TẠP ĐOÀN DỆT MAY VIỆT NAM

Dệt may & THỜI TRANG Việt Nam

Số 386. THÁNG 12/2020

ẤN PHẨM ĐẶC BIỆT

THỦ TƯỚNG CHÍNH PHỦ NGUYỄN XUÂN PHÚC LÀM VIỆC VỚI LÃNH ĐẠO TẬP ĐOÀN DỆT MAY VIỆT NAM VỀ KẾ HOẠCH SẢN XUẤT KINH DOANH & GIẢI PHÁP NĂM 2021

9 770086 839481

Giá: 25.000 VNĐ

Dệt may& THỜI TRANG Việt Nam

TỔNG BIÊN TẬP
LÊ TIẾN TRƯỜNG
Bí thư Đảng ủy, Chủ tịch HĐQT Vinatex

HỘI ĐỒNG BIÊN TẬP
VŨ ĐỨC GIANG - Cố vấn cao cấp
Chủ tịch Vitas
TRẦN QUANG NGHỊ - Cố vấn cao cấp
Phó Chủ tịch HĐQT Vinatex
ĐẶNG VŨ HÙNG
TV HĐQT, TGĐ Vinatex
CAO HỮU HIẾU
Phó TGĐ Vinatex, TB Tuyên giáo - Đoàn thể Vinatex

PHÓ TỔNG BIÊN TẬP
PHẠM NGỌC HÂN
Trưởng Ban TT&TT Vinatex

THƯ KÝ TOÀ SOẠN
KIỀU BÍCH HẬU

TRỢ LÝ BAN BIÊN TẬP
MẠC DUNG

THIẾT KẾ MỸ THUẬT
BẢO KHANH

Văn phòng đại diện tại TP. HCM
Địa chỉ: Số 10 Nguyễn Huệ - Q.1 - TP. HCM
Liên hệ: Bà Nguyễn Thị Hồng
Điện thoại: 028. 38244044, máy lẻ 131
Di động: 0989 112 553

Tòa soạn
Địa chỉ: 25 Bà Triệu - Q. Hoàn Kiếm - Hà Nội
Điện thoại: 024. 38257700
Email: tttt@vinatex.com.vn

In tại: *Công ty TNHH MTV In báo Hà Nội mới*
GPHĐBC 439/GP-BTTTT-3/2012

THƯ TÒA SOẠN

Bạn đọc thân mến,

Trong bối cảnh cả thế giới căng mình "chịu trận" trước sự lan nhanh bất ngờ và kéo dài dai dẳng của đại dịch Covid-19, thì Ngành Dệt May toàn cầu cũng lao đao, với chuỗi cung ứng khi đứt gãy, khi thiếu hụt, thậm chí đình trệ, đóng cửa. Ngành Dệt May Việt Nam (DMVN) cũng không tránh bị ảnh hưởng nặng nề. Vậy trong một năm Covid-19 vừa qua và trong những năm tới đây, chúng ta cần có hành động gì để duy trì và tiếp tục phát triển?

Để trả lời cho câu hỏi lớn, đang làm đau đầu nhiều lãnh đạo doanh nghiệp DMVN, trong **Ấn phẩm đặc biệt Tháng 12/2020** này, Ban biên tập Tạp chí Dệt May và Thời trang Việt Nam mong muốn xây dựng một bộ tài liệu hoàn chỉnh, với những đánh giá về tình hình diễn biến phức tạp chưa từng có của năm 2020 và đưa ra những dự báo sâu sắc cho năm 2021 nói riêng và giai đoạn hậu Covid-19 (2021 – 2023) nói chung.

Với những phân tích, đánh giá, dự báo khoa học và gợi mở những giải pháp tổng quan của Ngành DMVN trong giai đoạn sắp tới, hi vọng **Ấn phẩm đặc biệt** này sẽ mang đến những kinh nghiệm quý báu, những góc nhìn đa chiều và có thể trở thành cuốn cẩm nang, giúp các doanh nghiệp DMVN có cái nhìn rộng về toàn cảnh, để từ đó xây dựng được chiến lược hành động cụ thể cho DN mình trong giai đoạn mới đầy thách thức này.

BAN BIÊN TẬP

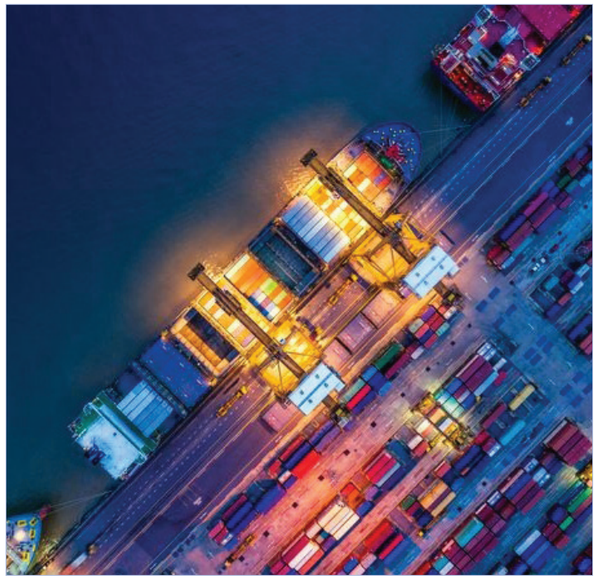
ẢNH BÌA:

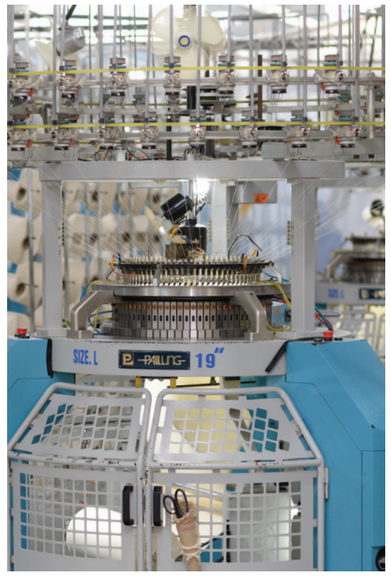
Thủ tướng Chính phủ Nguyễn Xuân Phúc làm việc với Lãnh đạo Tập đoàn Dệt May Việt Nam về kế hoạch sản xuất kinh doanh & giải pháp năm 2021.

TÁC GIẢ: Trần Hải - Báo Nhân Dân

MỤC LỤC

SỐ 386 *Tháng 12/2020*





CHÚC MỪNG NĂM MỚI 2021

04 Thủ tướng Nguyễn Xuân Phúc làm việc với Lãnh đạo Vinatex về kế hoạch SXKD và giải pháp năm 2021

08 Triển vọng kinh tế thế giới 2021 – 2025: Con đường phục hồi dài và trắc trở

14 Tổng hợp và cập nhật chính sách ngành Dệt May của các đối thủ cạnh tranh

24 Tổng quan kinh tế Việt Nam năm 2020 và Dự báo năm 2021

28 Cơ hội nào cho ngành Dệt May giai đoạn hậu Covid-19

38 Quan điểm nhận định và gợi mở tổng quát về các giải pháp lớn cho giai đoạn 2021 – 2023

45 Hiệp định RCEP – Những lưu ý ban đầu đối với doanh nghiệp dệt may

48 Giải pháp về nguồn nhân lực thời kỳ hậu Covid-19

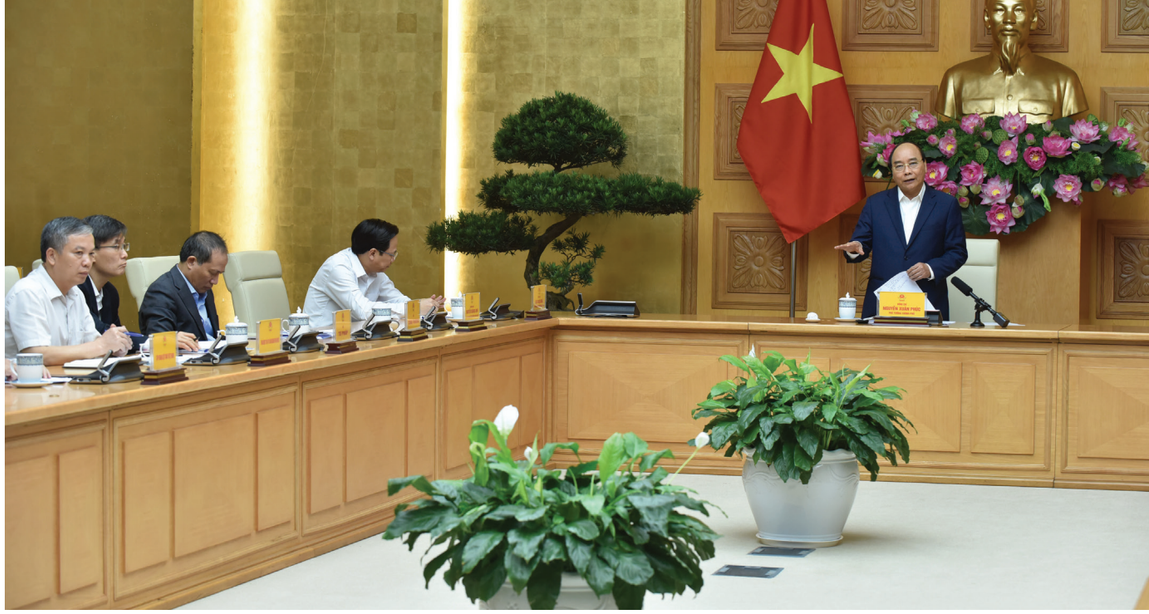
58 Chuyển đổi số

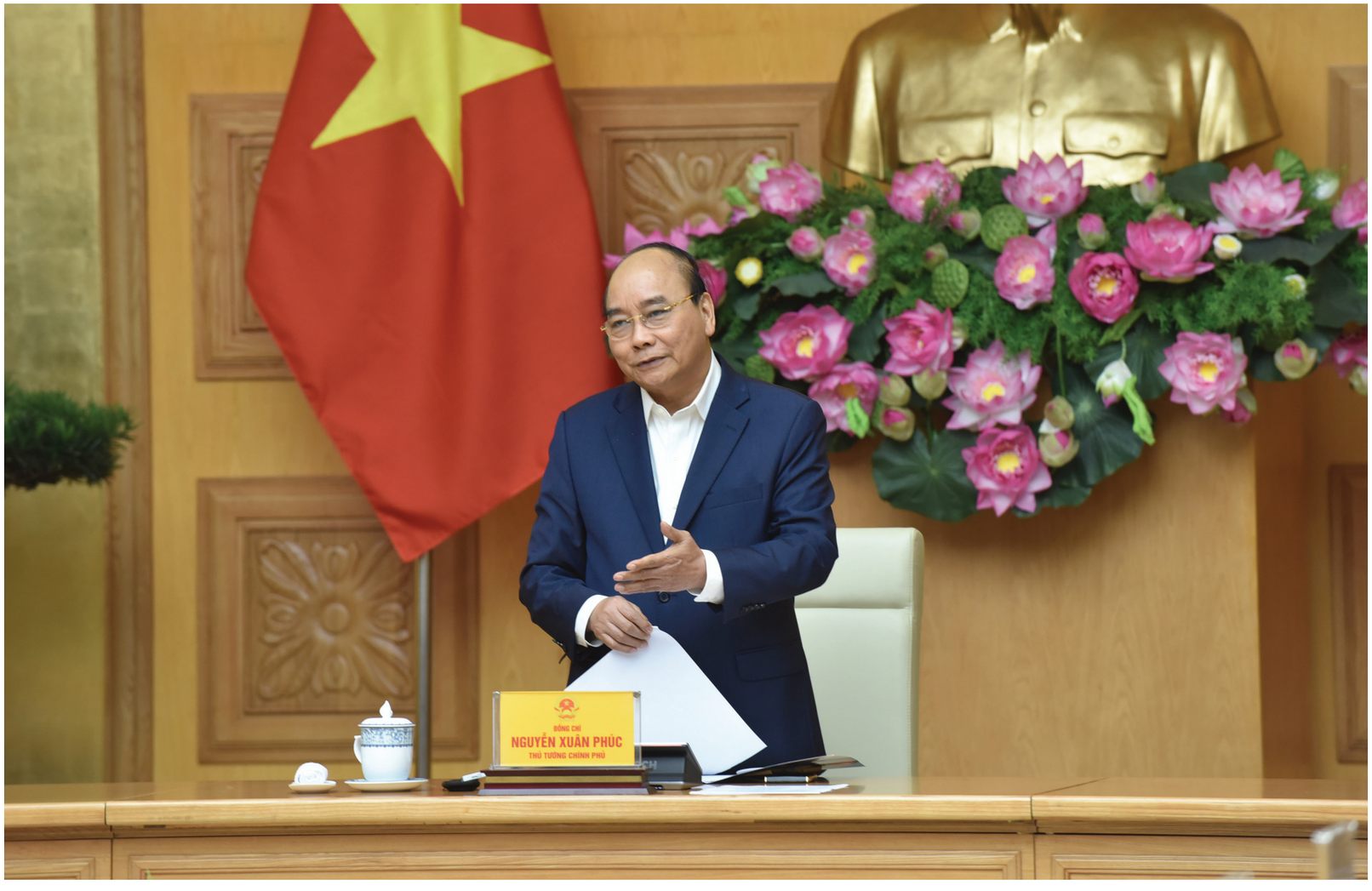
66 Diễn biến tỷ giá và lãi suất trong năm 2020 và dự báo năm 2021

70 Ngành thời trang bán lẻ năm 2021 – Tìm kiếm cơ hội trong giai đoạn khó khăn

74 EVFTA - Cơ hội tận dụng thuế giảm năm 2021

THỦ TƯỚNG NGUYỄN XUÂN PHÚC LÀM VIỆC VỚI LÃNH ĐẠO VINATEX VỀ KẾ HOẠCH SXKD VÀ GIẢI PHÁP NĂM 2021





Trong cuộc làm việc với Lãnh đạo Tập đoàn Dệt May Việt Nam vào ngày 23/11/2020, Thủ tướng Nguyễn Xuân Phúc đã nêu rõ, Ngành Dệt May là một trong những Ngành trực tiếp bị ảnh hưởng lớn trong bối cảnh Việt Nam hội nhập quốc tế cũng như đại dịch Covid-19. Sau cuộc làm việc này, đối với những biện pháp trong quyền hạn, Pháp luật cho phép, Chính phủ sẽ ban hành ngay lập tức các biện pháp để tháo gỡ khó khăn cho Ngành phát triển.

Thủ tướng Nguyễn Xuân Phúc khẳng định, vị thế và vai trò của Ngành Dệt May rất quan trọng vì giải quyết việc làm cho rất đông người lao động, chỉ riêng tại các doanh nghiệp có quy mô trên 100 lao động đã lên tới trên 2,7 triệu người, không kể lực lượng lao động tham gia sản xuất phụ trợ, logistic, cung cấp dịch vụ cho ngành và người lao động. Với trên 7.000 doanh nghiệp, gần như 100% các địa phương trên cả nước có doanh nghiệp Dệt May. Do đó, ảnh hưởng xã hội, đảm bảo việc làm và an sinh xã hội là nhiệm vụ rất quan trọng của ngành Dệt May. Trong khi đó, đại dịch Covid-19 đã ảnh hưởng nặng nề đến việc làm cho người lao động.

Đồng thời, ngành Dệt May cũng có vị thế quan trọng trong xuất khẩu của các nước. Quy mô xuất khẩu của ngành lên tới gần 40 tỷ USD năm 2019, chiếm tỷ trọng 17% tổng kim ngạch xuất khẩu cả nước, là ngành có kim ngạch lớn thứ 2. Vừa qua, trong khuôn khổ Hội nghị Cấp cao ASEAN 37 và các Hội nghị Cấp cao liên quan, Việt Nam đã tham gia ký Hiệp định RCEP, do đó Ngành phải có giải pháp đón bắt thời cơ khi Việt Nam tham gia ba Hiệp định Thương mại tự do quan trọng là CPTPP, EVFTA và RCEP.

Thủ tướng Nguyễn Xuân Phúc nhấn mạnh, thế giới vẫn coi Việt Nam là một trong những "Vương quốc Dệt May". Không chỉ năm nay mà cả năm sau, thậm chí ngành đặt mục tiêu năm 2022 cao hơn năm 2019, quyết tâm lấy lại đà tăng trưởng. Đây là quyết tâm lớn của tập thể lãnh đạo, CBCNV toàn Ngành.

Đặc biệt với Tập đoàn Dệt May Việt Nam đã duy trì được toàn bộ lực lượng lao động trên 150.000 người nếu kể cả doanh nghiệp cấp 2, trên 85.000 người trực tiếp của các công ty thành viên. Tìm kiếm và tổ chức sản xuất những mặt hàng khác biệt để duy trì sản xuất, kể cả nhiều mặt hàng chưa từng làm. Ra quyết định nhanh, triển khai quyết liệt nên tận dụng được các cơ hội mang tính thời vụ trong thời kỳ dịch bệnh. Nhờ đó vẫn tiếp tục có hiệu quả trong năm 2020 với mức suy giảm hiệu quả khoảng 20% so

với 2019, hạn chế được rất nhiều nếu so với dự báo tháng 3/2020 là có khả năng thua lỗ, hoặc tối đa là bình toán. Việc ổn định được lực lượng lao động, vị trí trong chuỗi cung ứng toàn cầu là điều kiện căn bản để có thể phục hồi tốt trong năm 2021 khi thị trường dần trở lại với nhịp điệu bình thường.

Thủ tướng Chính phủ cũng biểu dương tinh thần chủ động, sáng tạo của ngành DMVN và Tập đoàn DMVN, nhất là trong giai đoạn mới phát sinh dịch bệnh, đã tiên phong sản xuất các mặt hàng phòng dịch, đảm bảo nhu cầu trong nước, với giá cả hợp lý, thể hiện trách nhiệm xã hội của ngành. Sau đó đã trở thành mặt hàng xuất khẩu chính yếu trong quý II, góp phần quan trọng trong đảm bảo việc làm, thu nhập cho người lao động, cũng như nâng cao uy tín quốc tế của Việt Nam. Bước đầu trong giai đoạn đứt gãy chuỗi cung ứng nguyên liệu toàn cầu đã chứng minh được năng lực sản xuất trọn gói của ngành Dệt May Việt Nam, tạo niềm tin cho xã hội và cả sự tự tin cho chính các DN dệt may về khả năng cung ứng trong nước. Đây là bài học quý với ngành, cần tiếp tục phát huy để nâng cao giá trị gia tăng của sản phẩm dệt may thời gian tới.

Thủ tướng Chính phủ đánh giá cao vai trò của Đảng bộ Tập đoàn Dệt May Việt Nam, Hội đồng quản trị Tập đoàn, Công đoàn ngành DMVN trong kết nối, điều phối, chia sẻ đơn hàng không chỉ trong Tập đoàn mà còn với cả các doanh nghiệp khác trong ngành trong giai đoạn khó khăn. Đặc biệt là các đơn vị thành viên của Vinatex đều là các công ty cổ phần, phần lớn Vinatex không giữ vốn chi phối mà chỉ giữ từ 30-45% vốn, nhưng Tập đoàn thông qua người đại diện của mình ở các doanh nghiệp đã triển khai đồng loạt một cách hiệu quả các giải pháp ở tất cả các doanh nghiệp, không để doanh nghiệp vừa và nhỏ bị tụt lại sau. Vai trò của Vinatex trong Hiệp hội Dệt May Việt Nam cũng mang tính đầu tầu, dẫn dắt hoạt động, bằng hàng loạt hình thức sáng tạo như làm video tuyên truyền nội bộ; họp trực tuyến với các Hiệp hội dệt may trên thế giới để đồng kiến nghị các nhà mua hàng thanh toán tiền cho người lao động… giảm áp lực lên doanh nghiệp đồng thời kiểm soát tốt an sinh xã hội. Đây cũng là một bài học tốt trong điều hành doanh nghiệp cổ phần không chỉ dựa vào tỷ lệ vốn mà dựa vào tài sản trí tuệ, khả năng định hướng thị trường. Nâng cao giá trị tài sản vô hình của Tập đoàn Dệt May Việt Nam.

Thủ tướng nêu rõ, Đảng, Nhà nước và các cấp, các ngành ngăn chặn hiệu quả đại dịch Covid-19, được thế giới hết sức ca ngợi Việt Nam có cách làm phù hợp. Chúng ta đã cơ bản kiểm soát được dịch bệnh với những phương thức phù hợp, là cách làm vận dụng sáng tạo với tình hình. Chúng ta áp dụng các đề phòng tốt nhất, nhưng vẫn giữ mức độ phát triển. Nhờ đó, tạo môi trường hỗ trợ Ngành DM vượt khó.

Thủ tướng nêu rõ, Ngành Dệt May cũng đang hưởng lợi nhờ các Hiệp định FTA, cùng với đó thị trường trong nước được chú trọng hơn. Chất lượng, mẫu mã hàng dệt may ngày càng được nâng cao. Chính trị xã hội trong nước ổn định, là lợi thế của Việt Nam. Một điểm nữa là tinh thần đoàn kết, chia sẻ của Ngành, giảm chi phí, giữ được quyền lợi của người lao động, bên cạnh lợi thế là lao động Việt Nam trẻ khoẻ, nhanh nhẹn, yêu nghề, kỷ luật lao động.

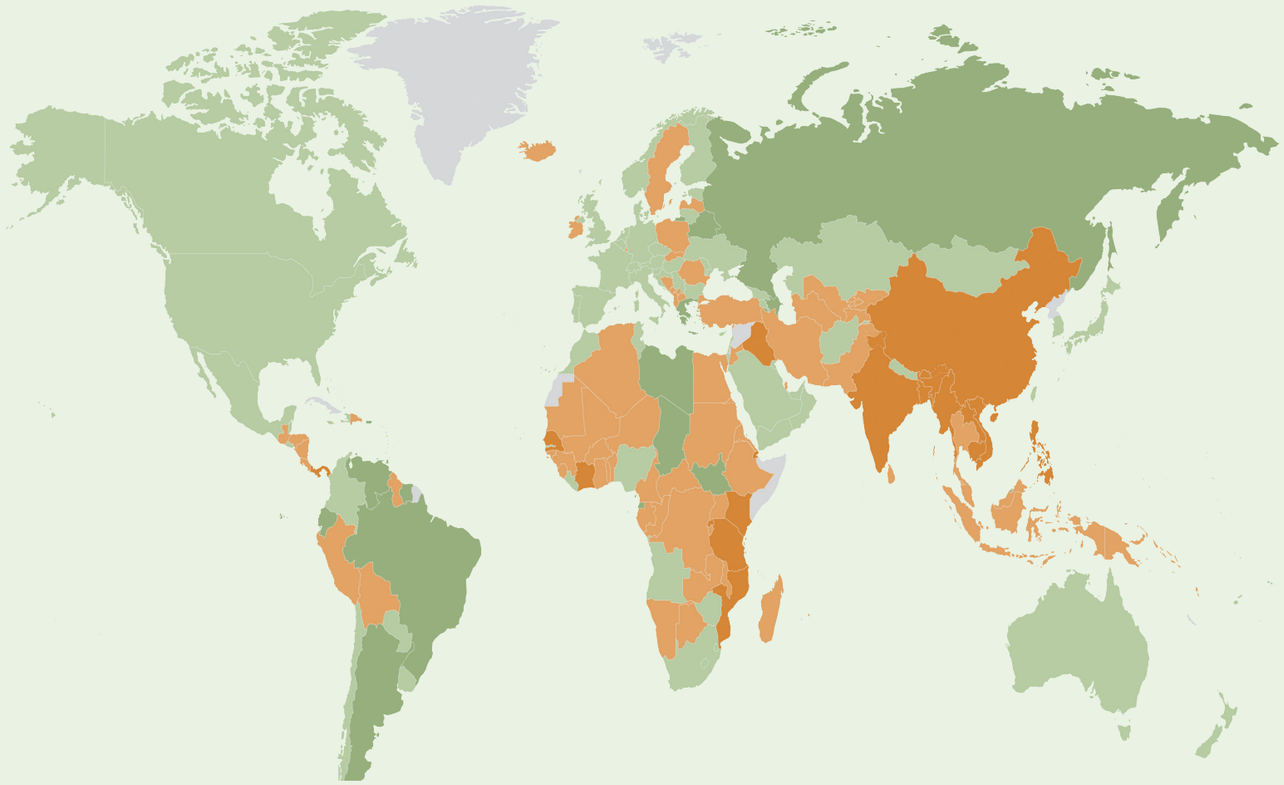
Thủ tướng đánh giá cao việc Lãnh đạo, cán bộ Tập đoàn Dệt May Việt Nam, Hiệp hội Dệt May Việt Nam đoàn kết, năng động, sáng tạo, tìm việc làm cho người lao động. Tinh thần năng động, tự cường đó đáng được trân trọng. Điều đó thể hiện truyền thống vượt mọi khó khăn của dân tộc. Trong lúc đại dịch Covid-19, phẩm chất đó càng được thể hiện rõ hơn. Tập đoàn và Hiệp hội DMVN đã kết nối được các doanh nghiệp trong giai đoạn khó khăn. Bên cạnh đó, cũng còn một số tồn tại, hạn chế mà Ngành cần nhận thức rõ và tìm cách khắc phục.

Thủ tướng yêu cầu Ngành chú trọng thị trường trong nước, nhất là đồng phục công sở, học sinh. "Chúng ta cần chú trọng nâng cao chất lượng sản phẩm, chú ý sản xuất những sản phẩm chất lượng cao hơn. Chúng ta cần chú trọng thương hiệu Việt Nam, liên kết chuỗi cung ứng của Ngành, trong đó có vấn đề công nghiệp phụ trợ, quản trị, chiếm lĩnh thị trường để phát triển." – Thủ tướng nhấn mạnh. Thủ tướng đề nghị Ngành lưu ý, tăng cường áp dụng kinh tế số, công nghệ số, tiếp cận ngành thời trang thế giới. Tận dụng hiệu quả hơn nữa các Hiệp định FTA, phát triển mở rộng ngành nguyên liệu, tăng giá trị gia tăng. Chú trọng mô hình khu công nghiệp dệt may nhuộm. Tham khảo các mô hình khu công nghiệp dệt may nhuộm thành công của tập đoàn nước ngoài tại Việt Nam.

Các địa phương cũng phải chú trọng để có các khu công nghiệp dệt may hiện đại, thân thiện môi trường. Nâng cao giá trị gia tăng sản phẩm để nâng cao thu nhập cho người lao động, áp dụng thành tựu cuộc Cách mạng công nghiệp 4.0. Chú trọng tăng trưởng xanh, bảo vệ môi trường, áp dụng mô hình kinh tế tuần hoàn...

Cuối cùng, Thủ tướng biểu dương tinh thần chủ động sáng tạo của Tập đoàn Dệt May Việt Nam, Hiệp hội Dệt May Việt Nam, đặc biệt là các doanh nghiệp thành viên. Thủ tướng đánh giá cao và tin tưởng công nhân, người lao động của Ngành sẽ tiếp tục phấn đấu, vượt qua khó khăn, đóng góp xây dựng đất nước. Đây là cố gắng lớn cần phát huy ●

TRIỂN VỌNG KINH TẾ THẾ GIỚI 2021-2025



CON ĐƯỜNG PHỤC HỒI DÀI VÀ TRẮC TRỞ

Bài: **MẠC DUNG**

DỰ BÁO 2020 VÀ VIỄN CẢNH TĂNG TRƯỞNG 2021

Theo dự báo mới nhất của IMF, cuộc suy thoái năm 2020 dường như không quá đen tối như những dự đoán được IMF đưa ra trong báo cáo phát hành vào tháng 6, với tốc độ tăng trưởng toàn cầu dự kiến đạt -4,4% cho cả năm 2020, cao hơn 0,8 điểm phần trăm so với con số được đưa ra trước đó.

Sự điều chỉnh này là nhờ vào GDP Quý 2 của các nền kinh tế lớn không quá tệ như dự đoán, sự hồi phục mạnh mẽ hơn dự kiến của Trung Quốc và những dấu hiệu phục hồi nhanh chóng trong Quý 3. Những phản ứng nhanh chóng của các chính phủ trong việc đưa ra các chính sách tài chính, tiền tệ với quy mô lớn, chưa từng có tiền lệ, nhằm duy trì thu nhập khả dụng cho các hộ gia đình, bảo vệ dòng tiền cho doanh nghiệp và cung cấp các biện pháp hỗ trợ tín dụng được đánh giá là yếu tố chính giúp ngăn chặn sự tái diễn của thảm họa tài chính giai đoạn 2008-2009.

Trong khi nền kinh tế toàn cầu đang trên đà hồi phục, quá trình này vẫn được dự đoán là sẽ còn kéo dài và ẩn chứa nhiều điều chưa chắc chắn. IMF đánh giá, triển vọng ở các thị trường mới nổi và các nền kinh tế đang phát triển có vẻ xấu đi so với những dự báo đưa ra hồi tháng 6, do số ca nhiễm mới đang cho thấy chiều hướng gia tăng, dẫn đến lo ngại về việc tiếp tục phong tỏa và đóng cửa tại nhiều khu vực và một số hoạt động kinh tế.

Những dấu hiệu phục hồi được nhen nhóm từ Quý 3/2020 được dự kiến sẽ mạnh mẽ hơn vào năm 2021, tuy nhiên còn phụ thuộc vào các biện pháp phong tỏa, giãn cách xã hội được thiết lập tại các quốc gia và khu vực cho tới khi dịch bệnh được kiểm soát. Tốc độ tăng trưởng toàn cầu được dự kiến đạt mức 5,2% trong năm tới, thấp hơn 0,2% so với mức dự báo được IMF đưa ra hồi tháng 6. Sự phục hồi trong năm 2021 sau cú lao dốc vào năm nay dự kiến sẽ đưa GDP toàn cầu của giai đoạn 2020-2021 nhích lên 0,6% so với năm 2019.

Tăng trưởng ở nhóm các nước phát triển dự báo sẽ giảm xuống mức -5,8% trong năm 2020, tốt hơn 2,3 điểm phần trăm so với con số dự báo được đưa ra hồi tháng 6. Những điều chỉnh này là nhờ vào những kết quả tích cực hơn so với dự kiến tại Mỹ và EU trong Quý 2 vừa qua. Trong năm 2021, tốc độ tăng trưởng của nhóm này dự kiến sẽ đạt mức 3,9%, và mức GDP sẽ thấp hơn GDP năm 2019 khoảng 2%. Nền kinh tế Mỹ dự kiến sẽ giảm đến mức -4,3%, sau đó sẽ tăng lại 3,1% trong năm 2021. Khu vực đồng tiền chung châu Âu được dự báo sẽ chịu mức suy giảm sâu hơn, xuống tới -8,3% cho năm 2020, do những kết quả không mấy lạc quan của nửa đầu năm nay. Chỉ số tăng trưởng 5,2% được dự đoán cho năm 2021 thể hiện một sự lội ngược dòng ngoạn mục của khu vực này.

Các nền kinh tế lớn tại châu Á được dự đoán không phải chịu mức suy giảm sâu như khu vực châu Âu nhờ vào việc kiểm soát tốt hơn đối với dịch bệnh, do vậy chỉ số GDP chỉ giảm nhẹ trong nửa đầu năm 2020.

Đối với các quốc gia đang phát triển và các thị trường mới nổi, tăng trưởng được dự báo ở mức 3,3% cho năm 2020, giảm 0,2% đối với mức dự báo hồi tháng 6, sau đó sẽ leo dốc lên tới 6% vào năm sau. Viễn cảnh tăng trưởng của Trung Quốc dường như sáng sủa hơn đáng kể so với hầu hết các nước khác trong nhóm, với chỉ số tăng trưởng có thể lên tới xấp xỉ 10% trong giai đoạn 2020-2021 (1,9% cho năm 2020 và 8,2% cho năm tới). Mọi hoạt động kinh tế - xã hội được bình thường hóa với tốc độ đáng kinh ngạc, sau khi hầu hết các khu vực trên toàn Trung Quốc mở cửa trở lại vào tháng 4, thể hiện ở GDP Quý 2 đã ghi nhận những kết quả tích cực không ngờ nhờ vào những chính sách hỗ trợ mạnh mẽ của Chính phủ và những tín hiệu phục hồi của xuất khẩu.

Đối với các quốc gia khác trong nhóm, triển vọng phát triển vẫn còn nhiều bấp bênh. Điều này phản ánh sự cộng hưởng của nhiều yếu tố: sự lây lan chưa có điểm dừng của dịch bệnh dẫn đến hệ thống y tế quá tải tại nhiều khu vực; tầm quan trọng của các lĩnh vực bị ảnh hưởng nghiêm trọng nhất, ví dụ như du lịch; sự phụ thuộc nhiều hơn vào các nguồn tài chính đến từ bên ngoài, bao gồm cả kiều hối. Tất cả các quốc gia trong khu vực này đều được dự báo sẽ chịu suy giảm trong năm nay, bao gồm cả khu vực kinh tế năng động châu Á, nơi các nền kinh tế lớn (như Ấn Độ, Indonesia…) vẫn đang gồng mình để kiểm soát dịch bệnh. Đặc biệt với Ấn Độ, những dự báo mới được đưa ra kém tươi sáng hơn khá nhiều so với những con số dự báo từ tháng 6, khi GDP Quý 2 ghi nhận sự suy giảm nghiêm trọng hơn dự kiến. Vì vậy, nền kinh tế nước này được đánh giá có thể lao dốc xuống -10,3% trong năm 2020, sau đó phục hồi ở mức 8,8% trong năm tới.

Sự chênh lệch giữa các khu vực vẫn khá rõ ràng, khi nhiều quốc gia ở khu vực Mỹ Latinh bị ảnh hưởng nghiêm trọng bởi đại dịch dẫn đến suy thoái rất sâu. Nhiều nước ở Trung Đông và Trung Á cũng phải đối mặt với mức suy giảm về sản lượng lớn hơn dự kiến, cùng với nước xuất khẩu dầu ở châu Phi cận Sahara bị ảnh hưởng bởi giá dầu lao dốc, xung đột dân sự hoặc khủng hoảng kinh tế.

Tăng trưởng ở các nước đang phát triển có thu nhập thấp được dự báo đạt mức -1,2% vào năm 2020 và sẽ leo lên 4,9% vào năm tới. Tốc độ tăng dân số nhanh chóng cộng với mức thu nhập nghèo nàn khiến cho mức suy giảm này - dù nhẹ hơn so với các nền kinh tế mới nổi khác - cũng đủ là gánh nặng đối với mức sống, đặc biệt là của tầng lớp dân nghèo, tại các quốc gia này.

Các dự báo của IMF về kinh tế thế giới 2020-2021

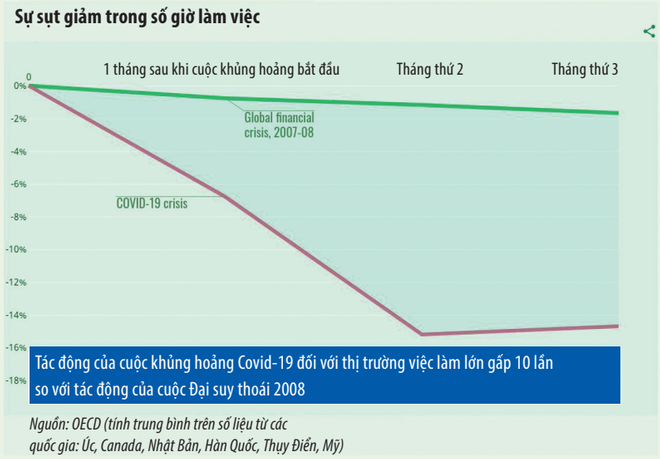
	2019	DỰ BÁO 2020	DỰ BÁO 2021	CHÊNH LỆCH SO VỚI DỰ BÁO TỪ THÁNG 6 2020	CHÊNH LỆCH SO VỚI DỰ BÁO TỪ THÁNG 6 2021	CHÊNH LỆCH SO VỚI DỰ BÁO TỪ THÁNG 4 2020	CHÊNH LỆCH SO VỚI DỰ BÁO TỪ THÁNG 4 2021
SẢN LƯỢNG THẾ GIỚI	**2.8**	**–4.4**	**5.2**	**0.8**	**–0.2**	**–1.1**	**–0.5**
CÁC NƯỚC PHÁT TRIỂN	**1.7**	**–5.8**	**3.9**	**2.3**	**–0.9**	**0.3**	**–0.6**
United States	2.2	–4.3	3.1	3.7	–1.4	1.6	–1.6
Euro Area	1.3	–8.3	5.2	1.9	–0.8	–0.8	0.5
Germany	0.6	–6.0	4.2	1.8	–1.2	1.0	–1.0
France	1.5	–9.8	6.0	2.7	–1.3	–2.6	1.5
Italy	0.3	–10.6	5.2	2.2	–1.1	–1.5	0.4
Spain	2.0	–12.8	7.2	0.0	0.9	–4.8	2.9
Japan	0.7	–5.3	2.3	0.5	–0.1	–0.1	–0.7
United Kingdom	1.5	–9.8	5.9	0.4	–0.4	–3.3	1.9
Canada	1.7	–7.1	5.2	1.3	0.3	–0.9	1.0
Other Advanced Economies[2]	1.7	–3.8	3.6	1.1	–0.6	0.8	–1.0
CÁC NƯỚC PHÁT TRIỂN VÀ THỊ TRƯỜNG MỚI NỔI	**3.7**	**–3.3**	**6.0**	**–0.2**	**0.2**	**–2.1**	**–0.5**
Emerging and Developing Asia	5.5	–1.7	8.0	–0.9	0.6	–2.7	–0.5
China	6.1	1.9	8.2	0.9	0.0	0.7	–1.0
India[3]	4.2	–10.3	8.8	–5.8	2.8	–12.2	1.4
ASEAN-5[4]	4.9	–3.4	6.2	–1.4	0.0	–2.8	–1.5
Emerging and Developing Europe	2.1	–4.6	3.9	1.2	–0.3	0.6	–0.3
Russia	1.3	–4.1	2.8	2.5	–1.3	1.4	–0.7
Latin America and the Caribbean	0.0	–8.1	3.6	1.3	–0.1	–2.9	0.2
Brazil	1.1	–5.8	2.8	3.3	–0.8	–0.5	–0.1
Mexico	–0.3	–9.0	3.5	1.5	0.2	–2.4	0.5
Middle East and Central Asia	1.4	–4.1	3.0	0.4	–0.5	–1.3	–1.0
Saudi Arabia	0.3	–5.4	3.1	1.4	0.0	–3.1	0.2
Sub-Saharan Africa	3.2	–3.0	3.1	0.2	–0.3	–1.4	–1.0
Nigeria	2.2	–4.3	1.7	1.1	–0.9	–0.9	–0.7
South Africa	0.2	–8.0	3.0	0.0	–0.5	–2.2	–1.0
Memorandum							
Low-Income Developing Countries	5.3	–1.2	4.9	–0.2	–0.3	–1.6	–0.7
Middle East and North Africa	0.8	–5.0	3.2	0.7	–0.5	–1.8	–1.0
World Growth Based on Market Exchange Rates	2.4	–4.7	4.8	1.4	–0.5	–0.5	–0.6
KIM NGẠCH THƯƠNG MẠI THẾ GIỚI	**1.0**	**–10.4**	**8.3**	**1.5**	**0.3**	**0.6**	**–0.1**
NHẬP KHẨU							
Advanced Economies	1.7	–11.5	7.3	1.7	0.1	0.0	–0.2
Emerging Market and Developing Economies	–0.6	–9.4	11.0	0.0	1.6	–1.2	1.9
XUẤT KHẨU							
Advanced Economies	1.3	–11.6	7.0	2.0	–0.2	1.2	–0.4
Emerging Market and Developing Economies	0.9	–7.7	9.5	1.6	0.2	1.9	–1.5
GIÁ CẢ HÀNG HÓA							
Oil[5]	–10.2	–32.1	12.0	9.0	8.2	9.9	5.7
Nonfuel (average based on world commodity import weights)	0.8	5.6	5.1	5.4	4.3	6.7	5.7
GIÁ TIÊU DÙNG							
Advanced Economies	1.4	0.8	1.6	0.5	0.5	0.3	0.1
Emerging Market and Developing Economies[6]	5.1	5.0	4.7	0.5	0.1	0.3	0.2
LÃI SUẤT GIAO DỊCH LIÊN NGÂN HÀNG LUÂN ĐÔN							
On US Dollar Deposits (six month)	2.3	0.7	0.4	–0.2	–0.2	0.0	–0.2
On Euro Deposits (three month)	–0.4	–0.4	–0.5	0.0	–0.1	0.0	–0.1
On Japanese Yen Deposits (six month)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.1	0.1	0.1

Nguồn: IMF (Chú thích: Advanced Economies = các nước phát triển; Emerging markets and developing economies = các nước đang phát triển và các thị trường mới nổi; Low income developing countries = các nước đang phát triển có thu nhập thấp)

ĐỐI MẶT VỚI CUỘC KHỦNG HOẢNG VIỆC LÀM

Đại dịch Covid-19 đã gây ra cuộc khủng hoảng việc làm tồi tệ nhất kể từ cuộc Đại suy thoái 2008-2009. Điều quan trọng hiện nay là các quốc gia cần thực thi mọi biện pháp cần thiết để ngăn cuộc khủng hoảng việc làm này biến thành cuộc khủng hoảng xã hội trên phạm vi rộng, khi hàng triệu người trên thế giới phải tạm nghỉ hoặc giảm giờ làm và hàng triệu người khác bị buộc thôi việc. Ngoài tình trạng phá sản leo thang hoặc chính sách cắt giảm nhân sự để giảm chi phí của các doanh nghiệp nhằm đối phó với dịch bệnh, thì xu hướng tăng tốc chuyển đổi số, ứng dụng tự động hóa vào vận hành cũng là một nguyên nhân chính làm tình trạng thất nghiệp càng lan rộng.

