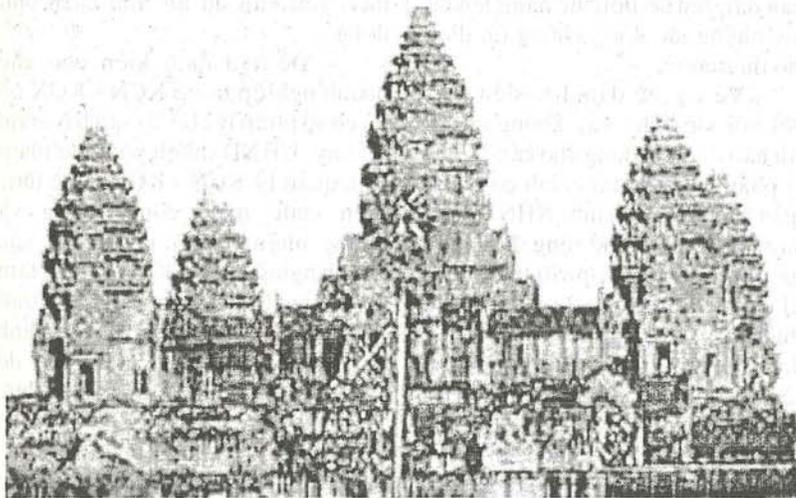


# Giải pháp đầu ra để phát triển xuất khẩu hàng may mặc Campuchia đến năm 2010

Thạc sĩ S KONG PUTHEARA



## Các thị trường

### 1. Thị trường Mỹ

Năm 2001, kim ngạch xuất sang thị trường Mỹ là 825.573.954 USD chiếm 71,7% tổng kim ngạch xuất khẩu hàng may mặc Campuchia, với tốc độ tăng so với năm 2000 là 10,29%, trong đó kim ngạch theo hạn ngạch đạt 501.360.813 USD và đã giảm đi so với năm 2000 là 4,4% trong khi đó hàng phi hạn ngạch vẫn tăng với tốc độ 44,25% điều này là do thị trường Mỹ đã bị biến động sau sự kiện 11.9 và đã ảnh hưởng lớn đến tình hình xuất khẩu hàng may mặc Campuchia sang thị trường này.

Năm 2002, kim ngạch xuất khẩu sang thị trường Mỹ đạt 953.521.945 USD chiếm 71,3% tổng kim ngạch xuất khẩu hàng may mặc Campuchia, tăng 15,08% so với năm 2001, trong đó kim ngạch theo hạn ngạch đạt 626.466.919 USD tăng 24,95% và kim ngạch của hàng phi hạn ngạch giảm 0,05% chỉ đạt 327.055.026 USD.

Trong năm 2003, kim ngạch xuất

khẩu sang thị trường Mỹ đạt 1.076.726.445 USD chiếm 69,7% tổng kim ngạch xuất hàng may mặc Campuchia, tăng 12,92% so với năm 2002. Trong đó kim ngạch hàng xuất khẩu theo hạn ngạch chiếm 62,9% tương đương 676.760.243 USD với tốc độ tăng 8,03%, kim ngạch theo hàng phi hạn ngạch chiếm 37,1% tương đương 399.966.202 USD tăng 22,29% so với năm 2002.

Ngoài thị trường Mỹ là thị trường xuất khẩu hàng may mặc lớn nhất của Campuchia thì thị trường EU là thị trường lớn thứ hai chiếm tỷ trọng trong tổng kim ngạch xuất khẩu hàng may mặc Campuchia khoảng 26%.

### 2. Thị trường EU

Năm 2000, kim ngạch xuất khẩu hàng may mặc Campuchia vào thị trường EU là 220.961.024 USD chiếm 22,4% trong tổng kim ngạch xuất khẩu hàng may mặc Campuchia. Trong đó chiếm phần lớn là các nước sau: Anh chiếm 38,41% tương đương 84.871.051 USD, tiếp theo là Đức

chiếm 25,56% tương đương 56.481.939 USD, sau Đức là Pháp chiếm tỷ trọng 10,78% tương đương 23.828.086 USD, và nước lớn thứ tư đó là Hà Lan chiếm 8,67% tương đương 19.166.047 USD. Còn lại là các thành viên khác, trong đó phải kể đến Ai Len là thị trường cũng khá hấp dẫn cho hàng may mặc xuất khẩu Campuchia.

Năm 2001, kim ngạch xuất khẩu vào thị trường EU đã tăng lên 309.122.068 USD chiếm 26,8% tổng kim ngạch xuất khẩu hàng may mặc Campuchia. Trong đó chiếm phần lớn là các nước: Anh chiếm 41,03% tương đương 126.831.533 USD, tiếp theo sau vẫn là Đức chiếm 31,26% tương đương 96.637.130 USD, đứng thứ ba vẫn là Pháp chiếm 9,59% tương đương 29.652.419 USD, tiếp theo là Hà Lan chiếm 7,86% tương đương 24.301.159 USD, và còn lại là các nước thành viên khác.

