

PHÁT TRIỂN XUẤT KHẨU HÀNG DỆT MAY VIỆT NAM VỚI NHỮNG CƠ HỘI MỚI VÀ THÁCH THỨC LỚN

TS. VÕ PHƯỚC TẤN

Những thành quả

Ngành công nghiệp dệt may ngày càng đóng một vai trò quan trọng trong nền kinh tế quốc dân, vì nó không chỉ phục vụ nhu cầu thiết yếu của con người mà còn là ngành giải quyết nhiều việc làm cho lao động xã hội, có thể mạnh trong xuất khẩu, tạo điều kiện thúc đẩy kinh tế phát triển và đóng góp ngày càng nhiều cho ngân sách Nhà nước.

Thật vậy, trong 10 năm trở lại đây ngành dệt may đã chứng tỏ là một ngành công nghiệp mũi nhọn trong nền kinh tế, có những bước tiến vượt bậc trong lĩnh vực xuất khẩu với tốc độ tăng trưởng bình quân 24,8%/năm, vươn lên đứng vị trí thứ 2 trong cả nước về kim ngạch xuất khẩu, sau ngành dầu khí. Năm 2001 kim ngạch xuất khẩu hàng dệt may đạt 2 tỷ USD gấp 16,9 lần so với năm 1990 và chiếm tỉ trọng 13,25% trong cơ cấu các mặt hàng xuất khẩu (xem Bảng 1).

Bảng 1: Giá trị xuất khẩu hàng dệt may Việt Nam

Đơn vị: Triệu USD

Năm	Kim ngạch xuất khẩu hàng dệt may	Tổng kim ngạch xuất khẩu	Tỉ trọng/tổng số
1992	211	2.581	8,1%
1993	350	2.985	11,7%
1994	550	4.054	13,6%
1995	750	5.200	14,4%
1996	1.150	7.255	15,2%
1997	1.349	8.759	15,4%
1998	1.351	9.361	14,4%
1999	1.682	11.532	14,6%
2000	1.892	14.455	13,08%
2001	2.000	15.100	13,25%

Nguồn: Bộ thương mại và TCTy VINATEX

Theo số liệu thống kê đến nay cả nước có khoảng 822 doanh nghiệp dệt may, trong đó doanh nghiệp quốc doanh là 231, doanh nghiệp ngoài quốc doanh là 370 và doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài là 221 và có năng lực như sau:

- Về thiết bị: có 1.050.000 cọc kéo sợi, 14.000 máy dệt vải, 450 máy dệt kim và 190.000 máy may.
- Về lao động: thu hút khoảng 1.600.000 lao động, chiếm khoảng 25% lực lượng lao động công nghiệp.
- Về thu hút đầu tư nước ngoài: tính đến nay có khoảng 180 dự án sợi - dệt - nhuộm - đan len - may mặc còn hiệu lực với số vốn đăng ký đạt gần 1,85 tỷ USD, trong đó có 130 dự án đã đi vào hoạt động, tạo việc làm cho trên 50.000 lao động trực tiếp và hàng

Theo lịch trình cần giảm thuế quan theo Hiệp định về ưu đãi thuế quan có hiệu lực chung (CEPT) cho khu vực mậu dịch tự do ASEAN (AFTA) nhiều mặt hàng hiện đang được hưởng bảo hộ bằng thuế suất cao như sợi 20%, vải 40%, may 50% sẽ có sự cắt giảm liên tục và tương đối nhanh còn 5% vào năm 2006. Thách thức lớn nhất và cũng là mối quan tâm lớn nhất hiện nay của cả Chính phủ lẫn các doanh nghiệp dệt may Việt Nam chính là sự đối mặt không chỉ là sự cạnh tranh của các doanh nghiệp xuất khẩu sang các nước ASEAN mà ngay cả trên thị trường Việt Nam khi bắt đầu từ 2003 phải bỏ cả hạn ngạch định lượng nhập khẩu và từ 1.6.2006 bỏ toàn bộ các biện pháp bảo hộ bằng phi thuế quan.

ngân lao động gián tiếp. Các doanh nghiệp đầu tư nước ngoài đã chiếm trên 30% giá trị sản lượng hàng dệt và trên 25% giá trị sản lượng hàng may mặc của cả nước.