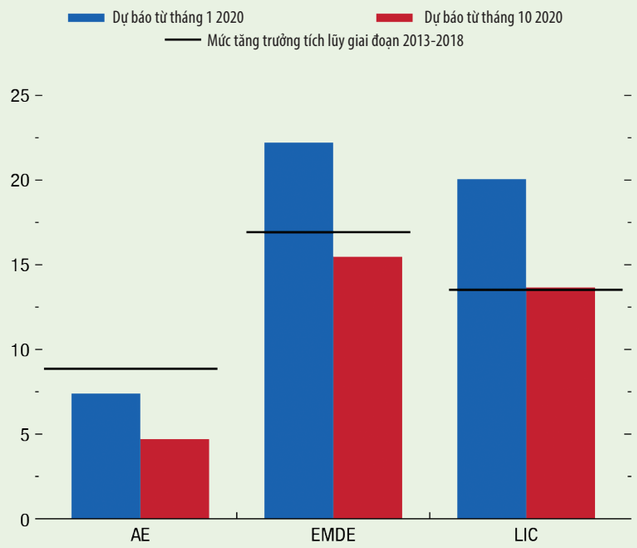
Các nghiên cứu và khảo sát cho thấy, phụ nữ, lao động trẻ và lao động phổ thông là những đối tượng chịu ảnh hưởng nhiều nhất bởi cuộc khủng hoảng này. Nhiều quốc gia như Đức, Pháp, Hà Lan, Úc… đang áp dụng các chương trình duy trì việc làm để hỗ trợ người lao động, bao gồm các gói hỗ trợ trực tiếp cho số giờ không làm việc, hoặc các hình thức hỗ trợ một phần thu nhập cho người lao động bị giảm giờ làm…



Nguồn: OECD (tính trung bình trên số liệu từ các quốc gia: Úc, Canada, Nhật Bản, Hàn Quốc, Thụy Điển, Mỹ)

Khu vực	2019	Dự báo 2020	Dự báo 2021
Khu vực châu Âu	7,6	8,9	9,1
Các nền kinh tế phát triển khu vực châu Âu	6,6	8,0	8,5
Các nền kinh tế phát triển khu vực châu Á	3,1	4,0	3,8
Trung Quốc	3,6	3,8	3,6
Hàn Quốc	3,8	4,1	4,1
Việt Nam	2,2	3,3	2,7
Mỹ	3,7	8,9	7,3
Canada	5,7	9,7	7,9
Nam Phi	28,7	37,0	36,5

Tỉ lệ thất nghiệp 2019, dự báo 2020 và 2021 của một số quốc gia và nhóm quốc gia (Nguồn: IMF, 11/2020)



Nguồn: IMF (Chú thích: AE = các nước phát triển; EMDE = các nước đang phát triển và các thị trường mới nổi; LIC = các nước thu nhập thấp)

TRIỂN VỌNG TRUNG HẠN

Sau khi phục hồi vào năm 2021, IMF cũng dự báo tăng trưởng toàn cầu sẽ chậm lại ở mức khoảng 3,5% trong giai đoạn một vài năm tới. Điều này ngụ ý rằng, cả các nước phát triển và các nền kinh tế mới nổi và đang phát triển đều sẽ tăng trưởng trong giai đoạn 2020-2025 với tốc độ khiêm tốn hơn nhiều so với những dự đoán đã được đưa ra từ trước khi dịch Covid-19 bùng phát. Đây cũng là một trở ngại nghiêm trọng đối với quá trình cải thiện mức sống trung bình của các nhóm quốc gia, khi đại dịch có thể khiến tới 90 triệu người trên toàn thế giới chạm ngưỡng nghèo cùng cực với mức thu nhập dưới 1,9 USD/ngày và làm gia tăng bất bình đẳng trên phạm vi toàn cầu.

Tính trung bình, trong số 10 nền kinh tế lớn nhất, chỉ số GDP trong trung hạn dự kiến sẽ duy trì ở mức thấp hơn 3,5% so với dự báo của IMF hồi tháng 1/2020 (thời điểm trước khi đại dịch bùng phát). Trong số 10 thị trường mới nổi lớn nhất, mức điều chỉnh giảm thậm chí còn lớn hơn, trung bình 5,5%.

Trong nhóm các nước phát triển, chỉ số tăng trưởng dự kiến sẽ chậm lại ở mức 1,7% trong trung hạn. Ngoài tác động to lớn và dai dẳng của đại dịch, các tác động kinh tế vĩ mô của tình trạng dân số già và chậm tăng dân số cũng là gánh nặng cho dự báo về trung hạn của nhóm này.

Đối với các thị trường mới nổi và các nước đang phát triển, tăng trưởng dự kiến sẽ giảm xuống 4,7% đến 2025, thấp hơn đáng kể đối với mức trung bình 5,6% của giai đoạn 2000-2019. Những yếu tố chủ yếu định hình triển vọng trung hạn của nhóm quốc gia này bao gồm sự suy thoái trong quá trình tái cơ cấu nền kinh tế tại Trung Quốc từ trước khi bùng phát dịch Covid-19 (dự kiến sẽ tiếp tục sau khi nước này phục hồi mạnh mẽ theo chu kỳ vào năm 2021) và triển vọng không mấy sáng sủa đối với các quốc gia phụ thuộc quá nhiều vào ngành du lịch khi nhu cầu du lịch nước ngoài tiếp tục giảm…

Việc hạ mức dự báo tăng trưởng trung hạn cũng đồng nghĩa với những viễn cảnh kém tươi sáng đối với việc kiểm soát nợ công của các quốc gia. Theo dự báo đưa ra trong báo cáo Giám sát tài khóa phát hành vào tháng 11/2020, IMF cho rằng nợ chính phủ ở các nước phát triển sẽ tăng 20%, lên tới 125% GDP vào cuối năm 2021. Đối với các thị trường mới nổi, mức tăng là 10%, chạm mốc 65% GDP của các nước này. Phần lớn nguồn thu từ thuế phải dùng để chi trả cho các nghĩa vụ nợ, có nghĩa là sẽ chỉ còn phần nhỏ cho các lĩnh vực quan trọng khác, bao gồm nhu cầu chi tiêu cho các vấn đề xã hội. Những nhu cầu này sẽ tăng cao sau khủng hoảng để giải quyết nạn nghèo đói leo thang, tình trạng bất bình đẳng lan rộng và khắc phục những trở ngại trong tích lũy vốn nhân lực bị gián đoạn do dịch bệnh.

RỦI RO TIỀM ẨN

Theo nhận định của IMF, quá trình phục hồi của nền kinh tế thế giới đang tiềm ẩn 3 nhóm rủi ro chính:

- Thứ nhất, diễn biến khó lường của đại dịch dẫn đến các phản ứng y tế công cộng để đối phó vẫn còn rất khó đoán định, vì vậy nguy cơ gián đoạn các hoạt động kinh tế, đặc biệt đối với các lĩnh vực yêu cầu tiếp xúc trực tiếp có thể bùng nổ bất cứ lúc nào.

- Nhóm rủi ro thứ hai là về cầu thị trường suy giảm trên phạm vi toàn thế giới, ngành du lịch chịu đòn và lượng kiều hối ở mức thấp.

- Nhóm yếu tố thứ ba bao gồm tâm lý thị trường tài chính và tác động của nó đối với dòng vốn toàn cầu.

Tiến trình sản xuất thành công vacxin ngăn ngừa dịch bệnh hoặc khám phá ra phương pháp điều trị hiệu quả, cũng như xu hướng dịch chuyển sang làm việc từ xa và thay đổi thói quen tiêu dùng để hạn chế tiếp xúc và di chuyển có thể đóng vai trò là các yếu tố quyết định để quá trình phục hồi về mức trước đại dịch diễn ra nhanh hơn dự kiến, với điều kiện không xảy ra các làn sóng lây nhiễm tiếp theo. Việc duy trì các chính sách hỗ trợ tài khóa tới năm 2021 cũng có thể giúp nâng mức tăng trưởng của các quốc gia cao hơn dự kiến.

Tuy nhiên, nguy cơ kết quả tăng trưởng không đạt mức kỳ vọng vẫn còn khá lớn. Trong trường hợp virus bùng phát trở lại, công tác điều chế vacxin và tìm ra phương pháp điều trị lâu hơn dự kiến, hoặc khả năng tiếp cận với các biện pháp điều trị và vacxin phòng ngừa bị hạn chế đối với một vài quốc gia, hoạt động kinh tế có thể bị chậm lại so với tốc độ được dự báo, kéo theo các biện pháp phong tỏa và giãn cách xã hội quay trở lại. Với tình hình nghiêm trọng của cuộc suy thoái hiện nay và các hạn chế của chính sách hỗ trợ khẩn cấp ở một số quốc gia, tình trạng phá sản đang và sẽ có nguy cơ leo thang, gây ra thiệt hại to lớn về việc làm và thu nhập. Tâm lý tài chính xấu đi có thể dẫn đến việc ngừng cho vay mới hoặc từ chối đảo nợ đối với các nền kinh tế dễ bị tổn thương. Cầu thị trường bên ngoài suy yếu cũng có thể là nhân tố khuếch đại những khó khăn nội tại của nhiều quốc gia hoặc nhóm quốc gia trên toàn thế giới.

Trong con đường phía trước đầy rẫy những điều bất định, không có một sách lược tiêu chuẩn nào để đối phó, mà mỗi quốc gia và mỗi cá thể của nền kinh tế đều cần chuẩn bị cho mình khả năng phục hồi, tính linh hoạt và nhanh nhạy để dễ dàng thích nghi với mọi sự biến đổi, để có thể nhìn ra và tận dụng những cơ hội bên trong thách thức khắc nghiệt này ●

TỔNG HỢP & CẬP NHẬT

CHÍNH SÁCH NGÀNH DỆT MAY CỦA CÁC ĐỐI THỦ CẠNH TRANH

Trong thời gian vừa qua, các quốc gia cạnh tranh với Dệt May Việt Nam đều đưa ra các chính sách, kế hoạch liên quan, từ phát triển kinh tế, xã hội, cho tới phát triển công nghiệp, trong đó có dệt may. Để bạn đọc có cái nhìn toàn cảnh, trong bài viết này, chúng tôi tổng hợp và cập nhật những chính sách mới nhất về dệt may của 03 đối thủ mạnh nhất của DMVN, đó là Trung Quốc, Ấn Độ và Bangladesh.

Bài: **HỒNG HẠNH**
(Dịch và Tổng hợp)

1. TRUNG QUỐC

Thông tin giới thiệu chung

- GDP đầu người năm 2019 đạt 10.261 USD;

- Số dân trong độ tuổi lao động: 778 triệu người, chiếm 56% dân số.

- Năng lực sản xuất:

- Sợi: 29 triệu tấn (năm 2018), chiếm 60% tổng sản lượng thế giới;
- Vải: 80 tỷ mét vải, chiếm 53% tổng sản lượng thế giới;
- May: 160 tỷ USD kim ngạch xuất khẩu hàng may mặc và sản phẩm dệt, chiếm 30% tổng KNXK thế giới.

Như chúng ta đã biết, năm 2020 bất chấp ảnh hưởng từ dịch Covid-19 ngành dệt may Trung Quốc tiếp tục có 1 năm thắng lợi, kết quả xuất khẩu 10 tháng đầu năm cả ngành dệt may Trung Quốc tăng 9,5% trong đó xuất khẩu các mặt hàng dệt, chủ yếu gồm đồ bảo hộ PPE tăng đến 32% so cùng kỳ năm ngoái, bù lại toàn bộ kim ngạch xuất khẩu sụt giảm của hàng may mặc khoảng 9%.

Thành công của ngành dệt may Trung Quốc trong năm 2020 không phải do may mắn, một phần nhờ vào họ có cả chiến lược đường dài cho ngành dệt may. Chiến lược phát triển ngành Dệt May của Trung Quốc khác biệt hoàn toàn với các quốc gia cạnh tranh khác. Trung Quốc xác định vị trí dẫn đầu ngay từ rất sớm, lượng hóa cụ thể các mục tiêu và đưa ra các giải pháp để đạt được mục tiêu đó. Điều này được thể hiện rõ nhất trong các Kế hoạch 5 năm của Chính phủ Trung Quốc trong suốt 70 năm qua kể từ khi thành lập nước năm 1949.

Sau đây, chúng tôi sẽ điểm qua những chính sách quan trọng nhất về ngành Dệt May của Trung Quốc trong thời gian qua và kế hoạch phát triển ngành trong thời gian tới.

1.1 CHÍNH SÁCH CÔNG NGHIỆP CHÍNH HỖ TRỢ CHO NGÀNH DỆT MAY

Chính sách	Nội dung chính
"Thông báo về một số ý kiến trong việc đẩy nhanh điều chỉnh cơ cấu ngành Dệt May và thúc đẩy nâng cấp công nghiệp"	Thúc đẩy mạnh mẽ việc xây dựng các thương hiệu độc lập và tạo ra các thương hiệu độc lập nổi tiếng có tầm ảnh hưởng quốc tế. Tập trung hỗ trợ và phát triển mạnh mẽ một nhóm các doanh nghiệp vượt trội về thiết kế thương hiệu, nghiên cứu và phát triển công nghệ, xây dựng các kênh tiếp thị. Đẩy nhanh việc điều chỉnh cơ cấu kỹ thuật và nâng cao giá trị gia tăng của sản phẩm. Tăng cường liên kết chuỗi công nghiệp thượng nguồn và hạ nguồn; tích hợp sản xuất, giáo dục và nghiên cứu; đổi mới mô hình kinh doanh, nâng cao vị thế của doanh nghiệp Trung Quốc trong chuỗi cung ứng hàng dệt may quốc tế và nâng cao giá trị gia tăng của sản phẩm.
"Kế hoạch điều chỉnh và phục hồi ngành Dệt May"	Đẩy mạnh việc xây dựng các thương hiệu độc lập, lấy việc xây dựng các thương hiệu độc lập về dệt may, gia dụng và các sản phẩm thiết bị đầu cuối khác làm bước đột phá, lựa chọn khoảng 100 doanh nghiệp thương hiệu cao cấp có quyền sở hữu trí tuệ độc lập, củng cố tiến bộ công nghệ, nâng cao chất lượng, xây dựng và cải tiến các trung tâm sáng tạo thiết kế, trung tâm nghiên cứu và phát triển công nghệ, trung tâm quảng bá thương hiệu nhằm nâng cao trình độ quản lý thông tin và khả năng đáp ứng thị trường nhanh chóng.

Chính sách	Nội dung chính
"Các ý kiến hướng dẫn về việc đẩy nhanh quá trình xây dựng các thương hiệu độc lập cho may mặc và hàng dệt gia dụng"	Thúc đẩy cơ chế vận hành xây dựng các thương hiệu may mặc độc lập, tạo môi trường, thị trường tốt, tăng cường xây dựng các nền tảng dịch vụ công, đẩy nhanh quá trình quốc tế hóa các thương hiệu may mặc nội địa của Trung Quốc và nâng cao năng lực cạnh tranh toàn diện của ngành Dệt May trong nước. Nuôi dưỡng và phát triển một số doanh nghiệp dệt gia dụng ưu việt với sự đổi mới độc lập làm cốt lõi, các thương hiệu nổi tiếng là biểu tượng và khả năng cạnh tranh mạnh mẽ, đồng thời hình thành một số thương hiệu hàng dệt gia dụng độc lập có tầm ảnh hưởng quốc tế. Tăng cường bảo vệ các nhãn hiệu may mặc và hàng dệt gia dụng.
"Kế hoạch phát triển ngành Dệt May (2016-2020)"	Trong giai đoạn "Kế hoạch 5 năm lần thứ 13", "Made in China 2025" và "Internet +" sẽ được thúc đẩy hoàn toàn, đồng thời công nghệ thông tin sẽ được ứng dụng chuyên sâu trong các công đoạn thiết kế, sản xuất, tiếp thị, logistic, nhằm thúc đẩy mô hình sản xuất linh hoạt, thông minh của ngành. Chuyển đổi từ sản xuất truyền thống sang sản xuất theo định hướng dịch vụ. Nâng cao năng lực đổi mới công nghiệp: Tập trung vào việc điều chỉnh sản xuất, sản phẩm thích ứng với hành vi, nhu cầu tiêu dùng thay đổi, khuyến khích các công ty dệt may đối mặt với nhu cầu tiêu dùng theo hướng cá nhân hóa và tùy chỉnh, đồng thời tái tạo lại mối quan hệ giữa cung và cầu. Thúc đẩy sự đổi mới của các mô hình công nghiệp dệt gia dụng và dệt may: Sử dụng rộng rãi công nghệ để khuyến khích các doanh nghiệp chuyển đổi từ hình thức sản xuất tiêu chuẩn hóa ở quy mô lớn sang sản xuất theo hướng tùy chỉnh linh hoạt và cá nhân hóa, chuyển đổi mô hình sản xuất truyền thống lấy sản phẩm làm trung tâm sang mô hình lấy người tiêu dùng làm trung tâm. Đẩy nhanh quá trình đổi mới và ứng dụng B2B, B2C, O2O (*) và các mô hình thương mại điện tử khác, đồng thời liên tục tối ưu hóa các mô hình kinh doanh mới và định dạng mới. Thúc đẩy xây dựng các nhà máy thông minh: Áp dụng công nghệ RFID, đơn vị may tự động, xây dựng hệ thống may mẫu tự động, hệ thống treo thông minh, hệ thống hoàn thiện linh hoạt, hệ thống phân phối kho vận và kho vận ba chiều tự động. Quy trình sản xuất tự động về thiết kế, lắp ráp và xử lý , cũng như hệ thống quản lý tích hợp thông tin bao gồm kiểm tra, lưu trữ và vận chuyển, truy xuất nguồn gốc thông tin, quản lý cửa hàng,… Thúc đẩy sự phát triển của tùy chỉnh cá nhân hóa trên quy mô lớn: Xây dựng tiêu chuẩn cho các phương pháp đo lường may mặc, thúc đẩy việc thiết lập cơ sở dữ liệu cơ thể người và tiêu chuẩn kích thước may mặc, cải thiện độ chính xác và tính thực tế của phép đo cơ thể ba chiều, công nghệ mô phỏng và hình ảnh 3D; khuyến khích xây dựng nền tảng tương tác thông tin và nền tảng cung ứng hợp tác chuỗi công nghiệp trong ngành công nghiệp dệt may gia dụng và dệt may, thúc đẩy khả năng tùy biến cá nhân hóa và tùy biến hàng loạt, đáp ứng trực tiếp nhu cầu của người tiêu dùng và sử dụng các phương tiện công nghiệp hóa để sản xuất các sản phẩm cá nhân hóa.

Chính sách	Nội dung chính
Công nghiệp Dệt May Trung Quốc trong " Đề cương phát triển 5 năm lần thứ 13"	Tăng cường nghiên cứu khoa học cơ bản về dệt may, thúc đẩy tính chính xác và tính khả thi của phép đo cơ thể ba chiều, công nghệ mô phỏng và hình ảnh 3D dệt may, đồng thời đẩy nhanh việc xây dựng cơ sở dữ liệu cơ bản về dệt may và các nền tảng dịch vụ kỹ thuật số liên quan; tập trung vào sản xuất thông minh và quy trình sản xuất thông minh, toàn diện hội nhập sâu rộng và áp dụng toàn diện công nghiệp hóa và thông tin hóa ngành công nghiệp dệt may cũng như thúc đẩy nâng cao tổng thể trình độ sản xuất hàng dệt may.
"Sản xuất tại Trung Quốc 2025 "	Thúc đẩy quy trình sản xuất, thông minh hóa: Thí điểm xây dựng nhà máy thông minh/nhà xưởng kỹ thuật số tại các khu vực trọng điểm. Tăng cường ứng dụng Internet trong lĩnh vực sản xuất: Xây dựng lộ trình phát triển tích hợp Internet và công nghiệp sản xuất, làm rõ phương hướng, mục tiêu và con đường phát triển; phát triển khả năng tùy chỉnh, cá nhân hóa dựa trên Internet, thiết kế nguồn cung ứng cộng đồng, dữ liệu đám mây và các mô hình sản xuất mới khác, thúc đẩy các hoạt động R&D. Tích cực thúc đẩy phát triển sản xuất theo định hướng dịch vụ: Nghiên cứu xây dựng hướng dẫn thúc đẩy phát triển sản xuất theo định hướng dịch vụ và triển khai kế hoạch hành động sản xuất theo định hướng dịch vụ. Thực hiện thí điểm để hướng dẫn và hỗ trợ các doanh nghiệp sản xuất mở rộng chuỗi dịch vụ, từ chủ yếu cung cấp sản xuất sản phẩm sang cung cấp sản phẩm và dịch vụ. Khuyến khích các doanh nghiệp sản xuất tăng cường đầu tư vào các liên kết dịch vụ, phát triển các dịch vụ tùy chỉnh theo hướng cá nhân hóa, quản lý toàn bộ vòng đời, tiếp thị chính xác và các dịch vụ hỗ trợ trực tuyến. Hỗ trợ các doanh nghiệp đủ năng lực chuyển đổi từ cung cấp sản phẩm sang cung cấp giải pháp tổng thể. Khuyến khích các công ty sản xuất cao cấp "tận dụng" lợi thế chuyên môn của họ và cung cấp các dịch vụ chuyên nghiệp cho ngành thông qua tái cấu trúc quy trình kinh doanh.
"Trình diễn Thí điểm mô hình Sản xuất thông minh theo Kế hoạch Thực hiện Hành động Đặc biệt 2016"	Thực hiện các cuộc trình diễn sản xuất thí điểm tùy chỉnh cá nhân hóa theo quy mô lớn: Sử dụng điện toán đám mây công nghiệp, dữ liệu lớn (big data) công nghiệp để xây dựng nền tảng thông tin dựa trên nhu cầu được cá nhân hóa của người dùng và nền tảng dịch vụ tùy chỉnh được cá nhân hóa để thực hiện thu thập và phân tích dữ liệu phục vụ các hoạt động R&D và thiết kế, lập kế hoạch sản xuất, sản xuất linh hoạt, phân phối, hậu cần và dịch vụ sau bán hàng, đồng thời cải thiện tốc độ, theo chi phí thấp của doanh nghiệp để đáp ứng nhu cầu cá nhân hóa của người dùng.

1.2 CẬP NHẬT "ĐỀ ÁN KẾ HOẠCH PHÁT TRIỂN KINH TẾ & XÃ HỘI 5 NĂM LẦN THỨ 14 VÀ TẦM NHÌN ĐẾN NĂM 2035"

Với 15 phần, 60 bài viết và khoảng 20.000 từ, bản "Đề án" được xây dựng dưới sự chủ trì của Tổng Bí thư Tập Cận Bình là văn bản đánh dấu hành trình mới xây dựng đất nước xã hội chủ nghĩa hiện đại toàn diện là, hướng dẫn hành động cho sự phát triển kinh tế và xã hội của Trung Quốc trong 5 năm tới và hơn thế nữa.

Mục tiêu mới: Xây dựng đất nước xã hội chủ nghĩa hiện đại, toàn diện

Đại hội Đại biểu toàn quốc lần thứ 19 của Đảng Cộng sản Trung Quốc đã đưa ra một thỏa thuận chiến lược gồm hai giai đoạn, hướng tới hiện đại hóa chủ nghĩa xã hội vào năm

2035, thông qua những mô tả cụ thể ở các khía cạnh: Sức mạnh kinh tế, sức mạnh khoa học & công nghệ và sức mạnh quốc gia tổng thể của Trung Quốc sẽ tăng lên đáng kể; một hệ thống kinh tế hiện đại sẽ được thiết lập; hệ thống quản trị quốc gia và năng lực quản trị sẽ được hiện đại hóa một cách cơ bản; sức mạnh mềm văn hóa của đất nước sẽ được nâng cao đáng kể; về cơ bản sẽ đạt được mục tiêu xây dựng một Trung Quốc giàu đẹp; GDP đạt mức tương đương của các nước phát triển; việc xây dựng Trung Quốc phát triển theo hướng an toàn được đề cao.

Phối hợp hai vấn đề chính: Phát triển và An ninh

Một chủ đề tư tưởng quan trọng, xuyên suốt trong Đề án là đưa ra câu trả lời cho câu hỏi Làm cách nào phối hợp hai vấn đề chính là vừa phát triển, vừa đảm bảo an ninh, an toàn. "Phối hợp phát triển và an ninh", "Tuân thủ khái niệm an ninh quốc gia tổng thể", "Ngăn chặn và giải quyết các rủi ro khác nhau ảnh hưởng đến quá trình hiện đại hóa của Trung Quốc". Wang Jun, thành viên của Ủy ban Học thuật của Trung tâm Giao lưu Kinh tế Quốc tế Trung Quốc cho biết, thế giới đang trải qua những thay đổi lớn chưa từng thấy trong một thế kỷ. Vấn đề phát triển không cân bằng và thiếu hụt ở Trung Quốc vẫn còn nổi cộm. Cần nâng cao ý thức lo lắng, suy nghĩ thấu đáo, lường hết những khó khăn, phức tạp, suy nghĩ sâu hơn về các nguy cơ khác nhau, chú ý những sơ hở, điểm mạnh, điểm yếu, chơi tốt từng nước đi và chủ động.

Ba "thông điệp" được nhấn mạnh: Giai đoạn phát triển mới - Khái niệm phát triển mới - Mô hình phát triển mới

Tổng Bí thư Tập Cận Bình nhấn mạnh tại cuộc họp lần thứ 16 của Ủy ban Cải cách sâu rộng Trung ương ngày 2/11/2020 vừa qua rằng, Trung Quốc sẽ bước vào một giai đoạn phát triển mới trong thời kỳ "Kế hoạch 5 năm lần thứ 14".

Thích ứng với giai đoạn phát triển mới không thể tách rời việc hướng dẫn các khái niệm phát triển mới, cần xây dựng mô hình phát triển mới thích ứng với giai đoạn mới.

"Kiên quyết thực hiện khái niệm phát triển mới, đề cao tính đổi mới, sự phối hợp, phát triển xanh theo hướng cởi mở và chia sẻ."

Bám sát chiến lược thúc đẩy nhu cầu trong nước, đẩy nhanh việc xây dựng hệ thống cung ứng nội địa hoàn chỉnh, kết hợp thực hiện chiến lược mở rộng nhu cầu nội địa với cải cách cơ cấu trọng cung theo chiều sâu, sử dụng nguồn cung chất lượng cao, có định hướng đổi mới để dẫn dắt và tạo ra nhu cầu mới,…

Xu Hongcai, Phó Giám đốc Ủy ban Chính sách Kinh tế của Viện Nghiên cứu Chính sách Trung Quốc cho biết, lấy những định hướng của kế hoạch "5 năm lần thứ 13" làm kim chỉ nam, với kế hoạch "5 năm lần thứ 14", mô hình phát triển mới không chỉ sẽ đưa giai đoạn phát triển mới của Trung Quốc đi vào chiều sâu, củng cố và ổn định mà còn giúp phục hồi nền kinh tế toàn cầu và mang lại nhiều cơ hội hơn cho thế giới, làm phong phú và phát triển hơn nữa những tư tưởng của Tập Cận Bình về chủ nghĩa xã hội đặc sắc của Trung Quốc trong thời đại mới.

Bắt đầu một hành trình mới, xây dựng một đất nước xã hội chủ nghĩa hiện đại theo cách toàn diện

Giai đoạn phát triển mới là mấu chốt mới của cải cách. Kế hoạch "5 năm lần thứ 14" sẽ đưa ra những thỏa thuận mới xoay quanh các cải cách sâu rộng toàn diện: Kích thích sức sống của các thực thể thị trường khác nhau, cải thiện điều hành kinh tế vĩ mô, thiết lập hệ thống tài chính thuế khóa hiện đại, xây dựng hệ thống thị trường tiêu chuẩn cao và đẩy nhanh việc chuyển đổi chức năng của chính phủ.

Khái niệm phát triển mới: Phát triển sản xuất chất lượng cao trong Kế hoạch "5 năm lần thứ 14"

Cốt lõi của Kế hoạch "5 năm lần thứ 14" đề cập đến 12 nhiệm vụ chính, trong đó "Kiên trì phát triển theo định hướng đổi mới" được đặt lên hàng đầu.

Công nhân TCT CP Dệt May Hòa Thọ

Công nhân CTCP Dệt may Huế

Bám sát vị trí cốt lõi của đổi mới trong bối cảnh chung của đường lối hiện đại hóa Trung Quốc, lấy tự lực khoa học và công nghệ làm hỗ trợ chiến lược cho phát triển đất nước, đặt đổi mới sáng tạo lên hàng đầu trong tất cả các nhiệm vụ quy hoạch và thực hiện các chương đặc biệt.

"Doanh nghiệp là cơ quan và lực lượng chính của đổi mới, đồng thời là người sử dụng và thụ hưởng kết quả đổi mới. Bước tiếp theo là phấn đấu đạt được những đột phá lớn trong các lĩnh vực then chốt và đóng góp tốt hơn vào việc xây dựng một đất nước hùng mạnh về khoa học và công nghệ" - Pan Gang, Bí thư Đảng ủy kiêm Chủ tịch Tập đoàn Yili cho biết.

Đề án đưa ra các khái niệm về phối hợp, sản xuất xanh, tính cởi mở và chia sẻ, phản ánh các yêu cầu cần thiết cho phát triển chất lượng cao, thúc đẩy phát triển vùng có phối hợp và đô thị hóa mới; Thúc đẩy phát triển xanh và sự chung sống hài hòa giữa con người và thiên nhiên; Thực hiện mở cửa "cấp cao" với thế giới bên ngoài và mở ra tình hình hợp tác hai bên cùng có lợi; Nâng cao chất lượng cuộc sống của nhân dân và nâng cao trình độ xây dựng xã hội.

Hiện tại, GDP bình quân đầu người của Trung Quốc đã vượt quá 10.000 đô la Mỹ và nhóm thu nhập trung bình vượt quá 400 triệu người. Giai đoạn "Kế hoạch 5 năm lần thứ 14" sẽ là giai đoạn quan trọng để Trung Quốc trở thành quốc gia có thu nhập cao. "Đề xuất" của kế hoạch đã đưa ra một loạt chính sách "đột phá" trong lĩnh vực phân phối thu nhập, bao gồm cải thiện cơ chế tăng lương hợp lý, chú trọng tăng thu nhập của nhóm thu nhập thấp, mở rộng nhóm thu nhập trung bình, và tăng thu nhập tài sản của cư dân thành thị và nông thôn thông qua nhiều kênh. "Thịnh vượng chung" đã có những bước phát triển mạnh mẽ.

1.3 ĐỊNH HƯỚNG PHÁT TRIỂN CHO NGÀNH DỆT MAY TRUNG QUỐC TRONG KẾ HOẠCH "5 NĂM LẦN THỨ 14"

Năm 2020 là năm cuối cùng của "Kế hoạch 5 năm lần thứ 13". Thời kỳ "Kế hoạch 5 năm lần thứ 14" sẽ bắt đầu một hành trình mới hiện đại hóa xã hội chủ nghĩa, và ngành Dệt May cũng sẽ bước vào một giai đoạn phát triển chất lượng cao. Ngành Dệt May Trung Quốc, mặc dù đã tích lũy được nền tảng và năng lực tốt để phát triển chất lượng cao nhưng cũng đang phải đối mặt

Công nhân ngành Dệt may Ấn Độ

với nhiều yếu tố rủi ro như chống toàn cầu hóa, cạnh tranh quốc tế gay gắt, nhu cầu tiêu dùng trong nước cần cải thiện.

Để xác định vị trí và con đường của ngành Dệt May nhằm đạt được sự phát triển chất lượng cao trong quá trình hiện đại hóa xã hội chủ nghĩa, Hội đồng Dệt May Quốc gia Trung Quốc đã bắt đầu chuẩn bị cho "Kế hoạch 5 năm lần thứ 14" của ngành Dệt May vào nửa cuối năm 2019. Có các nhóm nghiên cứu theo chủ đề: ***Thứ nhất là về cấp độ toàn diện,*** bao gồm các nhóm nhỏ là: nhóm toàn diện, nhóm công nghệ, nhóm thời trang và nhóm phát triển xanh. ***Nhóm thứ hai*** là nhóm nghiên cứu các vấn đề đặc biệt, với 7 lĩnh vực bao gồm: bố cục vùng và cụm công nghiệp, phát triển quốc tế, cung cầu nguyên liệu sợi, ươm mầm tài năng chuyên nghiệp, áp dụng CNTT vào ngành Dệt May, hội nhập lao động và hội nhập tài chính - công nghiệp. ***Nhóm nghiên cứu thứ ba*** là nghiên cứu các vấn đề chuyên môn, bao gồm 12 lĩnh vực chuyên môn như: kéo sợi bông, sợi hóa học, vải lanh, lụa, hàng dệt kim, in và nhuộm, dệt sợi, may mặc, dệt gia dụng, dệt công nghiệp và máy dệt. Theo lịch trình, trong nửa đầu năm 2020, công việc nghiên cứu hướng dẫn phát triển theo Kế hoạch "5 năm lần thứ 14" về nhiều vấn đề đặc biệt và các lĩnh vực chuyên môn khác nhau đã được hoàn thành bước đầu và "Ý kiến chỉ đạo phát triển 5 năm lần thứ 14 của ngành Dệt May" (dự thảo thảo luận) sẽ được hình thành trong quý III/2020. Dự thảo sẽ được hoàn thiện cơ bản trong năm 2020 trên cơ sở trưng cầu đầy đủ các ý kiến từ các đơn vị, chuyên gia trong và ngoài ngành, và sẽ chính thức được công bố sau khi sửa đổi thêm vào nửa đầu năm 2021.

Nhìn chung, theo nhiều chuyên gia đầu ngành nhận định, trong thời kỳ "Kế hoạch 5 năm lần thứ 14", ngành Dệt May của Trung Quốc phải tập trung vào phát triển chất lượng cao, cải cách cơ cấu bên cung và đẩy nhanh việc hình thành một mô hình phát triển mới với chiến lược chu kỳ kép, lấy động lực phát triển trong nước và quốc tế làm trụ cột, thúc đẩy, hỗ trợ lẫn nhau. Cần liên tục cải tiến về phát triển thương hiệu, dẫn đầu và kiểm soát thị trường quốc tế, mở rộng ảnh hưởng của các thương hiệu Trung Quốc và văn hóa Trung Quốc, đồng thời tuân thủ phát triển xanh và bền vững. Bên cạnh đó, cần tăng cường nghiên cứu phát triển khoa học và công nghệ, thực hiện tốt công tác nghiên cứu về sợi công nghệ cao, công nghệ chế biến, công nghệ máy dệt. Đồng thời, sẽ thực hiện điều chỉnh cơ cấu trên 3 khía cạnh: ngành, khu vực và sản phẩm.

Theo những thông tin hiện tại, dự báo những hướng phát triển chính của ngành Dệt May Trung Quốc trong giai đoạn tiếp theo như sau:

• Về nguyên liệu thượng nguồn: Sản xuất xơ tính năng cao, xơ an toàn (high-performance fiber, bio-base fiber), xơ tổng hợp đa chức năng như kháng khuẩn, chống lửa, chống tia UV, chống sóng điện từ …

• Sản xuất trong nước quy mô lớn với giá thành thấp, tăng cường R&D trong cả chuỗi sản xuất của ngành.

• Xây dựng chuỗi sản xuất xanh từ nguyên liệu ban đầu, thiết kế, sản xuất, bán hàng, tiêu dùng và tái chế.

Kế hoạch "5 năm lần thứ 14" cho giai đoạn 2021-2025 của Chính phủ Trung Quốc dự kiến sẽ được công bố vào tháng 3 năm 2021 nhưng có thể dự đoán được Trung Quốc sẽ vẫn tiếp tục chiến lược chuyển đổi và nâng cấp ngành Dệt May đã được đề ra cho giai đoạn 5 năm vừa qua, chuyển từ mô hình "quy mô và tốc độ" sang mô hình "chất lượng và hiệu quả", chuyển từ mô hình phát triển không chú trọng đến môi trường (non-green model) sang mô hình phát triển xanh, trong khi vẫn đáp ứng nhanh yêu cầu của khách hàng và duy trì tốc độ tăng trưởng cao.

Với tác động của đại dịch Covid-19 dự báo Trung Quốc sẽ tập trung khai thác thị trường nội địa, tăng đầu tư vào R&D để thúc đẩy sáng kiến kỹ thuật, công nghệ và phát triển sản phẩm mới, đặc biệt là nhóm sản phẩm dệt công nghiệp.

Công nhân ngành Dệt may Ấn Độ

2. ẤN ĐỘ

Thông tin giới thiệu chung

- GDP đầu người năm 2019 đạt 2.104 USD;

- Số dân trong độ tuổi lao động: 501 triệu người, chiếm 37% dân số;

- Ngành Dệt May Ấn Độ đóng góp 12% tổng KNXK và 2% vào tăng trưởng GDP, chiếm 14% giá trị sản xuất công nghiệp nước này.

- Quy mô ngành Dệt May Ấn Độ khoảng 150 tỷ USD, trong đó 75% là tiêu thụ nội địa, 25% cho xuất khẩu;

- Lao động trực tiếp và gián tiếp trong ngành Dệt May lên đến 100 triệu người.

- Năng lực sản xuất:

• Sợi: 6 triệu tấn (năm 2018), chiếm 11% tổng sản lượng thế giới;

• Vải: 45 tỷ mét vải, chiếm 30% tổng sản lượng thế giới;

• May: 21 tỷ USD kim ngạch xuất khẩu hàng may mặc và sản phẩm dệt, chiếm 4% tổng KNXK thế giới.

Trong thời gian qua, Chính phủ Ấn Độ đã lên kế hoạch hành động cho các chương trình thúc lĩnh vực dệt may của Ấn Độ một cách toàn diện, bao gồm các chương trình phúc lợi xã hội, bảo hiểm, phát triển khu vực cũng như nâng cấp các khung dệt đã lỗi thời, trợ cấp thuế và hỗ trợ tuyên truyền, ... Các sáng kiến của Chính phủ đóng vai trò quan trọng trong việc tăng cường sản xuất dệt may và khuyến khích ngành công nghiệp này phục vụ hiệu quả cho thị trường trong nước và quốc tế.

MỤC TIÊU CHÍNH SÁCH

Bộ Dệt May Ấn Độ đặt ra mục tiêu quy mô ngành Dệt May Ấn Độ đến năm 2025 ở mức 220 tỷ USD, với tốc độ tăng trưởng bình quân kép CAGR đạt 12%. Tuy nhiên, đại dịch Covid-19 đã tác động mạnh mẽ đến ngành Dệt May Ấn Độ, dự kiến tiêu thụ nội địa năm nay giảm đến 30%. Liên hiệp Dệt May Ấn Độ (CITI) dự báo nhu cầu nội địa sẽ phục hồi chậm sau Covid-19, đến 2023 mới trở lại được quy mô của năm 2019 ở mức 110 tỷ USD.

MỘT SỐ CHÍNH SÁCH LỚN

Chúng ta cùng điểm lại một số chính sách mà Chính phủ Ấn Độ đã và đang thực thi trong thời gian qua:

Đề án Quỹ Nâng cấp Công nghệ sửa đổi cho ngành Dệt May (ATUFS): ATUFS được thiết kế để hỗ trợ nâng cấp công nghệ ở các doanh nghiệp. Quỹ ATUFS cung cấp trợ cấp vốn một lần, Chính phủ Trung ương sẽ hỗ trợ 15% đối với lĩnh vực may mặc và hàng dệt kỹ thuật. Các phân ngành khác sẽ được trợ cấp 10% cho việc nâng cấp máy móc. Một quỹ trị giá 2,7 tỷ USD đã được phân bổ cho chương trình ATUFS được khởi động vào tháng 1 năm 2016, kéo dài tới 2023. Theo Ngân sách Liên minh 2019-2020, 700 RS CRORE đã được phân bổ cho chương trình này.

Đề án phát triển KCN Dệt May tổng hợp (SITP): Đề án KCN Dệt May tích hợp tạo ra các cơ sở hạ tầng tốt cho các đơn vị dệt may nước này. Chính phủ Ấn Độ đã tài trợ tới 40% chi phí dự án với mức trần RS. 40 CRORES.
Đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI): Ngành Dệt May ở Ấn Độ có một trong những chính sách đầu tư tự do nhất đối với các khoản đầu tư nước ngoài. Thông qua cơ chế cấp phép tự động, 100% vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI) được cho phép ở Ấn Độ. Automatic Route quy định rằng, nhà đầu tư không cư trú hoặc công ty Ấn Độ không yêu cầu bất kỳ loại giấy phép chấp thuận nào từ Chính phủ Ấn Độ cho các khoản đầu tư FDI. Lượng vốn FDI đổ vào Ấn Độ đã tăng từ 55,56 tỷ USD trong giai đoạn 2015-2016, lên 60,97 tỷ USD năm

2017-2018 và trong năm 2018-2019, Ấn Độ ghi nhận dòng vốn FDI cao nhất từ trước đến nay là 62 tỷ USD.
Kế hoạch SAATHI: Bộ Dệt May và Liên minh Bộ Công nghiệp đã cùng khởi động một kế hoạch gọi là SAATHI (Trang bị máy dệt hiệu quả để hỗ trợ các doanh nghiệp nhỏ). Theo sáng kiến này, các đơn vị sản xuất có máy dệt công suất vừa và nhỏ sẽ được cung cấp những máy dệt hiệu quả hơn, được cung ứng bởi Công ty TNHH Dịch vụ Năng lượng Hiệu quả (EESL), là một Cơ quan Khu vực Công thuộc Bộ Điện lực.

