

ĐỂ HÀNG DỆT MAY VIỆT NAM CHIẾM LĨNH THỊ TRƯỜNG THẾ GIỚI

TS.VÕ PHƯỚC TẤN

I. ĐÁNH GIÁ KHÁI QUÁT

Sản phẩm dệt may là một ngành hàng có truyền thống lâu đời ở Việt Nam và là một ngành công nghiệp mũi nhọn đóng một vai trò quan trọng trong nền kinh tế nước ta, sản xuất tăng trưởng nhanh, kim ngạch xuất không ngừng gia tăng với nhịp độ cao, thị trường luôn được mở rộng, tạo điều kiện cho kinh tế phát triển góp phần cân bằng cán cân xuất nhập khẩu, thu hút ngày càng nhiều lao động và đóng góp ngày càng nhiều cho ngân sách nhà nước.

thế giới sau khi quan hệ giữa Mỹ và Việt Nam đã bình thường hóa (12.7.1995). Hiện Việt Nam đang chuẩn bị các điều kiện để gia nhập WTO.

Sau hơn 10 năm thực hiện cải cách nền kinh tế cùng với chính sách mở cửa, Việt Nam đang bắt đầu giai đoạn công nghiệp hóa và hiện đại hóa đất nước, chú trọng xây dựng cơ sở hạ tầng và xuất hiện ngày càng nhiều khu công nghiệp trong cả nước góp phần tăng trưởng kinh tế và thu nhập quốc dân, cố gắng đạt tốc độ tăng trưởng khoảng 5-6% trong những

những năm 1980 sự chuyển dịch này đã sang các nước công nghiệp mới (Đài Loan, Hàn Quốc, Singapore, HongKong) và trong một thời gian ngắn các nước này đã chiếm 1/3 tổng khối lượng buôn bán hàng dệt may trên thế giới. Chẳng bao lâu sau vào đầu những năm 1990, các nước công nghiệp mới đã vượt tới những ngành công nghiệp mũi nhọn có hàm lượng công nghệ cao, tốn ít hao phí lao động và mang lại lợi nhuận cao nên xu thế chuyển dịch ngành dệt may đã chuyển sang giai đoạn 2 tức là từ các nước công nghiệp mới Châu Á sang các nước Thái Lan, Trung Quốc, Indonesia, Ấn Độ, Bangladesh, Myanmar, Việt Nam... có nguồn lao động dồi dào giá nhân công rẻ và là ngành sản xuất hàng xuất khẩu chủ lực, kết quả là khối lượng hàng dệt may xuất khẩu tại các nước này đã tăng lên gấp 10 lần. Vì vậy, có thể dự đoán thời cơ phát triển ngành dệt may Việt Nam đang có cơ hội lớn để đẩy mạnh tốc độ tăng trưởng trong giai đoạn 10 năm nữa. Tuy nhiên, nước ta đang còn những khó khăn trước mắt như thị trường Mỹ chưa mở rộng, thị trường Châu Âu có hạn ngạch, sức cạnh tranh của các nước trong khu vực như Trung Quốc, Indonesia, Bangladesh... các nước này đã đạt giá trị xuất khẩu hàng dệt may lớn (xem bảng số 2) đã chủ động được nguồn nguyên phụ liệu, đầu tư được kỹ thuật hiện đại ở các khâu quan trọng và các yếu tố thuận lợi khác đã được phát huy trong khi nước ta còn lúng túng trong những điều kiện khách quan và chủ quan.