- Về thị trường xuất khẩu: Hàng dệt may xuất khẩu sang thị trường EU chủ yếu theo phương thức gia công nên các doanh nghiệp Việt Nam vẫn phụ thuộc nhiều vào đơn đặt hàng của nước ngoài hoặc xuất khẩu thông qua nước thứ 3, hơn nữa do bị khống chế về hạn ngạch nên kim ngạch xuất khẩu

trong 3 năm gần đây cũng chỉ dao động ở mức 600 triệu USD/năm. Việc EU tiến tới bỏ dần hạn ngạch nhập khẩu hàng dệt may từ các nước WTO vào cuối năm 2004 là một bất lợi lớn đối với xuất khẩu hàng dệt may Việt Nam do nước ta vẫn còn chịu chế độ hạn ngạch do chưa gia nhập WTO. Đối với thị trường phi hạn ngạch như Nhật, châu Úc, Nam Mỹ, Đông Âu... hàng dệt may Việt Nam khó cạnh tranh được với hàng Trung Quốc về giá tại các thị trường truyền thống này.

Còn đối với thị trường Mỹ, thị trường nhập khẩu hàng dệt may lớn nhất thế giới, trong những năm qua, do chưa có quy chế tối huệ quốc (MFN) nên hàng dệt may Việt Nam vẫn còn chịu thuế suất nhập khẩu cao nên khó cạnh tranh được với các nước khác (xem Bảng 2).

Bảng 2: Thuế nhập khẩu hàng dệt may vào Mỹ

	Thuế suất %	
	Thuế MFN	Thuế phi MFN
Sản phẩm may mặc	13,4%	68,5%
Sản phẩm dệt	10,3%	55,1%

Nguồn: Bộ thương mại Mỹ

Nhìn chung, xuất khẩu hàng dệt may Việt Nam vào cả 2 khu vực thị trường có sử dụng hạn ngạch và phi hạn ngạch có tăng nhưng tăng chưa tương xứng với tiềm năng, mặt khác do mặt hàng dệt may nước ta tiếp tục chịu sự cạnh tranh gay gắt của các mặt hàng cùng loại của các nước Trung Quốc, Pakistan, Ấn Độ, Phillipines, Đài Loan về giá thành và chất lượng sản phẩm. Đặc biệt, Trung Quốc vẫn là đối thủ cạnh tranh lớn của nước ta, hơn nữa Trung Quốc vừa mới trở thành thành viên chính thức của Tổ chức thương mại thế giới WTO nên hàng dệt may xuất khẩu của Việt Nam đã khó khăn lại càng khó khăn hơn (xem bảng số 3).

Về mặt hàng sản xuất theo phương thức gia công vẫn chiếm chủ yếu và giá gia công xuất khẩu thường có xu hướng biến động giảm từ 15-20%/năm nên đã làm giảm sút

đáng kể kim ngạch xuất khẩu của hàng dệt may. Nguyên phụ liệu phục vụ cho ngành dệt may nước ta chủ yếu vẫn phụ thuộc vào nguồn nhập khẩu nên luôn thiếu sự chủ động trong đầu vào. Chất lượng của nguyên phụ liệu sản xuất trong nước còn kém so với các nước trong khu vực, giá thành lại cao và số lượng không đáp ứng đủ nhu cầu ngành may xuất khẩu, tỷ lệ vải trong nước có chất lượng chỉ mới đáp ứng được 12,15% nhu cầu của ngành may, còn các loại nguyên phụ liệu dệt may như: xơ sợi, hóa chất thuốc nhuộm, phụ liệu may hầu hết là nhập khẩu.