Xuất khẩu hàng hóa từ Đề án Ấn Độ: Chính phủ Ấn Độ đã áp dụng Đề án Xuất khẩu từ Ấn Độ thông qua Chính sách Ngoại thương (FTP) 2015-2020 và có hiệu lực từ ngày 1 tháng 4 năm 2015.

• Chương trình Xuất khẩu Hàng hóa từ Ấn Độ (MEIS) và Xuất khẩu Dịch vụ từ Chương trình Ấn Độ (SEIS) là hai chương trình xuất khẩu hàng hóa và dịch vụ được thiết kế với mục tiêu để các sản phẩm xuất khẩu của Ấn Độ cạnh tranh hơn trên thị trường toàn cầu.

• Trong dự thảo mới đây của chính sách này, Tổng cục Ngoại thương (DGFT) đã sửa đổi tỷ lệ ưu đãi theo Chương trình Xuất khẩu hàng hóa từ Ấn Độ (MEIS) tăng từ 2% lên 4 %.

Đề án nâng cao năng lực trong ngành Dệt May (SCBTS): Đề án phát triển kỹ năng này có tên là "Đề án nâng cao năng lực trong lĩnh vực dệt may (SCBTS)" đã được Ủy ban Nội các về các vấn đề kinh tế (CCEA) phê duyệt vào năm 2017 với kinh phí 1.300 RS CRORE từ năm 2017-2018 đến 2019-2020. Chương trình đặt mục tiêu phát triển kỹ năng cho 10 vạn thanh niên vào năm 2020, bao gồm toàn bộ chuỗi giá trị của ngành Dệt May, ngoại trừ kéo sợi và dệt vải.

CÁC GÓI HỖ TRỢ NHẰM HẠN CHẾ TÁC ĐỘNG CỦA COVID-19

Các biện pháp gần đây Chính phủ Ấn Độ thực hiện để hạn chế tác động của Covid-19 bao gồm:

- Cung cấp khoản cho vay tự động không thế chấp trị giá 40 tỷ USD cho các doanh nghiệp;

- Ngân hàng Trung ương tiếp tục gia hạn gói hỗ trợ tạm hoãn lãi suất trong 6 tháng và thời hạn trả nợ trong 4 năm, bao gồm hoãn 01 năm trả nợ các khoản vay mới vì Covid-19. Gói hỗ trợ này sẽ mang lại sự cải thiện rất cần thiết cho ngành Dệt May. Trong bối cảnh ngành Dệt May thâm dụng vốn và có tỷ suất lợi nhuận thấp, có thể phải đối mặt với tác động lớn hơn vì dịch bệnh, Liên Hiệp Dệt May Ấn Độ đã tiếp tục đề xuất Ngân hàng Trung ương hỗ trợ tái cơ cấu khoản vay một lần vì dự kiến nhu cầu nội địa sẽ giảm 28-30% trong năm nay;

- Bên cạnh đó, Chính phủ Ấn Độ đang xây dựng nhiều Chính sách Dệt May mới cho sự phát triển chung của ngành. Thông qua cổng thông tin điện tử và các liên đoàn khác nhau, Chính phủ đang trưng cầu dân ý từ cơ quan đoàn thể, chính quyền các bang, các cá nhân đang được trưng cầu ý kiến các chủ đề rộng như sợi tự nhiên, sợi nhân tạo, vải dệt thủ công, thủ công mỹ nghệ, khung dệt, dệt kỹ thuật, tiến bộ công nghệ và máy móc, cơ sở hạ tầng kéo sợi, dệt và phát triển nguồn nhân lực;

- Song song với đó, để thúc đẩy hơn nữa tốc độ tăng trưởng trong ngành Dệt May, Bộ Dệt May đã chi 107 triệu USD để thành lập 21 đơn vị sản xuất hàng may sẵn tại 7 bang nhằm phát triển và hiện đại hóa ngành Dệt May Ấn Độ.

Về sản xuất đồ bảo hộ

Ấn Độ cũng đã trở thành nhà sản xuất PPE lớn thứ hai trên thế giới với hơn 600 công ty ở Ấn Độ được chứng nhận để sản xuất PPE tính đến thời điểm hiện tại. Với quy mô thị trường PPE toàn cầu được dự đoán tăng lên 92,5 tỷ USD vào cuối năm 2025, so với quy mô 52,7 tỷ USD vào năm 2019, điều này hứa hẹn PPE sẽ góp phần tăng KNXK Dệt May Ấn Độ trong những năm tới.

Tăng trưởng trong lĩnh vực Dệt May của Ấn Độ được duy trì nhờ sức tiêu thụ nội địa cũng như nhu cầu xuất khẩu tăng mạnh trong trung hạn. Ấn Độ có nguồn nguyên liệu dồi dào, đặc biệt là đối với bông, nơi có chi phí khá cạnh tranh, cùng với cơ sở hạ tầng cải thiện và lực lượng lao động có tay nghề cao so với các nước láng giềng như Bangladesh và Sri Lanka, được kỳ vọng sẽ hỗ trợ trong việc mở rộng thị phần của nước này trên thị trường dệt may toàn cầu.

Mặc dù khó khăn trong ngắn hạn do đại dịch Covid-19 đang diễn ra, sẽ dẫn đến việc thu hẹp và giảm tăng trưởng trong vài quý tới so với mức trung bình trong lịch sử, nhiều chuyên gia trong nước vẫn ước tính rằng, Ấn Độ có khả năng đạt 70 tỷ USD xuất khẩu vào năm 2024.

Công nhân TCT Dệt May Hòa Thọ

Xuất khẩu Dệt May chiếm 81% tổng xuất khẩu, đóng góp 20% vào tăng trưởng GDP và là lực kéo chủ yếu của nền kinh tế Bangladesh. Mục tiêu của Chính phủ Bangladesh là trở thành nước thu nhập trung bình vào năm 2021 và ngành Dệt May đóng vai trò quan trọng để giúp đạt được mục tiêu đó. Trước Covid-19, Bangladesh đặt mục tiêu xuất khẩu hàng may mặc đạt 50 tỷ USD vào năm 2021.

Điểm hấp dẫn nhà đầu tư vào lĩnh vực Dệt May của Bangladesh là thời gian hoàn vốn nhanh, chỉ 3-5 năm, lao động dồi dào và rẻ hơn Trung Quốc, Ấn Độ, Việt Nam, Campuchia.

Tuy nhiên, thách thức đối với Bangladesh đó là thiếu điện, gas, lương tối thiểu tăng 51% từ T12/2018 sau khi giữ ổn định 5 năm, đình công, an ninh tại các nhà máy không đảm bảo. Chỉ có 33/6.000 nhà máy đạt tiêu chuẩn về phát triển bền vững.

CÁC CHÍNH SÁCH HỖ TRỢ TÁC ĐỘNG CỦA DỊCH COVID-19

Bộ trưởng Tài chính của Bangladesh ông AHM Mustafa Kamal ngày 11/6 vừa qua đã công bố dành 670 triệu USD từ Ngân sách Quốc gia để đạt mục tiêu đẩy tham vọng giúp Bangladesh đạt tăng trưởng GDP 8,2% vào 2021. Với ngành Dệt May nước này, ngân sách hỗ trợ ngành là khoảng 58,9 triệu USD. Xem xét sự suy thoái kinh tế do đại dịch Covid-19, Bộ trưởng Bộ Tài Chính nước này đề xuất tiếp tục chính sách hỗ trợ tiền mặt, bổ sung thêm 1% đối với hàng may mặc xuất khẩu cho năm tài khóa 2020-2021, trong khi đề xuất tăng thuế tại nguồn lên 0,50% từ mức 0,25% hiện tại. Cần phải lưu ý rằng với năm 2020, đầu tiên mức thuế khấu trừ tại nguồn ở mức 1%, sau khi qua quá trình điều chỉnh đã giảm xuống 0,25%.

3. BANGLADESH

Thông tin giới thiệu chung

- GDP đầu người năm 2019 đạt 1.855 USD;

- Số dân trong độ tuổi lao động: 71,1 triệu người, chiếm 44% tổng dân số của quốc gia này;

- Năng lực sản xuất:

+ Sợi: 6 triệu tấn (năm 2018), chiếm 11% tổng sản lượng thế giới;

+ Vải: 2,9 triệu tấn, chiếm 6% tổng sản lượng thế giới;

+ May: 27 tỷ USD kim ngạch xuất khẩu hàng may mặc và sản phẩm dệt, chiếm 5% tổng KNXK thế giới.

Việc tăng 1% đối với chính sách hỗ trợ tiền mặt với đơn hàng xuất khẩu cũng có nghĩa là các doanh nghiệp xuất khẩu may mặc của Bangladesh đang hưởng lợi đến 5% hoàn tiền mặt với đơn hàng xuất khẩu tới các thị trường xuất khẩu phi truyền thống. Đồng thời, ông Kamal cũng đề xuất mức thuế doanh nghiệp 12% với doanh nghiệp chưa sản xuất xanh và 10% với doanh nghiệp sản xuất xanh trong 2 năm tới đây.

Về Ngân sách, Bộ trưởng Tài Chính cũng đã tìm cách cắt giảm thuế nhập khẩu đối với các sản phẩm như hệ thống giá đỡ công nghiệp và thẻ RFID từ mức 25% xuống 15% để thúc đẩy ngành Dệt May nước này. Bộ trưởng cũng đề xuất miễn thuế VAT đối với khẩu trang và PPE, những mặt hàng đã trở nên phổ biến về mặt hàng xuất khẩu từ Bangladesh trong vài tháng qua kể từ khi dịch Covid-19 bùng phát trên toàn cầu.

Bên cạnh đó, để thúc đẩy ngành Dệt May trong nước, Bộ trưởng Bộ Tài Chính Bangladesh đang tính đến phương án thay thế thuế VAT 5% hiện hành đối với mặt hàng polyester, rayon và tất cả các loại sợi tổng hợp khác và đưa ra mức thuế giá trị gia tăng cố định là 0,07 USD/kg đối với tất cả các sản phẩm này. Bộ Tài Chính nước này cũng đưa ra đề xuất giảm thuế VAT đối với tất cả các loại sợi bông từ mức 0,047 USD/kg xuống 0,035 USD/kg, trong khi vẫn giữ nguyên áp dụng miễn thuế đối với mặt hàng bông nhập khẩu. Bên cạnh đó, Bộ trưởng Bộ Tài Chính cũng đề nghị điều chỉnh các quy định trong quy chế cấp phép kho ngoại quan để đảm bảo các tài sản này được sử dụng đúng mục đích ●

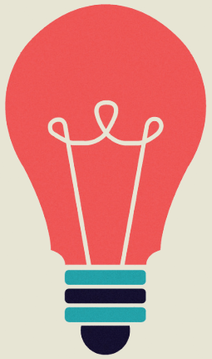
Chú thích:

(*) B2B : Business to Business; B2C : Business to Customer; O2O : Online to Offline

TỔNG QUAN KINH TẾ VIỆT NAM NĂM 2020 VÀ DỰ BÁO NĂM 2021

Dựa trên những kết quả đã đạt được của năm 2019, Chính phủ đã trình và được Quốc hội ban hành Nghị quyết về kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội năm 2020, theo đó tăng trưởng GDP đạt 6,8%; CPI bình quân dưới 4%. Tuy nhiên, sự xuất hiện bất ngờ không có trong bất kỳ kịch bản nào của đại dịch Covid-19 đã thay đổi tất cả. Theo dự báo của các tổ chức kinh tế lớn và uy tín trên thế giới, tăng trưởng GDP của Việt Nam sẽ đạt khoảng 2,3 – 2,4% (ADB, IMF), cho đến 3% (World Bank) trong năm 2020 và sẽ quay trở lại mức tăng trưởng xấp xỉ 7% (Citibank) trong năm 2021.

Bài: **XUÂN QUÝ**



KẾT QUẢ NĂM 2020

Bước vào năm 2020, đại dịch Covid-19 bùng phát đã gây ảnh hưởng nặng nề đến nền kinh tế toàn cầu và Việt Nam cũng không tránh khỏi những tác động xấu, các ngành nghề, lĩnh vực kinh doanh bị suy giảm mạnh mẽ, ảnh hưởng sâu sắc đến sức khỏe doanh nghiệp và đời sống người dân.

Quý đầu tiên của năm, Việt Nam chứng kiến mức tăng trưởng kinh tế 3,82%. Vào lúc này, những ảnh hưởng của đại dịch mới chỉ nhen nhóm, chưa thể hiện rõ nét, do hầu hết các đơn đặt hàng đã được hoàn thành và các nhà mua đã/đang hoàn thành việc thanh toán. Bước vào quý II, Việt Nam áp dụng lệnh cách ly toàn xã hội trên phạm vi toàn quốc, các cơ sở kinh doanh dịch vụ, hàng hóa không thiết yếu phải đóng cửa toàn bộ, do đó tốc độ tăng trưởng chỉ còn đạt 0,39%. Trong Quý III, khi dịch Covid-19 tái bùng phát trong tháng 7, tuy nhiên lệnh cách ly chỉ áp dụng tại Đà Nẵng, do đó tăng trưởng GDP đạt mức 2,62%, giúp đưa con số tăng trưởng của 9 tháng lên 2,12%. Mặc dù đã có những nỗ lực đáng ghi nhận, đây vẫn là mức tăng thấp nhất của 9 tháng trong giai đoạn 2011-2020. Tính về tổng thể, trong bối cảnh dịch Covid-19 gây ra một cú sốc lớn làm kinh tế thế giới và thương mại toàn cầu suy thoái sâu thì việc nền kinh tế Việt Nam vẫn có tăng trưởng dương đã là kết quả đáng khích lệ và tự hào.

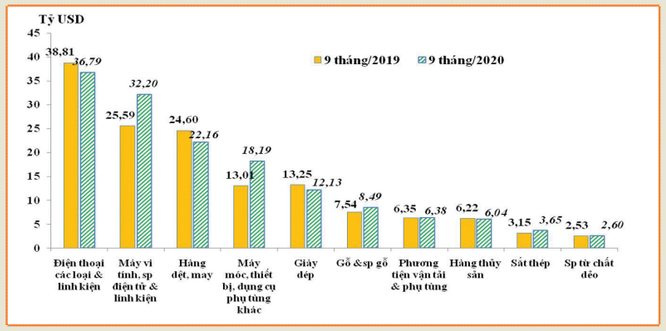
Hoạt động xuất nhập khẩu hàng hóa của Việt Nam trong 11 tháng năm nay đạt mức xuất siêu kỷ lục 20,1 tỷ USD trong bối cảnh dịch Covid-19 tiếp tục diễn biến phức tạp gây ảnh hưởng tiêu cực tới kinh tế thế giới. Tổng kim ngạch xuất, nhập khẩu hàng hóa 11 tháng ước tính đạt 489,1 tỷ USD, tăng 3,5% so với cùng kỳ năm trước, trong đó xuất khẩu đạt 254,6 tỷ USD, tăng 5,3%; nhập khẩu đạt 234,5 tỷ USD, tăng 1,5%. Trong đó, kim ngạch xuất khẩu hàng hóa ước tính đạt 254,6 tỷ USD, tăng 5,3% so với cùng kỳ năm trước, trong đó khu vực kinh tế trong nước đạt 73 tỷ USD, tăng 1,6%, chiếm 28,7% tổng kim ngạch xuất khẩu; khu vực có vốn đầu tư nước ngoài (kể cả dầu thô) đạt 181,6 tỷ USD, tăng 6,9%, chiếm 71,3%. Có 31 mặt hàng đạt kim ngạch xuất khẩu trên 1 tỷ USD, chiếm 92% tổng kim ngạch xuất khẩu (trong đó có 6 mặt hàng xuất khẩu trên 10 tỷ USD, chiếm 64,3%), trong đó hàng dệt may (bao gồm cả xơ, sợi, NPL) đứng thứ 3 (sau điện thoại và linh kiện; điện tử, máy tính và linh kiện) đạt 31,8 tỷ USD, giảm 11% so với cùng kỳ.

Về thị trường xuất khẩu hàng hóa, Hoa Kỳ là thị trường xuất khẩu lớn nhất của Việt Nam trong 11 tháng với kim ngạch đạt 69,9 tỷ USD, tăng 25,7% so với cùng kỳ năm trước. Tiếp đến là Trung Quốc đạt 43,1 tỷ USD, tăng 16%. Thị trường EU đạt 32,2 tỷ USD, giảm 2,4%. Thị trường ASEAN đạt 20,9 tỷ USD, giảm 10,6%. Hàn Quốc đạt 17,7 tỷ USD, giảm 2,7%. Nhật Bản đạt 17,3 tỷ USD, giảm 6,5%.

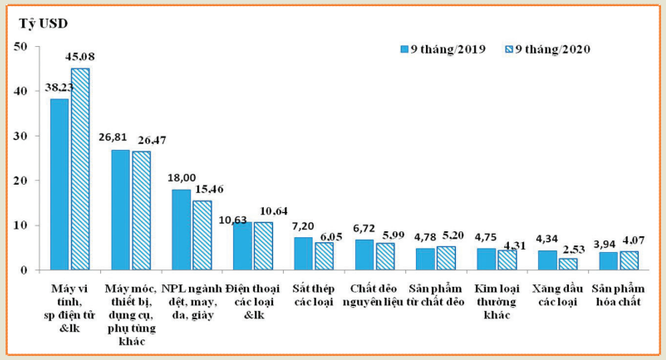
Tính chung 11 tháng năm 2020, kim ngạch nhập khẩu hàng hóa ước tính đạt 234,5 tỷ USD, tăng 1,5% so với cùng kỳ năm trước, trong đó khu vực kinh tế trong nước đạt 85,43 tỷ USD, giảm 9,6 %; khu vực có vốn đầu tư nước ngoài đạt 149,07 tỷ USD, tăng 9,2%. Có 34 mặt hàng đạt kim ngạch nhập khẩu trên 1 tỷ USD, chiếm 89,4% tổng kim ngạch nhập khẩu (có 4 mặt hàng đạt kim ngạch trên 10 tỷ USD, chiếm 49,3%), trong đó vải đạt 10,6 tỷ USD, giảm 12,3%.

Về thị trường nhập khẩu hàng hóa trong 11 tháng, Trung Quốc là thị trường nhập khẩu lớn nhất của Việt Nam với kim ngạch ước tính đạt 73,9 tỷ USD, tăng 7,9% so với cùng kỳ năm trước; Hàn Quốc đạt 42 tỷ USD, giảm 2,9%; thị trường ASEAN đạt 27,3 tỷ USD, giảm 6,9%; Nhật Bản đạt 18,6 tỷ USD, tăng 4,8%; thị trường EU đạt 13,2 tỷ USD, tăng 4,3%; Hoa Kỳ đạt 12,6 tỷ USD, giảm 3,6%.

10 nhóm hàng có trị giá xuất khẩu lớn nhất trong 3 quý/2019 và 3 quý/2020

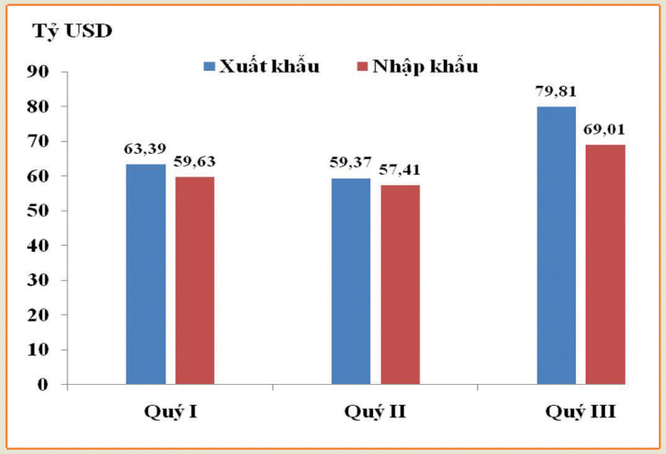


10 nhóm hàng có trị giá nhập khẩu lớn nhất trong 3 quý/2019 và 3 quý/2020



Nguồn: Tổng cục Hải quan

Trị giá xuất nhập khẩu của Việt Nam 3 quý năm 2020



Nguồn: Tổng cục Hải quan

Có thể thấy rằng, những kết quả thực hiện trong năm 2020 là rất tích cực, bởi trước hết Việt Nam là quốc gia đã thành công trong việc phòng, chống dịch Covid-19, không để dịch lây lan rộng trong cộng đồng; từ đó giảm thiểu tối đa thiệt hại về tính mạng người dân.

Với sự nỗ lực của cả hệ thống chính trị trong thực hiện mục tiêu kép (vừa ngăn chặn, phòng, chống dịch, vừa duy trì tăng trưởng kinh tế) mà các tổ chức quốc tế theo dõi kinh tế Việt Nam đã không ngần ngại trao cho Việt Nam là "điểm sáng hiếm hoi" hay "sự thần kỳ mới". Trong đó, Quỹ Tiền tệ Quốc tế cho rằng Việt Nam sẽ là nền kinh tế tăng trưởng dương duy nhất trong nhóm các nước Đông Nam Á năm 2020 với GDP tăng trưởng 2,4%; Ngân hàng Thế giới dự báo Việt Nam sẽ đạt tăng trưởng kinh tế 2,5 - 3% trong năm 2020; Ngân hàng Standard Chartered dự báo Việt Nam sẽ đạt mức tăng trưởng 3% trong năm 2020.

DỰ BÁO NĂM 2021

Bước sang năm 2021, kinh tế Việt Nam đứng trước nhiều cơ hội. Kinh tế thế giới được dự báo tiếp tục duy trì tăng trưởng trong bối cảnh dịch bệnh được kỳ vọng kiểm soát. Khu vực ASEAN được dự báo vẫn là khu vực kinh tế tăng trưởng cao và năng động nhất thế giới. Với nền tảng vĩ mô khá ổn định và được đánh giá cao trong công tác kiểm soát và đối phó với dịch bệnh, Việt Nam hiện đang có có lợi thế trong việc thu hút sự quan tâm của giới đầu tư và kinh doanh quốc tế. Đây là một yếu tố quan trọng đặc biệt trong bối cảnh cạnh tranh và xung đột thương mại có thể đẩy nhanh quá trình dịch chuyển vốn sang các thị trường tiềm năng. Việc tham gia và thực hiện các FTA thế hệ mới (CPTPP, EVFTA và RCEP) cũng là điều kiện để Việt Nam có thể mở rộng thị trường, thu hút đầu tư, công nghệ và cải thiện môi trường kinh doanh, qua đó thúc đẩy tăng trưởng kinh tế trong năm 2021 và giai đoạn tới.

Tuy nhiên, diễn biến dịch bệnh còn có nhiều bất định, đặc biệt là ở nhiều nước đối tác thương mại đầu tư lớn của Việt Nam, dẫn đến ảnh hưởng tiêu cực đến đầu tư và thương mại trong nước. Các yếu tố giúp duy trì tăng trưởng kinh tế năm 2020, như việc thực hiện các gói cứu trợ các đối tượng người lao động và doanh nghiệp đang chịu ảnh hưởng bởi đại dịch Covid-19 cũng chưa mang lại nhiều hiệu quả; việc nâng cao tốc độ giải ngân vốn đầu tư công vẫn còn khó khăn, đầu tư tư nhân suy giảm; tâm lý tiêu dùng còn chưa ổn định làm giảm quy mô tiêu dùng. Ngoài ra, nhiều ngành sản xuất truyền thống như dệt may và da giầy, dịch vụ du lịch và bán lẻ đang đối mặt với nguy cơ suy giảm sản xuất do chuỗi cung ứng và tiêu thụ chưa được phục hồi; các biến động của môi trường quốc tế sẽ tác động đến Việt Nam nhanh hơn, sâu sắc hơn; những yếu kém nội tại của nền kinh tế chưa được giải quyết; những rủi ro phi truyền thống tiềm ẩn có nguy cơ bùng phát dưới nhiều hình thức và mức độ ngày một khốc liệt.

Mặc dù còn nhiều khó khăn và yếu tố bất định, nhưng đánh giá chung, năm 2021 sẽ là năm kinh tế thế giới bước vào thời kì phục hồi sau đại dịch. Các kịch bản tăng trưởng kinh tế Việt Nam được xây dựng dựa trên khả năng hồi phục của kinh tế thế giới và quyết tâm trong thực hiện chính sách cứu trợ nền kinh tế Việt Nam sau đại dịch Covid-19.

Theo Ngân hàng Nhà nước, tốc độ tăng trưởng GDP của Việt Nam năm 2021 sẽ hồi phục trở lại, tuy nhiên đà hồi phục có thể theo 2 kịch bản:

Kịch bản 1, nếu dịch bệnh trong nước được tiếp tục kiểm soát, dịch bệnh trên thế giới được đẩy lùi. Theo đó, các hoạt động dịch vụ, thương mại hàng hóa sẽ nhanh chóng được khôi phục trở lại. Sự kết nối lại chuỗi cung ứng sẽ giúp Việt Nam tăng trưởng mạnh mẽ do lợi thế về kiểm soát sớm dịch bệnh. Với kịch bản này, tăng trưởng GDP năm 2021 dự kiến có thể đạt 6,5-7,5%.

Kịch bản 2, trường hợp dịch bệnh diễn biến phức tạp tiếp tục ảnh hưởng đến hoạt động của nền kinh tế và tiếp tục chịu ảnh hưởng đáng kể trong nửa đầu năm 2021. Sự hồi phục chậm của kinh tế thế giới sẽ ảnh hưởng đến nền kinh tế trong nước do Việt Nam có độ mở cửa lớn và đang tham gia nhiều hơn vào chuỗi cung ứng toàn cầu. Với kịch bản này, tăng trưởng GDP của Việt Nam năm 2021 có thể đạt từ 5-6%.

Trung tâm Thông tin và dự báo kinh tế - xã hội quốc gia (NCIF) dự báo 2 kịch bản tăng trưởng cho năm 2021 như sau:

Kịch bản cơ sở: Tăng trưởng kinh tế bình quân năm của Việt Nam năm 2021 có thể đạt 6,1%, CPI trung bình khoảng 3,9%. Đây là kịch bản khả năng xảy ra nhiều hơn, diễn ra trong bối cảnh tăng trưởng kinh tế thế giới hồi phục, khi đại dịch Covid-19 dần được khống chế. Ở kịch bản này, một số nền kinh tế lớn như Mỹ, EU, Nhật Bản sẽ từ mức tăng trưởng âm năm 2020 đạt mức tăng trưởng dương trở lại. Tăng trưởng của Mỹ giả định đạt 3%; tăng trưởng của Trung Quốc sẽ phục hồi trở lại với giả định tăng trưởng ở mức 5%. Giá dầu giữ ở mức thấp, tương ứng năm 2020 là 45 USD/thùng. Trong nước, sản xuất dần phục hồi, đầu tư khu vực nhà nước tăng trưởng ở mức 7%. Đóng góp của khu vực FDI dự kiến tiếp tục được duy trì. Chính sách tiền tệ tiếp tục theo hướng linh hoạt, phù hợp nhằm duy trì thị trường tài chính tiền tệ, giúp ổn định kinh tế vĩ mô.

Kịch bản cao: Tốc độ tăng trưởng kinh tế Việt Nam có thể đạt mức 6,7%, CPI trung bình khoảng 4,2% năm 2021. Kịch bản này ít khả năng hơn nhưng cũng có khả năng xảy ra trong điều kiện kinh tế thế giới phục hồi nhanh khi dịch bệnh trên thế giới hoàn toàn được khống chế. Tăng trưởng kinh tế Mỹ sẽ đạt khoảng 3,5%. Ở kịch bản này, kinh tế Trung Quốc có thể đạt mức tăng trưởng 6%. Các hoạt động đầu tư, sản xuất kinh doanh trở lại quỹ đạo bình thường ngay trong năm 2021, quy mô nền kinh tế đạt trở lại như giai đoạn trước khi dịch Covid-19 diễn ra. Thêm vào đó, tận dụng được những lợi thế từ các hiệp định thương mại, luồng vốn đầu tư, hoạt động sản xuất kinh doanh trong nước sẽ khởi sắc trở lại. Đầu tư khu vực nhà nước đạt 8%. Các yếu tố khác không đổi so với kịch bản cơ sở ●

Các kịch bản tăng tưởng kinh tế Việt Nam năm 2021

	Năm 2020 (Ước)	Năm 2021	
		KB cơ sở	KB cao
I. Tốc độ tăng trưởng GDP (%)	**2.48**	**6.1**	**6.7**
Khu vực NLNTS	2,19	2,7	2,97
Khu vực CN - XD	3,12	6,64	7,22
Khu vực dịch vụ	2,01	7,23	8,17
Thuế trợ cấp trừ sản phẩm	2,4	4,75	5,19
II. Cơ cấu (%)			
Khu vực NLNTS	14,27	13,72	13,65
Khu vực CN - XD	34,2	33,61	33,67
Khu vực dịch vụ	41,7	43,23	43,26
Thuế trợ cấp trừ sản phẩm	9,8	9,45	9,42
III. CPI bình quân so với cùng kỳ (%)	**3,85**	**3,9**	**4,2**
Chính phủ Việt Nam (11/2020)	**32,15**	**32,72**	**33,18**

Nguồn: NCIF, tháng 11/2020

CƠ HỘI NÀO CHO NGÀNH DỆT MAY GIAI ĐOẠN HẬU COVID-19

Bài: **VƯƠNG ĐỨC ANH**

BỐI CẢNH THỊ TRƯỜNG DỆT MAY NĂM 2020

Trong năm 2020, với diễn biến nhanh và phức tạp của đại dịch Covid-19, nếu chỉ xét riêng trong lĩnh vực kinh tế, toàn thế giới đã chứng kiến sự suy giảm trên diện rộng, từ quốc gia phát triển sang quốc gia đang phát triển và cả ở quốc gia chậm phát triển. Cụ thể, nhập khẩu hàng may mặc của Liên minh Châu Âu (EU) giảm 46%, 47%, 27% lần lượt trong các tháng 4, 5, 6 so với cùng kỳ năm ngoái. Con số giảm ở Mỹ lần lượt là 37%, 51%, 32% cùng thời gian. Tính chung 7 tháng đầu năm 2020, tổng kim ngạch nhập khẩu dệt may toàn thế giới giảm khoảng 25%.

Khi đại dịch lan rộng toàn cầu, nhiều thương hiệu thời trang thế giới hủy hoặc hoãn đơn hàng, yêu cầu chiết khấu, giãn thời hạn thanh toán, do nhu cầu người tiêu dùng giảm. Một số hãng lớn như Brook Brothers, Debenhams, G-Star, J. Crew, JC Penney hay Neiman Marcus đã tuyên bố phá sản hoặc buộc phải giao lại cho bên thanh lý nợ. Công ty tư vấn McKinsey ước tính hồi tháng 4/2020 rằng, có thể có tới 1/3 các thương hiệu nhập hàng may mặc toàn cầu sẽ không vượt qua được đợt khủng hoảng này.

Tuy nhiên tình hình quý III/2020 đã có nhiều cải thiện, khi Chính phủ các nước tập trung các biện pháp, nguồn lực để phục hồi kinh tế nhiều hơn là đối phó với dịch bệnh Covid-19. Các biện pháp giãn cách xã hội được duy trì nhưng không đóng cửa toàn bộ xã hội như trong quý II.

Cùng với sự phục hồi tăng trưởng GDP trong quý III của các nền kinh tế lớn như Mỹ (tăng kỷ lục 33,1% trong khi quý II giảm kỷ lục 31,4%), EU (tăng 12,7%, mức tăng cao nhất từ trước tới nay), Trung Quốc (tiếp tục tăng 4,9%), nhu cầu nhập khẩu hàng hóa nói chung trong đó có hàng dệt may có sự hồi phục.

Theo dự báo mới nhất của Quỹ tiền tệ quốc tế (gọi tắt là IMF) vào tháng 10/2020, cuộc suy thoái năm 2020 dường như không quá đen tối như dự đoán, với tốc độ tăng trưởng GDP toàn cầu dự kiến chỉ giảm 4,4% trong năm 2020. Mức độ giảm sút này ít nghiêm trọng hơn so với dự báo 4,9% được đưa ra tại Báo cáo do tổ chức này cập nhật hồi tháng 6/2020.

Đánh giá về tổng cầu Dệt May thế giới năm 2020 và nhu cầu nhập khẩu của 5 thị trường xuất khẩu Dệt May lớn nhất của Việt Nam

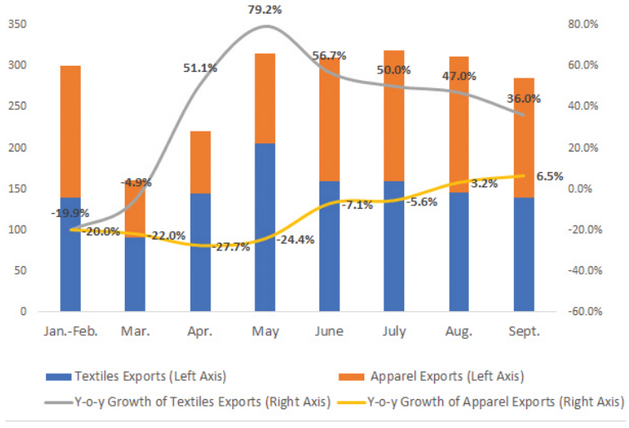
Dự báo hết năm 2020, tổng kim ngạch nhập khẩu dệt may toàn cầu giảm 20% so với năm 2019, đạt khoảng 600 tỷ USD, trong đó nhu cầu nhập khẩu dệt may của 5 thị trường lớn như sau:

- Mỹ: ước giảm 20% so với năm 2019, từ 120 tỷ USD giảm xuống 96 tỷ USD (9 tháng đầu năm 2020 kim ngạch nhập khẩu (KNNK) hàng dệt may của Mỹ giảm 25%);
- EU: ước giảm 6% so với năm 2019, đạt 227 tỷ USD (7 tháng đầu năm 2020 KNNK giảm 5,7% so cùng kỳ năm ngoái);
- Nhật Bản: giảm nhẹ 3,7% so với năm 2019 ở mức 35,7 tỷ USD;

- Hàn Quốc: ước giảm 7% so với năm 2019, từ 16,1 tỷ USD giảm xuống 15 tỷ USD;
- Trung Quốc: KNNK dệt may (chủ yếu bông, sợi) ước giảm 21% so với năm 2019, đạt 25 tỷ USD.

Mới đây, vào đầu tháng 12/2020, McKinsey đưa ra dự báo, tổng doanh thu toàn ngành thời trang vào năm 2020 ước giảm 15 - 20% trong kịch bản "Phục hồi sớm", quay trở lại bằng mức 2019 vào quý III năm 2022; hoặc giảm 25 - 30% trong kịch bản "Phục hồi muộn", quay trở lại bằng mức 2019 sau 3 đến 4 năm.

Biểu đồ về Xuất khẩu Dệt May Trung Quốc 3 quý đầu năm 2020
Đơn vị: 100 triệu USD



Nguồn: CHINA TEXTILE LEADER EXPRESS

Tình hình xuất khẩu Dệt May của Việt Nam và các quốc gia xuất khẩu dệt may lớn

1. Trung Quốc

Cho đến thời điểm hiện tại có thể khẳng định năm 2020, bất chấp dịch Covid-19, là năm thắng lợi với ngành Dệt May Trung Quốc. Theo số liệu của Hải quan Trung Quốc, 10 tháng đầu năm 2020, KNXK Dệt May Trung Quốc tăng 9,52% so với cùng kỳ năm ngoái, đạt 240,62 tỷ USD, trong đó xuất khẩu sợi, vải và hàng dệt (chủ yếu là đồ bảo hộ PPE) đạt 130 tỷ USD, tăng 32% so cùng kỳ năm ngoái. Xuất khẩu quần áo đạt 111 tỷ USD, giảm 8,6% so cùng kỳ năm ngoái.

Trong khi xuất khẩu hàng dệt mà chủ yếu là khẩu trang, đồ bảo hộ, … vẫn duy trì tăng trưởng, xuất khẩu hàng may mặc của Trung Quốc cũng có sự cải thiện đáng kể (xem Biểu đồ diễn biến xuất khẩu hàng dệt và hàng may mặc của Trung Quốc 3 quý đầu năm 2020). Trong 2 tháng 9 và tháng 10, nối tiếp đà tăng của tháng 8 là tháng đầu tiên trong năm 2020 đánh dấu sự tăng trưởng trở lại của xuất khẩu hàng may mặc của Trung Quốc, tăng 3,2% so cùng kỳ năm ngoái. Nếu như 8 tháng đầu năm 2020, xuất khẩu hàng may mặc giảm 16% thì sau 10 tháng, xuất khẩu hàng may mặc chỉ còn giảm 8,6% so cùng kỳ năm ngoái.

Ở khía cạnh nhập khẩu, ngành Dệt May Trung Quốc chủ yếu nhập khẩu sợi, tính chung 10 tháng đầu năm 2020, nhập khẩu Sợi của Trung Quốc cũng giảm khoảng 11% so cùng kỳ năm ngoái.

2. Ấn Độ, Bangladesh, Pakistan

Cả 3 nước này đều ghi nhận xuất khẩu sụt giảm tại các thị trường lớn như EU, Mỹ từ 15% - 30%. Đặc biệt, trong quý II xuất khẩu dệt may của Ấn Độ giảm 65% so với cùng kỳ năm ngoái. Tuy nhiên, xuất khẩu dệt may trong quý III của các quốc gia này đều có sự hồi phục nhanh. Cụ thể, KNXK của Bangladesh trong tháng 4, 5, 6 giảm lần lượt 56%, 52%, 15% thì quý III, xuất khẩu dệt may của nước này đã tăng 1% so với cùng kỳ năm ngoái, đạt 8,1 tỷ USD. Trong khi đó, xuất khẩu hàng may mặc của Ấn Độ trong tháng 9 tăng 10,2% (xuất khẩu sợi bông, vải, sản phẩm dệt trong tháng này cũng tăng 14%) so cùng kỳ năm ngoái.

3. Việt Nam

Sau 11 tháng đầu năm 2020, KNXK Dệt May Việt Nam đạt 31,8 tỷ USD, giảm 11% so với cùng kỳ năm ngoái. Mặc dù đây là lần đầu tiên KNXK của ngành Dệt May Việt Nam giảm sau 25 năm tăng trưởng liên tục, nhưng mức giảm này không lớn như các quốc gia khác, đặc biệt trong bối cảnh tổng cầu Dệt May thế giới ước giảm 20% trong năm 2020 và các quốc gia cạnh tranh được hỗ trợ bởi đồng tiền của các quốc gia này giảm giá so với đồng USD, trong khi VND gần như giữ giá so với USD khiến hàng dệt may xuất khẩu của Việt Nam đắt hơn so với các quốc gia này (Chi tiết về tác động của tỷ giá xin tham khảo trong bài viết Diễn biến tỷ giá và lãi suất trong năm 2020 và Dự báo năm 2021 trong cùng số Tạp chí này).

Dự báo năm 2020, ngành Dệt May Việt Nam sẽ đạt KNXK khoảng 34 tỷ USD, giảm khoảng 14% so với năm 2019, cao hơn dự báo vào tháng 4 là chỉ đạt 30 – 31 tỷ USD.

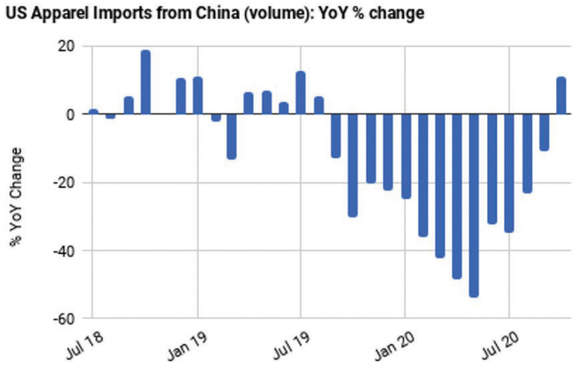
Biến động thị phần xuất khẩu hàng may mặc của các quốc gia trên thị trường Mỹ 10 tháng đầu năm 2020

Nhập khẩu hàng may mặc của Mỹ ghi nhận sự tăng trở lại vào tháng 10, lần đầu tiên trong vòng 14 tháng trở lại đây, với mức tăng 5,3% so cùng kỳ năm ngoái, trong đó khối lượng nhập khẩu từ Trung Quốc tăng 11%.

