các doanh nghiệp chưa thực sự thấu hiểu tầm quan trọng cũng như vai trò của thương hiệu và việc xây dựng thương hiệu. Các giải

pháp về xây dựng thương hiệu như: thiết kế tên thương hiệu (tên doanh nghiệp, tên sản phẩm, biểu tượng...), bảo vệ thương hiệu (chiến lược chất lượng, chiến lược khác biệt hoá...), phát triển thương hiệu (chiến lược quảng bá, đảm bảo quyền lợi khách ...) chưa được quan tâm, chưa được đầu tư.

KẾT LUẬN CHƯƠNG 2

Trong những năm qua, với sự phát triển chênh lệch nghiêm trọng giữa ngành may và ngành sản xuất nguyên phụ liệu may mặc đã đặt ra rất nhiều vấn đề bất cập. Ngành may với tốc độ tăng trưởng trên 20%/năm trong khi tốc độ tăng trưởng của ngành sản xuất nguyên phụ liệu chỉ đạt mức trên dưới 10%/năm, dẫn đến khoảng cách giữa cung và cầu về sản phẩm nguyên phụ liệu ngày càng xa. Khoảng cách phát triển ngành may và ngành sản xuất nguyên phụ liệu may càng xa thì tính bền vững càng kém.

Nội dung chương 2 đã phân tích, làm rõ thực trạng của sản xuất nguyên phụ liệu may mặc Việt Nam giai đoạn từ năm 2000 đến 2006. Từ đó chỉ rõ các vấn đề đặt ra từ thực trạng phát triển sản xuất nguyên phụ liệu may mặc Việt Nam hiện nay.

Thứ nhất: Trình bày khái quát quá trình phát triển của ngành sản xuất nguyên phụ liệu may mặc Việt Nam từ năm 1954 đến năm 1999, tập chung chủ yếu là ngành dệt – nguyên liệu chính.

Thứ hai: Phân tích, đánh giá thực trạng phát triển sản xuất nguyên phụ liệu may mặc Việt Nam giai đoạn 2001 – 2007. Phân tích trên các mặt:

+ Phân tích hiệu quả kinh doanh của các doanh nghiệp trong ngành, thông qua các chỉ tiêu phản ánh hiệu quả kinh doanh;

+ Phân tích năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp sản xuất nguyên phụ liệu may mặc, thông qua việc vận dụng mô hình kim cương của M.Porter. Thông qua việc phân tích đã chỉ rõ những thuận lợi cũng như những khó khăn, tồn tại từ thực trạng phát triển sản xuất nguyên phụ liệu may mặc Việt Nam.

+ Thực trạng liên kết trong phát triển sản xuất nguyên phụ liệu may mặc Việt Nam;

Thứ ba: Từ việc phân tích, đánh giá thực trạng sản xuất nguyên phụ liệu may mặc Việt Nam luận án đưa ra 7 vấn đề bất cập cần giải quyết, gồm:

1. Các chính sách, biện pháp thu hút vốn đầu tư chưa có hiệu quả;

2. Chưa có các biện pháp cụ thể thực hiện chiến lược phát triển nguồn nhân lực phù hợp;

3. Hiệu quả các giải pháp nâng cao sức cạnh tranh của sản phẩm thấp;

4. Chưa có các biện pháp cho vấn đề liên kết trong ngành;

5. Thực hiện quy hoạch đầu tư còn chậm chưa phát huy hiệu quả;

6. Nguyên liệu thượng nguồn, bông, dâu tằm tở phát triển yếu;

7. Chưa có chiến lược xây dựng và phát triển thương hiệu.

Vấn đề còn nhiều, thách thức lớn nhưng cơ hội, tiềm năng cho phát triển sản xuất nguyên phụ liệu, đảm bảo phát triển ngành may mặc- ngành kinh tế mũi nhọn một cách bền vững cũng rất lớn. Việc chỉ ra những vấn đề bất cập trong phát triển sản xuất nguyên phụ liệu may mặc là cơ sở quan trọng để đưa ra các giải pháp khắc phục, phát huy tiềm năng để phát triển.

CHƯƠNG 3

GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN

SẢN XUẤT NGUYÊN PHỤ LIỆU MAY MẶC VIỆT NAM

3.1 CƠ HỘI VÀ THÁCH THỨC ĐỐI VỚI PHÁT TRIỂN SẢN XUẤT NGUYÊN PHỤ LIỆU MAY MẶC VIỆT NAM

3.1.1 Xu hướng phát triển ngành may mặc Việt Nam

3.1.1.1 Thị trường may mặc có xu hướng ngày càng mở rộng

a. Thị trường nước ngoài

Nhu cầu thị trường may mặc thế giới vẫn ngày càng tăng lên, theo nhận định của các nhà quản lý ngành dệt may, trong 5 năm từ năm 2002 đến 2006 thị trường dệt may thế giới tăng trưởng bình quân tốc độ 6%/năm cho sản phẩm dệt và 8%/năm [98] cho sản phẩm may mặc. Tổng nhập khẩu hàng hoá dệt may trên toàn thế giới năm 2005 là 480 tỷ đô la và trong 5 năm tới mức tăng trưởng bình quân là 8%/năm với tổng kim ngạch vào năm 2010 ước đạt 700 tỷ đô la [99]. Theo đánh giá thì lợi thế cạnh tranh đang thuộc về hầu hết các nước đang phát triển tại châu Á. Trong đó, Trung Quốc sẽ chiếm 50% thị phần, Ấn Độ 6% và còn lại là các nước Pakistan, Bangladesh, Srilanka, Việt Nam, Campuchia...

Có thể thấy thị trường thế giới vẫn còn tăng trưởng với tốc độ rất cao đây là cơ hội phát triển cho ngành may mặc Việt Nam. Hơn thế nữa, với chính sách hội nhập kinh tế sâu rộng, và toàn diện, với việc Việt Nam gia nhập WTO 2006 thì thị trường thế giới thực sự trở thành cơ hội lớn cho ngành may Việt Nam.

Năng lực xuất khẩu của ngành may mặc Việt Nam trong thời gian vừa qua rất lớn và có tốc độ tăng trưởng cao. Kim ngạch xuất khẩu từ năm 1997 đến nay luôn giữ vị trí đứng đầu toàn ngành công nghiệp, với tốc độ tăng trưởng bình quân đạt 22,6%/năm, trong vòng 5 năm trở lại đây, tốc độ tăng trưởng bình quân cho xuất khẩu đạt 25%/năm. Trong thời gian 5 năm tới khả năng tăng trưởng kim ngạch xuất khẩu của ngành dự kiến sẽ đạt khoảng 20%/năm. Với khả năng, năng lực phát triển của ngành và xu thế mở rộng của thị trường thế giới sẽ là cơ hội tốt để cho ngành may mặc Việt Nam phát triển.

b. Thị trường trong nước

Thị trường trong nước cũng ngày càng được mở rộng, tính đến năm 2005 dân số Việt Nam đạt con số trên 83,1 triệu người[60], với tốc độ tăng trưởng kinh tế

trong những năm gần đây luôn đạt mức độ cao trong khu vực và trên thế giới, năm 2007 tốc độ tăng trưởng kinh tế đạt 8,48%[127]. So với các nước trong khu vực thì tốc độ tăng trưởng kinh tế của Việt Nam luôn giữ ở mức cao. Thể hiện ở bảng 3.1

Bảng 3.1 Tốc độ tăng trưởng kinh tế Việt Nam (GDP) và một số nước trong khu vực từ năm 2000-2006

(Đơn vị: %)

Năm	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Việt Nam	6,79	6,89	7,08	7,34	7,79	8,43	7,8
Trung Quốc	8,0	7,5	8,3	9,3	9,5	9,2	10,5
Singapore	9,41	- 2,1	3,0	2,46	8,41	5,7	7,4
Thái lan	4,75	2,17	5,33	6,87	6,05	4,0	4,4
Malaixia	8,86	0,3	4,15	5,31	7,06	5,1	5,5
Indonexia	4,92	3,83	4,38	4,88	5,13	5,3	5,4
Philipin	5,97	2,96	3,12	4,7	6,15	5,1	5,3

Nguồn: [94], [95], [96]

Tốc độ tăng trưởng kinh tế cao, mức sống của người dân ngày càng được nâng lên, nhu cầu tiêu dùng ngày càng lớn, thị trường ngày càng được mở rộng, thị trường may mặc cũng không ngừng phát triển.

Tính đến 2006 thị trường nội địa đối với hàng may mặc chiếm 7% tổng mức bán lẻ, đạt 1,8tỷ đô la[11] trong khi xuất khẩu là 5,83 tỷ đô la. Một nghịch lý, một ngành công nghiệp có kim ngạch xuất khẩu lớn nhất thì thị trường trong nước lại đang để cho các doanh nghiệp nước ngoài chiếm lĩnh (chủ yếu là sản phẩm của Trung Quốc)

Theo thông tin dự báo vừa công bố của Economist Intelligence Unit (EIU), cơ quan chuyên đưa ra các phân tích dự báo về kinh tế toàn cầu, nhánh nghiên cứu của tạp chí The Economist – Nhà kinh tế, dự báo tốc độ tăng trưởng kinh tế của Việt Nam giai đoạn 2006 – 2010 đạt 7%/năm so với 4% mức trung bình của thế giới và chỉ đứng sau Trung quốc 7,8%/năm [100]. Với mức tăng trưởng kinh tế 7%/năm trong 5 năm tới, Việt Nam tiếp tục đứng thứ hai thế giới trên Ấn Độ (6,6%), Indonexia (5,6%), Malaixia (5,3%), Tháilan (4,5%). Trong mười năm tiếp theo sẽ giảm dần tốc độ giữ ở mức khoảng 5% đến 6% , mặc dù chậm lại, song báo cáo của EIU mức phát triển kinh tế của Việt Nam vẫn rất ấn tượng. Với các số liệu dự báo

cho thấy tốc độ phát triển kinh tế trong tương lai của Việt Nam cao và rất ổn định, yếu tố quan trọng làm tăng nhanh thu nhập của người dân Việt Nam.

Khi nền kinh tế càng phát triển, thu nhập của người dân ngày càng cao thì chi tiêu cho ăn uống có xu hướng ngày càng giảm và chi tiêu cho may mặc ngày càng tăng. Theo số liệu thống kê thì cơ cấu chi tiêu cho may mặc của người dân Việt Nam hiện nay chiếm khoảng trên 7% và có xu hướng sẽ tăng cao hơn cùng với tốc độ tăng trưởng của nền kinh tế, tốc độ tăng thu nhập của người dân. Theo số liệu thống kê, cùng với sự phát triển của nền kinh tế thì nhu cầu cho may mặc cũng tăng lên.

Bảng 3.2 Cơ cấu chi tiêu của dân cư qua các năm (%)

Cơ cấu chi tiêu	1990	1995	1996	1997	1998
1. Chi ăn uống	73,2	66,1	65	64,8	64,7
2. Chi may mặc	3,2	6,5	6,7	6,8	6,8
3. Chi đi lại	3,0	7,2	7,3	7,5	7,5
4. Chi học hành	2,5	4,6	4,7	4,8	4,9
5. Y tế sức khỏe	6,3	8,4	8,5	8,5	8,6
6. Vui chơi giải trí	0,9	3,7	3,8	3,7	3,8
7. Các khoản chi khác	10,9	3,8	4,0	3,9	3,7
Tổng	100	100	100	100	100

Nguồn: Thời báo kinh tế Sài Gòn, số 1 năm 2000

Thị trường nội địa của ngành may được mở rộng, khả năng phát triển ngành may mặc vẫn rất lớn. Có thể nói giai đoạn hiện nay là giai đoạn rất đặc biệt của ngành dệt may Việt Nam, chúng ta đã hội nhập hoàn toàn với dệt may thế giới. Ngành dệt may Việt Nam đang đứng trước những cơ hội rất lớn để thu hút đầu tư nước ngoài, mở rộng thị trường thế giới, tạo điều kiện thuận lợi để ngành dệt may trở thành ngành kinh tế mũi nhọn trong tương lai.

3.1.1.2 Xu hướng phát triển ngành may mặc Việt Nam đến năm 2020

Cùng với quá trình đổi mới phát triển kinh tế đất nước từ năm 1986 đến nay các ngành công nghiệp đã không ngừng phát triển, đóng góp to lớn vào sự phát triển chung của nền kinh tế, trong đó ngành may mặc là một trong những ngành có tốc độ tăng trưởng nhanh nhất. Tốc độ tăng trưởng của ngành may qua các năm được thể hiện trong bảng 3.3

Bảng 3.3 Tốc độ tăng trưởng của ngành may mặc từ năm 1998 -2007 (%)

Năm	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Toàn ngành công nghiệp	12,5	11,6	17,5	14,6	14,8	16,8	16	17,1	17,0	17,1
Ngành may mặc	7,9	11,8	15,8	13,6	19,2	27,9	22,2	21,3	20,6	20
Kim ngạch xuất khẩu	-3,46	20,4	8,34	4,4	38,3	32,1	22,7	9,2	20,6	31

Nguồn: [94], [96], [60], [122]

Tốc độ tăng trưởng bình quân toàn ngành từ năm 1997 đến 2007 là 15,17%/năm, trong đó ngành may tốc độ tăng trưởng bình quân là 18,58%. Trong bốn năm trở lại đây tốc độ tăng trưởng luôn cao trên 20%/năm cho thấy khả năng phát triển của ngành công nghiệp may mặc trong tương lai vẫn rất lớn, theo xu hướng dịch chuyển các ngành công nghiệp giữa các quốc gia thì trong vòng 20 năm tới ngành may mặc của Việt Nam vẫn có tốc độ tăng trưởng cao.

Theo chiến lược phát triển ngành công nghiệp dệt may đến năm 2015, có xét đến năm 2020 ngành may vẫn duy trì tốc độ tăng trưởng từ 16%-18%/năm trong giai đoạn 2006-2010; 12%-14% trong giai đoạn 2011-2020, đồng thời đạt tăng trưởng xuất khẩu 20%/năm giai đoạn 2006-2010 và 15% trong giai đoạn 2011-2020 [58].

Bảng 3.4 Một số chỉ tiêu dự báo trong chiến lược phát triển ngành Dệt May

Chỉ tiêu	Đơn vị tính	2006	2007	2010	2015	2020
Doanh thu	Triệu \$	7800	-	14800	22500	31000
Xuất khẩu	Triệu \$	5834	7780	1200	18000	25000
Tỷ lệ nội địa hóa	%	32	-	50	60	70

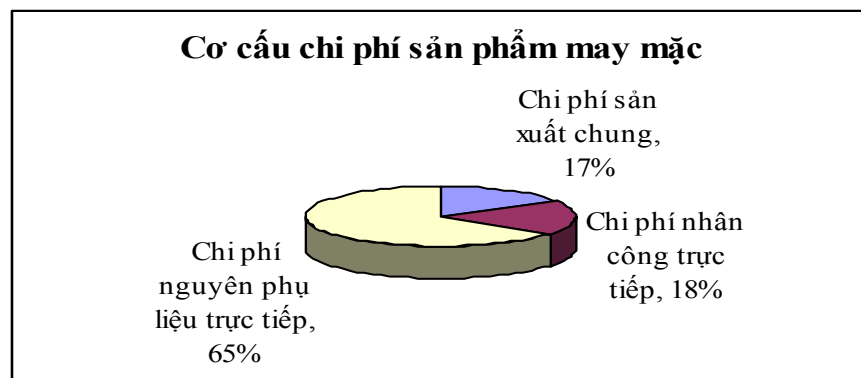
Nguồn: [58]

Mục tiêu đặt ra của Hiệp hội Dệt may Việt Nam sẽ đạt kim ngạch xuất khẩu 10-12 tỷ đô la vào năm 2010. “Với tốc độ tăng trưởng mạnh trong các năm qua, với sự quan tâm của Nhà nước, sự nỗ lực của Hiệp hội dệt may, các doanh nghiệp để tháo gỡ những khó khăn, đặc biệt để đối phó với các rào cản thương mại, thực hiện tốt chiến lược phát triển sản xuất nguyên phụ liệu thì khả năng đạt được các mục tiêu trên là hoàn toàn khả thi” - Nhận định của lãnh đạo Hiệp hội Dệt may Việt Nam [102].

Ngành may mặc phát triển mạnh tất yếu nhu cầu nguyên phụ liệu đầu vào sẽ ngày càng cao, đây là vấn đề có đang được các cơ quan quản lý và các doanh nghiệp ngành may mặc Việt Nam quan tâm. Sự phát triển của Ngành may mặc tạo ra cơ hội, thị trường đầu ra cho ngành sản xuất nguyên phụ liệu.

Với thị trường rộng mở cả trong nước cũng như nước ngoài, ngành may mặc Việt Nam đang trên đà phát triển mạnh mẽ. Khả năng phát triển của ngành may Việt Nam trong tương lai là rất lớn, một tất yếu là nhu cầu nguyên phụ liệu ngày càng cao.

Theo[24] số liệu thống kê của các doanh nghiệp sản xuất thì tỷ lệ chi phí nguyên phụ liệu chiếm trong tổng chi phí sản xuất sản phẩm may mặc rất lớn khoảng 65% tổng chi phí, hình 3.1



Hình 3.1 Mô hình cơ cấu chi phí sản phẩm may mặc

Chi phí nguyên vật liệu trực tiếp chiếm khoảng 65%, là các chi phí cấu thành nên sản phẩm may mặc, bao gồm: nguyên liệu chính như vải các loại, vật liệu phụ như chỉ, cúc, khoá, nhãn, móc...

Chi phí nhân công trực tiếp chiếm khoảng 18% bao gồm chi phí về lương và các khoản trích theo lương.

Chi phí sản xuất chung chiếm khoảng 17% gồm các chi phí liên quan đến quá trình quản lý phục vụ tại các phân xưởng may như chi phí khấu hao tài sản cố định, chi phí nhân viên quản lý phân xưởng, chi phí về công cụ, dụng cụ sản xuất, các chi phí dịch vụ mua ngoài.

Với vai trò là yếu tố cấu thành nên sản phẩm, không thể thiếu, yếu tố quyết định đến chất lượng sản phẩm, quyết định giá trị gia tăng của sản phẩm. Chi phí nguyên phụ liệu là chi phí biến đổi, sẽ tăng lên tỷ lệ thuận với tốc độ tăng giá trị sản lượng sản xuất, doanh thu bán hàng, giá trị xuất khẩu theo tỷ lệ 65%. Với tốc độ tăng trưởng sản xuất, doanh thu và xuất khẩu cao tất yếu nhu cầu nguyên phụ liệu sẽ tăng cao từ nay đến 2020. Theo tính toán của ngành Dệt May nhu cầu vải sử dụng vào năm 2010 là 3,5 tỷ m², dự kiến trong nước sẽ sản xuất 1 tỷ m²[107].

3.1.2 Cơ hội và thách thức đối với việc đảm bảo nguyên phụ liệu trong nước cho phát triển ngành may mặc

3.1.2.1 Các cam kết hội nhập quốc tế tác động đến sự phát triển sản xuất nguyên phụ liệu may mặc Việt Nam.

Cùng với tiến trình hội nhập quốc tế trên mọi lĩnh vực, nhất là lĩnh vực kinh tế, Việt Nam đã tham gia hàng loạt các cam kết quốc tế, gồm: Khu vực mậu dịch tự do ASEAN (AFTA), Khu vực mậu dịch tự do ASEAN - Trung Quốc (ACFTA), Hiệp định Thương mại Việt Nam - Mỹ (BTA) và đặc biệt là việc gia nhập WTO.

- Ngày 28/1/1992, 6 nhà lãnh đạo các nước ASEAN đã ký kết một Hiệp định Khung nhằm tiến tới thành lập Khu vực Mậu dịch Tự do ASEAN (AFTA) trong vòng 15 năm, tức là vào năm 2007. Bộ trưởng Kinh tế các nước này cũng đã thông qua Biểu Thuế quan Ưu đãi có Hiệu lực Chung (CEPT), coi đó như một cơ chế để làm giảm đáng kể và tiến tới thanh toán hẳn các mức thuế quan đối với các sản phẩm công nghiệp. Ngoài hiệp định về thuế quan, họ còn nhất trí thanh toán các hàng rào phi thuế quan giữa các nước thành viên ASEAN (AMCs). Năm 1995, các nhà lãnh đạo các nước ASEAN đã quyết định thúc đẩy nhanh tiến trình thực hiện CEPT đối với AFTA. Đặc biệt, họ đã nhất trí hạ thấp mức thuế quan đối với tất cả các loại sản phẩm nằm trong danh sách các hạng mục CEPT đã được 6 nước thành viên ban đầu của ASEAN ký kết xuống đến mức từ 0-5% vào tháng 1 năm 2003, thay vì phải đợi đến năm 2007

- Tháng 11/2002, các nước ASEAN và Trung Quốc ký Hiệp định khung về hợp tác kinh tế toàn diện giữa ASEAN và Trung Quốc bao gồm thương mại hàng hoá, thương mại dịch vụ, đầu tư và sở hữu trí tuệ. Nội dung quan trọng và chủ yếu nhất là thành lập khu vực mậu dịch tự do ASEAN - Trung Quốc (ACFTA) trong vòng 10 năm, có sự đối xử đặc biệt và khác biệt dành cho các nước mới gia nhập ASEAN gồm Campuchia, Lào, Myanmar và Việt Nam.

Chương trình cắt giảm thuế quan Việt Nam Trung Quốc cho các hàng hoá thông thường được bắt đầu thực hiện từ tháng 7/2005. Theo đó, các mặt hàng đều được tiến hành cắt giảm với nguyên tắc mặt hàng nào có thuế suất cao sẽ cắt giảm nhiều hơn. Đến năm 2009, đa số sẽ giảm xuống còn tối đa là 15%; đến 2013 sẽ thực hiện tự do hoá hoàn toàn xuống từ 0 đến 5%.

Chương trình thu hoạch sớm Việt Nam - Trung Quốc thực hiện trong 5 năm (2004 - 2008). Riêng đối với Việt Nam, từ ngày 01/01/2004, Trung Quốc cắt giảm dần 206 dòng thuế nhập khẩu từ Việt Nam và Việt Nam cắt giảm dần 88 dòng thuế nhập khẩu từ Trung Quốc xuống bằng 0% trước ngày 01/01/2008.

- Ngày 13/7/2000, Hiệp định Thương mại Việt Nam - Mỹ (BTA) đã được ký kết và chính thức có hiệu lực từ ngày 10/12/2001. Theo cam kết trong Hiệp định, từ năm 2005, mức thuế trung bình của 195 dòng thuế hàng hoá nông sản, chủ yếu là nông sản chế biến của Mỹ nhập khẩu vào Việt Nam giảm từ 35,5% xuống còn 25,7%. Ngoài ra, Việt Nam còn cam kết loại bỏ dần các hàng rào phi thuế, mở rộng quyền kinh doanh, quyền phân phối cho doanh nghiệp Mỹ trong vòng từ 3 đến 5 năm sau khi Hiệp định có hiệu lực; thực hiện các biện pháp vệ sinh dịch tễ theo đúng quy định của WTO; tham gia Công ước quốc tế về bảo hộ giống cây trồng...

- Ngày 5/11/2006 Việt Nam chính thức gia nhập WTO với các cam kết, nguyên tắc chung phải thực hiện như Quy chế đãi ngộ tối huệ quốc (MFN), Quy chế đãi ngộ quốc gia (Nhà thầu), tính minh bạch; lĩnh vực nông nghiệp còn phải thực hiện các cam kết, bao gồm: mở cửa thị trường hàng hoá (cam kết thuế và loại bỏ hàng rào phi thuế); chính sách nông nghiệp (hỗ trợ trong nước và trợ cấp xuất khẩu); chính sách hỗ trợ đối với hàng phi nông nghiệp - Hiệp định trợ cấp (lâm nghiệp, muối); cam kết trong lĩnh vực vệ sinh, kiểm dịch động thực vật (Hiệp định SPS); Cam kết trong lĩnh vực dịch vụ, gồm các loại hình dịch vụ trong nông nghiệp (thú y, nông nghiệp, lâm nghiệp), dịch vụ kinh doanh; Về sở hữu trí tuệ: tham gia Công ước bảo hộ giống cây trồng mới (UPOV); Về đầu tư: loại bỏ các hạn chế đầu tư nước ngoài (FDI) trong nông nghiệp.

Việc tham gia và thực hiện các cam kết kinh tế Việt Nam nói chung và sản xuất nguyên phụ liệu may mặc nói riêng có được nhiều cơ hội song bên cạnh đó cũng không ít tác động, không ít thách thức.

Đối với sản xuất nguyên phụ liệu may mặc, nhất là sản xuất sợi và dệt vải nói riêng và dệt may nói chung chịu rất nhiều tác động. Dệt may là ngành xuất khẩu chủ lực của Việt Nam và cũng chịu tác động lớn từ những cam kết vào WTO. Tác động của những cam kết không chỉ từ những thay đổi về thuế nhập khẩu mà còn từ những ảnh hưởng chung của nền kinh tế.

Thuế nhập khẩu phải thực hiện việc cắt giảm ngay khi Việt Nam gia nhập WTO. Nhóm hàng xơ, sợi giảm thuế nhập khẩu từ 20% xuống còn 5%, nhóm hàng vải giảm từ 40% xuống còn 12%; quần áo, đồ may sẵn phải giảm từ 50% xuống 20%[126].

Các doanh nghiệp dệt may cho rằng áp lực quá lớn đối với họ vì sự cạnh tranh từ bên ngoài ngay khi Việt Nam thực hiện ngay các cam kết thay vì có lộ trình như các ngành khác. Tham gia WTO, Việt Nam thực hiện cắt giảm thuế nhiều mặt hàng nhưng hầu hết đều có lộ trình, trong khi ngành dệt may không được hưởng ân hạn này. Có nghĩa họ không có thời gian để chuẩn bị mà phải cạnh tranh ngay. Việc cắt giảm thuế ngay đối với ngành dệt may được cho là để đánh đổi việc bãi bỏ quota, tức là mở ra cơ hội thị trường lớn đặc biệt là Mỹ cho ngành dệt may, điều mà những ngành được ân hạn lộ trình khác không có.

Việc cắt giảm thuế sẽ tạo ra những thay đổi lớn ở thị trường nội địa. Đó là những tổ hợp các công ty nhỏ trong lĩnh vực dệt sẽ rất khó khăn và việc đóng cửa hàng loạt doanh nghiệp trong ngành là hoàn toàn có thể. Việc cắt giảm thuế suất thuế nhập khẩu là cơ hội để các thương hiệu vải đẩy mạnh hoạt động tại thị trường Việt Nam. Phân tích từ Trung tâm Xúc tiến thương mại và Đầu tư TP Hồ Chí Minh cho thấy, vấn đề mấu chốt trong cuộc cạnh tranh này là kênh phân phối và thương hiệu, vốn là những lĩnh vực yếu của doanh nghiệp Việt Nam. Kết quả cuộc cạnh tranh là gì? Là các thương hiệu về dệt của Việt Nam sẽ nhường chỗ cho các thương hiệu nước ngoài và sự sụt giảm lượng khách đáng kể tại các nhà may do nhu cầu sử dụng hàng nước ngoài giá rẻ tăng cao.

Theo Hiệp hội Dệt may Việt Nam cho biết, sắp tới, các nhà sản xuất hàng dệt may trong nước sẽ phải cạnh tranh khốc liệt khi sản phẩm của nước ngoài ồ ạt vào Việt Nam, nhất là các nước có cạnh tranh lớn như Trung Quốc, Ấn Độ... Thời gian tới, nếu ngành dệt may trong nước không tích cực đầu tư làm chủ khâu nguyên liệu, thiết kế mẫu mã, thì sẽ mất dần lợi thế cạnh tranh, vì thế DN trong nước không thể không nâng cao sức cạnh tranh từ đổi mới công nghệ đến chất lượng và giá cả.

Đối với Trung Quốc và các nước ASEAN, cam kết giảm thuế của Việt Nam với Tổ chức Thương mại thế giới (WTO), Khu vực tự do mậu dịch ASEAN (AFTA), Khu vực mậu dịch tự do ASEAN - Trung Quốc (ACFTA) đối với các mặt hàng vải và sợi đã tạo thêm sức ép lên doanh nghiệp là lớn hơn cả. Một mặt, thuế các sản

phẩm sợi polyester để dệt vải được nhập khẩu từ các nước ASEAN đã tăng từ 0 lên 5%. Mặt khác vải nhập khẩu từ các nước bên ngoài ASEAN sẽ giảm từ 40% xuống còn 12%. Với mức thuế này, tới đây vải nhập khẩu đã có thể cạnh tranh được với vải trong nước. Thị phần vải dệt trong nước rất có thể sẽ bị thu hẹp đáng kể.

Mặc dù chưa giảm thuế, chủ yếu phải nhập qua đường không chính thức nhưng hiện nay vải Trung Quốc đã chiếm tới 60% thị phần trong nước. Theo thông tin kinh doanh tại chợ vải Soái Kinh Lâm Thành phố Hồ Chí Minh do được giảm thuế, tới đây vải Trung Quốc sẽ được nhập vào Việt Nam qua đường chính thức với giá rẻ... đến không ngờ. Khảo sát thị trường vải tại Thượng Hải Trung Quốc các thương nhân cho biết giá vải đang bán tại Thành phố Hồ Chí Minh không chênh lệch bao nhiêu so với giá mà các nhà sản xuất Trung Quốc chào. Nếu tính cả thuế nhập khẩu, vải Trung Quốc cũng chỉ nhỉnh hơn vải trong nước khoảng vài ngàn đồng/mét, trong khi mẫu mã lại đa dạng hơn rất nhiều. Thuế giảm cũng kéo giá vải nhập khẩu từ các nước ngoài ASEAN giảm. Tuy nhiên, tính ra giá vải từ các nước này vẫn cao hơn cả chục lần so với vải Trung Quốc và cao hơn 5-6 lần so với vải từ các nước ASEAN. Với các sản phẩm này, có thể sức mua không tăng mạnh nhưng cũng mang lại cho người tiêu dùng thêm sự lựa chọn.

Các thách thức mà ngành sản xuất nguyên phụ liệu may mặc phải đối mặt khi Việt Nam tham gia các cam kết hội nhập quốc tế rất lớn. Tuy nhiên, điều này sẽ thúc đẩy các ngành nâng cao khả năng cạnh tranh để phát triển, tổng thể nền kinh tế sẽ hoạt động có hiệu quả hơn.

3.1.2.2 Những cơ hội và thách thức đối với việc đảm bảo nguyên phụ liệu tại chỗ cho ngành may

a. Cơ hội

Ngành sản xuất nguyên phụ liệu may mặc đang đứng trước những cơ hội rất lớn để phát triển:

- (1) Thị trường nguyên phụ liệu may mặc Việt Nam ngày càng mở rộng.

Qua các số liệu cho thấy tốc độ tăng trưởng của ngành may mặc Việt Nam trong thời gian vừa qua và các số liệu dự báo khả năng phát triển trong tương lai vẫn rất mạnh. Năm 2007 kim ngạch xuất may mặc đạt 7,78 tỷ đô la, chính thức vượt đầu thô, trở thành ngành công nghiệp dẫn đầu về xuất khẩu của Việt Nam. Ngành may

mặc phát triển càng mạnh thì nhu cầu nguyên phụ liệu sẽ tăng theo tỷ lệ thuận tương ứng.

Thị trường thế giới có xu hướng ngày càng mở rộng khi nhu cầu ngày càng tăng theo mức sống của người dân cộng với xu hướng chuyển dịch sản xuất của ngành sản xuất nguyên phụ liệu may mặc từ các nước có kinh tế giàu có hơn sang các nước có nền kinh tế yếu hơn như Việt Nam.

