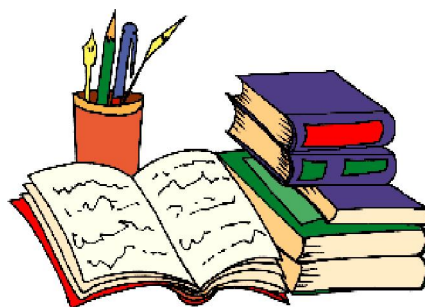


Chuyên đề tốt nghiệp

Ngành Dệt May Việt Nam lợi thế, thực trạng và triển vọng thời kì hội nhập



LỜI MỞ ĐẦU

Ngành công nghiệp Dệt may là một ngành có truyền thống lâu đời ở Việt Nam. Đây là một ngành quan trọng trong nền kinh tế của nước ta vì nó phục vụ nhu cầu thiết yếu của con người, là ngành giải quyết được nhiều việc làm cho xã hội và đặc biệt nó là ngành có thế mạnh trong xuất khẩu, tạo điều kiện cho kinh tế phát triển, góp phần cân bằng cán cân xuất nhập khẩu của đất nước. Trong quá trình hội nhập kinh tế quốc tế, ngành Dệt may càng chứng tỏ là một ngành mũi nhọn trong nền kinh tế được thể hiện qua kim ngạch xuất khẩu liên tục tăng kể cả trong những năm khủng hoảng, các thị trường luôn được rộng mở, số lao động trong ngành ngày càng nhiều và chiếm tỷ trọng lớn trong các ngành công nghiệp, giá trị đóng góp của ngành vào thu nhập quốc dân... Tuy nhiên đối mặt với những biến động không ngừng của nền kinh tế thế giới, ngành Dệt may đang đứng trước những cơ hội và thách thức rất lớn.

Với mục đích tìm hiểu kỹ hơn về xuất khẩu dệt may Việt Nam, chúng em xin trình bày về đề tài : ***“Ngành Dệt May Việt Nam, lợi thế, thực trạng và triển vọng thời kì hội nhập”***.

Nội dung đề tài gồm bốn phần:

- Phần một: Lợi thế của hoạt động xuất khẩu hàng dệt may Việt Nam.
- Phần hai: Thực trạng xuất khẩu hàng dệt may Việt Nam.
- Phần ba: Khó khăn và hạn chế trong xuất khẩu dệt may Việt Nam
- Phần bốn: Xu hướng phát triển xuất khẩu dệt may Việt Nam

I. Lợi thế của hoạt động xuất khẩu hàng dệt may Việt Nam

Do đặc điểm của ngành công nghiệp dệt may là một ngành công nghiệp nhẹ, yêu cầu kỹ thuật không quá phức tạp như những ngành kinh tế khác và yêu cầu vốn đầu tư không quá lớn, thời gian thu hồi vốn lại tương đối nhanh hơn những ngành công nghiệp khác. Vì vậy mà nó đã có được một số lợi thế trong tình hình kinh tế hiện nay của đất nước.

1. Lợi thế về yếu tố con người

- Nước ta có cơ cấu dân số trẻ do đó mà những người trong độ tuổi lao động rất cao, hàng năm được bổ sung thêm một lực lượng khá là hùng hậu. Điều đó đã làm cho nguồn cung lao động của nước ta hết sức dồi dào.

Cơ cấu dân số Việt Nam theo nhóm tuổi

Năm	Tỷ trọng từng nhóm tuổi trong tổng số dân (%)			Tổng số
	0-14	15-59	60+	
1979	42,55	50,49	6,96	100
1989	39,00	54,00	7,00	100
1999	33,48	58,41	8,11	100
2007	25,51	65,04	9,45	100

-nguồn: Điều tra biến động DS-KHHGD năm 2007

- Chất lượng lao động không ngừng được nâng lên cả về mặt kỹ thuật lẫn trình độ văn hoá, cả thể chất lẫn tinh thần

- Nhìn chung giá nhân công lao động trong ngành dệt may của nước ta rẻ hơn một số nước khác trên thế giới và khu vực. Đây là một lợi thế rất lớn trong kho ngành dệt may của nước ta. Có thể nói nó là nhân tố chính trong sự phát triển của ngành dệt may trong thời gian qua, giá nhân công dệt may Việt Nam hiện nay thuộc nhóm rẻ nhất thế giới, chỉ từ 0,3 - 0,6 USD/giờ.

2. Lợi thế về điều kiện tự nhiên

- Nước ta nằm trên bán đảo với bờ biển dài, phía bắc giáp Trung quốc, phía tây giáp Lào và Campuchia, cho phép chúng ta mở các tuyến đường bộ và đường biển để thuận tiện cho việc giao lưu hàng hoá.

- Nước ta cũng có vị trí địa lí vô cùng thuận lợi, nằm ở trung tâm Đông Nam Á. Cho nên là địa điểm giao nhận và chuyển hàng hoá thuận lợi. Đặc biệt là việc xuất khẩu hàng dệt may.

- Cũng nằm ở vị trí phía Đông nam Châu á mà nước ta hiện nay nằm trong con đường chuyển giao công nghệ của ngành công nghiệp dệt may (chuyển dịch theo hướng Đông tây; Bắc - Nam. Đó là việc di chuyển công nghệ dệt may từ các nước NICs sang các nước Đông Nam Á và Nam Á). Do đó chúng ta có cơ hội để kế thừa và phát triển các thành tựu, học hỏi kinh nghiệm của các nước đi trước

→ Đây là những yếu tố vô cùng quan trọng nó làm cho sản phẩm dệt may của chúng ta đa dạng và phong phú hơn.

3. Những lợi thế về truyền thống.

- Ngành dệt may là một ngành truyền thống của nước ta.

- Ngành dệt may là một ngành mà nguyên vật liệu của nó là sợi bông và vải. Do đó mà nó có quan hệ mật thiết với các ngành nông nghiệp. Mà điều kiện của nước ta hoàn toàn có thể cho phép phát triển các vùng nguyên liệu phục vụ cho ngành đó, thay thế cho việc nhập khẩu một phần lớn nguyên phụ liệu dệt may như hiện nay.

4. Lợi thế về chính sách phát triển của đất nước

- Dệt may được coi là một trong những ngành trọng điểm của nền công nghiệp Việt Nam thời kỳ đẩy mạnh công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước, ngành dệt may Việt Nam hiện nay đang được xem là ngành sản xuất mũi nhọn và có tiềm lực phát triển khá mạnh.

- Chính phủ sẽ hỗ trợ tối đa về chính sách đẩy mạnh xuất khẩu, lao động, tài chính và thuế nhằm tháo gỡ những vướng mắc khó khăn trong sản xuất, xuất khẩu và giải quyết việc làm cho người lao động

- Chúng ta thiết lập những quan hệ kinh tế mới với các nước và vùng lãnh thổ mới. Nâng cao, phát triển hơn nữa những mối quan hệ chúng ta đang có. Những điều đó, làm cho thị trường tiêu thụ của nước ta được mở rộng đáng kể.

