

CHÍNH SÁCH KHUYẾN KHÍCH CÁC DOANH NGHIỆP MAY VIỆT NAM HƯỚNG VÀO THỊ TRƯỜNG NỘI ĐỊA: HIỆN TRẠNG VÀ MỘT SỐ GIẢI PHÁP HOÀN THIỆN

Ths. Trần Quang Thọ

Công ty Saigonbank chi nhánh Cầu Giấy

Email: thotrq@gmail.com

Ths. Nguyễn Anh Tuấn

Công ty CP Dịch vụ Viễn Thông Số VTC;

Email: tuanna9@gmail.com

Trong hơn 26 năm thực hiện đường lối mở cửa và hội nhập quốc tế, ngành may Việt Nam nói chung, các doanh nghiệp may của Việt Nam nói riêng đã có những đóng góp đáng kể vào thành tích xuất khẩu chung của ngành dệt may Việt Nam. Tuy nhiên, do tác động của cuộc khủng hoảng tài chính và suy thoái kinh tế toàn cầu, nên các doanh nghiệp may xuất khẩu của Việt Nam đang gặp không ít khó khăn trên thị trường quốc tế. Trong khi đó, đã nhiều năm các doanh nghiệp may của Việt Nam không chú ý, thậm chí xem nhẹ thị trường “sân nhà”, nên hàng may mặc của Trung Quốc và của nhiều hãng nổi tiếng của các nước khác đã chiếm thị phần đáng kể tại Việt Nam. Đây cũng chính là một trong những nguyên nhân làm gia tăng khó khăn cho các doanh nghiệp may Việt Nam. Vấn đề đặt ra là các nhà hoạch định chính sách và quản lý phải làm gì để vừa khuyến khích, vừa hỗ trợ các doanh nghiệp may Việt Nam hướng vào từng bước chiếm lĩnh lại thị trường nội địa. Bài viết sẽ đi vào trình bày hiện trạng chính sách đối với các doanh nghiệp may Việt Nam thời gian qua, chỉ ra những bất cập chủ yếu, từ đó đề xuất giải pháp hoàn thiện chính sách nhằm khuyến khích các doanh nghiệp may Việt Nam vào thị trường nội địa.

Từ khóa: doanh nghiệp may, thị trường nội địa, cạnh tranh

1. Khái quát một số chính sách khuyến khích doanh nghiệp may hướng vào thị trường nội địa

1.1. Chính sách về bảo hộ hàng sản xuất trong nước

Trước sức ép của hàng may mặc ngoại nhập vào Việt Nam, Nhà nước đã chủ trương bảo vệ hàng nội địa. Chính sách bảo hộ hàng may mặc nội địa được thực hiện thông qua các biện pháp sau đây:

+ Lập hàng rào thuế qua và phi thuế quan đối với hàng ngoại nhập.

+ Tăng cường các biện pháp quản lý thị trường nhằm hạn chế đến mức tối thiểu hàng nhập lậu qua biên giới trên bộ và trên biển.

Mặc dù với hàng thuế và hạn ngạch nhập khẩu, nhưng không phải lúc nào cũng mang lại kết quả như mong muốn. Với hệ thống con đường trên biên giới trên bộ và trên biển rất đa dạng cả chính thức

và không chính thức, tình trạng buôn lậu qua biên giới Việt -

Trung vẫn tiếp tục tăng, phức tạp và khó kiểm soát. Để hỗ trợ các biện pháp về thuế và hạn ngạch nhập khẩu, Chính phủ đã tăng cường công tác quản lý thị trường, nhưng do lực lượng mỏng và quản lý thị trường còn nhiều sơ hở nên kết quả thu được không đạt như mong muốn.

1.2. Chính sách khuyến khích đầu tư nước ngoài vào Việt Nam

Ngày 22/09/2006, Chính phủ ban hành Nghị định số 108/2006/NĐ-CP quy định chi tiết và hướng dẫn thi hành một số điều của luật Đầu tư ngày 29/11/2005 về hoạt động đầu tư nhằm mục đích kinh doanh; quyền và nghĩa vụ của Nhà đầu tư. Trước đó, ngày 29/11/2004, tại Viên Chăn, Lào và Việt Nam đã tham gia ký nghị định thư về hội nhập

ngành dệt may ASEAN giữa Chính phủ Việt Nam và chính phủ các nước thành viên nhằm thúc đẩy hội nhập khu vực thông qua các biện pháp tự do hóa và tạo thuận lợi cho thương mại hàng hóa, dịch vụ và đầu tư. Ngoài ra, còn nhiều các quyết định, thông tư nhằm khuyến khích đầu tư nước ngoài vào Việt Nam, trong đó có ngành dệt may.