Nhu cầu nguyên phụ liệu tăng nhanh là một cơ hội lớn để phát triển ngành sản xuất nguyên phụ liệu may mặc. Thị trường nội địa rất lớn đang mở ra cơ hội cho ngành sản xuất nguyên phụ liệu.

(2) Tăng cường thu hút vốn đầu tư nước ngoài do môi trường đầu tư ngày càng cải thiện. Khi là thành viên của WTO, chúng ta sẽ có được một môi trường pháp lý hoàn chỉnh và minh bạch hơn, có sức hấp dẫn hơn đối với FDI. Gia nhập WTO cũng là thông điệp hết sức rõ ràng về quyết tâm cải cách của nước ta, tạo niềm tin cho các nhà đầu tư khi bỏ vốn vào kinh doanh tại Việt Nam. Ngoài ra, cơ hội tiếp cận thị trường của các thành viên WTO khác một cách bình đẳng và minh bạch theo hướng đúng chuẩn mực của WTO, cũng là một yếu tố quan trọng để thu hút vốn đầu tư của nước ngoài. Môi trường đầu tư của Việt Nam đang được cải thiện mạnh mẽ, đang thu hút được sự quan tâm của các nhà đầu tư nước ngoài.

Với sự quyết tâm, nỗ lực của Chính Phủ trong việc thực hiện cải cách môi trường đầu tư, cải cách các thủ tục hành chính, hoàn thiện hệ thống pháp luật về kinh doanh, pháp luật về đầu tư... Môi trường đầu tư của Việt Nam đã được cải thiện rõ. Theo báo cáo công bố của ngân hàng thế giới (WB) và Tập đoàn tài chính quốc tế (IFC) tháng 9 năm 2007, kết quả xếp hạng môi trường kinh doanh của Việt Nam năm 2006 đứng thứ 104 trên 175 nền kinh tế, năm 2007 tăng lên vị trí thứ 91 trên 178 nền kinh tế[115].

Tập đoàn tài chính quốc tế IFC cho rằng: “Dù Việt Nam đứng thứ 91 trong bảng xếp hạng các nước có mức độ thuận lợi trong kinh doanh nhưng con số này không phải là tất cả, điều quan trọng là Việt Nam đang đi đúng hướng”.

Kết quả là tốc độ thu hút vốn đầu tư nước ngoài vào Việt Nam tăng lên rất nhanh: Tổng vốn đầu tư nước ngoài đăng ký năm 2005 là 6 tỷ đô la tăng 42%, cấp phép mới là 4 tỷ đô la tăng 63%; năm 2006 vốn đăng ký là 10 tỷ đô la tăng 45,1%, cấp phép mới là 7,6 tỷ đô la tăng 60,8% [4]

Môi trường đầu tư cải thiện tạo cơ hội để ngành sản xuất nguyên phụ liệu may mặc thu hút các nguồn vốn đầu tư trong và ngoài nước phục vụ cho mục tiêu phát triển của ngành.

Ngoài ra xu thế chuyển dịch đầu tư và công nghệ trên thế giới và trong khu vực cũng tạo cơ hội để thu hút vốn đầu tư nước ngoài. Xu hướng chuyển dịch vốn đầu tư và công nghệ là một trong những đặc trưng của ngành dệt may. Hiện nay, xu hướng chuyển dịch này, đang từ các nước công nghiệp hoá, mới công nghiệp hoá sang các nước kém phát triển và các nước công nghiệp hoá đang ở giai đoạn đầu như Trung Quốc, Việt Nam, Campuchia,... Tính đến năm 2007 đầu tư nước ngoài vào Việt Nam nói chung và ngành sản xuất nguyên phụ liệu may mặc nói riêng đã tăng lên nhanh chóng và theo đúng xu thế, các nhà đầu tư nước ngoài vào các lĩnh vực sợi, dệt, nhuộm chủ yếu đến từ Đài Loan, Hàn Quốc, Hồng Kông, Nhật Bản, ... Để đón lấy cơ hội này, Việt Nam cần nhận thức đúng đắn xu hướng chuyển dịch để có các biện pháp thu hút vốn đầu tư và công nghệ một cách có hiệu quả, tránh tình trạng tiếp nhận những công nghệ đã lạc hậu.

(3) Quyết tâm phát triển ngành dệt may của Chính phủ.

Trong chiến lược phát triển các ngành công nghiệp của Chính phủ đã chỉ rõ: “Phát triển ngành công nghiệp dệt may trở thành công nghiệp trọng điểm, mũi nhọn về xuất khẩu”. Thời gian qua Chính phủ đã ban hành nhiều chính sách, quy chế để hỗ trợ thúc đẩy phát triển ngành dệt may, trong đó rất chú ý đến phát triển sản xuất sản phẩm nguyên phụ liệu may mặc (bông, sợi, dệt, nhuộm).

Ngành dệt, sản xuất nguyên phụ liệu dệt may cần tranh thủ sự quan tâm giúp đỡ của Chính phủ để phát huy hết các tiềm năng thế mạnh của ngành để tăng trưởng và phát triển.

(4) Nâng cao sức cạnh tranh và khả năng thâm nhập thị trường thế giới.

Với áp lực cạnh tranh khi gia nhập WTO các doanh nghiệp sản xuất nguyên phụ liệu sẽ đổi mới để hoạt động hiệu quả hơn, lớn mạnh hơn. Giảm thuế, cắt giảm hàng rào phi thuế quan, mở cửa thị trường dịch vụ sẽ khiến môi trường kinh doanh ở nước ta ngày càng trở nên cạnh tranh hơn. Trước sức ép cạnh tranh, các doanh nghiệp trong nước bao gồm cả các doanh nghiệp nhà nước, sẽ phải vươn lên để tự hoàn thiện mình, nâng cao tính hiệu quả và sức cạnh tranh cho toàn bộ nền kinh tế. Ngoài ra, giảm thuế và loại bỏ các hàng rào phi thuế quan cũng sẽ giúp doanh nghiệp tiếp cận các

yếu tố đầu vào với chi phí hợp lý hơn, từ đó có thêm cơ hội để nâng cao sức cạnh tranh không những ở trong nước mà còn trên thị trường quốc tế.

(5) Sử dụng được cơ chế giải quyết tranh chấp của WTO. Môi trường thương mại quốc tế, sau này nhiều nỗ lực của WTO, đã trở lên thông thoáng hơn. Gia nhập WTO sẽ giúp nước ta sử dụng được cơ chế giải quyết tranh chấp của tổ chức này, qua đó có thêm công cụ để đấu tranh với các nước lớn, đảm bảo sự bình đẳng trong thương mại quốc tế. Thực tiễn cho thấy, cơ chế giải quyết tranh chấp của WTO hoạt động khá hiệu quả và nhiều nước đang phát triển đã thu được lợi ích từ việc sử dụng cơ chế này.

b. Thách thức

Bên cạnh những cơ hội, phát triển sản xuất nguyên phụ liệu may mặc Việt Nam sẽ gặp không ít những thách thức:

(1) Cường độ cạnh tranh với sản phẩm của các nước khác ngày càng mạnh, đặc biệt là Trung Quốc. Cùng với việc gia nhập WTO, là giảm thuế, cắt giảm hàng rào phi thuế quan, loại bỏ trợ cấp, mở cửa thị trường dịch vụ sẽ khiến môi trường kinh doanh ở nước ta ngày càng trở nên cạnh tranh hơn. Đây sẽ là thách thức không nhỏ đối với nhiều doanh nghiệp, nhất là những doanh nghiệp đã quen với sự bao cấp của Nhà nước.

Hiện nay, Việt Nam là một trong mười nước có kim ngạch xuất khẩu hàng may mặc lớn trên thế giới, những điểm yếu của Việt Nam là không chủ động được nguyên phụ liệu. So với các nước khác như Trung Quốc, Ấn Độ thì sản xuất nguyên phụ liệu may mặc của Việt Nam có sức cạnh tranh rất kém, chất lượng thấp, không đáp ứng được yêu cầu cho xuất khẩu, các khách đặt hàng gia công may mặc hầu hết không chấp nhận chất lượng vải của Việt Nam; mẫu mã đơn thuần, tính khác biệt không cao.

Đối thủ cạnh tranh lớn nhất của sản xuất nguyên phụ liệu may mặc Việt Nam chính là Trung Quốc. Hiện tại, mặt hàng vải có nguồn gốc từ Trung Quốc chiếm khoảng 60% [103] thị phần của Việt Nam, trong tương lai có thể còn lớn hơn. Sản phẩm của Trung Quốc có lợi thế cạnh tranh giống với Việt Nam là giá rất rẻ, rẻ hơn cả chục lần so với vải của Anh và của Nhật, ba, bốn lần so với Thái Lan, Malaixa. Hơn thế nữa, về hình thức mẫu mã lại rất đa dạng, phong phú.

(2) Khó khăn trong thu hút vốn đầu tư, nhất là trong khu vực sản xuất bông và phụ liệu may. Có thể thấy một trong những vấn đề quyết định đối với phát triển

sản xuất nguyên phụ liệu may mặc Việt Nam là vốn. Để thu hút được lượng vốn đầu tư đáp ứng đủ để đầu tư phát triển, thu hút được sự chú ý của các nhà đầu tư vào lĩnh vực sản xuất nguyên phụ liệu là một thách thức lớn đối với Việt Nam.

Trong những năm qua, hiệu quả sản xuất kinh doanh sản phẩm nguyên phụ liệu may mặc của các doanh nghiệp Việt Nam rất là thấp, nhiều doanh nghiệp bị thua lỗ làm cho lĩnh vực này không có sức hấp dẫn, không được sự quan tâm của các nhà đầu tư. Theo dự báo, nguồn vốn đầu tư từ Tập đoàn dệt may chỉ đáp ứng được khoảng 25% đến 30% nhu cầu còn lại là huy động từ đầu tư nước ngoài, từ các nhà đầu tư trong nước, từ thị trường chứng khoán. Trong đó thì nguồn từ đầu tư trực tiếp nước ngoài theo xu hướng chuyển dịch công nghệ có lẽ là thuận lợi hơn cả, các nước có khả năng cao là Hàn Quốc và Đài Loan, Malaixia... Nguồn từ các nhà đầu tư trong nước thì rất ít, huy động nguồn vốn này sẽ là một thách thức lớn.

(3) Thiếu hụt lao động chuyên ngành, lao động được đào tạo bài bản.

+ Thiếu hụt các kỹ sư chuyên ngành sợi, dệt, nhuộm.

Một thời gian dài các chuyên ngành đào tạo chuyên sâu về sợi, dệt, nhuộm trong các trường đại học của Việt Nam không có sinh viên học, một số kỹ sư từ thời bao cấp đã hết tuổi lao động, một số khác đã chuyển sang làm nghề khác. Hiện tại, số lao động có trình độ chuyên môn cao của lĩnh vực sợi, dệt, nhuộm rất ít. Trong thời gian 5 năm tới khả năng đào tạo trình độ kỹ sư từ các trường đại học cao đẳng cũng chỉ ở mức giới hạn, hiện tại nhu cầu theo học các chuyên ngành này của Trường Đại học Bách khoa Hà Nội và Đại học Bách khoa Thành Phố Hồ Chí Minh vẫn rất hạn chế. Hơn nữa, khả năng đào tạo lao động có chất lượng cao tại các trường đại học của Việt Nam cần phải có thời gian. Thiếu hụt lao động có trình độ thì việc tiếp nhận chuyên gia công nghệ từ nước ngoài sẽ gặp khó khăn, yếu tố có thể này làm cản trở việc thu hút vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài.

+ Thiếu đội ngũ các nhà thiết kế giỏi. Là sản phẩm nguyên phụ liệu cho may mặc vì vậy cũng với đặc trưng là sản phẩm có tính thời trang cao, hình thức, màu sắc, mẫu mã luôn biến động và biến động rất nhanh theo nhu cầu thị trường. Vì vậy, một yếu tố không kém phần quan trọng là phải có đội ngũ các nhà thiết kế giỏi mang tầm cỡ quốc tế, với trình độ thiết kế tầm cỡ quốc tế thì mới đáp ứng được nhu cầu thời trang cho hàng hoá xuất khẩu.

+ Thiếu đội ngũ công nhân lành nghề cho ngành dệt, lực lượng lao động này cũng phải qua đào tạo thì mới có thể đứng máy, tiếp cận vận hành các máy móc thiết, thiết bị hiện đại của các dự án đầu tư công nghệ mới.

(4) Cơ chế, thủ tục hành chính và môi trường kinh doanh vẫn chưa thực sự hấp dẫn các nhà đầu tư. Cơ chế, chính sách, hệ thống pháp luật đang trong quá trình cải cách. Việt Nam được đánh giá rất cao trong việc cải cách các chính sách, các thủ tục hành chính, hoàn thiện hệ thống pháp luật phù hợp với thông lệ quốc tế, hội nhập quốc tế nhanh. Tuy vậy, quá trình cải cách vẫn còn chậm so với mong mỏi của các doanh nghiệp và các nhà đầu tư, quá trình thi hành pháp luật còn nhiều vấn đề gây khó khăn cho các nhà đầu tư, quá trình ban hành các thông tư hướng dẫn giữa các ngành còn hiện tượng chông chéo, hiện tượng “giấy phép con” lại xuất hiện gây phiền nhiễu cho các doanh nghiệp và các nhà đầu tư.

Mặc dù Chính phủ, các Bộ ngành đã có nhiều nỗ lực trong cải cách hành chính, song do các doanh nghiệp Việt Nam đang tham gia tiến trình hội nhập kinh tế quốc tế trong điều kiện của nền kinh tế quá độ, có sự chênh lệch lớn về năng lực tổ chức, sự thiếu đồng bộ về hệ thống pháp luật. Để đáp ứng được nguyên tắc chủ đạo của WTO là minh bạch hoá, thì đây đang là thách thức to lớn đối với Việt Nam sản xuất .

Các hiện tượng tham nhũng trong quản lý đầu tư cũng xuất phát từ nguyên nhân là chính sách, pháp luật còn yếu kém, vấn đề này đã gây tâm lý không yên tâm cho các nhà đầu tư, nhất là các nhà đầu tư nước ngoài.

Cơ chế, chính sách, pháp luật yếu kém vẫn đang là một thách thức đối với quá trình thu hút vốn đầu tư nói chung và vốn đầu tư cho phát triển sản xuất nguyên phụ liệu may mặc nói riêng.

Từ những cơ hội và thách thức chúng tôi sử dụng ma trận SWOT làm cơ sở để đưa ra một số quan điểm định hướng cho phát triển sản xuất nguyên phụ liệu may mặc Việt Nam. Bảng 3.5

**Bảng 3.5 Bảng phân tích SWOT về phát triển sản xuất nguyên phụ liệu
may mặc Việt Nam**

<p align="center">Các yếu tố Ngoài môi trường</p> <p align="center">Các yếu tố Trong ngành</p>	<p align="center">Cơ hội (O)</p> <ol style="list-style-type: none"> Mở rộng thị trường; Thu hút vốn, công nghệ, FDI do xu hướng chuyển dịch; Quyết tâm phát triển ngành may mặc của Chính phủ Việt Nam, nhất là may mặc xuất khẩu; Nâng cao năng lực cạnh tranh; Sử dụng cơ chế giải quyết tranh chấp, ứng xử theo WTO. 	<p align="center">Thách thức (T)</p> <ol style="list-style-type: none"> Cạnh tranh cao, hội nhập quốc tế, gia nhập WTO; Khó khăn trong việc thu hút vốn đầu tư; Thách thức về nhân lực, thiếu lao động kỹ thuật, lao động có tay nghề, cán bộ quản lý giỏi. Yêu cầu về cải cách hành chính, cải thiện môi trường kinh doanh.
<p align="center">Điểm mạnh (S)</p> <ol style="list-style-type: none"> Nguồn nhân lực dồi dào, chi phí nhân công rẻ; Ngành có lịch sử phát triển khá lâu; Bước đầu đã xác định được những yếu tố và định hướng cơ bản trong chiến lược phát triển ngành phù hợp với lợi thế so sánh; Sự quyết tâm của lãnh đạo ngành trong việc thực hiện chiến lược phát triển. 	<p align="center">GIẢI PHÁP S - O</p> <p>S₁₊₂₊₃₊₄O₁: Khai thác thế mạnh sản xuất sản phẩm đảm bảo chất lượng yêu cầu của may mặc xuất khẩu;</p> <p>S₁₊₃₊₄O₂: Chính sách huy động vốn từ bên ngoài mở rộng quy mô, đẩy mạnh sản xuất;</p> <p>S₁₊₂₊₃₊₄O₁₊₂₊₃₊₄: Nâng cao năng lực cạnh tranh, phát triển ngành dệt may trở thành ngành công nghiệp xuất khẩu bền vững.</p> <p>S₁₊₂₊₃₊₄O₅: Tham gia phân công lao động quốc tế, mở rộng thị trường xuất khẩu.</p>	<p align="center">GIẢI PHÁP S - T</p> <p>S₁₊₃₊₄T₁: Phát huy tối đa lợi thế nguồn nhân lực dồi dào chi phí thấp để cạnh tranh;</p> <p>S₁₊₂₊₃₊₄T₃: Đầu tư dần nâng cao trình độ nguồn nhân lực.</p> <p>S₃₊₄T₂₊₄: Thực hiện các biện pháp nhằm cải thiện môi trường kinh doanh, tạo điều kiện thu hút vốn đầu tư.</p>
<p align="center">Điểm yếu (W)</p> <ol style="list-style-type: none"> Cơ sở hạ tầng yếu kém, công nghệ lạc hậu; Năng lực tài chính của các doanh nghiệp yếu; Lao động kỹ thuật cao, thiết kế ít, thiếu; Hoạt động Marketing và xúc tiến thương mại còn rất hạn chế. Việc xây dựng và phát triển thương hiệu còn yếu; Hiệu quả kinh doanh thấp. Liên kết sản xuất trong ngành chưa có hiệu quả. 	<p align="center">GIẢI PHÁP W - O</p> <p>W₁₊₂₊₃₊₄₊₅O₁₊₂₊₃: Xác định các mặt hàng có lợi thế trên cơ sở, tận dụng sự trợ giúp của Chính phủ để mở rộng thị trường nâng cao sức cạnh tranh;</p> <p>W₃₊₆O₃₊₄: Hỗ trợ, xúc tiến thương mại, hoạt động liên kết, đào tạo có hiệu quả hơn;</p> <p>W₄O₅: Hướng dẫn thực hiện các vấn đề về pháp luật thương mại quốc tế, cạnh tranh quốc tế.</p>	<p align="center">GIẢI PHÁP W - T</p> <p>W₁₊₂T₁: Chuẩn bị tốt để hội nhập, đổi mới công nghệ để sản phẩm đạt chất lượng, nâng cao sức cạnh tranh thị trường nội địa;</p> <p>W₁₊₂₊₅T₂: Thực hiện tốt các giải pháp thu hút vốn đầu tư nhất là vốn đầu tư nước ngoài;</p> <p>W₂₊₃₊₄₊₅₊₆T₃: Nâng cao năng lực quản lý, cải cách hành chính, tạo môi trường đầu tư lành mạnh, minh bạch;</p>

3.2 CÁC ĐỊNH HƯỚNG VÀ MỤC TIÊU PHÁT TRIỂN SẢN XUẤT NGUYÊN PHỤ LIỆU MAY MẶC VIỆT NAM

3.2.1 Các quan điểm và định hướng phát triển sản xuất nguyên phụ liệu may mặc Việt Nam

3.2.1.1 Quan điểm phát triển

- Phát triển sản xuất theo hướng chuyên môn hóa, hiện đại hóa, nhằm tạo ra bước nhảy vọt về chất lượng sản phẩm. Cung cấp các nguyên phụ liệu đầu vào có chất lượng, ổn định về số lượng tạo điều kiện cho ngành Dệt may, nhất là may mặc xuất khẩu tăng trưởng nhanh, ổn định, bền vững và hiệu quả. Khắc phục những điểm yếu của sản xuất nguyên phụ liệu may mặc là chất lượng thấp, mẫu mã còn nghèo nàn, thượng nguồn chưa phát triển.

- Tập trung phát triển sản xuất nguyên phụ liệu may mặc đáp ứng nhu cầu của ngành may mặc, phát triển tối đa hóa thị trường nội địa, giảm tiến tới thay thế nhập khẩu, nâng cao giá trị gia tăng của sản phẩm may mặc.

- Phát triển sản xuất nguyên phụ liệu may mặc phải gắn với bảo vệ môi trường và xu thế chuyển dịch lao động nông nghiệp nông thôn. Di chuyển các cơ sở sản xuất phân tán gây ô nhiễm môi trường vào các khu cụm công nghiệp tập trung, tạo diện thuận lợi để xử lý môi trường, chuyển các doanh nghiệp sử dụng nhiều lao động về các vùng nông thôn.

- Đa dạng hóa sở hữu và loại hình doanh nghiệp trong sản xuất nguyên phụ liệu may mặc, huy động mọi nguồn lực có thể cả trong và ngoài nước để phát triển sản xuất nguyên phụ liệu may mặc. Trong đó kêu gọi các nhà đầu tư nước ngoài tham gia đầu tư vào những lĩnh vực mà các nhà đầu tư trong nước còn yếu và thiếu kinh nghiệm.

- Phát triển nguồn nhân lực cả về số lượng và chất lượng cho sự phát triển bền vững của ngành. Trong đó chú trọng đào tạo cán bộ quản lý, cán bộ kỹ thuật, công nhân lành nghề nhằm tạo ra đội ngũ doanh nhân giỏi, cán bộ, công nhân lành nghề chuyên sâu.

3.2.1.2 Các định hướng phát triển

a. Đầu tư có trọng điểm

Để đầu tư phát triển sản xuất nguyên phụ liệu may mặc có hiệu quả cao cần phải tập trung có trọng điểm, có thể theo các trọng điểm sau:

- Về sản xuất sản phẩm: Nên đầu tư sản xuất những loại sản phẩm có khả năng phát triển, có lợi thế cạnh tranh. Cụ thể:

+ Về nguyên liệu nên tập trung vào sản xuất vải chất lượng cao. Đón xu thế chuyển dịch sản xuất của các nhà đầu tư nước ngoài từ các nước Hàn Quốc, Đài Loan, Hồng Kông, Nhật Bản; tận dụng tối đa năng lực của các cơ sở sản xuất đã đầu tư từ trước. Đầu tư sản xuất vải có chất lượng cao phục vụ cho may mặc xuất khẩu.

+ Phụ liệu nên tập trung sản xuất chỉ may. Sản phẩm chỉ may của Việt Nam đã đáp ứng tốt yêu cầu của thị trường trong nước, một khối lượng lớn đã được xuất khẩu; hiệu quả kinh doanh của các doanh nghiệp sản xuất chỉ may có hiệu quả cao đã được chứng minh (Tổng công ty Phong Phú, Coats Phong Phú).

+ Đối với nguyên liệu thượng nguồn nên tập trung vào sản xuất bông có tưới năng suất cao đảm bảo chất lượng cho sản xuất nguyên phụ liệu. Điểm yếu của bông Việt Nam là chất lượng thấp do điều kiện, kỹ thuật trồng còn thấp chưa đáp ứng yêu cầu. Tuy vậy Việt Nam vẫn có khả năng phát triển nếu quy hoạch tốt, chú trọng đầu tư vào các vùng bông có tưới. Cần chọn các địa phương có thế mạnh, có điều kiện tự nhiên thuận lợi để quy hoạch phát triển thành các vùng chuyên canh, theo hướng áp dụng kỹ thuật cao để thúc đẩy phát triển sản xuất và nâng cao chất lượng sản phẩm.

- Về lưu thông sản phẩm: Đầu tư hình thành ngay 3 trung tâm (chợ đầu mối) giao dịch nguyên phụ liệu với quy mô lớn ở ba miền là Hà Nội, Thành Phố Hồ Chí Minh và Đà Nẵng. Quy mô đầu tư phải lớn trên phạm vi quốc gia và khu vực để tạo thuận lợi trong giao dịch, cung cấp thông tin đủ, kịp thời cho các doanh nghiệp, dần trở thành các trung tâm giao dịch lớn có thương hiệu trong khu vực châu Á và thế giới.

- Về quy hoạch đầu tư: Hình thành các khu, cụm công nghiệp chuyên ngành dệt tập trung với quy mô lớn.

+ Hình thành các khu công nghiệp tập trung sẽ có điều kiện hơn trong việc đảm bảo cơ sở hạ tầng về điện, nước, xử lý nước thải; tiết kiệm được chi phí đầu tư về cơ sở hạ tầng cho các nhà đầu tư, nhất là nhà đầu tư nước ngoài; thuận lợi trong công tác quản lý ngành và các vấn đề môi trường; tạo điều kiện nâng cao chất lượng sản phẩm.

+ Phát huy được thế các địa phương về lao động, điều kiện môi trường Cần lựa chọn các khu vực, địa điểm thuận lợi về điều kiện tự nhiên, lao động, giao

thông... Tránh việc đầu tư rải rác với quy mô nhỏ, vừa không có điều kiện về vốn để tiếp cận các công nghệ tiên tiến hiện đại, vừa không tận dụng được lợi thế liên kết, phân công sản xuất trong ngành.

+ Theo mô hình tập trung vừa đảm bảo tính chuyên môn hoá cao trong các doanh nghiệp vừa đảm bảo tính liên kết dọc giữa các doanh nghiệp trong toàn ngành.

b. Phát triển sản xuất theo hướng chất lượng, khác biệt hoá

- Đầu tư sản xuất các sản phẩm có chất lượng cao, Việt Nam không thể đi theo chiến lược chất lượng thấp, giá rẻ mà Trung Quốc đã thực hiện, theo chiến lược này chúng ta không thể cạnh tranh với Trung Quốc. Ngoài lợi thế về chi phí lao động rẻ các yếu tố chi phí khác Việt Nam đều không thể cạnh tranh được với Trung Quốc.

- Sản xuất các sản phẩm có sự khác biệt hoá cao. Theo các chuyên gia kinh tế cho rằng về lâu dài Việt Nam không cạnh tranh được bằng giá mà phải cạnh tranh bằng sự khác biệt (Sản phẩm lụa Thái Tuấn là một minh chứng về hiệu quả kinh doanh). Cần sản xuất các sản phẩm có tính độc đáo, có thể là các sản phẩm truyền thống của Việt Nam, nghiên cứu thiết kế các sản phẩm mới mang những nét đặc trưng riêng. Mục tiêu là tạo ra sự khác biệt trong nhận thức của khách hàng, một trong những yếu tố để xây dựng thương hiệu sản phẩm, thương hiệu doanh nghiệp.

c. Khai thác triệt để nguồn lực trong và ngoài nước

Khai thác mọi nguồn vốn có thể để đẩy nhanh tốc độ đầu tư. Cần phải khẳng định thêm, tất cả các chương trình, các phương hướng, giải pháp có được thực thi nhanh chóng hay không hoàn toàn phụ thuộc vào việc có huy động được nguồn vốn hay không.

Đối với nguồn nước ngoài: Cần chú ý các hình thức đầu tư trực tiếp, cho vay, đầu tư gián tiếp thông qua thị trường chứng khoán, liên doanh, liên kết...

Đối với nguồn trong nước: Thực hiện các hình thức liên doanh giữa các doanh nghiệp nhà nước với các doanh nghiệp ngoài nhà nước, huy động thông qua thị trường chứng khoán, và mọi nguồn lực có khả năng. Thu hút đầu tư từ các tầng lớp dân cư cho việc sản xuất và kinh doanh nguyên phụ liệu may mặc.

Chính phủ, ngành nên thực hiện các biện pháp để tranh thủ mọi nguồn vốn đầu tư có thể huy động từ các nhà đầu tư.

d. Phát triển sản xuất nguyên phụ liệu may mặc phải đặt trong mối quan hệ liên kết.

- Liên kết hạ nguồn: Liên kết giữa sản xuất nguyên phụ liệu với các doanh nghiệp may mặc. Trước mắt phát triển sản xuất nguyên phụ liệu may mặc nhằm khai thác và phát triển thị trường trong nước, việc liên kết với các doanh nghiệp may mặc thông qua việc các doanh nghiệp may mặc bao tiêu sản phẩm cho các doanh nghiệp sản xuất nguyên phụ liệu, các doanh nghiệp may mặc đầu tư vốn cho các doanh nghiệp sản xuất nguyên phụ liệu sản xuất sản phẩm theo yêu cầu.

Liên kết thượng nguồn: Cần chú trọng các mối quan hệ liên kết giữa các doanh nghiệp sản xuất với các cơ sở, các vùng sản xuất sản phẩm thượng nguồn, các vùng trồng bông, dâu, tơ tằm. Các doanh nghiệp cần có mối quan hệ gắn bó với các vùng trồng bông, vùng trồng dâu tằm. Có thể thực hiện các hoạt động hỗ trợ vốn, hỗ trợ về kỹ thuật để đảm bảo chất lượng nguyên liệu đầu vào, thực hiện các giải pháp thúc đẩy phát triển sản xuất sản phẩm thượng nguồn. Hoạt động liên kết chặt chẽ giữa các sản xuất nguyên phụ liệu may mặc với sản xuất thượng nguồn sẽ nâng cao chất lượng sản phẩm thượng nguồn đồng thời giảm chi phí nhập khẩu, chủ động trong sản xuất kinh doanh.

3.2.2 Mục tiêu, nhiệm vụ phát triển sản xuất nguyên phụ liệu may mặc Việt Nam đến năm 2020

3.2.2.1 Mục tiêu phát triển của ngành sản xuất nguyên phụ liệu may Việt Nam đến năm 2020

Với vị trí là ngành cung cấp nguyên phụ liệu cho ngành may mặc - ngành kinh tế mũi nhọn, ngành công nghiệp xuất khẩu chủ lực của Việt Nam đang đứng trước những cơ hội phát triển lớn. Mục tiêu đặt ra của ngành là “Đáp ứng ngày càng cao nhu cầu tiêu dùng trong nước, tạo nhiều việc làm cho xã hội, nâng cao khả năng cạnh tranh, hội nhập vững chắc với khu vực và thế giới”.

Các mục tiêu cụ thể:

- Về sản xuất

Đáp ứng nguyên phụ liệu cho chiến lược phát triển ngành may mặc, nhất là may mặc xuất khẩu, phấn đấu nâng dần tỷ lệ nội địa hóa, mục tiêu về sản xuất nguyên phụ liệu may mặc là (bảng 3.6):

Bảng 3.6 Mục tiêu sản xuất nguyên phụ liệu cho may mặc Việt Nam

TT	Tên nguyên phụ liệu	Đơn vị	2006	2010	2015	2020
1	Vải	Triệu m ²	575	1000	1500	2000
2	Sợi các loại	1000 tấn	265	350	500	650
3	Xơ sợi tổng hợp	1000 tấn	-	120	210	300
4	Tỷ lệ nội địa hóa	%	32	50	60	70

Nguồn: [79]

Trong đó mục tiêu cụ thể của sản xuất vải dệt thoi như sau:

Bảng 3.7 Mục tiêu sản xuất vải dệt thoi

Chỉ tiêu	Đơn vị	Thực hiện 2007		Mục tiêu đến			
				Ngành		Vinatex	
		Ngành	Vinatex	2010	2015	2010	2015
Nhu cầu vải dệt thoi	Triệu m ²	1.860	-	3.500	4.600	-	-
Sản xuất vải dệt thoi	Triệu m ²	610,7	170	1.000	1.500	300	450
Vải phục vụ xuất khẩu	Triệu m ²	155	18	500	1.000	220	300

Nguồn: Phụ lục số 7

- Về thu hút vốn đầu tư: Khoảng 7 tỷ đô la cho giai đoạn từ 2006 đến 2015, trong đó 3 tỷ đô la cho giai đoạn 2006-2010.