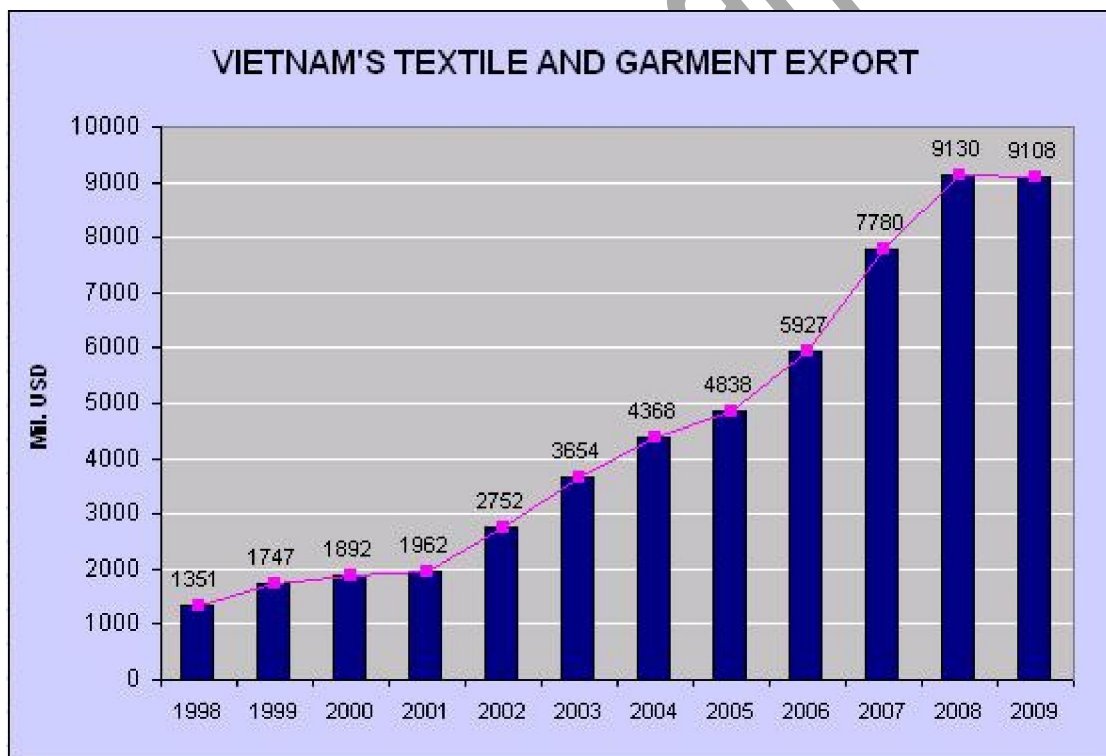
Với những nỗ lực của chính phủ trong thời gian qua, những hàng rào định lượng đã được hạ thấp hoặc xóa bỏ, đặc biệt là hạn ngạch vào một số thị trường. Do đó đã tạo điều kiện cho chúng ta nâng cao khả năng thâm nhập và phát triển thị trường cho sản phẩm dệt - may.

II. Thực trạng xuất khẩu hàng dệt may Việt Nam.

1. Tình hình chung xuất khẩu hàng dệt may Việt Nam .

- Dệt may được coi là một trong những ngành trọng điểm của nền công nghiệp Việt Nam thời kỳ đẩy mạnh công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước. Việt Nam hiện nay đang được xem là ngành sản xuất mũi nhọn và có tiềm lực phát triển khá mạnh.

- Trong xu thế hội nhập kinh tế khu vực và quốc tế, dù phải đối mặt với nhiều thách thức lớn, phải cạnh tranh ngang bằng với các cường quốc xuất khẩu lớn như Trung Quốc, Ấn Độ, Indônêxia, Pakixtan, Hàn Quốc...nhưng dệt may VN vẫn có những bước phát triển đáng khích lệ, các năm qua hàng dệt may xuất khẩu VN liên tục tăng cả về số lượng lẫn chất lượng, kim ngạch tăng trưởng trung bình trong vòng khoảng 10 năm qua, hàng dệt may VN đã có mặt ở nhiều nơi trên thế giới và bước đầu tạo được lòng tin ở người tiêu dùng



- Năm 2009 là 1 thời điểm khó khăn của dệt may VN do bị tác động cuộc khủng hoảng kinh tế toàn cầu, các doanh nghiệp luôn phải đối mặt tình trạng ko có đơn hàng hoặc giá trị các đơn hàng giảm sút nghiêm. Tuy nhiên ngành dệt may đã có những cố gắng vượt bậc, vẫn giữ được đà phát triển và nằm trong top đầu mặt

hàng xuất khẩu của cả nước, trái với sự sụt giảm xuất khẩu của nhiều mặt hàng khác sau khủng hoảng Dệt may VN đã lọt vào Top 10 thế giới, đây là một bước nhảy ngoạn mục về năng lực sản xuất và xuất khẩu, ngành dệt may đã đạt được sự phát triển hơn cả kỳ vọng. Xuất khẩu cả nước trong năm 2009 giảm 9,5% so với năm trước, nhưng ngành dệt may Việt Nam vẫn giữ vững kim ngạch xuất khẩu trên 9,1 tỷ USD. sức tiêu thụ tại thị trường nội địa ngày một gia tăng, từ chỗ phải nhập khẩu, ngành dệt may Việt Nam đã xuất khẩu được nhiều nguyên phụ liệu ra nước ngoài. Đây là một thành tích lớn, góp phần quan trọng vào việc ngăn chặn đà suy giảm của xuất khẩu, góp phần giảm nhập siêu của cả nước.

Thông kê xuất khẩu dệt may Việt Nam tháng 11 và 11 tháng đầu năm 2009

Nước xuất khẩu	Tháng 11/2009	11 tháng năm 2009
	Trị giá (USD)	
Tổng	730.280.621	8.184.491.420
Hoa Kỳ	394.775.656	4.507.673.365
Nhật Bản	76.639.256	855.476.009
Đức	31.947.908	352.817.115
Anh	18.933.102	248.654.646
Tây Ban Nha	32.304.758	246.175.071
Hàn Quốc	24.420.636	221.172.032
Đài Loan	16.421.963	199.241.852
Canada	13.904.444	162.121.420