Bảng 1: CÁC MẶT HÀNG XUẤT KHẨU CHỦ LỰC CỦA VIỆT NAM

ĐVT: triệu USD

MẶT HÀNG	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999
Kim ngạch xuất khẩu	2581	2985	4054	5200	7255	8759	9356	11490
1. Dầu thô	805	861	976	1056	1200	1063	1246	2010
2. Dệt may	211	350	550	750	1150	1351	1450	1682
3. Giày dép	16	24	115	296	530	965	960	1406
4. Gạo	405	335	420	538	868	891	1024	1030
5. Thủy sản	307	370	480	621	652	781	850	982
6. Cà phê	83	95	300	560	390	455	590	590

Nguồn: Bộ thương mại

Trong những năm qua, mặt dù gặp rất nhiều khó khăn về mọi lĩnh vực, lại bị cạnh tranh gay gắt trên thị trường quốc tế và trong nước, toàn ngành dệt may đã đẩy mạnh sản xuất và có mức tăng trưởng bình quân 11%, xuất khẩu hàng dệt may bình quân hàng năm 20%, chiếm khoảng 13-16% trong tổng giá trị xuất khẩu cả nước.

Ngành công nghiệp dệt may đang có những cơ hội phát triển:

- Việt Nam đã ký kết với Liên minh Châu Âu (EU) hiệp định mua bán hàng dệt may từ năm 1992 (cho kế hoạch 5 năm) và 1997 (cho 3 năm 1998, 1999, 2000).

- Ngành dệt may Việt Nam đã trở thành hội viên của Hiệp hội Dệt may Đông Nam Á (AFTEX).

- Việt Nam đã là thành viên chính thức của Hiệp Hội các quốc gia Đông Nam Á (ASEAN) vào ngày 28.7.1995 và gia nhập khu vực mậu dịch tự do ASEAN (AFTA) kể từ ngày 1.1.1996.

- Tháng 11.1998 Việt Nam chính thức là thành viên của diễn đàn hợp tác kinh tế Châu Á - Thái Bình Dương (APEC).

- Việt Nam đã có quan hệ ngoại giao và thương mại với hầu hết các nước trên

năm tới và có khả năng nhu cầu hàng may mặc của hơn 76 triệu người dân Việt Nam cũng sẽ tăng theo.

Những yếu tố trên bước đầu tạo điều kiện cho công nghiệp dệt may thay đổi nhiều mặt, thị trường tiêu dùng sẽ có dịp phát triển với tốc độ nhanh hơn, nhiều doanh nghiệp dệt may ra đời trong đó ngày càng có nhiều doanh nghiệp thuộc các thành phần kinh tế: cổ phần, TNHH, DNTN, liên doanh và 100% vốn đầu tư nước ngoài. Các chủng loại sản phẩm dệt may ngày càng đa dạng, phong phú hơn, hợp thời trang hơn, chất lượng được nâng cao, giá cả cạnh tranh nên người tiêu dùng dễ dàng chấp nhận sản phẩm may mặc được sản xuất trong nước. Các khách hàng nước ngoài cũng mong muốn mua sản phẩm may mặc xuất khẩu của nước ta với yêu cầu sử dụng vải sản xuất trong nước có giá thành hạ.

II. XU THẾ CHUYỂN DỊCH SẢN XUẤT HÀNG DỆT MAY TRÊN THẾ GIỚI

Từ những năm 1970 xu thế chuyển dịch đến sản xuất hàng dệt may trên thế giới từ các nước Nhật, Mỹ, Anh, Pháp, Đức... sang các nước đang phát triển và hàng dệt may tại các nước này đã giảm nhanh khối lượng xuất khẩu, tăng nhanh khối lượng nhập khẩu. Trong

Bảng 2: XUẤT KHẨU HÀNG DỆT MAY CỦA CÁC NƯỚC NĂM 1999

Đơn vị: tỷ USD

TÊN NƯỚC	GIÁ TRỊ XUẤT KHẨU
Trung Quốc	43
Đài Loan	14,8
Indonesia	8
Pakistan	5
Thái Lan	4,6
Bangladesh	3,8
Philippines	2,9
Srilanka	2,3
Việt Nam	1,68

Nguồn: Công ty Vinatex

III. THỊ TRƯỜNG HÀNG DỆT MAY VIỆT NAM

Thị trường là vấn đề cốt lõi, có ý nghĩa quyết định đến sự tồn tại và phát triển của từng doanh nghiệp, nhưng để tạo lập được thị trường tiêu thụ thì tiếp thị là những hoạt động không thể thiếu được thông qua việc nghiên cứu và dự báo nhu cầu thị trường, lựa chọn và tìm ra các biện pháp thích hợp để điều khiển các dòng hàng hoá nhằm thỏa mãn nhu cầu của người tiêu dùng. Ngày nay các nhà sản xuất phải tìm hiểu và nắm bắt nhu cầu của thị trường, sản xuất ra những gì mà thị trường đòi hỏi; với ý nghĩa đó, thị trường có vai trò quyết định đối với sản xuất kinh doanh của ngành dệt may.