Năm 2002, kim ngạch xuất khẩu vào thị trường EU đạt được 356.400.535 USD chiếm 26,6% trong tổng kim ngạch xuất khẩu hàng may mặc Campuchia, tăng 15,29% so với năm 2001. Trong đó chiếm phần lớn là các nước: đứng đầu vẫn là Anh chiếm 39,48% tương đương 140.713.128 USD, đứng thứ hai là Đức chiếm 30,32% tương đương 108.053.365 USD, tiếp theo là Pháp chiếm 10,05% tương đương 35.824.595 USD, Hà Lan chiếm 7,31% tương đương 26.070.489 USD, và tiếp theo vẫn là Ai Len chiếm 4,04% tương đương 14.391.452 USD, còn lại là các nước thành viên khác.

Trong năm 2003, kim ngạch hàng may mặc xuất vào EU đạt 408.023.835 USD chiếm 26,1% tổng kim ngạch xuất khẩu hàng may mặc, tăng 14,14% so với năm 2002. Trong đó chiếm phần lớn là các nước như: Đức chiếm 35,23% tương đương 143.740.369 USD, tiếp theo là Anh chiếm 35,18% tương đương 143.533.505 USD, đứng thứ ba vẫn là Pháp chiếm 11,16% tương đương 45.516.369 USD, Hà Lan chiếm 6,08% tương đương 24.793.301 USD, và còn lại là các nước thành viên khác.

### 3. Thị trường khác

Ngoài hai thị trường xuất khẩu

hàng may mặc lớn nhất của Campuchia, thì Campuchia còn xuất sang một số thị trường khác như Canada, Nhật Bản, Na Uy, Mexico, Ba Lan, New Zealand... Nhưng về số lượng cũng như kim ngạch còn quá nhỏ chỉ chiếm 3-5% trong tổng kim ngạch xuất khẩu hàng may mặc Campuchia. Trong các thị trường khác thì thị trường Canada chiếm tỷ trọng lớn nhất và cũng trở thành thị trường chiến lược cho hàng may mặc xuất khẩu Campuchia.

Campuchia còn ký hiệp định hàng dệt may song phương với Canada, và Canada đã cấp GSP cho Campuchia vào đầu năm 2003, do đó kim ngạch xuất khẩu vào thị trường Canada trong năm 2003 tăng đáng kể, từ 7.122.369 USD năm 2002 tăng lên 57.297.762 USD chiếm 73% kim ngạch của thị trường khác. Chúng tôi xin đưa ra sáu giải pháp đầu ra để phát triển xuất khẩu hàng may mặc Campuchia đến năm 2010.

## Giải pháp phát triển

### 1. Mở rộng thị trường xuất khẩu

Trước tình hình thị trường dệt may trên thế giới sẽ có nhiều diễn biến phức tạp sau năm 2004 do hạn ngạch dệt may được bãi bỏ theo hiệp định của Tổ chức thương mại thế giới (WTO) mà chắc chắn sẽ tạo nhiều lợi thế cho những nước thành viên có tiềm năng sản xuất, xuất khẩu với công nghệ tiên tiến, chủ động được nguyên liệu, phụ liệu... Ngành may mặc Campuchia nên tìm cách giữ vững thị trường hiện có (Mỹ, EU, Canada,...), phát triển xuất khẩu sang thị trường mới đặc biệt là các thị trường phi hạn ngạch: Thị trường Nhật Bản, thị trường Úc, thị trường khu vực châu Á - Thái Bình Dương, thị trường các nước SNG, Đông Âu và Bắc Âu, thị trường 10 nước thành viên EU mới, thị trường Trung Đông, thị trường các nước trong khu vực, thị trường các nước Bắc Mỹ,...

### 2. Phát triển sản phẩm xuất khẩu có lợi thế

Trước hết mỗi doanh nghiệp cần phải xác định sản phẩm mũi nhọn, có thế mạnh để có chiến lược đầu tư công nghệ mới, tạo ra các sản phẩm tăng về số lượng và chất lượng và có khả năng cạnh tranh cao.

Hiện nay Campuchia có lợi thế tương đối trong các mặt hàng như: quần tây, áo thun ngắn tay, áo len chui đầu... là những sản phẩm không yêu cầu kỹ thuật cao, và được sử dụng GSP/MFN của các nước công nghiệp. Trong thời gian tới các doanh nghiệp Campuchia cần chú trọng vào các mặt hàng như: Mặt hàng có yêu cầu kỹ thuật may không cao nhưng cần giá rẻ như: quần tây, áo thun, áo len... Mặt hàng được hưởng ưu đãi thương mại mà các nước công nghiệp dành cho. Mặt hàng đã có thương hiệu trên các thị trường lớn như EU, Mỹ, Canada...