+ Vốn từ tập đoàn dệt may khoảng 2 tỷ đến 2,5 tỷ đô la (25%-30%);

+ Vốn huy động từ đầu tư nước ngoài và các thành phần kinh tế khoảng từ 4,5 tỷ đến 5 tỷ đô la (chiếm 70% - 75%).

- Về thị trường:

+ Đối với thị trường trong nước: Phần đầu đáp ứng khoảng 45% đến 50% nhu cầu vào năm 2010, và 70% cầu vào năm 2015. Hiện nay chỉ có sản xuất chỉ may đã đáp ứng hầu hết yêu cầu của thị trường trong nước.

+ Đối với thị trường nước ngoài: Tập trung các mặc hàng có thể mạnh, tính khác biệt hoá cao để xuất khẩu, các thị trường có thể thâm nhập là Mỹ, EU. Hiện một số sản phẩm dệt của Việt Nam cũng đã có chỗ đứng tại thị trường Mỹ Như sản phẩm của Dệt Phú Bài, Dệt Thái Tuấn, Chỉ may của Coats Phong Phú... Mục tiêu sản xuất cho xuất khẩu là một chiến lược trong tương lai.

- Về xã hội: Thu hút thêm nhiều lao động, ổn định việc làm, kết hợp với các trường, các trung tâm đào tạo bồi dưỡng đào tạo nâng cao trình độ học vấn, chuyên

môn nghiệp vụ phù hợp với nhu cầu sức lao động trong ngành cả số lượng và chất lượng.

Mục tiêu thu hút lao động: + 2,5 triệu lao động vào năm 2010;
+ 2,75 triệu lao động vào năm 2015;
+ 3 triệu lao động vào năm 2020.

(Mục tiêu về lao động là cho toàn ngành dệt – may)[79], [68].

Đảm bảo thu nhập người lao động ngày càng tăng lên, làm thế nào đảm bảo cuộc sống ổn định, giảm tình trạng lao động ra-vào doanh nghiệp. Phần đầu thực hiện công bằng xã hội trong lao động và phân phối thu nhập, theo hướng lao động có trình độ tay nghề cao, nhiệt huyết sẽ có thu nhập cách biệt so với lao động phổ thông, nhằm giữ và ổn định lực lượng lao động trong ngành và trong các doanh nghiệp.

3.2.2.2 Nhiệm vụ của ngành sản xuất nguyên phụ liệu may mặc Việt Nam

Để hiện thực hoá chiến lược phát triển ngành may mặc trở thành một ngành kinh tế trọng điểm, mũi nhọn cho xuất khẩu, phát triển bền vững thì việc phát triển sản xuất nguyên phụ liệu phục vụ cho may mặc là cấp thiết. Nhiệm vụ của ngành sản xuất nguyên phụ liệu là đáp ứng yêu cầu về số lượng và chất lượng nguyên phụ liệu cho may mặc cả phục vụ nội địa và phục vụ cho may mặc xuất khẩu.

- Đáp ứng phần lớn nhu cầu nguyên phụ liệu cho may mặc trong nước

Việt Nam là quốc gia đông dân cư, nhu cầu may mặc trong nước là rất lớn. Và vì vậy, nhu cầu nguyên phụ liệu may mặc trong nước cũng rất lớn. Các doanh nghiệp sản xuất nguyên phụ liệu may mặc cần phải tìm hiểu nhu cầu thị trường trong nước, thị hiếu của người tiêu dùng để sản xuất ngày càng nhiều chủng loại sản phẩm, phục vụ cho ngành may mặc theo kịp nhu cầu thị trường. Đáp ứng nhu cầu trong nước cần chú ý tính thời trang, kiểu dáng, mẫu mã, sự đa dạng của của nhu cầu; chú ý mức sống và thu nhập của người dân, sự tăng trưởng của nền kinh tế để đáp ứng tối đa hoá nhu cầu của thị trường, rất đa dạng nhiều cấp độ trong đó sản phẩm có chất lượng thấp và trung bình với giá cả vừa phải chiếm tỷ trọng rất lớn.

Các doanh nghiệp sản xuất nguyên phụ liệu may mặc cần quan tâm học hỏi kinh nghiệm của các doanh nghiệp nước ngoài, nhất là các doanh nghiệp Trung Quốc, Đài Loan, Hàn Quốc... để không ngừng nâng cao chất lượng, mẫu mã sản phẩm bắt kịp với các doanh nghiệp nước ngoài tránh tình trạng các doanh nghiệp sản xuất trong nước không phát huy hết công suất trong khi thị trường lại tràn ngập sản

phẩm của các doanh nghiệp nước ngoài. Ngành sản xuất nguyên phụ liệu trong nước cần sớm thực hiện sản xuất phục vụ thay thế cho nhập khẩu.

- Đáp ứng ngày càng tốt nhu cầu nguyên phụ liệu cho may mặc xuất khẩu

Với tốc độ tăng trưởng của kim ngạch may mặc xuất khẩu bình quân hàng năm trên 20% thì nhu cầu nguyên phụ liệu ngày càng lớn, Năm 2007 sản xuất vải sử dụng cho may mặc xuất khẩu chỉ có 170 triệu m² đáp ứng gần 20% lượng vải may mặc xuất khẩu. Để đáp ứng nhu cầu của ngành may, sản xuất nguyên phụ liệu may mặc có nhiệm vụ rất nặng nề là đáp ứng yêu cầu ngày càng cao về chất lượng nguyên phụ liệu cho may mặc xuất khẩu.

Nhu cầu thị trường thế giới rất rộng lớn, thị hiếu tiêu dùng rất phong phú về chủng loại, mẫu mã, kiểu dáng... Đòi hỏi các doanh nghiệp sản xuất nguyên phụ liệu cần phải nghiên cứu nhu cầu thị trường thế giới để từ đó đáp ứng tốt nhất các yêu cầu của các doanh nghiệp may mặc xuất khẩu. Đây là nhiệm vụ rất khó khăn của các doanh nghiệp sản xuất nguyên phụ liệu may mặc của Việt Nam.

- Giải quyết việc làm, ổn định việc làm cho người lao động

Các doanh nghiệp sản xuất nguyên phụ liệu may mặc có nhiệm vụ tạo công ăn việc làm ổn định cho người lao động, cần xây dựng chế độ đãi ngộ người lao động thoả đáng tạo điều kiện để người lao động phát huy tinh thần sáng tạo trong lao động, có cơ hội học tập để nâng cao trình độ chuyên môn, trình độ tay nghề, có thu nhập thoả đáng... từ đó nâng cao tinh thần trách nhiệm trong công việc, sự gắn bó đối với doanh nghiệp, với ngành nghề hạn chế việc di chuyển ra khỏi ngành hoặc chuyển từ doanh nghiệp này sang doanh nghiệp khác.

- Thúc đẩy khôi phục các ngành nghề truyền thống

Các ngành nghề trồng bông, trồng dâu nuôi tằm là ngành nghề có tính truyền thống lâu đời của người dân Việt Nam, đây là những ngành nghề cung cấp sản phẩm thượng nguồn cho ngành sản xuất nguyên phụ liệu may mặc. Việt Nam có điều kiện tự nhiên, văn hoá phù hợp cho việc khôi phục và phát triển những ngành nghề truyền thống này, vấn đề chỉ còn ở chỗ ngành sản xuất hạ nguồn cần có các biện pháp hỗ trợ, liên kết, bao tiêu sản phẩm cho thượng nguồn. Mọi quan hệ có tính biện chứng là ngành may, ngành sản xuất phụ liệu may mặc có phát triển mạnh thì mới tạo ra lực kéo các ngành sản xuất thượng nguồn phát triển. Ngành sản xuất nguyên phụ liệu

may mặc có nhiệm vụ liên kết sản xuất, hỗ trợ sản xuất, bao tiêu sản phẩm từ đó thúc đẩy các ngành sản xuất sản phẩm thượng nguồn cùng phát triển.

- Thực hiện các nghĩa vụ đối với nhà nước

Các doanh nghiệp sản xuất nguyên phụ liệu có nhiệm vụ không ngừng nâng cao hiệu quả kinh doanh trên cơ sở đó thực hiện tốt các nghĩa vụ đối với nhà nước, góp phần tích lũy cho ngân sách nhà nước góp phần xây dựng công cuộc công nghiệp hoá và phát triển đất nước.

3.3 CÁC GIẢI PHÁP CHỦ YẾU PHÁT TRIỂN SẢN XUẤT NGUYÊN PHỤ LIỆU CHO MAY MẶC VIỆT NAM

3.3.1 Các giải pháp về thu hút nguồn vốn

3.3.1.1 Các biện pháp khai thác nguồn vốn trong nước

Thực trạng kinh doanh của các doanh nghiệp dệt và sản xuất nguyên phụ liệu dệt may có hiệu quả thấp như hiện nay, thì việc thu hút nguồn vốn từ các nhà đầu tư trong nước là rất khó khăn. Để thu hút, khai thác được các nguồn vốn đầu tư trong nước thì cần thực hiện các biện pháp:

- Tăng cường các hoạt động thông tin, quảng bá về thành tích đạt được của ngành may và nhu cầu nguyên phụ đáp ứng trong tương lai, các hoạt động này chỉ cho các nhà đầu tư thấy được thị trường của các sản phẩm nguyên phụ liệu trong tương lai là rất lớn. Thông tin nhiều hơn về các doanh nghiệp sản xuất nguyên phụ liệu kinh doanh có hiệu quả cao như Dệt Phú Bài, Dệt May Hà Nội, Dệt Phước Long... Thị trường là yếu tố quan trọng nhất thu hút vốn đầu tư, thị trường mở rộng, tất yếu kinh doanh sẽ đạt hiệu quả cao. Nếu chứng minh cho các nhà đầu tư thấy rằng hiệu quả kinh doanh của sản xuất nguyên phụ liệu may mặc cao thì chắc chắn mục tiêu thu hút vốn sẽ dễ dàng.

- Nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh, điều kiện quan trọng để tích tụ vốn chủ sở hữu. Đòi hỏi các doanh nghiệp kinh doanh phải có lãi, từ đó mới có điều kiện tăng tỷ lệ trích lợi nhuận vào quỹ đầu tư phát triển, đây chính là cơ sở để gọi vốn đầu tư. Các doanh nghiệp đang sản xuất kinh doanh sản xuất nguyên phụ liệu thì cần phải thực hiện nhiều giải pháp để huy động vốn chủ sở hữu, có thể theo hướng:

+ Ưu tiên sản xuất các sản phẩm có khả năng cạnh tranh cao, sản xuất theo yêu cầu thị trường, yêu cầu của các doanh nghiệp may, khai thác các sản phẩm truyền thống của Việt Nam.

+ Phát huy các lợi thế cạnh tranh so với các doanh nghiệp nước ngoài đó là giá nhân công, điều kiện giao nhận đúng hạn, phương thức thanh toán, mối quan hệ giữa các doanh nghiệp cùng Tập đoàn, cùng Hiệp hội...

+ Sử dụng tiết kiệm có hiệu quả các nguồn lực hiện có.

- Đẩy nhanh tốc độ cổ phần hoá các doanh nghiệp nhà nước thuộc ngành Dệt may, điều này đã được Tập đoàn Dệt may xác định và đang trong quá trình thực hiện. Đặc biệt nên chú trọng vào cổ phần hoá mà Nhà nước không nắm giữ cổ phần chi phối. Cổ phần hoá, bán cổ phiếu ra thị trường chứng khoán, đây cũng sẽ là một nguồn vốn đáng kể thu hút từ các tầng lớp dân cư. Cổ phần hoá sản xuất mang lại rất nhiều thuận lợi cho các doanh nghiệp, họ được tự chủ trong sản xuất kinh doanh, có tinh thần trách nhiệm cao để phát triển doanh nghiệp. Khi đã xây dựng được thương hiệu và có sản phẩm truyền thống, chắc chắn sẽ thu hút được nhiều vốn đầu tư.

Việc cổ phần hoá các doanh nghiệp sản xuất nguyên phụ liệu may mặc mà Nhà nước nắm giữ cổ phần chi phối sẽ làm giảm khả năng thu hút vốn đầu tư. Bởi nắm giữ cổ phần chi phối thì vẫn bị các hạn chế cố hữu của doanh nghiệp nhà nước, ở đây vốn phần lớn là của Nhà nước còn người quản lý chỉ là đại diện, người làm thuê cho Nhà nước chứ không phải chủ sở hữu trực tiếp nên trách nhiệm sẽ không cao như đối với các doanh nghiệp loại hình khác như công ty trách nhiệm hữu hạn, công ty cổ phần Nhà nước không giữ cổ phần chi phối hoặc doanh nghiệp tư nhân (các loại hình doanh nghiệp này người quản lý là chủ sở hữu, sự nghiệp kinh doanh của doanh nghiệp chính là sự nghiệp của ông chủ, nên trách nhiệm đối với các doanh nghiệp sẽ cao hơn). Các doanh nghiệp Nhà nước nắm giữ cổ phần chi phối bị ràng buộc bởi vấn đề lợi ích, lợi ích giữa người quản lý và lợi ích của doanh nghiệp, mối quan hệ này cũng có thể cùng hướng, cũng có thể khác nhau. Hiệu quả kinh doanh phụ thuộc rất lớn vào các quyết định chủ quan của các nhà quản lý mà các quyết định của họ thường phục vụ cho lợi ích của chính họ trước khi quan tâm đến lợi ích của doanh nghiệp.

Thực hiện cổ phần hoá theo hướng Nhà nước không nắm cổ phần chi phối một mặt sẽ thu hút được nhiều vốn đầu tư hơn, mặt khác sẽ gắn lợi ích của nhà đầu tư và doanh nghiệp điều này làm tăng trách nhiệm của họ đối với việc nâng cao hiệu quả phát triển sản xuất kinh doanh.

- Đẩy mạnh việc hợp tác liên doanh với các cơ sở sản xuất, các doanh nghiệp thuộc mọi thành phần kinh tế để hình thành các công ty cổ phần các công ty trách nhiệm hữu hạn mới. Hình thức này sẽ thuận lợi hơn trong việc Nhà nước không nắm giữ cổ phần chi phối, vừa phát huy được các thế mạnh truyền thống của doanh nghiệp vừa thu hút được vốn, trách nhiệm quản lý kinh doanh của các thành phần kinh tế khác.

- Tạo môi trường thuận lợi cho đầu tư và chuyển công nghệ

Thời gian qua Ngành Dệt May đã thực hiện nhiều giải pháp nhằm tạo môi trường thuận lợi cho quá trình đầu tư và chuyển giao công nghệ, tuy vậy vẫn còn nhiều hạn chế:

- + Thông tin về công nghệ chưa đầy đủ, chưa kịp thời;
- + Chưa thúc đẩy phát triển thị trường công nghệ;
- + Chưa có các chiến lược phát triển công nghệ cho toàn ngành.

Những hạn chế trên dẫn đến nhiều nhà đầu tư trong nước đã nhập công nghệ chịu giá đắt, đầu tư công nghệ thiếu tính đồng bộ, thậm chí nhập cả các công nghệ đã lạc hậu. Để tạo điều kiện thuận lợi cho thị trường công nghệ phát triển thì cần phải thực hiện:

+ Tổ chức tốt các hoạt động giới thiệu, cung cấp thông tin về công nghệ như hội chợ công nghệ, triển lãm công nghệ... Các hoạt động này nên tổ chức thường niên, định kỳ tạo điều kiện thuận lợi cho các nhà đầu tư trong nước tiếp cận thông tin nhiều hơn, chính xác hơn.

+ Xây dựng lộ trình khoa học công nghệ của Ngành cho giai đoạn từ nay đến năm 2015: Từ 2006 đến 2010, tập trung đầu tư công nghệ sản xuất vải cao cấp. Đầu tư công nghệ cho lĩnh vực dệt vải cao cấp đáp ứng được yêu cầu của may xuất khẩu, nguyên liệu vẫn phải nhập từ nước ngoài. Mục tiêu của giai đoạn này là chứng minh hiệu quả của sản xuất nguyên phụ liệu để thu hút đầu tư. Từ 2011 đến 2015, đầu tư đồng bộ cho tất cả các khâu sợi, dệt, nhuộm nhằm đáp ứng cơ bản nhu cầu nguyên phụ liệu trong nước ở tất cả các khâu, đầu tư có tính chiều sâu, nâng cao chất lượng sản phẩm.

Ngoài ra Nhà nước cần dành một phần vốn đầu tư của nhà nước cho phát triển sản xuất nguyên phụ liệu may mặc, thông qua các chính sách cho vay ưu đãi, đầu tư ưu đãi, nguồn vốn này có vai trò rất lớn trong giai đoạn đầu phát triển ngành.

3.3.1.2 Các biện pháp khai thác nguồn vốn nước ngoài

Đối với các nhà đầu tư nước ngoài thì vấn đề hiệu quả của sản xuất là họ tự quyết định, tự lựa chọn, chúng ta không phải chứng minh hiệu quả kinh doanh của lĩnh vực sản xuất nguyên phụ liệu may mặc mà vấn đề cốt lõi để thu hút vốn đầu tư ở môi trường đầu tư như thế nào? Đây là yếu tố hấp dẫn của môi trường kinh doanh? Cái mà họ quan tâm là các chính sách thu hút, bảo vệ nhà đầu tư, hệ thống cơ sở hạ tầng, hệ thống xử lý nước thải, giá điện, nước...

Đầu tư trực tiếp nước ngoài

Đầu tư trực tiếp nước ngoài là hình thức đầu tư chiếm tỷ trọng gần như toàn bộ vốn đầu tư thu hút từ nước ngoài vào các ngành nói chung và vào ngành sản xuất nguyên phụ liệu nói riêng. Thời gian qua, với các chính sách thu hút vốn đầu tư của Nhà nước mà nguồn vốn này đã tăng lên nhanh chóng, có vai trò quan trọng trong việc tiếp cận công nghệ mới, hiện đại. Các nhà đầu tư đều đánh giá Việt Nam là thị trường tiêu thụ vải và nguyên phụ liệu dệt may hấp dẫn. Tuy vậy, kết quả vẫn chưa như mong muốn. Để tăng cường thu hút nguồn vốn này thì cần phải thực hiện các giải pháp:

- Tập trung mạnh vào việc hình thành các khu công nghiệp chuyên ngành, nhằm tạo ra hạ tầng cơ sở về giao thông, điện, nước sạch, xử lý nước thải. Các nhà đầu tư nước ngoài vào đó họ sẽ tiết kiệm được chi phí đầu tư xử lý nước thải, họ chỉ phải trả một khoản chi phí rất thấp. Vấn đề này rất quan trọng đối với lĩnh vực dệt nhuộm, Việt Nam vẫn còn rất hạn chế so với Trung Quốc.

Cần chú ý đến chi phí điện nước, cần giảm giá điện, nước sạch. Hiện tại, giá điện nước của Việt Nam vẫn rất cao so với Trung Quốc, giá điện cao hơn khoảng 15%, giá nước cao gấp đôi [108]. Vấn đề này chúng ta hoàn toàn có thể làm được, Việt Nam không phải quốc gia khan hiếm nguồn nước sạch, về điện có thể chủ động.

- Về vấn đề lao động, nên điều chỉnh, bổ sung luật lao động để cho phép sử dụng lao động làm việc theo ca dài hơn, có thể đưa ra hai loại ca làm việc loại 8 tiếng và loại 12 tiếng. Đối với ngành dệt, nhuộm thì đây là điều đặc biệt có ý nghĩa vì nếu đổi ca nhiều thì trong thời gian đổi ca sẽ ảnh hưởng rất lớn đến chất lượng nhuộm. Đây cũng là vấn đề mà các nhà đầu tư nước ngoài quan tâm so sánh với các nước khác. Ở Trung Quốc luật pháp đã cho phép sử dụng lao động làm theo ca 12 tiếng.

- Đẩy mạnh hơn nữa các cải cách hành chính, pháp luật để cải thiện mạnh môi trường đầu tư. Việc cải cách và hoàn thiện pháp luật trước hết phải tạo điều kiện thuận lợi cho các dự án đầu tư đang hoạt động, tiếp đến là thu hút các nhà đầu tư mới. Trong quá trình hoàn thiện, sửa đổi cần tham khảo ý kiến của các tổ chức đánh giá xếp hạng môi trường kinh doanh, Chính phủ cần thực hiện thường niên các hoạt động tiếp xúc lấy ý kiến từ các nhà đầu tư, đây chính là cơ sở để bổ sung sửa đổi các luật pháp liên quan đến môi trường đầu tư.

Cần tiếp thu ý kiến của các nhà đầu tư để bổ sung, hoàn thiện đồng thời nâng cao hiệu lực thi hành của pháp luật, Luật doanh nghiệp, Luật đầu tư, Luật lao động... Ở Việt Nam ban hành luật là một chuyện, việc thực thi và hiệu lực lại là chuyện khác, nhiều luật ban hành nhưng tính thực thi không cao với nhiều nguyên nhân, ý thức chấp hành không cao, không phù hợp với thực tiễn, chưa có các biện pháp đủ mạnh để nâng cao hiệu lực. Nhà nước cần chú ý việc hướng dẫn thi hành luật của các Bộ, Ban, Ngành không đi quá xa với luật, phải tránh hiện tượng “giấy phép con” gây phiền nhiễu cho các doanh nghiệp các nhà đầu tư.

Đẩy mạnh hơn nữa cải cách các thủ tục hành chính trong cấp phép đầu tư, thành lập doanh nghiệp, thủ tục thuê đất... Việt Nam đã thực hiện cải cách và đã mang lại kết quả, song tốc độ cải cách vẫn rất chậm, thời gian tới phải đẩy mạnh hơn nữa về thời gian giải quyết các thủ tục hành chính.

- Cần có chính sách thông thoáng, minh bạch hơn, bảo vệ được các nhà đầu tư. Theo thứ tự xếp hạng về môi trường cạnh tranh thì yếu tố bảo vệ nhà đầu tư của Việt Nam vẫn còn yếu, năm 2006 đạt 2 điểm trên thang điểm 10, năm 2007 đạt 3 điểm trên thang điểm 10 và xếp thứ 165 trên 178 nền kinh tế thế giới.

Chú ý các vấn đề về bảo vệ nhà đầu tư vào các vùng nguyên liệu thượng nguồn, đây là lĩnh vực đầu tư dễ dẫn đến tranh chấp bởi vì các quy định về ràng buộc giữa doanh nghiệp đầu tư với người trồng nguyên liệu của Việt Nam rất kém. (Một ví dụ về doanh nghiệp có đặc trưng là phải có vùng nguyên liệu, đó là Công ty chè Phú Bền 100% vốn nước ngoài, có công nghệ hiện đại nhất ngành chè Việt Nam đang lao đao vì bị 28 công ty chè khác xâm hại vùng nguyên liệu do Công ty đầu tư. Sự việc kéo dài nhiều năm nhưng chính quyền địa phương của Tỉnh Phú Thọ chỉ hứa chứ chưa thực hiện gì). Đối với các dự án, các doanh nghiệp đầu tư có đầu tư phát

triển cả vùng nguyên liệu cần phải thực tốt pháp luật, chính sách bảo vệ nhà đầu tư, nhất là các lĩnh vực trồng bông và dâu tằm tơ.

- Đẩy mạnh thực hiện các hoạt động xúc tiến đầu tư nước ngoài, mở rộng hội nhập kinh tế quốc tế, dần thu hẹp khoảng cách phân biệt giữa các nhà đầu tư trong nước và nước ngoài. Thực hiện thường xuyên hơn các hội chợ giới thiệu đầu tư, giới thiệu các chiến lược đầu tư của ngành, tham gia các chuyến công du nước ngoài của các nhà lãnh đạo Chính Phủ. Tăng cường các cuộc viếng thăm các nước của lãnh đạo Chính phủ mà tháp tùng là các doanh nghiệp, vấn đề này thuộc nhiệm vụ của Tập đoàn Dệt May, nòng cốt của ngành.

Đầu tư gián tiếp nước ngoài

Nguồn vốn đầu tư gián tiếp từ nước ngoài vào Việt Nam chưa nhiều, nguyên nhân chính là do từ năm 2005 trở về trước thị trường chứng khoán của Việt Nam hoạt động chưa mạnh. Hiện nay, vốn đầu tư gián tiếp nước ngoài vào Việt Nam chỉ chiếm khoảng 2% đến 3%, trong khi đó tỷ lệ này của một số nước trong khu vực là 30% đến 40%. Từ năm 2006 trở lại đây đầu tư gián tiếp nước ngoài mới tăng lên. Tính đến tháng 6 năm 2006 có 19 quỹ đầu tư nước ngoài với tổng số vốn 1,9 tỷ đô la hoạt động tại Việt Nam. Trong thời gian tới cần có các biện pháp để thu hút nguồn vốn gián tiếp.

- Thứ nhất: Minh bạch thông tin và đồng bộ quy định trên thị trường chứng khoán.

+ Bản thân các doanh nghiệp cần phải thực hiện công khai, minh bạch về thông tin tài chính của doanh nghiệp, có như vậy mới tạo được sự tin nhiệm đối với các nhà đầu tư nước ngoài khi phát hành chứng khoán trên thị trường. Tính trung thực của các thông tin tài chính của các doanh nghiệp Việt Nam được các nhà đầu tư nước ngoài đánh giá là rất thấp, độ tin nhiệm không cao đã làm giảm khả năng thu hút nguồn vốn gián tiếp. Hiện tượng các doanh nghiệp có hai hệ thống sổ sách tài chính là rất phổ biến, một hệ thống nội bộ doanh nghiệp và một hệ thống công khai báo cáo với cơ quan thuế và cho bên ngoài. Đương nhiên, hệ thống sổ sách công khai ra bên ngoài cho các cơ quan là không chính xác, các doanh nghiệp “ché biến” số liệu để đối phó với cơ quan thuế hoặc cung cấp những thông tin có lợi theo mục đích doanh nghiệp.

+ Không ngừng hoàn thiện hệ thống pháp luật, chính sách.

Chú trọng hoàn thiện luật đầu tư và luật chứng khoán, trên tinh thần tiến đến tự do hoá nguồn vốn đầu tư cả trực tiếp và gián tiếp, đảm bảo quyền lợi của nhà đầu tư.

- Thứ hai: Thực hiện việc xếp hạng tín nhiệm đối với doanh nghiệp. Đối với các nước có nền kinh tế đang phát triển như Việt Nam thì điểm yếu nhất là thiếu tính bền vững, thiếu tính minh bạch, hệ thống pháp lý chưa hoàn thiện, hoạt động quản trị doanh nghiệp còn yếu kém thì vấn đề thông tin không đầy đủ được coi là thách thức cực kỳ lớn. Giải pháp tốt nhất để giải quyết vấn đề trên là định mức tín nhiệm, giải pháp này sẽ cung cấp thông tin minh bạch về các công ty, tạo ra sự nhìn nhận đúng mức của các nhà đầu tư, yếu tố thu hút các nhà đầu tư nước ngoài. Trước mắt khuyến khích các công ty định mức tín nhiệm có uy tín như Standard & Poor's, Moody thành lập chi nhánh hoạt động tại Việt Nam, tiến tới cần thành lập tổ chức chuyên xếp hạng tín nhiệm của Việt Nam.

- Thứ ba: Tăng cường an ninh hệ thống tài chính, thực hiện kiểm soát các dòng vốn khi cần thiết. Tăng cường giữa chính sách tiền tệ, chính sách tài khoá và chính sách thu hút vốn đầu tư gián tiếp nước ngoài; đảm bảo sự phối hợp chặt chẽ giữa các cơ quan ngân hàng - tài chính - chứng khoán trong việc quản lý các dòng vốn trong việc đảm bảo sự an toàn, vững chắc và lành mạnh của hệ thống tài chính.

Với tốc độ triển khai các dự án đầu tư trong thời gian gần đây (2006-2007) vào lĩnh vực sản xuất nguyên phụ liệu may mặc, triển vọng đầu tư trong thời gian tới sẽ rất khả quan. Nếu chúng ta thực hiện tốt các giải pháp thu hút vốn đầu tư, tạo môi trường đầu tư thực sự tốt thì chắc chắn mục tiêu về thu hút vốn đầu tư phục vụ phát triển ngành sẽ hoàn toàn khả thi.

Ngoài nguồn vốn đầu tư trực tiếp và gián tiếp cần chú ý khai thác các nguồn vốn ưu đãi từ nước ngoài như vốn ODA nước ngoài, các nguồn vốn ưu đãi cho chuyên ngành dệt may.

3.3.2 Các giải pháp về đầu tư phát triển sản xuất kinh doanh

3.3.2.1 Đầu tư cơ sở hạ tầng và nâng cao năng lực công nghệ sản xuất

Điểm yếu kém của các sản phẩm nguyên phụ liệu may mặc Việt Nam chính là chất lượng. Chất lượng sản phẩm được quyết định bởi rất nhiều yếu tố trong đó yếu tố cơ bản nhất phải kể đến là năng lực, trình độ công nghệ. Trình độ công nghệ của các doanh nghiệp kéo sợi, dệt nhuộm hoàn tất đều trong tình trạng chất lượng rất

thấp. Vấn đề đặt ra là phải đầu tư nâng cao trình độ công nghệ kỹ thuật của ngành. Để đảm bảo việc đầu tư nâng cao trình độ công nghệ có hiệu quả có thể theo các hướng cơ bản sau:

a. Đối với các dự án của Tập đoàn Dệt May

Thời gian vừa qua Tập đoàn Dệt may đã chú ý đầu tư nâng cao năng lực công nghệ cho khâu sợi, dệt, nhuộm, tuy nhiên, đến nay năng lực công nghệ của các khâu này vẫn rất kém. Để nâng cao hiệu quả đầu tư cho công nghệ, nên theo các hướng sau:

+ Chuyên môn hoá cao

Cần phải xác định được các sản phẩm mũi nhọn, đồng thời xác định thế mạnh của từng công ty từ đó đưa ra lộ trình đầu tư thích hợp. Hiện nay, sản xuất vải denim thì thế mạnh thuộc về Tổng công ty Phong Phú, Công ty Dệt Phú Bài; sản xuất vải dệt kim thuộc về Tổng công ty dệt may Hà Nội, Công ty dệt Thành Công...

Chuyên môn hoá cao có thể dẫn đến có một số doanh nghiệp có chung sản phẩm mũi nhọn. Trong trường hợp như vậy, cần sử dụng các lợi thế về quy mô để tạo sự liên kết và tận dụng về năng lực công nghệ, thiết bị của những doanh nghiệp ở gần nhau.

Các doanh nghiệp sau khi đã xác định được sản phẩm mũi nhọn của mình sẽ tập trung đầu tư cho các khâu trọng yếu, có tính chất quyết định đến năng suất và chất lượng sản phẩm. Tập đoàn Dệt may sẽ có các chương trình trợ giúp các kế hoạch đầu tư này khi doanh nghiệp gặp khó khăn.

+ Công nghệ đầu tư mới phải hiện đại, đồng bộ, tiếp cận các công nghệ thế hệ mới nhất.

+ Đầu tư nâng cấp, cải tiến các cơ sở sản xuất hiện tại nên theo kiểu nhiều tầng công nghệ, các khâu dệt, nhuộm, hoàn tất thì nhất thiết phải đầu tư hiện đại còn các khâu khác, sản phẩm khác thì có thể sử dụng nhiều công nghệ khác nhau sẽ đảm bảo tiết kiệm vốn đầu tư, tận dụng hết cỡ năng lực hiện có và tăng cường mối quan hệ liên kết kinh tế giữa các doanh nghiệp.

+ Đầu tư cơ sở hạ tầng nhằm hình thành các khu công nghiệp chuyên ngành sợi, dệt, nhuộm – may. Điều này, thì Tập đoàn Dệt may phải làm, nên nhân rộng mô hình khu công nghiệp dệt may Phố Nối Hưng Yên, bao gồm hạ tầng cơ sở đường xá, thoát nước, đặc biệt chú ý đến vấn đề xử lý nước thải. Xử lý nước thải là vấn đề rất

quan trọng trọng đối với các cơ sở in nhuộm, hoàn tất. Các khu công nghiệp sẽ thu hút các nhà đầu tư, đồng thời đảm bảo định hướng quy hoạch và quản lý của nhà nước về các vấn đề môi trường, lao động.