1. Thị trường nội địa

Với dân số gần 80 triệu người vào năm 2000, khoảng 88 triệu người vào năm 2005 và gần 100 triệu người vào năm 2010; nước ta là một thị trường đầy tiềm năng cho các doanh nghiệp dệt may trong nước vì mức tiêu dùng hàng dệt may trên đầu người còn rất thấp: 0,8kg/người so với mức trung bình trên thế giới là 7,2kg/người. Hơn nữa, với hơn 80% dân số sống bằng nghề nông, hàng năm khu vực kinh tế - nông nghiệp đã tiêu thụ một khối lượng lớn hàng công nghiệp trong đó có hàng dệt may. Dự báo đến năm 2005 chúng ta có thể đạt mức tiêu dùng các sản phẩm về dệt may khoảng 5 - 6kg/người, tương đương với mức sử dụng hiện nay của Trung Quốc và 12 - 14kg/người vào năm 2010 tương đương với mức của HongKong và Hàn Quốc hiện nay. Ngành dệt may cần nắm bắt được xu thế đó và xác định đúng vị trí quan trọng của mình nhằm đảm bảo kịp thời khối lượng hàng dệt may rất lớn, vừa đáp ứng nhu cầu sử dụng trong nước, vừa thay thế từng bước hàng may mặc nhập khẩu. Hơn nữa, với nguồn lao động dồi dào gần 40 triệu người, trong đó tỷ lệ thiếu việc làm ở nông thôn là 30% thì ngành dệt may càng có vị trí quan trọng trong việc tạo thêm nhiều chỗ làm việc mới (Trong số 500.000 lao động có việc làm hiện nay) tăng thêm thu nhập và ổn định đời sống cho người lao động, tăng nguồn thu cho ngân sách Nhà nước. Với khía cạnh đó, ngành dệt may không những là nhà sản xuất đáp ứng nhu cầu tiêu dùng trên thị trường nội địa mà còn tạo ra chính thị trường đó, một thị trường tiêu thụ nội địa sẽ chuyển biến theo hướng tích cực.

2. Thị trường xuất khẩu

Dự kiến thị trường xuất khẩu truyền thống và tiềm năng của hàng dệt may Việt Nam trong năm 2000 ở các khu vực sau: EU chiếm 39%, Nhật chiếm 28%, ASEAN chiếm 18%, Mỹ chiếm 5% và các khu vực khác chiếm 10%.

a. Thị trường Châu Âu (EU):

Châu Âu từng được mệnh danh là lục địa già nhưng lại là một khu vực thị trường rộng lớn, là nơi cung cấp các thiết bị, công nghệ hiện đại, là một trung tâm tài chính - kinh tế lớn, với dân số 374,2 triệu người và có GDP hơn 9.000 tỉ USD, EU thật sự là một thị trường đầy tiềm năng, có mức tiêu dùng hàng dệt may cao hàng đầu thế giới 17kg/người/năm.

Bảng 3: GIÁ TRỊ XUẤT KHẨU HÀNG DỆT MAY VIỆT NAM SANG EU

Đơn vị: triệu USD

NĂM	Giá trị xuất khẩu	NĂM	Giá trị xuất khẩu
1993	250	1997	450
1994	285	1998	620
1995	350	1999	700
1996	420		

Nguồn: Tổng công ty Vinatex.