Pháp	12.212.493	122.547.347
Hà Lan	11.090.914	122.154.906

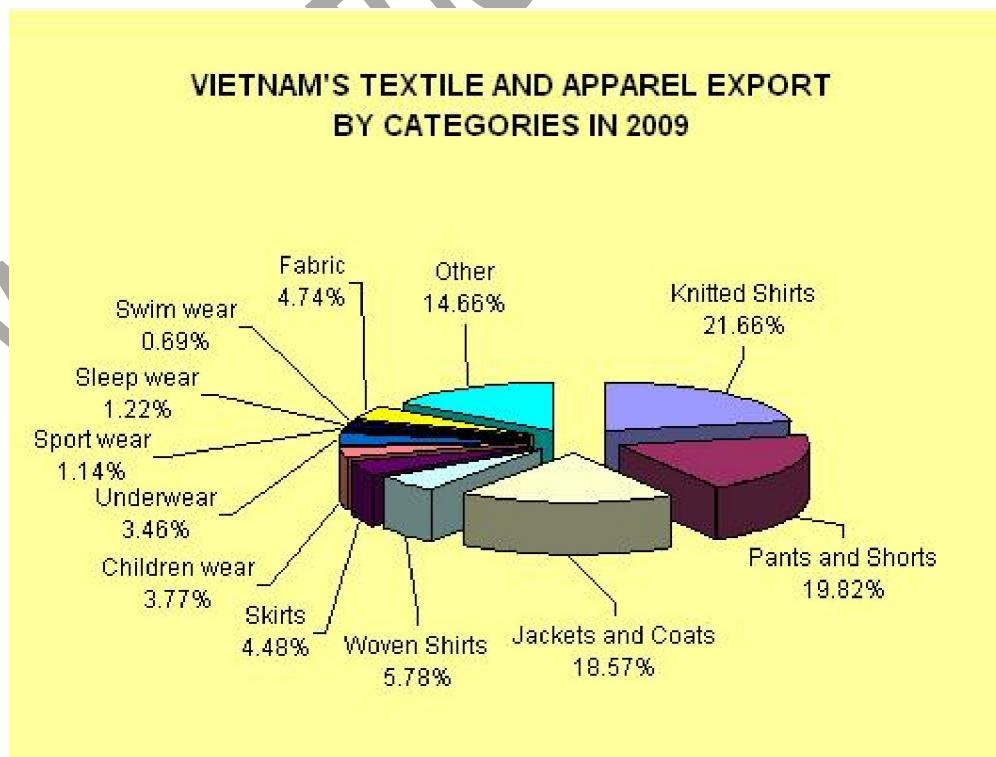
Nguồn: www.vietnamtextile.org

Hoa kỳ, EU và Nhật Bản tiếp tục là 3 đối tác lớn nhất của hàng dệt may Việt Nam năm 2009, chiếm tỷ trọng xuất khẩu lần lượt là 55,1%; 18,2% và 10,5% trong tổng trị giá xuất khẩu nhóm hàng này của cả nước.

Ngành Dệt may Việt Nam cũng đã tiếp cận được thị trường mới như Trung Đông, xuất khẩu vải, khăn bông và phụ liệu sang một số nước như Tiểu vương quốc Ảrập, Ai Cập, Nam Phi, xuất khẩu sợi sang Thổ Nhĩ Kỳ

Hai tháng đầu năm 2010, dệt may là ngành sản xuất ổn định và có tốc độ tăng trưởng khá so với cùng kỳ năm trước

Kim ngạch XK dệt may của Việt Nam theo mặt hàng 2009 (USD)



Nguồn: www.vietnamtextile.org

Nhận xét: mặt hàng dệt may chiếm kim ngạch xuất khẩu đáng kể là:

- Knitted shirts
- Pants and Shorts
- Jackets and Coat

- Năm 2009, cơ cấu mặt hàng xuất khẩu đã có sự thay đổi do khủng hoảng toàn cầu năm 2008 đã làm thay đổi nhu cầu về hàng may mặc của các quốc gia nhập khẩu hàng dệt may từ Việt Nam. Đặc biệt là Mỹ, EU, và Nhật Bản.

Chủng loại và kim ngạch xuất khẩu hàng dệt may của Việt Nam tháng 11 & 11 tháng đầu năm 2009						
Chủng loại	Tháng 11	% Thay đổi		11 tháng	% Thay đổi	
		so T10/09	So T11/08		so 2008	So 2007
Áo thun	155.258.105	-17,76	-3,74	1.772.335.275	-6,92	27,1
Quần	106.519.092	-14,48	-3,04	1.327.957.736	-1,76	7,65
Áo Jacket	83.409.925	-8,38	-2,18	1.000.991.786	-8,84	-3,46
Áo khoác	35.234.063	-38,78	11,91	519.070.794	18,31	50,54
Áo sơ mi	39.615.888	-12,31	-2,04	473.103.311	5,94	12,89

(Theo Thông tin Thương mại)

Tháng 11/2009, xuất khẩu vải, quần short, khăn bông, quần áo bơi...tăng mạnh, xuất khẩu các mặt hàng áo thun, quần dài, áo Jacket giảm.

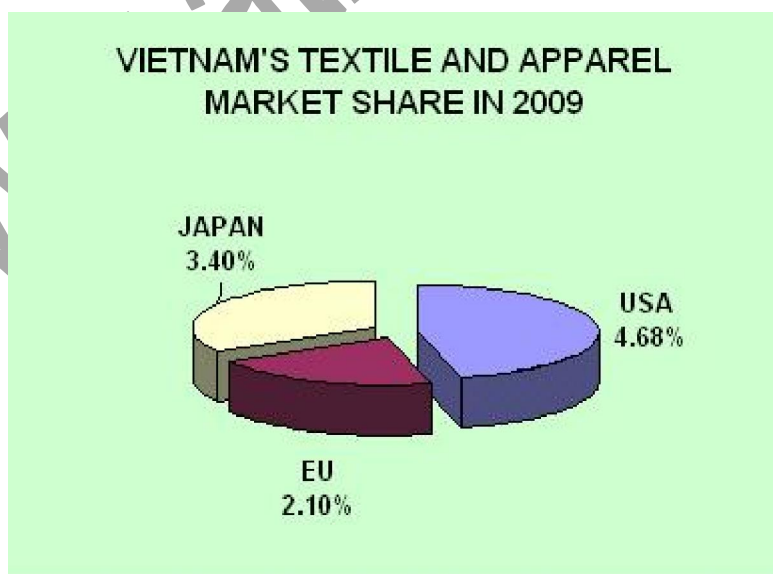
Trong tháng 11/2009, xuất khẩu hầu hết các chủng loại hàng truyền thống của nước ta đều giảm so với tháng trước, chủ yếu do thời vụ.

Trong tháng 11/2009 này, xuất khẩu mặt hàng vải của ta vẫn duy trì được mức tăng trưởng khá, tăng 20% so với tháng trước và tăng 70% so với tháng 11 năm 2008, đạt kim ngạch 49 triệu USD, trở thành mặt hàng có kim ngạch xuất khẩu lớn thứ 6 trong số các chủng loại hàng dệt may. Bên cạnh đó, xuất khẩu mặt hàng quần short cũng tăng mạnh trở lại, tăng 97% so với tháng trước.

2. Thị trường xuất khẩu của ngành dệt may Việt Nam.

Ngành dệt may Việt Nam xâm nhập được sang khá nhiều thị trường của nhiều nước. Tuy nhiên, trong bài này chúng em xin trình bày về ba thị trường chính và có nhiều tiềm năng nhất đối với hoạt động xuất khẩu của ngành dệt may Việt Nam.