Xét về khối lượng, hàng may mặc Trung Quốc xuất khẩu vào Mỹ đã trải qua 13 tháng giảm liên tiếp và tháng 10 bắt đầu tăng trở lại. Tuy nhiên, do Trung Quốc giảm giá mạnh tại thị trường Mỹ để giữ khách hàng và đơn hàng, nên tính chung 10 tháng đầu năm, kim ngạch xuất khẩu của Trung Quốc vào Mỹ giảm đến 42%. Thị phần của Trung Quốc tại Mỹ đã giảm từ 30,6% xuống còn 23,7% tính về mặt giá trị, tuy nhiên vẫn duy trì được vị trí đứng đầu tại thị trường này. Việt Nam xếp sau với 19,8% thị phần, tăng từ con số 16,1% cùng kỳ năm ngoái. Nhập khẩu từ Bangladesh và Campuchia cũng tăng mạnh về khối lượng trong tháng 10, mức tăng lần lượt là 17,3% và 16,3% so với cùng kỳ năm ngoái. Xét về trị giá, hàng may mặc từ 2 nước này vẫn tăng lần lượt 1,9% và 7,5%, trái ngược hẳn với sự sụt giảm của Trung Quốc.

Đáng lưu ý, ***Campuchia là quốc gia xuất khẩu duy nhất tăng trưởng dương, 8 tháng đầu năm 2020 xuất khẩu hàng may mặc Campuchia vào Mỹ tăng 4,2%,*** đạt 2,2 tỷ USD, thị phần tăng từ 3% lên 4,5%. Lý do là bởi, kể từ tháng 8/2020, EU loại Campuchia khỏi chương trình ưu đãi miễn thuế nhập khẩu EBA, do đó thuế nhập khẩu hàng dệt may của Campuhia vào EU sẽ tăng lại 11,5%. Xuất khẩu dệt may Campuchia đã bắt đầu có sự chuyển hướng, 6 tháng đầu năm 2020 xuất khẩu đi EU giảm 31%, tương ứng 403 triệu USD, trong khi tăng xuất khẩu vào thị trường Mỹ. Xu hướng này sẽ còn tiếp diễn khi thị trường Mỹ hồi phục.

Biểu đồ biến động khối lượng nhập khẩu hàng may mặc của Mỹ từ Trung Quốc theo tháng



Nguồn: Emergingtextiles.com

DỰ BÁO THỊ TRƯỜNG DỆT MAY NĂM 2021

Dự báo tổng cầu dệt may thế giới

Theo dự báo mới nhất của IMF, trong năm 2021, tốc độ tăng trưởng của nhóm nước phát triển dự kiến sẽ đạt mức 3,9% và mức GDP sẽ vẫn thấp hơn GDP năm 2019 khoảng 2%. Nền kinh tế Mỹ dự kiến sẽ giảm đến mức (4,3%), sau đó sẽ tăng lại 3,1% trong năm 2021. Khu vực đồng tiền chung Châu Âu được dự báo sẽ chịu mức suy giảm sâu hơn, xuống tới (8,3%) cho năm 2020, do những kết quả không mấy lạc quan của nửa đầu năm nay. Dự báo năm 2021, tăng trưởng GDP của EU đạt 5,2%, thể hiện sự hồi phục đáng kể của khu vực này.

Trong khi đó, các nền kinh tế lớn tại Châu Á được dự đoán không phải chịu mức suy giảm sâu như khu vực Châu Âu nhờ vào việc kiểm soát tốt hơn đối với dịch bệnh.

Đối với các quốc gia đang phát triển và các thị trường mới nổi, tăng trưởng được dự báo lên tới 6% trong năm 2021, trong đó Trung Quốc có triển vọng tăng trưởng tốt hơn cả, dự báo GDP tăng 10% trong giai đoạn 2020-2021 (tăng 1,9% năm 2020 và 8,2% năm 2021), tuy nhiên triển vọng tăng trưởng còn nhiều bấp bênh, một số quốc gia trong nhóm như Ấn Độ, Indonesia … vẫn đang gồng mình kiểm soát sự lây lan chưa có điểm dừng của dịch bệnh, dẫn đến hệ thống y tế quá tải tại nhiều khu vực. Đặc biệt với Ấn Độ, nền kinh tế nước này được đánh giá có thể lao dốc xuống (10,3%) trong năm 2020, sau đó phục hồi ở mức 8,8% trong năm tới.

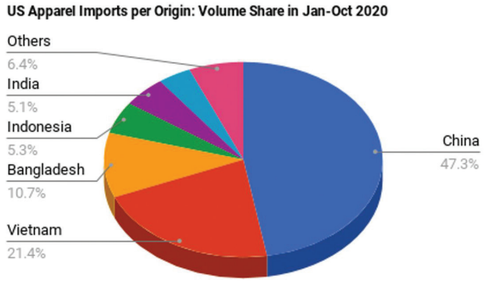
Sự chênh lệch giữa các khu vực vẫn khá rõ ràng, khi nhiều quốc gia ở khu vực Mỹ Latinh bị ảnh hưởng

Nhập khẩu hàng may mặc của Mỹ 10 tháng đầu năm 2020

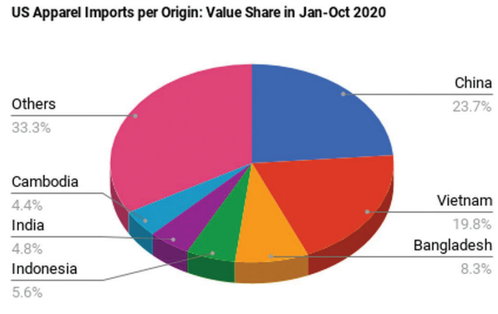
	10 Tháng/20	Tháng 10/20	10 Tháng/19	10 Tháng /20
	Trị giá thay đổi (%)	Trị giá thay đổi (%)	Thị phần	Thị phần
Từ thế giới	-25.56	-6.78	100.00	100.00
China	-42.33	-11.02	30.60	23.71
Vietnam	-8.14	-0.88	16.08	19.85
Bangladesh	-11.66	1.87	7.02	8.33
Indonesia	-20.49	-14.14	5.27	5.63
India	-27.25	-0.24	4.90	4.79
Cambodia	3.65	7.54	3.16	4.40
Mexico	-32.47	-22.22	3.70	3.36
Honduras	-35.54	-0.52	3.18	2.76
Jordan	-13.24	-17.84	2.14	2.50
Sri Lanka	-19.41	-10.83	2.13	2.30
Nicaragua	-23.00	-10.10	2.07	2.14
Pakistan	-8.47	31.13	1.70	2.09
Guatemala	-16.64	8.95	1.65	1.85
El Salvador	-35.27	-6.57	2.16	1.88
Italy	-25.52	-11.82	1.61	1.61

Nguồn: US Department of Commerce - Office of Textiles and Apparel (OTEXA)

Biểu đồ thị phần xuất khẩu về khối lượng các quốc gia tại thị trường Mỹ 10 tháng đầu năm 2020



Biểu đồ thị phần xuất khẩu về trị giá các quốc gia tại thị trường Mỹ 10 tháng đầu năm 2020



nghiêm trọng bởi đại dịch dẫn đến suy thoái rất sâu. Mỹ Latinh cũng là khu vực chịu tổn thất về thu nhập của người lao động nặng nề nhất, theo báo cáo mới nhất của Tổ chức Lao động Quốc tế (ILO) có tên gọi "Covid-19 và thế giới việc làm", thu nhập của người lao động ở khu vực này giảm 12,1%. Trong khi đó, ước tính trong giai đoạn 3 quý đầu năm 2020, thu nhập người lao động toàn thế giới đã giảm 10,7%, tương đương 3.500 tỷ USD so với cùng kỳ năm 2019.

Tựu chung lại, IMF dự báo, GDP toàn cầu tăng trưởng 5,2% trong năm 2021. Trong trung hạn 2020-2025, GDP toàn cầu được dự báo tăng khoảng 3,5%. Trong đó, GDP của nhóm các nền kinh tế phát triển được dự báo tăng trưởng 1,7%; GDP của nhóm các nền kinh tế mới nổi và đang phát triển là 4,7% vào năm 2025, thấp hơn kết quả tăng trưởng trung bình trong giai đoạn 2000-2019. Cùng với xu hướng phục hồi kinh tế toàn cầu, thương mại quốc tế được dự báo sẽ tăng 8% trong năm 2021, và tăng trung bình thêm 4%/năm trong những năm sau đó.

Như vậy, cho đến thời điểm hiện tại, các dự báo tăng trưởng GDP toàn cầu năm 2021 đều được các tổ chức quốc tế đưa ra một cách thận trọng, nhưng nhìn chung đều có sự tăng trưởng trở lại. Nếu như năm 2020, dự báo GDP toàn cầu giảm 4%-4,4% thì năm 2021 dự báo GDP toàn cầu tăng trở lại 5,2%-5,3%.

Nếu nhìn lại lịch sử trong 12 năm gần nhất, thế giới đã từng trải qua cuộc khủng hoảng tài chính năm 2008 và đã hồi phục rất nhanh trong 2 năm sau đó. Hiện có nhiều dự báo khác nhau về sự phục hồi của nền kinh tế nói chung và nhu cầu nhập khẩu dệt may nói riêng. Tập đoàn DMVN lựa chọn phương pháp dự báo hồi quy từ dữ liệu tăng trưởng GDP, tỷ lệ thất nghiệp, tăng trưởng bán lẻ, chi tiêu tiêu dùng và tăng trưởng kim ngạch nhập khẩu dệt may trong giai đoạn 12 năm từ năm 2008 – thời điểm diễn ra cuộc khủng hoảng tài chính, trong đó chủ yếu sử dụng dữ liệu 10 năm từ năm 2010 đến 2019 – giai đoạn xen giữa 2 cuộc khủng hoảng tài chính năm 2008 và Covid-19 để so sánh sự biến động, thay đổi của tổng cầu dệt may thông qua mối tương quan giữa các biến khi các quốc gia vượt qua cuộc khủng hoảng tài chính năm 2008.

Với phương pháp dự báo nêu trên, dự báo tổng cầu dệt may năm 2021 và giai đoạn 2021-2023 – được coi là giai đoạn phục hồi quan trọng hậu Covid-19 như sau:

1. Đối với thị trường Mỹ

* Cập nhật tình hình vĩ mô:

Ngày 20/01/2021, Chính quyền Tổng thống Donald Trump sẽ chuyển giao quyền lực cho Chính quyền mới của ông Joe Biden – một sự kiện được nhiều độc giả đang quan tâm. Trước khi dự báo về tổng cầu dệt may của thị trường Mỹ, chúng tôi xin dẫn lại nội dung so sánh chính sách/quan điểm điều hành của ông Trump và ông Biden từ trang tin Bloomberg để độc giả cùng tham khảo:

Từ chủ trương đánh thuế các doanh nghiệp cho đến quan điểm can thiệp tới chính sách của Fed, quan điểm điều hành của ông Joe Biden có xu hướng hoàn toàn đối lập so với ông Trump. Dẫu vậy, chủ trương kiềm tỏa với Trung Quốc hay tăng cường kiểm soát với các ông lớn công nghệ lại không có nhiều sự khác biệt, cụ thể (theo dõi bảng):

Như vậy về cơ bản, chính sách của ông Biden cũng như quan điểm chính sách của Đảng Dân chủ được dự báo sẽ tập trung tăng thuế đối với doanh nghiệp và nhóm người thu nhập cao, nhưng cũng tăng các khoản trợ cấp giúp cải thiện thu nhập và sức mua của nhóm người có thu nhập thấp và trung bình.

* Dự báo về tổng cầu dệt may:

Năm 2009 là năm đầu tiên sau khủng hoảng tài chính, GDP của Mỹ giảm 2,5%, nhập khẩu dệt may của Mỹ cũng giảm 13,7% (đạt 87 tỷ USD), nhưng ngay 1 năm sau đó, năm 2010 GDP của Mỹ tăng ngược trở lại 2,6%, dẫn đến nhập khẩu dệt may của Mỹ cũng tăng 15,2% (đạt 100 tỷ USD) và duy trì tăng tiếp cùng GDP cho đến hết năm 2019.

Trong giai đoạn 10 năm từ 2010 đến 2019 (giai đoạn xen giữa 2 cuộc khủng hoảng tài chính năm 2008 và Covid-19):

- Tốc độ tăng trưởng kép (CAGR) của tăng trưởng GDP Mỹ là 4,02%, trong khi CAGR nhập khẩu dệt may là 2,04%;

- Tỷ lệ thất nghiệp năm 2010 là 9,6%, giảm dần theo sự phục hồi và tăng trưởng của nền kinh tế đến năm 2019 là 3,7%;

- CAGR của bán lẻ (Retail Sale) là 4,08%;

- CAGR của chi tiêu tiêu dùng (Consumer Spend) là 2,47%;

- KNNK dệt may/chi tiêu tiêu dùng là 0,9%-1% (nhu cầu nhập khẩu dệt may của người Mỹ chỉ chiếm khoảng 1% chi tiêu tiêu dùng duy trì trong 10 năm qua);

- KNNK dệt may/chỉ số bán lẻ (Retail Sale): 2,1%-2,6%;

- KNNK dệt may/GDP (tỷ lệ theo số tuyệt đối): 0.56%-0.69%.

Chính sách	Ông Donald Trump	Ông Joe Biden
FED	Gây sức ép trực tiếp; Kêu gọi giảm lãi suất xuống mức âm; Can thiệp vào danh sách Hội đồng thống đốc Fed.	Trở lại với mối quan hệ độc lập với Fed.
Thuế doanh nghiệp	Khấu trừ giảm thuế với các công ty mang việc làm từ Trung Quốc về lại trong nước; Khấu trừ thuế du lịch nhằm hỗ trợ cho các doanh nghiệp giải trí nhà hàng khách sạn.	Khấu trừ 10% thuế với các công ty tạo ra thêm việc làm trong nước; Áp thuế 10% với các doanh nghiệp chuyển hoạt động ra nước ngoài; Tăng thuế doanh nghiệp lên mức 28%.
Thuế cá nhân	Giảm thuế thu nhập từ đầu tư xuống còn 15%; Không đề cập cụ thể mức độ cắt giảm thuế cho tầng lớp trung lưu.	Tăng thuế cá nhân trở lại mức 39,6% từ mức 37%; Quy định mức trần khấu trừ thuế đối với tầng lớp thu nhập cao.
Tài chính	Không đề cập chi tiết.	Áp thuế các giao dịch tài chính.
Thương mại	Tập trung giải quyết thâm hụt thương mại; Ủng hộ chủ nghĩa bảo hộ thương mại; Chính sách cứng rắn với Trung Quốc; Tăng cường thuế và đe dọa thương mại.	Đầu tư 400 tỷ USD vào các hàng hóa làm tại Mỹ và 300 tỷ USD cho hoạt động nghiên cứu; Ủng hộ thương mại đa phương; Không chủ trương cắt giảm thuế đối với Trung Quốc trong ngắn hạn; Cải thiện mối quan hệ với EU.
Cơ sở hạ tầng	Đề xuất về chi tiêu cơ sở vật chất vào năm 2019 bao gồm: 200 tỷ USD từ quỹ liên bang nhằm khuyến khích đầu tư từ khu vực tư nhân, chính quyền địa phương với quy mô 1,5 nghìn tỷ USD đã gặp bế tắc.	Đề xuất quy mô đầu tư khoảng 2 nghìn tỷ USD cho xây cầu, đường xá, hệ thống nước, năng lượng sạch, internet...
Quy định	Nới lỏng các quy định đối với khu vực tài chính ngân hàng, lao động, năng lượng và môi trường, trừ đối với các công ty công nghệ.	Thắt chặt quy định về bảo vệ người lao động, ngân hàng, môi trường và mạng internet.
Giáo dục	Không đề cập rõ chính sách.	Tăng cường khả năng tiếp cận tới các cấp học; Miễn một phần các khoản nợ sinh viên; Miễn học phí cao đẳng và đại học đối với các gia đình có thu nhập dưới 125.000 USD/năm.
Chăm sóc sức khỏe, chương trình xã hội	Giảm chi phí kê đơn thuốc.	Giảm chi phí kê đơn thuốc; Mở rộng chính sách bảo hiểm sức khỏe và chăm sóc trong dài hạn; Tăng cường phúc lợi xã hội.

Sử dụng phương pháp hồi quy với các biến số trên, dự báo nhu cầu nhập khẩu dệt may của thị trường Mỹ như sau:

- **Năm 2021: KNNK dệt may tăng 20% so với 2020, đạt 115 tỷ USD;**

- Năm 2022: KNNK dệt may tăng 4,1% so với 2021, đạt 120 tỷ USD;

- Năm 2023: KNNK dệt may tăng 0,3% so với 2022, đạt 122 tỷ USD.

2. Đối với thị trường EU

* Cập nhật tình hình vĩ mô:

Vừa qua ngày 10/12, tại Hội nghị thượng đỉnh cuối cùng trong năm 2020 của Liên minh châu Âu (EU) diễn ra tại Brussels (Bỉ), Chủ tịch Ngân hàng Trung ương Châu Âu (ECB) Christine Lagarde đã đưa ra đánh giá, suy thoái kinh tế do đại dịch Covid-19 gây ra sẽ ít nghiêm trọng hơn so với dự đoán trong năm 2020, song tốc độ phục hồi trong năm 2021 sẽ chậm hơn dự báo ban đầu, cụ thể dự báo tăng trưởng 3,9 % trong năm 2021, thấp hơn so với dự báo trước đó là 5%, năm 2022 được dự báo ở mức 4,2% và năm 2023 có thể đạt mức tăng trưởng 2,1%.

* Dự báo tổng cầu dệt may:
Khác với thị trường Mỹ, tăng trưởng nhập khẩu dệt may của EU và biến động tăng trưởng GDP có độ trễ và không biến động cùng chiều hoàn toàn, do EU bao gồm 27 quốc gia có nhiều yếu tố tác động không giống nhau. Năm 2009, nhập khẩu dệt may của EU giảm 14,7% nhưng khoảng 1 năm rưỡi sau đó, nhập khẩu dệt may của EU quay về lại mức trước khi xảy ra khủng hoảng tài chính.

Trong giai đoạn 10 năm từ 2010 đến 2019:

- CAGR tăng trưởng GDP của EU là 0,78%, trong khi CAGR nhập khẩu dệt may là 2,12%. Mặc dù CAGR tăng trưởng GDP của EU bằng 1/5 của Mỹ nhưng CAGR nhập khẩu dệt may tăng cao hơn Mỹ (Mỹ là 2,04%);

- CAGR của chi tiêu tiêu dùng (Consumer Spend) là gần 15% (gấp 5 lần Mỹ);

- KNNK dệt may/chi tiêu tiêu dùng: Cao hơn người Mỹ, nhập khẩu dệt may của EU chiếm từ 2,5% đến 2,9% chi tiêu tiêu dùng (thị trường Mỹ là 1%).

Cùng phương pháp hồi quy tương tự với thị trường Mỹ, dự báo nhu cầu nhập khẩu dệt may của thị trường EU như sau:

- Năm 2021: KNNK dệt may tăng 2,12% so với năm 2020, đạt 232 tỷ USD, bằng 96% kết quả 2019;

- Đến năm 2023: KNXK đạt 251 tỷ USD.

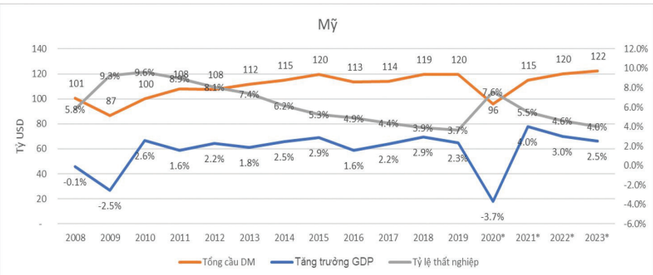
- Như vậy, trong 3 năm tới 2021-2023, dự báo tổng cầu dệt may của EU tăng khoảng 4,1% so với năm 2019.

Lưu ý: Số dự báo vẫn bao gồm cả thị trường Anh.

3. Đối với thị trường Nhật Bản

* Cập nhật tình hình vĩ mô:

Chính phủ Nhật Bản vừa thông qua gói kích thích kinh tế trị giá 700 tỷ USD, tập trung vào 3 mục tiêu chống dịch Covid-19, chuyển đổi cấu trúc nền kinh tế hướng ưu tiên đầu tư vào hoạt động nghiên cứu và phát triển các công nghệ mới, như chế tạo pin thế hệ mới và tái chế các-bon, nhằm giúp nước này hiện thực hóa mục tiêu trung hòa khí thải gây hiệu ứng nhà kính vào năm 2050 và củng cố sức mạnh của đất nước, sau khi quý III/2020 chứng kiến GDP tăng trở lại 22,9% so cùng kỳ năm ngoái sau 4 quý giảm liên tiếp, do đóng góp của chi tiêu tiêu dùng cá nhân, vốn chiếm hơn 50% GDP, tăng 4,7% so quý trước đó. Đây là lần thứ ba trong năm tài khóa 2020 (năm tài khóa tính từ tháng 3 hàng năm), Nhật Bản đưa ra gói kích thích để hỗ trợ nền kinh tế vượt bão Covid-19. Trước đó, Chính phủ Nhật đã tung ra 2 gói hỗ trợ có tổng giá trị lên đến 2.200 tỷ USD, tập trung vào ứng phó những tác động tiêu cực của dịch Covid-19 đối với các hộ gia đình và doanh nghiệp. Dự kiến các gói hỗ trợ, kích thích kinh tế này sẽ giúp GDP của Nhật Bản tăng 3,4% trong năm 2021.



Nguồn: tổng hợp từ số liệu của Worldbank, S&P

* Dự báo tổng cầu dệt may:

- Năm 2021: KNNK tăng 5,5% so với 2020, đạt 39 tỷ USD.

- Năm 2022 và 2023: KNNK tăng 1,39% mỗi năm, đạt quanh mốc 40 tỷ USD.

4. Thị trường Trung Quốc

CAGR tăng trưởng GDP 2010-2019: Tăng 10% nhưng CAGR nhập khẩu dệt may cùng giai đoạn chỉ tăng gần 1%, giao động quanh 30-40 tỷ USD. Theo dự báo tăng trưởng GDP giai đoạn 2020-2023 của S&P Global Economics and Oxford Economics và căn cứ CAGR tăng trưởng nhập khẩu dệt may 10 năm qua, chúng tôi dự báo như sau:

- Năm 2020: KNNK giảm 21% so với năm 2019 (KNNK 7 tháng đầu năm 2020 giảm 21,7%), đạt 35 tỷ USD;

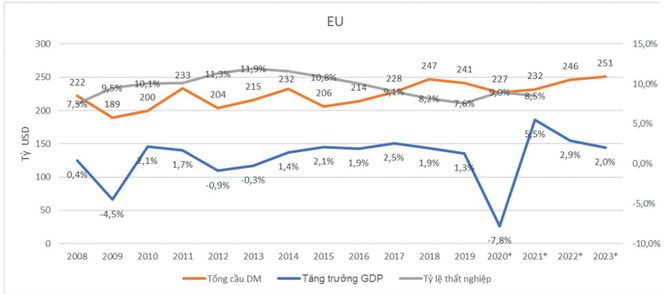
- Năm 2021: KNNK tăng 27% so với 2020, quay lại bằng năm 2019, đạt 32 tỷ USD (do năm 2021 dự báo GDP Trung Quốc tăng tới 7,4% trong khi năm 2020 GDP Trung Quốc cũng dự báo tăng 1,2%);

- Năm 2022 và 2023: KNNK tăng 1% mỗi năm (tương đương CAGR nhập khẩu dệt may 2010-2019), đạt quanh mốc 33 tỷ USD.

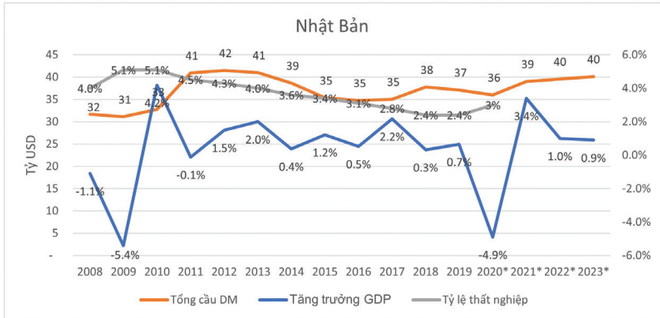
5. Thị trường Hàn Quốc

Báo cáo "Xu hướng tài chính 2020 và triển vọng 2021" của Viện Nghiên cứu Tài chính Hàn Quốc (KIF) công bố vào tháng 11/2020 đưa ra dự báo, GDP của Hàn Quốc sẽ giảm 1,2% trong năm 2020, song sẽ bứt phá lên mức 2,9% trong năm 2021 (tương đồng với dự báo của S&P trong mô hình dự báo của Vinatex).

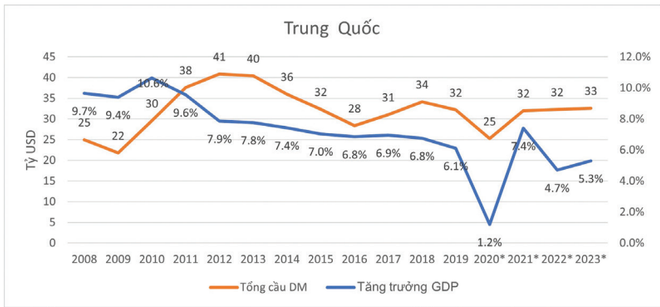
Quy mô nhập khẩu dệt may nhỏ, khoảng 14-16 tỷ USD nhưng thị phần dệt may Việt Nam ở thị trường này cao, chiếm 25%. CAGR 2010-2019 tăng trưởng GDP và nhập khẩu dệt may lần lượt là 4,1% và 5,8%.



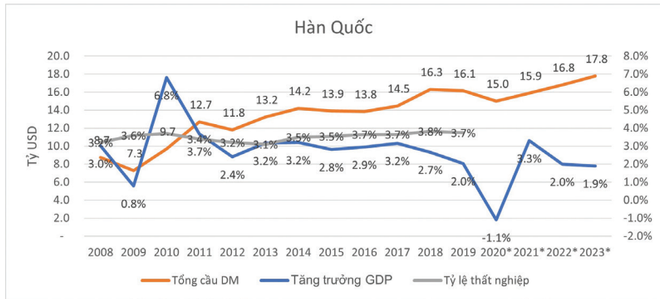
Nguồn: tổng hợp từ số liệu của Worldbank, S&P



Nguồn: tổng hợp từ số liệu của Worldbank, S&P



Nguồn: tổng hợp từ số liệu của Worldbank, S&P

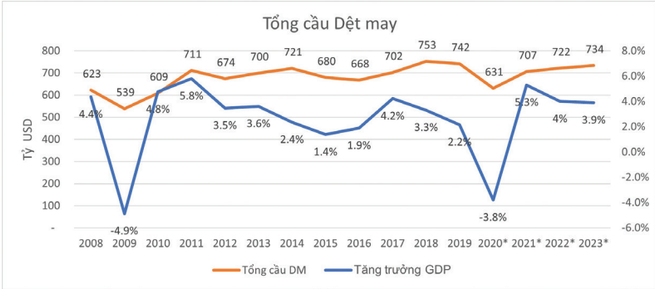


Nguồn: tổng hợp từ số liệu của Worldbank, S&P

Dự báo đến năm 2023, KNNK dệt may tăng 11% so với năm 2019, đạt khoảng 18 tỷ USD, cụ thể như sau:

- Năm 2020: KNNK giảm 7% so với năm 2019 (7 tháng đầu năm 2020 giảm khoảng 8% so cùng kỳ năm ngoái);

- Năm 2021-2023: KNNK tăng 5,8% mỗi năm (căn cứ CAGR nhập khẩu dệt may 2010-2019), lần lượt đạt 15,9 tỷ USD, 16,8 tỷ USD, 17,8 tỷ USD.



Nguồn: tổng hợp từ số liệu của Worldbank, S&P

Dự báo tổng cầu dệt may thế giới 2021-2023

Căn cứ dự báo tăng trưởng GDP toàn cầu và nhu cầu nhập khẩu dệt may của 5 thị trường xuất khẩu lớn nhất của Dệt May Việt Nam gồm Mỹ, EU, Nhật Bản, Hàn Quốc, Trung Quốc, trong đó Mỹ và EU đã chiếm gần 49% tổng cầu dệt may thế giới (năm 2019). Dự báo tổng cầu dệt may thế giới 2021-2023 như sau:

Năm 2021 đạt 707 tỷ USD tăng 12% so với 2020, bằng 95% kết quả 2019. Đến năm 2023, tổng cầu dệt may thế giới quay về gần bằng mức năm 2019, đạt 734 tỷ USD – 739 tỷ USD. Dự báo này khá sát với dự báo mới đây của McKinsey đưa ra vào đầu tháng 12/2020, theo đó có 2 kịch bản phục hồi được đưa ra:

*** Phục hồi sớm:**

- Tổng doanh thu toàn ngành thời trang 2020 ước giảm 15 - 20%;

- Tổng doanh thu năm 2021 dự kiến giảm 0 - 5% so với 2019;

- Thời gian phục hồi về mức 2019: Quý III/2022.

*** Phục hồi muộn:**

- Tổng doanh thu toàn ngành thời trang 2020 ước giảm 25 - 30%;

- Tổng doanh thu năm 2021 dự kiến giảm 10 - 15% so với 2019;

- Thời gian phục hồi về mức 2019: Quý IV/2023.

CÁC YẾU TỐ TÁC ĐỘNG ĐẾN NGÀNH DỆT MAY NĂM 2021

Thay đổi trong hành vi tiêu dùng và yêu cầu mới của chuỗi cung ứng

Covid-19, với việc ngăn cách rồi giãn cách xã hội diễn ra trong thời gian dài đã làm biến đổi căn bản hành vi tiêu dùng, dẫn tới việc để đáp ứng các nhu cầu mới của khách hàng, các chuỗi cung ứng đã phải đưa ra các yêu cầu mới. Trong đó, xu thế chi phối sẽ là đa dạng hoá nguồn cung ứng từ nhiều quốc gia khác nhau, giảm thiểu phụ thuộc vào một quốc gia, đề phòng trường hợp nếu xảy ra diễn biến dịch bệnh bất lợi thì sẽ gây gián đoạn nguồn cung.

Một xu thế khác, đó là tăng cường tỷ lệ bán hàng online, nhất là với sản phẩm tiêu chuẩn. Theo nghiên cứu mới nhất của Mc Kinsey vào đầu tháng 12/2020 chỉ ra:

- Nhu cầu đối với quần áo thể thao (activewear) có thể sẽ tiếp tục tăng mạnh vào năm 2021;

- Xu hướng mặc đồ "casual" hóa (casualisation) đã có từ trước đại dịch và phát triển mạnh trong suốt năm 2020 có thể sẽ nổi lên như một thế lực thống trị trên nhiều dòng hàng thời trang vào năm 2021;

- Nhu cầu đối với các sản phẩm đắt tiền với người tiêu dùng giàu có vẫn tiếp diễn vào năm 2021.

Tiếp tục xu thế giảm giá qua việc cắt giảm trung gian, siết chặt tiêu chuẩn lao động và môi trường. Về hình thức triển khai đơn hàng, 60% mặt hàng của các nhãn hàng cấp trung đi theo hướng sản xuất OEM mà người chủ nhãn hàng chỉ còn làm phác thảo ý tưởng.

Cơ hội từ các FTA thế hệ mới CPTPP, EVFTA, RCEP

Chúng tôi đã có bài viết riêng về cơ hội từ các FTA nói trên, mời quý độc giả xem chi tiết tại bài "RCEP-Lưu ý ban đầu đối với doanh nghiệp dệt may" và "EVFTA-cơ hội tận dụng thuế giảm năm 2021".

Thách thức

- Rủi ro hàng dệt may Việt Nam bị áp thuế nhập khẩu bổ sung khi Mỹ điều tra Việt Nam thao túng tiền tệ theo Mục 301 của Đạo luật thương mại Mỹ năm 1974.

- Xuất khẩu sợi của Việt Nam có khả năng tăng mạnh do tác động của lệnh cấm sử dụng các sản phẩm từ bông Tân Cương của Mỹ. Sản lượng bông của Trung Quốc chiếm khoảng 23% tổng sản lượng bông của thế giới, trong đó bông trồng ở Tân Cương chiếm 85% sản lượng bông Trung Quốc, tương đương khoảng 20% sản lượng bông thế giới, được Chính phủ Trung Quốc trợ giá phục vụ hoàn toàn nhu cầu sản xuất sợi của Trung Quốc. Lệnh cấm này đã được Hạ viện Mỹ thông qua vào tháng 9/2020, nếu tiếp tục Thượng viện và Tổng thống Mỹ thông qua áp dụng, sẽ xuất hiện nhu cầu mua sợi rất lớn của các doanh nghiệp dệt vải Trung Quốc, trong khi 75% sợi của Việt Nam sử dụng bông Mỹ, hoàn toàn không dùng bông Trung Quốc, đang đáp ứng 1/3 nhu cầu sợi nhập khẩu của Trung Quốc. Cùng với sự hồi phục xuất khẩu hàng may mặc của Trung Quốc kể từ tháng 8/2020 và tác động của lệnh cấm sử dụng các sản phẩm từ bông Tân Cương của Mỹ được Hạ viện Mỹ thông qua vào tháng 9/2020, xuất khẩu sợi của Việt Nam đã ấm lên từ tháng 10/2020, tăng 6% so cùng kỳ năm ngoái; tháng 11/2020 tăng 5% so cùng kỳ năm ngoái, lũy kế 11 tháng KNXK sợi đạt 3,31 tỷ USD, giúp thu hẹp đà giảm của ngành sợi chỉ giảm 13% sau 11 tháng/2020.

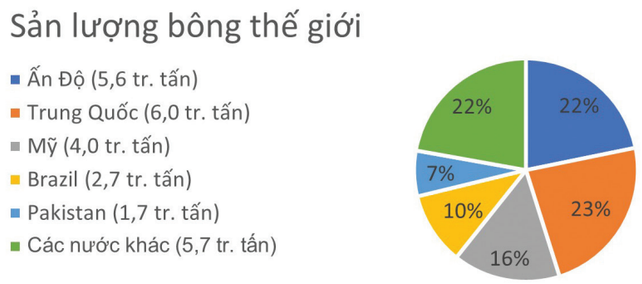
- Chiến tranh thương mại Mỹ-Trung sẽ còn tiếp tục kéo dài sau khi Tổng thống Mỹ Donald Trump chuyển giao quyền lực cho Chính quyền mới và do đó, xu hướng dịch chuyển đơn hàng khỏi Trung Quốc sẽ vẫn tiếp diễn. Nếu Mỹ chính thức áp lệnh cấm các sản phẩm sử dụng bông Tân Cương ở diện rộng, cơ hội để Dệt May Việt Nam gia tăng trên thị trường Mỹ trong năm sau là có, tuy nhiên Việt Nam cũng đang phải đối mặt với cuộc điều tra theo Mục 301 của Mỹ. Đây là vấn đề ngoài tầm kiểm soát của doanh nghiệp, phụ thuộc vào sự can thiệp và phối hợp của Chính phủ Việt Nam với Mỹ, nên xét về góc độ kinh tế, ta vẫn đánh giá có cơ hội tăng xuất khẩu đi Mỹ năm 2021.

- Thêm vào đó là sự suy giảm và phục hồi chậm nhu cầu nội địa của các quốc gia sản xuất xuất khẩu dệt may lớn như Ấn Độ sẽ tạo sức ép cạnh tranh xuất khẩu.

Dự báo xuất khẩu Dệt May Việt Nam năm 2021

Căn cứ dự báo tổng cầu dệt may thế giới, với điều kiện dịch bệnh được kiểm soát triệt để khi vắc-xin có hiệu quả, dự báo xuất khẩu Dệt May Việt Nam như sau:

- Năm 2020: KNXK giảm 13,8%, đạt 34 tỷ USD (11 tháng đầu năm 2020 đạt 31,8 tỷ USD, giảm 11% so với cùng kỳ năm ngoái)



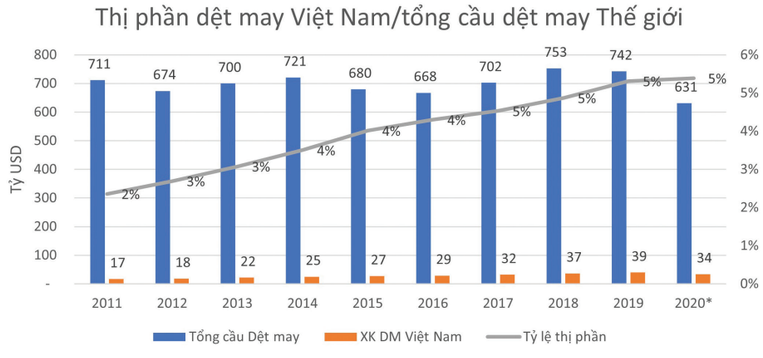
- Năm 2021:

✓ **Kịch bản cao: KNXK đạt 39 tỷ USD**

✓ **Kịch bản trung bình: KNXK đạt 38,4 tỷ USD**

✓ **Kịch bản thấp: KNXK đạt 37 tỷ USD**

Trong Tạp chí số này, chúng tôi thống kê tăng trưởng thị phần Dệt May Việt Nam trên tổng cầu dệt may thế giới và tại 5 thị trường xuất khẩu chính gồm Mỹ, EU, Nhật Bản, Trung Quốc, Hàn Quốc trong 10 năm qua như sau:



QUAN ĐIỂM NHẬN ĐỊNH VÀ GỢI MỞ TỔNG QUÁT VỀ CÁC GIẢI PHÁP LỚN CHO GIAI ĐOẠN 2021-2023

Bài: Ông **LÊ TIẾN TRƯỜNG**
Bí thư Đảng ủy
Chủ tịch HĐQT Vinatex

Ngành Dệt May nói riêng và toàn thế giới nói chung vừa trải qua một năm hết sức đặc biệt. Đặc biệt bởi từ trước tới nay, hoàn toàn chưa xuất hiện một loại dịch bệnh với sự lan rộng và để lại hậu quả khủng khiếp với quy mô toàn cầu như đại dịch Covid-19. Vì thế, phương thức ứng xử của từng cá nhân cho đến quy mô quốc gia cũng rất khác biệt và luôn trong tranh cãi.

NHÌN LẠI NĂM 2020

Tổng thể lại, chỉ xét riêng trong lĩnh vực kinh tế, toàn thế giới đã chứng kiến sự suy giảm trên diện rộng, từ quốc gia phát triển sang quốc gia đang phát triển và cả ở quốc gia chậm phát triển. Việc làm, thu nhập, tổng giao dịch thương mại toàn cầu đều suy giảm. Chỉ có rất ít quốc gia có tăng trưởng dương năm 2020, trong đó có Việt Nam.

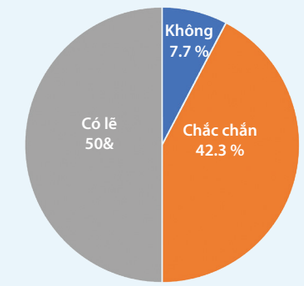
Với ngành Dệt May Việt Nam, ngay từ tháng 2/2020, khi dịch bệnh còn chưa lan rộng và chưa có quốc gia nào áp dụng lệnh đóng cửa (lock down), chúng ta đã đưa ra dự báo về khả năng giảm trên 30% KNXK trong năm 2020, nhiều doanh nghiệp sẽ khó khăn và rơi vào thiếu hụt dòng tiền ngay từ Quý 3. Một không khí chuẩn bị các phương án một cách khẩn trương trong lo lắng đã diễn ra ở tất cả các doanh nghiệp. Từng tuần, từng tháng lo nguyên liệu đầu vào, lo được sản xuất các đơn hàng đã có, lo xuất hàng đi, rồi đến việc nhanh chóng chuyển đổi, triển khai sản xuất các sản phẩm phòng chống dịch (PPE) ngay từ đầu tháng 2/2020, cũng như tiến khai tốt công tác truyền thông trong người lao động.

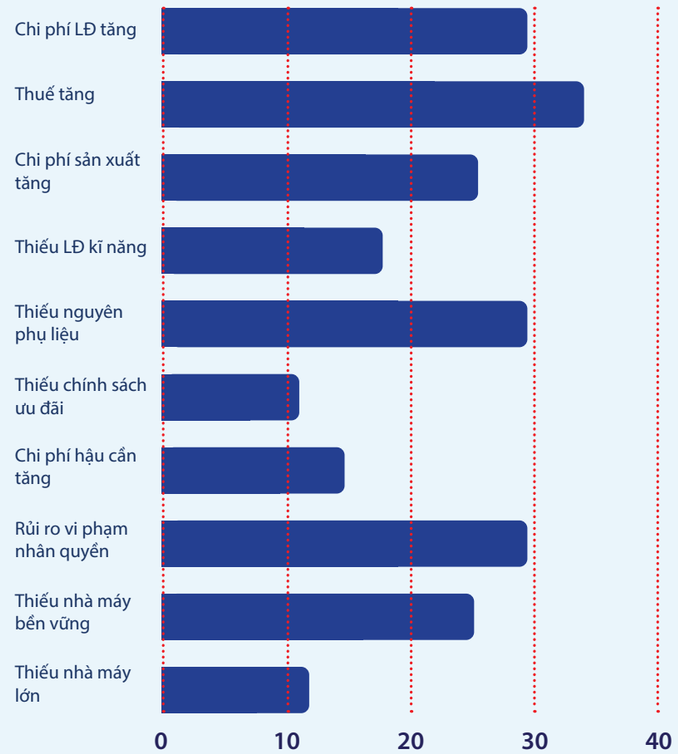
Đến lúc này, có thể nói, Tập đoàn Dệt May Việt Nam đã làm tốt việc vượt khó do những gì đại dịch Covid-19 gây ra, bởi trên hết chúng ta đã giữ được lời hứa bảo toàn đội ngũ, đồng thời kết quả tuy có giảm so với năm 2019 nhưng chỉ chưa bằng đến 50% mức suy giảm chúng ta dự kiến từ kết quả Quý I. Và quan trọng hơn cả, chúng ta đã duy trì được vị thế tốt với các nhà mua hàng, trở thành một địa chỉ tin cậy hơn trong chuỗi cung ứng và thị phần của chúng ta, đặc biệt là ở Mỹ, tiếp tục được cải thiện.