### 3. Nâng cao chất lượng hàng may mặc xuất khẩu

Các doanh nghiệp may mặc Campuchia cần nâng cao chất lượng sản phẩm thông qua các biện pháp: Kiểm tra chặt chẽ chất lượng nguyên phụ liệu, tạo ban hàng cung cấp nguyên phụ liệu ổn định, đúng thời hạn, bảo quản tốt nguyên phụ liệu tránh xuống phẩm cấp. Cần chú ý rằng nguyên liệu sợi vải là những hàng hoá hút ẩm mạnh, dễ hư hỏng trong điều kiện nhiệt đới nóng ẩm ở Campuchia. Tuân thủ nghiêm ngặt yêu cầu của bên đặt hàng về nguyên phụ liệu, công nghệ, qui trình sản xuất theo đúng mẫu hàng và tài liệu kỹ thuật bên đặt hàng cung cấp về mã hàng, quy cách kỹ thuật, nhãn mác, đóng gói bao bì,... Tuân thủ đúng quy trình kiểm tra chất lượng trước khi xuất khẩu. Để đảm bảo chất lượng xuất khẩu, giữ uy tín trên thị trường thế giới, một hệ thống kiểm tra chất lượng bắt buộc là một biện pháp cần thiết. Nhanh chóng triển khai xây dựng đồng loạt tại các doanh nghiệp dệt may việc áp dụng hệ thống quản lý theo tiêu chuẩn quốc tế ISO 9000: 2000, hệ thống quản lý môi trường ISO 14000 và hệ thống trách nhiệm xã hội SA 8000. Xem đây là những điều kiện tiên quyết để đưa ngành dệt may hội nhập vào thị trường thế giới.

### 4. Xây dựng giá xuất khẩu cạnh tranh

Để nâng cao tính cạnh tranh về giá cả cho sản phẩm may, các doanh nghiệp ngành may phải chú ý đến các biện pháp: Có chính sách khuyến khích nâng cao năng suất lao động để giảm chi phí nhân công trên một đơn vị

sản phẩm. Xây dựng tiêu chuẩn quản trị ISO 9000 trong các xí nghiệp may, vì hợp lý hoá quy trình sản xuất góp phần giảm được sản phẩm hỏng. Tìm kiếm nguyên liệu trong nước, kể cả nguyên liệu từ các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài FDI và doanh nghiệp khu chế xuất để giảm giá thành sản phẩm. Liên kết với các hãng nước ngoài để sử dụng thương hiệu sản phẩm của họ, điều này cho phép định giá sản phẩm cao, nhưng vẫn mang tính cạnh tranh so với giá của các hãng gốc sản xuất.

### 5. Tăng cường xuất khẩu theo phương thức giá FOB

Tim kiếm khách hàng, đẩy mạnh hoạt động Marketing, đầu tư vào công nghệ thiết kế thời trang, tạo ra những sản phẩm may có mẫu mã phù hợp với yêu cầu của người tiêu dùng. Đăng ký nhãn hiệu bản quyền từng bước tạo lập thương hiệu có uy tín. Nhà nước cần hỗ trợ các doanh nghiệp bằng cách: cải thiện môi trường đầu tư để khuyến khích đầu tư nước ngoài vào ngành sản xuất nguyên liệu phục vụ may xuất khẩu và xuất khẩu sản phẩm may sang thị trường thế giới. Nhà nước cần có cơ chế tài chính hỗ trợ sự phát triển của ngành dệt may vì xuất khẩu trực tiếp (FOB) cần nhiều vốn so với xuất khẩu gia công.

### 6. Xây dựng thương hiệu hàng may mặc xuất khẩu

Con đường ngắn nhất và có hiệu quả nhất cho các doanh nghiệp may mặc Campuchia tạo lập được thương hiệu có uy tín trên thị trường thế giới theo tôi là: Trước tiên doanh nghiệp may mặc Campuchia liên doanh với những đối tác có nhãn hiệu nổi tiếng nhằm tạo chỗ đứng trong các kênh phân phối. Đồng thời các doanh nghiệp tiếp tục đầu tư chiều sâu, cải tiến mẫu mã, nâng cao chất lượng, hạ giá thành sản phẩm; nhằm tạo dấu ấn trong tâm trí người tiêu dùng trên thị trường thế giới. Dần dần xây dựng hàng may mặc mang nhãn hiệu Campuchia. Đây là yêu cầu tất yếu của môi trường kinh doanh quốc tế đầy cạnh tranh hiện nay. Doanh nghiệp may mặc Campuchia cần nhanh chóng xúc tiến đăng ký bảo hộ thương hiệu sản phẩm tại thị trường quốc tế ■