Bảng 3: So sánh quy mô ngành dệt may Việt Nam với các nước trong khu vực

Tên nước	Sản lượng sợi (1.000 tấn)	Sản lượng vải lụa (1 triệu m ²)	Sản phẩm may (1 triệu sp)	Kim ngạch xuất khẩu (triệu USD)
Trung Quốc	5.300	21.000	10.000	50.000
India	2.100	23.000	-	12.500
Bangladesh	200	1.800	-	4.000
Thái Lan	1.000	4.200	2.500	6.500
Indonesia	1.800	4.400	3.000	8.000
Việt Nam	85	304	400	2.000

Nguồn: VINATEX

Cơ hội và thách thức

Ngày 23.4.2001 Thủ tướng Chính phủ đã phê duyệt chiến lược phát triển hàng dệt may Việt Nam đến năm 2010 với các cơ chế chính sách cởi mở cho ngành dệt may phát triển (xem Bảng 4).

Bảng 4: Các chỉ tiêu phát triển ngành dệt may Việt Nam đến 2010

Chỉ tiêu	Đvt	Đến 2005	Đến 2010
1. Sản xuất:			
- Bông xơ	Tấn	30.000	80.000
- Xơ sợi tổng hợp	Tấn	60.000	120.000
- Sợi các loại	Tấn	150.000	300.000
- Vải lụa thành phẩm	Triệu m ²	800	1.400
- Dệt kim	Triệu sp	300	500
- May mặc	Triệu sp	780	1.500
2. Kim ngạch xuất khẩu	Triệu USD	4.000-5.000	8.000-9.000
3. Sử dụng lao động	Triệu người	2,5-3	4-4,5
4. Tỷ lệ giá trị sử dụng nguyên phụ liệu nội địa trên sản phẩm may xuất khẩu	%	>50	>75
5. - Nhu cầu vốn đầu tư phát triển	Tỉ đồng	35.000	30.000
- Vốn đầu tư mở rộng	Tỉ đồng	23.200	20.000
- Vốn đầu tư chiều sâu	Tỉ đồng	11.800	10.000
Trong đó: VINATEX	Tỉ đồng	12.500	9.500
6. Vốn đầu tư phát triển trồng bông	Tỉ đồng		1.500

Nguồn: VINATEX

Hiệp định thương mại Việt - Mỹ (BTA) ký kết ngày 13.7.2000 được Quốc hội 2 nước phê chuẩn và có hiệu lực từ ngày 10.12.2001 là cơ hội bằng vàng cho ngành dệt may Việt Nam. Hiệp định BTA có hiệu lực và thị trường được mở rộng sẽ cho phép hàng dệt may Việt Nam xuất khẩu sang Mỹ được hưởng quy chế tối huệ quốc (MFN hoặc NTR) và có khả năng phía Mỹ sẽ dành cho Việt Nam quy chế thuế quan ưu đãi phổ cập - GSP với thuế suất 0%. Đây là cơ hội tiền quyết để hàng dệt may Việt Nam xuất khẩu vào thị trường Mỹ mà không bị hạn chế bởi hạn ngạch hoặc giấy phép nhập khẩu của Chính phủ Mỹ đang áp dụng với các

nước khác, lợi thế này chỉ có thể kéo dài trong vòng 1 năm kể từ khi Hiệp định thương mại Việt - Mỹ có hiệu lực. Song nếu biết tận dụng cơ hội thì các doanh nghiệp dệt may Việt Nam có thể đẩy mạnh xuất khẩu hàng dệt may vào thị trường này.

Lợi thế của ngành dệt may nước ta, đặc biệt là ngành may xuất khẩu đang có những lợi thế cần phải nhanh chóng tận dụng thời cơ đó để khai thác. So với các nước ASEAN, Việt Nam có đội ngũ lao động trình độ văn hóa khá, có khả năng tiếp thu nhanh khoa học kỹ thuật, công nghệ hiện đại. Hơn nữa, giá công lao động Việt Nam rẻ nhất khu vực Châu Á từ 0,16-0,35 USD/giờ so với 0,32 USD/giờ của Indonesia, 0,37 USD/giờ của Pakistan, 0,58 USD/giờ của Ấn Độ, 0,70 USD/giờ của Trung Quốc, 1,13 USD/giờ của Malaysia, 1,18 USD/giờ của Thái Lan. 3.16 USD/giờ của Singapore, cho thấy các doanh nghiệp có khả năng tạo ra những yếu tố cạnh tranh cao cho hàng dệt may Việt Nam (xem Bảng 5).