Nhà nước thông qua Tập đoàn dệt may thực hiện bỏ vốn đầu tư vào các lĩnh vực hạ tầng cơ sở các khu công nghiệp dệt may, mặt bằng, đường xá, hệ thống thoát nước, đặc biệt chú ý hệ thống xử lý nước thải và cung cấp nước cho khu công nghiệp chuyên ngành. Với đặc trưng của sản xuất dệt nhuộm là sử dụng nhiều hoá chất, nước thải với mức độ ô nhiễm lớn, tính kiềm, hàm lượng kim loại nặng, các chất hoạt động bề mặt khó phân giải vi sinh, các hợp chất halogen hữu cơ... Chi phí đầu tư cho vấn đề xử lý nước thải lớn, nên lĩnh vực này cần được sự ra tay của Nhà nước.

+ Thực hiện đầu tư môi, Nhà nước nên tập chung vào lĩnh vực sản xuất vải cao cấp phục vụ may xuất khẩu. Đầu tư môi phải làm ăn thực sự có hiệu quả, có như vậy mới có thể làm “môi” để thu hút các nhà đầu tư, đặc biệt là các nhà đầu tư trong nước. Hiện tại, các nhà đầu tư trong nước chỉ chú trọng đầu tư vào lĩnh vực may mà không đầu tư vào lĩnh vực sợi, dệt, nhuộm là vì lợi nhuận quá thấp không hấp dẫn. Đầu tư môi thực sự có hiệu quả là giải pháp duy nhất thu hút các nhà đầu tư trong nước.

Hoạt động đầu tư môi, mục đích của việc làm này là nhằm thu hút vốn đầu tư từ các thành kinh tế trong nước. Lĩnh vực sản xuất sợi, dệt, nhuộm hiện đang có hiệu quả kinh doanh thấp rất kém hấp dẫn các nhà đầu tư trong nước. Vì vậy, Nhà nước cần thực hiện “đầu tư môi”, đầu tư vào các dự án sản xuất mục đích để chứng minh tính hiệu quả kinh tế từ đó làm “môi” thu hút các nhà đầu tư.

+ Đầu tư cho phát triển cơ khí chuyên ngành. Cùng với sự phát triển của ngành dệt may thì lĩnh vực cơ khí chuyên ngành đã không ngừng lớn mạnh và đóng góp tích cực trong việc sửa chữa và sản xuất các phụ tùng thay thế cho máy móc thiết bị cho toàn ngành. Tuy nhiên, sự phát triển chưa tương xứng với mong đợi. Tập đoàn dệt May với vai trò nòng cốt cần đầu tư nâng cấp công nghệ, trước mắt nên liên doanh với các công ty sản xuất công nghệ chuyên ngành dệt may của nước ngoài để tiếp cận công nghệ mới và phong cách quản lý. Gắn nghiên cứu khoa học với thực tiễn sản xuất, kết hợp với Viện Kinh tế-Kỹ thuật dệt may đẩy mạnh hoạt động sản xuất của các doanh nghiệp cơ khí, phấn đấu cung cấp 70% đến 80% các phụ tùng thay thế thiết bị cho toàn ngành vào năm 2015.

b. Đối với các dự án đầu tư từ bên ngoài

Tập trung các dự án đầu tư có quy mô đủ lớn, đủ tiềm lực về vốn để tiếp cận công nghệ hiện đại tiên tiến nhất, công nghệ thế hệ mới nhất. Cần phải thực hiện theo phương châm đi trước đón đầu, chúng ta đi sau không có nghĩa là phải theo tuàn tự chuyển giao công nghệ mà phải lựa chọn, tiếp cận công nghệ hiện đại nhất, tiên tiến nhất. Đã đến lúc cần nhận thức rõ trình độ công nghệ vừa phải sử dụng nhiều lao động không còn phù hợp với điều kiện của Việt Nam, nhất là đối với sản xuất nguyên phụ liệu may mặc. Đối với các khâu kéo sợi, dệt, nhuộm, hoàn tất thì trình độ công nghệ hiện đại sẽ trở thành yếu tố quyết định sự tồn tại và phát triển của ngành.

Ban hành các quy định đối với việc chuyển giao công nghệ lĩnh vực sợi, dệt, nhuộm. Các quy định này cần theo hướng tạo điều kiện thuận lợi cho các doanh nghiệp đầu tư công nghệ hiện đại, hạn chế hoạt động chuyển giao các công nghệ bậc trung, ngăn chặn việc chuyển giao các công nghệ lạc hậu đã qua sử dụng ở các nước khác. Tránh chuyển giao công nghệ theo xu hướng tuàn tự từ các nước công nghiệp phát triển sang các nước công nghiệp mới; rồi lại từ các nước công nghiệp mới sang các nước đang phát triển và kém phát triển.

Chúng ta tạo mọi điều kiện để thu hút vốn đầu tư nhưng không phải thế mà chấp nhận việc tiếp nhận các công lạc hậu, cũ, chất lượng kém, gây ảnh hưởng lớn đến môi trường.

Đối với các dự án chuyển giao công nghệ từ nước ngoài. Trong quá trình cấp phép và phê duyệt cần xác định trình độ công nghệ của dự án, ưu tiên cho các dự án có trình độ công nghệ cao, công nghệ thuộc thế hệ mới. Tuyệt đối không cấp phép đối với các dự án chuyển giao công nghệ lạc hậu, trình độ công nghệ có chất lượng thấp đã sử dụng từ các nước khác. Chúng ta rất thiếu vốn, rất cần vốn, nhưng không phải thu hút vốn bằng mọi giá, chúng ta phải tránh luồng dịch chuyển công nghệ lạc hậu mang tính tuàn tự.

Đối với các dự án các các nhà đầu tư trong nước cần phải cân nhắc kỹ càng trong việc lựa chọn công nghệ. Tập đoàn Dệt May Việt Nam cần tư vấn, hỗ trợ về thông tin các nguồn cung cấp công nghệ, các thế hệ công nghệ giúp các nhà đầu tư tránh được việc nhập khẩu các công nghệ đã lạc hậu, công nghệ thải hồi của các nước, nhất là các nước công nghiệp mới như Hàn Quốc, Trung Quốc...

Lựa chọn các công nghệ từ các nước có ngành may mặc phát triển, có nhiều công nghệ thương hiệu nổi tiếng như: Thụy Sĩ, Nhật Bản, Đức, Italia, Hàn Quốc... (Điểm hình đã thành công là công ty Dệt Phú Bài, với công nghệ được đầu tư đồng bộ của Nhật Bản, Thụy Sĩ và Đức).

Việt Nam hoàn toàn có thể cạnh tranh bằng chất lượng và sự khác biệt hoá sản phẩm. Điều này đã được chứng minh, nhiều thương hiệu Việt Nam đã đánh bại các sản phẩm của Trung Quốc như Dệt Thái Tuấn, Dệt may Hà Nội, Dệt Phú Bài... Chỉ có đầu tư công nghệ hiện đại thì chất lượng nguyên phụ liệu mới được nâng lên, mới tạo ra sản phẩm có sự khác biệt, mới có thể đáp ứng được yêu cầu cho may mặc xuất khẩu, thay thế tình trạng nhập khẩu như hiện nay.

3.3.2.2 Đầu tư phát triển nguyên liệu thượng nguồn

a. Đối với sản xuất trồng bông

Do nhiều nguyên nhân mà ngành bông vải Việt Nam trong thời gian qua có những bước phát triển thặng trầm. Song, cũng phải thừa nhận cây bông vải Việt Nam hoàn toàn có thể cạnh tranh với các cây trồng khác về mọi mặt. Theo tính toán của nông dân trồng bông, tùy mức đầu tư, nhưng với năng suất thấp nhất là 1 tấn rưỡi/ha (do rủi ro), cộng với sự đầu tư cao nhất theo đúng yêu cầu kỹ thuật thì người trồng bông vẫn không bị lỗ. Và nếu đạt năng suất từ 3 tấn trở lên sẽ có lãi từ 10 triệu/ha trở lên. Một số địa phương, nông dân đã tiếp cận được biện pháp thâm canh mới, mà đáng kể nhất là việc ứng dụng giống bông mới VN 02-2 có ưu điểm trọng lượng trái lớn, kháng được sâu rầy, kháng được thuốc diệt cỏ, nên giảm được công lao động. Bên cạnh đó còn là sự ứng dụng đồng bộ nhiều biện pháp kỹ thuật mới như: phân bón vi sinh chuyên dùng, phối hợp phủ bổi chống hạn cho cây bông, đã cho năng suất cao, như: Huyện Xuân Lộc Đồng Nai có hộ trồng đạt tới “đỉnh cao” là 5,2 tấn/ha và toàn huyện có 16 nông dân đạt năng suất từ 3-5 tấn/ha. Để thực hiện các mục tiêu nội địa hoá giá trị sản phẩm may mặc xuất khẩu thì vấn đề phát triển cây bông đã được coi là một chương trình trọng điểm của ngành Dệt may.

Để giữ vững và phát triển vùng bông nguyên liệu đem lại hiệu quả kinh tế cao, đạt được mục tiêu đã đặt ra, cần phải thực hiện đồng bộ và quyết liệt các giải pháp[48]:

Thứ nhất: Đầu tư cho việc ứng dụng tiến bộ khoa học kỹ thuật vào sản xuất. Đây là giải pháp có tính chất quyết định, ảnh hưởng trực tiếp đến năng suất bông, là khâu yếu nhất của ngành bông Việt Nam.

- Cần đưa nhanh các giống mới có năng suất cao vào sản xuất đại trà. Trước mắt đưa ba giống bông lai VN 04-3, VN 04-4, VN 04-5 là sản phẩm mới của Viện Nghiên cứu Bông và Phát triển nông nghiệp vào sản xuất. Với những ưu thế vượt trội, giống bông mới đang hy vọng tạo bước đột phá cho ngành Bông Việt Nam. Kết quả sản xuất thử nghiệm năm 2005, 2006 đều cho năng suất bông hạt trung bình từ 18,5 đến 19,5 tạ/ha, vượt đối chứng (VN15, giống chủ lực hiện nay) từ 25% đến 29%. Mặt khác, những ghi chép trong quá trình khảo nghiệm cho nhiều thông tin khá hấp dẫn: Về sinh trưởng, cả 3 giống thuộc nhóm chín trung bình sớm với thời gian nở quả từ 110- 115 ngày; khả năng sinh trưởng phát triển phù hợp với điều kiện sinh thái và tập quán canh tác. Bộ giống mới còn thuyết phục bởi có quả to và tỷ lệ xơ cao hơn hẳn giống đối chứng, có đặc tính kháng 2 loại sâu hại chính của cây bông là rầy xanh chích hút và sâu xanh đục quả.

- Áp dụng mô hình trồng luân, xen canh hai vụ vào sản xuất, làm sao có thể bố trí cơ cấu cây trồng hợp lý hai vụ trên năm trong điều kiện mùa mưa chỉ kéo dài sáu bảy tháng. Từ kết quả nghiên cứu khoa học nhiều năm và tổng kết kinh nghiệm thực tiễn sản xuất cho thấy có nhiều mô hình luân, xen canh giữa bắp, đậu và bông vải đem lại hiệu quả kinh tế cao và an toàn cho sản xuất. Với việc bố trí mô hình ba cây nêu trên, chúng ta đạt được nhiều mục đích: Bảo đảm hiệu quả kinh tế, giảm áp lực về sâu bệnh hại, chống suy thoái, cải tạo và duy trì độ phì nhiêu của đất.

- Chuyển giao tiến bộ kỹ thuật về quản lý dịch hại cho bông.

+ Biện pháp hóa học: Sử dụng một số loại thuốc xử lý có hiệu quả cao trong phòng chống dịch hại như xử lý hạt giống phòng trừ bệnh lở cổ rễ cây bông, trừ rầy xanh và nhện đỏ... Các loại thuốc cho hiệu quả cao: thuốc Oshin (0,1625kg/ha), Applaud 10WP (1kg/ha) có hiệu lực trừ rầy xanh cao, kéo dài đến 10 ngày sau khi phun (80%), chi phí thấp; Một số loại thuốc trừ nhện có hiệu lực cao, ít độc cho môi trường như Sokupi 0,36 AS, Bifentox 30ND, Secure 10EC, ... Xử lý hạt giống bông bằng Anvil 5SC (6ml/kg) trước khi gieo để phòng trừ bệnh lở cổ rễ đã mang lại hiệu quả cao.

+ Biện pháp sinh học và canh tác: Kết quả nghiên cứu đã xác định quản lý dịch hại bông có quan hệ mật thiết đến việc quản lý dịch hại trên các cây trồng vụ 1 (cây trồng trước bông) như ngô, đậu tương và đậu xanh.

- Đưa nhanh các kỹ thuật kích thích để bông chín đều một lượt, nhằm tiết kiệm thời gian thu hoạch, (dùng chất Ethrel (chế phẩm mới của Công ty Bông Đồng Nai) xịt lên cây bông khi trái bông đã già để trái chín đồng loạt và có thể thu hoạch một lần, thay vì phải thu hoạch 3 đợt tốn nhiều thời gian như trước đây). Ứng dụng tiến bộ kỹ thuật “tăng mật độ gieo trồng kết hợp với việc sử dụng PIX” ứng dụng kỹ thuật này đã giúp cây bông chống chịu rầy xanh và chịu hạn tốt hơn, năng suất cao hơn. Phân đầu: "Năng suất cao, chất lượng tốt và lao động giảm"

Thứ hai: Đầu tư cho công tác khuyến nông. Bản thân khuyến nông ngành bông là chưa đủ, cần phải có sự phối hợp hỗ trợ của các phương tiện thông tin đại chúng và các loại hình khuyến nông thích hợp nhằm nhanh chóng chuyển đổi nhận thức và đào tạo sâu rộng cho nông dân, đưa các kiến thức khoa học kỹ thuật đến tay bà con nông dân một cách nhanh nhất. Tăng cường đội ngũ cán bộ khuyến nông xuống tận nơi sản xuất để hướng dẫn, giúp đỡ nông dân về các biện pháp kỹ thuật.

Thứ ba: Đẩy mạnh đầu tư thâm canh vùng bông nguyên liệu có tưới, xác định đây là hướng đi cơ bản, có tính ổn định lâu dài trong việc phát triển ngành bông. Trước mắt ổn định sản xuất vùng nguyên liệu bông tưới nước trời theo hướng đầu tư thâm canh, để hạn chế tối đa những ảnh hưởng của khí hậu thời tiết bất thường. Tiếp đến đẩy mạnh đầu tư thâm canh vùng bông nguyên liệu có tưới, xác định đây là hướng đi cơ bản, có tính ổn định lâu dài trong việc phát triển ngành bông trong tương lai.

Nhà nước cần có những chủ trương, chính sách phù hợp hỗ trợ cho phát triển cây bông. Trong đó, theo lãnh đạo ngành bông Việt Nam để thực hiện hướng đi cơ bản, chiến lược, có tính ổn định lâu dài là quy hoạch và xây dựng những vùng bông thâm canh có tưới thì Nhà nước cần tiếp tục đầu tư cho hoạt động nghiên cứu khoa học để chọn, tạo các giống bông chuyển đổi gen có năng suất cao, chất lượng xơ tốt.

Thông qua các Hiệp hội Nhà nước có thể thực hiện các chính sách hỗ trợ: như hỗ trợ về kinh phí xử lý môi trường chất thải, hỗ trợ về khoa học kỹ thuật, hỗ trợ về vay vốn ưu đãi... tất nhiên là ngoài “vùng cấm của WTO”.

b. Đối với ngành dâu tằm

Để người trồng dâu nuôi tằm gắn bó với nghề, để nghề dâu tằm phát triển bền vững thì cần phải thực hiện các giải pháp.

Thứ nhất: Đầu tư tăng cường công tác khoa học kỹ thuật để đưa tới tay người trồng dâu nuôi tằm những loại giống dâu tốt nhất, giống tằm tốt nhất. Đưa nhanh các giống dâu có năng suất cao vào sản xuất như giống Sa Nhị Luân (Trung Quốc), giống VH 9, Tam bội thể số 12. Triển khai đưa giống tằm mới lai tạo thành công của Xí nghiệp Giống tằm Nam Định từ hai giống tằm kém vàng của địa phương và giống tằm lưỡng hệ kén trắng của Trung Quốc, với ưu điểm vừa phàm ăn, kháng bệnh tốt, vừa cho năng suất cao, cho ra kén trắng có giá trị lớn.

Đẩy mạnh công tác khuyến nông, các địa phương có thể cử các cán bộ kỹ thuật hướng dẫn, giám sát từ khâu trồng đến chăm sóc, phòng trừ sâu bệnh, cán bộ kỹ thuật phải hướng dẫn bà con cách trồng, trực tiếp chỉ đạo, kiểm tra, hỗ trợ kỹ thuật để chăm sóc, vệ sinh nhà nuôi và phòng bệnh cho tằm.

Thứ hai: Cần phải thúc đẩy phát triển mạnh Hiệp hội dâu tằm tơ, biến Hiệp hội thành nòng cốt để thực hiện sự nối kết sản xuất dâu - tằm - tơ và thực các biện pháp hỗ trợ cho bà con nông dân như: vay vốn ưu đãi, giới thiệu sản phẩm, tổ chức hội thảo giới thiệu các giống mới vào sản xuất, kỹ thuật nuôi trồng...

Trong ngành cần phải có tiếng nói chung và cần có sự hợp tác, không thể mạnh ai nấy làm. Đó là vai trò của hiệp hội. Mỗi thành viên cũng phải có trách nhiệm với tổ chức nghề nghiệp của mình. Các nhà máy, các cơ sở ương tơ phải gắn với vùng nguyên liệu ổn định[94].

Thứ ba: Cần đầu tư cho việc xây dựng tiêu chuẩn chất lượng sản phẩm. Các cơ sở sản xuất, lưu thông tằm (trứng tằm), tơ, lụa đều phải có thương hiệu, hàng hóa sản xuất ra đều phải có nhãn hiệu hàng hóa và phải chịu trách nhiệm về chất lượng của hàng hóa đó. Hiệp hội Viseri sẽ tham mưu nhà nước xây dựng và ban hành tiêu chuẩn trứng tằm, tiêu chuẩn kén, tiêu chuẩn tơ... Đã đến lúc con tằm, sợi tơ cần phải có thương hiệu. Đây cũng là giải pháp để “gỡ rối” và là cơ sở để tăng cường công tác quản lý của nhà nước trong việc sản xuất, kinh doanh dâu tằm tơ.

3.3.2.3 Đầu tư các trung tâm giao dịch nguyên phụ liệu may mặc

Hình thành các trung tâm giao dịch nguyên phụ liệu có quy mô lớn, tạo thành các chợ không lò về buôn bán nguyên phụ liệu may mặc, nơi cung cấp tất cả các

chúng loại nguyên phụ liệu trong nước và nước ngoài, cung cấp đủ, toàn diện các thông tin về nguyên phụ liệu may mặc. Đầu tư hình thành các trung tâm giao dịch nguyên phụ liệu cần phải thực hiện các bước sau:

- Xác định vị trí xây dựng các trung tâm giao dịch nguyên phụ liệu may mặc. Nên đặt tại ba thành phố lớn, trung tâm thương mại của ba miền đó là Hà Nội, Đà Nẵng và Thành phố Hồ Chí Minh. Đây là ba trung tâm thương mại lớn nhất tại ba miền Bắc, Trung, Nam. Mỗi miền tập trung một trung tâm với quy mô lớn, diện tích lớn, cần xác định các trung tâm này sẽ là các trung tâm cung cấp nguyên phụ liệu lớn nhất cho toàn ngành may mặc Việt Nam và cả các nước trong khu vực.

- Vị trí của từng các trung tâm trong thành phố, nên chọn địa điểm có diện tích rộng, thuận tiện giao thông, (nên tham khảo mô hình của các tập đoàn bán lẻ nổi tiếng như Metro tại Hà Nội) đảm bảo thuận lợi cho việc xây dựng, giải toả mặt bằng, tiến độ đầu tư nhanh. Đầu tư hình thành các trung tâm cung ứng nguyên phụ liệu đến nay có thể nói là cấp bách, nên tiến độ đầu tư là quan trọng, lựa chọn các địa điểm thuận lợi cho vấn đề giải toả, giải phóng mặt bằng, tránh trường hợp như trung tâm tại Quận Thủ Đức Thành phố Hồ Chí Minh.

- Tập đoàn Dệt May nên tập trung cho việc xây dựng cơ sở hạ tầng của Trung tâm, quy hoạch tổng thể còn lại thì kêu gọi đầu tư từ các doanh nghiệp, các nhà đầu tư trong và ngoài nước, tư thương buôn bán về nguyên phụ liệu. Khuyến khích các tư thương đang kinh doanh tại các chợ đầu mối Soái kinh lâm, chợ Tân bình, Thương xá Đại Quang minh, chợ Hoà Hảo,... đầu tư vốn vào các trung tâm đã có cơ sở hạ tầng được quy hoạch. Điều này sẽ khai thác được kinh nghiệm kinh doanh và vốn đầu tư khá lớn. Nhà nước cần hỗ trợ các chính sách ưu đãi về thuế, tín dụng, tiền thuê cơ sở hạ tầng đối với người đầu tư vào lĩnh vực này.

- Đối với các chợ đầu mối hiện tại Soái kinh lâm, chợ Tân bình, Thương xá Đại Quang minh, chợ Hoà Hảo, chợ Long biên, chợ Ninh Hiệp... cần có các chính sách hỗ trợ về đầu tư cơ sở hạ tầng, về quy hoạch, về thông nhằm thúc đẩy phát triển thành các trung tâm cung cấp nguyên phụ liệu may mặc vệ tinh cho 3 trung tâm lớn tại ba miền, đây là lực lượng khá lớn giữ vai trò cung cấp nguyên phụ liệu may mặc cho thị trường may mặc nội địa.

- Thực hiện liên doanh, liên kết trong đầu tư nhằm huy động được các nguồn lực từ các thành phần kinh tế ngoài nhà nước, đồng thời tiếp thu được các kinh

nghiệm trong kinh doanh giao dịch nguyên phụ liệu. Hiện tại, lĩnh vực buôn bán nguyên phụ liệu đang hấp dẫn, thu hút các nhà đầu tư (Công ty TNHH Liên Anh đã tiến hành đầu tư trung tâm giao dịch nguyên phụ liệu dệt may, giày da tại Tỉnh Bình Dương)

3.3.3 Các giải pháp phát triển nguồn nhân lực

Cho dù thế nào, thì vẫn phải khẳng định con người là yếu tố rất quan trọng quyết định đến hiệu quả sản xuất kinh doanh. Sản xuất nguyên phụ liệu may mặc là ngành sản xuất có tỷ trọng chi phí nguyên liệu cao (khoảng 65% đến 70%), giá trị gia tăng thấp. Chính vì thế, hiệu quả kinh doanh cao hay không phụ thuộc rất lớn vào yếu tố con người, trình độ lao động, trình độ quản lý...yếu tố triển khai, phát huy hiệu quả các yếu tố khác.

- Thứ nhất: Đối với Tập Đoàn Dệt May và Nhà nước

Phát triển nguồn nhân lực sợi dệt cần quan tâm hai vấn đề lớn là đảm bảo yêu cầu cân đối trên các mặt cơ cấu ngành nghề, cơ cấu trình độ và chất lượng đào tạo.

Về cơ cấu ngành nghề phải bảo đảm đào tạo đủ số lượng lao động theo các khâu của quá trình công nghệ. Về cơ cấu trình độ cần phát triển đội ngũ công nhân kỹ thuật, bên cạnh đó cần đặc biệt coi trọng việc đào tạo đội ngũ cán bộ khoa học công nghệ có trình độ cao. Đội ngũ này có vị trí quan trọng không phải chỉ trong việc điều hành quá trình công nghệ sản xuất sản phẩm mà còn cả trong việc cải tiến, hoàn thiện công nghệ, thiết bị và sản phẩm hiện có, làm các công nghệ, thiết bị ngoại nhập thích ứng với điều kiện Việt Nam. Ngoài ra cần coi trọng nâng cao chất lượng học tập ở tất cả các cấp học. Có thể nói đây là biện pháp hiệu quả để tiết kiệm chi phí đào tạo[25]. Các giải pháp cụ thể để phát triển nguồn nhân lực, gồm:

+ Củng cố, hoàn thiện và mở rộng hệ thống đào tạo nghề dệt may theo hướng mở rộng và phát triển của ngành. Mở các khoa, chuyên ngành dệt may trong các trường đại học và cao đẳng, đầu tư mạnh để có được chất lượng đào tạo đạt yêu cầu của ngành. Cần xây dựng các chương trình đào tạo bằng phương tiện nghe nhìn đạt tiêu chuẩn để cung cấp đồng loạt cho các doanh nghiệp. Tất cả các hoạt động trên đều trên cơ sở khảo sát kỹ lưỡng yêu cầu của các doanh nghiệp và luôn có thông tin cập nhật có tính liên kết cao từ doanh nghiệp đến cơ sở đào tạo.

Duy trì thường xuyên các lớp đào tạo hệ cao đẳng, trung cấp, công nhân thông qua hệ thống các trường chuyên nghiệp, các cơ sở sẵn có của ngành nhằm tận dụng, phát huy tối đa cơ sở vật chất hiện có cung cấp đủ nguồn nhân lực cho ngành.

+ Đầu tư mở rộng các trường cao đẳng của ngành trở thành các trung tâm đào tạo, cung cấp nguồn nhân lực cho toàn ngành, mở rộng liên kết đào tạo với các trường đại học trong và ngoài nước để đào tạo đội ngũ các kỹ sư, công nhân kỹ thuật bậc cao chuyên ngành dệt may. Trong các trường cao đẳng lựa chọn lấy một trường có điều kiện thuận lợi để nâng cấp thành lập Trường đại học dệt may đào tạo các chuyên ngành về Dệt may trong đó chú ý việc đào tạo các kỹ sư ngành sợi dệt. Trước mắt nên liên kết đào tạo với các nước có ngành Dệt May phát triển để đào tạo nhằm học hỏi kinh nghiệm.

+ Liên kết với các Trường đại học, các tổ chức quốc tế về đào tạo chuyên ngành Dệt nhuộm để cử sinh viên, cán bộ theo học tại nước ngoài. Hoạt động liên kết với nước ngoài nên lựa chọn các nước có ngành dệt may phát triển mạnh như Nhật Bản, Hàn Quốc, Đài Loan... Tập trung mạnh cho đào tạo cán bộ quản lý, lao động chuyên môn các lĩnh vực sợi, dệt, nhuộm. Tập đoàn Dệt May và Hiệp hội Dệt May Việt Nam là đầu mối để phối hợp và liên kết các cơ sở đào tạo trong và ngoài nước triển khai chương trình đào tạo nguồn nhân lực cho ngành.

+ Mở các lớp đào tạo cán bộ quản lý kinh tế - kỹ thuật, cán bộ pháp chế, nhân viên bán hàng, cán bộ kỹ thuật và công nhân lành nghề của các dự án dệt nhuộm trọng điểm. Trong các lớp đào tạo có thể tuyển chọn các học viên có khả năng cao đưa đi đào tạo ở các nước có chuyên ngành Dệt May phát triển thông qua hợp tác liên kết đào tạo với các nước này.

+ Mở các khóa đào tạo về thiết kế và phân tích vải, kỹ năng quản lý sản xuất, kỹ năng bán hàng (kỹ năng thiết kế, làm mẫu, bán hàng, kiến thức về tiêu chuẩn nguyên liệu, sản phẩm tiêu chuẩn môi trường và an toàn lao động). Việc đào tạo nên kết hợp giữa đào tạo dài hạn và ngắn hạn; giữa đào tạo chính quy và vừa học vừa làm; giữa đào tạo trong nước và cử ra nước ngoài[58].

+ Thành lập các công ty cung ứng lao động dệt may. Cũng giống như các ngành khác, ngành dệt may cũng mang tính chất mùa vụ, khi nhu cầu lao động cao thì các công ty cung ứng lao động sẽ đáp ứng nhu cầu lao động, khi trái vụ các công

ty cung ứng sẽ thực hiện đào tạo lại đội ngũ lao động. Nhờ quy mô lớn và đào tạo tập trung, chuyên môn hoá cao hiệu quả đào tạo sẽ tăng lên.

- Thứ hai: Phạm vi từng doanh nghiệp

+ Đối với các nhà quản trị cấp cao: Thông qua hoạt động của các hiệp hội để tổ chức các lớp bồi dưỡng, hội thảo nâng cao trình độ, năng lực quản trị... Các hình thức thực hiện có thể mời các nhà quản trị hành đầu trên thế giới để truyền đạt kinh nghiệm, kiến thức, phương pháp quản trị kinh doanh. (Tại Thành phố Hồ Chí Minh trường Đại học PACE đã mời Philip Kotler một trong những nhà quản trị Marketing hàng đầu trên thế giới (tháng 7/2007); mời Michael Porter một trong những chuyên gia hàng đầu thế giới về chiến lược kinh doanh (8/2008) để thuyết trình về các kiến thức quản trị kinh doanh. Tăng cường hơn nữa các hội thảo về kiến thức thức quản trị có mời các chuyên gia nước ngoài; đầu tư cho các chương trình tham quan học tập kinh nghiệm của nước ngoài, chọn các nước phát triển mạnh về lĩnh vực sản xuất nguyên phụ liệu may mặc như Trung Quốc, Ấn Độ, Hàn Quốc...

Cần có chế độ đãi ngộ tốt, chế độ đãi ngộ đối với các nhà quản trị cấp cao, cần phải giãn khoảng cách xa hơn so với nhân viên. Mức lương, phụ cấp phải được nâng cao hơn nữa, vấn đề này nên tham khảo mức trả lương của các doanh nghiệp nước ngoài, lương giám đốc có thể cao gấp nhiều lần lương nhân viên. Tất nhiên phải gắn chặt trách nhiệm với quyền lợi, khi nhà quản trị hoạt động không có hiệu quả, năng suất thấp, năng lực kém thì phải từ chức, miễn nhiệm nhường vị trí cho những người có khả năng tốt hơn. Nghiên cứu quy định về nhiệm kỳ bổ nhiệm, miễn nhiệm, từ chức để đảm bảo độ linh hoạt trong việc bổ nhiệm sử dụng các nhà quản trị cấp cao.

+ Đối với các nhà quản trị cấp trung gian và cấp cơ sở: Xây dựng tiêu chuẩn trình độ cho các nhà quản trị cấp trung gian và cấp cơ sở. Chỉ những người đáp ứng được các tiêu chuẩn về trình độ mới được tuyển chọn, đề bạt, bổ nhiệm.

Cần xây dựng các chính sách để khuyến khích các nhà quản trị tham gia học tập nâng cao trình độ, có thể là hỗ trợ kinh phí học tập, trả lương tăng thêm theo trình độ, là tiêu chuẩn đề bạt và bổ nhiệm.

+ Đối với công nhân, lực lượng lao động trực tiếp tạo ra giá trị gia tăng, tạo ra lợi nhuận cần phải được quan tâm đầu tư đúng mức, không ngừng nâng cao trình độ tay nghề đáp ứng đòi hỏi ngày càng cao của thị trường.

Nên thực hiện thường niên các cuộc thi thợ giỏi, bàn tay vàng trong doanh nghiệp, nhân rộng các điển hình trong lao động. Doanh nghiệp cần có các khuyến khích động viên về vật chất (tăng lương, thưởng) để lôi cuốn người lao động tìm tòi sáng tạo trong công việc, không ngừng học hỏi để nâng cao tay nghề.