Giá cả, chất lượng hàng dệt may Việt Nam xuất khẩu sang EU được đánh giá khá tốt. Do vậy, giá trị xuất khẩu đáng kể trong những năm gần đây (xem bảng 3). Nếu như năm 1993 muốn xuất khẩu hàng dệt may vào EU chúng ta phải xin hạn ngạch cho 151 chủng loại mặt hàng thì đến năm 1998 số mặt hàng quản lý bằng hạn ngạch chỉ còn 29 mặt hàng. Đây là một thuận lợi lớn cho các doanh nghiệp dệt may trong việc từng bước thâm nhập thị trường này, mặc dù biết rằng thị trường EU là một thị trường khó tính, luôn đòi hỏi chất lượng cao, mẫu mã đổi mới liên tục, số lượng đơn hàng chia nhỏ. Hơn nữa, hàng dệt may Việt Nam còn phải chịu sự cạnh tranh từ các nước Châu Á khác và Châu Mỹ.

Hàng năm EU nhập khẩu 63 tỷ USD hàng dệt may các loại, trong đó Đức là thị trường lớn nhất chiếm 36,1%, tiếp theo là Pháp 12,15%, Hà Lan 9,41%, Thụy Sĩ 7,46%, Anh 7,06%, còn lại là các nước khác. Điều đó cho thấy tỉ trọng hàng dệt may của Việt Nam xuất khẩu sang EU luôn còn quá ít, mặc dù phải thừa nhận rằng Hiệp định buôn bán hàng dệt may giữa Việt Nam và EU đã tạo ra một bước tiến trong xuất khẩu hàng dệt may của nước ta. Do vậy, điều quan trọng để thâm nhập và tăng cường xuất khẩu vào thị trường này là phải không ngừng cải tiến chất lượng hàng hóa, mẫu mã hấp dẫn thì mới có thể cạnh tranh được với các nước khác.

b. Thị trường Nhật Bản:

Nhật Bản là một cường quốc về công nghiệp dệt may. Song do giá nhân công tại Nhật ngày càng cao và lại thiếu nhân công, đồng yen lại tăng giá nên từ năm 1986 Nhật Bản đã chuyển đổi chiến lược là giảm sản xuất trong nước và tăng nhập khẩu hàng dệt may.

Với dân số 120 triệu người và khí hậu 4 mùa rõ rệt nên nhu cầu hàng dệt may là rất lớn (20,3kg/người) và thay đổi liên tục. Năm 1998 Nhật nhập khẩu 14 tỷ USD, trong đó:

Trung Quốc	10,200 tỷ USD
Y	1,208 tỷ USD
Hàn Quốc	0,950 tỷ USD
Mỹ	0,525 tỷ USD
Việt Nam	0,467 tỷ USD

(chiếm 3% trong tổng kim ngạch nhập khẩu của Nhật).

Nhật Bản vẫn được xem là thị trường nhập khẩu hàng dệt may lớn nhất của Việt Nam (chiếm 3% tổng kim ngạch xuất khẩu hàng dệt may). Ưu thế của thị trường Nhật là không hạn ngạch, thuế nhập khẩu lại thấp, địa lý gần nên hàng dệt may nước ta có khả năng cạnh tranh với các nước xuất khẩu khác. Thị trường lại có dấu hiệu phục hồi và là một thị trường đầy hứa hẹn đối với các mặt hàng dệt may Việt Nam trong cả trước mắt và lâu dài mà chúng ta cần đầu tư để duy trì và phát triển lên một mức cao hơn.

c. Thị trường Mỹ và Bắc Mỹ:

Với dân số khoảng 350 triệu người (Mỹ: 272 triệu người) ít hơn các nước EU nhưng mức tiêu thụ hàng dệt may lại gấp rưỡi EU (27kg/người/năm) nên tổng nhu cầu sử dụng là rất lớn, lại mang tính đa dạng, phong phú. Nhu cầu lớn lại được đáp ứng chủ yếu bằng nhập khẩu nên đây được xem là một thị trường tiềm năng rất lớn đối với các nước sản xuất và xuất khẩu hàng dệt may trên thế giới.