Bảng 5: Hệ số lợi thế so sánh giữa các nước ASEAN

	Sợi, chỉ, vải dệt	Quần áo
Indonesia	1,6	2,1
Malaysia	0,4	1,4
Philippines	0,4	4,4
Singapore	0,2	0,5
Thái Lan	1,2	2,2
Việt Nam	1,8	3,1

Nguồn: Báo cáo của WB, *Đánh giá tác động của việc Việt Nam gia nhập AFTA*

Cơ hội quý báu để hàng dệt may Việt Nam thâm nhập vào thị trường Mỹ kể từ sau sự kiện 11.9, nhiều đơn hàng dệt may của Mỹ từ những nước có đạo Hồi có kim ngạch xuất khẩu lớn đang được chuyển dịch sang những nước có tình hình chính trị ổn định nhất như Trung Quốc và Việt Nam. Các tập đoàn lớn của Mỹ như JC Penny, NIKE đã chính thức đặt quan hệ với các doanh nghiệp may Việt Nam may quần áo thể thao, xuất khẩu sang Mỹ. Đồng thời các nhà đầu tư nước ngoài sẽ tập trung triển khai nhanh các dự án dệt may tại Việt Nam. Có thể nói đây là tín hiệu đáng mừng cho ngành dệt may Việt Nam.

Tuy nhiên bên cạnh những cơ hội, ngành dệt may Việt Nam đang phải đối mặt với những thách thức lớn cần đặc biệt quan tâm là:

- Sức cạnh tranh của hàng dệt may còn thấp khi tiến hành hội nhập thị trường khu vực và thế giới. Một trong những nguyên nhân dẫn tới hiện tượng trên là hầu hết các loại chi phí cho 1 đơn vị sản phẩm đều cao hơn từ 15-20% nên giá thành của sản phẩm dệt may chưa cạnh tranh được với Trung Quốc, Bangladesh, Pakistan. Năng suất lao động của ngành dệt may Việt Nam nhìn chung chỉ bằng 2/3 so với mức bình quân của các nước ASEAN, là do hoạt động kỹ năng của người lao động không đồng đều nên dẫn đến năng suất lao động thấp. Các chi phí về nguyên phụ liệu đều cao do công nghệ lạc hậu, mức tiêu hao lớn, hệ thống cung cấp đầu vào chưa kiểm soát chặt chẽ, chi phí trung gian cao nên giá thành cao làm giảm đi khả năng cạnh tranh của hàng dệt may Việt Nam.

- Theo lịch trình cam kết thuế quan theo Hiệp định về ưu đãi thuế quan có hiệu lực chung (CEPT) cho khu vực mậu dịch tự do ASEAN (AFTA) nhiều hàng hiện đang được hưởng bảo hộ bằng thuế suất cao như sợi 20%, vải 40%, may 50% sẽ có sự cắt giảm liên tục và tương đối nhanh còn 5% vào năm 2006. Thách thức lớn nhất và cũng là mối quan tâm lớn nhất hiện nay của cả

Chính phủ lẫn các doanh nghiệp dệt may Việt Nam chính là sự đối mặt không chỉ là sự cạnh tranh của các doanh nghiệp xuất khẩu sang các nước ASEAN mà ngay cả trên thị trường Việt Nam khi bắt đầu từ 2003 phải bỏ cả hạn ngạch định lượng nhập khẩu và từ 1.6.2006 bỏ toàn bộ các biện pháp bảo hộ bằng phi thuế quan.

Theo Hiệp định về hàng dệt may ATC, các nước công nghiệp phát triển như Mỹ, EU, Canada, sẽ bỏ dần hạn ngạch nhập khẩu hàng dệt may từ các nước là thành viên của Tổ chức thương mại thế giới (WTO) theo lộ trình vạch sẵn: giai đoạn 2002-2004 bỏ tiếp đợt 3: 18% (đợt 1: 16%, đợt 2: 17%) hạn ngạch so với năm 1990 và đến 31.12.2004 sẽ bỏ hết số hạn ngạch còn lại và điều này xảy ra, hầu hết các đối thủ cạnh tranh xuất khẩu dệt may lớn của Việt Nam như Trung Quốc gia nhập WTO sẽ có nhiều lợi điểm hơn nước ta.