1.3. Chính sách hỗ trợ đối với ngành dệt may

*** Về chính sách đào tạo và phát triển nguồn nhân lực:** Ngày 23/10/2008, Bộ Công thương ban hành quyết định 39/2008/QĐ- BCT phê duyệt chương trình đào tạo nguồn nhân lực cho ngành dệt may Việt Nam đến năm 2015, tầm nhìn đến 2020. Theo quyết định này, giải pháp hỗ trợ cho ngành dệt may gồm hỗ trợ về đào tạo như hỗ trợ mở các lớp đào tạo cán bộ quản lý kinh tế - kỹ thuật, cán bộ pháp chế... Mở các khóa đào tạo về thiết kế, phân tích vải và kỹ năng quản lý sản xuất, kỹ năng bán hàng (gồm kỹ năng thiết kế, làm mẫu, bán hàng, kiến thức về tiêu chuẩn nguyên phụ liệu,...); hỗ trợ nâng cấp, bổ sung cơ sở vật chất cho các cơ sở đào tạo ngành dệt may về trang thiết bị thực nghiệm, phòng thí nghiệm, thư viện,...

*** Chính sách hỗ trợ vốn và công nghệ**

Trong quyết định 42/2008/QĐ - BCT về “phê duyệt quy hoạch phát triển ngành công nghiệp dệt may Việt Nam đến năm 2015, định hướng đến năm 2020”, do Bộ trưởng Bộ công thương ký ban hành, phần giải pháp về tài chính đề thực hiện quy hoạch đã được khẳng định. Ví dụ, Nhà nước hỗ trợ một phần kinh phí từ ngân sách cho hoạt động nghiên cứu, đào tạo và vốn đầu tư xây dựng cơ sở vật chất, kỹ thuật nhằm nâng cao năng lực cho các nghiên cứu và các cơ sở đào tạo cho ngành dệt may. Ngoài hỗ trợ về vốn trong quy hoạch phát triển, nhà nước cũng hỗ trợ trực tiếp cho doanh nghiệp tiếp cận trực tiếp với các nguồn vốn hỗ trợ từ bên ngoài như vốn vay ưu đãi của chính phủ nước ngoài cho các doanh nghiệp dệt may Việt Nam.

*** Chính sách hỗ trợ cạnh tranh trên thị trường và chính sách hỗ trợ xúc tiến thương mại**

Đề sớm tạo lập một thị trường cạnh tranh lành mạnh và chống độc quyền, Việt Nam đã ban hành luật cạnh tranh và cam kết thực hiện các hiệp định đa phương của WTO. Hàng năm Chính phủ, hiệp hội, VCCI thực hiện không ít các chương trình xúc tiến thương mại thông qua việc tổ chức các đoàn có sự tham gia của các doanh nghiệp đi khảo sát, tham gia hội chợ, triển lãm,... ở thị trường nước ngoài. Chính phủ thực hiện việc hỗ trợ kinh phí cho các hoạt động xúc tiến xuất khẩu (ví dụ, hỗ trợ 100% kinh phí cho hoạt động truyền thông thông qua

truyền hình, báo in và báo điện tử; hỗ trợ 70% kinh phí cho tổ chức các hội chợ,...). Tuy nhiên, trong những năm qua, Việt Nam chưa thật quan tâm (thậm chí xem nhẹ) thị trường nội địa. Trên thực tế, có rất ít chương trình xúc tiến thương mại cho thị trường nội địa.

Trái lại, Việt Nam chỉ chú trọng xúc tiến thương mại hỗ trợ xuất khẩu. Ví dụ, chương trình xúc tiến thương mại quốc gia có hiệu lực từ cuối năm 2005, ngay từ đầu đã khẳng định được “xây dựng theo định hướng về thị trường, ngành hàng xuất khẩu của chiến lược xuất khẩu thời kỳ 2006-2010”. Theo đó, mỗi năm Nhà nước đầu tư cho chương trình này từ hàng chục đến hàng trăm tỷ đồng. Chẳng hạn như năm 2009, Nhà nước đầu tư là 172 tỷ đồng.