Thị phần dệt may Việt tại thị trường Mỹ, EU và Nhật năm 2009



2.1. Thị trường Hoa Kỳ:

2.1.1. Tình hình xuất khẩu

- Hoa Kỳ vẫn là thị trường lớn nhất và quan trọng nhất đối với ngành công nghiệp dệt may xuất khẩu của Việt Nam.

- Tốc độ tăng kim ngạch xuất khẩu hàng dệt may VN vào Hoa Kỳ rất khả quan

Xuất khẩu dệt may Việt Nam sang Hoa Kỳ qua các năm:



Nguồn: www.vietnamtextile.org

- Quá trình phát triển xuất khẩu hàng dệt may Việt Nam sang thị trường Hoa Kỳ có hai mốc đáng nhớ:

- + thời điểm BTA (hiệp định thương mại Việt Mỹ) có hiệu lực ngày 10/12/2001
- + thời điểm Việt Nam chính thức trở thành thành viên của WTO vào đầu năm 2007, hạn ngạch dệt may của Việt Nam vào Hoa Kỳ được dỡ bỏ.

Trước năm 2001 kim ngạch xuất khẩu hàng dệt may Việt Nam sang Hoa Kỳ rất thấp gần như không đáng kể. Năm 2001 sau khi Việt Nam và Hoa Kỳ thiết lập quan hệ thương mại trở lại bằng việc ký kết một hiệp định thương mại Việt Nam - Hoa Kỳ. Đây chính là mốc son tạo đà cho ngành xuất khẩu dệt may xâm nhập vào thị trường Hoa Kỳ. Ngay sang năm 2002, kim ngạch xuất khẩu nhóm mặt hàng này đã tăng một cách ấn tượng và còn tiếp tục tăng tới bây giờ.

Sang năm 2007, năm đầu tiên Việt Nam thực hiện các cam kết WTO, hàng dệt may xuất khẩu của Việt Nam sang Hoa Kỳ có mức tăng ấn tượng khoảng trên 30% so năm 2006, với giá trị tuyệt đối lên đến gần 1,5 tỷ USD, chiếm khoảng 56% trong tổng kim ngạch xuất khẩu dệt may của Việt Nam.

Sau đó, do ảnh hưởng kinh tế trầm trọng, dệt may Việt Nam đã gặp nhiều khó khăn và thách thức, nhưng vẫn giữ vững thị phần và chỉ giảm đôi chút so với năm 2008. Kim ngạch XK trong năm 2009 chỉ đạt gần 5 tỷ USD, giảm 5% so với 5,4 tỷ USD của năm 2008. Với mức giảm này, dệt may VN vẫn có lợi thế hơn so với các nước XK khác như Trung Quốc, Ấn Độ, Indonesia, Thái Lan có mức giảm từ 10% - 25%. Trên thực tế, do đơn giá trung bình giảm 10% - 15%, nên tổng kim ngạch XK giảm nhưng khối lượng XK vẫn tăng so với năm 2008.

- Trong bối cảnh kinh tế thế giới, đặc biệt là kinh tế Hoa Kỳ bị rơi vào khủng hoảng, việc hàng dệt may của Việt Nam vẫn giữ vững và gia tăng thị phần tại thị trường Hoa Kỳ sẽ là cơ sở quan trọng để hàng dệt may Việt Nam xuất khẩu sang thị trường Hoa Kỳ sẽ tăng mạnh khi kinh tế Hoa Kỳ phục hồi và gia tăng nhập khẩu hàng hoá trở lại.

2.1.2. Cơ hội:

- Nhu cầu nhập khẩu hàng dệt may của Mỹ rất lớn, vì ngành dệt may Mỹ chỉ chủ yếu tập trung vào một số nhóm mặt hàng chính như thun ren, đồ dùng trong

nhà như thảm, rèm cửa, vải bọc những mặt hàng nội thất...,những công ty lớn tại Mỹ chủ yếu chuyên sâu vào các dòng sản phẩm chất lượng cao.

- Dự báo nhu cầu nhập khẩu hàng hoá nói chung và hàng dệt may nói riêng của Việt Nam sang thị trường Hoa Kỳ sẽ sớm phục hồi sau khủng hoảng kinh tế và gia tăng trở lại trong những tháng tới khi tiêu dùng tại Hoa Kỳ gia tăng trở lại cùng với sự phục hồi của kinh tế Hoa Kỳ.

- Dự báo trong năm 2010, nền kinh tế thế giới sẽ hồi phục trở lại, nền kinh tế Mỹ cũng tăng trưởng khoảng 2%, cầu về may mặc sẽ tăng đáng kể, vì vậy, cơ hội cho dệt may Việt Nam là khá lớn. Ước tính năm 2010, giá trị dệt may xuất khẩu sang Mỹ sẽ đạt 5,5 tỷ USD, và đến năm 2015, sẽ đạt 9 tỷ USD. Có thể thấy, thị trường Hoa Kỳ là thị trường có ý nghĩa đặc biệt quan trọng với ngành công nghiệp dệt may xuất khẩu của Việt Nam.

- Ngoài ra, lượng hàng tồn kho giảm, cước phí vận chuyển, giá hàng hoá giảm xuống đến mức hấp dẫn và hệ thống tài chính của Hoa Kỳ cũng đã ổn định trở lại sẽ giúp hoạt động tín dụng xuất nhập khẩu được khơi thông. Đây sẽ là những yếu tố thuận lợi đối với xuất khẩu hàng dệt may của Việt Nam sang thị trường Mỹ trong thời gian tới.

- Năm 2007, với việc Việt Nam gia nhập WTO, hạn ngạch nhập khẩu dệt may đối với Việt Nam đã được dỡ bỏ, điều này đã tạo lợi thế lớn cho các doanh nghiệp Việt Nam mở rộng thị trường.

2.1.3. Thách thức:

- Tuy nhiên, Chính phủ Mỹ vẫn áp dụng cơ chế giám sát đối với hàng dệt may Việt Nam với cái cơ lo ngại chống bán phá giá. Với việc áp dụng cơ chế giám sát, nếu hàng dệt may Việt Nam bị phát hiện bán phá giá thì tình hình thực tế sẽ còn tồi tệ hơn khi áp dụng hạn ngạch.

- Nguy cơ bị kiện của các doanh nghiệp của Việt Nam rất lớn khi hệ thống khiếu kiện thương mại của Mỹ tương đối dễ dàng và nhanh chóng để các doanh

nghiệp nội địa dù có sản lượng và thị phần nhỏ kiện các doanh nghiệp nước ngoài bán phá giá

- Doanh nghiệp Việt Nam thường không có thói quen thống kê chi tiết các chi phí sản xuất như thời gian đóng gói sản phẩm, giá thành. Đây là những kẽ hở rất dễ bị đối phương khai thác trong việc kiện bán phá giá. Tự trang bị những kiến thức pháp lý là việc làm cấp thiết để doanh nghiệp Việt Nam giữ vững thị phần và phát triển. Cơ chế minh bạch hóa là hết sức quan trọng để làm bằng chứng chứng minh cho các doanh nghiệp.