Theo Hiệp định về buôn bán hàng dệt may giữa Việt Nam và EU cho 3 năm 2000-2002 trong đó EU đồng ý tăng 30% hạn ngạch cho hàng dệt may Việt Nam xuất khẩu vào thị trường EU nhưng đổi lại Việt Nam cũng phải mở cửa thị trường và giảm thuế nhập khẩu để tạo điều kiện cho hàng dệt may sản xuất ở các quốc gia thuộc EU xuất khẩu vào Việt Nam cũng như dành cho các doanh nghiệp EU những ưu đãi như dành cho các doanh nghiệp Mỹ được quy định trong Hiệp định thương mại Việt - Mỹ. Hơn nữa, Việt Nam chưa được EU đưa vào danh sách các nước nghèo (trong số 48 nước) để được hưởng các ưu đãi thuế quan của EU và dỡ bỏ hạn ngạch đang là những bất lợi lớn cho việc xuất khẩu hàng dệt may.

Phần lớn nguyên phụ liệu cho may xuất khẩu còn phải nhập khẩu, dẫn đến phần giá trị gia tăng lợi nhuận thu về quá thấp chưa tương xứng với tiềm năng và không thuận lợi cho việc sản xuất kinh doanh theo hình thức FOB.

Công tác thiết kế mẫu mới còn yếu, chưa được chú trọng, mặc dù nước ta có một đội ngũ các nhà thiết kế mẫu trẻ, giàu năng lực, thế nhưng mẫu mã thiết kế chưa thật sự đi vào cuộc sống, chủ yếu còn nặng về phần trình diễn, còn thời trang hàng ngày phần lớn lại được sưu tầm từ các catalogue nước ngoài, khâu thiết kế còn nhiều hạn chế, mẫu mã nghèo nàn, chưa xây dựng được thương hiệu mang nét đặc trưng và đạt tầm cỡ quốc tế và đó cũng chính là một trong những nguyên nhân khiến hàng dệt may Việt Nam dù có ưu thế nhưng vẫn chưa thể tự chủ để phát triển và hội nhập với thương trường quốc tế.

Hầu hết các doanh nghiệp dệt may chưa có kinh nghiệm và thụ động trong hoạt động tiếp thị, chưa có chiến lược tiếp thị đối với hàng dệt may Việt Nam. Công tác xúc tiến thương mại chưa kết hợp khai thác sử dụng triệt để 4 công cụ: quảng cáo, xúc tiến bán hàng, bán hàng trực tiếp và tuyên truyền.

Những giải pháp chiến lược

Quá trình hội nhập kinh tế quốc tế đã được Đảng và nhà nước khẳng định tại Nghị quyết 07_NQ/TW của Bộ chính trị. Trong quá trình hội nhập nước ta đã mở rộng quan hệ thương mại với 150 nước, tham gia vào các tổ chức quốc tế và khu vực như: ASEAN, APEC, ASEM, mở rộng thị trường xuất khẩu, thu hút đầu tư trực tiếp của hơn 70 nước, nâng cao một bước vị thế của đất nước trên chính trường và thị trường quốc tế.

Cùng với sự phát triển của đất nước, sự phát triển của ngành công nghiệp dệt may trở thành một ngành xuất khẩu chủ lực, là một trong những mục tiêu quan trọng hàng đầu của ngành dệt may Việt Nam trên con đường hội nhập quốc tế. Và để tăng cường xuất khẩu hàng dệt may một cách vững chắc cần thực hiện đồng bộ các

giải pháp có tính chiến lược và đột phá sau:

1. Đẩy mạnh việc mở rộng thị trường xuất khẩu

Hiện nay, hàng dệt may nước ta gia công cho nước ngoài vẫn còn chiếm tỷ trọng cao, rất ít doanh nghiệp xuất khẩu sản phẩm may mặc bằng chính thương hiệu của mình. Vì vậy để có thể mở rộng thị trường mới đặc biệt là thị trường Mỹ, củng cố thị trường truyền thống, EU, Nhật, các nước công nghiệp SNG và Đông Âu, tăng nhanh xuất khẩu trực tiếp bằng thương hiệu của mình, ngành dệt may cần xây dựng cho được chiến lược đồng bộ từ khâu cải tiến mẫu mã, tăng chủng loại mặt hàng, nâng cao chất lượng sản phẩm, giảm tối đa các mức chi phí bất hợp lý, hạ giá thành sản phẩm để cạnh tranh.