42,3% NHÃN HÀNG CHẮC CHẮN TĂNG MUA TỪ VIỆT NAM SAU COVID-19

. 1/2 nhà mua hàng còn lưỡng lự

. Thách thức chính: chi phí lao động & thuế tăng từ rủi ro vi phạm tiêu chuẩn LĐ





Do đó, bài học rút ra được từ năm 2020 là đáng trân trọng và cần được tiếp tục duy trì, phát huy, bao gồm:

Một là, ra quyết định nhanh, chấp nhận rủi ro có cân nhắc. Tốc độ triển khai rất nhanh mới tận dụng được cơ hội ngắn hạn của các mặt hàng không truyền thống như PPE.

Hai là, làm tốt công tác tuyên truyền nội bộ với người lao động, nhờ đó nhận được sự đồng thuận cao trong san sẻ việc làm; tuyệt đối tuân thủ các quy định phòng dịch nên toàn hệ thống không có xưởng sản xuất nào phải đóng cửa, cách ly.

Ba là, việc tuyên truyền vận động với khách hàng thông qua các hiệp hội ngành nghề quốc tế cũng đã đạt kết quả tích cực trong đảm bảo thanh toán, trách nhiệm với đơn hàng và vật tư đã chuẩn bị cho các đơn hàng đã ký kết, giúp giảm áp lực khá lớn cho dòng tiền của doanh nghiệp.

Bốn là, sáng tạo và quyết tâm cao trong tổ chức sản xuất, kỹ thuật khi phải tổ chức làm các mặt hàng mới, không phù hợp công nghệ,… đã giúp doanh nghiệp ổn định sản xuất, có doanh thu và hiệu quả với các đơn hàng lạ, chưa từng có kinh nghiệm làm trước đó.

Năm là, chia sẻ đơn hàng, chuyển giao kỹ thuật giữa các đơn vị thành viên, tận dụng chuỗi cung ứng nội bộ với tỷ lệ cao trong thời gian chuỗi cung cấp bị gián đoạn.

Có thể nói, **ĐOÀN KẾT – TỰ CƯỜNG - SÁNG TẠO** chính là chìa khoá giúp Tập đoàn Dệt May Việt Nam vượt khó thành công trong năm 2020.

Tuy vậy, bên cạnh những khó khăn về thị trường và mặt hàng truyền thống thì vẫn có cơ hội của sản xuất đồ PPE, mà nhờ đó chúng ta đã vượt qua năm 2020, nhất là về mặt hiệu quả. Nếu tách riêng hiệu quả từ mặt hàng này, chúng ta còn phải đối diện nhiều khó khăn hơn nữa.

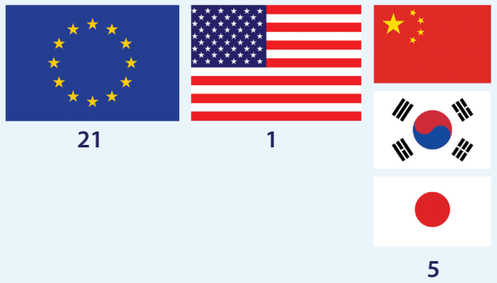
NHẬN DIỆN 2021

Rõ ràng đến thời điểm này, chưa có một dự báo nào có thể đưa ra thời điểm thế giới sẽ hết dịch Covid-19 và trở lại với các hoạt động kinh tế xã hội bình thường, do vậy những thách thức của 2020 gần như vẫn còn nguyên trong năm 2021. Theo kết quả khảo sát trong tháng 9/2020 của Trung tâm nghiên cứu quan hệ lao động do Tiến sĩ Đỗ Quỳnh Chi và cộng sự thực hiện, cùng với các nghiên cứu của McKinsey, World Bank cho thấy bức tranh tổng quát về ngành Dệt May sau đại dịch Covid-19, có thể tổng hợp như sau:

Đánh giá của chuỗi cung ứng về vai trò của dệt may việt nam

Có thể nhận thấy, một nửa các nhà mua hàng còn lưỡng lự trước khả

27 NHÃN HÀNG



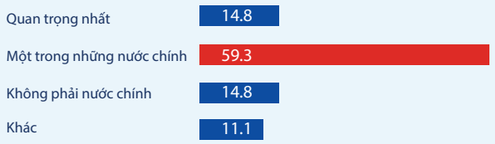
457 NHÀ CUNG ỨNG

48.1% Đa số nhà máy lớn

18.5 % Đa số nhà máy nhỏ & vừa

33.3 % Cả nhà máy lớn & nhỏ

TẦM QUAN TRỌNG CỦA VIỆT NAM TRONG CHUỖI CUNG ỨNG



năng có tăng mua hàng từ Việt Nam sau Covid-19 hay không, trong khi trên 42% xác nhận chắc chắn sẽ tăng lượng mua từ Việt Nam. Đồng thời, chỉ gần 15% nhà cung cấp cho rằng, Việt Nam là quốc gia quan trọng nhất trong chuỗi cung ứng của họ và gần 60% xác định Việt Nam nằm trong nhóm quan trọng nhất (có thể hiểu là cùng với 3 nước còn lại trong Top 4 nước xuất khẩu dệt may lớn nhất thế giới).

Như vậy, vị thế của chúng ta hoàn toàn không có điểm khác biệt lớn so với các quốc gia trong Top 5. Việc duy trì thị phần hay giảm hoàn toàn là câu chuyện của cạnh tranh từng năm, với từng đối tượng khách hàng.

Những thay đổi trong hành vi tiêu dùng và yêu cầu mới của chuỗi cung ứng

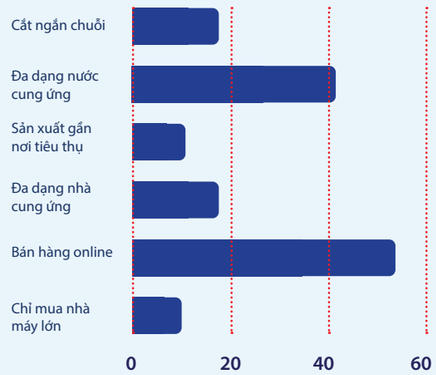
Đại dịch Covid-19 với việc ngăn cách rồi giãn cách xã hội được diễn ra trong thời gian dài đã làm biến đổi căn bản hành vi tiêu dùng, dẫn tới việc để đáp ứng các nhu cầu mới của khách hàng, các chuỗi cung ứng đã phải đưa ra các yêu cầu mới. Trong đó, xu thế chi phối sẽ là đa dạng hoá nguồn cung ứng từ nhiều quốc gia khác nhau, giảm thiểu phụ

TÁC ĐỘNG TRUNG VÀ DÀI HẠN TỚI CHUỖI CUNG ỨNG

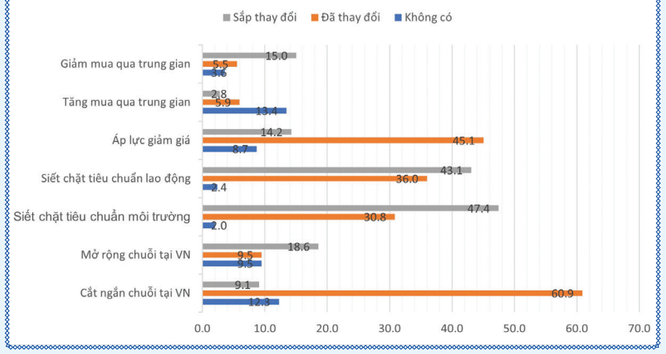
. Xu hướng **đa dạng hóa** quốc gia, nhà cung ứng tránh rủi ro

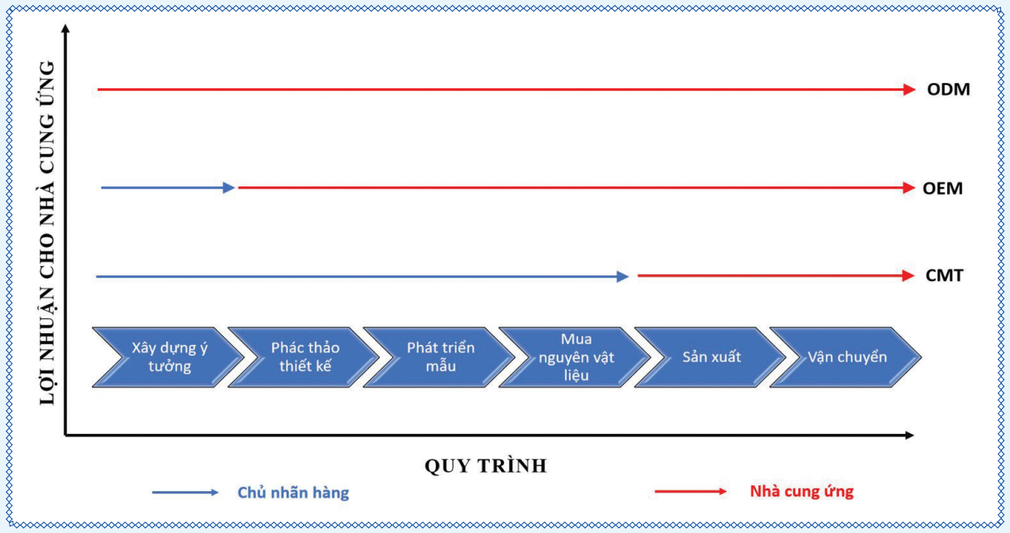
. Đơn hàng nhỏ, cá nhân hóa

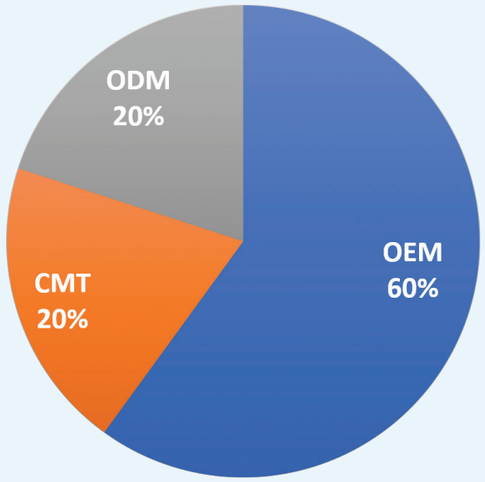
. Việc chuyển về gần thị trường tiêu thụ **chưa trở thành xu hướng**



Thay đổi trong chính sách của nhãn hàng sau Covid-19 (%)







CMT

- Chủ yếu được áp dụng bởi các thương hiệu cao cấp;

- Mang lại GTGT thấp nhất cho nhà cung ứng: ~25% giá trị xuất khẩu, LNST ~ 1-3% đơn giá gia công.

OEM

- Chủ yếu được áp dụng bởi các thương hiệu bình dân;

- Nhà mua hàng tiết kiệm được chi phí vận hành (về nhà xưởng, nhân công…)

- Nhà cung ứng có thể tiếp cận được các tri thức, kết quả nghiên cứu R&D của chủ nhãn hàng;

- Nhà cung ứng được hưởng ~30% giá trị xuất khẩu, LNST ~ 3 - 5% doanh thu thuần.

ODM

- Chủ yếu phục vụ các hệ thống bán lẻ/siêu thị.

- Nhà mua hàng tiếp cận được nguồn sản phẩm đa dạng về mẫu mã, hợp thị hiếu; giảm chi phí sản xuất, thời gian nghiên cứu sản phẩm.

- Nhà cung ứng được hưởng mức LNST cao, ~ 5-7% trở lên, nhưng gặp rủi ro về tồn đọng hàng và yêu cầu nguồn vốn lớn.

Xu hướng thay đổi phương thức cung ứng trong trung và dài hạn

Chính sách và giải pháp định hướng của các quốc gia cạnh tranh
So sánh các quốc gia sản xuất dệt may

Ngành Dệt may	Trung Quốc	Ấn Độ	Indonesia	Bangladesh	Việt Nam
Tổng số lao động	10 triệu	45 triệu (100 triệu)	5.2 triệu	3.8 triệu (10 triệu)	2.8 triệu
Giá trị xuất khẩu (2019)	USD 246.9 tỷ	USD 39 tỷ	USD 13.8 tỷ	USD 30 tỷ	USD 39 tỷ
Tỉ lệ nội địa	Chuỗi cung ứng khép kín	Mạnh về sợi tự nhiên, dệt nhuộm; Nhập hóa chất và máy	70%	25-30 %	45-50 %
Lợi thế cạnh tranh	. Công nghiệp phụ trợ rất phát triển: Sợi, vải, máy móc . Hạ tầng cơ sở tốt, chi phí logistics thấp . Thị trường nội địa lớn (190 tỷ USD)	. Cung cấp bông và sợi tự nhiên lớn nhất . Thị trường nội địa (USD 100 tỷ) . Chính sách ưu đãi FDI vào ngành dệt may . Giá nguyên liệu thấp, đa dạng . Chi phí lao động thấp	. Công nghiệp phụ trợ khá phát triển . Giá nguyên phụ liệu thấp, ổn định . Giá dầu và điện thấp . Hạ tầng cơ sở tốt . Ưu đãi nguyên phụ liệu trong nước	. Bangladesh được miễn thuế đối với khoảng 52 quốc gia . Chi phí lao động thấp . Lợi thế sản xuất đơn hàng cơ bản, số lượng lớn . Chi phí điện nước rất thấp . Ưu đãi cho KCN	. Chi phí lao động khá thấp . EVFTA và CPTPP . Lợi thế sản xuất hàng khó, giá trị cao . Giá dầu và điện khá thấp . Hạ tầng cơ sở phát triển . Gần TQ
Bất lợi	- Giá điện, nước cao - Chi phí lao động cao - Vi phạm nhân quyền - Ô nhiễm môi trường - Thuế xuất vào Mỹ và EU cao	- Hạ tầng cơ sở kém phát triển (40% đường đất) - Phụ thuộc nhập khẩu sợi nhân tạo, hóa chất - Máy móc lạc hậu - Thiếu hụt lao động kĩ năng và giản đơn (cục bộ)	- Chi phí lao động cao - Máy móc cũ - Chỉ chiếm 30% thị phần nội địa - Chính sách cứng nhắc	- Hạ tầng cơ sở kém phát triển - Lead time dài - Kĩ năng LĐ yếu - 73% sản phẩm là hàng cơ bản - Rủi ro vi phạm nhân quyền lao động - Đầu tư cho môi trường thấp	- Hạn chế đầu tư vào dệt nhuộm - Thiếu liên kết chuỗi trong nước - Thiếu kĩ năng bậc trung và cao - Ít ưu đãi cho DN

thuộc vào một quốc gia, nhằm đề phòng trường hợp nếu xảy ra diễn biến dịch bệnh bất lợi thì sẽ gây gián đoạn nguồn cung. Một xu thế khác, đó là tăng cường tỷ lệ bán hàng trực tuyến, nhất là với các sản phẩm tiêu chuẩn. Tiếp tục xu thế giảm giá qua việc cắt giảm trung gian, siết chặt tiêu chuẩn lao động và môi trường. Về hình thức triển khai đơn hàng, 60% mặt hàng của các nhãn hàng cấp trung sẽ đi theo hướng sản xuất OEM, ở đó người chủ nhãn hàng chỉ còn cung cấp các phác thảo về ý tưởng.

Có thể tóm tắt lại các đặc trưng lớn của thị trường Dệt May và các quốc gia sản xuất Dệt May lớn hậu Covid-19 như sau:

• Đa dạng hoá quốc gia cung ứng, không tập trung mua hàng từ một quốc gia;

• Đơn hàng nhỏ, tăng mạnh hình thức kinh doanh online;

• 60% đơn hàng của các thương hiệu bình dân sẽ sản xuất theo hình thức OEM, tức là chủ nhãn hàng sẽ chỉ phát triển ý tưởng còn 5 khâu tiếp theo, từ phác thảo thiết kế, phát triển mẫu, mua nguyên vật liệu, sản xuất, vận chuyển sẽ do các nhà cung ứng phụ trách. Khoảng 20% thương hiệu cao cấp vẫn duy trì hình thức kinh doanh CMT, trong đó chủ nhãn hàng vẫn lo 4 khâu đầu, từ phác thảo thiết kế cho đến mua nguyên vật liệu để đảm bảo chất lượng, sở hữu trí tuệ… Khoảng 20% đơn hàng theo xu hướng ODM, chủ yếu phục vụ trực tiếp vào các siêu thị;

• Các xu thế và áp lực chính mà các nhãn hàng tạo ra với các nhà cung ứng:

- Giảm giá mạnh – gần 60% các nhãn hàng được khảo sát cho thấy xu thế này, trong đó trên 45% nhãn hàng đã áp dụng;

- Siết chặt các tiêu chuẩn về môi trường là xu thế của trên 75% các nhãn hàng, trong đó trên 30% nhãn hàng đã áp dụng;

- Siết chặt tiêu chuẩn về lao động là xu thế của 80% nhãn hàng, trong đó trên 36% nhãn hàng đã áp dụng.

• Gần 60% các nhãn hàng xác định Việt Nam là một trong các quốc gia chính để đặt hàng, nhưng chỉ có 15% xác định Việt Nam là quốc gia quan trọng nhất;

• Về năng lực cạnh tranh quốc gia, trong nhóm 4 nước xuất khẩu Dệt May lớn nhất thế giới (Trung Quốc, Ấn Độ, Việt Nam, Bangladesh), nếu xét theo 5 khía cạnh chính là chi phí lao động, chi phí điện nước, liên kết chuỗi, thuế suất đi EU – USA và chính sách hỗ trợ của nhà nước, Việt Nam không có khía cạnh nào ở mức tốt nhất, trong đó chính sách hỗ trợ thậm chí xếp ở mức thấp nhất và liên kết chuỗi xếp thứ 3 trong số 4 quốc gia.

• Khảo sát của McKinsey tháng 4/2020 cho thấy, xu hướng tiêu dùng thay đổi trong trung hạn, thể hiện ở tỉ lệ hơn 60% người tiêu dùng cắt giảm mua sắm hàng thời trang cả trong và sau dịch; trong dài hạn, 65% người tiêu dùng chuyển từ thời trang nhanh sang hàng cơ bản và có độ bền cao, 67% quan tâm tới tính bền vững môi trường và lao động của nhãn hàng.

Quốc gia	Chi phí lao động	Chi phí điện nước	Liên kết chuỗi	Thuế xuất US, EU	Ưu đãi nhà nước
Trung Quốc	1	1	4	1	4
Ấn Độ	2	2	3	2	2
Việt Nam	3	3	2	3	1
Bangladesh	4	4	1	4	3

QUAN ĐIỂM GỢI MỞ VỀ GIẢI PHÁP GIAI ĐOẠN 2021-2023

Các dự báo đều cho thấy, trong kịch bản tốt thì đến hết năm 2022, mức tiêu thụ dệt may toàn cầu có thể quay về ngưỡng năm 2019, với giả thiết kiểm soát được dịch bệnh trong năm 2021 một cách toàn diện và chính thức gỡ bỏ các chính sách liên quan đến kiểm soát dịch. Với kịch bản trung bình, phải tới hết năm 2023, mức tiêu thụ dệt may toàn cầu mới quay lại mốc năm 2019, với tổng kim ngạch nhập khẩu hàng dệt may của các thị trường lớn đạt khoảng 750 tỷ USD.

Như vậy có thể thấy, giai đoạn 2021-2023 là giai đoạn phục hồi sau Covid-19, tuy nhiên thị trường vẫn tiềm ẩn nhiều biến động và phụ thuộc chặt chẽ vào tình trạng dịch bệnh. Vì vậy, các doanh nghiệp sẽ phải xây dựng kế hoạch hành động trên nền tảng các điều kiện đầu vào là:

• Lợi thế cạnh tranh của các doanh nghiệp truyền thống và lớn như trong Tập đoàn Dệt May Việt Nam có nguy cơ bị xoá nhoà sau thời gian dừng vì dịch bệnh, bởi các đối thủ sẽ bắt đầu ở cùng một vạch xuất phát mới;

• Khách hàng truyền thống bị thay thế, phá sản, thu hẹp quy mô, thị trường xuất hiện các nhãn hàng mới. Việc chỉ dựa trên khách hàng truyền thống sẽ không đảm bảo duy trì được thị phần của doanh nghiệp trên thị trường. Tấn công, phát triển khách hàng mới sẽ là chìa khoá quyết định thành công và chúng ta không có lợi thế rõ rệt so với các doanh nghiệp khác;

• Cơ cấu tiêu thụ sản phẩm thay đổi, làm ảnh hưởng đến tính cân bằng của năng lực sản xuất hiện có. Sẽ xuất hiện các khu vực thừa cung, và cả những khu vực cần đầu tư mới hoặc chuyển đổi để đáp ứng thị trường;

• Phương thức hợp tác trực tiếp, giảm trung gian đòi hỏi nâng cao cả năng lực nhân viên lẫn hệ thống hạ tầng quản lý, công nghệ thông tin ở cùng trình độ với các người mua hàng. Chuyển đổi số và áp dụng IoT là điều kiện cần ở các doanh nghiệp;

• Phương thức kinh doanh trực tuyến tăng mạnh, với sự hỗ trợ của công nghệ thử kích cỡ người mặc (size) từ xa thông qua các ứng dụng trên điện thoại;

• Dòng vốn lưu động có sự sắp xếp lại với các yêu cầu mới mà khả năng cao là làm tăng nhu cầu vốn với tỷ lệ sản xuất OEM tăng nhanh;

• Yêu cầu về môi trường, lao động sẽ tạo thêm áp lực chi phí cho DN trong thời gian đầu triển khai;

• Các quốc gia tranh thủ quá trình sắp xếp lại chuỗi cung ứng để tranh giành những thị phần mới một cách quyết liệt;

• Đơn giá hàng hoá giảm mạnh.

Với các đặc điểm như trên, xin đề xuất mang tính gợi mở các cụm giải pháp chính cho giai đoạn 2021-2023 như sau:

Giải pháp thứ nhất: Đảm bảo năng lực sản xuất OEM

Theo kết quả khảo sát về sự dịch chuyển trong phương thức đặt hàng, tới đây, trên 60% đơn hàng sẽ được áp dụng theo phương thức OEM, tức là doanh nghiệp cung ứng phải đảm bảo 5 khâu trong chuỗi giá trị, từ phát triển thiết kế - chuẩn bị mẫu - mua nguyên vật liệu - sản xuất - vận chuyển. Như vậy, chắc chắn các doanh nghiệp phải nhanh chóng xây dựng và hoàn thiện năng lực của mình, đảm bảo có khả năng đảm nhiệm được cả 5 khâu trên với mức cạnh tranh tốt. Rõ ràng, so với

Trung Quốc và Ấn Độ ở các khâu đầu từ phát triển thiết kế, chuẩn bị mẫu và nhất là chuẩn bị nguyên liệu, chúng ta đang có năng lực yếu hơn. Đây sẽ là giải pháp quan trọng nhất để có thể giữ được các đơn hàng cơ bản, đơn hàng số lượng lớn, đang chiếm tỷ trọng cao trong cơ cấu mặt hàng xuất khẩu của Việt Nam. Mỗi doanh nghiệp sẽ phải căn cứ vào tập khách hàng và sản phẩm chủ đạo của mình để xây dựng kế hoạch hành động nhằm hoàn thiện chuỗi OEM nội tại, hay chí ít là các cụm doanh nghiệp vừa và nhỏ, có sử dụng chung Trung tâm phát triển, đáp ứng các yêu cầu mới. Nếu không, nguy cơ thiếu hụt đơn hàng sẽ rất lớn, do loại hình đơn hàng CMT bị thu hẹp, chỉ còn các mặt hàng rất cao cấp với số lượng nhỏ, trong khi triển khai đơn hàng ODM đưa vào siêu thị lại có rào cản lớn về nhu cầu vốn và rủi ro trong tồn kho.

Giải pháp thứ 2: Chuyển đổi số

Với việc cắt giảm trung gian, giảm tồn kho tại các kho trung tâm, đòi hỏi phải giao hàng trực tiếp từ nhà sản xuất tới điểm bán hàng, đơn hàng kích cỡ nhỏ đi, thời gian sản xuất và giao hàng ngắn lại là xu thế chủ đạo trong điều hành chuỗi cung ứng dệt may toàn cầu, thì việc dứt khoát phải có công cụ quản trị mới trong sản xuất – tồn kho – giao hàng là điều kiện tiên quyết. Chuyển đổi số với việc số hoá toàn bộ quá trình hoạt động doanh nghiệp, sử dụng cùng 1 ngôn ngữ quản lý "trong suốt" theo thời gian thực với các khâu của chuỗi cung ứng sẽ là giải pháp cần triển khai nhanh chóng để phục vụ phát triển dài hạn. ***(Chi tiết của giải pháp xin tham khảo trong bài viết Chuyển đổi số trong cùng số Tạp chí này.)***

Giải pháp thứ 3: Nguồn nhân lực

Các yêu cầu mới trong hoàn thiện chuỗi năng lực OEM, cũng như phục vụ giải pháp chuyển đổi số đòi hỏi một lực lượng nhân lực có các yêu cầu khác biệt so với hiện nay. Việc phối hợp giữa trường Đại học Công nghiệp Dệt May Hà Nội và các trường khác của Tập đoàn Dệt May Việt Nam với doanh nghiệp để chuẩn bị nhanh đội ngũ phát triển thiết kế, chuẩn bị mẫu, đội ngũ Merchandiser, đội ngũ nhân viên làm việc trong môi trường số hoá ở tất cả các khâu, cũng như đội ngũ kỹ thuật viên có khả năng sử dụng các trang thiết bị tự động hoá áp dụng công nghệ 4.0 là giải pháp mang tính chiến lược lâu dài trong các doanh nghiệp. ***(Chi tiết của giải pháp xin tham khảo trong bài viết Giải pháp về nguồn nhân lực trong cùng số Tạp chí này.)***

Giải pháp thứ 4: Đảm bảo các điều kiện về lao động

Áp lực của đánh giá bên thứ 2, bên thứ 3 với tiêu chuẩn lao động, việc làm sẽ ngày càng gia tăng, trở thành điều kiện cần đầu tiên để doanh nghiệp có thể bước vào chuỗi cung ứng, nhận đơn hàng, trước khi bàn bạc đến giá và thời gian giao hàng. Xác định bước đi phù hợp với nguồn lực của doanh nghiệp, hướng đúng đến các yêu cầu của khách hàng và thị trường trọng yếu là cụm giải pháp các doanh nghiệp cần chuẩn bị nghiêm túc, kế hoạch minh bạch, đánh giá công khai.

Giải pháp thứ 5: Đảm bảo về môi trường, hướng tới kinh tế tuần hoàn

Xu thế sản xuất xanh, phát triển bền vững, sử dụng nguồn nguyên liệu thân thiện với môi trường, nhất là nguyên liệu tái chế, năng lượng tái tạo sẽ tiếp tục là các tiêu chuẩn ngày càng được đưa thêm vào và nâng dần mức yêu cầu của các nhãn hàng dệt may toàn cầu. Chuẩn bị trước các điều kiện từ nhà xưởng, thiết kế nhà máy, năng lượng tái tạo… là giải pháp chuẩn bị để đáp ứng dần các yêu cầu của thị trường.

Giải pháp thứ 6: Đảm bảo An toàn Tài chính cho phát triển bền vững

KẾT LUẬN

Ngành Dệt May và các doanh nghiệp của Vinatex đang đứng trước một cơ hội và thách thức rất lớn. Tận dụng tốt cơ hội của quá trình sắp xếp chuỗi cung ứng hậu Covid-19 có thể giúp tạo ra bước tiến lớn về cả thị phần, quy mô xuất khẩu, nhất là giá trị gia tăng cho hàng Dệt May Việt Nam, khi tỷ trọng sản xuất OEM chiếm chủ đạo. Tuy nhiên, rủi ro cũng rất lớn vì thị trường còn ẩn chứa rất nhiều bất định, lên xuống thất thường, đơn giá giảm sâu. Vì thế, nếu không tính toán kỹ trong đầu tư và dịch chuyển phương thức, doanh nghiệp có thể gặp ngay khó khăn về dòng tiền, dẫn đến chưa tái cấu trúc thành công đã cạn kiệt nguồn lực. Hơn lúc nào hết, mọi nguồn lực của doanh nghiệp cần tập trung cao cho các chương trình mới, với phương châm **TỰ CƯỜNG - SÁNG TẠO – ĐOÀN KẾT** ●

HIỆP ĐỊNH RCEP – NHỮNG LƯU Ý BAN ĐẦU ĐỐI VỚI DOANH NGHIỆP DỆT MAY

Hiệp định đối tác kinh tế toàn diện khu vực, gọi tắt là RCEP đã chính thức được ký kết tại Hà Nội dưới hình thức trực tuyến. Đây là Hiệp định thương mại tự do (FTA) có ưu thế vượt trội về quy mô, bao gồm số lượng thành viên lên đến 15 quốc gia, dân số 2,2 tỷ người và tổng GDP toàn khối chiếm 30% GDP toàn cầu. Tuy nhiên đối với ngành Dệt May Việt Nam, lợi ích của Hiệp định RCEP thực chất nằm ở đâu? RCEP có lợi gì so với các FTA Việt Nam đã ký trong khuôn khổ ASEAN và ASEAN Cộng với các đối tác? Thị trường nào sẽ có cơ hội gia tăng xuất khẩu cho Dệt May Việt Nam? Trong số Tạp chí tháng 12 này chúng tôi sẽ có những đánh giá ban đầu về lợi ích của RCEP đối với ngành Dệt May Việt Nam và những lưu ý cho doanh nghiệp khi tận dụng ưu đãi của Hiệp định này.

Bài: **VƯƠNG ĐỨC ANH**

NHỮNG THÔNG TIN CHUNG VỀ RCEP

Hiệp định được ký kết vào ngày 15/11/2020, sau 8 năm đàm phán. Dự kiến sẽ phải mất thêm một khoảng thời gian để các nước hoàn thành thủ tục phê chuẩn để Hiệp định có hiệu lực. Theo cam kết, Hiệp định RCEP sẽ có hiệu lực khi ít nhất 6 nước ASEAN và 3 nước đối tác hoàn tất thủ tục phê chuẩn, chấp nhận hoặc phê duyệt Hiệp định. Với các nước còn lại, Hiệp định sẽ có hiệu lực đối với các nước đó sau 60 ngày kể từ ngày nước này hoàn tất các thủ tục trong nước.

Hiệp định RCEP bao gồm 15 nước thành viên, trong đó có 10 nước ASEAN và 5 nước đối tác, bao gồm Trung Quốc, Hàn Quốc, Nhật Bản, Úc, Niu-di-lân.

Trong các cuộc đàm phán ban đầu có sự tham gia của Ấn Độ, tuy nhiên quốc gia này đã rút lui vào năm ngoái vì lo ngại liên quan đến hàng nhập khẩu giá rẻ của Trung Quốc. Mặc dù vậy, các quốc gia thành viên vẫn để ngỏ cơ hội để Ấn Độ trở lại RCEP. Bất kỳ quốc gia nào cũng có thể tham gia RCEP sau 18 tháng kể từ khi hiệp định có hiệu lực nhưng Ấn Độ, với tư cách là một trong những đối tác đàm phán ban đầu, có thể tham gia bất kỳ lúc nào khi thỏa thuận có hiệu lực.

Theo nghiên cứu của Ngân hàng Thế giới (WB) thực hiện năm 2018 cho thấy, việc thực thi hiệp định này có thể giúp tổng sản phẩm quốc dân (GDP) của Việt Nam tăng thêm 0,4% đến năm 2030 nếu xét lợi ích trực tiếp, có thể lên đến 1% nếu có tính đến lợi ích gián tiếp từ cải cách thể chế.

Lợi thế về quy mô:

+ Dân số: 2,2 tỷ người, chiếm 30% dân số thế giới

+ GDP: 26,2 nghìn tỷ USD, chiếm 30% GDP toàn cầu

NHỮNG ĐIỂM NHẤN CỦA HIỆP ĐỊNH RCEP

Đây là lần đầu tiên Trung Quốc, Nhật & Hàn Quốc xích lại gần nhau trong một hiệp định thương mại duy nhất - một tiến trình vốn đã chịu nhiều tác động bởi các tranh chấp lịch sử & ngoại giao.

Hiệp định đã hài hòa hóa được 5 bộ quy tắc xuất xứ khác nhau theo các FTA riêng rẽ, bao gồm:

- Hiệp định ATIGA giữa 10 nước ASEAN (dùng C/O mẫu D);
- Hiệp định ACFTA giữa ASEAN với Trung Quốc (dùng C/O mẫu E);
- Hiệp định AKFTA giữa ASEAN với Hàn Quốc (dùng C/O mẫu AK);
- Hiệp định AJCEP giữa ASEAN và Nhật Bản (dùng C/O mẫu AJ);
- Hiệp định AANZFTA giữa ASEAN và Úc, Niu-di-lân (dùng C/O mẫu AANZ).

Ngoài việc hài hòa hóa 5 bộ quy tắc xuất xứ nói trên, nhà sản xuất/xuất khẩu tại các nước thành viên được mở rộng phạm vi được cộng gộp nguyên liệu bao gồm 15 quốc gia. Đặc biệt, với sự tham gia của Trung Quốc, Nhật Bản và Hàn Quốc, vấn đề quy tắc xuất xứ chặt chẽ không còn là rào cản để các nước thành viên hưởng lợi từ cam kết cắt/giảm thuế suất thuế nhập khẩu theo RCEP.

NHỮNG LƯU Ý ĐỐI VỚI DOANH NGHIỆP DỆT MAY

Về quy tắc xuất xứ đối với hàng dệt may: Chỉ cần đáp ứng quy tắc "cắt may" được thể hiện dưới hình thức là quy tắc chuyển đổi mã số hàng hóa (đối với hàng may mặc Chương 61, 62 là quy tắc "CC – chuyển đổi Chương").

Về thủ tục chứng nhận xuất xứ: Áp dụng song song hai hình thức, bao gồm: (i) C/O do tổ chức cấp và (ii) Nhà xuất khẩu đủ điều kiện tự chứng nhận xuất xứ (gần tương tự mô hình thí điểm trong ASEAN, có một số điểm linh hoạt hơn chương trình thí điểm Việt Nam đang áp dụng trong ASEAN, như việc bỏ quy định số người của doanh nghiệp được ký tên trên Khai báo tự chứng nhận xuất xứ và bỏ quy định luân chuyển mẫu chữ ký của những người được ký tên chứng nhận xuất xứ này giữa các nước thành viên.

Lưu ý về quy định nước xuất xứ trong RCEP để xác định mức thuế suất thuế nhập khẩu ưu đãi áp cho hàng hóa: Xuất phát từ thực tế, một số nước dành mức thuế suất thuế nhập khẩu ưu đãi khác nhau cho các nước khác nhau đối với cùng một mặt hàng, trong quá trình sản xuất mặt hàng đó có sử dụng nguyên liệu cộng gộp từ các nước thành viên khác nhau, vậy cần xác định nước xuất xứ là nước nào để áp thuế suất thuế nhập khẩu ưu đãi? Quy tắc xác định nước xuất xứ chung cho đa số các mặt hàng, đó là: Nước xuất xứ để áp thuế suất thuế nhập khẩu chính là nước xuất khẩu hàng hóa, với điều kiện quá trình sản xuất tại nước xuất khẩu đó phải vượt qua các công đoạn gia công đơn giản, bao gồm:

(a) Các hoạt động bảo quản để đảm bảo hàng hóa vẫn ở trong tình trạng tốt cho mục đích vận chuyển hoặc lưu kho;

(b) Đóng gói hoặc trình bày hàng hóa để vận chuyển hoặc bán;

(c) Các quy trình đơn giản (được mô tả là hoạt động không cần kỹ năng đặc biệt hoặc máy móc, thiết bị hoặc thiết bị được sản xuất hoặc lắp đặt đặc biệt để thực hiện hoạt động), bao gồm sàng, sàng lọc, phân loại, phân loại, mài, cắt, rạch, mài, uốn, cuộn hoặc không cuộn;

(d) Dán hoặc in các nhãn hiệu, nhãn mác, biểu tượng, hoặc các dấu hiệu phân biệt tương tự trên hàng hóa hoặc bao bì của chúng;

(e) Chỉ pha loãng với nước hoặc chất khác không làm thay đổi nghiêm trọng các đặc tính của hàng hóa;

(f) Tháo rời sản phẩm thành các bộ phận;

(g) Giết động vật;

(h) Các hoạt động sơn và đánh bóng đơn giản;

(i) Bóc, ném hoặc bóc vỏ đơn giản;

(j) Trộn lẫn hàng hóa đơn giản, có hoặc không khác loại;

(k) Bất kỳ sự kết hợp nào của hai hoặc nhiều thao tác được đề cập trong các đoạn từ khoản (a) đến (j).

Vậy, khi nào phải áp dụng quy tắc xác định nước xuất xứ để xác định thuế suất thuế nhập khẩu này? Câu trả lời là, chúng ta có thể áp dụng trong trường hợp nhà sản xuất/xuất khẩu có cộng gộp nguyên liệu của các nước thành viên trong quá trình sản xuất và xuất khẩu sang các thị trường Trung Quốc, Nhật Bản, Hàn Quốc và 4 nước ASEAN gồm Indonexia, Malaixia, Phillipin, Thái Lan.

Tuy nhiên, không phải tất cả các mặt hàng đều áp dụng quy tắc xác định nước xuất xứ chung nói trên. Có một số mặt hàng phải đáp ứng quy tắc xuất xứ bổ sung để xác định nước xuất xứ. Quy tắc bổ sung xác định nước xuất xứ yêu cầu nước xuất khẩu phải đóng góp tối thiểu 20% trị giá hàng hóa trong quá trình sản xuất, không chỉ đơn thuần vượt qua công đoạn gia công đơn giản kể trên.

Qua rà soát toàn bộ quy tắc bổ sung xác định nước xuất xứ của các nước thành viên, chúng tôi thấy chỉ có 2 lưu ý sau đối với hàng dệt may:

Thứ nhất, đối với mặt hàng sợi bông xuất khẩu đi Trung Quốc, lưu ý sẽ áp dụng quy tắc bổ sung này nếu có sử dụng bông Úc để cộng gộp nguyên liệu trong quá trình sản xuất.

Thứ hai, đối với mặt hàng quần dài nam từ các vật liệu dệt khác (mã HS 6203.4290) xuất khẩu đi Indonesia, lưu ý sẽ áp dụng quy tắc bổ sung này nếu có sử dụng vải của Trung Quốc để cộng gộp nguyên liệu trong quá trình sản xuất.

Vậy, trường hợp quy tắc chung và quy tắc bổ sung nói trên sản phẩm không đáp ứng được thì thuế suất thuế nhập khẩu được áp dụng như thế nào? Trong trường hợp này, sẽ áp dụng mức thuế suất cao nhất trong số các nước đóng góp nguyên liệu có xuất xứ cộng gộp trong quá trình sản xuất hàng hóa. Tuy nhiên, nếu nhà nhập khẩu không muốn chứng minh đáp ứng quy tắc xác định nước xuất xứ nói trên thì nhà nhập khẩu được quyền yêu cầu áp mức thuế suất như sau:

- Cao nhất giữa các nước cung cấp nguyên liệu có xuất xứ trong quá trình sản xuất của 1 mặt hàng. Trường hợp này nhà nhập khẩu phải chứng minh được các nước đã tham gia cung cấp nguyên liệu có xuất xứ.
- Cao nhất giữa các nước cho 1 mặt hàng.