- Luật mới về đảm bảo an toàn tiêu dung có hiệu lực từ tháng 2-2009, nếu vi phạm thì hàng không được trả lại mà bị tiêu hủy ngay, với mức phạt cũng tăng lên đến 15 triệu USD thay vì vài triệu USD như trước.

- Đặc biệt, từ 1/1/2010, các sản phẩm dệt may Việt Nam phải có chứng nhận của bên thứ 3 xác nhận sử dụng nguyên liệu đảm bảo cho sức khỏe người tiêu dùng, nếu có bất cứ thiệt hại nào của người tiêu dung nhà sản xuất sẽ phải chịu trách nhiệm.

➔ Mỹ là thị trường xuất khẩu lớn bậc nhất và vô cùng quan trọng với dệt may Việt Nam.

Chúng ta có đầy đủ tiềm năng, năng lực để phát triển tại thị trường này và cạnh tranh song phẳng công bằng với các nước khác.

Những thách thức đặt ra với dệt may là tất yếu và chúng ta phải vượt qua để hoàn thiện nền sản xuất và tích cực phát triển thị trường rất giàu tiềm năng này.

2.2.Thị trường EU

2.2.1. Tình hình xuất khẩu:

- EU là thị trường quan trọng của công nghiệp xuất khẩu dệt may Việt Nam với kim ngạch xuất khẩu năm 2009 đạt 1,8 tỷ USD, chiếm gần 20% kim ngạch xuất khẩu dệt may, là thị trường lớn thứ 2 của Việt Nam sau Mỹ

- Thị trường xuất khẩu dệt may chính là Đức, Tây Ban Nha, Anh...

Xuất khẩu hàng may mặc sang thị trường EU qua các năm



Nguồn: www.vietnamtextile.org

- Quan hệ thương mại về dệt may giữa Việt Nam và EU được đánh dấu bằng hiệp định Dệt - may Việt Nam - EU ký tắt ngày 18/12/1992 và chính thức có hiệu lực từ ngày 1-1-1993. Hiệp định này đã tạo cơ sở pháp lý và kinh tế vững chắc đưa ngành dệt - may xuất khẩu của nước ta sang một giai đoạn

mới, thời kỳ phát triển nhanh chóng.

- Mặc dù bị ảnh hưởng bởi khủng hoảng kinh tế toàn cầu năm 2008, kim ngạch xuất khẩu dệt may sang EU của Việt Nam vẫn giữ được mức 1,7 tỷ USD, đây là cơ sở để chúng ta tiếp tục tăng trưởng thị phần tại thị trường giàu tiềm năng này trong các năm tới.

2.2.2 Cơ hội:

- Thị trường EU có tiềm năng lớn với nhu cầu ngày càng tăng cùng với xu hướng mở rộng của EU. Bên cạnh đó, ngành công nghiệp dệt may của EU không có xu hướng tăng trưởng và chủ yếu tập trung vào các dòng sản phẩm chuyên sâu và cao cấp, vì vậy cơ hội cho Việt Nam mở rộng thị phần là rất lớn.

- Hàng dệt may vẫn được hưởng ưu đãi GSP (hệ thống ưu đãi thuế quan phổ cập) của EU với mức thuế suất thấp, đây là lợi thế lớn của Việt Nam.

- Việc EU sớm bãi bỏ hạn ngạch cho mặt hàng dệt may trước khi ta gia nhập WTO đã tạo tiền đề quan trọng cho việc phát triển thị trường này.

2.2.3 Thách thức:

- Hàng dệt may Việt Nam bị cạnh tranh khá gay gắt trên thị trường EU, không có được thị phần tốt như ở thị trường Mỹ hay Nhật Bản, Việt Nam chỉ đứng thứ 10 trong top các nước xuất khẩu dệt may vào EU.

- Đối thủ cạnh tranh lớn nhất của Việt Nam là Trung Quốc từ năm 2008 cũng đã được dỡ bỏ hạn ngạch dệt may, vì vậy tính cạnh tranh của thị trường EU ngày càng khốc liệt.

- Mặc dù EU là một thị trường chung mang tính thống nhất, nhưng thị trường từng nước thành viên lại có những đặc điểm, những quy định, yêu cầu thị hiếu riêng. Điều này đòi hỏi các doanh nghiệp cần có chiến lược tiếp cận riêng đối với từng thị trường.

- Các doanh nghiệp cần đặc biệt quan tâm đến vấn đề bao bì, nhãn mác cũng các quy định về các tiêu chuẩn về môi trường, quy định về nhân sinh thái và

các tiêu chuẩn phân loại sản phẩm.

2.3 Thị trường Nhật Bản:

2.3.1. Tình hình xuất khẩu:

- Nhật Bản hiện nay là thị trường nhập khẩu hàng may mặc lớn thứ 3 trên thế giới chỉ sau thị trường Mỹ và EU, với kim ngạch nhập khẩu hàng may mặc trị giá 25.439 tỷ USD năm 2009.

- Trong khi xuất khẩu dệt may sang thị trường Mỹ và EU có dấu hiệu chững lại hoặc giảm sút, thì thị trường Nhật vẫn "hút" hàng may mặc Việt Nam và tăng trưởng đặn trong những năm qua

- Các doanh nghiệp và VITAS luôn xác định thị trường Nhật là thị trường quan trọng và hàng Việt Nam có thể mạnh để cạnh tranh.

Kim ngạch xuất khẩu dệt may của Việt Nam sang Nhật qua các năm:

www.athetrah.com



Nguồn: www.vietnamtextile.org

Có thể thấy, từ năm 2005 đến năm 2009, giá trị xuất khẩu liên tục tăng trưởng với nhịp độ từ 10% đến 20% một năm, dự kiến năm 2010 giá trị xuất khẩu sẽ đạt 1,250 tỷ USD và đến năm 2015 ước đạt 2,5 tỷ USD.

Một số nhóm hàng dệt may xuất khẩu chủ yếu sang thị trường Nhật của Việt Nam:

Mặt hàng	2007	2008	Tăng %	Giảm%
Áo Kimono	91.407.925	130.907.118	43,2	
Quần	125.499.848	118.293.973		5,8
Áo thun	31.164.747	81.379.192	161	
Đồ lót	68.291.561	74.433.105	8,99	
Áo somi	49.841.775	68.039.570	36,5	

Áo jacket	48.088.879	53.615.783	11,5	
Khăn bông	35.429.931	44.685.004	26,1	
Áo Vest	35.404.254	41.068.639	15,9	
Váy	24.746.383	39.192.287	58,3	
Áo khoác	35.609.412	34.481.710		3,2

Trong 10 nhóm hàng (trên 30 triệu USD) mà Nhật Bản nhập khẩu từ Việt Nam thì có đến 8 nhóm hàng đang trong xu hướng tăng, trong đó có nhóm áo thun tăng đến trên 161%, tiếp đến là nhóm váy tăng trên 58%, áo kimono tăng 43% và áo sơ mi tăng 36,5%.

2.3.2. Cơ hội:

- Nhật Bản không chỉ là thị trường xuất khẩu quan trọng của Việt Nam mà còn là thị trường cung cấp nguyên phụ liệu và máy móc, thiết bị, công nghệ và hóa chất quan trọng trong nhiều năm qua cho ngành dệt may Việt Nam.