Chủ động tìm kiếm khách hàng qua các biện pháp xúc tiến xuất khẩu như: Internet, hội chợ, triển lãm, đại lý, việt kiều,..... Hợp tác liên kết mở văn phòng đại diện thương mại tại Mỹ, EU, Nga, Nhật.....

2. Thực hiện chiến lược tăng tốc đầu tư

Việc xây dựng và thực hiện chiến lược tăng tốc đầu tư đến năm 2010, ngoài việc đầu tư chiều sâu và mở rộng các doanh nghiệp hiện có, ngành dệt may dự kiến đầu tư xây dựng 10 cụm công nghiệp dệt may theo từng vùng là định hướng phát triển mới có tính hiệu quả và khả thi cao. Mỗi cụm công nghiệp được xây dựng trong các khu công nghiệp quy hoạch tập trung sẽ có ưu điểm là tiết kiệm vốn đầu tư cho xây dựng cơ sở hạ tầng, tăng cường sự hợp tác giữa các doanh nghiệp, khắc phục được tình trạng đầu tư phân tán hiệu quả thấp. Tuy nhiên, việc đầu tư các cụm công nghiệp cần tính đến yếu tố liên hoàn để khai thác hết tiềm năng và chuyên môn của nội bộ ngành, đồng thời phải ưu tiên đầu tư vào công đoạn dệt nhuộm để tăng nhanh về số lượng, chủng loại, chất lượng vải để đáp ứng cho nhu cầu may xuất khẩu. Và trong quá trình đầu tư cần được kiểm soát chặt chẽ theo đúng quy hoạch phát triển tổng thể, các doanh nghiệp cần nắm bắt thông tin về tình hình đầu tư, sản xuất mặt hàng gì, quy mô sản xuất, để có hướng đầu tư đúng, tránh đầu tư trùng lặp, tránh những thiệt hại nghiêm trọng về lâu dài cho ngành và cho nền kinh tế.

3. Đào tạo phát triển nguồn nhân lực

Nguồn nhân lực tốt là một đảm bảo cho sự phát triển lâu dài và bền vững. Vì vậy để đáp ứng nguồn lực có tay nghề cho ngành dệt may từ nay đến năm 2010 là hết sức cần thiết và cấp bách, là một vấn đề lớn và khó đối với cả doanh nghiệp dệt may và các trường đào tạo nghề và quản lý. Ngành dệt may cần một đội ngũ lớn từ công nhân lành nghề, cán bộ quản lý, kỹ sư thực hành, nhà thiết kế thời trang, thiết kế mẫu mã cho đến giám đốc doanh nghiệp và cán bộ quản lý cấp cao. Biện pháp tốt nhất để đào tạo cán bộ quản lý các cấp là tăng cường sự kết hợp giữa các doanh nghiệp và các trường đại học để mở lớp đào tạo dài hạn chuyên ngành quản lý có kiểm tra chất lượng đào tạo gắn với thực tiễn, đồng thời cấp bằng tốt nghiệp sau mỗi khóa học dùng làm cơ sở để tiêu chuẩn hóa cán bộ của ngành. Đối với lực lượng công nhân lành nghề ngoài việc tăng cường đào tạo tại doanh nghiệp, ngành dệt may nên có kiến nghị với Nhà nước để cấp kinh phí đào tạo cho các trường dạy nghề để đào tạo miễn phí cho lực lượng lao động ở những vùng nông thôn khó khăn nhưng chấp nhận học nghề may công nghiệp để vào làm việc tại các doanh nghiệp may, dĩ nhiên với nội dung, chương trình, phương pháp giảng dạy phải được đổi mới cho phù hợp với sự phát triển của ngành. Ngoài ra, đối với đội ngũ công nhân đang làm việc cũng cần phải có những khóa đào tạo lại để thích nghi với môi trường sản xuất mới, công nghệ hiện đại.