Đầu tư để nâng cao điều kiện làm việc của doanh nghiệp. Lao động trong các doanh nghiệp sản xuất sợi, dệt nhuộm là lao động nặng nhọc, môi trường làm việc bị ô nhiễm, bụi, nóng, ồn... sinh ra nhiều bệnh nghề nghiệp. Các doanh nghiệp cần đầu tư để thực hiện các giải pháp cải thiện điều kiện làm việc cho người lao động, cần tăng thêm phụ cấp độc hại, ca 3... tại những nơi mà điều kiện lao động chưa có điều kiện cải thiện, điều kiện làm việc xấu.

Thực hiện liên kết với các cơ sở đào tạo, thông qua các mô hình liên kết giữa trường đào tạo nghề và doanh nghiệp, các hình thức liên kết: Nhà trường và doanh nghiệp ký với nhau một khế ước cung cấp nhu cầu và đảm bảo việc làm cho sinh viên tốt nghiệp; các doanh nghiệp đầu tư tài chính cho các trường đào tạo, trên cơ sở đó nhà trường sẽ bồi dưỡng, huấn luyện cho doanh nghiệp những nhân viên, công nhân mới phù hợp với yêu cầu của doanh nghiệp.

3.3.4 Các giải pháp về thị trường và nâng cao sức cạnh tranh

Trong nền kinh tế thị trường, thị trường của doanh nghiệp quyết định vận mệnh của doanh nghiệp. Sự nghiệp của doanh nghiệp có tồn tại và phát triển được hay không phụ vào thị trường của doanh nghiệp là lớn hay nhỏ, khả năng mở rộng như thế nào. Thị trường mở rộng, doanh thu tăng, lợi nhuận tăng, hiệu quả kinh doanh và hiệu quả sử dụng vốn tăng, có điều kiện để đầu tư nâng cao năng lực công nghệ. Việc khai thác, mở rộng và bảo vệ thị trường có thể theo một số hướng sau đây:

Một là: Đẩy mạnh công tác nghiên cứu, khai thác thị trường. Trong giai đoạn từ nay đến 2015 thị trường của các doanh nghiệp sản xuất nguyên phụ liệu may mặc chủ yếu là thị trường trong nước, đây là điểm thuận lợi cho các doanh nghiệp. Vấn đề là các doanh nghiệp may, nhất là may xuất khẩu trong thời gian qua đã quen với việc nhập khẩu nguyên phụ liệu từ nước ngoài, đôi khi có doanh nghiệp còn không biết hiện trong nước sản xuất nguyên phụ liệu chất lượng đến đâu, khả năng cung cấp thế nào.

Các doanh nghiệp cần đẩy mạnh việc nghiên cứu thị trường, xác định khả năng mở rộng thị trường, xây dựng các chiến lược bảo vệ thị trường hiện tại đồng thời mở rộng thêm thị trường mới, các nội dung cần thực hiện:

- Xác định trong thời gian từ nay đến 2015 thị trường trong nước sẽ là thị trường mục tiêu, nhấn mạnh đối tượng các doanh nghiệp may xuất khẩu.

+ Cần chú trọng khai thác, chiếm lĩnh lại thị trường trong nước, theo hướng định vị thị trường hướng về nông thôn. Hiện tại thị trường này đang bị chiếm lĩnh bởi sản phẩm của Trung Quốc. Đặc điểm của thị trường là phục vụ các hiệu may nhỏ phục vụ nhu cầu nông thôn, với đặc điểm chất lượng vừa phải giá rẻ.

+ Đối với may mặc xuất khẩu: không ngừng nâng cao chất lượng vải và các sản phẩm nguyên phụ liệu cung cấp cho các doanh nghiệp may mặc xuất khẩu nhằm thay thế nhập khẩu, thông qua các biện pháp giới thiệu sản phẩm, cung cấp thông tin kịp thời cho các doanh nghiệp may mặc xuất khẩu.

- Đẩy mạnh công tác nghiên cứu thị trường, việc này cho biết nhu cầu hiện tại của thị trường là những loại sản phẩm, chủng loại sản phẩm nào, những sản phẩm đang được ưu chuộng. Cần nghiên cứu nhu cầu sử dụng và xu hướng sử dụng sản phẩm của các đối tác đặt may gia công, về chất lượng, hình thức, mẫu mã...

Xây dựng hệ thống thông tin cập nhật về thị trường để có thể nắm chắc nhu cầu thường xuyên biến động của từng mặt sản phẩm nguyên phụ liệu may mặc. Đây cũng là khâu yếu nhất ở nước ta hiện nay, do thiếu thông tin nên không chớp được những cơ hội kinh doanh có hiệu quả. Vì vậy, cần phải tổ chức tốt hệ thống thông tin thị trường từ các Bộ, Ngành đến các doanh nghiệp; thành lập các điểm thông tin thị trường tại trung tâm dệt may trọng điểm để cung cấp cho doanh nghiệp những thông tin cụ thể, thiết thực về tình hình thị trường trong nước và khu vực. Tăng cường hoạt động thông tin trên cổng thông tin điện tử của Hiệp hội Dệt May và Tập đoàn Dệt May.

Cùng với sự cung cấp thông tin tầm chiến lược của Nhà nước ở cấp bộ (Bộ Công thương, Tập đoàn Dệt May...), các doanh nghiệp, hiệp hội ngành hàng cần chủ động tích cực trong khâu nghiên cứu thị trường để xây dựng chiến lược kinh doanh phù hợp với nhu cầu của thị trường. Có như vậy mới có thể sớm khai thông được đầu ra, nhất là khi thị trường Dệt May thế giới có biến động. Trong quá trình xây dựng chiến lược thị trường cần phải tận dụng tối đa thời cơ do các cam kết quốc tế như các

hiệp định thương mại song phương và đa phương đã được Nhà nước ký kết để mở rộng thị trường.

- Phát huy tối đa các lợi thế có được so với các đối thủ cạnh tranh từ nước ngoài, đó là: tiến độ giao hàng, các điều kiện giao nhận, chi phí giao dịch thấp, các mối quan hệ giữa các doanh nghiệp cùng hiệp hội, cùng khu công nghiệp... Nhằm khai thác mở rộng thị trường trong nước.

- Đẩy mạnh công tác giới thiệu sản phẩm và xúc tiến thương mại

+ Đẩy mạnh công tác giới thiệu sản phẩm tới tận các doanh nghiệp may, các đối tác đặt gia công nước ngoài, tận dụng tối đa các cơ hội để giới thiệu sản phẩm như thông qua hội chợ, triển lãm, trình diễn thời trang, qua mạng internet, quảng cáo trên truyền hình, quảng cáo biển. Riêng quảng cáo trên truyền hình của các sản phẩm nguyên phụ liệu còn rất hạn chế, đây là một kênh rất quan trọng đối với thị trường may mặc dân cư tại các nhà may nhỏ.

+ Đẩy mạnh và nâng cao hiệu quả hoạt động của các tổ chức xúc tiến thương mại. Hoạt động xúc tiến thương mại có vai trò to lớn góp phần tích cực vào việc thực hiện chính sách mở cửa hội nhập kinh tế quốc tế, thực hiện chiến lược xuất khẩu của Nhà nước; giúp các doanh nghiệp tiếp cận những thông tin cụ thể về thị trường và khách hàng; thông qua xúc tiến thương mại các doanh nghiệp có thể nắm được luật pháp, chính sách thương mại quốc tế của các nước nhập khẩu, tăng cường quan hệ bạn hàng với các đối tác nước ngoài, biết thêm thông tin về đối thủ cạnh tranh trên thị trường từ đó có thể lựa chọn phương pháp, cách thức tiếp cận và chinh phục khách hàng.

Các doanh nghiệp sản xuất nguyên phụ liệu may mặc cần hiểu rõ thị hiếu của khách hàng may mặc để từ đó đưa ra các giải pháp sản xuất sản phẩm đáp ứng nhu cầu của sản phẩm may mặc.

Với việc thành lập và phát triển các tổ chức xúc tiến thương mại của Nhà nước cũng như của các ngành, như Cục xúc tiến thương mại của Bộ Thương mại, các tổ chức xúc tiến thương mại của các hội ngành nghề, và của cả các doanh nghiệp, thời gian qua hoạt động xúc tiến thương mại đã có tác động tích cực đến hoạt động sản xuất kinh doanh và mở rộng thị trường, tìm kiếm bạn hàng và thị trường mới cho các sản phẩm nguyên phụ liệu may mặc; hướng dẫn và tư vấn các doanh nghiệp áp dụng hệ thống quản lý chất lượng (ISO 9.000; ISO 14.000) để nâng cao khả năng

cạnh tranh của hàng hóa trong nước... Tuy nhiên, hoạt động xúc tiến thương mại vẫn chưa theo kịp yêu cầu phát triển kinh tế xã hội trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế, đặc biệt là trong lĩnh vực cung cấp thông tin và tư vấn cho doanh nghiệp về thị trường và mặt hàng xuất khẩu. Hoạt động của các tổ chức xúc tiến thương mại còn phân tán, không theo chiến lược, kế hoạch phát triển chung, chưa tạo lập được khuôn khổ pháp lý. Cơ sở vật chất, kỹ thuật cho hoạt động này còn thiếu và yếu, đặc biệt là trình độ của lực lượng cán bộ xúc tiến thương mại còn thấp, chưa chuyên nghiệp.

Chính vì vậy, cần tạo nên một hệ thống xúc tiến thương mại mang tầm quốc gia và Cục xúc tiến thương mại phải là đầu mối hợp tác, trao đổi xử lý thông tin với các tổ chức xúc tiến thương mại khác để tạo nên một sức mạnh tổng thể trong hoạt động xúc tiến thương mại. Cần thiết lập hành lang pháp lý cho hoạt động xúc tiến thương mại, có cơ chế chính sách và cơ chế quản lý Nhà nước đối với các hoạt động này, tạo điều kiện để phát triển các tổ chức xúc tiến thương mại. Nhà nước cũng cần hỗ trợ về kinh phí và các phương tiện kỹ thuật cho các trung tâm xúc tiến thương mại, giúp đào tạo và nâng cao năng lực của cán bộ làm công tác xúc tiến thương mại để hoạt động này ngày càng có hiệu quả hơn.

Hai là: Thực hiện các giải pháp bảo vệ thị trường.

- Cần xây dựng và giữ chữ “Tín” trong việc bán hàng, đảm bảo hợp đồng sản xuất, phải đảm bảo đúng chất lượng, số lượng, đúng thời gian, phương thức giao dịch theo hợp đồng đã ký kết. Tạo cho khách hàng sự tin tưởng thoải mái, giao hàng nhanh chóng thuận tiện, đa dạng hoá các hình thức thanh toán, sử dụng linh hoạt các hình thức chiết khấu, khuyến mại...

- Nâng cao chất lượng sản phẩm thông qua việc ứng dụng khoa học kỹ thuật.

Nghiên cứu áp dụng các công nghệ mới, các nguyên liệu mới để tạo ra các sản phẩm dệt có tính năng khác biệt, triển khai các chương trình sản xuất sạch hơn, tiết kiệm năng lượng, áp dụng các phần mềm trong thiết kế, quản lý tốt hơn sản xuất và chất lượng sản phẩm dệt.

Hỗ trợ cho các doanh nghiệp trong ngành đẩy mạnh các hoạt động nghiên cứu triển khai các tiến bộ kỹ thuật, chuyển giao công nghệ, nâng cao năng lực sản xuất của các doanh nghiệp sản xuất nguyên phụ liệu may mặc.

Tổ chức lại các viện nghiên cứu Dệt May theo hướng tự chủ, tự chịu trách nhiệm nhằm nâng cao năng lực tư vấn, nghiên cứu triển khai, chuyển giao công

nghệ, khả năng thiết kế và sáng tác mẫu, chú trọng các mẫu vải phục vụ may mặc xuất khẩu.

- Tăng cường công tác kiểm tra, kiểm soát thị trường, chống buôn lậu, trốn thuế, gian lận thương mại, hàng giả ... nhằm bảo vệ sản phẩm sản xuất trong nước, đảm bảo sự bình đẳng trên thị trường. Hiện tượng buôn lậu vải vào trong nước từ các nước lân cận còn diễn ra phổ biến, các cơ quan quản lý thị trường chưa có các biện pháp ngăn chặn hiệu quả, phổ biến nhất là buôn lậu vải từ Trung Quốc. Các cơ quan quản lý nhà nước cần thực hiện quyết liệt hơn các biện pháp chống buôn lậu.

3.3.5 Tăng cường và nâng cao hiệu quả hoạt động liên kết

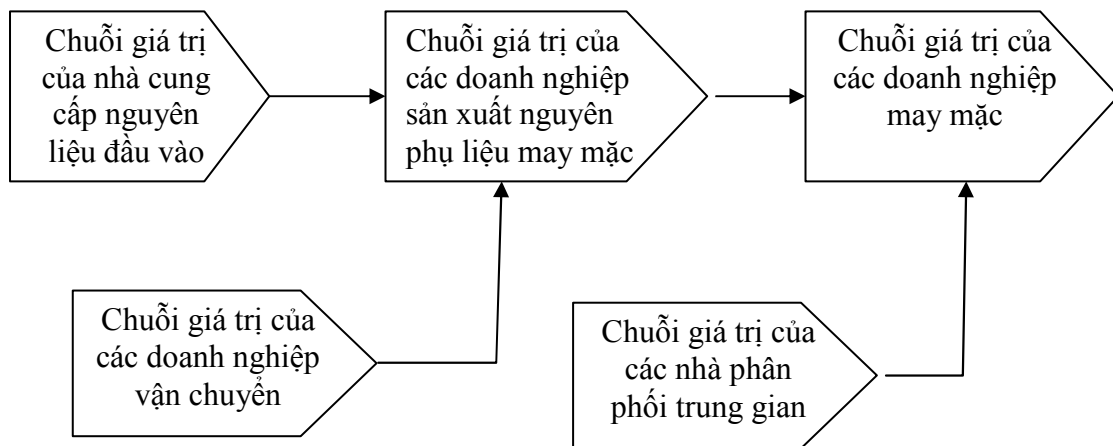
Liên kết kinh tế sẽ góp phần nâng cao hiệu quả kinh doanh và sức cạnh tranh của sản xuất nguyên phụ liệu may mặc. Về thực chất là nhằm gắn chặt quá trình sản xuất và tiêu thụ sản phẩm của các doanh nghiệp sản xuất nguyên phụ liệu may mặc, loại bỏ các khâu trung gian trong quá trình lưu thông; qua đó nâng cao giá trị sản phẩm, cùng phân chia lợi nhuận, chia sẻ rủi ro và tạo động lực cho phát triển. Các doanh nghiệp sản xuất nguyên phụ liệu may mặc, các ngành liên quan hỗ trợ cần nghiên cứu và vận dụng cơ sở lý luận về chuỗi giá trị trong nước và quốc tế. Tăng cường và nâng cao hiệu quả hoạt động liên kết các doanh nghiệp sản xuất nguyên phụ liệu cần phải:

- Tránh cạnh tranh nội bộ giữa các doanh nghiệp sản xuất nguyên phụ liệu may mặc về giá bán và giá mua đầu vào. Điều này sẽ giúp cho các doanh nghiệp tránh khỏi những rủi, những thiệt hại do cạnh tranh gây ra và chống lại các đối thủ cạnh tranh từ nước ngoài. Các doanh nghiệp sản xuất nguyên phụ liệu may mặc phải xây dựng chiến lược liên kết nhằm nâng cao sức cạnh tranh, mối quan hệ liên kết sẽ giúp nâng cao chất lượng sản phẩm do sự đồng đều về chất lượng các khâu nguyên liệu, bao bì đóng gói, và các dịch vụ khác.

- Đẩy mạnh hơn nữa các hoạt động của ngành vào việc tham gia chuỗi cung ứng, đồng thời thỏa mãn các yêu cầu nhanh hơn, tốt hơn, rẻ hơn. Để chuỗi cung ứng hoạt động có hiệu quả thì Tập Đoàn Dệt May, Hiệp hội Dệt May phải là nòng cốt. Theo[19] nhìn một cách tổng thể chi phí của doanh nghiệp không chỉ phụ thuộc vào các yếu tố nội tại mà còn phụ thuộc vào các doanh nghiệp khác. Cơ chế thị trường đòi hỏi các doanh nghiệp muốn tồn tại và phát triển không những cần tăng cường khả năng cạnh tranh mà còn luôn mở rộng các hoạt động liên kết giữa các doanh nghiệp.

Chính sự phát triển của liên kết kinh tế càng thúc đẩy cạnh tranh. Và như vậy, quan hệ liên kết kinh tế càng gắn bó chặt chẽ giữa các chủ thể với nhau hơn trong quá trình phát triển.

Với xu hướng hội nhập và toàn cầu hóa diễn ra nhanh chóng thì sự phụ thuộc lẫn nhau giữa các doanh nghiệp ngày càng nhiều hơn. Chuỗi giá trị phát triển mở rộng hơn, các doanh nghiệp hợp thành dây chuyền giá trị, thể hiện sự liên kết giữa các nhà cung ứng, sản xuất, tiêu thụ. Hình 3.2



Hình 3.2 Chuỗi giá trị - mối quan hệ liên kết giữa các doanh nghiệp

- Đẩy mạnh hoạt động của Hiệp Hội Dệt May Và Tập đoàn Dệt May. Tập đoàn Dệt May và Hiệp hội Dệt May thực chất là một hình thức của tổ chức kinh tế lỏng. Các thành viên tham gia Hiệp Hội thường thống nhất về chiến lược phát triển, chính sách đầu tư, thỏa thuận hạn mức sản xuất, chính sách chi phối thị trường[21]. Ban điều hành của Hiệp hội điều hành sự phối hợp hoạt động của các thành viên theo chiến lược và các chính sách trên, nhưng không có quyền can thiệp vào công việc sản xuất kinh doanh của từng thành viên.

Đối với Tập Đoàn Dệt May thì tính liên kết chặt chẽ hơn rất nhiều, Lãnh đạo Tập đoàn điều hành hoạt động của các thành viên thống nhất trên các mặt chiến lược đầu tư, chiến lược thị trường, tổ chức bộ máy hoạt động... Tuy vậy, mối quan hệ liên kết trong nội bộ Tập đoàn vẫn chưa như mong muốn. Vốn đầu tư vẫn đổ nhiều vào lĩnh vực may mặc còn lĩnh vực sợi dệt vẫn rất chậm, các doanh nghiệp may mặc sử dụng sản phẩm đầu vào từ các doanh nghiệp sợi dệt vẫn còn ít.

Hiệp hội Dệt May thì mối quan hệ liên kết còn rất lỏng, chưa phát huy hiệu quả để tạo ra sức cạnh tranh cho toàn Hiệp hội, tình trạng mạnh ai nấy làm vẫn xảy ra thường xuyên giữa các doanh nghiệp trong Hiệp hội. Cần phải đẩy mạnh vai trò

của Hiệp hội về các lĩnh vực sản xuất kinh doanh, công nghệ, đào tạo nhân lực, cũng như các hoạt động tiếp thị, xúc tiến thương mại qua đó tăng cường mối quan hệ chặt chẽ hơn nữa trong hoạt động liên kết nhằm tăng sức cạnh tranh của các doanh nghiệp sản xuất nguyên phụ liệu may mặc cũng như toàn ngành Dệt May trên thị trường thế giới.

- Đẩy mạnh mối quan hệ liên kết giữa các doanh nghiệp sản xuất nguyên phụ liệu may mặc với sản xuất thượng nguồn thông qua các hình thức hợp đồng với nông dân trồng bông, dâu tơ tằm. Để đẩy mạnh việc ký kết và thực hiện hợp đồng tiêu thụ sản phẩm thượng nguồn thực sự đi vào cuộc sống, đem lại hiệu quả rõ rệt và góp phần thúc đẩy lưu thông hàng hóa,... tạo lập các quan hệ gắn kết chặt chẽ và ổn định giữa sản xuất và lưu thông, cần[23]:

+ Căn cứ vào qui hoạch phát triển sản xuất ở các địa phương, các vùng nhất là vùng trồng bông, dâu tơ tằm để thúc đẩy việc ký kết hợp đồng tiêu thụ cung cấp vật tư hàng hóa và thực hiện các chính sách hỗ trợ đầu tư (đất đai, giống, phân bón, thiết bị kỹ thuật, tập huấn chuyên môn ...) cho các vùng tập trung chuyên canh sản phẩm công nghiệp chế biến nông, lâm sản.

Tuyên truyền vận động để nông dân tự nguyện hợp tác liên kết sản xuất trong các tổ đội sản xuất hoặc HTX để giảm bớt đầu mối ký kết hợp đồng cho doanh nghiệp. Tùy theo điều kiện cụ thể, doanh nghiệp có thể ký kết hợp đồng với các bên đối tác là hộ nông dân sản xuất kinh doanh lớn, các hộ kinh tế trang trại (hoặc đại diện của họ là các nhóm hộ) các tổ đội sản xuất và HTX, các nông trường hoặc các thương nhân trung gian (như người buôn chuyển, thương lái, chủ vựa...).

Chính phủ, hỗ trợ xúc tiến thương mại, cung cấp thông tin, tiếp cận thị trường... Các doanh nghiệp cần bảo đảm đầy đủ và kịp thời các khoản đầu tư ứng trước cho nông dân (nhất là tiền vốn, giống, phân bón...) để một mặt tạo điều kiện cho nông dân thực hiện hợp đồng, mặt khác nâng cao cơ sở kinh tế và pháp lý của quan hệ ràng buộc giữa hai bên theo hợp đồng. Áp dụng nhiều hình thức thỏa thuận trong hợp đồng để đảm bảo chia sẻ rủi ro phân phối hài hòa lợi ích kinh tế đôi bên cả khi thuận lợi lẫn lúc khó khăn.

+ Xây dựng cơ chế điều hòa bảo hiểm cho hợp đồng tiêu thụ theo nguyên tắc lấy lãi bù lỗ; dành một phần lãi khi giá lên bù cho lỗ khi giá xuống để ổn định giá cả, từ đó ổn định lợi ích kinh tế của nông dân và doanh nghiệp.

+ Phát huy tác dụng dẫn dắt, định hướng thị trường và nêu cao vai trò nòng cốt của doanh nghiệp nhà nước trong việc thực hiện hợp đồng; đồng thời tăng cường giáo dục ý thức trách nhiệm pháp luật của nông dân trong việc thực hiện các nghĩa vụ đã thỏa thuận và cam kết theo hợp đồng.

Thông qua phương thức hợp đồng kinh tế hai chiều, tạo điều kiện để doanh nghiệp tham gia đầu tư vào sản xuất nông nghiệp và ngược lại, nông dân góp vốn đầu tư, mua cổ phần, liên doanh đầu tư cùng doanh nghiệp hoặc trở thành đơn vị kinh doanh vệ tinh của doanh nghiệp, từ đó dần hình thành và phát triển các tổ hợp nông - công - thương theo chế độ sở hữu hỗn hợp, thực hiện sự liên kết giữa nhà nông với nhà chế biến công nghiệp và nhà buôn, nhất thể hóa sản xuất nông nghiệp, sản xuất công nghiệp và lưu thông hàng hóa trên thị trường trong nước.

3.3.6 Tăng cường hơn nữa công tác quy hoạch trong đầu tư và quản lý kinh tế

a. Tăng cường công tác quy hoạch

- Cần quy hoạch các khu công nghiệp sệt dệt nhuộm mang tính tập trung tại các địa phương có các điều kiện thuận lợi về lao động, giao thông, điện, nước, và bảo vệ môi trường. Công tác quy hoạch tốt sẽ đảm bảo thuận lợi cho các doanh nghiệp về các điều kiện sản xuất, tạo điều kiện tăng cường hoạt động liên kết, bảo đảm các quy định về môi trường và phát triển kinh tế vùng.

- Cần qui hoạch lại vùng nguyên liệu bông, trên cơ sở đảm bảo các điều kiện tự nhiên, hệ thống giao thông, thủy lợi.

+ Cần có quy hoạch phát triển 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 phát huy hiệu quả của sản xuất hàng hoá như: Gia Lai, Đắk Lắk, Đắk Nông, Quảng Nam, Ninh Thuận, Bình Thuận. Tăng cường hợp tác với các địa phương để chuyển đổi cơ cấu cây trồng theo hướng chuyên canh sản xuất.

+ Cần có quy hoạch tốt các vùng trồng dâu nuôi tằm, quy hoạch tốt thành các vùng riêng rẽ với các cây trồng, vật nuôi khác sẽ khắc phục được hiện tượng dịch bệnh, chết do ruộng dâu bị ảnh hưởng bởi thuốc bảo vệ thực vật của các cây trồng khác, nâng cao tính chuyên canh từ đó nâng cao chất lượng dâu, nâng cao chất lượng

kén, chất lượng tơ. Theo đó, việc làm trước tiên là phải quy hoạch vùng nguyên liệu gắn liền với hệ thống nhà máy, xí nghiệp chế biến tơ.

b. Nâng cao hiệu quả quản lý kinh tế - xã hội

Nâng cao hiệu quả quản lý kinh tế - xã hội là vấn đề mà Nhà nước luôn quan tâm và thực hiện thường xuyên. Để nâng cao hiệu quả quản lý kinh tế - xã hội đối với các doanh nghiệp nói chung và đối với các doanh nghiệp sản xuất nguyên phụ liệu nói riêng thì Nhà nước cần thực hiện các giải pháp sau:

- Về quản lý chất lượng sản phẩm

Giám sát việc thực hiện các tiêu chuẩn chất lượng, các giải thưởng chất lượng của các tổ chức đánh giá chất lượng. Nhà nước cần có các định hướng, các biện pháp để các tổ chức đánh giá chất lượng thực hiện công khai, công bằng, chính xác. Tránh hiện tượng giải thưởng tràn lan, doanh nghiệp nộp tiền là có giải thưởng chất lượng.

Nhà nước nên thành lập một số tổ chức thực hiện vấn đề về đánh giá, cấp các giải thưởng, các danh hiệu chất lượng. Số lượng giải thưởng phải phù hợp không nên quá nhiều dẫn đến tình trạng loạn giải thưởng như hiện nay. Có như vậy các doanh nghiệp đạt giải thưởng mới thấy được vinh dự, sự tôn vinh đúng nghĩa, tăng hiệu quả và khả năng phân đấu của các doanh nghiệp.

- Về thuế

Chính phủ nên giảm thuế suất thuế thu nhập doanh nghiệp đối với các doanh nghiệp sản xuất sản xuất nguyên phụ liệu may mặc, kể đến gia tăng thời gian miễn thuế thu nhập doanh nghiệp đối với các doanh nghiệp đầu tư mới vào lĩnh vực này.

Đối với các sản phẩm nguyên liệu mà trong nước chưa sản xuất được hoặc không có khả năng sản xuất như thuốc nhuộm, các hoá chất trợ hồ... thì nên giảm thuế nhập khẩu xuống mức thấp nhất có thể.

Ngược lại đối với các sản phẩm có khả năng phát triển và khuyến khích phát triển trong nước thì nên tăng thuế nhập khẩu để bảo hộ sản xuất trong nước như vải, bông,... Tất nhiên phải tuân thủ trong phạm vi quy định của WTO.

- Tăng cường công tác quản lý thị trường đối với sản phẩm nguyên phụ liệu may mặc. Cần phải có các quy định về quản lý thị trường, đồng thời có các giải pháp để các quy định có hiệu lực cao. Các ngành và địa phương phải vào cuộc, phải thực hiện các biện pháp quản lý đối với thị trường vải, thị trường tơ, thị trường trứng tằm giống, không để mặc cho thị trường trôi nổi cạnh tranh, tư thương thao túng, đầu cơ

nâng giá làm náo loạn thị trường. Giúp người nuôi trồng, doanh nghiệp sản xuất tránh được nhiều rủi ro, nâng cao hiệu quả sản xuất.

Chính phủ cần đề ra những biện pháp hữu hiệu nhằm bảo hộ sản xuất trong nước một cách hợp lý và chống buôn lậu, chống kinh doanh hàng giả. Coi trọng chính sách xuất xứ hàng hoá nhập khẩu, chính sách thuế phải khuyến khích đủ mạnh đối với sản xuất và sử dụng nguyên liệu trong nước. Chính sách và biện pháp quản lý hàng nhập khẩu cần phải chặt chẽ, đồng bộ và kiên quyết hơn nhằm khắc phục tình trạng cạnh tranh không lành mạnh, không bình đẳng kéo dài giữa hàng nhập lậu trốn thuế với hàng hoá sản xuất trong nước, giảm bớt khó khăn và trở ngại cho các doanh nghiệp trên thị trường nội địa.

Kết hợp giữa hướng dẫn tổ chức thực hiện với kiểm tra hoạt động của thương nhân trong việc chấp hành các quy định của pháp luật về thương mại, kiểm tra và ngăn chặn việc làm nhái, làm giả sản phẩm, tạo môi trường pháp lý cạnh tranh bình đẳng giữa các doanh nghiệp thuộc các thành phần kinh tế trong lưu thông tiêu thụ sản phẩm nguyên phụ liệu may mặc.

Tiếp tục hoàn thiện chức năng nhiệm vụ, quyền hạn và trách nhiệm của cơ quan quản lý nhà nước về thương mại các cấp, nhất là ở địa phương. Đẩy mạnh công tác đào tạo, bồi dưỡng nâng cao trình độ và năng lực các loạt cán bộ đi đôi với đổi mới công tác tuyển chọn, sử dụng và quản lý cán bộ các cấp. Nhà nước phải xây dựng được bộ máy quản lý hoạt động có hiệu lực, hiệu quả với đội ngũ cán bộ có trình độ nghiệp vụ cao, am hiểu thị trường và các quy luật kinh tế khách quan, có phẩm chất đạo đức, tâm huyết với nghề nghiệp.

- Tăng cường vai trò quản lý, giám sát nhà nước của các Bộ, Ban, Ngành của Chính phủ. Để thực hiện tốt vai trò này thì cần phải xoá bỏ nhanh chế độ chủ quản của các Bộ đối với các doanh nghiệp, các Bộ chỉ làm chức năng quản lý đơn thuần, không có liên quan về lợi ích vật chất giữa các Bộ và doanh nghiệp. Giải pháp này sẽ tăng cường sự bình đẳng giữa các doanh nghiệp trong mọi thành phần kinh tế.

3.3.7 Các giải pháp đối với các doanh nghiệp sản xuất nguyên phụ liệu may mặc

3.3.7.1 Thực hiện tốt hơn nữa các chức năng trong quản trị nội bộ doanh nghiệp

Thực hiện quản trị có hiệu quả trong doanh nghiệp, nhà quản trị ở ba cấp (cấp cao, cấp trung gian, cấp cơ sở) đều phải thực hiện tốt cả bốn chức năng[28], [14].

- Chức năng hoạch định: đây là chức năng đầu tiên trong tiến trình quản trị, công tác này bao gồm việc xác định mục tiêu hoạt động của tổ chức, xây dựng chiến lược tổng thể để hoàn thành mục tiêu và thiết lập một hệ thống kế hoạch cụ thể để phối hợp triển khai các hoạt động.

- Chức năng tổ chức: là việc trang bị tất cả những gì cho hoạt động của tổ chức như: vốn, máy móc, vật liệu nhân công... sắp xếp các yếu tố một cách hợp lý nhất để nhờ đó mà doanh nghiệp hoạt động được.

- Chức năng chỉ huy - điều khiển: Chức năng chỉ huy - điều khiển được thể hiện thông qua hệ thống quyền hành, chỉ thị, mệnh lệnh, quyết định động viên người dưới quyền phải thực hiện trên cơ sở thúc đẩy tích cực tính sáng tạo của cộng sự để hành động theo một ý trí thống nhất.