Về thuận lợi lớn nhất RCEP mang lại, xét trên khía cạnh quy tắc xuất xứ so với các FTA đã ký riêng rẽ trước đây với các đối tác, đó là ***Xuất khẩu đi Nhật Bản sẽ gặp nhiều thuận lợi khi không còn rào cản quy tắc xuất xứ 2 công đoạn "từ vải trở đi"*** trong Hiệp định AJCEP cũng như Hiệp định FTA song phương Việt Nam - Nhật Bản. Lộ trình xóa bỏ thuế đối với hàng may mặc của Việt Nam dài nhất là 15 năm đối với 1 số mặt hàng, còn lại được miễn thuế nhập khẩu ngay khi Hiệp định có hiệu lực. Dưới đây là mức thuế suất thuế nhập khẩu Nhật Bản áp dụng cho một số mặt hàng may mặc chính của Việt Nam:

- Sơ mi nam dệt thoi từ bông (HS 620520): Free
- Sơ mi nữ dệt thoi từ bông (HS 620630): Free
- Quần nam dệt thoi từ bông (HS 620342): Free
- Quần nam dệt thoi từ sợi nhân tạo (HS 620343): Free
- Quần nữ dệt thoi từ bông (HS 620462): Free
- Quần nữ dệt thoi từ sợi nhân tạo (HS 620463): lộ trình giảm dần về 0% sau 10 năm từ mức thuế cơ sở 10%.
- Áo khoác nam nữ dệt thoi từ sợi nhân tạo: lộ trình giảm dần về 0% sau 15 năm từ mức thuế cơ sở 12,8%.
- Váy nữ dệt thoi từ bông: Free
- Sơ mi nam nữ dệt kim từ bông (HS 610510 và 610610): Free
- Quần nam nữ dệt kim từ bông (HS 610342 và 610462): Free

Trong các số Tạp chí tới, chúng tôi sẽ có các phân tích, so sánh cụ thể từng mặt hàng về lợi thế của RCEP so với các FTA đã ký nội khối ASEAN và giữa ASEAN với các nước đối tác, đặc biệt về cam kết mở cửa thị trường và quy tắc xuất xứ ●

GIẢI PHÁP VỀ NGUỒN NHÂN LỰC THỜI KỲ HẬU COVID-19

Bài: **TS HOÀNG XUÂN HIỆP**
Hiệu trưởng - Trường Đại học Công nghiệp Dệt May Hà Nội.

Năm 2020 là năm mà nền kinh tế nói chung và ngành Dệt May nói riêng chịu nhiều tác động tiêu cực của đại dịch Covid-19. GDP thế giới năm 2020 dự kiến giảm 4,5% so với năm 2019, tức là thế giới mất đi xấp xỉ 4.000 tỷ USD so với năm 2019. Tại Việt Nam, trong 10 tháng đầu năm 2020, số doanh nghiệp tạm ngừng kinh doanh có thời hạn là 41.800 DN, tăng 58,7% so với cùng kỳ năm 2019; 13.500 DN hoàn tất thủ tục giải thể, tăng 0,1%.

Cho đến thời điểm tháng 11/2020, dù thế giới đã từng bước đưa vắc xin vào phòng chống dịch nhưng thực tế cho thấy, số lượng người bị nhiễm hằng ngày vẫn có xu hướng tăng và liên tục lập kỷ lục mới về số người bị nhiễm tại các thị trường lớn nhất của ngành Dệt May Việt Nam như Mỹ, Châu Âu. Trong bối cảnh đó, các nhà nhập khẩu của các nhãn hàng đã có nhiều thay đổi lớn trong phương thức kinh doanh để ứng phó với đại địch như: đẩy mạnh phương thức OEM, trong đó chuyển toàn bộ các khâu thiết kế, phát triển mẫu, chuẩn bị nguyên phụ liệu, sản xuất, xuất khẩu về các nước cung ứng như Việt Nam. Bên cạnh đó, để đối phó với tình trạng phải giảm tiếp xúc trực tiếp để phòng chống dịch, các nhãn hàng cũng như người mua hàng đã đẩy mạnh chuyển đổi số trong kinh doanh như: ứng dụng thương mại điện tử trong giao dịch, đẩy mạnh sản xuất hàng loạt theo phương thức cá nhân hóa sản phẩm thông qua công nghệ số… Tất cả những thay đổi trên đã tác động rất lớn đến các doanh nghiệp (DN) Dệt May Việt Nam, đòi hỏi các DN phải thay đổi để thích ứng với tình hình mới, trong đó có nội dung cốt lõi là phải chuẩn bị nguồn nhân lực có

đủ năng lực làm việc trong điều kiện mới này trong giai đoạn 2020 - 2025.

Bài báo này hướng đến việc đánh giá tác động của đại dịch Covid-19 đến nguồn nhân lực nói chung và nhân lực dệt may nói riêng, từ đó đề xuất giải pháp hoàn thiện năng lực của người lao động trong ngành Dệt May, đáp ứng yêu cầu phát triển của DN thời kỳ hậu Covid-19.

1- ĐẶC TRƯNG CỦA NGUỒN NHÂN LỰC DỆT MAY THỜI KỲ HẬU COVID-19

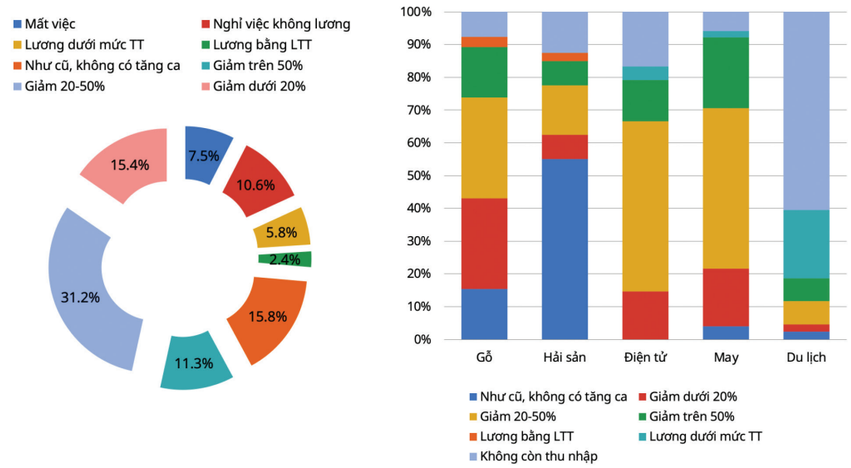
Năm 2020 là năm chứng kiến những tác động rất lớn đối với cả nền kinh tế nói chung và người lao động nói riêng. Nhiều nghiên cứu trên thế giới đã khẳng định, tác động của đại dịch Covid-19 đối với nguồn nhân lực của các DN hết sức nặng nề. Cụ thể, tổn thất về thời giờ làm việc của người lao động toàn cầu trong quý II/2020 tăng 17,3% so với quý IV/2019, tương đương với 495 triệu việc làm toàn thời gian; ước tính mức tổn thất về thời giờ làm việc toàn cầu của quý III/2020 là 12,1% (tương đương với 345 triệu việc làm toàn thời gian), quý IV/2020 là 8,6%, tương đương với 245 triệu việc làm toàn thời gian. Trong xu thế chịu tác động như vậy, người lao động trong ngành Dệt May khu vực Châu Á, trong đó có Việt Nam, cũng mất từ 2 - 4 tuần lao động trong Quý II và Quý III của năm 2020. Nguyên nhân chính dẫn đến tổn thất việc làm gia tăng là do người lao động làm công việc phi chính thức bị ảnh hưởng lớn hơn nhiều so với các cuộc khủng hoảng trước đây; do đình trệ trong hoạt động hơn là do thất nghiệp.

Tính đến quý III/2020, 94% người lao động vẫn làm việc ở các nước hiện đang duy trì áp dụng một số quy định hạn chế tại nơi làm việc, 32% người lao động hiện ở các nước vẫn bắt buộc đóng cửa toàn bộ nơi làm việc, trừ những cơ sở thiết yếu [3]. Tình trạng trên cũng có tác động tương tự đến kinh tế Việt Nam, khi mà trong nước cũng có tới 3,8 triệu lao động trong lĩnh vực sản xuất bị ảnh hưởng việc làm. Việt Nam có gần 13 triệu lao động phi chính thức làm việc trong các lĩnh vực phải chịu hậu quả của dịch Covid-19, trong đó khu vực sản xuất có 36,1% lao động phi chính thức. Bên cạnh đó, lao động nữ bị ảnh hưởng nhiều nhất trong đại dịch, trong khi ngành Dệt May với hơn 77% lực lượng lao động là nữ [4]; có trên 1 triệu lao động trong tổng số 4,3 triệu lao động của ngành Dệt May và Da Giày đã bị mất việc hoàn toàn, số còn lại chỉ làm việc với 50 - 60% công suất [6].

Tính đến tháng 9/2020, gần một nửa số việc làm trong các chuỗi cung ứng dệt may đều phải phụ thuộc vào nhu cầu hàng dệt may của người tiêu dùng tại các nước phải áp dụng các biện pháp phong tỏa nghiêm ngặt nhất, mà tại đó doanh số bán lẻ đã giảm mạnh. Năm 2019, khu vực Châu Á - Thái Bình Dương đã tuyển dụng khoảng 65 triệu công nhân dệt may, chiếm 75% tổng số công nhân dệt may trên toàn thế giới. Tuy nhiên, các đánh giá hiện tại cho thấy cuộc khủng hoảng kinh tế và lao động do dịch Covid-19 gây ra có thể làm tăng thêm 25 triệu người thất nghiệp trên toàn cầu, so với số lượng người thất nghiệp sẵn có là 188 triệu trong năm 2019 [1].

Do tổn thất giờ làm như trên nên trong ba quý đầu năm 2020, thu nhập của người lao động đã giảm 10,7%, tương đương 3.500 tỷ đô la Mỹ so với cùng kỳ năm 2019. Lao động nữ và gia đình trên thế giới là một trong những đối tượng bị ảnh hưởng mạnh nhất, khi mà có tới 83% người lao động nữ bị giảm

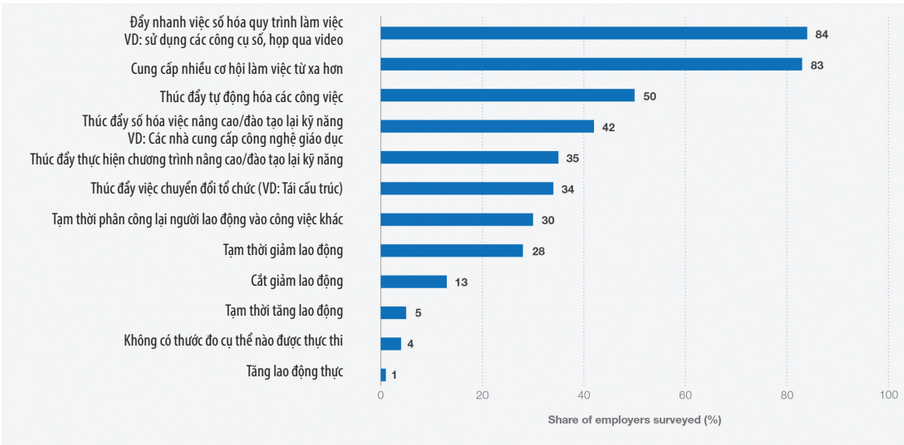
thu nhập hoặc mất việc làm; trong số đó 32,3% là người tạo ra thu nhập chính hoặc duy nhất trong gia đình [3]. Tại Việt Nam, do tác động của tình trạng thiếu việc làm và mất việc làm như trên, nên thu nhập của người lao động trong ngành May cũng bị giảm đáng kể. Tác động giảm thu nhập của người lao động thể hiện trong hình sau:



Hình 1: Tác động của dịch covid-19 tới việc làm và thu nhập của lao động Việt Nam - Nguồn:[2]

Hình 1 cho thấy, hơn 20% lao động ngành May bị giảm trên 50% thu nhập và khoảng 50% lao động ngành May bị giảm 20% - 50% thu nhập. Thu nhập giảm chắc chắn sẽ tác động tiêu cực đến cuộc sống của người động cũng như chất lượng vốn nhân lực của DN May.

Tác động quan trọng tiếp theo của dịch Covid-19 đến DN là tác động đến ý thức của lãnh đạo DN về các công việc cần triển khai để đối phó với đại dịch này. Các công việc cần triển khai đó được thể hiện trong hình sau:



Hình 2: Tỷ lệ lãnh đạo DN cho rằng sẽ triển khai các công việc sau trong thời gian tới tại DN để đối phó với Covid-19 - Nguồn:[7]

Số liệu tại Hình 2 cho thấy, 84% lãnh đạo sẽ thúc đẩy quá trình số hóa công việc, 83% lãnh đạo sẽ tạo nhiều cơ hội làm việc từ xa hơn cho nhân viên và 42% lãnh đạo sẽ thúc đẩy việc số hóa quá trình đào tạo lại hoặc đào tạo nâng cao kỹ năng cho người lao động. Tuy rằng làm việc từ xa là một xu thế, nhưng các nền kinh tế có mức độ phát triển khác nhau thì tỷ lệ các công việc có thể làm từ xa cũng khác nhau. Tỷ lệ lý thuyết hiện tại của các công việc có thể được thực hiện từ xa trong bất kỳ nền kinh tế cụ thể nào như sau: khoảng 38% việc làm ở các nước thu nhập cao, 25% ở các nền kinh tế có thu nhập trên trung bình, 17% ở các nền kinh tế có thu nhập trung bình thấp và 13% ở các nền kinh tế thu nhập thấp. Nghiên cứu cho thấy, các nền kinh tế có GDP/người xấp xỉ 3.000 USD/năm như Việt Nam hiện nay thì tỷ lệ các công việc có thể làm từ xa chỉ là xấp xỉ 15%; những nước phát triển như Mỹ với GDP/người hơn 60.000 USD/năm thì cũng chỉ khoảng 58% công việc có thể làm từ xa và rủi ro mất việc làm do làm việc từ xa của người lao động trong lĩnh vực sản xuất chỉ là 14% [7]. Mặc dù vậy, chúng ta phải thừa nhận rằng, do tác động của Covid-19 mà người lao động phải làm việc trong điều kiện hạn chế tiếp xúc trực tiếp thông qua việc đẩy mạnh ứng dụng công nghệ số. Thực tế này đòi hỏi nguồn nhân lực phải nhanh chóng được trang bị những kỹ năng số để thích ứng với sự thay đổi của DN dệt may trong giai đoạn tới.

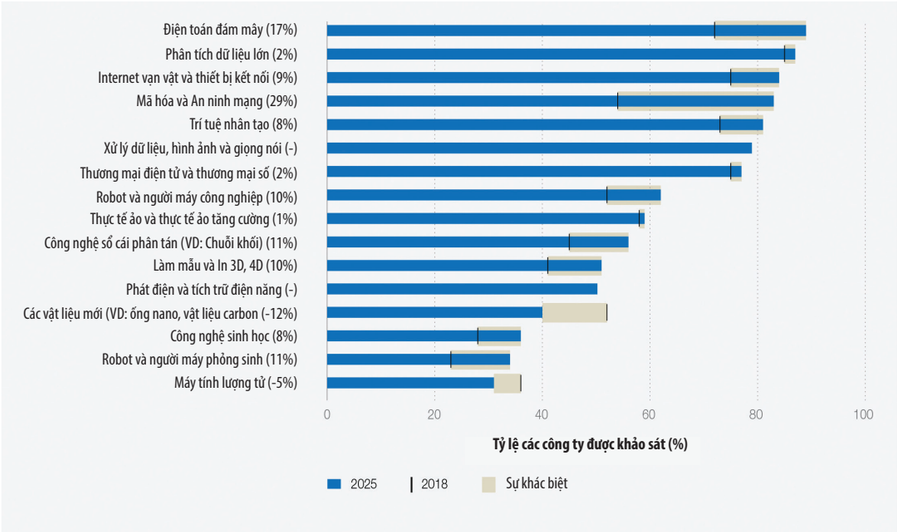
Một thực trạng nữa do tác động của dịch Covid-19 là các nhà mua hàng của nhiều thương hiệu bình dân (chiếm 60% đơn hàng) đẩy mạnh phương thức OEM, cắt ngắn các khâu trung gian trong chuỗi cung ứng, giảm thiểu tiếp xúc trực tiếp với quá nhiều đối tác trong chuỗi. Với phương thức này, các nhà mua hàng có xu hướng chuyển toàn bộ các khâu thiết kế, phát triển mẫu, chuẩn bị nguyên phụ liệu, sản xuất, xuất khẩu về các nước cung ứng như Việt Nam. Như vậy, áp lực chuẩn bị nguồn nhân lực cho khâu thiết kế, phát triển mẫu, chuẩn bị nguyên phụ liệu, quản lý đơn hàng sẽ đòi hỏi các DN dệt may, các cơ sở đào tạo cần có giải pháp phù hợp trong giai đoạn 2021-2025.

Đồng thời, do tác động của dịch Covid-19, giá của các đơn hàng trong giai đoạn 2021-2025, đặc biệt là giai đoạn 2021-2022 sẽ có xu thế giảm mạnh, dù Việt Nam vẫn đang được hưởng nhiều lợi thế từ các Hiệp định TMTD đã ký kết như EVFTA, CPTPP... Thực tế này sẽ tạo áp lực tài chính rất lớn đối với các DN dệt may để duy trì nguồn lao động có chất lượng cho các DN dệt may.

2- NHU CẦU NGUỒN NHÂN LỰC ĐÁP ỨNG MÔ HÌNH CHUỖI CUNG ỨNG DỆT MAY MỚI SAU ĐẠI DỊCH COVID 19

2.1 Nhu cầu chung về nguồn nhân lực giai đoạn 2021-2025

Nhu cầu nguồn nhân lực sẽ phụ thuộc đáng kể vào nhu cầu sử dụng công nghệ của các DN. Khảo sát của diễn đàn kinh tế thế giới cho thấy mức độ chấp nhận công nghệ mới của các DN sau dịch covid 19 được thể hiện khá rõ ở hình sau:

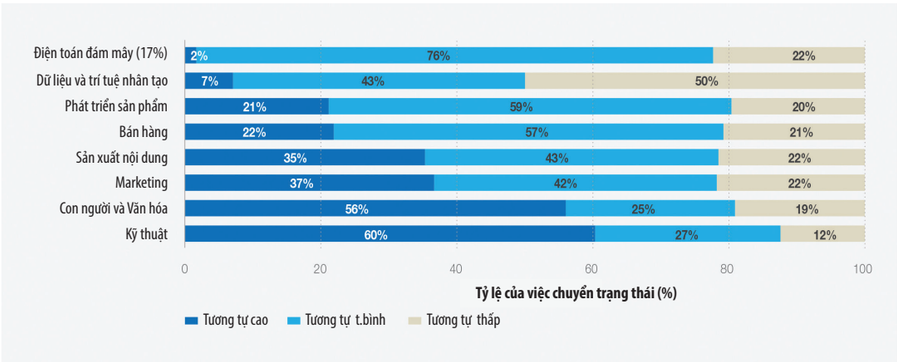


Hình 3: Mức độ chấp nhận công nghệ của các DN Mỹ vào 2025 - Nguồn: [7]

Số liệu tại Hình 3 cho thấy, các DN hầu hết sẽ chấp nhận công nghệ số trong giai đoạn 2018-2025, trong đó những công nghệ liên quan đến an ninh mạng sẽ được ứng dụng nhiều nhất với lượng tăng khoảng 28% DN trong giai đoạn 2018-2025, điện toán đám mây cũng tăng tới gần 20% DN muốn sử dụng. Đây chính là những năng lực chủ chốt trong giai đoạn tới đối với nguồn nhân lực dệt may.

Trong bối cảnh công nghệ số phát triển như trên, các DN cũng thể hiện rất rõ mong muốn đối với nguồn nhân lực. Khảo sát ngay tại một nước phát triển như Mỹ cũng cho thấy, so với hiện nay thì vào năm 2025, có 32,4% DN muốn mở rộng quy mô lao động so với tỷ lệ chỉ có 15% DN muốn giảm quy mô lao động. Như vậy có thể thấy rằng, dù DN có ứng dụng công nghệ số hay tự động hóa thì số lượng việc làm vẫn có xu hướng tăng chứ không giảm. Những ngành có xu hướng sử dụng nhiều thao tác của con người (ví dụ như ngành May) thì tỷ lệ tự động hóa chỉ tăng từ khoảng 34% như hiện nay lên 46% vào 2025 ngay tại Mỹ. [7]

Những kỹ năng của người lao động được thế giới dự báo là sẽ thay đổi, đòi hỏi người lao động phải thích nghi được thể hiện trong hình sau:



Hình 4: Tỷ trọng kỹ năng tương tự với kỹ năng hiện có của các ngành vào 2025 - Nguồn: [7]

Số liệu tại Hình 4 cho thấy, 98% kỹ năng về điện toán đám mây vào năm 2025 là tương đồng trung bình và thấp với kỹ năng hiện có, như vậy phải đào tạo lại nguồn nhân lực cho 98% kỹ năng này. Số liệu cũng cho thấy, 50% kỹ năng về dữ liệu và trí tuệ nhân tạo hiện có cũng phải đào tạo mới vì có tính tương đồng rất thấp giữa kỹ năng hiện tại và kỹ năng cần có vào năm 2025. Tất cả những tri thức về điện toán đám mây và trí tuệ nhân tạo cũng đang được ứng dụng dần vào mô hình nhà máy dệt may thông minh, đòi hỏi lực lượng lao động trong ngành Dệt May cũng phải được đào tạo bổ sung các kỹ năng này.

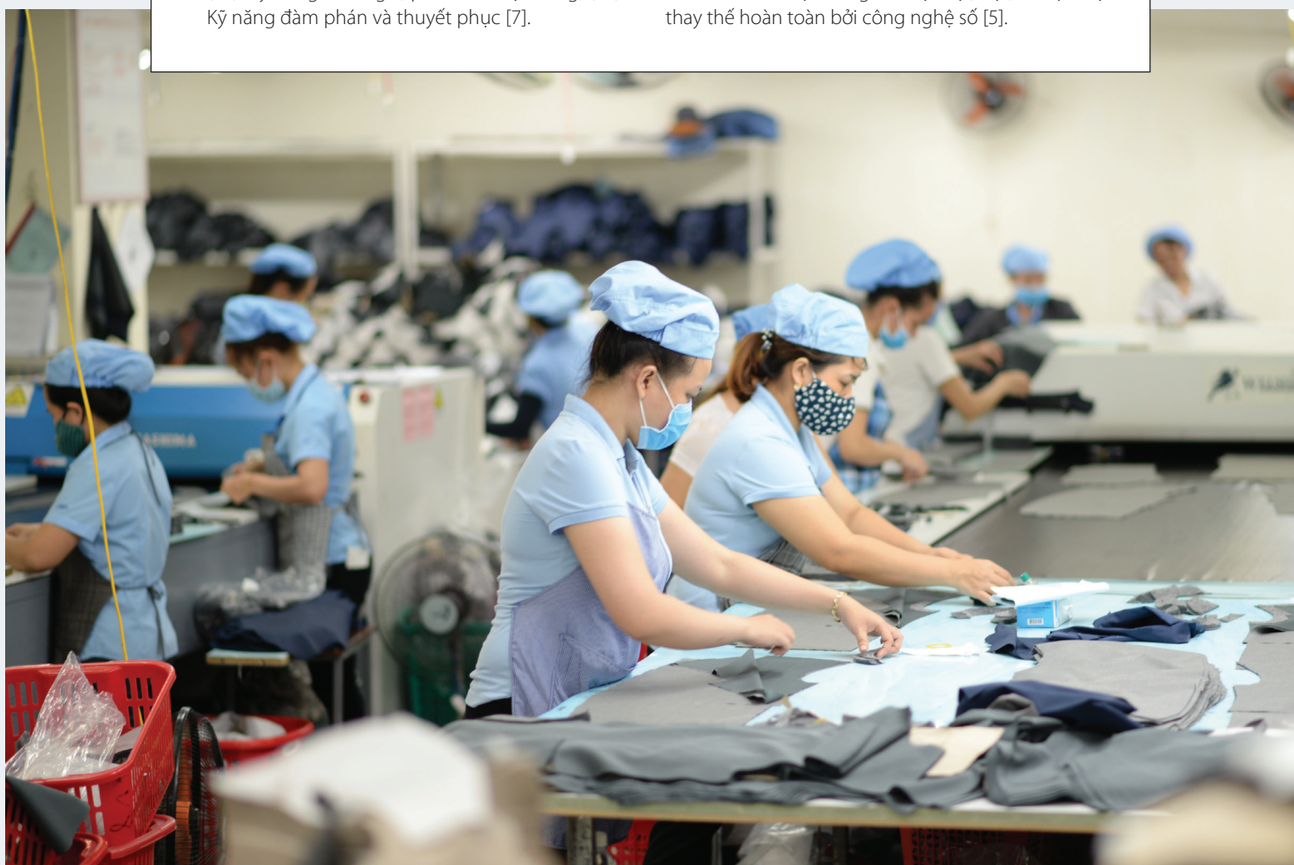
Bên cạnh các kỹ năng về công nghệ số như trên, theo WEF, 15 kỹ năng quan trọng nhất mà người lao động cần có vào năm 2025 là: (1). Kỹ năng phân tích và đổi mới; (2). Kỹ năng học tập tích cực và lập chiến lược học tập; (3). Kỹ năng giải quyết vấn đề phức tạp; (4). Kỹ năng phân tích và phản biện; (5). Kỹ năng tư duy sáng kiến và sáng tạo; (6). Kỹ năng lãnh đạo và tạo ảnh hưởng xã hội; (7). Kỹ năng sử dụng, theo dõi, kiểm soát công nghệ; (8). Kỹ năng lập trình và thiết kế công nghệ; (9). Kỹ năng linh hoạt và chịu áp lực cao trong công việc; (10). Kỹ năng lập luận, giải quyết vấn đề và hình thành tư tưởng mới; (11). Kỹ năng trí tuệ cảm xúc; (12). Kỹ năng xử lý sự cố và tích lũy kinh nghiệm người dùng; (13). Kỹ năng định hướng dịch vụ; (14). Kỹ năng đánh giá, phân tích hệ thống; (15). Kỹ năng đàm phán và thuyết phục [7].

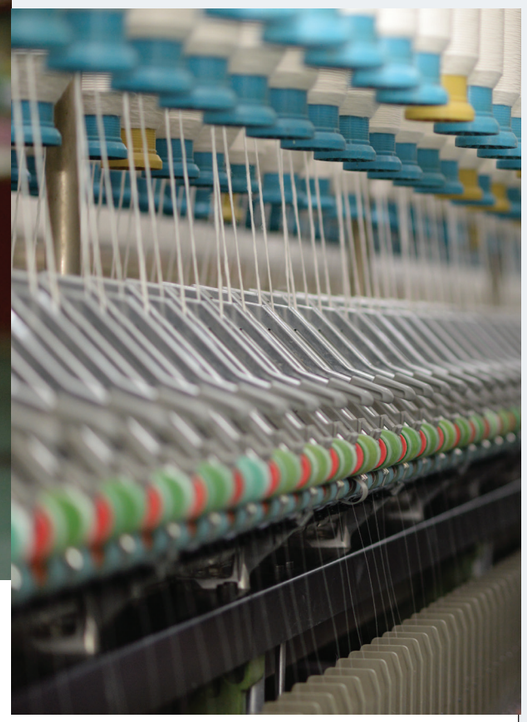
Những kỹ năng trên là những kỹ năng nền tảng, phải được nghiên cứu để trang bị cho các nhân lực phù hợp trong giai đoạn 2021-2025, đặc biệt là các nhân lực làm công tác quản lý và kỹ thuật đang làm việc tại DN, sinh viên có trình độ đại học và cao đẳng đang học tập tại các trường đại học và cao đẳng nói chung và các trường đào tạo nhân lực cho ngành Dệt May nói riêng.

2.2. Nhu cầu về số lượng lao động, kiến thức, kỹ năng mới trong lĩnh vực dệt may do đẩy mạnh ứng dụng công nghệ số dưới tác động của dịch covid-19

2.2.1 Nhu cầu về số lượng nhân lực cần đào tạo

Nghiên cứu tác động của công nghệ số đến lực lượng lao động ngành Dệt May Việt Nam do Tập đoàn Dệt May Việt Nam thực hiện năm 2019 đã cho thấy đến năm 2025, Việt Nam cần đào tạo, bồi dưỡng ngắn hạn dưới 3 tháng về kiến thức, kỹ năng, thái độ cho nhân lực hiện đang làm việc với công nghệ thuộc thế hệ thứ 3 chuyển sang môi trường làm việc với công nghệ số. Nhân lực thuộc diện đào tạo này là khoảng 370.000 người làm việc trong lĩnh vực May công nghiệp và khoảng 25.000 lao động hiện đang làm việc trong lĩnh vực Sợi, Dệt, Nhuộm. Bên cạnh đó, công tác đào tạo, bồi dưỡng nguồn nhân lực ngắn hạn còn phải đảm bảo đào tạo chuyển công việc mới cho 85.000 nhân lực trong lĩnh vực May công nghiệp và 75.000 nhân lực trong lĩnh vực Sợi, Dệt, Nhuộm bị thay thế hoàn toàn bởi công nghệ số [5].





Bên cạnh việc phải đào tạo chính quy cho khoảng 65.000 nhân lực dệt may có trình độ đại học, cao đẳng tính đến năm 2020, ngành Dệt May còn cần phải đào tạo đủ số lượng và đảm bảo chất lượng cho những vị trí việc làm mới phát sinh do tác động của công nghệ số trong giai đoạn 2020-2025. Theo đánh giá của các chuyên gia, số lượng nhân lực cần đào tạo cho vị trí việc làm mới do tác động của công nghệ số ước tính là khoảng 18.000 người trong lĩnh vực May mặc và khoảng 6.500 người trong lĩnh vực Sợi, Dệt, Nhuộm. Việc đào tạo cho đối tượng này sẽ mất thời gian từ trên 3 tháng đến 4 năm tùy từng trình độ và vị trí việc làm [5].

2.2.2 Nhu cầu về kiến thức, kỹ năng chuyên ngành Dệt May

Với bối cảnh là các nhãn hàng có xu hướng chuyển chuỗi cung ứng về Việt Nam cộng với xu thế ứng dụng công nghệ số tại các DN dệt may như phân tích tại mục 2.1, các DN cần phải chuẩn bị nguồn nhân lực với các năng lực cụ thể như sau:

2.2.2.1 Đối với kỹ thuật viên bảo trì thiết bị dệt may

Các kiến thức và kỹ năng mới phát sinh đối với kỹ thuật viên bảo trì thiết bị dệt may bao gồm :

- Kỹ thuật sửa chữa, bảo trì dự báo ứng dụng công nghệ số
- Kiến thức liên ngành về cơ điện tử trong thiết bị dệt may: sợi, dệt, nhuộm, may

2.2.2.2 Đối với nhân lực Thiết kế thời trang

Nhân lực thiết kế thời trang giai đoạn 2021-2025 cần có những năng lực sau:

- Sáng tác mẫu bằng phần mềm Illustrator;
- Thiết kế mẫu 3D và trình diễn thời trang bằng các phần mềm như Clo3D...;
- Thiết kế mẫu 2D bằng các phần mềm Optitex, Gerber, Lectra;
- Sáng tạo được chất liệu thời trang mới trên chất liệu có sẵn thông qua các phần mềm chuyên dụng;
- Phát triển các sản phẩm thời trang theo hướng sản phẩm xanh, tổ chức sản xuất hàng loạt các sản phẩm được cá nhân hóa.

2.2.2.3 Đối với kỹ thuật viên trong lĩnh vực May công nghiệp

Các kiến thức và kỹ năng mới phát sinh đối với kỹ thuật viên trong nhà máy may bao gồm :

- Kỹ thuật chuẩn bị sản xuất thông minh: chế tạo cữ dưỡng cho máy lập trình; thiết kế dây chuyền may sử dụng công nghệ số; thiết kế mẫu bằng công nghệ 3D;
- Kiểm soát chất lượng thông minh;
- Điều hành dây chuyền may ứng dụng công nghệ số.

2.2.2.4 Đối với nhân lực ngành Sợi, Dệt

Các kiến thức và kỹ năng mới phát sinh bao gồm :

- Hệ thống xử lý ảo trên từng thiết bị và kết nối toàn nhà máy;
- Công nghệ nhận dạng RFID và các cảm biến để thu thập và lưu trữ, xử lý thông tin về thiết bị, tình trạng hoạt động của máy, hiệu suất máy hoặc các thông tin bảo trì khác;
- Chia sẻ thông tin trên mạng từ khâu nguyên liệu, bán thành phẩm, sản phẩm; các thiết bị kỹ thuật số trong dây chuyền được liên kết với nhau theo các giao thức chuẩn để phân tích dữ liệu và dự báo lỗi;
- Kỹ thuật vận hành nhà máy sợi tự động từ khâu đập xé bông đến đóng gói;
- Kỹ thuật sử dụng thiết bị số hóa cao trong thí nghiệm sợi: USTER 6, KBS;
- Kỹ thuật sử dụng dệt 3D;
- Kỹ thuật khai thác công nghệ in 3D;
- Phát triển vật liệu mới có khả năng dẫn điện, phát sáng, kết nối Internet...

2.2.2.5 Đối với nhân lực quản lý

Các kiến thức và kỹ năng mới phát sinh đối với nhân lực quản lý DN dệt may bao gồm :

- Lập chiến lược (kinh doanh, đầu tư) với sự trợ giúp của công nghệ, trí tuệ nhân tạo như hệ thống DSS, ESS, CRM, SCM, MES, PLM=> ERP;
- Phân tích dữ liệu trong Big data, Cloud;
- Lãnh đạo nhóm qua hệ thống thông tin;
- Quản trị dây chuyền được số hóa;
- Đảm bảo chất lượng thông qua hệ thống phần mềm tự động;
- Vận hành thiết bị tích hợp với dữ liệu trung tâm;
- Kỹ năng ngoại ngữ, giao tiếp trong môi trường số.

Các kiến thức và kỹ năng mới đối với nhân lực quản lý đơn hàng dệt may bao gồm:

- Quản lý chuỗi cung ứng dệt may toàn cầu bằng nền tảng thương mại điện tử B2B;
- Ra quyết định mua hàng dựa trên việc khai thác cơ sở dữ liệu lớn bằng công nghệ IoT, Trí tuệ nhân tạo, chuỗi khối;
- Quản lý vòng đời sản phẩm bằng phần mềm PLM, công nghệ RFID.

3- GIẢI PHÁP HOÀN THIỆN NĂNG LỰC CỦA NGƯỜI LAO ĐỘNG TRONG NGÀNH DỆT MAY ĐÁP ỨNG YÊU CẦU PHÁT TRIỂN CỦA DN GIAI ĐOẠN 2021-2025

3.1 Giải pháp từ phía các DN dệt may

3.1.1 Bảo vệ nguồn nhân lực hiện có của DN dệt may

- Giải pháp đầu tiên để bảo vệ người lao động là DN cần tiếp tục duy trì các biện pháp phòng ngừa Covid-19 một cách nghiêm ngặt. Các nghiên

cứu đều cho thấy, các chương trình tuyên truyền phòng dịch tại chính các DN là biện pháp hữu hiệu nhất để thuyết phục người lao động chú trọng các biện pháp phòng dịch. Đây cũng là biện pháp quan trọng để bảo vệ DN khỏi việc bị cách ly, dừng sản xuất khi có nhân viên nhiễm Covid-19. Bên cạnh đó, DN dệt may cần tận dụng các thành tựu của công nghệ số để điều chỉnh cơ chế làm việc theo hướng làm việc từ xa trong giao tiếp với nhà cung cấp, khách hàng và giao tiếp trong nội bộ nhằm giảm thiểu các tiếp xúc trực tiếp không cần thiết nhằm bảo vệ các nhân lực trong các khâu quan trọng về quản lý, kỹ thuật tại DN.

- Đối với các DN gặp khó khăn về nguồn hàng, tài chính dẫn đến giảm việc làm thì cần tổ chức đối thoại với người lao động về các khó khăn để cùng chia sẻ lợi ích giữa thu nhập của người lao động và hiệu quả của DN. Bên cạnh đó, các DN cần làm việc với các nhãn hàng để thuyết phục họ tăng cường trách nhiệm trong chuỗi cung ứng một cách toàn diện và thực chất thông qua việc giảm thiểu hủy bỏ đơn hàng, giảm giá đơn hàng nhằm góp phần duy trì việc làm và thu nhập cho người lao động. [6]

3.1.2 DN tăng cường tổ chức hoàn thiện năng lực cho người lao động đáp ứng yêu cầu của giai đoạn 2021-2025

Trong giai đoạn hiện nay, do tác động của dịch Covid-19 mà các đơn hàng tại DN thường không chịu áp lực nhiều về tiến độ giao hàng cũng như giờ làm việc, vì vậy đây chính là cơ hội để DN dệt may bố trí thời gian đào tạo cho người lao động những kỹ năng cần thiết như nêu tại mục 2 để chuẩn bị cho việc khôi phục sản xuất, đáp ứng yêu cầu mới của các nhãn hàng sau khi khống chế được dịch Covid-19. Các định hướng lớn mà DN dệt may cần chú trọng triển khai bao gồm:

- Tùy theo chiến lược kinh doanh mà DN có thể lựa chọn tổ chức các khóa đào tạo ngắn hạn từ 1-2 ngày đến 2-3 tháng cho nhân lực. Các khóa đào tạo cần hướng vào các nhân lực phục vụ cho phương thức sản xuất OEM và chuyển đổi số như: Quản lý chuỗi cung ứng, quản lý đơn hàng, thiết kế mẫu, thiết kế vật liệu dệt may, quản lý nhà máy dệt may thông minh... Để tổ chức đào tạo thành công, DN cần xây dựng chính sách hỗ trợ đào tạo lao động phù hợp. Việc đào tạo nhân lực tại DN phải hướng vào việc chuẩn bị nhân lực phù hợp để tiếp cận với các công nghệ số và phương thức sản xuất OEM mà DN dự kiến triển khai trong giai đoạn 2021-2025.

- DN cũng cần tham gia tích cực vào việc xây dựng chuẩn nghề nghiệp của các vị trí việc làm phù hợp với việc ứng dụng công nghệ số và phù hợp với yêu cầu triển khai phương thức sản xuất OEM như các vị trí việc làm về thiết kế 3D, phát triển vật liệu may thông minh, quản lý chuỗi cung ứng thông minh...

- Trong quá trình đào tạo, DN cần kiên trì trong việc đánh giá hiệu quả đào tạo nhân lực để có giải pháp đúng. Thực tế cho thấy, chỉ có 2,3% khóa đào tạo thể hiện rõ hiệu quả trong môt tháng đầu sau đào tạo, 24% khóa đào tạo thể hiện được hiệu quả trong 3-6 tháng, 28,7% khóa đào tạo thể hiện được hiệu quả trong 6-12 tháng, 17% các khóa đào tạo thì phải sau một năm mới thể hiện được hiệu quả đào tạo và cũng có 16,6% các khóa đào tạo rất khó đánh giá hiệu quả [7].

3.2 Các giải pháp từ các cơ sở đào tạo chính quy

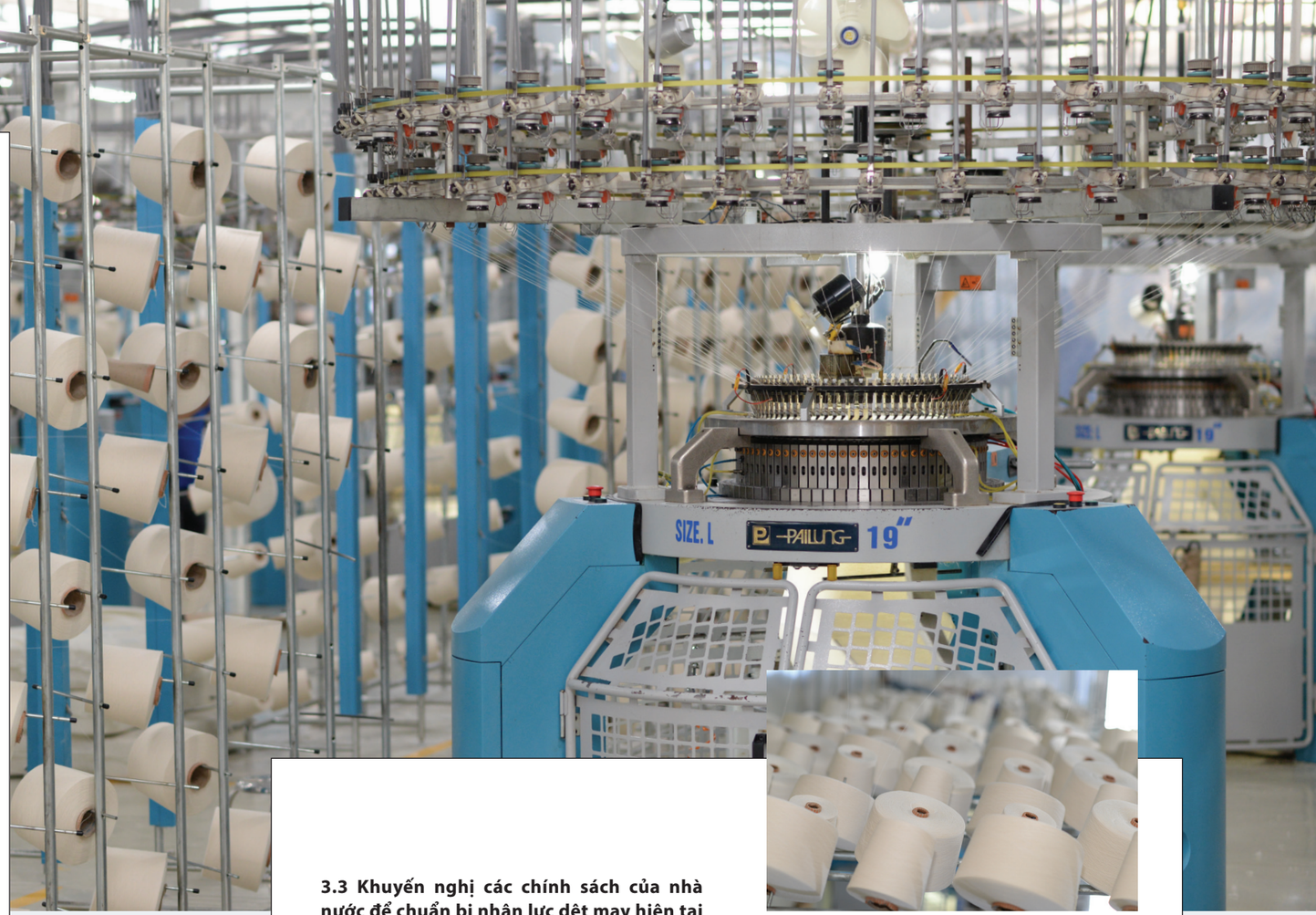
- Chỉnh sửa chương trình, giáo trình đào tạo theo hướng cập nhật với công nghệ số trong cả lĩnh vực kỹ thuật công nghệ và lĩnh vực quản lý. Các chương trình đào tạo phải đảm bảo chuẩn đầu ra theo hướng đáp ứng các năng lực và kỹ năng nêu tại mục 2 đối với tất cả các loại nhân lực;

- Mở thêm các chuyên ngành đào tạo theo hướng liên ngành để tiếp cận với công nghệ số như: Kỹ thuật cơ điện tử trong thiết bị dệt may, tin học ứng dụng trong lĩnh vực dệt may, thương mại điện tử, thiết kế thời trang bằng công nghệ 3D, quản lý chuỗi cung ứng thông qua các kênh thương mại điện tử;

- Đào tạo đội ngũ giảng viên theo hướng nghiên cứu, cập nhật với công nghệ số, đặc biệt là trong lĩnh vực thiết kế 3D, phát triển mẫu cho phương thức sản xuất OEM, quản lý nhà máy thông minh;

- Đầu tư thiết bị đào tạo theo hướng ứng dụng công nghệ số như thiết bị tự động, robot công nghiệp, mạng IoT... Việc đầu tư tại các cơ sở đào tạo nên theo hướng các thiết bị thí nghiệm cơ bản, phù hợp với việc triển khai các học phần có tính chất nền tảng của lĩnh vực dệt may;

- Liên kết với các DN để sinh viên được thực tập trên những thiết bị ứng dụng công nghệ số, đặc biệt là ngành Sợi, Dệt, Nhuộm, vì các cơ sở đào tạo không đủ nguồn tài chính đầu tư thiết bị thực tập có giá thành cao cho sinh viên những ngành này.