1.4. Chính sách phát triển sản phẩm (ngày 25/5/2012, thủ tướng chính phủ đã ban hành quyết định số 604/QĐ -

TTg phê duyệt dự án “nâng cao năng suất và chất lượng sản phẩm, hàng hóa ngành công nghiệp” thuộc chương trình quốc gia “nâng cao năng suất và chất lượng sản phẩm, hàng hóa của doanh nghiệp Việt Nam đến năm 2020”. Trong số các dự án được phê duyệt, thì dự án nâng cao năng suất và chất lượng hàng dệt may được ưu tiên hàng đầu với một số nội dung như: nâng cao năng suất và chất lượng sản xuất vải phục vụ cho may xuất khẩu; sản xuất bông, sợi, sợi tổng hợp và phụ liệu; công nghiệp may; công nghiệp thời trang may mặc.

Từ hiện trạng các chính sách khuyến khích kinh doanh đối với các doanh nghiệp may Việt Nam trong những năm qua cho thấy dường như các doanh nghiệp may Việt Nam đều tập trung hướng ra thị trường nước ngoài. Trên thực tế, rất ít doanh nghiệp hướng vào thị trường nội địa - một thị trường với sức mua của gần 90 triệu người là một tiềm năng không nhỏ, không nên xem nhẹ, đặc biệt là trong bối cảnh các quốc gia đang đưa ra hàng rào bảo hộ mới, tinh vi và đang gặp không ít khó khăn do khủng hoảng và suy thoái chưa có dấu hiệu triển vọng phục hồi khả quan.

2. Một số vấn đề đặt ra đối với ngành dệt may và chính sách khuyến khích các doanh nghiệp may của Việt Nam trong bối cảnh hiện nay

+ Phải tăng tỷ lệ nội địa hóa của sản phẩm dệt may. Muốn vậy, cần xây dựng chiến lược tập trung và phát triển vùng sản xuất nguyên phụ liệu, nhằm đảm bảo cung cấp cho ngành dệt may nguồn nguyên phụ liệu ổn định và có chất lượng (dệt mà không mạnh, thì may mãi mãi chỉ là đi làm thuê);

+ Giá nhân công rẻ hiện nay không còn là lợi thế cạnh tranh của hàng may mặc nữa (chỉ là lợi thế tạm

thời, trước mắt), mà phải là chất lượng, mẫu mã... trên cơ sở sử dụng công nghệ tiên tiến, hiện đại. Phương thức chính sách và cách thức cạnh tranh hiện nay phải dựa trên sự khác biệt đó là mẫu mã đa dạng, chất lượng, là giá trị gia tăng và đổi mới chất lượng dịch vụ;

+ Xây dựng và phát triển thương hiệu cho sản phẩm may mặc của quốc gia, doanh nghiệp.

+ Thực hiện quy trình quản lý theo tiêu chuẩn quốc tế như ISO, TQM, SA 8000, ISO14.000...

+ Sớm có chính sách bài bản trong việc hỗ trợ, khuyến khích, thu hút và đào tạo cán bộ có tính chuyên biệt cao về quản lý, kinh doanh, thiết kế, cũng như đội ngũ công nhân kỹ thuật cho ngành dệt may;

+ Chính sách hỗ trợ, khuyến khích các doanh nghiệp dệt may nói chung, may mặc nói riêng tích cực tham gia có hiệu quả vào các hoạt động hội chợ, triển lãm, hội thảo, quảng cáo, thu thập thông tin về thị trường... để từ đó thiết lập kênh phân phối hợp lý, từng bước tham gia tốt và có hiệu quả vào mạng sản xuất, mạng phân phối và chuỗi giá trị hàng dệt may trong khu vực và toàn cầu;...