(Xem tiếp trang 42)

Quyền lợi của các cổ đông giảm trong khi quyền lợi của các ngân hàng và các nhân viên lại được chiếu cố, từ đó dẫn đến việc các công nhân khó lòng rời bỏ các đại công ty. Khuyến khích việc thành lập các tập đoàn nội địa bằng cách bảo hộ đối ngoại đối với hầu hết các ngành công nghiệp của Nhật.

Thật ra, các nguyên tắc của các biện pháp này cũng không khác gì mấy so với các tư tưởng nền tảng cho việc tập trung hoá nền kinh tế Mỹ trong cuộc chiến tranh thế giới. Điều khác biệt là các biện pháp này ở Nhật được duy trì lâu hơn, cho đến hiện nay, trong khi đó, chẳng bao lâu sau khi chiến tranh chấm dứt, Washington đã "giải tán hầu hết hệ thống kinh tế thời chiến của mình. "Hệ thống năm 1940" còn được tăng cường với việc thành lập Bộ thương mại quốc tế và công nghiệp (MITI) hùng mạnh và việc tăng quyền hạn cho Bộ Tài chính. Thắng lợi tại cuộc bầu cử năm 1948 đã đưa những cha đẻ của hệ thống năm 1940 quay trở lại với quyền hành. Cuộc chiến tranh Triều Tiên, bùng nổ vài năm sau đó, còn làm gia tăng nhu cầu tiêu thụ hàng hoá Nhật và qua đó càng củng cố "hệ thống năm 1940".

Hiệu quả giảm

Tất nhiên, trong 61 năm qua, "hệ thống năm 1940" này cũng đã có một số thay đổi quan trọng. Như việc mô hình gia đình trị (*zaibatsu*) trong các công ty được thay thế bởi mô hình "ngân hàng trị" (*keiretsu*). Giới quản lý và các nghiệp đoàn đã đi đến một thoả hiệp: người lao động sẽ không gián đoạn sản xuất (tức đình công), bù lại họ sẽ được chia một ít lợi nhuận. Nền kinh tế Nhật từng bước hướng đến kinh tế thị trường. Song cái nền tảng của "hệ thống năm 1940" vẫn còn tồn tại. Trong một thời gian dài, hệ thống này vẫn tỏ ra sinh lợi trong thời bình. Điều mà các ngành công nghiệp thiếu không phải là hệ thống quản lý hay kỹ thuật mà là vốn. Nguồn vốn to tát cung cấp từ chính phủ đã giúp xây dựng nhanh chóng và trên qui mô lớn bộ máy công nghiệp sau đó đã giúp hàng hoá Nhật tràn ngập thế giới. Không ai cạnh tranh được với các công ty có sẵn nguồn vốn cực rẻ này (lãi suất thấp) cộng với một nguồn nhân lực có kỷ luật và được đào tạo cao phục vụ mãi mãi...

Đến năm 1975, tính hiệu quả và tỉ

(Tiếp theo trang 10)

Phát triển xuất khẩu...

4. Nâng cao khả năng cạnh tranh

- Để ngành dệt may cạnh tranh được trên thị trường quốc tế, các doanh nghiệp dệt may phải tự mình nâng cao năng lực cạnh tranh về thương hiệu sản phẩm, chất lượng, giá cả và hoạt động marketing. Trước tiên mỗi doanh nghiệp cần phải xác định sản phẩm mũi nhọn và thị trường khách hàng mục tiêu để có chiến lược đầu tư và chính sách marketing thích hợp. Trên cơ sở đó, tích cực đầu tư đổi mới công nghệ và thiết bị hiện đại, củng cố và tăng cường mở rộng sản xuất.