Sau quyết định bỏ cấm vận với Việt Nam của Chính phủ Mỹ (tháng 2.1994) và mặc dù chưa được hưởng ưu đãi thuế quan phổ cập (GSP) và quy chế thương mại thông thường-NTR (hay còn gọi là quy chế tối huệ quốc MFN) nhưng các doanh nghiệp Việt Nam đã bắt đầu tiếp cận được với thị trường Mỹ. Kim ngạch xuất khẩu hàng dệt may Việt Nam sang Mỹ tuy còn thấp nhưng có tốc độ tăng trưởng cao (xem bảng 4)

Bảng 4: GIÁ TRỊ XUẤT KHẨU HÀNG DỆT MAY VIỆT NAM SANG MỸ

Đơn vị: triệu USD

	- Kim ngạch xuất khẩu
1994	2,46
1995	16,82
1996	23,6
1997	25,60
1998	28,10

Nguồn: Bộ thương mại

Năm 1998 trong khi nhiều thị trường xuất khẩu phi hạn ngạch của Việt Nam giảm mạnh thì thị trường Mỹ khá ổn định và đạt kim ngạch xuất khẩu 28,10 triệu USD, chiếm tỷ lệ rất nhỏ so với tổng kim ngạch nhập khẩu hàng dệt may của Mỹ là 53,769 tỷ USD, trong đó:

Mexico	6,90 tỷ USD
Trung Quốc	4,42 tỷ USD
Hong Kong	4,39 tỷ USD
Bangladesh	1,62 tỷ USD
Đài Loan	2,07 tỷ USD
Hàn Quốc	2,03 tỷ USD
Phillippines	1,77 tỷ USD
Indonesia	1,65 tỷ USD
Thái Lan	1,45 tỷ USD

Mỹ là thị trường có sức mua các loại hàng dệt may lớn nhất thế giới bao gồm nhiều chủng loại khác nhau kể cả các sản phẩm trung bình. Ngày 13.7.2000 hiệp định thương mại Việt - Mỹ đã được ký kết và rồi đây phía Mỹ sẽ dành cho Việt Nam quy chế thương mại bình thường thì hàng dệt may Việt Nam sẽ có triển vọng tăng nhanh.

Các chuyên gia thương mại quốc tế dự đoán tốc độ tăng trưởng hàng dệt may của Việt Nam vào thị trường Mỹ sẽ tăng mạnh ngay năm đầu tiên hưởng quy chế thương mại bình thường, trước khi Mỹ ấn định hạn ngạch. Cùng theo tính toán của Bộ thương mại Mỹ và Ngân hàng thế giới, ngay năm đầu tiên sau khi ký hiệp định thương mại Việt - Mỹ, kim ngạch hàng xuất khẩu Việt Nam sang Mỹ gia tăng khoảng 8% tổng kim ngạch xuất khẩu, tương đương 800 triệu USD.

Điều đáng lưu ý là khách hàng Mỹ-

chỉ mua hàng thành phẩm không qua gia công. Vì vậy, hàng dệt may của Việt Nam muốn được hưởng thuế suất ưu đãi (GSP) vào Mỹ phải sản xuất bằng các loại vải và nguyên liệu tại Việt Nam.

Qua đó thấy rằng đầu ra là có triển vọng và rất lớn trong thời gian tới, ngành dệt may Việt Nam ngay từ bây giờ phải nhanh chóng đầu tư đổi mới công nghệ sản xuất nguyên phụ liệu cho may mặc xuất khẩu để chuẩn bị cho thị trường Mỹ sắp tới.

d. Thị trường SNG và Đông Âu:

Trong những năm gần đây, xuất khẩu sang thị trường truyền thống SNG và Đông Âu đã bắt đầu được khôi phục. CHLB Nga đã trở thành 1 trong 10 nước nhập khẩu hàng dệt may lớn của Việt Nam với kim ngạch nhập khẩu là 41,4 triệu USD năm 1997 và 59,3 triệu USD năm 1998.