3.3 Khuyến nghị các chính sách của nhà nước để chuẩn bị nhân lực dệt may hiện tại và hậu Covid-19

- Hỗ trợ đào tạo cho khoảng 420.000 nhân lực dệt may tính đến năm 2025 cần bồi dưỡng chuyên môn, chuyển đổi nghề nghiệp, đáp ứng yêu cầu làm việc trong bối cảnh ứng dụng công nghệ số và vị trí việc làm phát sinh hoặc mở rộng quy mô sau dịch Covid-19;

- Tổ chức đặt hàng đào tạo nguồn nhân lực dệt may cho DN bị ảnh hưởng bởi dịch Covid-19 và DN đầu tư công nghệ số. Việc đặt hàng nên theo cơ chế ba bên: Nhà nước đặt hàng - Các trường đại học cao đẳng đào tạo nhân lực cho DN - DN cam kết nhận và sử dụng nhân lực sau đào tạo.

- Hỗ trợ giảm thuế cho các DN vừa và nhỏ, DN siêu nhỏ nhằm giúp các DN này tập trung nguồn tài chính để bảo vệ thu nhập cho người lao động. Mặt khác, việc giảm thuế cho DN còn tránh để DN rơi vào tình trạng phá sản nhằm bảo vệ việc làm cho người lao động ●

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Ban tuyên giáo trung ương (2020), Covid 19, những tác động, hệ lụy và giải pháp ứng phó, Hà Nội;

2. Đỗ Quỳnh Chi (2020), Đánh giá nhanh tác động của đại dịch COVID-19 tới doanh nghiệp và người lao động trong một số ngành kinh tế chính: Ứng phó, điều chỉnh và khả năng phục hồi, Hà Nội

3. ILO (2020), Thông cáo báo chí : Đại dịch COVID-19 gây tổn thất nghiêm trọng về thu nhập từ việc làm trên toàn thế giới, cập nhật ngày 2/12/2020 từ địa chỉ https://www.ilo.org/hanoi/Informationresources/Publicinformation/Pressreleases/WCMS_756005/lang--vi/index.htm

4. ILO Việt Nam (2020), Đại dịch COVID-19 với thị trường lao động Việt Nam, Hà Nội.

5. Lê Tiến Trường và Hoàng Xuân Hiệp (2020), Ngành dệt may Việt Nam với cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ tư, Hà Nội.

6.Vitas, Lefaso, VCCI, CĐVN (2020), Tuyên bố chung của các đối tác xã hội ngành dệt, may, da, giày, túi xách Việt Nam, Hà Nội

7- WEF (2020), The Future of Jobs Report 2020, Geneva.

CHUYỂN ĐỔI SỐ

Bài: Ông **PHẠM VĂN TÂN**
Phó TGĐ Vinatex

Không thể phủ nhận rằng, công nghệ kỹ thuật số là câu chuyện nổi bật nhất trong thế giới kinh doanh đương đại. Công nghệ kỹ thuật số đang làm biến đổi tất cả mọi mặt trong đời sống xã hội, nó bắt đầu từ cách thức hình thành và tạo ra ý tưởng, biến ý tưởng thành thực tế, nó thay đổi đời sống xã hội thành một thể thống nhất, kết nối với nhau chặt chẽ hơn, thông minh hơn, nhanh chóng thích nghi trong môi trường liên tục thay đổi.

1. CHUYỂN ĐỔI SỐ LÀ GÌ?

Theo David L.Rogers, trong cuốn "Cải tổ doanh nghiệp trong thời đại số": "Trong lĩnh vực sản xuất, công nghệ kỹ thuật số đã làm thay đổi các phương diện của quản trị kinh doanh, chúng viết lại các nguyên tắc kinh doanh về khách hàng, cạnh tranh, dữ liệu và đổi mới sáng tạo và giá trị. Do vậy, việc chúng ta chỉ sử dụng một cách tiếp cận nhỏ lẻ để đối phó với những thay đổi này là không đủ mà cần một nỗ lực phối hợp mang tính tổng thể - đó là một quá trình cải tổ toàn diện của một doanh nghiệp để đảm bảo thích nghi trong thời đại số".

Có thể nói sự phát triển của các công nghệ là "bà đỡ" cho các giải pháp kinh doanh, nó giống như việc phát minh ra Động cơ điện đã mở ra quá trình điện khí hóa sản xuất hàng loạt, ngày nay các công ty như Microsoft, Google, Amazon, SAP… cũng là những công ty sản xuất ra "các động cơ" như vậy, nó tác động và làm thay đổi cách chúng ta sống và làm việc. Với việc ứng dụng đúng công nghệ, doanh nghiệp và người lao động có thể thực hiện được những điều được coi là bất khả thi ở một thập kỷ trước, song việc biết, ứng dụng chúng như thế nào, sâu nông ra sao để hình thành một giải pháp kinh doanh, một giải pháp công việc là vấn đề mà chúng ta cần phải xem xét và nghiên cứu không ngừng nghỉ, điều quan trọng có 2 vấn đề chúng ta phải thừa nhận: Thứ nhất: Thế giới đang kết nối để cùng thay đổi một cách thức sản xuất vật chất kiểu khác; Thứ hai: sẽ không có một cách thức cố định và bền vững ngoài một cách thức duy nhất là "thay đổi và sáng tạo không ngừng".

Chuyển đổi số, một cụm từ mà những năm gần đây đã được Chính phủ và toàn xã hội sử dụng một cách rộng rãi nhất là trong bối cảnh bất định diễn ra liên tục, Covid 19 - giãn cách xã hội xuất hiện là chất xúc tác đẩy nhanh việc ứng dụng và xây dựng hàng loạt các giải pháp kinh doanh trên cơ sở áp dụng các giải pháp công nghệ mới. Ở một khía cạnh nào đó có thể nói, sự bùng nổ công nghệ thông tin có sức mạnh vô hình và mức độ lan tỏa lớn hơn dịch Covid rất nhiều.

Chúng ta có thể điểm qua một số hoạt động tại Việt Nam liên quan đến chuyển đổi số thời gian vừa qua được Đảng và Chính phủ triển khai rất mạnh mẽ: tại Quyết định số 749/QĐ-TTg về việc: "Phê duyệt chương trình chuyển đổi số quốc gia đến năm 2025, định hướng 2030" với tầm nhìn đến năm 2030 Việt Nam sẽ trở thành quốc gia số; tại nội dung chuẩn bị cho đại hội Đảng lần thứ VIII, Tổng bí thư Nguyễn Phú Trọng có nhấn mạnh: " …Phát triển kinh tế số, xã hội số và chính phủ số…". Tại Nhật Bản, tân Thủ tướng Suga thành lập Bộ Cải cách số vào ngày 16/9/2020, tại Anh, có Bộ Văn hóa và kinh tế số …

Như vậy có thể nói, trong thời đại số, thì "chuyển đổi số" là một xu hướng không thể đảo ngược nó là một cụm từ mà chúng ta cần phân tích và hiểu bản chất chứa đựng đằng sau nó gồm hai nhóm nội dung: "Chuyển đổi" và "Số". "Chuyển đổi" đó là một quá trình thay đổi các thói quen hoạt động của doanh nghiệp, bản chất là việc tổ chức lại các qui trình kinh doanh và tích hợp chúng thành một thể thống nhất. "Số" là trên cơ sở mô hình kinh doanh đã tái thiết kế, chúng ta thực hiện việc số hóa bằng các thuật toán tự động hóa các qui trình. Một qui trình đúng, sẽ cho chúng ta một kết quả đúng, nhưng khi qui trình đúng được ứng dụng bằng công nghệ, nó sẽ giúp chúng ta phóng đại cái đúng lên nhiều lần. Trong bài viết này, chúng tôi đề cập đến các vấn đề liên quan đến việc chuyển đổi số một doanh nghiệp và đề xuất một số hành động mà các doanh nghiệp Dệt may trong VINATEX có thể thực hiện để xây dựng khả năng kỹ thuật số trong hoạt động với mong muốn ngoài việc đảm bảo hoạt động SXKD được diễn ra liên tục, giảm thiểu được các tác động có thể xảy ra tương tự trong tương lai như COVID 19, mà còn có thể vượt qua khủng hoảng ở một vị trí tốt hơn.

2. VỀ VẤN ĐỀ "CHUYỂN ĐỔI"

Câu hỏi đầu tiên chúng ta phải trả lời là chúng ta cần điều chỉnh và chuyển đổi thế nào trong thời đại số? chúng ta cần phải khẳng định rằng, chuyển đổi doanh nghiệp trong thời đại số không hẳn là vấn đề công nghệ, mà nó là chiến lược, là cách tư duy mới. Chuyển đổi doanh nghiệp trong thời đại kỹ thuật số nó đòi hỏi chúng ta phải nâng cao năng lực nhận thức về chiến lược chứ không chỉ là nâng cao chất lượng hạ tầng công nghệ thông tin, vậy đó là những năng lực chiến lược gì?

2.1. Về vấn đề khách hàng:

Khách hàng là nguồn sống của doanh nghiệp, là động lực của đổi mới: công nghệ kỹ thuật số thay đổi cách chúng ta kết nối và tạo giá trị cho khách hàng. Chúng ta đã được đào tạo để xây dựng và phát triển một doanh nghiệp bằng việc tìm hiểu nhu cầu của thị trường, nghiên cứu và phát triển sản phẩm và chào bán cho khách hàng. Trong thời đại số, khách hàng cần được thấu hiểu và đáp ứng, họ cần được giao tiếp một cách trực tuyến hơn, với sự tương tác kỹ thuật số, họ sẽ hiểu được quá trình và tác động vào sự thay đổi, trong tương lai khách hàng sẽ là động lực thành công chủ chốt của doanh nghiệp. Ngày nay, khách hàng không ngừng kết nối với nhau, gây ảnh hưởng lên nhau và định hình uy tín của doanh nghiệp. Việc thay đổi nhận thức về khách hàng là một vấn đề quan trọng họ không chỉ là đối tượng để chúng ta bán hàng mà họ chính là đối tác đổi mới sáng tạo của chính doanh nghiệp.

Mục tiêu của số hóa trong công tác khách hàng: số hóa không phải là mục tiêu cần đạt được đối với công

tác khách hàng, số hóa cần đóng vai trò là công cụ để tích hợp vào sử dụng để từ đó doanh nghiệp sẽ tiến gần hơn với khách hàng, giúp khách hàng có thể kiểm soát được tiến trình công việc của họ hoặc có một trải nghiệm thú vị tại doanh nghiệp.

2.2. Đổi mới khâu vận hành:

Thay đổi tư duy về đối thủ cạnh tranh: thay đổi tư duy về đối thủ cạnh tranh trong cùng ngành nghề đóng vai trò hết sức quan trọng, đối thủ cạnh tranh có thể là đối tác nếu cùng nhau cung cấp một dải dịch vụ hoặc sản phẩm cho nhóm các khách hàng. Hiện tượng xóa bỏ trung gian là xu hướng tất yếu đặc biệt trong sự phát triển công nghệ, đối tác kinh doanh lâu năm cũng có khả năng trở thành đối thủ cạnh tranh lớn nếu họ bắt đầu phục vụ trực tiếp đúng khách hàng của chúng ta. Hiện nay, sự phát triển của công nghệ đang hình thành một giải pháp kinh doanh đó là mô hình kinh doanh nền tảng, một mô hình thuận tiện để hợp tác và cạnh tranh mà chúng ta cần tìm hiểu và xem xét ứng dụng để có cách nghĩ khác về cạnh tranh và hợp tác.

Tư duy về vấn đề qui hoạch: cách xử lý thông thường hiện nay là khi phát sinh một vấn đề cần số hóa cho một bộ phận khi đã có qui trình xử lý rõ ràng, chúng ta sẽ chỉ đạo bộ phận công nghệ thông tin triển khai công tác số hóa. Cách thức này, bước đầu nhanh xong sẽ gặp vấn đề bất cập khi hệ thống đủ lớn sẽ phát sinh các vấn đề bất cập phát sinh từ năng lực khác biệt trong mô tả nghiệp vụ của từng bộ phận, năng lực hiểu biết về công nghệ của từng cá nhân, dẫn đến hệ thống thiếu tính cân đối và đôi khi trọng tâm quản trị không được đánh giá đúng trong hệ thống. Do vậy, việc qui hoạch mô hình kinh doanh và các ưu tiên quản trị là việc làm rất quan trọng, nó cần được rà soát liên tục trước trong và sau quá trình số hóa.

Tư duy về phân tích dữ liệu: sản phẩm của hệ thống quản trị cuối cùng là có được thông tin đảm bảo chính xác và theo thời gian thực để làm cơ sở cho quá trình ra quyết định. Điều chúng ta phải khẳng định những doanh nghiệp hoạt động hiệu quả hơn tạo nên một lợi thế cạnh tranh bằng năng suất, hiệu suất và sự linh hoạt do họ có được thông tin đầy đủ và thời sự, do vậy dữ liệu là cách mà các doanh nghiệp đang hướng tới để xây dựng các giải pháp quản trị và phân tích. Các dữ liệu hiện nay được tạo ra từ mọi cuộc đối thoại, tương tác, hoặc nó có thể diễn ra bên trong và bên ngoài doanh nghiệp, với công cụ dữ liệu lớn cho phép doanh nghiệp xây dựng được các phương thức dự báo mới, dữ liệu và khả năng phân tích chính là yếu tố sống còn trong cách doanh nghiệp vận hành và tạo ra sự khác biệt và giá trị mới.

Bước đi cần thiết ban đầu:

- Bước đầu tiên chúng ta cần làm là tối ưu hóa hệ thống vận hành nội bộ thông qua số hóa, chúng ta cần số hóa những qui trình cốt lõi, thay đổi lại cách làm việc của nhân viên, ứng dụng thời gian thực để tạo ra sự xuyên suốt trong khâu vận hành, cải thiện lại các qui trình kinh doanh.

- Đối với việc cải thiện các qui trình kinh doanh, chúng ta cần xác định các nhóm công việc cần tiêu chuẩn hóa, việc cải thiện này nên được áp dụng trong các qui trình sản xuất chính, tiếp theo là việc xem xét các vấn đề trao quyền đối với các bộ phận tiếp cận với ngoài doanh nghiệp để nâng cao sự năng động và khả năng thích ứng môi trường thay đổi bên ngoài, trên cơ sở đó sẽ tiếp tục thực hiện việc số hóa để hỗ trợ.

3. VỀ VẤN ĐỀ "SỐ"

Cần phải khẳng định rằng, chuyển đổi số là sự nỗ lực của người đứng đầu doanh nghiệp với sự quyết liệt từ trên xuống: định hướng, xây dựng động lực, và đảm bảo cho công tác chuyển đổi số triển khai đi đúng hướng. Chưa có tài liệu nào hoặc ví dụ thành công nào cho thấy chuyển đổi số thành công được khởi xướng từ cấp dưới, bởi vì chuyển đổi số là việc thay đổi thói quen, cách làm việc và cách phối hợp của một doanh nghiệp. Do vậy để đảm bảo thành công, chuyển đổi số nên bắt đầu được khởi xướng từ những người quản lý cấp cao của tổ chức, bởi vì họ là người hiểu về các lĩnh vực của doanh nghiệp nhất và là người có thể tạo động lực đủ mạnh cho sự thay đổi thói quen, việc khởi xướng nên bắt đầu bao gồm và không giới hạn bởi các nội dung sau:

Thứ 1: Cần thay đổi cách suy nghĩ

Về vấn đề ảnh hưởng của công nghệ đến ngành nghề hoạt động: do phần lớn các doanh nghiệp trong ngành Dệt may là các doanh nghiệp đều được sinh ra trước năm 1990, thời điểm công nghệ chưa phát triển, nên sẽ có mức độ bảo thủ nhất định trong việc ứng dụng công nghệ để thay đổi các thói quen làm việc. Việc xác định và truyền tải được sự thay đổi của công nghệ tác động đến ngành nghề hoạt động, kết hợp với năng lực cụ thể của doanh nghiệp sẽ đánh giá được mức độ rủi ro, qua đó sẽ có bước đi hợp lý trong việc số hóa.

Xây dựng nhóm chỉ đạo triển khai: cần xây dựng nhóm những lãnh đạo cấp cao, có vai trò quyết định đối với từng đơn vị trong doanh nghiệp để tham gia dự án. Mục đích chính là để họ hiểu được các nguy cơ, thách thức cũng như các cơ hội tiềm năng mà công nghệ kỹ thuật số có thể mang đến thay đổi công việc của chính bản thân đơn vị của họ.

Thứ 2: Xác định doanh nghiệp đang ở đâu trong lộ trình số hóa

Đánh giá được trình độ số hóa của doanh nghiệp thông thường được xem xét dưới 4 cấp độ cụ thể như sau: Doanh nghiệp mới bắt đầu là các doanh nghiệp mà ban lãnh đạo còn chưa nắm rõ về giá trị tiềm năng của công nghệ, việc ứng dụng công nghệ đang ở mức thấp; Doanh nghiệp mang tư duy bảo thủ là doanh nghiệp sở hữu một tầm nhìn bao quát, số lượng công cụ số còn hạn chế, khả năng quản trị số tại các bộ phận cao; Doanh nghiệp chạy theo xu thế là doanh nghiệp có nhiều công cụ ứng dụng nhưng mang tính biểu trưng, thiếu tầm nhìn bao quát; Doanh nghiệp thuần thục về vấn đề số hóa là doanh nghiệp quản trị các bộ phận hiệu quả, sở hữu văn hóa công nghệ, có tầm nhìn và nhiều dự án số hóa có giá trị lớn.

Trên cơ sở đó chúng ta sẽ lên được kế hoạch hành động cụ thể và có hướng tiếp cận phù hợp với hoàn cảnh thực tế. Nếu là doanh nghiệp mới bắt đầu thì cần thêm một số thử nghiệm để có thêm kinh nghiệm với công nghệ số, không nên bắt đầu các dự án lớn dễ thất bại, có thể bắt đầu từ một số hoạt động quản trị nội bộ. Đối với doanh nghiệp bảo thủ thì cần đẩy mạnh việc bổ sung thêm các năng lực số hóa mới một cách hợp lý. Đối với doanh nghiệp chạy theo xu thế thì cần xác định lại để số hóa các qui trình cốt lõi ưu tiên. Thông thường việc bắt đầu số hóa sẽ phụ thuộc vào việc khảo sát đánh giá, xong việc hiểu được mình đang ở đâu, hiểu được sự khác biệt riêng có trong doanh nghiệp là vô cùng quan trọng, nó ảnh hưởng đến sự thành công của quá trình số hóa.

Việc phân tích mô hình kinh doanh và tài sản tham gia vào mô hình kinh doanh để sản sinh doanh thu và lợi nhuận cho doanh nghiệp đóng một vai trò quyết định đến sự thành công của công tác số hóa, ví dụ: nếu chúng

ta đánh giá được xu hướng chuyển dịch chuỗi giá trị sản xuất Dệt may trên thế giới: 20% thương hiệu cao cấp vẫn duy trì hình thức CMT, 20% đơn hàng theo xu hướng ODM và 60% đơn hàng sẽ sản xuất theo hình thức OBM, như vậy cần phải thực hiện việc phân tích qui trình sản xuất từ khâu phát triển ý tưởng đến khâu phân phối để xác định qui trình phối hợp của từng khâu trong hệ thống (bao gồm cả bên trong và bên ngoài doanh nghiệp) trên cơ sở mô tả qui trình phối hợp nghiệp vụ mới, thực hiện việc số hóa, trong đó chúng ta cần lưu ý sẽ không có một dự án số hóa nào bền vững mãi mãi, các dự án số hóa sẽ luôn song hành trong sự thay đổi cùng với quá trình kinh doanh và quản trị.

Thứ 3: Cần có một kế hoạch và giải pháp quản lý dự án phù hợp

Xác định trọng tâm công tác số hóa: trên cơ sở hiểu được điểm xuất phát của doanh nghiệp, các thách thức hiện có chúng ta cần xác định trọng tâm cho công tác số hóa, trọng tâm này sẽ giúp cho nhóm triển khai luôn ý thức để hướng về mục tiêu hoặc là cải thiện hệ thống vận hành hoặc cải thiện hệ thống hỗ trợ khách hàng hoặc cả hai… Cần tập trung vào các vấn đề cần cải thiện hoạt động thông qua công nghệ và không quá chú tâm về công nghệ.

Xây dựng kế hoạch triển khai phù hợp: tức là việc chuyển đổi tầm nhìn, mục tiêu lớn của công tác số hóa thành những mục tiêu cụ thể, xác định những ưu tiên cần thực hiện và có lộ trình rõ ràng hướng đến kết quả.

Xây dựng mô hình quản trị hợp lý: số hóa là quá trình tham gia của nhiều bên và liên quan đến nhiều bộ phận chức năng khác nhau, với nhiều động lực và sự hiểu biết khác nhau dẫn đến các cá nhân thường đi theo hướng mà họ tin là tốt nhất, song đôi khi đó lại không phải là những gì tốt nhất cho doanh nghiệp, việc xác định toàn thể nhân viên theo một định hướng chung là một vấn đề hết sức quan trọng. Do vậy, xác định mô hình quản trị dự án hiệu quả là điều cần thiết, đặc biệt là việc xác định những gì các khâu cần phối hợp và cần chia xẻ, kết quả thực hiện... Trước khi triển khai chúng ta nên tìm hiểu các mô hình quản trị dự án Waterfall và Agile để ứng dụng phù hợp. Mô hình Waterfall bản chất là mô hình lập kế hoạch cho từng bước công việc và cho ra kết quả chắc chắn, nó được thiết kế chặt chẽ từ trên xuống dưới, xong nhược điểm về sự máy móc của phương pháp và sẽ là vấn đề lớn nếu xuất hiện yếu tố bất ngờ, không có trong kế hoạch; Mô hình Agile được hiểu là mô hình "Thử - Sai – Sửa" sẽ không có một yếu tố chắc chắn 100% trong các mô hình kinh doanh, nên đòi hỏi các thành viên phải liên tục cở mở và sẵn sàng thay đổi khi triển khai dự án, phương pháp này sẽ không phù hợp với một số người mang tư tưởng bảo thủ, chắc chắc.

Thứ 4: Xây dựng thói quen mới, tạo động lực số hóa trong doanh nghiệp:

Xây dựng một thói quen mới và rời bỏ các thói quen cũ luôn là việc làm hết sức khó khăn đối với một doanh nghiệp, việc xây dựng thói quen hoạt động mới bắt đầu ngay từ khi kiểm thử dự án và đặc biệt là khi thử nghiệm chính thức, quá trình số hóa sẽ không thể thực hiện được nếu như bất cứ một khâu, dù là nhỏ nhất không thực hiện hoặc thực hiện không đúng, mức độ hợp tác thấp sẽ dẫn đến kết quả không mong đợi và khó xác định được nguyên nhân. Đây là giai đoạn đòi hỏi sự thúc đẩy của những người đứng đầu tổ chức trong việc đẩy mạnh việc thích ứng với công nghệ qua đó biến cách thức làm việc mới thành một phần không thể thiếu của tổ chức.

Thứ 5: Ba nền tảng chủ chốt doanh nghiệp nên xây dựng

Chúng ta có thể nhận thấy, tốc độ đổi mới của công nghệ vượt qua tốc độ số hóa của các doanh nghiệp, do vậy chúng ta vẫn phải khẳng định rằng số hóa đó là một quá trình, nó sẽ phát triển cùng với sự phát triển của công nghệ và quản trị hoạt động, theo các chuyên gia công nghệ chúng ta cần xây dựng 3 nền tảng chủ chốt sau trong một doanh nghiệp:

- Các phương pháp để phát triển năng lực số hóa: xây dựng kỹ năng số hóa là một quá trình thực hiện theo từng bước. Không có công thức cụ thể, vì vậy để làm cho đúng sẽ rất mất thời gian. Chúng ta cần phác thảo một kế hoạch xây dựng năng lực số hóa và phát triển tổ chức. Kế hoạch này cần đan xen giữa các cách tiếp cận khác nhau để bù trừ cho nhau: Thuê ngoài; Tự xây dựng; Hợp tác; Mua lại …

- Xây dựng một nền tảng kỹ thuật số

- Phát triển mối quan hệ giữa bộ phận công nghệ và kinh doanh để có thể hiểu được những gì mà hai bên đang làm hoặc những xu hướng ứng dụng mới …

Thứ 6: Nền tảng kỹ thuật số - một giải pháp kinh doanh trong thời đại số

Nền tảng công nghệ số, một nền tảng được định hình rõ ràng và quản trị tốt giúp chúng ta có thêm dữ liệu để ra quyết định, nền tảng số hiệu quả là cầu nối tới khách hàng, là sự kết nối với nội bộ và cả các đối tác. Nếu được khai thác đúng cách nền tảng số giúp chúng ta tự tương tác với khách hàng hoặc nền tảng số được thiết kế sẽ cung cấp cho chúng ta một dịch vụ quản trị nhất định như các dịch vụ về kho ảo đối với hoạt động quản trị hàng tồn kho Bông, xơ, hoạt động quản trị sản xuất sợi chung cho toàn Tập đoàn hoặc quản lý khách hàng tập trung … Vậy vấn đề, bản chất nền tảng hoạt động là gì?

Nói đến nền tảng hay "Platform" là nói đến sự kết nối của một mạng lưới, mạng lưới có ở khắp mọi nơi như mạng lưới điện, mạng lưới nước sạch, mạng viễn thông… mạng lưới đoàn thể, và hình ảnh rõ nhất là mạng internet. Chúng ta có thể hình dung, nền tảng như một khu chợ được xây dựng với các gian hàng được qui hoạch và trong các gian hàng đó đều có các đầu chờ điện, nước, điện thoại … để đến khi đưa vào sử dụng ta có các gian hàng bán Cá, Rau, … phù hợp được vận hành; Như vậy chúng ta có thể có nhiều khu chợ "Platform" chuyên biệt như Platfrom bán Cá biển hoặc Platform bán Hoa quả …;

Cũng như vậy, nền tảng của máy tính là một thuật ngữ đã có từ lâu đời, từ khi ra mắt các hệ điều hành như Window, Linux … khi đó các cửa hàng bán hàng là các dịch vụ phần mềm như Word, Excel, hoặc của các bên thứ 3 như Cad, Corel … đó là nền tảng hướng đối tượng, đó là việc nhà sản xuất phần mềm đã sản xuất ra từng chiếc xe cá nhân để chúng ta vận hành và sử dụng.

Sự xuất hiện và phát triển của điện toán đám mây, các công nghệ kết nối … đã giúp tất cả chúng ta từ vận hành xe cá nhân lên cùng đi xe buýt, việc lái xe và chăm sóc xe sẽ do nhà xe tự thu xếp, đây là một kiểu kiến trúc nền tảng hướng dịch vụ.

Kéo theo đó là các mô hình kinh doanh nền tảng đã thay đổi cùng với giải pháp công nghệ, nhiều tri thức mới, khái niệm mới đang được tái trang bị và được thừa nhận một cách nhanh chóng nếu không muốn tụt hậu.

Các nền tảng hoạt động đều được kết nối với nhau, chính vì vậy với công nghệ mới chúng ta có thể thiết kế cùng một dịch vụ quản trị và chạy trên một nền tảng để cùng quản trị và thống kê hoặc chúng ta có thể tự xây dựng trên các nền tảng riêng biệt và kết nối lại với nhau qua một nền tảng khác, các vấn đề giải pháp hiện nay công nghệ đều có thể đáp ứng.

Việc phát triển một nền tảng riêng biệt cho một doanh nghiệp hoặc chung cho một tập đoàn là vấn đề hết sức quan trọng, khi đã có nền tảng tốt chúng ta có thể phát triển nhiều ứng dụng hoặc thay đổi trong quá trình quản trị.

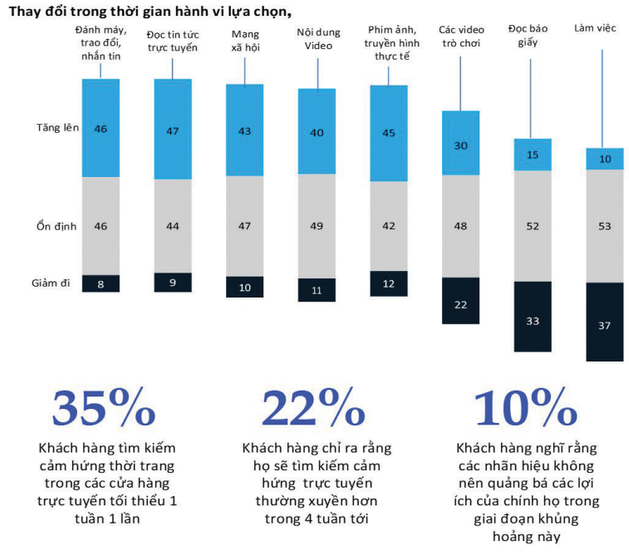
4. CHUYỂN ĐỔI SỐ CỦA DOANH NGHIỆP DỆT MAY "NGAY BÂY GIỜ HOẶC KHÔNG BAO GIỜ"

Những thách thức móc nối liên hoàn dẫn đến sự thay đổi theo dây chuyền

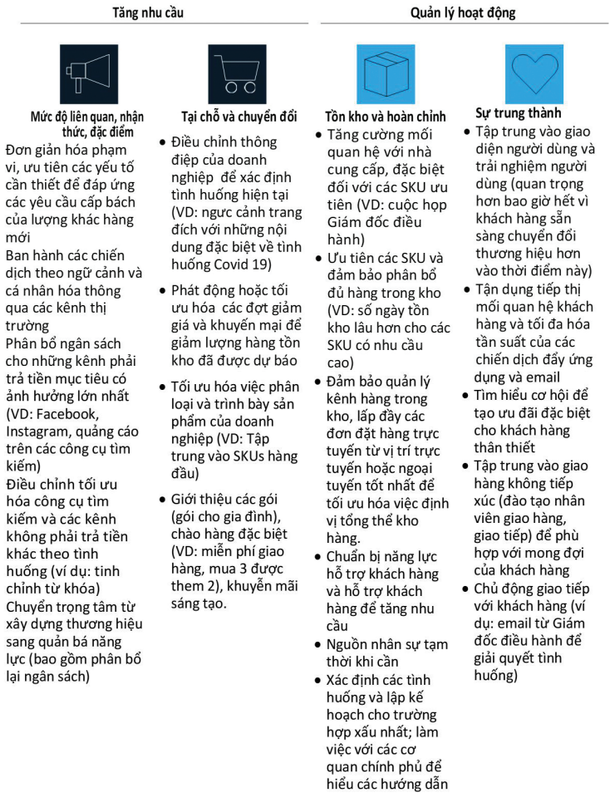
Thay đổi hành vi tiêu dùng

Theo một khảo sát về hành vi tiêu dùng của McKinsey vào tháng 4/2020, cho thấy: "ý định mua hàng trực tiếp giảm từ 70 đến 80% và trực tuyến từ 30 đến 40% ở Châu Âu và Bắc Mỹ. Tại Trung Quốc, lưu lượng mua hàng trực tiếp đang

Biểu đồ số 1: Người tiêu dùng thay đổi thời gian cho từng hoạt động (theo McKinsey)



Biểu đồ số 2: Các công ty đã đẩy nhanh năng lực online để tạo ra nhu cầu và quản lý vận hành (theo McKinsey)



(SKU - Stock Keeping Unit: là đơn vị phân loại hàng hóa tồn kho bằng cách phân loại hàng hóa giống nhau về hình dạng, chức năng… dựa trên một chuỗi các kí tự gồm số và/hoặc chữ, hay đơn giản là mã hàng hóa)

dần trở lại, với 74% người tiêu dùng Trung Quốc nói rằng họ tránh các trung tâm mua sắm trong hai tuần sau khi các cửa hàng mở cửa trở lại…" tất cả các điều này có thể cho thấy, thương mại điện tử không bù đắp được sự sụt giảm doanh số, song nó một cứu cánh cho các doanh nghiệp thời trang và hậu COVID. Như vậy, có thể thấy sẽ có một số phần trăm doanh số bán hàng sẽ chuyển sang thương mại điện tử vĩnh viễn.

Tương tác với khách hàng của các hãng thời trang – khách hàng của VINATEX

Email, mạng xã hội và các kênh kỹ thuật số khác đã có mức sử dụng tăng đột biến trong thời kỳ khủng hoảng, do đó các thương hiệu thời trang đã phải thường xuyên giao tiếp với người tiêu dùng, ngay cả khi họ không chi tiêu. Một xu hướng mới trong thế giới hậu COVID 19, "bình thường mới" có thể làm cho các kênh kỹ thuật số đóng một vai trò quan trọng hơn nữa, thói quen và khoảng cách vật lý khiến người tiêu dùng ít ghé thăm cửa hàng truyền thống hơn nữa, một nền kinh tế không tiếp xúc đang dần hình thành và điều đó sẽ nâng thương mại điện tử và tự động hóa lên một tầm cao mới. Để đảm bảo, thích nghi trong điều kiện mới các hãng thời trang trên thế giới đang đầu tư mạnh mẽ vào việc xây dựng các nền tảng để kết nối và khả năng phân tích dữ liệu.

Việc tinh chỉnh và mở rộng qui mô hoạt động trực tuyến của các doanh nghiệp thời trang trên thế giới

Theo McKinsey, thì kỳ vọng thị phần thời trang và quần áo trực tuyến ở Châu Âu và Bắc Mỹ sẽ tăng từ 20 đến 40% trong vòng 6 đến 12 tháng tới. Vào tháng 4, lưu lượng truy cập vào các trang web thuộc sở hữu của 100 thương hiệu thời trang hàng đầu đã tăng 45% ở châu Âu. Một số doanh nghiệp thậm chí đã giảm cường độ khuyến mãi của họ để có thể xử lý khối lượng đơn đặt hàng.

Các hãng thời trang đã thiết kế các nền tảng để mang lại trải nghiệm trực tuyến cho khách hàng, song song với nó là việc các hãng thời trang trên thế giới đang phân bổ lại các nguồn lực đầu tư từ trực tiếp sang trực tuyến.

Một số khuyến nghị cần sớm triển khai

- Cần có sự tiếp cận và trao đổi với nhóm khách hàng hiện tại của doanh nghiệp để nghiên cứu và tìm hiểu quá trình chuyển dịch, lộ trình số hóa của họ, sự kết hợp và giải pháp tương tác để làm gia tăng giá trị cho khách hàng. Việc khảo sát và đưa ra giải pháp sẽ tùy thuộc vào từng doanh nghiệp, từng khách hàng cụ thể, qua đó cần có một lộ trình số hóa rõ ràng đối với khách hàng xuất khẩu và khách hàng nội địa.

- Ưu tiên số hóa ngay các qui trình sản xuất chính – đó là các qui trình đem lại doanh thu và lợi nhuận cho đơn vị, với mục tiêu là để có dữ liệu theo thời gian thực.

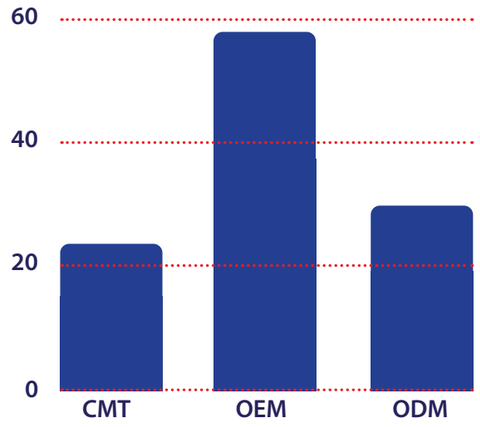
- Nghiên cứu và xây dựng các nền tảng vận hành để kết nối các bên với doanh nghiệp.

- Thiết kế và nâng cao khả năng phân tích dữ liệu trên nguyên tắc đơn giản và hiệu quả.

- Thu hút và giữ chân các tài năng kỹ thuật số, cần có một chế độ đãi ngộ phù hợp đối với nhóm nhân sự thiết kế và tái thiết kế qui trình, nhân sự kỹ thuật số.

Phương thức cung ứng hàng Dệt may trong trung và dài hạn và yêu cầu năng lực kết nối

60% **nhà mua hàng sẽ ưu tiên phương thức OEM, trong đó nhà cung ứng xây dựng mẫu và chủ động nguồn nguyên vật liệu**



Việc các hãng thời trang đang đẩy mạnh xu hướng thay đổi phương thức cung ứng trong trung và dài hạn là từ CMT, FOB … sang OEM tức là sẽ giữ lại phần ý tưởng và hệ thống phân phối, trong đó hệ thống phân phối sẽ có xu hướng online. Như vậy, đi cùng với quá trình dịch chuyển đó sẽ là việc đẩy quá trình số hóa nhóm hoạt động này về nhóm các doanh nghiệp sản xuất Dệt may, các doanh nghiệp sản xuất Dệt may tham gia cung ứng sản phẩm sẽ phải có kế hoạch để đảm bảo việc kết nối với các nền tảng thương mại điện tử của các hãng thời trang nhằm phục vụ khách hàng. Tóm lại, người tiêu dùng, các hãng thời trang, các doanh nghiệp sản xuất hàng thời trang và nhà cung cấp NPL về lâu dài sẽ được kết nối thành một hệ sinh thái.

5. LỜI KẾT

Trên thế giới, một số công ty may mặc, thời trang và hàng xa xỉ sẽ không còn tồn tại sau cuộc khủng hoảng hiện nay, có một số công ty khác sẽ xuất hiện ở vị trí tốt hơn trong tương lai. Phần lớn phụ thuộc vào khả năng phân tích và điều hướng hoạt động SXKD một cách nhanh chóng bằng các phương tiện kỹ thuật số trong hoạt động.

Công nghệ sẽ tiếp tục đóng một vai trò quan trọng trong sự thay đổi của xã hội, nó sẽ tăng trưởng không ngừng nghỉ, định luật Moore sẽ vẫn tiếp tục là chân lý trong tương lai của công nghệ số "Năm năm sau công nghệ sẽ mạnh gấp 10 lần và giá thành không thay đổi, 10 năm sau sẽ là 100 lần…". Số hóa cần xác định là một hành trình, không phải là một điểm đến, số hóa đó là sự sáng tạo không ngừng, nó là sự phối hợp nhuần nhuyễn giữa quản trị sự thay đổi hay ta gọi là sự kết hợp giữa "chuyển đổi" và các ứng dụng các tiến bộ công nghệ gọi là "số". Do vậy chúng ta cần phải trang bị những kỹ năng mang tính nền tảng bất biến để ứng phó với sự thay đổi này, bài viết này chỉ mang tính chất gợi mở, tham khảo để chúng ta tiếp tục khám phá ra sự phát triển của công nghệ và ứng dụng thực tế vào công việc đặc thù của từng đơn vị, sự sáng tạo nên mang tính chất cá biệt, chỉ cá biệt mới mang đến sự khác biệt, sự thống nhất nên nằm ở sự hợp tác cùng lợi ích, công nghệ sẽ giúp chúng ta tự tìm và mang đến giá trị cho nhau ●

Hình 3: Kỹ thuật số sẽ thay đổi từng cấu phần trong toàn bộ chuỗi giá trị ngành may mặc

Nguồn ảnh: ldoubxab0r1mke.cloudfront.net

DIỄN BIẾN TỶ GIÁ VÀ LÃI SUẤT TRONG NĂM 2020 VÀ DỰ BÁO NĂM 2021

Kinh tế thế giới đang chứng kiến sự suy yếu của toàn cầu hóa do sự cạnh tranh giữa hai nền kinh tế lớn nhất thế giới và tác động của đại dịch Covid-19. Các biện pháp chống đỡ dịch Covid-19 cũng làm gia tăng xu hướng nới lỏng tài chính tiền tệ thông qua sự bùng nổ các gói hỗ trợ tài chính lên tới hàng nghìn tỷ Đôla Mỹ (USD) và cắt giảm lãi suất tiền tệ.