3. Một số giải pháp hoàn thiện chính sách khuyến khích các doanh nghiệp may Việt Nam hướng vào thị trường nội địa

3.1. Nhà nước cần có chiến lược quốc gia về thị trường nội địa

Hoàn thiện chính sách và biện pháp chống hàng lậu, hàng giả, chống gian lận thương mại và tiếp tục có chương trình khuyến khích lôi cuốn người Việt Nam tiêu dùng hộ hàng Việt Nam. Muốn vậy, cần hoàn thiện chính sách hỗ trợ công tác điều tra, nghiên cứu thị trường của doanh nghiệp, phải có quy hoạch tổng thể về phát triển mạng lưới phân phối trên thị trường nội địa, đặc biệt là thị trường nông thôn, nơi có số dân chiếm gần 70% dân số cả nước. Tuy nhiên, điều đó có ý nghĩa quan trọng, thậm chí quyết định là các doanh nghiệp may phải nâng cao chất lượng sản phẩm, phải tạo dáng mẫu mã đa dạng và phải có giá cả hợp lý,...

3.2. Tạo ra cơ chế gắn kết thực sự hiệu quả giữa

Tài liệu tham khảo:

1. Dương Đình Giám (2003); Thử tìm hiểu khả năng cạnh tranh của ngành dệt may Việt Nam. Tạp chí Nghiên cứu - trao đổi số 4/2003.
2. Nguyễn Mạnh Hùng (2010). Tác động của chính sách Tài chính - Tiền tệ đến tình hình tài chính của doanh nghiệp may mặc Việt Nam <http://gass.edu.vn>.
3. Nguyễn Lộc An (2012); Giải pháp phát triển thị trường nội địa ngày 29/2/2012 - Báo điện tử công thương: <http://baocongthuong.com.vn>.
4. Chiến lược phát triển ngành công nghiệp May mặc Việt Nam đến năm 2015, tầm nhìn đến năm 2020.

chính quyền địa phương (tỉnh, thành phố, huyện, quận,...) với nhà sản xuất, phân phối và người tiêu dùng

3.3. Nhà nước cần có những chính sách hỗ trợ hấp dẫn và hiệu quả đối với các doanh nghiệp May trong việc thực hiện quản lý theo tiêu chuẩn quốc tế (ISO 9000, ISO 14.000, SA 8.000,...), bảo hộ thương hiệu, bản quyền,...

Trong điều kiện mở cửa và cạnh tranh khốc liệt, các doanh nghiệp may cũng giống như các doanh nghiệp khác phải tôn trọng nhu cầu và lợi ích của người tiêu dùng. Vì vậy, con đường duy nhất để tồn tại là các doanh nghiệp May Việt Nam phải tuân thủ các quy định quốc tế, phải xây dựng và phát triển các thương hiệu cho sản phẩm, cũng như doanh nghiệp. Chỉ có như vậy, các sản phẩm May mặc của Việt Nam mới có thể chiếm lại dần thị trường sân nhà mà bấy lâu nay hầu như bỏ ngõ, không quan tâm.

3.4. Đẩy mạnh công tác thông tin, tuyên truyền về chủng loại hàng may mặc được sản xuất trong nước; tiếp tục thực hiện chương trình “người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam”. Muốn vậy, ngay cả việc mua sắm của Chính phủ cũng cần ưu tiên cho các mặt hàng được sản xuất trong nước. Bên cạnh đó, nhà nước cần tiếp tục có những chính sách hỗ trợ thiết thực và hiệu quả để các doanh nghiệp May Việt Nam có điều kiện nâng cao năng lực cạnh tranh và có thể thâm nhập ngày càng sâu và mở rộng kinh doanh ở thị trường khu vực và toàn cầu.

Tóm lại, muốn cho hàng hóa của Việt Nam nói chung, hàng may mặc nói riêng lấy lại được niềm tin đối với người tiêu dùng Việt Nam và thực sự được người tiêu dùng Việt Nam ưa chuộng, ngoài việc đảm bảo chất lượng, đa dạng hóa mẫu mã, chủng loại và giá cả cạnh tranh, cần phải có một sân chơi cho các doanh nghiệp May thực sự công bằng, minh bạch trong cạnh tranh. Đồng thời, Chính phủ cần phải tiếp tục đưa ra các chính sách khuyến khích hấp dẫn, không vi phạm các cam kết quốc tế, nhưng lại thu hút ngày càng nhiều các doanh nghiệp May hướng vào thị trường nội địa. Chỉ có như vậy các doanh nghiệp May, cũng như hàng may mặc của Việt Nam mới thực sự phát triển bền vững và hiệu