- Nhật Bản là một thị trường truyền thống của ngành Dệt-May Việt Nam, tuy là một thị trường có đẳng cấp cao nhưng nhiều doanh nghiệp dệt, may đã làm ăn khá thành công với thị trường Nhật Bản như Dệt kim Đông Xuân, May Nhà Bè, May 10, Dệt-May Nam Định, Phong Phú

- Nhật đang có những động thái giảm dần lượng hàng dệt may nhập khẩu từ Trung Quốc, đối thủ cạnh tranh lớn nhất của dệt may Việt Nam vì lo ngại sự quá phụ thuộc vào hàng dệt may nước này

- Việt Nam đã tham gia Hiệp định về Quan hệ đối tác kinh tế toàn diện giữa khối ASEAN và Nhật Bản (AJCEP) và ký kết Hiệp định đối tác kinh tế Việt Nam- Nhật Bản (VJEPA), theo đó hàng dệt may có nguyên liệu xuất xứ từ Việt Nam và Asean vào Nhật Bản được hưởng thuế suất ưu đãi bằng 0% thay vì 5%

đến 10% như trước, việc có nguồn nguyên liệu hưởng thuế ưu đãi sẽ tạo điều kiện cho doanh nghiệp giảm chi phí sản xuất, hạ giá thành.

- Các nhà nhập khẩu Nhật Bản đánh giá cao tính ổn định cũng như trình độ tay nghề của công nhân Việt Nam

- Một số doanh nghiệp dệt may lớn của nước ta có thể mạnh là tiếp cận được công nghệ, thiết bị tương đương các nước tiên tiến trong khu vực, cộng với tay nghề cao, khéo léo của đội ngũ công nhân nên đáp ứng được đòi hỏi khắc khe của phía bạn.

→ các doanh nghiệp dệt may Việt Nam nên nắm bắt thời cơ hiếm có hiện nay để thâm nhập và đẩy mạnh xuất khẩu hàng dệt may vào thị trường Nhật Bản

→ mục tiêu ngắn hạn là cố gắng giành thị phần và xây dựng quan hệ và mục tiêu lâu dài hướng tới sau khủng hoảng là thị phần tăng trưởng ổn định và bền vững. Đó là cách đi khôn ngoan nếu như doanh nghiệp nào thực sự muốn chiếm lĩnh thị trường giàu tiềm năng này

2.3.3. Thách thức:

- Để được hưởng mức thuế 0% theo hai hiệp định AJCEP và VJEPA, các doanh nghiệp trong nước phải chứng minh rõ ràng về quá trình sản xuất, gia công thực hiện tại Việt Nam và có chứng nhận nguồn gốc xuất xứ nguyên vật liệu(C/O) từ Việt Nam, Nhật, ASEAN, trừ 4 nước Indonesia, Philippine, Campuchia, Thái Lan.

- Thị trường Nhật rất khó tính. Để xuất khẩu được hàng sang thị trường Nhật, phía bạn đòi hỏi các doanh nghiệp của ta đáp ứng yêu cầu gắt gao về chất lượng sản phẩm, môi trường lao động, chính sách lao động, không sử dụng lao động trẻ em...

- Để tạo dựng thành công thương hiệu của mình các doanh nghiệp Việt Nam cần phải tìm hiểu nhu cầu, thị hiếu của người dân Nhật, nắm được xu hướng

thời trang của người tiêu dùng Nhật, đồng thời hàng hóa cũng phải thể hiện được cá tính riêng.

- Phân khúc hàng giá rẻ tại Nhật Bản đang là sự thống trị của hàng Trung Quốc. Do đó, DN Việt Nam sẽ gặp khá nhiều khó khăn ở phân khúc thị trường này hoặc có thể khai thác thị trường ở phân khúc cao cấp hơn, tuy nhiên đầu tư cho sản xuất sản phẩm cao cấp cũng đòi hỏi nhiều thời gian.

→ Nhật đang là thị trường tốt nhất hiện nay của các doanh nghiệp dệt may nước ta. Vì vậy, các doanh nghiệp cần có chiến lược thâm nhập và làm ăn lâu dài, để đẩy mạnh tốc độ phát triển, duy trì lợi nhuận và việc làm,

III. Khó khăn và hạn chế của xuất khẩu dệt may Việt Nam

1. Khó khăn:

Có 3 khó khăn chính đối ngành dệt may xuất khẩu :

- Tác động vĩ mô (lạm phát, giá nguyên liệu tăng....)
- Cơ sở hạ tầng yếu (cảng và thủ tục hải quan)
- Biến động và tranh chấp lao động.
- Lạm phát cao, lãi suất ngân hàng tăng, đồng USD không ổn định, đầu vào nguyên liệu tăng, các loại nhiên liệu như dầu, than, điện... đều tăng, là những khó khăn dồn dập mà DN phải chịu đựng, giá nguyên, nhiên, phụ liệu đầu vào đã tăng đến 30%, Giá bông nguyên liệu tăng cao nhất so với những năm gần đây; giá bình quân là 1,9 USD/kg, trong khi đó, giá bông thông thường khoảng 1,5 – 1,5 USD/kg ...khiến nhiều xí nghiệp may phải thu hẹp sản xuất.. Thêm vào đó, ngành điện là mối đe dọa đến an nguy của hoạt động sản xuất. Điện lực có thể cúp điện bất cứ lúc nào mà không thềm thông báo.

- Các loại thủ tục hành chính như thuế, hải quan, dù đã có cải thiện chút đỉnh, song DN vẫn còn quá vất vả. Các DN đơn cử, được hoàn thuế giá trị gia tăng vô cùng khó khăn, vì ngành thuế kéo dài. Hoặc làm các thủ tục để hàng xuất cảng cũng không kém phần vất vả.

- Thị trường lao động của ngành dệt may hiện chưa ổn định, lao động phần nhiều phổ thông chưa qua đào tạo, chưa có đội ngũ thiết kế chuyên nghiệp tạo ra các mẫu mã phong phú phù hợp với thị hiếu. Hiện tượng công nhân vừa nghỉ việc, vừa đình công, sản xuất đình đốn, nguy cơ vỡ hợp đồng đe dọa lên doanh nghiệp.

2. Hạn chế:

- May xuất khẩu phần lớn theo phương thức gia công, công tác thiết kế mẫu, mốt chưa phát triển, tỷ lệ làm hàng theo phương thức FOB thấp, hiệu quả sản xuất thấp.