Các doanh nghiệp dệt may Việt Nam cũng đã bắt đầu quan tâm khôi phục lại thị trường các nước Đông Âu với phương thức bán chủ yếu là hàng đổi hàng với trị giá kim ngạch hàng dệt may dự kiến lên đến 100 triệu USD.

e. Thị trường Bắc Âu:

Hàng dệt may Việt Nam mới xuất khẩu sang thị trường Bắc Âu khoảng 10 triệu USD trong năm 1999, một con số quá nhỏ so với dung lượng hàng dệt may khối Bắc Âu nhập vào hàng năm là 10 tỷ USD, trong đó Trung Quốc là nguồn cung cấp lớn nhất chiếm 80% thị phần. Các nước Bắc Âu tuy dân số ít (khoảng 24 triệu người) nhưng sức mua lại rất cao, bình quân mỗi người Bắc Âu hàng năm chi ra đến 400 - 500 USD cho hàng dệt may mặc. Đây là những xứ có mùa đông rất dài nên chủng loại hàng hóa tiêu thụ chủ yếu là hàng mùa đông, có màu sắc đen và xám. Do vậy nếu được đầu tư tốt, chú ý cơ cấu sản phẩm chào bán cho phù hợp thì còn nhiều khả năng hàng dệt may Việt Nam chiếm lĩnh được 5% thị phần Bắc Âu - tức là khoảng 550 triệu USD.

f. Thị trường Trung Đông:

Thị trường Trung Đông là một hướng đi mới cho ngành dệt may Việt Nam. Xuất khẩu sang thị trường Trung Đông có nhiều điểm thuận lợi - khả năng thanh toán cao, nhu cầu nhập khẩu cao do công nghiệp sản xuất hàng tiêu dùng của các nước này chưa phát triển, vận chuyển đường biển hơi xa nhưng tuyến đường khá thuận lợi. Mặc dù kim ngạch còn thấp nhưng một số mặt hàng dệt may của Việt Nam đã tỏ ra có khả năng thâm nhập và chiếm lĩnh thị trường này.

g. Thị trường các nước khác trong khu vực:

Hàng năm, hàng dệt may Việt Nam xuất khẩu một lượng lớn sản phẩm sang các nước trong khu vực như: Đài Loan, HongKong, Singapore, Hàn Quốc, tuy nhiên các nước này không phải là thị trường nhập khẩu chính mà là nước

nhập khẩu để tái xuất sang nước thứ 3.

IV. ĐỊNH HƯỚNG PHÁT TRIỂN HÀNG DỆT MAY VIỆT NAM ĐẾN NĂM 2010

1. Mục tiêu phát triển

Mục tiêu phát triển của ngành công nghiệp dệt may Việt Nam đến năm 2000 là hướng ra xuất khẩu nhằm tăng nguồn thu ngoại tệ, thỏa mãn nhu cầu tiêu dùng trong nước, tái sản xuất mở rộng, từng bước xây dựng ngành dệt may Việt Nam thành một ngành xuất khẩu chủ lực, chiếm lĩnh thị trường thế giới, góp phần tăng trưởng kinh tế, giải quyết việc làm cho nhiều lao động, thực hiện triệt để CNH - HĐH đất nước

Bảng 5: CHỈ TIÊU SẢN XUẤT VÀ XUẤT KHẨU

CHỈ TIÊU	ĐVT	NĂM		
		2000	2005	2010
1. SẢN XUẤT				
- Vải	Triệu mét	800	1330	2000
- Sản phẩm dệt kim	Triệu sản phẩm	70	150	210
- Sản phẩm may quy chuẩn	Triệu sản phẩm	580	780	1200
2. GIÁ TRỊ XUẤT KHẨU				
- Hàng dệt	Triệu USD	2000	3000	4000
- Hàng may mặc	Triệu USD	370	800	1000
		630	2200	13000

2. Những biện pháp hữu hiệu

- Tiếp tục đẩy mạnh mở rộng thị trường xuất khẩu sang các nước EU, Nhật, Nga, Đông Âu, Bắc Âu... đồng thời chuẩn bị để xuất khẩu sang thị trường Mỹ. Ngoài ra phải phân đầu xuất hàng dệt may sang các nước ASEAN, tuy nhiên, phải tìm hiểu kỹ thị hiếu khách hàng và sở thích tiêu dùng của thị trường này để tạo ra những mẫu mã mới, khác lạ so với các nước này đã sản xuất thì mới mong có thể xâm nhập được thị trường này.