- Chức năng kiểm tra: thực chất là việc duyệt lại xem tất cả các hoạt động có được tiến hành phù hợp với chương trình đã định, những mệnh lệnh đã được ban bố, những nguyên lý đã thừa nhận.

Thiết lập các bộ phận chuyên môn phù hợp nâng cao hiệu quả thực hiện các chức năng quản trị. Để nâng cao hiệu quả của hoạt động quản trị thì cơ cấu bộ máy tổ chức cần phải được thiết kế sao cho phù hợp với điều kiện và môi trường kinh doanh. Đối với các doanh nghiệp sản xuất nguyên phụ liệu may mặc việc thiết kế cơ cấu bộ máy tổ chức có thể theo mô hình cơ cấu trực tuyến - chức năng, gồm các bộ phận sau[10]:

Thứ nhất: Bộ phận marketing, thực hiện các công việc về quản trị marketing, gồm:

- Điều tra, nghiên cứu thị trường, nghiên cứu các nhân tố tác động đến hoạt động marketing của doanh nghiệp: Tổ chức việc điều tra thu thập các thông tin về thị trường bao gồm cả thị trường nguyên phụ liệu và thị trường may mặc; thị trường trong nước và cả thị trường nước ngoài.

Thứ hai: Bộ phận sản xuất, với nội dung chính của công việc quản trị sản xuất gồm quản lý mặt bằng nhà xưởng, quản lý sử dụng máy móc thiết bị, quản lý tiến độ sản xuất, quản lý sử dụng nguyên phụ liệu, quản lý quy trình công nghệ sản xuất sản phẩm.

Thứ ba: Bộ phận quản trị chất lượng

Cần thiết lập một bộ phận quản trị chất lượng có nhiệm vụ đảm bảo chất lượng cả quá trình sản xuất kinh doanh, thay cho bộ phận kiểm tra chất lượng sản phẩm như nhiệm vụ - chỉ tập trung vào việc kiểm tra chất lượng sản phẩm cuối cùng. Bộ phận quản trị chất lượng có nhiệm vụ tham mưu cho các nhà quản trị cấp cao trong việc triển khai thực hiện các hệ thống chất lượng như: ISO 9000 – 2000, ISO 14000... Để đảm bảo sự phát triển bền vững thì vấn đề mấu chốt là phải thực hiện các hệ thống chất lượng một cách thực thụ, tránh việc thực hiện hình thức, chỉ thực hiện lần đầu còn các lần kiểm tra sau đó thì tìm mọi cách để đối phó; tránh việc mua chuộc, “chạy tiền” bằng mọi cách để có được chứng chỉ chất lượng.

Thứ tư: Bộ phận quản trị nhân sự, với nhiệm vụ chính của quản trị nhân sự, gồm: Nghiên cứu môi trường kinh doanh có ảnh hưởng đến việc tuyển dụng, đào tạo, sử dụng, đãi ngộ... con người trong doanh nghiệp; lập kế hoạch nhân sự trong doanh nghiệp; kế hoạch đãi ngộ: Các nhà quản trị cần xây dựng các chính sách, quy chế về làm việc, về lương, thưởng, bảo hiểm xã hội, y tế...

Thứ năm: Bộ phận quản trị tài chính, với nhiệm vụ: Đảm bảo đủ, kịp thời nguồn tài chính cho hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp; huy động vốn với chi phí thấp nhất; sử dụng tiết kiệm có hiệu quả các nguồn vốn kinh doanh.

Thứ sáu: Bộ phận nghiên cứu phát triển sản phẩm. Bộ phận này bao gồm: quản trị mẫu mã, thiết kế các loại sản phẩm mới có hình dáng, màu sắc phù hợp với nhu cầu may mặc.

Trên đây là một số bộ phận chuyên môn cần thiết mà các doanh nghiệp sản xuất nguyên phụ liệu may mặc phải thiết lập, yếu tố nâng cao hiệu quả việc thực hiện các chức năng quản trị, hiệu quả của hoạt động quản trị, và tất nhiên là nâng cao hiệu quả kinh doanh.

3.3.7.2 Minh bạch hoá thực trạng tài chính

Thực hiện thường xuyên chế độ công khai tài chính nhằm phát huy quyền dân chủ của người lao động, đảm bảo quyền lợi cho các thành viên trong doanh nghiệp về kinh tế, đồng thời tạo điều kiện cho việc phát hiện những sai sót, những điểm yếu trong vấn đề quản lý tài chính, từ đó có các giải pháp khắc phục kịp thời. Việc công khai tài chính còn cho các đối tượng bên ngoài, các nhà đầu tư, các đối tác kinh doanh... thấy rõ tiềm lực tài chính của doanh nghiệp, tin tưởng vào tình hình lành mạnh về tài chính từ đó có các quyết định hợp tác, liên doanh, liên kết, đầu tư...

Thực hiện công khai tài chính còn thể hiện được các định mức chi phí như chi phí hành chính, hội nghị, liên hệ giao dịch, môi giới, chi phí mua sắm trang thiết bị, các chế độ chi trả lương, việc trích lập các quỹ... Tránh được các trường hợp chi tiêu bừa bãi, lãng phí tiền của của doanh nghiệp. Việc công khai tài chính còn giúp các cán bộ quản lý thuộc các lĩnh vực chức năng có thể dự toán chính xác các kế hoạch phục vụ sản xuất kinh doanh, dựa trên các định mức kinh tế tài chính đã được xây dựng, tránh trường hợp “tiền trăm hậu tấu”.

Để thực trạng tài chính được công khai minh bạch, cần thực hiện theo các bước sau:

- Công khai kế hoạch sản xuất của doanh nghiệp, cần thực hiện mang tính thường niên, định kỳ. Hàng năm vào đầu năm tài chính cần phải công khai tình hình thực hiện kế hoạch của năm trước và kế hoạch sản xuất kinh doanh của năm mới. Kế hoạch sản xuất công khai sẽ là cơ sở, căn cứ để thực hiện công khai tài chính.

- Công khai các báo cáo tài chính của năm trước, nội dung các báo cáo tài chính cần phải chi tiết các nội dung về chi phí, trong đó cần nhấn mạnh các chi phí cho người lao động, yếu tố có tác dụng động viên người lao động. Đồng thời công khai kế hoạch tài chính của năm mới, trong đó cần chỉ rõ các kế hoạch thu, chi trong từng tháng.

- Công khai các chiến lược kinh doanh trong tương lai, theo đó là các chiến lược sử dụng con người, các chiến lược về tài chính (huy động vốn, đầu tư vốn), tất nhiên các nội dung thuộc bí mật doanh nghiệp hoặc theo quy định của nhà nước sẽ không nằm trong các báo cáo này.

- Hàng năm doanh nghiệp nên thực hiện các cuộc kiểm toán nội bộ, cần thiết có thể mời kiểm toán độc lập. Kết quả kiểm toán phải được công bố công khai trong toàn doanh nghiệp, sẽ là một trong những cơ sở để đánh giá thực lực tài chính, năng lực quản trị tài chính của các nhà quản trị.

Minh bạch hoá tài chính là việc làm cần thiết, một trong những nội dung rất quan trọng của quản trị tài chính doanh nghiệp. Minh bạch hoá tài chính là giải pháp cần phải được thực hiện nghiêm túc đối với các doanh nghiệp Việt Nam hiện nay. Một thực trạng đáng báo động, các doanh nghiệp nhà nước không minh bạch để dễ thu lợi ích cho cá nhân lãnh đạo, các doanh nghiệp ngoài nhà nước thì dễ trốn thuế.

Đây là một thực trạng mang tính đặc trưng của các nước có nền kinh tế mới nổi đang trong quá trình phát triển.

c. Nâng cao hiệu quả quản trị chất lượng

Nâng cao chất lượng sản phẩm của các doanh nghiệp sản xuất nguyên phụ liệu may mặc là yếu tố quyết định sự tồn tại và phát triển. Nâng cao hiệu quả quản trị chất lượng nên thực hiện theo các hướng:

- Phân tích các yếu tố thuộc môi trường kinh doanh có ảnh hưởng đến quản trị chất lượng trong doanh nghiệp, các yếu tố pháp luật về lao động, pháp luật về môi trường, pháp luật về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, yêu cầu chất lượng nguyên liệu của ngành may, chất lượng nguyên liệu thượng nguồn, thị trường cung cấp công nghệ, tốc độ tăng trưởng của nền kinh tế ...

- Hoạch định các kế hoạch chất lượng cơ bản trong doanh nghiệp;

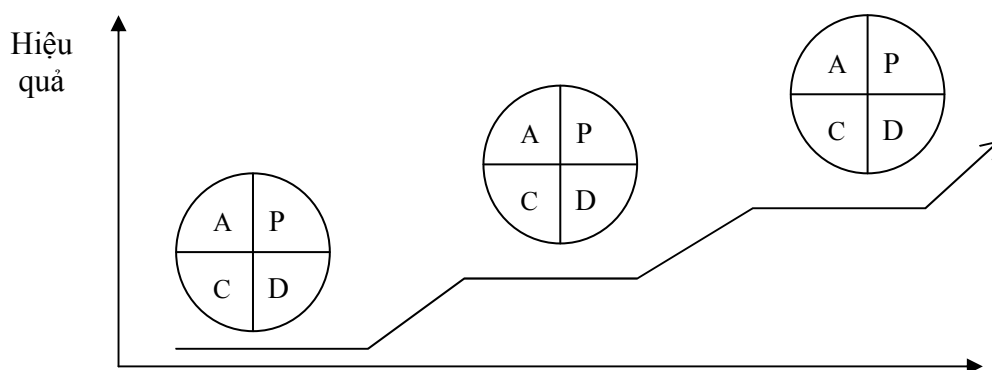
- Tiến hành thực hiện các kế hoạch chất lượng: Việc tiến hành các kế hoạch chất lượng phải được thực hiện đồng bộ trong toàn thể doanh nghiệp, theo các nguyên tắc sau[41]:

- + Xuất phát từ khách hàng.

- + Quản trị chất lượng phải thực hiện toàn diện, đồng bộ.

- + Thu hút mọi người trong doanh nghiệp đều tham gia và quan tâm đến chất lượng sản phẩm.

- + Thực hiện không ngừng chu kỳ đảm bảo, cải tiến chất lượng, thực hiện không ngừng vòng tròn chất lượng - PDCA (Plan, Do, Check, Action), vòng tròn Deming, thể hiện ở hình 3.3.



Hình 3.3 Cải tiến chất lượng trên cơ sở vòng tròn Deming

- + Quản trị chất lượng phải đảm bảo giá cả và chi phí.

- + Đảm bảo nguyên tắc kiểm tra.

d. Các biện pháp xây dựng và phát triển thương hiệu

* Cần nhận thức rõ thương hiệu và vai trò của thương hiệu.

- Thương hiệu là một thuật ngữ dùng để chỉ hình tượng về một cơ sở sản xuất kinh doanh, hình tượng một loại, nhóm hàng hoá, dịch vụ trong con mắt của khách hàng.

Thương hiệu là các dấu hiệu để phân biệt doanh nghiệp này với doanh nghiệp khác, sản phẩm hàng hoá của doanh nghiệp này với sản phẩm hàng hoá của doanh nghiệp khác. Dấu hiệu có thể là nhãn hiệu, tên xuất xứ, hình dáng cấu trúc sản phẩm, chất lượng sản phẩm, biểu tượng, bao bì,... Những dấu hiệu này là hình thức biểu hiện bên ngoài của hình tượng, thương hiệu, còn bản chất thương hiệu chính là các thuộc tính chất lượng của sản phẩm hàng hoá đối với khách hàng. Chính vì vậy, có những cơ sở sản xuất kinh doanh không đăng ký bất kỳ hình thức bảo hộ nhưng vẫn tạo nên một thương hiệu nổi tiếng ngày càng phát triển[42].

- Các thành tố của thương hiệu và các loại thương hiệu

+ Tên, nhãn hiệu của hàng hoá (Sony, Bitis, @, Khaisilk, May 10...)

+ Tên xuất xứ, là tên xuất xứ địa phương, quốc gia mới có những sản phẩm có chất lượng (nước mắm Phú quốc, tương Bần, chè Tân cương, Dệt may Hà Nội, Phụ liệu may Nha Trang...)

+ Biểu tượng của doanh nghiệp, của sản phẩm (biểu tượng sao 3 cánh của ô tô Mercedes, Pin con ó...). Biểu tượng của các doanh nghiệp sản xuất nguyên phụ liệu còn mờ nhạt chưa tạo ra ấn tượng với khách hàng.

+ Các thuộc tính về chất lượng của sản phẩm, dịch vụ (kem đánh răng Colgate-không sâu răng, Close up – trắng răng thơm miệng). Nhìn chung chất lượng vải và nguyên phụ liệu của các doanh nghiệp Việt Nam cũng chưa có các thương hiệu nổi bật.

Trên đây là các thành tố chủ yếu cấu thành thương hiệu sản phẩm hàng hoá, dịch vụ, tuy nhiên qua các ví dụ trên cho thấy không phải một thương hiệu bao giờ cũng có đầy đủ các thành tố, mà có thể chỉ một thành tố đã có thể tạo nên một thương hiệu.

- Xây dựng và phát triển thương hiệu đóng vai trò quan trọng đối với sự tồn tại và phát triển doanh nghiệp.

+ Thứ nhất: Thương hiệu tạo dựng hình ảnh sản phẩm, hình ảnh doanh nghiệp trong tâm trí khách hàng và xã hội. Một doanh nghiệp đã có một thương hiệu, thì cũng đồng nghĩa với việc hình ảnh sản phẩm, hình ảnh doanh nghiệp đã đi vào tiềm thức, tâm trí của khách hàng trên thị trường. Vai trò này quyết định đến hành vi lựa chọn sản phẩm của khách hàng, sao cho phù hợp với đòi hỏi về thuộc tính của sản phẩm của khách hàng.

+ Thứ hai: Thương hiệu là một lời hứa đảm bảo lợi ích cho khách hàng. Khách hàng quyết định lựa chọn sản phẩm nào đó thì cũng chính là việc họ tin tưởng vào thương hiệu này, tin tưởng vào việc đảm bảo lợi ích cho họ từ thương hiệu. Thương hiệu tạo ra một cam kết vô hình giữa doanh nghiệp và khách hàng.

+ Thứ ba: Thương hiệu tạo ra sự khác biệt, sự phân đoạn thị trường của sản phẩm hàng hoá. Thương hiệu với chức năng phân biệt sẽ giúp doanh nghiệp tạo ra sự khác biệt và phân đoạn thị trường. Trên thị trường sản phẩm có thể do nhiều doanh nghiệp sản xuất ra, vì thế cần phải có những đặc tính để phân biệt với các sản phẩm của doanh nghiệp với sản phẩm của doanh nghiệp khác, chính sự phân biệt này làm hình thành chiến lược phân đoạn thị trường trong kinh doanh. Điều này chưa có được ở các doanh nghiệp Việt Nam nói chung và các doanh nghiệp sản xuất nguyên phụ liệu nói riêng. Khách hàng không phân biệt rõ sự khác về sản phẩm của các công ty dệt.

+ Thứ tư: Thương hiệu tạo cho doanh nghiệp những lợi thế về tiêu thụ, về liên doanh, liên kết, về huy động vốn, về hợp tác đầu tư, sự tin tưởng của bạn hàng và các đối tác kinh doanh, nâng cao vị thế, nâng cao khả năng cạnh tranh, nâng cao uy tín của doanh nghiệp trên thương trường.

+ Thứ năm: Thương hiệu còn là một tài sản vô hình có giá trị lớn của doanh nghiệp.

* Một số giải pháp nhằm xây dựng và phát triển thương hiệu cho các doanh nghiệp sản xuất nguyên phụ liệu may mặc Việt Nam.

Một là: Đảm bảo quyền lợi của khách hàng

Thương hiệu không thể có được trong một thời gian ngắn mà đòi hỏi phải có thời gian dài để chiếm lĩnh ngự trị trong tâm trí của khách hàng. Nó chỉ được khẳng định bằng chất lượng, bằng việc đảm bảo quyền lợi cho khách hàng của doanh nghiệp. Đảm bảo quyền lợi của khách hàng, đảm bảo chất lượng không chỉ thể hiện ở

tính hữu dụng, độ bền của sản phẩm mà được thể hiện ở rất nhiều thuộc tính: Các thuộc tính về công dụng, các thuộc tính về thẩm mỹ, các thuộc tính về an toàn, các thuộc tính kinh tế, độ bền, độ tin cậy, thuộc tính tiềm ẩn và đặc biệt là phong cách phục vụ và vấn đề bảo đảm sau khi mua hàng. Làm thế nào để khách hàng chỉ một lần mua sản phẩm đã nhớ đến hình ảnh về chất lượng sản phẩm. Theo các nhà quản trị chất lượng thì “chất lượng là cái cho không”, việc đảm bảo chất lượng chỉ đem đến lợi ích cho doanh nghiệp chứ không tốn kém. Việc đảm bảo chất lượng và quyền lợi khách hàng là yếu tố quyết định trong việc tạo dựng một thương hiệu.

Hai là: Xây dựng và thực hiện triết lý kinh doanh

Một trong những nhân tố mang tính chỉ đường đó chính là các chiến lược kinh doanh. Có nhiều loại chiến lược, trong đó chiến lược dài hạn đóng một vai trò quan trọng, chiến lược này chỉ ra sứ mệnh của doanh nghiệp, lý do tồn tại của doanh nghiệp và được thể hiện thông qua các triết lý kinh doanh. Triết lý kinh doanh có thể hiểu là mục tiêu xuyên suốt quá trình tồn tại và phát triển của doanh nghiệp, nó được ví như sợi chỉ đỏ xuyên suốt cuộc đời của một doanh nghiệp, như xương sống của doanh nghiệp vậy.

Có thể thấy các tập đoàn kinh doanh nổi tiếng trên thế giới họ đều xây dựng triết lý kinh doanh riêng cho mình. Họ khẳng định rằng sự thành công trong kinh doanh của họ là vì có triết lý kinh doanh đúng, triết lý kinh doanh là nội dung chỉ đạo cơ bản của doanh nghiệp giúp doanh nghiệp này tiến xa hơn doanh nghiệp khác, thể hiện sự phát huy khả năng lãnh đạo ngoan cường của nhà doanh nghiệp. Một số triết lý nổi tiếng có thể kể đến: Hãng Honda đưa ra triết lý "Không mô phỏng, kiên trì sáng tạo, độc đáo", "dùng con mắt sáng của thế giới mà nhìn vấn đề" đã được các đời chủ doanh nghiệp kế thừa và phát huy; Công ty máy tính điện tử IBM xây dựng triết lý kinh doanh của mình “Thực hiện triệt để nhất việc phục vụ người tiêu dùng”; Công ty Matsushita đưa ra triết lý "Quán triệt con đường kinh doanh là đáp ứng nhu cầu của người tiêu dùng"; Người sáng lập công ty Fuda để lại lời di huấn "Chuyên tâm toàn ý vào nghiên cứu và sáng tạo thì có thể luôn vượt lên trước người khác một bước"... Bất cứ một doanh nghiệp ưu tú nào của thế giới cũng có "triết lý kinh doanh" là nguồn tài sản mắt thường không nhìn thấy nhưng nó đã tạo nên những phong cách độc đáo, trở thành trụ cột cho sự phát triển lâu dài của doanh nghiệp. Chính yếu tố này đã tạo dựng cho họ trở thành những thương hiệu nổi tiếng[47].

Một số ít các doanh nghiệp ngành dệt may Việt Nam đã xây dựng được triết lý kinh doanh cho mình như Công ty dệt Việt Thắng đưa ra triết lý "Việt Thắng cùng tồn tại và phát triển với khách hàng"; Dệt Thái Tuấn với triết lý "Lấy chất lượng làm tiêu chí, hợp tác đôi bên cùng có lợi, đặt tín nhiệm lên hàng đầu"; Coats Phong Phú với quan điểm kinh doanh "Cực đại hóa giá trị gia tăng cho khách hàng"...

Cùng với xu thế quốc tế hoá và hội nhập hiện nay, sự hoàn thiện không ngừng cơ chế thị trường ở Việt Nam. Để có được một sức mạnh thực sự trong cạnh tranh trên thương trường, đã đến lúc các doanh nghiệp Dệt may nói chung và các doanh nghiệp sản xuất nguyên phụ liệu may mặc nói riêng phải nghĩ đến việc xây dựng các triết lý kinh doanh cho mình. Một doanh nghiệp, một thương hiệu muốn phát triển bền vững thì không thể không có một triết lý kinh doanh đúng đắn, đây chính là kim chỉ nam cho hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp.

Xây dựng triết lý không khó vấn đề là thực hiện triết lý kinh doanh như thế nào? Việc thực hiện kinh doanh theo triết lý đòi hỏi các nhà quản trị phải có sự kiên trì theo đuổi có tính dài hạn. Trước hết mọi người trong doanh nghiệp phải hiểu, thấm nhuần triết lý của doanh nghiệp mình và phải thực hiện nghiêm ngặt, có nguyên tắc. Tránh hiện tượng triết lý chỉ là khẩu hiệu bên ngoài còn việc thực hiện lại rất yếu.

Ba là: Thực hiện thiết kế tên thương hiệu

Thiết kế và xây dựng tên thương là vấn đề đầu tiên trong chiến lược xây dựng và phát triển thương hiệu, nhiều người cho rằng việc đặt tên thương hiệu không quan trọng, khi sản phẩm đã tốt thì tên gì cũng vẫn tốt, có thể là tên người sáng lập như Honda, Adidas, Thái Tuấn; có thể là viết tắt các chữ cái đầu như IBM-International Business Machines, FPT-Financing Promoting Technology, tên thành phần chất tạo nên sản phẩm như Coca-cola... như vậy có thể đặt tên theo nhiều phương diện. Tuy vậy, theo các nhà kinh doanh thành đạt họ cho rằng đặt tên là một vấn đề phải quan tâm, không nên sơ sài, tùy tiện.

Thiết kế tên thương hiệu cần phải đảm bảo được các yêu cầu sau đây:

- Tên thương hiệu cần phải ngắn gọn, dễ phát âm, dễ nhớ (Sony là thương hiệu được đánh giá có tên hay nhất trên thế giới, tính ưu việt là dễ nhớ và hầu hết các dân tộc trên thế giới đều phát âm đúng).

- Tên thương hiệu cần phải độc đáo, gây ấn tượng, có tính thẩm mỹ (Dream, Sao vàng, lụa Vạn Phúc...).

- Tên thương hiệu phải tạo ra sự phân biệt, tránh gây nhầm lẫn với các thương hiệu khác.

- Tên thương hiệu cần mang tính quốc tế hoá, có thể sử dụng được ở nhiều nước nhưng vẫn giữ được ý nghĩa, không phạm húy hoặc có các từ có nghĩa không tốt.

Bốn là: Bảo vệ thương hiệu

Một thương hiệu nổi tiếng thì khó có thể bị phai mờ trong tâm trí khách hàng. Tuy nhiên, đối với những thương hiệu đang xây dựng, mới hình thành hoặc mới tham gia thị trường mới thì việc bị xâm phạm thương hiệu là không thể tránh khỏi bởi các đối thủ cạnh tranh. Vì vậy, cùng với việc xây dựng thương hiệu thì các doanh nghiệp cần phải thực hiện các biện pháp bảo vệ thương hiệu, có thể theo hướng:

- Tạo hàng rào bảo vệ thương hiệu, có thể thông qua các biện pháp sau:

Ngay từ khi thiết kế tên thương hiệu phải cá biệt, tránh trùng lặp hoặc khó nhái,

Sử dụng bao bì và kiểu dáng hàng hoá có sự khác biệt cao,

Thường xuyên thay đổi bao bì,

Luôn có các biện pháp rà soát thị trường để phát hiện hàng giả...

- Thực hiện đăng ký bảo hộ thương hiệu, thông qua đăng ký bảo hộ bản quyền nhãn hiệu, bảo hộ quyền sở hữu công nghiệp về kiểu dáng, kích thước sản phẩm.

- Không ngừng nâng cao chất lượng và đảm bảo quyền lợi của khách hàng.

e. Xây dựng nền văn hoá của doanh nghiệp

Văn hóa doanh nghiệp là tài sản tinh thần của doanh nghiệp, là phương thức sinh hoạt và hoạt động chung của doanh nghiệp, đưa hoạt động của doanh nghiệp vào nề nếp và xây dựng mối quan hệ thân thiện giữa các thành viên của doanh nghiệp. Văn hóa doanh nghiệp là toàn bộ những giá trị tinh thần mang đặc trưng riêng của doanh nghiệp có tác động tới tình cảm, lý trí và hành vi của tất cả các thành viên trong doanh nghiệp, tạo nên cái bản sắc của doanh nghiệp. Văn hóa doanh nghiệp ảnh hưởng trực tiếp đến việc hình thành mục tiêu, chiến lược và chính sách, tạo ra tính định hướng chiến lược cho bản thân doanh nghiệp và việc sử dụng đội ngũ lao động cùng các yếu tố khác, nó tạo ra bầu không khí hoạt động thống nhất, đồng

tâm của mọi thành viên trong doanh nghiệp bằng hệ thống các giá trị chuẩn mực chung, khơi dậy, động viên, tạo điều kiện cho mọi người hợp tác với nhau cùng làm việc tốt và thúc đẩy họ vươn tới thành công. Văn hóa doanh nghiệp tạo ra lợi thế cạnh tranh rất lớn cho các doanh nghiệp, tính hiệu quả của doanh nghiệp phụ thuộc rất nhiều vào yếu tố văn hóa. Văn hóa doanh nghiệp di truyền, bảo tồn cái bản sắc của doanh nghiệp qua nhiều thế hệ thành viên, tạo khả năng phát triển bền vững của doanh nghiệp.

Doanh nghiệp có nền tảng văn hoá vững chắc, thì tập thể người lao động sẽ dễ dàng thống nhất trong hành động. Sự coi trọng các giá trị chuẩn mực chung sẽ thúc đẩy mọi thành viên trong tổ chức cùng làm việc tốt và tạo dựng được phong cách kinh doanh riêng của doanh nghiệp và uy tín đối với khách hàng. Xây dựng được nền văn hoá của doanh nghiệp sẽ cho phép các doanh nghiệp sử dụng và phát triển tiềm năng đa dạng và vô tận của con người - nguồn vốn quan trọng nhất của mỗi tổ chức kinh doanh. Các giá trị chung của tổ chức như: triết lý kinh doanh, phong tục, thói quen,... sẽ tạo ra những ảnh hưởng quyết định đến kết quả hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp, đảm bảo sự thành công cho doanh nghiệp.

KẾT LUẬN CHƯƠNG 3

Phát triển sản xuất nguyên phụ liệu may mặc Việt Nam là hướng đi đúng đắn - hướng quan trọng nhằm phát triển ngành may mặc có hiệu quả và bền vững. Vậy, giải pháp nào để phát triển sản xuất nguyên phụ liệu may mặc Việt Nam trong thời gian tới, ngành Dệt May phải làm gì để thực hiện thành công chiến lược phát triển ngành. Trong chương 3 luận án đã tập trung vào việc đưa ra các dự báo về xu hướng phát triển của ngành may mặc Việt Nam cũng như các cơ hội – thách thức đối với việc phát triển sản xuất nguyên phụ liệu. Từ đó đưa ra các mục tiêu, các định hướng, các giải pháp phát triển sản xuất nguyên phụ liệu may mặc Việt Nam.

Nội dung chương 3 của luận án đã giải quyết các vấn đề:

Thứ nhất: Xu hướng phát triển ngành may đến năm 2020;

Thứ hai: Cơ hội và thách thức đối với việc đảm bảo nguyên phụ liệu trong nước cho phát triển ngành may mặc;

Thứ ba: Đưa ra các định hướng, các mục tiêu phát triển sản xuất nguyên phụ liệu may mặc Việt Nam từ nay đến 2020;

Thứ tư: Đưa ra các giải pháp nhằm thúc đẩy phát triển sản xuất nguyên phụ liệu, gồm:

- + Các giải pháp về thu hút nguồn vốn;
- + Các giải pháp về đầu tư phát triển sản xuất kinh doanh;
- + Các giải pháp phát triển nguồn nhân lực;
- + Tăng cường và nâng cao hiệu quả hoạt động liên kết;
- + Các giải pháp về thị trường và nâng cao sức cạnh tranh;
- + Tăng cường hơn nữa công tác quy hoạch trong đầu tư và quản lý kinh tế;
- + Các giải pháp đối các doanh nghiệp sản xuất nguyên phụ liệu may mặc.

Sản xuất nguyên phụ liệu may mặc Việt Nam đang có rất nhiều cơ hội phát triển, bên cạnh những thách thức không nhỏ. Song, với sự quan tâm của Nhà nước, sự nỗ lực của ngành Dệt – May, các giải pháp được thực hiện đồng bộ và có hiệu quả chắc chắn sản xuất nguyên phụ liệu sẽ phát triển mạnh trong tương lai. Sản xuất nguyên phụ liệu may mặc trong nước phát triển thì ngành may mặc mới phát triển một cách thực sự bền vững, ngành may mới thực sự “đi trên đôi chân của mình”

KẾT LUẬN

Trong những năm qua, với sự phát triển chênh lệch nghiêm trọng giữa ngành may và ngành sản xuất nguyên phụ liệu may mặc đã đặt ra rất nhiều vấn đề bất cập. Ngành may với tốc độ tăng trưởng trên 20%/năm trong khi tốc độ tăng trưởng của ngành sản xuất nguyên phụ liệu chỉ đạt mức 10% đến 12%/năm. Sự phát triển lệch pha giữa sản xuất nguyên phụ liệu và sản xuất may mặc thì tính bền vững trong phát triển ngành may mặc càng kém. Phát triển sản xuất nguyên phụ liệu may mặc là vấn đề quan trọng trong giai đoạn hiện nay của ngành.

Tuy vậy, để phát triển sản xuất nguyên phụ liệu may mặc nhằm phát triển ngành may mặc hiệu quả, bền vững, tạo động lực góp phần đẩy nhanh tiến trình công nghiệp hóa, hiện đại hóa trong điều kiện hội nhập kinh tế quốc tế, đặc biệt nước ta đã là thành viên thứ 150 của WTO, công nghiệp nói chung và sản xuất nguyên phụ liệu nói riêng sẽ phải vượt qua nhiều khó khăn, thách thức khi phải cạnh tranh gay gắt với nước ngoài ngay trên thị trường nội địa, đòi hỏi ngành phải có sự đầu tư đổi mới ở mức độ cao hơn; trong đó, việc xây dựng chiến lược phát triển phải được xác định từ góc độ lợi thế so sánh, đánh giá xác định cơ hội, thách thức để định hướng và có các giải pháp phát triển.

Trên cơ sở vận dụng tổng hợp các phương pháp nghiên cứu, luận án đã hướng vào nghiên cứu một trong những nội dung trọng yếu của phát triển sản xuất nguyên phụ liệu may mặc Việt Nam, kết quả nghiên cứu đã có những đóng góp quan trọng sau:

1. Hệ thống hoá lý luận về nội dung phát triển sản xuất nguyên phụ liệu may mặc Việt Nam trong quá trình công nghiệp hoá, hội nhập quốc tế; trong đó, sử dụng mô hình hình thoi, mô hình kim cương của Micheal Porter và lý luận về phát triển sản xuất nguyên phụ liệu may mặc để luận giải và phân tích các nhân tố ảnh hưởng đến sự phát triển sản xuất nguyên phụ liệu may mặc Việt Nam; đồng thời xác định phương pháp và đưa ra các chỉ tiêu để đánh giá sự phát triển sản xuất nguyên phụ liệu may mặc Việt Nam.