- Ngành dệt và công nghiệp phụ trợ còn yếu, phát triển chưa tương xứng với ngành may, không đủ nguồn nguyên phụ liệu đạt chất lượng xuất khẩu để cung cấp cho ngành may, do đó giá trị gia tăng không cao

- Hầu hết các doanh nghiệp dệt may là vừa và nhỏ, khả năng huy động vốn đầu tư thấp, hạn chế khả năng đổi mới công nghệ, trang thiết bị, khiến các doanh nghiệp chưa đạt được hiệu quả kinh tế nhờ quy mô, và chỉ có thể cung ứng cho một thị trường nhất định. Do đó, khi thị trường gặp vấn đề, các doanh nghiệp dệt may sẽ gặp khó khăn trong việc điều chỉnh phương thức thâm nhập thị trường hoặc chuyển đổi sang thị trường khác

- Kỹ năng quản lý sản xuất và kỹ thuật còn kém, đào tạo chưa bài bản, năng suất thấp, mặt hàng còn phổ thông, chưa đa dạng. Năng lực tiếp thị còn hạn chế, phần lớn các doanh nghiệp dệt may chưa xây dựng được thương hiệu của mình, chưa xây dựng được chiến lược dài hạn cho doanh nghiệp.

IV. Xu hướng phát triển xuất khẩu dệt may Việt Nam

1. Triển vọng về thị trường.

- XK hàng dệt may không bị ảnh hưởng nặng nề bởi khủng hoảng kt như các ngành khác, vì thuộc nhóm hàng tiêu dùng thiết yếu

- Trung Quốc, đối thủ cạnh tranh chính của dệt may VN đang có xu hướng tăng dần sự tham gia trong các lĩnh vực XK đem lại giá trị gia tăng cao hơn

- Mĩ và EU, hai thị trường XK dệt may lớn nhất của VN, đang có dấu hiệu phục hồi kinh tế

- Thuế nhập khẩu hàng dệt may VN vào Nhật là 0% (theo hiệp định hợp tác kinh tế VN-Nhật Bản VJEPA từ 7-2009), đồng thời do Nhật Bản lo ngại rằng nước này quá phụ thuộc vào hàng nhập khẩu từ Trung Quốc nên có xu hướng hạn chế nhập hàng dệt may Trung Quốc chuyển sang nhập từ Việt Nam để tận dụng lợi thế thuế nhập khẩu thấp.

Khi các thị trường truyền thống gặp khó khăn, VN đã tiến hành xúc tiến thương mại tại 1 số thị trường mới như Hàn Quốc, Đài Loan, Ấn Độ, các nước Trung Đông....., ko còn quá bị phụ thuộc vào các thị trường truyền thống. TNK, vốn là 1 cường quốc về dệt may nay cũng đã nhập khẩu của VN số lượng khá lớn, nhất là mặt hàng sợi. Các nước Đông Âu cũ cũng NK khá lớn hàng VN, đặc biệt 1 số nước trước đây từng giúp VN về kĩ thuật nay rất muốn hợp tác với VN để cùng pt ngành dệt may, điển hình như Nga

2. Triển vọng về thay đổi cơ cấu mặt hàng dệt may xuất khẩu.

- Chú trọng xuất khẩu sản phẩm chất lượng cao, mẫu mã phong phú, giá thành hợp lý

- Chuyển dần các cơ sở dệt may về các địa phương lân cận những thành phố lớn, các khu vực nhiều lao động=> giảm giá thành, tại các thành phố lớn giá thuê đất quá cao, một số chi phí tăng cao do lạm phát, nhân công thiếu và chi phí nhân công đang tăng mạnh mẽ.

- Chuyển hướng cơ cấu theo hướng giảm bớt tỉ lệ gia công, nâng dần tỉ lệ tự mua bán, chủ động tìm kiếm nguồn nguyên liệu. Trong những năm vừa qua ngành dệt may dù tăng trưởng đạt mức cao nhưng về bản chất lợi nhuận ngành này vẫn thấp, do phần lớn nguyên phụ liệu cho ngành này phải nhập khẩu từ nước ngoài, con số này lên tới 80%.

- Chủ động trong khâu thiết kế và phân phối

- Ngoài mặt hàng truyền thống là sản phẩm may, phát triển một số sản phẩm mới như sợi (Đài Loan, Hàn Quốc, Brazil), vải (TNK), xơ và sợi (Ấn Độ), tuy giá trị ko cao nhưng là dấu hiệu đáng mừng trong cơ cấu hàng XK. Đây là những sản phẩm có sức tăng trưởng nhanh, trước đây VN phải nhập từ Nhật, TQ

- Xây dựng những cụm, khu vực sản xuất lớn để tận dụng được khoảng cách hợp lý và bổ sung cho nhau, chủ yếu sẽ tập trung ở khu vực miền Trung. Theo đó, cụm dệt may ở Đà Nẵng- Huế sẽ bao gồm các nhà máy kéo sợi, dệt nhuộm hiện đại của Phong Phú -ITG, tổ chức thêm hệ thống các nhà máy may. Cụm dệt nhuộm Nam Trung bộ sẽ gồm sợi Nha Trang- Dệt Tân Tiến...

- Chú trọng hơn đến việc củng cố và xây dựng thị trường nội địa. Hiện ngành dệt may đang triển khai “Chương trình xúc tiến thị trường thương mại nội địa” với nhiều hệ thống siêu thị bán hàng trực tiếp, đồng thời là kênh phân phối hàng về nông thôn, góp phần đẩy mức tiêu thụ nội địa

3. Chiến lược của Nhà nước trong việc phát triển ngành dệt may VN

Ngày 10-3-2008, chiến lược phát triển ngành công nghiệp dệt may Việt Nam đến năm 2015, định hướng đến năm 2020 đã được phê duyệt

a. Quan điểm phát triển

- 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
- 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
- Phát triển ngành Dệt May phải gắn với bảo vệ môi trường và xu thế dịch chuyển lao động nông nghiệp nông thôn
- Đa dạng hóa sở hữu và loại hình doanh nghiệp trong ngành Dệt May, huy động mọi nguồn lực trong và ngoài nước
- Phát triển nguồn nhân lực cả về số lượng và chất lượng cho sự phát triển bền vững của ngành Dệt May Việt Nam;

b. Mục tiêu:

- 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.

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%

Nguồn: www.vietnamtextile.org

**Các mục tiêu cụ thể trong Chiến lược phát triển ngành công nghiệp dệt may
đến năm 2015, với tầm nhìn đến năm 2020**

Chỉ tiêu	Đơn vị	Năm 2010	Năm 2015	Năm 2020
1. Kim ngạch XK	Triệu USD	12.000	18.000	25.000
2. Sử dụng lao động	1000 người	2.500	2.750	3.000
3. Sản phẩm chủ yếu				
- Bông xơ	1000 Tấn	20	40	60
- Xơ, sợi tổng hợp	1000 Tấn	120	210	300
- Sợi các loại	1000 Tấn	350	500	650
- Vải các loại	Triệu m ²	1.000	1.500	2.000
- Sản phẩm may	Triệu sản phẩm	1.800	2.850	4.000
4. Tỷ lệ nội địa hoá	%	50	60	70

Nguồn: Bộ Công Thương.