Bài: **ĐẶNG THANH HUYỀN**

SỰ GIA TĂNG RỦI RO TÀI CHÍNH

Các nước lớn và nhiều tổ chức kinh tế đã tung ra các gói hỗ trợ kinh tế lớn, nhỏ khác nhau, trong đó Mỹ và Nhật Bản đã tung liên tiếp 03 gói hỗ trợ, tổng cộng lên tới 20% GDP của mình. Trong khi đó, Liên minh Châu Âu (EU) đã thông qua kế hoạch phục hồi kinh tế của toàn khối trị giá 750 tỷ Euro.

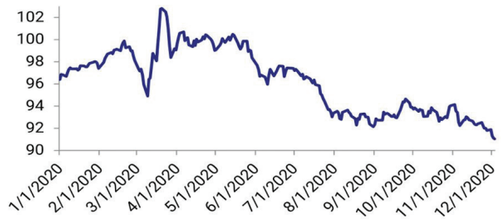
Nếu đạt hiệu quả, các gói hỗ trợ này sẽ giúp tăng sức chống chịu của nền kinh tế, tăng niềm tin của xã hội vào triển vọng cơ hội đầu tư và duy trì tăng trưởng kinh tế, kiểm soát thất nghiệp… Tuy nhiên, các gói hỗ trợ cũng sẽ kéo theo nguy cơ giảm giá các đồng tiền, gia tăng sức ép nợ công và lạm phát tiền tệ trên phạm vi toàn cầu.

Đối với nền kinh tế lớn nhất thế giới, theo dự báo, thâm hụt ngân sách Mỹ trong tài khóa 2020 tăng gấp gần 04 lần, lên mức cao kỷ lục 3.800 tỷ USD, tương đương 18,7% GDP của nước này. Hiện nay, nợ công đã lớn hơn quy mô của nền kinh tế và thâm hụt ngân sách của Mỹ tăng gấp 3 lần, lên mức 3,1 nghìn tỷ USD. Trong khi Cục Dự trữ Liên bang (FED) đã hạ lãi suất về gần 0 từ tháng 3 và dự định sẽ giữ nguyên mức lãi suất này trong thời gian tới, ít nhất là đến năm 2023.

DIỄN BIẾN CỦA 03 ĐỒNG TIỀN LỚN

Đồng Đôla Mỹ: Đầu tháng 10/2020, với tuyên bố của Tổng thống Mỹ đối với gói kích thích tài khóa quy mô 1.800 tỷ USD, đồng USD đã có dao động khá mạnh trên thị trường tiền tệ, kéo theo việc dòng tiền chuyển dịch mạnh từ USD sang các tài sản đầu tư khác, khiến chỉ số Đôla Mỹ DXY giảm về 93 điểm và tiếp tục đà giảm vào tháng 12/2020.

Diễn biến chỉ số Dollar Index (DXY)



Tại Việt Nam, ghi nhận trên thị trường tháng 11/2020, tỷ giá USD/VND niêm yết của các ngân hàng thương mại không đổi, giữ ở mức 23.070 đồng và 23.280 đồng, tương ứng giá mua và bán. Tỷ giá trên thị trường tự do cùng tỷ giá trung tâm đều có mức giảm nhẹ 10 đồng. Nhìn chung, tỷ giá USD/VND sau khi biến động mạnh trong 2 tuần cuối của tháng 3 đã quay trở lại trạng thái ổn định với xu hướng giảm dần.

Đồng Euro: Euro là đồng tiền hưởng lợi lớn nhất từ sự sụt giảm của đồng USD, đặc biệt là sau khi EU thông qua gói 750 tỷ Euro (khoảng 888,5 tỷ USD) hỗ trợ các nước bị ảnh hưởng nặng nề nhất bởi đại dịch và việc khối này phát hành chung một loại trái phiếu. Kể từ đầu năm đến tháng 10/2020, đồng tiền chung châu Âu đã tăng 3,8% so với đồng USD. Vào thời điểm tháng 12/2020, đồng Euro có dấu hiệu giảm sau thông tin đàm phán Brexit buộc phải tạm dừng. Tuy nhiên, giới chuyên gia vẫn dự báo đồng Euro sẽ tăng khoảng 2,5%, lên 1,21 USD đổi 1 Euro trong vòng một năm tới.

Đồng Nhân dân tệ (CNY): Sau khi đạt mức tăng mạnh nhất 12 năm trong quý 3/2020, tỷ giá đồng Nhân dân tệ của Trung Quốc tiếp tục xu hướng đi lên đầy ấn tượng, đạt mức cao nhất trong một năm rưỡi. Trong tháng 10/2020, tỷ giá CNY so với USD đạt mức 6,69 CNY đổi 1 USD, tăng khoảng 4% so với đồng bạc xanh và cao nhất kể từ tháng 4/2019. Ngân hàng Nhân dân Trung Quốc sẽ cho phép đồng tiền nước này tăng giá hơn nữa khi nền kinh tế phục hồi và kì vọng rằng CNY sẽ mạnh lên mức 6,60 CNY/USD vào cuối năm nay và 6,30 CNY/USD vào cuối năm 2021.

DIỄN BIẾN TỶ GIÁ ĐỒNG TIỀN CỦA CÁC QUỐC GIA CẠNH TRANH TRONG XUẤT KHẨU DỆT MAY

Tỷ giá của VND so với USD giảm 0,23% trong năm 2020 (năm 2019 tăng 0,24%). Trong khi đó, các quốc gia cạnh tranh về xuất khẩu dệt may đã phá giá đồng tiền trong 11 tháng đầu năm 2020, cụ thể như sau:

- Đồng Lira của Thổ Nhĩ Kỳ giảm giá 24% (trước đó năm 2019 đã giảm giá 11%);

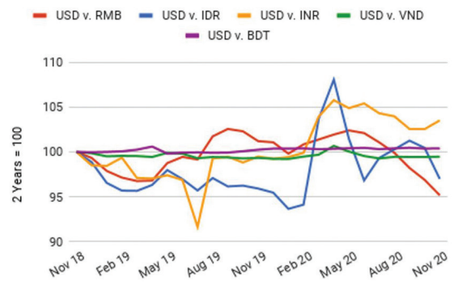
- Đồng Rupee của Ấn Độ giảm giá 3,6% (năm 2019 giảm giá 2,5%);

- Đồng tiền của Pakistan giảm giá 2,6% (năm 2019 đã giảm giá 10%);

- Đồng tiền của Thái Lan giảm 1,5% (năm 2019 đã tăng 8,7%);

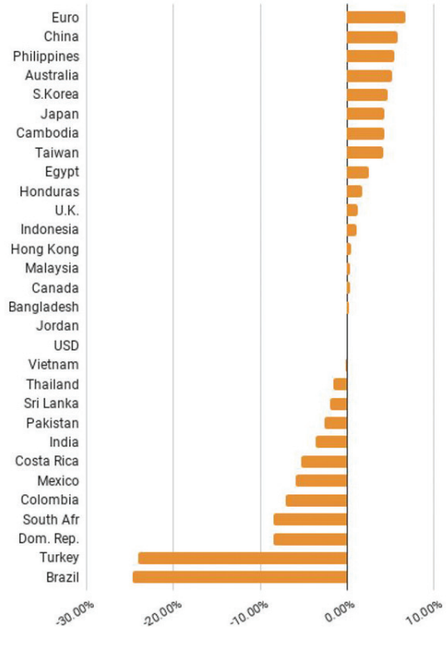
- Nhóm các nước Trung và Nam Mỹ có đồng tiền của Mexico giảm giá 5,9%, của Brazil giảm giá 24,7% và đồng tiền của Colombia giảm giá 7,1%.

USD v. BDT, IDR, INR, RMB & VND 2 Year Index



Chú thích ký hiệu theo Emerging Textiles: RMB-Nhân dân tệ TQ; IDR-Rupiah Indonesia; INR-Rupi Ấn Độ; BDT-Taka Bangladesh.

Currency Change vs. US$ in Jan-Nov 2020



Thời điểm 30/11/2020, tỷ giá trung tâm được Ngân hàng Nhà nước công bố là 23.155 đồng/USD; giá USD tại các ngân hàng thương mại như Vietcombank 23.030 - 23.240 đồng/USD... Theo báo cáo của Tổng cục Thống kê, chỉ số giá USD tháng 11 giảm 0,05% so với tháng trước nhưng tăng 0,14% so với tháng 12.2019 và giảm 0,05% so với cùng kỳ năm trước. Nếu so với các đồng tiền khác trong khu vực, VND vẫn tiếp tục được đánh giá là đồng tiền ổn định. Do đó, sẽ có ít rủi ro đối với tỷ giá Việt Nam trong năm 2021 và dự báo đồng tiền của Việt Nam chỉ mất giá nhẹ, khoảng 0,5-1,5% so với USD trong năm 2021 nhằm cân bằng giữa mục tiêu ổn định tỷ giá và hỗ trợ xuất khẩu.

Tuy nhiên, rủi ro Việt Nam bị Mỹ đưa vào danh sách "thao túng tiền tệ" là một rủi ro lớn, buộc NHNN phải thận trọng trong điều hành tỉ giá VND. Theo đó, Việt Nam đã rất nỗ lực giảm thặng dư thương mại với Mỹ trong thời gian gần đây. Ngoài ra, thời gian điều tra theo Mục 301, Đạo luật thương mại Mỹ thường sẽ kéo dài nên sẽ có một buổi điều trần (dự kiến ngày 29/12/2020) để Việt Nam có thể tận dụng nhằm tránh cáo buộc trên.

DỰ BÁO VỀ CHÍNH SÁCH LÃI SUẤT

Ngày 05/11/2020, FED đã đưa ra quyết định giữ lãi suất cho vay ngắn hạn trong phạm vi 0 – 0.25% với nhận định nền kinh tế nước này đang tăng trưởng nhưng không đạt được mức như trước đại dịch. Theo giới chuyên gia tài chính dự đoán thì FED sẽ duy trì lãi suất này cho đến năm 2023 để hồi phục kinh tế, sau đó nếu lạm phát mục tiêu đạt 2% mới tính đến điều chỉnh tăng lãi suất vì tỷ lệ lạm phát thấp tiếp tục phản ánh tình trạng cầu trong nước suy giảm, cần tiếp tục các biện pháp kích thích.

Ngày 30/9/2020 vừa qua, NHNN Việt Nam đã giảm lãi suất điều hành lần thứ 4 tính trong 12 tháng qua. Đến thời điểm đầu tháng 12/2020, với nguồn cung vốn dư thừa trong khi nhu cầu chưa cho biến động đang kể, do đó mặt bằng lãi suất giao dịch liên ngân hàng duy trì ở mức thấp: lãi suất kỳ hạn tuần – 1 tháng ~ 0,2-0,3%/năm; kỳ hạn dài 2 tháng quanh mức 0,6-0,8%/năm, kỳ hạn 3 tháng ~ 0,9-1,3%/năm.

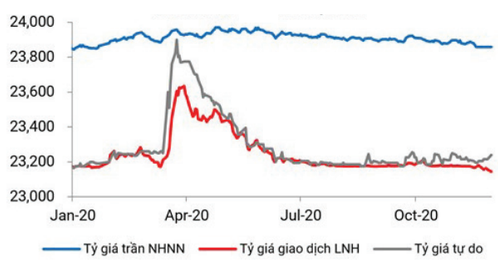
Theo số liệu từ Tổng cục Thống kê, tỷ lệ vốn huy động dù tăng trưởng 7,7% nhưng tăng trưởng tín dụng chỉ đạt 5,12% so với đầu năm, thấp hơn nhiều mức cùng kỳ 2019 là 8,79% và còn cách xa mục tiêu NHNN đề ra đầu năm là 14%, và sau đó điều chỉnh về 10%.

Chính sách điều chỉnh lãi suất sẽ có độ trễ nhất định đối với tổ chức tài chính và nền kinh tế. Bên cạnh lãi suất, nền kinh tế cần có sự đồng bộ từ nhiều yếu tố khác, ví dụ như đảm bảo kiểm soát tốt dịch bệnh, cải thiện môi trường kinh doanh trong khu vực kinh tế tư nhân và FDI, cũng như các gói hỗ trợ an sinh xã hội để kích cầu tiêu dùng từ người dân và tăng sức cầu vốn cho doanh nghiệp. Theo ông Cấn Văn Lực – chuyên gia hàng đầu trong lĩnh vực tài chính ngân hàng: "Lãi suất không phải là tất cả, vì vấn đề lớn nhất hiện nay là sức cầu vốn của nền kinh tế đang yếu, vì vậy phải có sự kết hợp giữa nhiều chính sách tài khoá, tiền tệ khác nhau trong dài hạn".

ĐỐI VỚI CHÍNH SÁCH TỶ GIÁ CỦA CHÍNH PHỦ VIỆT NAM

Tỷ giá USD/VND sẽ dao động trong phạm vi tương đối hẹp là khoảng 23.300 - 23.500 VND/USD trong nửa sau năm 2020. Giới chuyên gia tài chính cho rằng, Ngân hàng Nhà nước (NHNN) có thể sẽ duy trì chính sách tiền tệ nới lỏng trong năm 2021. Trong khi đó, USD sẽ vẫn yếu trong năm 2021 do FED có thể tiếp tục duy trì chính sách tiền tệ nới lỏng để thúc đẩy tăng trưởng.

Diễn biến tỷ giá USD/VND



TỶ GIÁ VÀ LÃI SUẤT DỰ BÁO NĂM 2021

Về tỷ giá:

Tỷ giá USD/VND sẽ dao động trong phạm vi tương đối hẹp là khoảng 23.300 – 23.500;
Tỷ giá EURO/USD giao động trong phạm vi 1,18 – 1,21;

Tỷ giá CNY/USD giao động trong phạm vi 6,3 – 6,6.

Nếu đồng CNY tiếp tục đà tăng giá so với USD như dự báo và tỷ giá của USD/VND vẫn được duy trì ổn định thì các doanh nghiệp có kinh doanh sợi xuất khẩu sang Trung Quốc sẽ được hưởng lợi. Ngược lại, các doanh nghiệp nhập khẩu nguyên phụ liệu từ Trung Quốc sẽ gặp phải bất lợi hơn.

Về lãi suất:

Lãi suất huy động hiện phổ biến ở mức 3 – 3,8%/năm với kỳ hạn dưới 6 tháng; 3,7 – 5%/năm với kỳ hạn 6 đến dưới 12 tháng, 4,9 – 5,6%/năm với kỳ hạn 12, 13 tháng.

Lãi suất cho vay ngắn hạn: 8 – 9%;

Lãi suất cho vay trung, dài hạn: 10-12%;

Lãi suất cho vay USD ngắn hạn: 3-3,5%;

Lãi suất cho vay USD dài hạn: 4,2-6%.

Tính từ đầu năm 2020 đến nay, tổng mức giảm lãi suất đầu vào của các ngân hàng đã lên tới 1,2 – 2,4 điểm %, đưa lãi suất huy động về mức rất thấp. Giới chuyên môn nhận định, lãi suất huy động vẫn còn dư địa để giảm thêm do thanh khoản các ngân hàng rất dồi dào, nhu cầu tín dụng lại thấp do ảnh hưởng của dịch Covid-19 cùng với lạm phát cả năm nay dự báo ở mức 3,5%. Sang năm 2021, lãi suất cả tiền gửi và cho vay có thể sẽ tăng trở lại khi nhiều dự báo kinh tế tăng trưởng có sự hồi phục ●

Nguồn tham khảo

- Bản tin Thị trường tài chính, tiền tệ, ngoại hối của Vietcombank.

- Các website: http://emergingtextiles.com; http://vneconomy.vn; http://tapchitaichinh.vn; http://nhandan.com.vn;

Năm 2021, đại dịch Covid-19 sẽ vẫn là nhân tố tác động đến xu hướng trong ngành thời trang bán lẻ. Với thói quen mua sắm chuyển sang các kênh trực tuyến, các nhà quản lý ngành đang lên kế hoạch theo các kịch bản khác nhau và hy vọng vào sự phục hồi nhanh chóng trên toàn cầu.

Bài: **ĐẶNG THANH HUYỀN**
(Tổng hợp theo The state of Fashion 2021, McKinsey & Company)

NGÀNH THỜI TRANG BÁN LẺ NĂM 2021

TÌM KIẾM CƠ HỘI TRONG GIAI ĐOẠN KHÓ KHĂN

Lợi nhuận kinh tế của ngành dự kiến

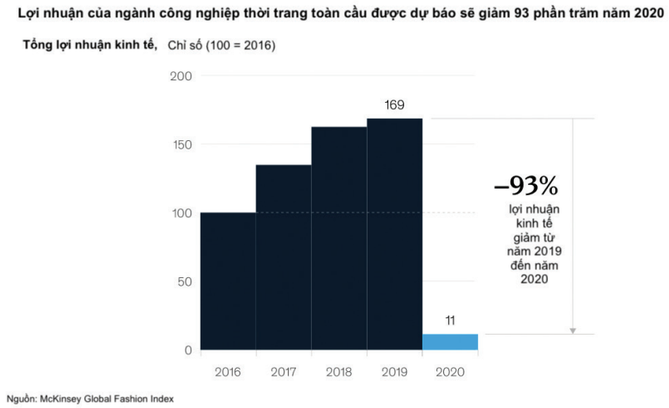
giảm 93%

trong năm 2020

Tuy nhiên, với ngành bán lẻ thời trang thì áp lực ngày càng tăng cao đối với doanh nghiệp trong chuyển đổi số. Để phục vụ cho xu hướng thay đổi hành vi của người tiêu dùng, các doanh nghiệp cần phải hành động dứt khoát để có thể tồn tại trong bối cảnh của sự "bình thường mới".

Năm 2020 cũng là năm đánh dấu việc phá sản của nhiều hãng thời trang lớn. Lợi nhuận của toàn ngành công nghiệp thời trang đạt mức thấp kỷ lục, buộc nhà lãnh đạo doanh nghiệp nào cũng phải trăn trở tìm cách đổi mới trong khi tiếp tục giữ được các khách hàng truyền thống của mình.

Kết quả cuộc khảo sát với các giám đốc điều hành thời trang kết hợp với phân tích thêm một số chỉ tiêu tài chính của nhóm chuyên gia McKinsey cho thấy, lợi nhuận kinh tế của ngành dự kiến giảm 93% trong năm 2020, sau khi đã tăng 4% vào năm 2019 *(Minh họa 1)*.



Minh họa 1

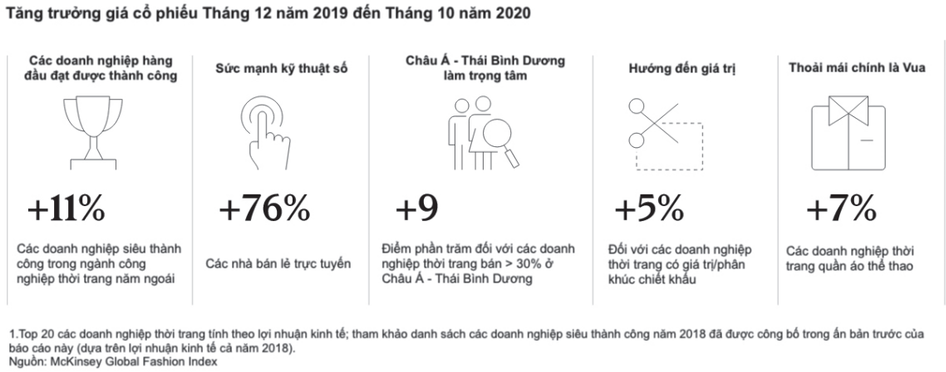
Tuy nhiên, vẫn có một số ít các doanh nghiệp đạt được kết quả khả quan giữa tình hình khó khăn như vậy. Mặc dù khủng hoảng đã có tác động nghiêm trọng đến các doanh nghiệp và việc làm của người lao động nhưng nó lại tạo ra áp lực giúp doanh nghiệp phải phản ứng nhanh hơn để có thể duy trì và có một kết quả tích cực. Thật vậy, một số công ty thời trang đã dành nhiều thời gian trong giai đoạn khủng hoảng dịch bệnh để tái định hình mô hình sản xuất kinh doanh, hoàn thiện tổ chức và xác định rõ hơn đối tượng khách hàng của mình.

Trong thời gian tới, giới chuyên gia cho rằng có thể lạc quan nhưng với thái độ thận trọng rằng virut Corona sẽ được kiểm soát hiệu quả hơn trong năm 2021 nhờ vào sự tăng sức đề kháng tự nhiên của cộng đồng, cũng như việc các nước lớn đều đang nghiên cứu và thử nghiệm vaccine, một số nước đang ở giai đoạn cuối cùng của việc thử nghiệm trước khi thực hiện trên diện rộng, thậm chí đã có một số quốc gia tiến hành tiêm vaccine cho người dân. Đồng thời, các biện pháp can thiệp của chính phủ các nước sẽ phần nào bù đắp cho sự suy giảm kinh tế và cầu về du lịch cũng sẽ được cải thiện khi không còn tình trạng giãn cách xã hội nữa.

Theo dự báo thì thị trường Trung Quốc là nơi sẽ có phục hồi mạnh mẽ nhất với mức tăng trưởng doanh số bán hàng năm 2021 ở nước này tăng trưởng khoảng 5 – 10% so với năm 2019. Tuy nhiên, Châu Âu có thể tiếp tục có tình trạng suy giảm về lượng khách du lịch, dẫn đến doanh số bán hàng sẽ giảm từ 2 – 7% so với năm 2019. Điều này cũng sẽ tương tự với Mỹ, dự báo doanh số bán hàng năm 2021 sẽ giảm từ 7 – 12% so với năm 2019. Với kịch bản xấu nhất thì tốc độ tăng trưởng hàng năm sẽ khó quay trở lại như tốc độ của giai đoạn trước đó và phải tới Quý III năm 2022 mới có thể lấy lại đà tăng trưởng.

Thực tế, ngay trước khủng hoảng dịch bệnh Covid-19 đã xuất hiện xu hướng mua sắm trực tuyến và nó đã sớm trở thành thói quen mua sắm của nhiều đối tượng khách hàng nhờ vào tâm lý ngại tụ tập đông người khi đến các trung tâm thương mại, siêu thị hay các cửa hàng bán lẻ bởi nỗi lo sợ có thể lây nhiễm dịch bệnh. Thật vậy, các số liệu chỉ ra rằng, việc áp dụng kỹ thuật số của doanh nghiệp đã được đẩy mạnh, có khi hoàn thành quá trình chuyển đổi chỉ trong vòng vài tháng thay vì thời hạn phải hoàn thành của các dự án chuyển đổi đã được đưa ra trước đó là từ 3-5 năm. Các chuyên gia đưa ra dự báo về tốc độ tăng trưởng trung bình kỹ thuật số vào năm 2021 là 20% (riêng ở Châu Âu và Mỹ là 30%) so với năm 2020.

Các công ty hoạt động tốt nhất trong những tháng gần đây có xu hướng gần như có ít nhất một trong hai đặc điểm chính *(Minh họa 2)*.



Minh họa 2

Nhiều công ty hướng sự tập trung vào Châu Á - Thái Bình Dương, do đây là khu vực bị ảnh hưởng ít hơn các khu vực khác trong cuộc khủng hoảng đại dịch bệnh, và một số công ty đã đưa ra cải tiến công nghệ khá hấp dẫn như ASOS và FARFETCH UK – hai hãng bán lẻ thời trang và mỹ phẩm trực tuyến của Anh, Revolve – hãng bán lẻ thời trang trực tuyến của Mỹ và Zalando – công ty thương mại điện tử đa quốc gia của Châu Âu có trụ sở tại Đức, cung cấp các sản phẩm thời trang phong cách sống. Đây là những công ty tập trung phát triển thương mại điện tử và đều hoạt động tốt trong năm 2020. Vào thời điểm tháng 8/2020, những công ty đi đầu trong lĩnh vực chuyển đổi số đã có con số tăng trưởng ấn tượng với mức giao dịch trung bình cao hơn 35% so với tháng 12 năm 2019.

Hiện tại, với hiệu suất vượt trội của các kênh trực tuyến, các chuyên gia kỳ vọng các kênh trực tuyến sẽ vẫn là ngôi vương năm 2021. Thông qua khảo sát cho thấy, khoảng 22% giám đốc điều hành nói rằng, đó sẽ là động lực chính trong năm tới; ít hơn 1% so với tỷ lệ cho rằng "Không chắc chắn" và nhiều hơn một chút so với 20% chọn "Có nhiều thách thức".

MƯỜI CHỦ ĐỀ CHO NĂM 2021

Khi thế giới phục hồi sau đại dịch Covid-19, để xác định chiến lược trong kinh doanh thời trang, các giám đốc điều hành trong ngành cho thấy rằng cần phải dựa vào những tác nhân chính, bao gồm việc thay đổi hành vi của người tiêu dùng, nắm bắt các cơ hội và phải thực hiện nhanh, hiệu quả hơn, cũng như đáp ứng linh hoạt các nhu cầu của thị trường *(Minh họa 3)*.

Minh họa 3

Thời điểm mà mọi thứ đều không chắc chắn thì công ty thành công nhất sẽ là những công ty nhanh nhạy, nắm bắt được xu hướng đang và sắp diễn ra trong ngành thời trang. Ở thời điểm hiện tại có thể khẳng định rằng, đó là quan điểm về việc phát triển kinh doanh đa kênh. Tuy nhiên, không thể bỏ qua một nhân tố quan trọng, đó là việc duy trì tính bền vững của chuỗi giá trị. Khách hàng, các nhà đầu tư sẽ ưu tiên những doanh nghiệp có chính sách tốt với người lao động và quan tâm đến vấn đề bảo vệ môi trường.

Thực tế, ngành bán lẻ đã phải chịu áp lực quá lớn, gần như chưa từng có trong giai đoạn vừa qua. Chỉ riêng tại Mỹ có khoảng 20.000 đến 25.000 cửa hàng sẽ bị đóng cửa trong năm 2020, nhiều gấp đôi so với số lượng của năm 2019. Chính vì vậy, nhiều thương hiệu đã bắt tay vào việc thực hiện nhanh để rút ngắn thời gian chuyển đổi mà đáng lẽ nó sẽ được thực hiện trong nhiều năm nhưng đã hoàn thành chỉ trong một vài tháng. Nike đã công bố việc tăng tốc chiến lược kinh doanh trên nền tảng kỹ thuật số và đầu tư vào các lĩnh vực tiềm năng cao nhất của mình. Điều này chắc chắn sẽ dẫn đến việc cắt giảm số lượng nhân viên tại các cửa hàng và sẽ buộc họ phải nghỉ việc. Zara cũng công bố kế hoạch sẽ cắt giảm 1.200 cửa hàng trong 02 năm và đầu tư 2,7 tỷ Euro cho việc xây dựng nền tảng kinh doanh số.

Các thương hiệu lớn đều đang tái cấu trúc lại các cửa hàng và sử dụng tối đa cơ sở dữ liệu để phân tích dự đoán nhu cầu của người tiêu dùng, quản lý phân nhóm và tạo ra các dịch vụ cá nhân hóa, hơn là phục vụ đại trà cho nhiều đối tượng khách hàng khác nhau. Một số thương hiệu tạo ra các "Flagship Store" - cửa hàng kiểu mẫu đẹp lung linh, hoành tráng với những thiết kế nổi bật, dịch vụ chuyên nghiệp, được đặt ở các vị trí trung tâm, các thành phố đông đúc, khi khách hàng bước vào thường sẽ có cảm giác thích thú hơn so với những cửa hàng bình thường của cùng 1 thương hiệu, nhờ những trải nghiệm đặc biệt mà nó mang lại. Burberry và Nike cũng như ARIAS New York đều đã có những cửa hàng như vậy. Họ tạo ra cho khách hàng một trải nghiệm mới mẻ, thú vị, nhờ ứng dụng công nghệ quét cơ thể để có thể thử trang phục thay vì phải vào phòng thử đồ mới có thể đưa ra quyết định mua hàng. Tại Trung Quốc, nhiều thương hiệu đã có sự tương tác chặt chẽ với các mạng xã hội để cung cấp cho người mua các sản phẩm độc quyền và trải nghiệm được cá nhân hóa.

GỢI Ý VỀ CHIẾN LƯỢC CHO NĂM 2021

Khi mà việc đi du lịch vẫn còn bị hạn chế thì việc quan tâm đến phát triển thị trường nội địa sẽ trở nên quan trọng hơn bao giờ hết. Đồng thời, các doanh nghiệp nên chủ động nắm bắt các cơ hội của thị trường, nhạy bén lựa chọn đúng phân khúc thị trường. Ngoài ra, các hoạt động mua bán, sáp nhập sẽ gia tăng, các công ty lớn có tiềm lực có thể tận dụng cơ hội thâu tóm được các công ty khác, qua đó chiếm lĩnh thị phần, mở rộng thị trường.

Với hy vọng rằng năm 2021 sẽ không còn là một năm khó khăn do ảnh hưởng của đại dịch Covid-19, hoặc nếu có cũng sẽ ít gây ảnh hưởng tồi tệ như năm 2020, các công ty thời trang phải tìm ra cơ hội cho mình khi mọi thứ đang đi theo một quỹ đạo mới, tăng tốc thực thi các chiến lược, nắm bắt được các xu hướng chính, để từ đó sẵn sàng cho giai đoạn "bình thường mới" và có khả năng tăng trưởng mạnh mẽ hơn ●

EVFTA

CƠ HỘI TẬN DỤNG THUẾ GIẢM NĂM 2021

Như chúng ta đã biết, các mặt hàng dệt may xuất khẩu sang thị trường EU sẽ được hưởng thuế suất thuế nhập khẩu ưu đãi theo Hiệp định EVFTA. Thuế suất sẽ giảm dần từ mức thuế cơ sở 12% về 0% theo lộ trình về 0% ngay khi Hiệp định có hiệu lực hoặc sau 3 năm, 5 năm và dài nhất là 7 năm.

Bài: **VƯƠNG ĐỨC ANH**

Nếu như năm 2020, đa số dòng thuế dệt may (chiếm 75% kim ngạch xuất khẩu đi EU) thuộc nhóm B5, B7 (tức thuế suất thuế nhập khẩu của EU giảm dần về 0% sau 5 hoặc 7 năm kể từ khi Hiệp định có hiệu lực, từ mức thuế cơ sở là 12%), mức cắt giảm thuế quan của năm đầu tiêu chưa đủ để đưa mức thuế ưu đãi theo Hiệp định EVFTA thấp hơn GSP đang ở mức 9,6%. Tuy nhiên, sang năm 2021, mức thuế ưu đãi của các nhóm hàng dệt may thuộc nhóm B5, B7 này đều thấp hơn mức thuế ưu đãi GSP lần lượt là 0,6% và 1,6%. Như vậy năm 2021, doanh nghiệp dệt may sẽ không cần xin C/O hưởng GSP xuất khẩu đi EU nữa, thay vào đó chuyển sang xin C/O mẫu EUR1 theo Hiệp định EVFTA sẽ có lợi hơn về thuế (tham khảo chi tiết bảng lộ trình giảm thuế theo EVFTA cho Top 10 CAT xuất khẩu lớn nhất đi EU).

Tuy nhiên, dưới đây là 1 số vấn đề cần lưu ý:

• Đối với Quy tắc xuất xứ theo EVFTA, việc cộng gộp vải Hàn Quốc chưa được áp dụng cho đến khi Bộ Công Thương đưa ra thông báo chính thức. Trong buổi làm việc với Thủ tướng Chính phủ ngày 23/11/2020, Tập đoàn Dệt May Việt Nam và Hiệp hội Dệt May Việt Nam đã kiến nghị Bộ Công Thương đẩy nhanh thủ tục trao đổi với Hàn Quốc và xúc tiến đàm phán với Nhật Bản để giúp doanh nghiệp tận dụng linh hoạt cộng gộp vải của 2 quốc gia này nhằm đáp ứng được quy tắc xuất xứ của Hiệp định EVFTA.

• Vấn đề Brexit cũng cần lưu tâm vì Anh đã chính thức rời EU từ ngày 31/01/2020 với thời gian chuyển đổi hạn chót là 31/12/2020. Anh hiện vẫn được coi là thành viên EVFTA cho đến hết năm nay, do đó doanh nghiệp vẫn có thể sử dụng vải nhập khẩu của Anh để sản xuất và đáp ứng quy tắc xuất xứ EVFTA. Tuy nhiên, câu chuyện sau ngày 31/12/2020 hiện chưa rõ ràng, phụ thuộc vào đàm phán giữa Anh và EU.

So sánh nhanh giữa 3 Hiệp định FTA thế hệ mới, có quy mô lớn gồm EVFTA, CPTPP, RCEP

Nội dung	EVFTA	RCEP	CPTPP
Hiệu lực	Đã có hiệu lực	Chưa có hiệu lực	Đã có hiệu lực, nhưng mới có hiệu lực cho 7/11 nước thành viên gồm: Nhật Bản, Singapore, Canada, Mexico, Úc, New Zealand (30/12/2018) và Việt Nam (14/1/2019)
Quy mô	•28 nước thành viên; • Dân số: 500 triệu người; • GDP: 18,3 nghìn tỷ USD, 22% GDP toàn cầu.	•15 nước thành viên; • Dân số: 2,2 tỷ người; • GDP: 26,2 nghìn tỷ USD, 30% GDP toàn cầu.	• 11 nước thành viên; • Dân số: 500 triệu người; • GDP: 12,2 nghìn tỷ USD, 14% GDP toàn cầu.
Lộ trình giảm thuế cho dệt may	Toàn bộ các dòng thuế sẽ giảm về 0% theo lộ trình 3 năm, 5 năm hoặc 7 năm.	Tùy thuộc vào biểu thuế của từng nước áp dụng cho hàng dệt may Việt Nam. - Nhật Bản: Đa số 0% ngay khi HĐ có hiệu lực, một số dòng lộ trình dài nhất về 0% sau 15 năm.	- Canada: Toàn bộ các dòng thuế về 0% từ năm 2021. - Nhật Bản: Đa số 0% ngay khi HĐ có hiệu lực, một số dòng lộ trình dài nhất về 0% sau 10 năm. - Mexico: Lộ trình về 0% sau 16 năm, áp hạn ngạch cho quần áo trẻ em sợi tổng hợp, áo len acrylic và áp dụng cơ chế giám sát hàng dệt may.
Quy tắc xuất xứ	1,5 – 2 công đoạn, chủ yếu yêu cầu "từ vải trở đi".	Đơn giản, 1 công đoạn cắt may.	3 công đoạn, yêu cầu "từ sợi trở đi".
Linh hoạt đáng kể cho Quy tắc xuất xứ	Cộng gộp vải Hàn Quốc hoặc quốc gia khác có cùng FTA (hiện có thêm Nhật Bản), tuy nhiên chưa áp dụng được.	Không cần	• Danh mục nguồn cung thiếu hụt gồm 187 mặt hàng. • Quy tắc cắt may áp dụng riêng cho áo ngực phụ nữ và quần áo trẻ em sợi tổng hợp (HS 6111.30, 6209.30).
Cho phép chia nhỏ lô hàng trong trường hợp quá trình vận chuyển hàng hóa có quá cảnh qua nước thứ ba không phải thành viên.	Có, với điều kiện hàng hóa vẫn nằm dưới sự kiểm soát của Hải quan nước quá cảnh.	Không	Có, với điều kiện hàng hóa vẫn nằm dưới sự kiểm soát của Hải quan nước quá cảnh.
Thủ tục chứng nhận xuất xứ đối với hàng xuất khẩu của Việt Nam.	Xin C/O của tổ chức cấp.	Xin C/O của tổ chức cấp hoặc Nhà xuất khẩu đủ điều kiện được tự chứng nhận xuất xứ.	Xin C/O của tổ chức cấp (được duy trì tối đa 10 năm kể từ khi HĐ có hiệu lực).

Lộ trình giảm thuế theo EVFTA cho TOP 10 CAT xuất khẩu lớn nhất đi EU

HS	Mô tả		GSP đang được hưởng	Lộ trình EVFTA	2020	2021	2022	2023
6201	Áo khoác ngoài, áo choàng cho nam giới hoặc trẻ em trai		9,6%	B7 (-1,5%/năm)	10,5%	9%	7,5%	6%
	Trừ 6201.93	Loại khác - Từ sợi nhân tạo		B5 (-2%/năm)	10	8	6	4
6204	Bộ com-lê, bộ quần áo đồng bộ, áo jacket, blazer cho phụ nữ hoặc trẻ em gái		9,6%	Đa số là A (0% ngay)	0	0	0	0
	Trừ 6204.13	Bộ com-lê từ sợi tổng hợp		B5 (-2%/năm)	10	8	6	4
	6204.32/33	Áo jacket/ blazer từ bông/sợi tổng hợp						
	6204.39	Áo jacket/ blazer từ các vật liệu dệt khác		B3 (-3%/năm)	9	6	3	0
6203	Bộ com-lê, bộ quần áo đồng bộ, áo jacket, blazer cho nam giới hoặc trẻ em trai		9,6%	Đa số là B5 (-2%/năm)	10	8	6	4
	Trừ 6203.19	Bộ com-lê từ bông/ xơ tái tạo/ vật liệu dệt khác		A (0% ngay)	0	0	0	0
	6203.31	Áo jacket/ blazer từ len						
	6203.49	Quần từ xơ tái tạo		B3 (-3%/năm)	9	6	3	0
	6203.11/12	Bộ com-lê từ len/sợi tổng hợp		B7 (-1,5%/ năm)	10,5	9	7,5	6

HS	Mô tả		GSP đang được hưởng	Lộ trình EVFTA	2020	2021	2022	2023
6202	Áo khoác ngoài, áo choàng cho phụ nữ hoặc trẻ em gái		9,6%	Đa số B7	10,5	9	7,5	6
	Trừ 6202.12 .90/6202.13 .906202.12 .90/6202.1 3.90	Từ bông/ sợi nhân tạo có trọng lượng trên 1kg tính trên quần áo		B5 (-2%/năm)	10	8	6	4
6109	Áo phông, áo may-ô và các loại áo lót khác, dệt kim hoặc móc		9,6%	B5 (-2%/năm)	10	8	6	4
6110	Áo bó, áo chui đầu, áo cài khuy (cardigan), gi-lê và các mặt hàng tương tự, dệt kim hoặc móc		9,6%	B5 (-2%/năm)	10	8	6	4
6104	Bộ com-lê, bộ quần áo đồng bộ, áo jacket, blazers cho phụ nữ hoặc trẻ em gái, dệt kim hoặc móc		9,6%	Đa số là A	0	0	0	0
	Trừ 6204.13	Váy từ sợi tổng hợp		B3 (-3%/năm)	9	6	3	0
	6104.63	Quần dài từ sợi tổng hợp						
	6104.33	Áo Jacket/ blazer từ sợi tổng hợp		B5 (-2%/năm)	10	8	6	4
	6104.53	Chân váy từ sợi tổng hợp						
6210	Quần áo may từ các loại vải thuộc nhóm 5602, 5603, 5903, 5906 hoặc 5907		9,6%	B5 (-2%/năm)	10	8	6	4
6307	Các mặt hàng đã hoàn thiện khác, kể cả mẫu cắt may		5-9,6	A (0% ngay)	0	0	0	0
6205	Áo sơ mi nam giới hoặc trẻ em trai		9,6%	Đa số B7	10,5	9	7,5	6
	Trừ 6205.20	Từ bông		B5 (-2%/năm)	10	8	6	4

Chúc mừng năm mới
Xuân Tân Sửu 2021

Phu Bai Spinning
SỢI PHÚ BÀI

CÔNG TY CỔ PHẦN SỢI PHÚ BÀI
Địa chỉ: KCN Phú Bài, phường Phú An, thị xã Hương Thủy, tỉnh Thừa Thiên Huế
Tel: +84-234- 3863240/ 3863355/ 3863367 **Fax:** +84-234- 3863363
Email: sales@phubaispinning.com **Website:** www.phubaispinning.com

Công ty Cổ phần Sợi Phú Bài là đơn vị thành viên của Tập đoàn Dệt May Việt Nam, được thành lập và chính thức đi vào hoạt động SXKD từ ngày 01 tháng 03 năm 2003. Công ty chuyên sản xuất Sợi các loại cung cấp cho thị trường nội địa và xuất khẩu và kinh doanh nguyên vật liệu, thiết bị ngành kéo Sợi.

Năng lực: 50,160 cọc sợi
Các sản phẩm chính: Sợi pha TCCm & TCCd (65/35),
CVCm & CVCd (52/48 hoặc 60/40),
100% CoCd
Sản phẩm mới: Cotton/Modal (50/50 hoặc 60/40)
Chi số: Ne 16/1 ~ Ne 45/1, Ne 16/2 ~ Ne 45/2

MAY 10