2. Luận án cũng nghiên cứu kinh nghiệm số nước trên thế giới và khu vực trong phát triển công nghiệp dệt và sản xuất phụ liệu may mặc và rút ra bài học cho Việt Nam.

3. Khảo sát, phân tích và đánh giá thực trạng phát triển sản xuất nguyên phụ liệu may mặc Việt Nam từ 2001 - 2008; xác định những thành công, khó khăn hạn chế và nguyên nhân trong quá trình phát triển sản xuất nguyên phụ liệu may mặc Việt Nam.

Để đánh giá thực trạng phát triển sản xuất nguyên phụ liệu may mặc Việt Nam, luận án đã phân tích thực trạng phát triển sản xuất 2 lĩnh vực sản xuất có khả năng phát triển, tăng trưởng cao, chiếm tỷ trọng chủ yếu sản xuất nguyên phụ liệu may mặc là sản xuất sợi - dệt vải và sản xuất chỉ may; kết quả phân tích cho thấy các nhân tố ảnh hưởng cũng như những vấn đề đặt ra đối với phát triển sản xuất nguyên phụ liệu may mặc Việt Nam.

4. Xây dựng cơ sở khoa học xác định quan điểm, định hướng phát triển sản xuất nguyên phụ liệu may mặc Việt Nam. Những định hướng này được thực hiện trên cơ sở sử dụng đồng bộ, linh hoạt các giải pháp đảm bảo về nguồn vốn đầu tư, hướng tới mục đích xuyên suốt là phát triển ngành may mặc hiệu quả và bền vững theo hướng công nghiệp hoá, hiện đại hoá, nâng cao cạnh tranh, đáp ứng yêu cầu hội nhập quốc tế, tăng cường năng lực khoa học, công nghệ, phát triển con người, nâng cao phúc lợi và đảm bảo công bằng xã hội, tạo môi trường lành mạnh, an toàn, minh bạch cho hoạt động đầu tư sản xuất kinh doanh.

5. Luận án đề xuất các nhóm giải pháp phát triển sản xuất nguyên phụ liệu may mặc Việt Nam trong quá trình công nghiệp hóa, hiện đại hóa và hội nhập kinh tế quốc tế

6. Luận án cũng đã đưa ra một số khuyến nghị cho các doanh nghiệp nhằm nâng cao hiệu quả kinh doanh, phát triển sản xuất nguyên phụ liệu may mặc tạo điều kiện nâng cao hiệu quả và sự phát triển bền vững cả ngành Dệt may Việt Nam./.

**DANH MỤC CÁC CÔNG TRÌNH CỦA TÁC GIẢ
CÓ LIÊN QUAN ĐẾN LUẬN ÁN**

1. Đào Văn Tú (2002), “Thị trường nội địa ngành dệt may bị bỏ ngỏ”, Tạp chí *Thị Trường Giá Cả*, số tháng 1/2002, trang 36, 37.
2. Đào Văn Tú (2005), “Ngành may và vấn đề sản xuất sản phẩm thương nguồn”, Tạp chí *Thị Trường Giá Cả*, Số 217 tháng 4/2005, trang 23, 24.
3. Đào Văn Tú (2007) “Giải pháp phát triển ngành bông vải Việt Nam” Tạp chí *Tài Chính Doanh nghiệp*, Số 10/2007, trang 27,28.
4. Đào Văn Tú (2007), “Phát triển dâu tằm - Một ngành nghề truyền thống”, *Tạp chí Thị Trường Giá Cả*, Số 245 tháng 8/2007, trang 23, 24.
5. Đào Văn Tú (2008), “Nâng cao hiệu quả đầu tư cho phát triển sản xuất nguyên phụ liệu may mặc Việt Nam”, Tạp chí *Công nghiệp*, Số tháng 4/2008, trang 34,35.
6. Đào Văn Tú (2008) “Phát triển nguồn nguyên phụ liệu dệt may: Thực trạng và giải pháp”, Tạp chí *Tài chính doanh nghiệp*, số 7/2008, trang 28, 29.

DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO

Tiếng Việt

- 1 G.C.Allen (1988), *Chính sách kinh tế Nhật Bản*, Viện kinh tế thế giới, Ủy ban Khoa học xã hội, Hà Nội.
- 2 Trần Thuỷ Bình (2004), *Giáo trình vật liệu may*, Nxb Giáo dục, Hà Nội.
- 3 Bộ Thương Mại (2006), *Báo cáo thương mại Việt Nam năm 2006*, Hà Nội.
- 4 Bộ Kế hoạch và đầu tư (2005), (2006), *Báo cáo tình hình đầu tư nước ngoài*, Hà Nội.
- 5 Bộ Công nghiệp (2005), *Quyết định của Bộ trưởng Bộ công nghiệp phê duyệt đề án phát triển các ngành công nghiệp đến năm 2010 phục vụ công nghiệp hóa, hiện đại hóa nông nghiệp và nông thôn*.
- 6 Bộ Công nghiệp (2005), *Quy hoạch phát triển các ngành công nghiệp Việt Nam theo các vùng lãnh thổ đến năm 2010, tầm nhìn đến năm 2020*.
- 7 Chu Văn Cấp (2003), *Nâng cao sức cạnh tranh của nền kinh tế nước ta trong quá trình hội nhập kinh tế quốc tế*, NXB Chính trị quốc gia, Hà nội.
- 8 Công ty cổ phần Dệt may Thành Công (2007), “*Báo cáo tài chính của Công ty các năm 2004, 2005, 2006*”.
- 9 Công ty cổ phần Dệt may Đông Á (2007), “*Báo cáo tài chính của Công ty các năm 2004, 2005, 2006*”.
- 10 Nguyễn Thị Liên Diệp (2006), *Quản trị học*, Nxb Thống Kê, Hà Nội.
- 11 Vũ Quốc Dũng (2007), “*Dệt may Việt Nam hậu WTO: Thực trạng và những mục tiêu hướng tới*”, Tạp chí *Tài chính doanh nghiệp*, Số 9 2007.
- 12 Lê Đăng Doanh (2004), “*Năng lực cạnh tranh của Việt Nam bị tụt hạng, tại sao?*”, <http://www.tuoitre.com.vn>, 21/10/2004.
- 13 Nguyễn Thành Độ (1996), *Chiến lược và kế hoạch phát triển doanh nghiệp*, NXB Giáo dục, Hà Nội.
- 14 Nguyễn Thành Độ & Nguyễn Ngọc Huyền (2004), *Giáo trình Quản trị kinh doanh*, NXB Lao động-xã hội, Hà Nội.
- 15 Đảng cộng sản Việt Nam (2001), *Văn kiện Đại hội Đảng cộng sản Việt Nam lần thứ VIII*, NXB Chính trị quốc gia, Hà Nội.
- 16 Dương Đình Giám (2001), *Phương hướng và các biện pháp chủ yếu nhằm phát triển ngành công nghiệp Dệt-May trong quá trình công nghiệp hóa hiện đại hóa ở Việt Nam*, Luận án tiến sĩ.
- 17 Hiệp hội dệt may Việt Nam (2007), *Báo cáo tại Đại Hội nhiệm kỳ III của Hiệp hội Dệt may Việt Nam*.

- 18 Hiệp hội dệt may Việt Nam (2004), *Đề án thành lập trung tâm nguyên phụ liệu cho ngành dệt may*.
- 19 Lê Công Hoa (2004), *Tổ chức hệ thống công nghiệp*, Bài giảng sau đại học.
- 20 Học Viện Chính trị quốc gia Hồ Chí Minh (2000), *Giáo trình Lịch sử các học thuyết kinh tế*, NXB Chính trị quốc gia, Hà Nội.
- 21 Trương Đức Lực (2006), *Phát triển công nghiệp chế biến rau quả ở Việt Nam trong quá trình hội nhập*, Luận án tiến sĩ, trang 29-47.
- 22 Vũ Thị Minh Luận (2004), “Lợi thế cạnh tranh của một quốc gia khi xâm nhập thị trường quốc tế”, Tạp chí *Thị trường giá cả*, số tháng 6 năm 2004.
- 23 Nguyễn Hồng Lĩnh (2007), *Phát triển công nghiệp chế biến nông, lâm sản trên địa bàn các tỉnh bắc trung bộ*, Luận án tiến sĩ, trang 49-58.
- 24 Hoàng Đức Long (2000), *Hoàn thiện công tác hạch toán chi phí và tính giá thành sản phẩm may mặc sẵn trong điều kiện hiện nay*, Luận án tiến sĩ, trang 76, 77.
- 25 JICA-NEU (2004), *Chính sách công nghiệp và thương mại của Việt nam trong bối cảnh hội nhập*, Nxb Thanh hoá, Thanh Hoá.
- 26 Tôn Thất Nguyễn Nguyên (2003), *Thị trường, chiến lược, cơ cấu: Cạnh tranh về giá trị gia tăng, định vị và phát triển doanh nghiệp*, NXB Thành phố Hồ Chí Minh.
- 27 Vân Oanh (2005), “Ngành dệt may hợp tác với Đài Loan”, Thời báo *Kinh tế Sài gòn*, (23) năm 2005.
- 28 Phạm Thị Thu Phương (2000), *Những giải pháp chiến lược nhằm nâng cao hiệu quả ngành may Việt Nam*, Nxb Khoa học kỹ thuật, Hà Nội.
- 29 Nguyễn Đình Phan - Nguyễn Kế Tuấn (2007), *Kinh tế và quản lý công nghiệp*, NXB Đại học Kinh tế quốc dân, Hà Nội.
- 30 Quốc Hội nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam (2003), *Luật kế toán*
- 31 Paul A. Samuelson & William D. Nordhaus (1989), *Kinh tế học*, Học viện Quan hệ quốc tế, Hà Nội.
- 32 Byung Nak Song (2002), *Kinh tế Hàn Quốc trỗi dậy*, NXB Thống kê Hà Nội.
- 33 Lê Văn Sang (1998), *Kinh tế Nhật Bản giai đoạn thần kỳ*, Viện kinh tế thế giới, Ủy ban Khoa học xã hội, Hà Nội.
- 34 Thông tấn (2006), *Toàn cảnh dệt may Việt nam năm 2005*, Hà Nội.
- 35 Tổng cục thống kê (2005), *Phân tích thực trạng chi phí trung gian ngành công nghiệp những năm qua*, Nxb Thống kê, Hà Nội.
- 36 Nguyễn Kế Tuấn, Ngô Thị Hoài Lam (1998), *Chiến lược và chính sách công nghiệp*, Bài giảng sau đại học.

- 37 Tổng cục du lịch (2002), *Non nước Việt nam*, Nxb Văn hoá, Hà Nội.
- 38 Tổng cục thống kê (2004), *Số liệu thống kê Việt Nam thế kỷ XX phần 2*, Nhà xuất bản Thống kê, Hà nội.
- 39 Tổng công ty dệt may Việt Nam (1996), *Báo cáo tổng kết công tác đầu tư giai đoạn 1991 – 1995*, Hà Nội.
- 40 Tổng cục thống kê (2005), *Thực trạng doanh nghiệp qua kết quả điều tra 2003, 2004, 2005*, Nhà xuất bản Thống kê, Hà Nội.
- 41 Đào Văn Tú - Đỗ Tiến Tới (2007), *Quản trị chất lượng*, Nxb Lao động xã hội, Hà Nội.
- 42 Nguyễn Quốc Thịnh, Nguyễn Trung Thành (2003), *Thương hiệu với nhà quản lý*, Nxb Chính trị quốc gia, Hà Nội.
- 43 Nguyễn Kế Tuấn (2004), “Phát triển công nghiệp phụ trợ trong chiến lược phát triển công nghiệp Việt Nam”, Tạp chí *Kinh tế và phát triển*, (85), tháng 7 năm 2004.
- 44 Lê Văn Tâm (2000), *Quản trị chiến lược*, NXB Thống kê, Hà nội.
- 45 Nguyễn Kế Tuấn (2004), *Quản trị chức năng thương mại của doanh nghiệp công nghiệp*, NXB Thống kê, Hà Nội.
- 46 Đào Văn Tú (2006), *Quản trị học*, NXB Tài chính, Hà Nội.
- 47 Đào Văn Tú (2005) “Ngành may và vấn đề sản xuất sản phẩm thượng nguồn” Tạp chí *Thị Trường Giá Cả*, (217), tháng 4/2005.
- 48 Đào Văn Tú (2007) “Giải pháp phát triển ngành bông vải Việt Nam” Tạp chí *Tài Chính Doanh nghiệp*, (10), năm 2007.
- 49 Đào Văn Tú (2008), “Nâng cao hiệu quả đầu tư cho phát triển sản xuất nguyên phụ liệu may mặc Việt Nam”, Tạp chí *Công nghiệp*, Số tháng 4/2008.
- 50 Micheal P. Todaro (1998), *Kinh tế học cho thế giới thứ ba*, NXB Giáo dục, Hà Nội.
- 51 Ngô Kim Thanh (2004), “Thuyết cạnh tranh quốc gia của M. Porter”, Tạp chí *Nhà quản lý*, (5), năm 2004.
- 52 Nguyễn Anh Tuấn (2000), “Một vai kinh nghiệm rút ra từ nghiên cứu các Chaebol của Hàn Quốc”, Tạp chí *Công nghiệp* (8) năm 2000.
- 53 Tổng cục Thống kê (2007), *Kết quả điều tra doanh nghiệp 2000-2006*, NXB Thống kê, Hà Nội.
- 54 Tổng công ty Dệt may Hà nội (2007), “*Báo cáo tài chính của Công ty các năm 2004, 2005, 2006*”.
- 55 Thủ tướng Chính Phủ (1998), *Quyết định phê duyệt quy hoạch tổng thể phát triển ngành công nghiệp Dệt - May đến năm 2010*, Hà Nội ngày 4/9/1998.

- 56 Triệu Ngọc Toàn (2006), “Xanh lại những ngàn dâu”, *Báo Vĩnh Phúc*, số 1.456.
- 57 Thủ tướng Chính Phủ (2001), “*Quyết định của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt chiến lược phát triển và một số cơ chế, chính sách hỗ trợ thực hiện chiến lược phát triển ngành dệt may Việt Nam đến năm 2010*” ngày 23/4/2001
- 58 Thủ tướng Chính Phủ (2008), *Quyết định phê duyệt chiến lược phát triển ngành công nghiệp dệt may Việt Nam đến năm 2015, định hướng đến năm 2020*, Hà Nội ngày 10/3/2008.
- 59 Viện Nghiên cứu quản lý kinh tế trung ương, UNDP (2003), *Nâng cao năng lực cạnh tranh*, NXB Giao thông vận tải, Hà Nội.
- 60 Tổng Cục Thống Kê (2006), *Niên Giám Thống Kê 2005*, Nxb Thống kê, Hà Nội.
- 61 <http://www.mot.gov.vn> (2006), “*Thông tin thương mại - xuất nhập khẩu*”.
- 62 <http://www.gso.gov.vn> (2006), “*Thống kê doanh nghiệp*”.
- 63 <http://www.moi.gov.vn>, “*Lịch sử phát triển ngành dệt may Việt Nam 45 năm góp phần xây dựng đất nước*”.
- 64 <http://www.gso.gov.vn> (2006), “*Điều tra doanh nghiệp 2002-2004*”.
- 65 <http://www.vietnamtextile.org.vn> (2006), “*Đầu tư nước ngoài vào Việt Nam*”.
- 66 <http://www.mot.gov.vn> (2006).
- 67 <http://www.bvom.com> (31/10/2005), “*Nguồn vốn đầu tư cho ngành Dệt*”.
- 68 <http://www.mpi.gov.vn> (2006), “*Tình hình đầu tư nước ngoài vào ngành công nghiệp giai đoạn 2001-2005 và mục tiêu kế hoạch 2006-2010*”.
- 69 <http://www.vietnamtextile.org.vn> (23/5/2007), “*Ngành công nghiệp Dệt May tự sản xuất 50% nguyên phụ liệu vào năm 2010*”.
- 70 <http://www.toquoc.gov.vn> (13/11/2006).
- 71 <http://www.vinatex.com.vn> (29/11/2006), “*Hướng tới mục tiêu 1 tỷ m² vải may mặc xuất khẩu*”.
- 72 <http://www.moi.gov.vn> (7/11/2005), “*Đầu tư 5 năm 2001-2005 của Vinatex*”.
- 73 <http://www.vinatex.com.vn> (15/5/2007), “*Liên doanh đầu tiên giữa Dệt May Việt Nam và Hoa Kỳ - Khởi công đầu tư một dự án lớn*”.
- 74 <http://www.vinatex.com.vn> (23/8/2006), “*3 tỷ đô la Mỹ cho công nghiệp Dệt May đến năm 2010*”; “*Tập đoàn Dệt May Việt Nam – 1773 tỷ đồng đầu tư năm 2006*”.
- 75 <http://www.vinatex.com.vn> (28/11/2006), “*Lễ trao giải 42 doanh nghiệp tiêu biểu nhất ngành Dệt May*”; “*Vinatex đầu lớn để sản xuất vải*”.
- 76 <http://www.vinatex.com.vn> (12/2/2007), “*Dệt May tiếp tục thu hút vốn đầu tư nước ngoài*”.

- 77 [http:// www.vneconomy.vn](http://www.vneconomy.vn) (5/4/2006), “25 triệu đô la Mỹ xây dựng trung tâm nguyên phụ liệu Dệt May”.
- 78 [http:// www.saigontimes.com.vn](http://www.saigontimes.com.vn) (15/6/2006), “Cây bông liệu có tồn tại”.
- 79 [http:// www.mard.gov.vn](http://www.mard.gov.vn) (2006), “Sản lượng bông phân theo địa phương”.
- 80 <http://www.mot.gov.vn> (29/3/2005), “Chuyện không thể chậm trễ”.
- 81 [http:// www.coatsvn.com.vn](http://www.coatsvn.com.vn) (2007), “Lịch sử công ty”
- 82 [http:// www.isezipper.com.vn](http://www.isezipper.com.vn) (24/12/2007), “Ngành Dệt May Việt Nam đứng trước cơ hội mới, thách thức mới”.
- 83 <http://www.mof.gov.vn> (20/8/2004), “Dệt May đang thu hút mạnh đầu tư nước ngoài”.
- 84 <http://www.lamdong.gov.vn> (2006), “Đi tìm vị thế cho cây dâu-con tằm”.
- 85 <http://www.moi.gov.vn> (21/5/2004), “Thái Lan muốn liên kết với Việt Nam kinh doanh dâu tơ tằm”.
- 86 <http://www.vndgkhktnn.vietnamgateway.org> (01/06/2007), “Nam Định lai tạo thành công giống tằm chất lượng cao”.
- 87 [http:// www.vneconomy.vn](http://www.vneconomy.vn) (23/05/2007), “Hội nhập WTO ngành Dệt May chuyển chất”.
- 88 [http:// www.ncseif.gov.vn](http://www.ncseif.gov.vn) (6/04/2007), “Hàng dệt may Việt Nam tiêu thụ nội địa chiếm ¼ năng lực sản xuất”.
- 89 [http:// www.vietrade.gov.vn](http://www.vietrade.gov.vn) (28/04/2006), “Khâu đột phá để tăng năng lực cạnh tranh Dệt May”.
- 90 <http://www.moi.gov.vn> (26/05/2006), “1 tỷ m² cho năm 2010: Lời giải cho bài toán mất cân đối ngành Dệt - May”.
- 91 <http://www.thongtindubao.gov.vn> (22/09/2006).
- 92 [http:// www.cpv.org.vn](http://www.cpv.org.vn) (24/9/2007), “Năm 2010 ngành Dệt May Việt Nam đạt kim ngạch xuất khẩu 10-12 tỷ đô la mỹ”.
- 93 <http://www.moi.gov.vn> (12/9/2007), “Dự thảo chiến lược ngành dệt may đến năm 2015: Cần 7 tỷ đô la cho đầu tư phát triển”.
- 94 [http:// www.gso.gov.vn](http://www.gso.gov.vn) “Giá trị sản xuất công nghiệp theo giá so sánh 1994 phân theo ngành kinh tế”.
- 95 [http:// www.mot.gov.vn](http://www.mot.gov.vn) “Thông tin xuất nhập khẩu”
- 96 [http:// www.vi.wikipedia.org](http://www.vi.wikipedia.org) “Danh sách các nước theo tốc độ tăng trưởng GDP”.
- 97 [http:// www.cpv.org.vn](http://www.cpv.org.vn) (24/9/2007), “Năm 2010: Ngành dệt may Việt Nam đạt kim ngạch xuất khẩu từ 10-12 tỷ đô la”.

- 98 [http:// www.thongtindubao.gov.vn](http://www.thongtindubao.gov.vn) (28/5/2007), “*Chuyển về chất - Dệt may Việt Nam hướng tới mục tiêu xuất khẩu 10-12 tỷ đô la*”.
- 99 [http:// www.viettien.com.vn](http://www.viettien.com.vn) (23/6/2006), “*Ngành dệt may Việt Nam 2007-2010-Thời trang - công nghệ - thương hiệu*”.
- 100 [http:// www.mof.gov.vn](http://www.mof.gov.vn) (27/6/2006), “*Tốc độ tăng trưởng kinh tế Việt Nam sẽ giảm sau 2010*”.
- 101 [http:// www.agtex.com.vn](http://www.agtex.com.vn) (29/5/2007), “*Chiến lược thay đổi chất cho dệt may Việt Nam*”.
- 102 [http:// www.agtex.com.vn](http://www.agtex.com.vn) (29/5/2007), “*Mục tiêu xuất khẩu 10-12 tỷ đô la nằm trong tầm tay*”.
- 103 [http:// www.vietnamnet.vn](http://www.vietnamnet.vn) (24/11/2006) “*Sức ép lớn lên doanh nghiệp dệt may*”.
- 104 [http:// www.agtex.com.vn](http://www.agtex.com.vn) (11/4/2007), “*Nghịch lý ngành dệt may*”.
- 105 [http:// www.May10.com.vn](http://www.May10.com.vn) (26/9/2007), “*Dệt may tăng tốc*”.
- 106 [http:// www.vietsun.com.vn](http://www.vietsun.com.vn) (12/6/2007), “*Ngành may Việt Nam chuyển chất*”
- 107 [http:// www.moi.gov.vn](http://www.moi.gov.vn) (26/5/2006), “*1 tỷ m² năm 2010: Lời giải cho bài toán mất cân đối giữa ngành May và Dệt*”.
- 108 [http:// www.vietnamnet.vn](http://www.vietnamnet.vn) (20/8/2004), “*Dệt may Việt Nam thu hút mạnh đầu tư nước ngoài*”.
- 109 [http:// www.vietnamtextile.org.vn](http://www.vietnamtextile.org.vn) (29/11/2004), “*Trung Quốc sẽ chiếm 50% thị phần xuất khẩu hàng dệt may thế giới vào năm 2007*”.
- 110 [http:// www.vcci.com.vn](http://www.vcci.com.vn) (27/12/2005), “*Sự phát triển của ngành dệt may Nhật Bản*”.
- 111 [http:// www.garco10.vn](http://www.garco10.vn) (2/1/2008), “*Sản lượng ngành dệt may Trung Quốc tăng 21,8% năm 2007*”.
- 112 [http:// www.thoisu.com](http://www.thoisu.com) (18/11/2007), “*Thăm tổng hành dinh của một Chaebol hàng đầu Hàn Quốc*”.
- 113 [http:// www.baotructuyen.com](http://www.baotructuyen.com) (18/2/2008), “*Hết thời của Chaebol Hàn Quốc*”.
- 114 [http:// www.vietsun.com.vn](http://www.vietsun.com.vn) (2/3/2007), “*Xuất khẩu dệt may Trung Quốc tăng từ 15% đến 20%*”.
- 115 [http:// web.worldbank.org](http://web.worldbank.org) (2008), “*Báo cáo môi trường kinh doanh năm2008: Việt Nam cải thiện môi trường kinh doanh, thu hẹp khoảng cách với các quốc gia đứng đầu trong khu vực Đông Á – Thái Bình Dương*”.
- 116 [http:// www.phongphucorp.com](http://www.phongphucorp.com) (2008), “*Hệ thống sản xuất sợi*”.
- 117 [http:// www.vietbao.vn](http://www.vietbao.vn) (29/12/2001), “*Ra đời nhà máy sợi hiện đại nhất Đông Nam Á*”.

- 118 [http:// www.coatsvn.com.vn](http://www.coatsvn.com.vn) (2008), “*Lịch sử công ty*”.
- 119 13. [http:// www.dangcongsan.vn](http://www.dangcongsan.vn) (5/10/2007), “*Ngành dệt may Việt Nam có đủ sức cạnh tranh với các đối tác bên ngoài*”.
- 120 [http:// www.vietnamtextile.org.vn](http://www.vietnamtextile.org.vn) (20/03/2007), “*Phong Phú phát triển nguyên liệu cho ngành dệt may*”.
- 121 [http:// www.vietnamnet.vn](http://www.vietnamnet.vn) (5/10/2007), “*Trao thưởng 50 doanh nghiệp dệt may tiêu biểu của năm 2007*”.
- 122 [http:// www.nagatex.edu.vn](http://www.nagatex.edu.vn) (5/1/2008), “*Thư gửi cán bộ công nhân viên Ngành Dệt may*”.
- 123 [http:// www.tienphong.vn](http://www.tienphong.vn) (2/6/2008), “*Việt Nam cạnh tranh nhất về chi phí lao động ở Châu Á*”.
- 124 <http://www.vinatex.com.vn> (7/2/2007), “*Khánh thành các dự án tại khu công nghiệp Phố Nối B Hưng Yên*”.
- 125 <http://www.vinatex.com.vn> (20/8/2004), “*Dệt Việt Nam đang thu hút mạnh đầu tư nước ngoài*”.
- 126 <http://www.nhandan.com.vn> (20/3/2007), “*Dệt may, da giày sẽ phải đối mặt với nhiều thay đổi lớn*”.
- 127 <http://www.vnexpress.net> (31/12/2007), “*Kinh tế tăng trưởng cao nhất 11 năm*”.

Tiếng Anh

- 128 Adsale publishing company (1996), *A.T.A Journal (Journal for Asia on Textile and Apparel)*, Vol.7.
- 129 M.Porter (1990), *The competitive Advangtage of Nationnal, and their Firms*, The Free Press.

PHỤ LỤC

PHỤ LỤC SỐ 1:

BẢO CÁO TÌNH HÌNH ĐẦU TƯ VÀO NGÀNH DỆT MAY 2007-2008

TT	Tên nhà đầu tư	Tên dự án đầu tư	Tổng mức đầu tư	Sản phẩm	Sản lượng/năm	Thời gian thực hiện	Giá trị thực hiện
1	Tập đoàn Dệt May Việt Nam	Dự án 2 vạn cọc sợi	140 tỷ	Sợi	3.000 Tấn	Đến tháng 6/2008 hoàn thành	Chưa xong
2	Tổng Công ty CP Dệt May Hoà Thọ	Công ty May Hoà Thọ - Đông hà	22 tỷ	May mặc	1,5 triệu SP/năm	Tháng 2/2008 hoàn thành	Chưa xong
3	Công ty CP Thương mại Đại Lộc	Mở rộng nâng cấp	2,7 tỷ	May mặc	0,5 triệu SP/năm	2007	2,7 tỷ
4	May 2 Hải Phòng	Mở rộng nâng cấp	32 tỷ	Quần Áo Jacket	0,5 triệu SP/năm	6 tháng/2008	32 tỷ
5	Công ty TCE DENIM	Nhà máy dệt vải denim	640 tỷ VND	vải denim	30 triệu m	2007-2008	
6	Công ty Dệt Nam Định	Di dời Công ty ra khu Công nghiệp Hoà Xá	711 tỷ VND	Vải - sợi các loại	40 triệu m	2007-2010	
7	Công ty CP May Thanh Trì	Công ty CP May Thanh Trì	68 tỷ VND	Quần áo	1,5 triệu	2007-2008	
8	Công ty T.I.N (chủ đầu tư TOMIYA JP)	Xây dựng công ty may XK	80 tỷ VND	Sơ mi	60 nghìn SP	2007	
9	Công ty YOUNGONE	Xây dựng nhà máy Dệt nhuộm và giấy da	320 tỷ VND	Vải các loại và giấy XK	20 triệu m và 5 triệu đôi	2007-2008	
10	Công ty CP May XK Phan Thiết		50 tỷ VND	Quần	5 triệu SP	2007-2008	25 tỷ
11	Công ty CP Công nghiệp Phú Yên		15 tỷ VND	Jacket, quần áo	1 triệu SP	2007-2008	5 tỷ
12	TOHAY INTERNATIONAL.INC		4,2 tỷ VND	Sơ mi	390 nghìn SP	4 tháng	4,2 tỷ
13	Công ty CP May Bình Thuận - Nhà Bè		4,4 tỷ VND	Sơ mi	312 nghìn SP	3 tháng	3,1 tỷ
14	Công ty FLC Việt Nam (Robert Tryola, Philippe Carbonie)		96 tỷ VND	Trang phục lót nam nữ, QA mặc trong nhà	3 triệu SP	2004-2008	88 tỷ
15	Tổng Công ty Dệt May Hà Nội	Đầu tư chiều sâu nhà máy sợi	32.500 triệu VND	Sợi nội cọc và sợi OE	8.500 tấn/năm	Quý I/2007	32.100 triệu VND
16	Công ty CP Dệt May Hoàng Thị Loan	Mở rộng năng lực sản xuất sợi	11.201 triệu VND	Sợi nội cọc	600 tấn/năm	Quý IV 2007/ Quý I 2008	7.482 triệu VND

Nguồn: <http://www.vietnamtextile.org.vn>, Ngày 26/04/2008

PHỤ LỤC SỐ 2: SỐ LIỆU XUẤT KHẨU DỆT MAY 2006-2007

TT	Thị trường	Năm 2006 (USD)	So với 05 (%)	Năm 2007 (USD)	So với 06 (%)
1	Mỹ	3,044,578,648	16.97	4,464,846,921	46.65
2	EU	1,243,802,232	37.46	1,489,358,989	19.74
3	Nhật Bản	627,631,744	3.93	703,846,323	12.14
4	Đài Loan	181,411,982	-0.95	161,137,224	-11.18
5	Canada	97,304,524	20.23	135,495,465	39.25
6	Hàn Quốc	82,900,300	67.55	84,962,558	2.49
7	Nga	62,438,296	30.33	79,040,130	26.59
8	Mêhicô			54,531,325	
9	Trung Quốc	29,695,879	265.92	43,109,281	45.17
10	Thổ Nhĩ Kỳ	5,696,843	134.99	37,815,679	563.80
11	Hồng Kông	31,144,900	148.75	36,627,356	17.60
12	UAE	27,406,316	351.44	28,543,848	4.15
13	Campuchia	18,516,032	5.64	28,541,830	54.15
14	Malaysia	33,684,586	37.78	25,333,409	-24.79
15	Singapore	19,108,360	285.40	24,152,919	26.40
16	Indonexia	17,417,452	1,036	24,802,963	42.40
17	Ả rập Xê út	18,142,725	166.95	27,197,926	49.91
18	Ôxtrâylia	23,677,017	-4.54	24,169,316	2.08
19	Ukraina	12,232,452	284.32	21,430,912	75.20
20	Thái Lan	10,711,086	367.75	16,413,745	53.24
21	Nam Phi	3,372,915	124.38	13,298,430	294.27
22	Thụy Sĩ	10,826,785	31.97	11,345,936	4.80
23	Philippine	6,361,150	373.29	11,204,768	76.14
24	Thị trường khác	231,937,776		232,792,747	0.37
	Tổng cộng	5,840,000,000		7,780,000,000	33.22

Nguồn: <http://www.vietnamtextile.org.vn>, Ngày 26/04/2008

PHỤ LỤC SỐ 3:

NHẬP KHẨU NGUYÊN PHỤ LIỆU DỆT MAY 2002-2007

Đơn vị: Triệu USD

Mặt hàng	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Bông	96.7	105.7	190.2	167	219	268
Sợi các loại	313.7	298.3	339	340	544	744
Vải	997	1744	2055	2376	2980	3980
Phụ liệu DM & DG	1711	2033	2253	2282	1952	2132

Nguồn: <http://www.vietnamtextile.org.vn>, Ngày 26/04/2008

PHỤ LỤC SỐ 4:

MỘT SỐ LOẠI CHỈ MAY MẶC CÓ CHẤT LƯỢNG CAO CỦA
COATS PHONG PHÚ**I. Chỉ may**

Bốn loại chỉ may tiêu biểu: chỉ polyester xơ ngắn corespun (COATS epic), chỉ polyester xơ ngắn corespun có bọc cotton (COATS dual duty), chỉ polyester filament (GRAL) and chỉ polyester spun (COATS astra).