- Đối với sản xuất trong nước, nhanh chóng chuyển dần việc nhận gia công sang chủ động mua nguyên liệu và tăng năng lực tạo ra nguồn nguyên liệu trong nước để sản xuất hàng xuất khẩu. Thời gian này nên huy động mọi nguồn vốn trong nước và tài trợ của nước ngoài để ưu tiên tập trung đầu tư để nâng cao năng lực và chất lượng sản xuất trong công đoạn dệt, hoàn tất, tăng khả năng cạnh tranh của vải nhằm cung cấp đầu vào cho may mặc xuất khẩu, vừa đáp ứng nhu cầu tiêu dùng trong nước của xã hội.

- Chú trọng quy hoạch vùng trồng bông tại các tỉnh Đồng Nai, Bà Rịa - Vũng Tàu, Đắk Lắk... để tạo nguồn nguyên liệu cho ngành dệt.

- Đẩy mạnh việc đổi mới công nghệ dệt từ sợi, đầu tư chiều sâu, nâng cấp hạ tầng cơ sở, thiết bị phụ trợ, hệ thống kiểm tra chất lượng sản phẩm, đào tạo con người để tiếp nhận chuyển giao công nghệ hiện đại, kết hợp đầu tư để điều chỉnh quy mô doanh nghiệp lớn thành các doanh nghiệp vừa và nhỏ theo nhóm

sản phẩm hoặc bán sản phẩm.

- Khuyến khích đầu tư sản xuất phụ liệu may mặc trong nước, đa dạng các chủng loại từ cấp thấp lên cấp cao, từ thủ công đến công nghiệp để kịp thời phục vụ cho ngành may xuất khẩu.

- Chú trọng thu hút các đầu tư nước ngoài để phát triển công đoạn dệt với công nghệ tiên tiến, hiện đại và để bổ sung nguồn nguyên liệu cho may mặc xuất khẩu.

- Nhanh chóng đưa vào áp dụng hệ thống quản lý chất lượng theo tiêu chuẩn ISO 9000 tại các doanh nghiệp dệt và may để giảm giá thành và nâng cao chất

lượng, tiết kiệm vật tư nguyên liệu, tăng năng suất lao động và tăng vị thế cạnh tranh của sản phẩm dệt may.

* Tóm lại, trong những năm gần đây, ngành dệt may Việt Nam đã có những bước phát triển đáng khích lệ, từng bước khẳng định được vị trí quan trọng của mình trong nền kinh tế và trên thương trường quốc tế, đồng thời là ngành sản xuất và xuất khẩu quan trọng chiếm tỉ trọng cao trong tổng kim ngạch xuất khẩu của nước ta. Tuy nhiên, quá trình phát triển của ngành dệt may vẫn tồn tại nhiều vấn đề bất cập như: nguyên liệu của ngành dệt chưa đáp ứng được yêu cầu của may mặc xuất khẩu, phụ liệu may mặc, mẫu mã chưa nhiều, ngành may chủ yếu là gia công cho nước ngoài, việc mở rộng thị trường xuất khẩu còn nhiều khó khăn... Vì vậy, để khắc phục những khó khăn, phấn đấu đạt mục tiêu phát triển đến năm 2010, các doanh nghiệp dệt và may cần nhanh chóng phối hợp triển khai thực hiện một cách đồng bộ các biện pháp trên nhằm nâng cao sức cạnh tranh của sản phẩm và khả năng chiếm lĩnh thị trường góp phần đưa ngành dệt may Việt Nam phát triển ngang tầm với các nước trong khu vực ■