- Thực hiện việc phối hợp và chuyên môn hóa giữa các doanh nghiệp, cải tiến và đổi mới quản lý doanh nghiệp kể cả thuê quản lý người nước ngoài, để tạo ra sản phẩm có chất lượng ổn định, năng suất lao động cao, giá cả hợp lý, giao hàng đúng hạn. Đây là giải pháp chủ yếu để tăng sức cạnh tranh cho sản phẩm dệt may.

- Xây dựng thương hiệu doanh nghiệp với việc nâng cao uy tín nhãn hiệu sản phẩm để đưa sản phẩm dệt may lên đẳng cấp chất lượng cao. Nhanh chóng triển khai xây dựng đồng loạt tại các doanh nghiệp dệt may việc áp dụng hệ thống quản lý theo tiêu chuẩn quản lý 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 vào thị trường Mỹ.

- Tăng cường khả năng tạo mẫu, thiết kế và sản xuất các sản phẩm theo phương thức mua nguyên liệu bán thành phẩm (FOB) bằng cách sử dụng nguyên phụ liệu nội địa với giá cả cạnh tranh là giải pháp tốt nhất để đẩy mạnh xuất khẩu hàng dệt may Việt Nam vào thị trường Mỹ.

- Tăng cường hoạt động tiếp thị một cách chủ động đồng thời kết hợp với chương trình xúc tiến thương mại của nhà nước để quảng bá thương hiệu, tuyên truyền, xúc tiến bán hàng và bán hàng trực tiếp cho các khách hàng ở các thị trường nhập khẩu lớn và tiềm năng.

Tóm lại, cùng với sự phát triển kinh tế của đất nước, mấy năm qua ngành dệt may đã có những bước tiến quan trọng, tạo công ăn việc làm cho hàng triệu lao động và là một trong những mũi nhọn xuất khẩu của kinh tế cả nước. Trong xu thế hội nhập, ngành dệt may đang đứng trước những cơ hội thuận lợi và thách thức không nhỏ, vì vậy việc đưa ra các giải pháp chiến lược đồng bộ là cần thiết và có ý nghĩa thiết thực trong việc thực hiện thắng lợi mục tiêu chiến lược phát triển ngành dệt may Việt Nam đến năm 2010 ■

lệ tăng trưởng của Nhật bắt đầu giảm. Nhà nước vẫn cung cấp vốn vào các ngành ưu tiên. Chính sách bảo hộ này dẫn đến sự mất hiệu quả và tăng chi phí, gọi là "nền kinh tế chi phí cao". Các công ty có hiệu quả nhất bắt đầu ra nước ngoài để chạy trốn chi phí tăng vọt. Các khó khăn trộn lẫn với nhau thành nền kinh tế "bong bóng" vào những năm 1980...

Từ bài viết trên, có thể "trông người mà ngắm đến tu". Liệu đã ra khỏi những cơ chế, suy nghĩ, tập quán của nền kinh tế thời chiến chưa? Và nay, việc một số ngành phát lên như ngành kinh doanh địa ốc, dưới hình thức đầu tư (hay đầu cơ) vào đất đai, có phải là khởi đầu cho một nền kinh tế "bong bóng" hay không? ■

CHỦ ĐỀ QUÝ 3.2002

Thân mời bạn đọc cộng tác viết bài trong quý 3.2002 theo các chủ đề sau:

Tháng 7.2002: *Đổi mới quan điểm và chính sách phát triển kinh tế tư nhân.*

Tháng 8.2002: *Thị trường chứng khoán VN sau hai năm hoạt động.*

Tháng 9.2002: *Tiếp tục cải thiện môi trường đầu tư.*

Xin vui lòng gửi bài chủ đề trước ngày đầu tiên trong tháng.

Ban biên tập

ĐÍNH CHÍNH

Trong số báo 138, tháng 4.2002, trang 35, bài viết *Giải pháp hoàn thiện thanh toán tín dụng chứng từ tại các ngân hàng thương mại*, tên tác giả NGUYỄN BÁC TOÁN đã in sai thành NGUYỄN BÁ TOÁN.

Ban biên tập xin lỗi tác giả và bạn đọc về sai sót nói trên.