1. COATS epic - chỉ có lõi được bao bọc bởi sợi xơ ngắn polyester: Giải pháp lý tưởng cho ngành may mặc trên thế giới.

Coats epic là chỉ có lõi filament được bao bọc bởi sợi xơ ngắn polyester bên ngoài, phù hợp cho các đường may yêu cầu sự tinh tế và cường lực cao. Coats epic được xử lý hồ đặc biệt để cho hiệu suất may tốt nhất trong các điều kiện may khắc khe.

2. COATS dual duty – chỉ polyester xơ ngắn core-spun có bọc cotton: Độ bền tuyệt vời cho sản phẩm may mặc

COATS dual duty - chỉ có lõi được bao bọc bởi sợi xơ ngắn polyester và sợi cotton thiên nhiên bao phủ. Lõi filament cho cường lực cao và độ bền trong khi lớp cotton bên ngoài đảm bảo khả năng may và bảo vệ lõi filament không bị ảnh hưởng bởi độ nóng của kim. COATS dual duty được sử dụng chính cho các trang phục với chất liệu cotton và denim, trang phục lót cao cấp, các loại vải mềm, mỏng, đồ da, khăn, các sản phẩm sử dụng trong nhà cũng như đồ jean cổ điển và quần áo dã ngoại.

3. GRAL – chỉ polyester filament: Đặc tính kỹ thuật và mỹ quan độc đáo

Gral là chỉ may chất lượng cao được sản xuất bằng tơ filament polyester liên tục và đặc trưng bởi khả năng may và ngoại quan đường may có một không hai. Sự kết hợp hài hòa giữa độ mảnh và cường lực cao giúp cho Gral trở thành loại chỉ may lý tưởng cho các sản phẩm may mặc yêu cầu đường may ẩn, viền gấp, và giảm nhăn trên các loại vải mềm, mịn.

**4. COATS astra – chỉ xơ ngắn cao cấp : Thỏa mãn tất cả các yêu cầu**

Coats astra là loại chỉ xơ ngắn cao cấp 100% polyester với độ

dai rất cao. Coats astra hiện được rất nhiều công ty may mặc sử dụng vì có thể đáp ứng những yêu cầu đa dạng trong ngành may mặc.



II. Chỉ thêu

Công ty có 2 loại chỉ thêu tiêu biểu: COATS alcazar và COATS sylko.

1. COATS alcazar: Tao nhả cho sản phẩm thêu

COATS alcazar là chỉ thêu viscose rayon dùng cho thêu máy, được sản xuất với độ bóng tuyệt hảo và hiệu suất thêu cao. COATS alcazar là lựa chọn phổ biến cho khách hàng.



2. COATS sylko: Chỉ thêu bền nhất

COATS *sylko* là chỉ thêu máy trilobal polyester, được sản xuất từ nguyên liệu chất lượng cao và công nghệ hiện đại. Với cường lực cao và độ giãn ổn định, COATS *sylko* được đánh giá là lý tưởng cho máy thêu vận hành ở tốc độ rất cao.

III. Chỉ may giày

Công ty cung cấp 3 loại chỉ may giày: COATS nylbond, COATS nymo và COATS nymo belbobs.

1. COATS nylbond:

Coats nylbond là chỉ nylon nhãn hiệu 6.6 được xoắn và xử lý keo. Lớp nylon được xử lý keo bảo vệ không cho các sợi (ply) tách ra và có độ chống mài mòn rất cao. Sử dụng hoàn hảo cho các hướng may đa chiều. Kỹ thuật công nghệ độc quyền bằng phương pháp keo chịu nhiệt của Coats nylbond tạo nên lớp keo bảo vệ nhằm gia tăng thêm sự dẻo dai nhưng mềm mại của cấu trúc chỉ. Tất cả những đặc tính này làm giảm chi phí sản xuất thông qua việc tăng thêm hiệu ứng của máy may và thao tác công nhân, làm giảm sự hư hỏng và bào mòn, ít thời gian chờ đợi và ít hàng lỗi hơn



2. COATS nymo belbobs:

Coats nymo belbob là sản phẩm chỉ suốt đánh sẵn nhãn hiệu 6.6 đơn đã gia cố keo được sử dụng như là 1 loại chỉ bên dưới để áp ứng các yêu cầu của máy may. Đặc trưng của loại chỉ này là lõi bên trong bằng chất dẻo được mã số hóa theo màu để dễ dàng nhận biết và tạo độ căng nhất định cho chỉ. Suốt chỉ này dễ sử dụng và có thể chứa nhiều chỉ hơn (dài hơn khoảng 30-60% mét chỉ) so với các suốt khác bằng kim loại.



3. COATS nymo

Coats nymo là loại chỉ nylon thương hiệu 6.6 sợi đơn có gia cố lớp keo bảo vệ. Được sản xuất bằng công nghệ tiên tiến nhất và được thiết kế cho các máy may có tốc độ cao có thể cho ra những đường may hoàn hảo mà không bị nhảy mũi hay mất mũi. Có tác dụng bảo vệ kim chống lại sự gia tăng nhiệt. Sản phẩm có thể dùng để may các loại từ da, vải bạt, vải mềm.

PHỤ LỤC SỐ 5:
KIM NGẠCH NHẬP KHẨU VẢI CỦA VIỆT NAM THEO THỊ TRƯỜNG
2003 - 2005
Đơn vị: 1000\$

Thị trường	2003	2004	2005
Tổng kim ngạch	1.744.630	2.055.206	2.376.742
Ác-mê-nia	-	5	-
Ai cập	-	111	-
Ai len	-	10	-
Ai-xơ-len	41	182	-
Ấn độ	4942	5.886	5915
Anh	7359	10.352	6049
Antigua and Barbuda	-	24	-
Áo	224	165	822
Áp-gha-ni-xtan	-	198	-
Arập Xêút	16	12	-
Ba Lan	6	2	-
Băng-la-đét	125	607	-
Bỉ	805	1.143	1471
Bờ biển Ngà	-	33	-
Bồ Đào Nha	82	1.974	3866
Bra-xin	22	1	212
Bru-nây	-	69	-
Bun-ga-ri	8	4	-
Bu-run-đi	-	4	-
Các tiểu vương quốc Ả rập thống nhất	12	15	-
Ca-mơ-run	-	4	-
Cam-pu-chia	573	880	2573
Ca-na-đa	362	458	780
Chad	19	11	-
Chi Lê	7	17	-
Cô-lôm-bia	-	8	-
Cô-Oét	-	40	-
Crô-át-chia	109	9	-
Đài Loan	440825	499.875	534050
Đan Mạch	252	289	3335
Dominica	11	0	-
Dominican Republic	-	347	-
Đức	15805	22.137	27855
En-san-va-đo	-	64	-
France, Metropolitan	-	-	-

Gia mai ca	-	2	-
Gioóc-dan	-	60	-
Goa-tê-ma-na	37	0	-
Hà Lan	923	1.106	1149
Ha-i-ti	-	71	-
Hàn Quốc	-	500.931	521006
Hôn đư rất	12		-
Hoa Kỳ	8627	7.884	14743
Hungary	33		-
Hồng Kông	-	239.233	237923
Hy Lạp	52	17	-
In-đô-nê-xia	-	27.520	26776
I-ran	-	23	-
I-ta-lia	12460	14.024	17076
I-xra-en	130	530	-
Kê-nia	164	57	-
Lào	-	76	-
Lát-via	6	10	-
Li-bê-ria	60	53	-
Luc xăm bua	196	-	-
Lithuania	289	579	-
Ma cao	-	238	-
Ma-lai-xia	-	12.484	16305
Mauritius	7	0	-
Mê hi cô	129		-
Mô-na-cô	-	3	-
My-an-ma	1488	255	-
Na Uy	-	6	-
Nam Phi	260	329	526
Netherlands Antilles	-	0	-
Nga	148	91	-
Nhật Bản	-	171.924	216881
Niu Di Lân	51	138	-
Pa-ki-xtan	4129	6.968	-
Pê Ru	-	1	-
Phần Lan	1381	1.159	633
Pháp	3348	3.828	4369
Phi-gi	-	0	-
Phi-líp-pin	2338	1.125	2079
Qua-ta	-	18	-

Ru an đa	7	-	-
Ru-ma-ni	8	51	-
Sao Tome & Principe	-	8	-
Saint Helena	29	-	-
Séc	-	152	246
Sierra Leone	24	48	-
Slô-va-ki-a	14	13	624
Slô-ven-nia	10	18	-
Solomon Islands	-	1	-
Sri Lanka	1613	1.203	-
Suriname	9	3	-
Swaziland	-	118	-
Ta-di-ki-xtan	-	30	-
Tây Ban Nha	2601	2.311	2174
Thái Lan	27764	35.168	43371
Thổ Nhĩ Kỳ	684	1.981	7966
Thụy Điển	742	598	-
Thụy Sĩ	1514	1.270	418
Tuốc mê ni xtan	76	-	-
Togo	2	-	-
Tokelau	-	45	-
Triều Tiên	-	98	-
Tri-ni-đát và Tô-ba-gô	-	211	-
Trung Quốc	-	464.013	661231
Tuy-ni-di	-	6	-
Úc	1569	1.747	2417
U-crai-na	-	70	212
U-gan-đa	-	93	-
U giờ be ki xtan	5	-	-
U-ru-goay	285	105	-
Wallis & Futuna Islands	-	41	-
Xing-ga-po	10470	10.124	11939

PHỤ LỤC SỐ 6: KIM NGẠCH NHẬP KHẨU PHỤ LIỆU DỆT, MAY, DA, GIẤY CỦA VIỆT NAM THEO THỊ TRƯỜNG 2003 - 2005

Đơn vị: 1000\$

Thị trường	2003	2004	2005
Tổng kim ngạch	1476917	1.491.542	1546085
Ác-hen-ti-na	3278	8.728	11306
Ai len	-	371	
Ai-xơ-len	897	85	

Ấn độ	22519	24.591	23583
Ăng-gô-la	-	0	
An-giê-ri	-	4	
Anh	20091	21.881	25445
Antigua and Barbuda	-	180	
Áo	285	412	432
Áp-gha-ni-xtan	-	33	
Ba Lan	5	16	
Bahamas	84		
Băng-la-đét	7547	13.336	
Bỉ	1283	808	1280
Bờ biển Ngà	-	36	
Bóc xnia và Héc gô vi na	74		
Bồ Đào Nha	225	398	529
Bra-xin	4776	7.489	13140
British Virgin Islands	-	15	
Bru-nây	-	3	
Bun-ga-ri	10	0	
Bu-tan	-	-	
Các tiểu vương quốc Ả rập thống nhất	-	1	944
Cam-pu-chia	803	617	1599
Ca-na-đa	1625	1.045	12892
Chi Lê	8	0	
Cocos (Keeling) Islands	-	20	
Cô-lôm-bia	139	1	
Cô-Oét	-	28	
Cốt-xta-ri-ca	733	428	
Đài Loan	441981	398.575	603531
Đan Mạch	259	213	4632
Dominican Republic	88	17	
Đức	6106	9.066	17360
Ét-xtô-nia	-	110	
Georgia	-	10	
Guinea	21	0	
Gioóc-đan	14	43	
Goa-tê-ma-na	-	0	
Hà Lan	1952	2.053	2135
Hàn Quốc	323330	318.890	445635
Heard & McDonald Islands	-	15	
Hoa Kỳ	40986	47.987	57515

Hôn-đu-rát	-	1	
Hồng Kông	212648	195.755	293969
Hy Lạp	47	1	
In-đô-nê-xia	22107	15.479	22029
I-ran	67	11	
I-ta-lia	21506	23.467	46372
I-xra-en	80	41	
Kê-nia	112	18	
Lê ba nông	53		
Lào	-	1	938
Lát-via	5	1	
Lithuania	-	22	
Lúc-xem-bua	182	236	
Ma cao	-	5	
Ma-đa-ghát-xca	-	7	
Ma-lai-xia	9073	7.697	16762
Ma-li	103	0	
Mayotte	-	10	
Mê-hi-cô	1762	1	
My-an-ma	132	205	
Na Uy	148	277	290
Nam Phi	-	116	
Nê pan	-	56	
Nga	289	1.198	1054
Nhật Bản	100644	74.490	155141
Nicaragua	38	1	
Ni-giê-ria	-	3	
Niu Di Lân	950	897	5183
Pa-ki-xtan	6600	7.981	
Pa-ra-goay	12	16	
Phần Lan	163	181	
Pháp	4791	5.386	5285
Phi-gi	-	10	
Phi-líp-pin	2154	983	547
Ru-ma-ni	6	20	
San Marino	-	0	
Séc	42	18	
Sierra Leone	62	30	
Slô-va-kia	-	2	
Solomon Islands	-	19	

Sri Lanka	326	64	
Swaziland	-	0	
Syrian Arab (Rep.)	-	7	
Ta-di-ki-xtan	-	0	
Tây Ban Nha	1551	4.465	3687
Thái Lan	51615	69.359	122354
Thổ Nhĩ Kỳ	42	146	577
Thụy Điển	431	245	607
Thụy Sĩ	686	958	1053
Triều Tiên	-	6	
Tri-ni-đát và Tô-ba-gô	-	7	
Togo	65		
Trung Quốc	147000	201.727	323614
Turks & Caicos Islands	-	41	
Úc	6260	9.055	9790
U-crai-na	41	154	225
U-ru-goay	420	1.611	
Vê-nê-giu-ê-la	-	107	
Wallis & Futuna Islands	-	12	
Xing-ga-po	5282	11.426	9040

PHỤ LỤC SỐ 7: MỘT SỐ CHIẾN LƯỢC PHÁT TRIỂN NGÀNH DỆT MAY VIỆT NAM

◦ Quyết định số 161/1998/QĐ-TTg, ngày 04/9/1998 của Thủ tướng Chính phủ “Phê duyệt tổng thể phát triển ngành công nghiệp Dệt - May đến năm 2010”

◦ Quyết định 55/2001/QĐ-TTg ngày 23/4/2003 của Thủ tướng Chính phủ “Phê duyệt Chiến lược phát triển và một số cơ chế hỗ trợ thực hiện Chiến lược phát triển ngành dệt may Việt Nam”.

◦ Quyết định số 36/2008/QĐ-TTg, ngày 10/3/2008 của Thủ Tướng Chính Phủ “Phê duyệt Chiến lược phát triển ngành công nghiệp dệt may Việt Nam đến năm 2015, định hướng 2020” theo hướng chuyên môn hóa, hiện đại hóa nhằm tạo ra bước nhảy vọt về chất và lượng sản phẩm.

◦ Quyết định số 43/2008/QĐ-BCT, ngày 19/11/2008 của Bộ trưởng Bộ Công thương “Phê duyệt Chương trình sản xuất vải dệt thoi phục vụ xuất khẩu đến năm 2015”

A. Một số nội dung chủ yếu của chiến lược phát triển ngành công nghiệp dệt may Việt Nam đến năm 2015, định hướng 2020:

I. QUAN ĐIỂM PHÁT TRIỂN

1. Phát triển ngành Dệt May theo hướng chuyên môn hoá, hiện đại hóa, nhằm tạo ra bước nhảy vọt về chất và lượng sản phẩm. Tạo điều kiện cho ngành Dệt May Việt Nam tăng trưởng nhanh, ổn định, bền vững và hiệu quả. Khắc phục những điểm yếu của ngành dệt may là thương hiệu của các doanh nghiệp còn yếu, mẫu mã thời trang chưa được quan tâm, công nghiệp phụ trợ chưa phát triển, cung cấp nguyên phụ liệu vừa thiếu vừa không kịp thời.

2. Lấy xuất khẩu làm mục tiêu cho phát triển của ngành, mở rộng thị trường xuất khẩu, đồng thời phát triển tối đa thị trường nội địa. Tập trung phát triển mạnh các sản phẩm

công nghiệp hỗ trợ, sản xuất nguyên phụ liệu, giảm nhập siêu, nâng cao giá trị gia tăng của các sản phẩm trong ngành.

3. Phát triển ngành Dệt May phải gắn với bảo vệ môi trường và xu thế dịch chuyển lao động nông nghiệp nông thôn. Di chuyển các cơ sở gây ô nhiễm môi trường vào các Khu, Cụm Công nghiệp tập trung để tạo điều kiện xử lý môi trường. Chuyển các doanh nghiệp Dệt May sử dụng nhiều lao động về các vùng nông thôn, đồng thời phát triển thị trường thời trang Dệt May Việt Nam tại các đô thị và thành phố lớn.

4. Đa dạng hóa sở hữu và loại hình doanh nghiệp trong ngành Dệt May, huy động mọi nguồn lực trong và ngoài nước để đầu tư phát triển Dệt May Việt Nam. Trong đó chú trọng kêu gọi những nhà đầu tư nước ngoài tham gia đầu tư vào những lĩnh vực mà các nhà đầu tư trong nước còn yếu và thiếu kinh nghiệm.

5. Phát triển nguồn nhân lực cả về số lượng và chất lượng cho sự phát triển bền vững của ngành Dệt May Việt Nam; Trong đó, chú trọng đào tạo cán bộ quản lý, cán bộ kỹ thuật, công nhân lành nghề nhằm tạo ra đội ngũ doanh nhân giỏi, cán bộ, công nhân lành nghề, chuyên sâu.

II. MỤC TIÊU

1. Mục tiêu tổng quát

Phát triển ngành Dệt May trở thành một trong những ngành công nghiệp trọng điểm, mũi nhọn về xuất khẩu, đáp ứng ngày càng cao nhu cầu tiêu dùng trong nước; tạo nhiều việc làm cho xã hội; nâng cao khả năng cạnh tranh, hội nhập vững chắc kinh tế khu vực và thế giới.

2. Mục tiêu cụ thể

Tốc độ tăng trưởng	Giai đoạn 2008-2010	Giai đoạn 2011-2020
- Tăng trưởng sản xuất hàng năm	16 - 18%	12-14%
- Tăng trưởng xuất khẩu hàng năm	20%	15%

Các chỉ tiêu chủ yếu trong Chiến lược phát triển ngành Dệt May Việt Nam đến năm 2015, định hướng đến năm 2020 như sau:

Chỉ tiêu	Đơn vị tính	Thực hiện 2006	Mục tiêu toàn ngành đến		
			2010	2015	2020
1. Doanh thu	Triệu USD	7.800	14.800	22.500	31.000
2. Xuất khẩu	Triệu USD	5.834	12.000	18.000	25.000
3. Sử dụng lao động	Ngàn người	2.150	2.500	2.750	3.000
4. Tỷ lệ nội địa hóa	%	32	50	60	70
5. Sản phẩm chính:					
- Bông xơ	1000 tấn	8	20	40	60
- Xơ, Sợi tổng hợp	1000 tấn	-	120	210	300
- Sợi các loại	1000 tấn	265	350	500	650
- Vải	Triệu m ²	575	1.000	1.500	2.000
- Sản phẩm may	Triệu SP	1.212	1.800	2.850	4.000

III. ĐỊNH HƯỚNG PHÁT TRIỂN

1. Sản phẩm

a) Tập trung phát triển và nâng cao khả năng cạnh tranh cho ngành may xuất khẩu để tận dụng cơ hội thị trường. Nâng cao tỷ lệ nội địa hóa để nâng cao hiệu quả trong sản xuất và xuất khẩu hàng may mặc. Chú trọng công tác thiết kế thời trang, tạo ra các sản phẩm dệt

may có đặc tính khác biệt cao, từng bước xây dựng thương hiệu sản phẩm cho các doanh nghiệp. Đẩy nhanh việc áp dụng các tiêu chuẩn quản lý chất lượng phù hợp với yêu cầu hội nhập trong ngành Dệt May. Tăng nhanh sản lượng các sản phẩm dệt may, đáp ứng nhu cầu xuất khẩu và tiêu dùng trong nước.

b) Kêu gọi các nhà đầu tư trong và ngoài nước đầu tư sản xuất xơ sợi tổng hợp, nguyên phụ liệu, phụ tùng thay thế và các sản phẩm hỗ trợ để cung cấp cho các doanh nghiệp trong ngành.

c) Xây dựng Chương trình sản xuất vải phục vụ xuất khẩu. Tập đoàn Dệt May Việt Nam giữ vai trò nòng cốt thực hiện Chương trình này.

d) Xây dựng Chương trình phát triển cây bông, trong đó chú trọng xây dựng các vùng trồng bông có tưới nhằm tăng năng suất và chất lượng bông xơ của Việt Nam để cung cấp cho ngành dệt.

2. Đầu tư và phát triển sản xuất

a) Đối với các doanh nghiệp may:

Từng bước đi dòi các cơ sở sản xuất về các địa phương có nguồn lao động nông nghiệp và thuận lợi giao thông. Xây dựng các trung tâm thời trang, các đơn vị nghiên cứu thiết kế mẫu, các Trung tâm cung ứng nguyên phụ liệu và thương mại tại Thành phố Hà Nội, Thành phố Hồ Chí Minh và các thành phố lớn.

b) Đối với các doanh nghiệp sợi, dệt, nhuộm và hoàn tất vải:

Xây dựng các Khu, Cụm Công nghiệp chuyên ngành dệt may có cơ sở hạ tầng đủ điều kiện cung cấp điện, nước, xử lý nước thải đáp ứng các tiêu chuẩn môi trường theo quy định của Nhà nước. Thực hiện di dời và xây dựng mới các cơ sở dệt nhuộm.

Tại các Khu, Cụm Công nghiệp tập trung để có điều kiện xử lý nước thải và giải quyết tốt việc ô nhiễm môi trường.

c) Xây dựng các vùng chuyên canh bông có tưới tại các địa bàn có đủ điều kiện về đất đai, thổ nhưỡng và khí hậu nhằm nâng cao sản lượng, năng suất và chất lượng bông xơ.

3. Bảo vệ môi trường

a) Xây dựng Báo cáo đánh giá tác động môi trường phù hợp với Chiến lược phát triển ngành Dệt May và các quy định pháp luật về môi trường.

b) Tập trung xử lý triệt để các cơ sở ô nhiễm môi trường nghiêm trọng. Triển khai xây dựng các Khu, Cụm Công nghiệp Dệt May có hệ thống xử lý nước thải tập trung, đạt tiêu chuẩn môi trường để di dời các cơ sở dệt may có nguy cơ gây ô nhiễm vào khu công nghiệp.

c) Triển khai Chương trình sản xuất sạch hơn trong ngành Dệt may, khuyến khích các doanh nghiệp áp dụng tiêu chuẩn quản lý môi trường theo ISO 14000, tạo môi trường lao động tốt cho người lao động theo tiêu chuẩn SA 8000.

d) Xây dựng và thực hiện lộ trình đổi mới công nghệ trong ngành Dệt May theo hướng thân thiện với môi trường.

e) Tăng cường năng lực nghiên cứu khoa học công nghệ về môi trường.

g) Đáp ứng các yêu cầu về môi trường và rào cản kỹ thuật để hội nhập kinh tế quốc tế.

B. Quan điểm và mục tiêu của Chương trình sản xuất vải dệt thoi phục vụ xuất khẩu đến năm 2015:

1. Quan điểm

a) Phát triển ngành Dệt May theo hướng chuyên môn hoá, hiện đại hóa, nhằm tạo ra bước nhảy vọt về chất lượng và số lượng sản phẩm. Tạo điều kiện cho ngành Dệt May Việt Nam tăng trưởng nhanh, ổn định, bền vững và hiệu quả;

b) Tập trung phát triển mạnh sản xuất nguyên phụ liệu, giảm nhập siêu, nâng cao giá trị gia tăng của các sản phẩm trong ngành;

c) Khuyến khích, huy động mọi nguồn lực của các thành phần kinh tế và đẩy mạnh thu hút đầu tư nước ngoài để phát triển sản xuất nguyên phụ liệu phục vụ ngành Dệt May Việt Nam.

2. Mục tiêu

a) Tập trung phát triển sản xuất vải dệt thoi phục vụ xuất khẩu nhằm đáp ứng nhu cầu của thị trường và của khách hàng theo hướng phát triển bền vững, nâng cao hiệu quả kinh tế, chất lượng sản phẩm;

b) Phấn đấu đến năm 2010 sản xuất 1,0 tỷ m² vải dệt thoi, trong đó có 500 triệu m² phục vụ xuất khẩu; Đến năm 2015 sản xuất 1,5 tỷ m² vải dệt thoi, trong đó có 1,0 tỷ m² phục vụ xuất khẩu. Cụ thể như sau:

Chỉ tiêu	Đơn vị	Thực hiện 2007		Mục tiêu đến			
				Ngành		Vinatex	
		Ngành	Vinatex	2010	2015	2010	2015
Nhu cầu vải dệt thoi	Triệu m ²	1.860	-	3.500	4.600	-	-
Sản xuất vải dệt thoi	Triệu m ²	610,7	170	1.000	1.500	300	450
Vải phục vụ xuất khẩu	Triệu m ²	155	18	500	1.000	220	300

PHỤ LỤC SỐ 8

SƠ ĐỒ TỔ CHỨC TẬP ĐOÀN DỆT-MAY VIỆT NAM



KHỐI CƠ QUAN CHỨC NĂNG, THAM MƯU GIÚP VIỆC

1. Ban Tài chính kế toán
2. Ban Kế hoạch đầu tư
3. Ban Tổ chức lao động tiền lương
4. Ban Kỹ thuật - Công nghệ và Môi trường
5. Ban Cổ phần hoá
6. Văn phòng Tập đoàn
7. Trung tâm Xúc tiến thương mại
8. Trung tâm Đào tạo quản lý nguồn nhân lực
9. Trung tâm Thông tin
10. Tạp chí Dệt-May và Thời trang Việt Nam

KHỐI SỰ NGHIỆP

- | | |
|---|--|
| 1. Viện Kinh tế - Kỹ thuật Dệt-May | 5. Trường Cao đẳng Công nghiệp Dệt may Thời trang Hà nội |
| 2. Viện Mẫu thời trang (FADIN) | 6. Trường trung học Kỹ thuật May và Thời trang 2 |
| 3. Viện Nghiên cứu và Phát triển cây bông | 7. Trường trung học Kinh tế Kỹ thuật Dệt-May |
| 4. Trung tâm Y tế Dệt-May | |

KHỐI CÁC CTY HẠCH TOÁN PHỤ THUỘC

- | | |
|--|--|
| 1. Cty SX & XNK Dệt-May | 5. Cty Kinh doanh hàng thời trang Việt Nam |
| 2. Cty Thương mại Dệt-May T.p HCM | 6. Cty Nhuộm Yên Mỹ |
| 3. Cty Tư vấn xây dựng và Dịch vụ đầu tư | 7. Cty Dệt Sơn Trà |
| 4. Cty Hợp tác lao động nước ngoài | 8. Cty Đầu tư Xây dựng An Thịnh Vinatex |

DOANH NGHIỆP THÀNH VIÊN HẠCH TOÁN ĐỘC LẬP**Cty hoạt động theo mô hình mẹ con**

1. Cty Dệt-May Hà Nội
2. Cty Dệt Phong Phú
3. Cty May Việt Tiến

Cty TNHH Nhà nước một thành viên

1. Cty Dệt lụa Nam Định
2. Cty Dệt 8/3
3. Cty Dệt kim Đông Xuân
4. Cty Tài chính Dệt-May
5. Cty Bông Việt Nam
6. Cty Dệt-May Đông Á
7. Cty Dệt kim Đông Phương
8. Cty Dệt Nam Định
9. Cty Dệt-May Hoà Thọ
10. Cty Dệt Việt Thắng

KHỐI DOANH NGHIỆP CỔ PHẦN**Cty Cổ phần Tcty giữ trên 50% vốn****A-Các DN được CPH từ DNNN**

1. Cty CP May Thăng Long
2. Cty CP May Nam Định
3. Cty CP May 10
4. Cty CP May Chiến Thắng
5. Cty CP May Hưng Yên
6. Cty CP May Đáp Cầu
7. Cty CP SX-XNK Dệt-

B-Các Cty CP được góp vốn thành lập

1. Cty CP Sợi Phú Bài
2. Cty CP Đầu tư Vinatex-Tan Tao
3. Cty CP Phụ liệu Bình An
4. Cty CP Đầu tư và Phát triển Bình Thắng
5. Cty CP PTHHT Dệt-May Phố Nối

Cty Cổ phần Tcty nắm dưới 50% vốn

1. Cty CP May Bình Minh
2. Cty CP May Hồ Gươm
3. Cty CP May Đồng Nai
4. Cty CP Dệt-May Sài Gòn
5. Cty CP May Hữu Nghị
6. Cty CP Cơ khí Dệt-May Hưng Yên
7. Cty CP May Ninh Bình
8. Cty CP May Hoà Bình
9. Cty CP Dệt kim Hoàng Thị

May Đà Nẵng	Loan
8. Cty CP May Nhà Bè	10.Cty CP Cơ khí Dệt-May Thủ Đức
9. Cty CP May Phương Đông	11.Cty CP Dệt-May Thành Công
10.Cty CP Dệt-May Huế	12.Cty CP Dệt-May Thăng Lợi
11.Cty CP Dệt Vĩnh Phú	13.Cty CP Dệt Phước Long
12.Cty CP Sợi Trà Lý	14.Cty CP Dệt Nha Trang
13.Cty CP Dệt Đông Nam	15.Cty CP May Bình Định
14.Cty CP Cơ khí May Gia Lâm	
15.Cty CP Dệt vải CN Hà Nội	
16.Cty CP May Đức Giang	
17.Cty CP Len Việt Nam	

KHỐI CTY DO TCTY GÓP VỐN LIÊN KẾT, LIÊN DOANH

- | | |
|---|-----------------------------------|
| 1. Cty TNHH XNK Thành Đông | 4.Cty LD TNHH CLIPSAL |
| 2. Cty TNHH May Tân Châu | 5. Cty LD TNHH Domatex |
| 3. Trung tâm Đào tạo Dệt-May quốc tế - IGTC | 6.Cty LD giao nhận vận tải Trimax |

Nguồn: <http://www.vinatex.com.vn>

PHỤ LỤC 9: Đầu tư nước ngoài vào ngành Dệt May tính đến năm 2005

	Số dự án	Vốn đăng kí (USD 10 ⁶)	Số dự án đầu tư vào ngành		
			Dệt	May	Phụ liệu
Total	534	3,215	378	110	46
Chia theo quốc gia, khu vực kinh tế hoặc vùng lãnh thổ					
Đài Loan	156	1,690	45	93	18
Hàn Quốc	177	1,003	40	12`2	15
Đặc khu Hồng Kông	59	112	6	52	1
Nhật Bản	34	111	4	28	2
British Virginia	15	61	1	13	1
Anh	7	39	1	5	1
USA	13	26		12	1
Malaixia	10	25	2	7	1
Trung Quốc	16	24	4	9	3
Singapore	6	20		6	
Pháp	9	12	3	6	
Đức	6	9	1	5	
Thái Lan	4	9	1	2	1

Nguồn: <http://www.vietnamtextile.org.vn>