4. Một số giải pháp thúc đẩy dệt may VN phát triển:

- Thúc đẩy đầu tư phát triển ngành dệt may gắn liền với hợp tác quốc tế, tranh thủ tối đa làn sóng dịch chuyển dệt may từ các nước phát triển, đồng thời khuyến khích mọi thành phần kinh tế trong nước tham gia đầu tư;

- Xây dựng các trung tâm cung ứng nguyên phụ liệu tại Hà Nội, thành phố Hồ Chí Minh và các thành phố lớn để cung ứng kịp thời nguyên phụ liệu cho các doanh nghiệp trong ngành;

- Mở rộng thị trường xuất khẩu thông qua cải cách các thủ tục hành chính trong lĩnh vực thuế, hải quan, xuất nhập khẩu theo hướng đơn giản hoá các thủ

tục, và tăng cường công tác tư vấn pháp luật thương mại quốc tế cho doanh nghiệp xuất khẩu;

- Xây dựng chương trình đào tạo nguồn nhân lực cho ngành dệt may, trong đó Hiệp hội Dệt May Việt Nam và Tập đoàn Dệt May Việt Nam là đầu mối để phối hợp và liên kết với các cơ sở đào tạo trong và ngoài nước;

- Nghiên cứu áp dụng các công nghệ mới, các nguyên liệu mới, và nâng cao năng lực tư vấn, nghiên cứu triển khai, chuyển giao công nghệ, khả năng thiết kế và sáng tác mẫu của các Viện nghiên cứu;

- Chú trọng công tác bảo vệ môi trường, với định hướng tập trung xử lý các nguồn ô nhiễm nước tại các công ty dệt nhuộm, đổi mới công nghệ trong ngành theo hướng tiết kiệm nguyên liệu và thân thiện với môi trường;

- Hỗ trợ một phần kinh phí từ ngân sách cho hoạt động nghiên cứu, đào tạo và vốn đầu tư cơ sở vật chất, kỹ thuật nhằm nâng cao năng lực cho các Viện nghiên cứu và các cơ sở đào tạo cho ngành Dệt May, đồng thời dành vốn tín dụng của nhà nước, vốn ODA và vốn của quỹ môi trường cho các dự án đầu tư xử lý môi trường của các doanh nghiệp trong ngành dệt may.

Danh mục tài liệu tham khảo:

1. www.vietnamtextile.org

2. www.viettrade.com

3. Hiệp định thương mại dệt may Việt Nam Hoa Kỳ:

http://vietnamese.vietnam.usembassy.gov/textile_agreement.html

4. Sản phẩm dệt may xuất khẩu sang Mỹ phải tuân thủ các quy định mới:

http://www.haiduongdost.gov.vn/index.php?option=com_content&view=article&id=11

69:sn-phm-dt-may-xut-khu-sang-m-phi-tuan-th-cac-quy-nh-mi&catid=236:thong-tin-tbt&Itemid=214

5. Xuất khẩu dệt may tăng 13% so cùng kỳ:

<http://chongbanphagia.vn/beta/diemtin/20100407/xuat-khau-det-may-tang-13-so-cung-ky>

6. Các quy định cần biết về hàng dệt may tại EU:

<http://ttnn.com.vn/Category/-1/News/16563/Default.aspx>

7. Gia tăng xuất khẩu vào thị trường EU:

<http://www.mofahcm.gov.vn/en/mofa/nr040807104143/nr040807105039/n080417093147/#uG5qhT5JV7n2>

8. Xuất khẩu dệt may sang EU: http://chungkhoan247.vn/Desktop.aspx/Tin-DN/Tieu-diem/Xuat_khau_det_may_sang_EU_se_dat_18_ti_USD/

9. Cơ hội lớn từ thị trường EU: <http://dddn.com.vn/1238cat91/co-hoi-lon-tu-thi-truong-eu.htm>

10. Nhập khẩu quần áo vào EU 2006 – 2009:

http://www.vietnamtextile.org/ChiTietTinTuc.aspx?MaTinTuc=1644&Mat_heloai=43

11. Giao thương giữa doanh nghiệp Việt Nam và Nhật Bản

<http://www.baomoi.com/Info/Giao-thuong-giua-DN-det-may-Viet-Nam-va-Nhat-Ban/45/4072889>

12. Hàng dệt may xuất sang Nhật Bản phải đạt tiêu chí xuất xứ “hai công đoạn”: <http://www.ttnn.com.vn/Country/122/News/17105/Default.aspx>

13. Thị trường dệt may Nhật Bản: Khó tính nhưng ổn định:

http://www.stox.vn/stox/view_news_detail/42672/1/195/thi-truong-det-may-nhat-ban-kho-tinh-nhung-on-dinh

14. Xuất khẩu dệt may sang Nhật có thể đạt 1 tỷ USD:
<http://www.vinacorp.vn/news/xuat-khau-det-may-sang-nhat-ban-co-the-dat-1-ty-usd/ct-370163>
15. Dệt may Việt Nam tại cấu trúc theo chuỗi sản xuất: http://tintuc.xalo.vn/00-805230140/det_may_viet_nam_tai_cau_truc_theo_chuoi_san_xuat.html
16. Chiến lược phát triển ngành công nghiệp dệt may Việt Nam đến năm 2015 định hướng 2020 <http://www.business.gov.vn/newsevents.aspx?id=6360>
17. Tình hình xuất khẩu dệt may Việt Nam năm 2009 và dự báo 2010
<http://www.vinanet.com.vn/tin-thi-truong-hang-hoa-viet-nam.gplist.294.gpopen.175724.gpside.1.gpnewtitle.tinh-hinh-xuat-khau-det-may-viet-nam-nam-2009-va-du-bao-2010.aspx>
18. Cơ cấu lại ngành dệt may là cần thiết để phát triển bền vững :http://www.dangcongsan.vn/cpv/Modules/News/NewsDetail.aspx?co_id=30066&cn_id=350498#8qEyhW8ckanJ
19. Xu hướng triển vọng ngành hàng dệt may Việt Nam :
http://www.vietrade.gov.vn/index.php?option=com_content&view=article&id=913:xu-huong-va-trien-vong-nganh-hang-det-may-vn-phan-2&catid=224:dt-may-va-nguyen-liu&Itemid=199
20. Tình hình xuất khẩu dệt may từ khi Việt Nam gia nhập WTO
http://www.vietrade.gov.vn/index.php?option=com_content&view=article&id=1214:tin-hinh-xut-khu-hang-dt-may-k-t-khi-vit-nam-gia-nhp-wto&catid=224:dt-may-va-nguyen-liu&Itemid=199
21. Một số biện pháp hỗ trợ phát triển ngành dệt may Việt Nam :
http://www.vietrade.gov.vn/index.php?option=com_content&view=article

&id=1253:mt-s-bin-phap-h-tr-phat-trin-nganh-dt-may-vit-nam-phn-2&catid=224:dt-may-va-nguyen-liu&Itemid=199

www.atheenaah.com

Danh sách nhóm thực hiện

1. Vũ Quang Dũng
2. Đỗ Đắc Khoa
3. Nguyễn Thị Doan

4. Vũ Thị Loan
5. Nguyễn Thị Lam Hương
6. Đỗ Quang Nam
7. Lê Văn Nam

www.atheenaah.com