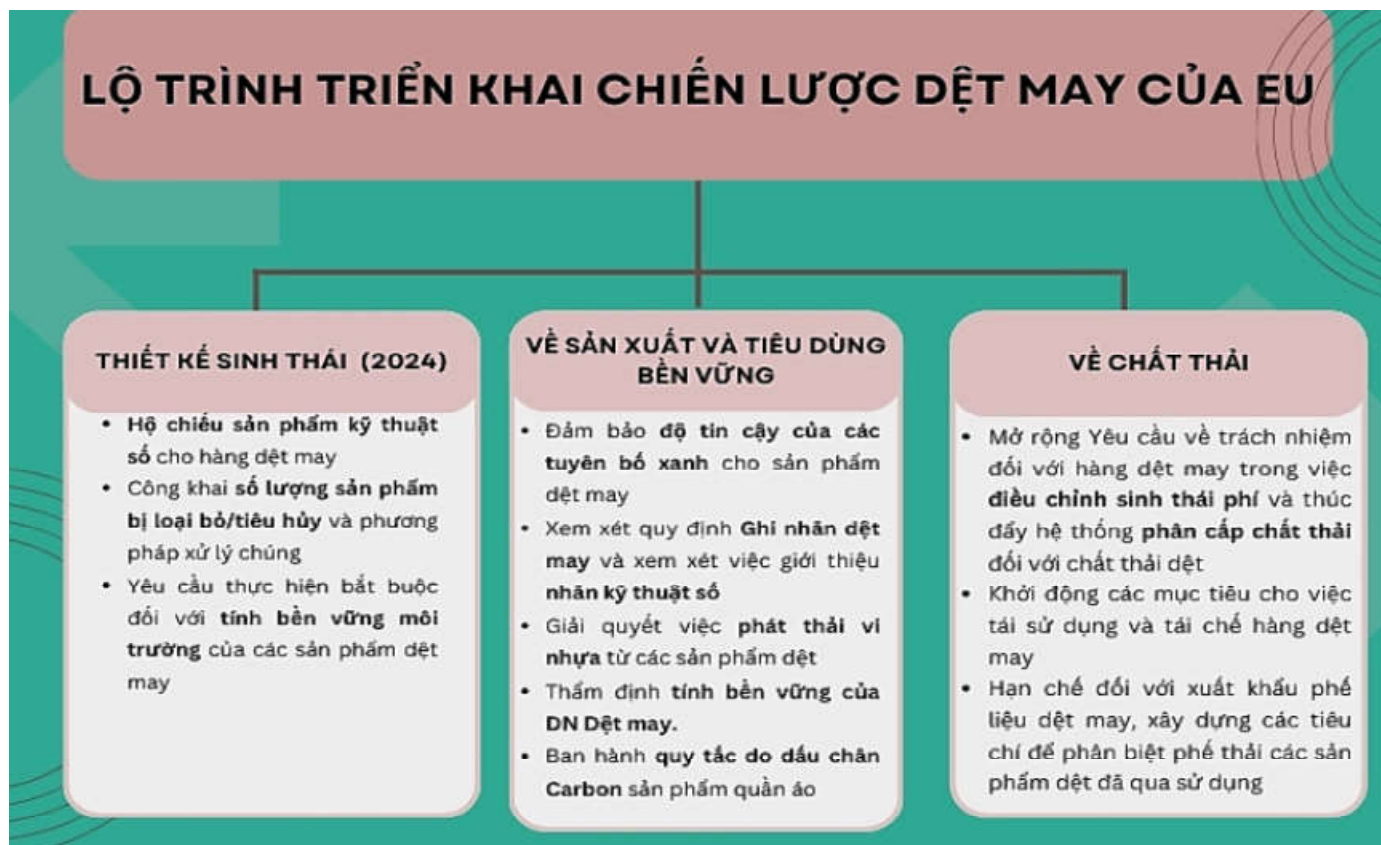


THÁCH THỨC MỚI CỦA DOANH NGHIỆP

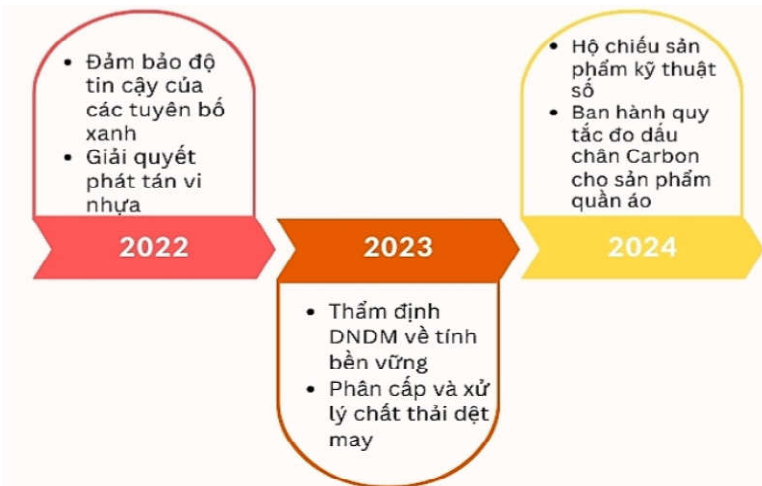
DỆT MAY TRÊN THỊ TRƯỜNG EU

Ngày 30/3/2022, Ủy ban Châu Âu đưa ra 4 đề xuất trong Thỏa thuận xanh (European Green Deal), trong đó có Chiến lược phát triển bền vững và tuần hoàn cho dệt may. Một trong những mục tiêu đáng chú ý cho ngành dệt may trong tương lai được EU nêu trong Chiến lược là đảo ngược tình trạng sản xuất thừa và tiêu thụ quá nhiều quần áo để hướng đến xu hướng thời trang bền vững.



Theo đánh giá của các chuyên gia, đến năm 2030, các sản phẩm dệt may được đưa vào thị trường EU có tuổi thọ cao và có thể tái chế, được làm chủ yếu từ sợi tái chế, không chứa các chất độc hại; và được sản xuất đáp ứng các quyền về xã hội và môi trường. Hiện tại, hệ sinh thái hàng dệt may tuần hoàn đang phát triển mạnh,

được thúc đẩy bởi năng lực tái chế sợi thành sợi sáng tạo. Trong tương lai sẽ hình thành một số ngành dịch vụ phụ trợ cho ngành dệt may như dịch vụ sửa chữa quần áo, dịch vụ thu gom, tái chế sản phẩm dệt may, dịch vụ tư vấn giải pháp công nghệ xanh cho ngành dệt may, tuần hoàn cho ngành dệt may...



Hiện có từ 75 đến 96 tiêu chí đánh giá của các nước như Mỹ, EU, Hàn Quốc và một số nước khác đối với dệt may Việt Nam.

EU được đánh giá là thị trường đòi hỏi tiêu chuẩn cao nhất đối với ngành dệt may Việt Nam

Việt Nam đã xây dựng 750 tiêu chuẩn hướng tới thúc đẩy tăng trưởng xanh, bao gồm tiêu chuẩn về chất lượng môi trường, chất lượng không khí, chất lượng nước, quản lý chất thải; tiêu chuẩn về nông nghiệp hữu cơ ISO 1104. Vì vậy doanh nghiệp dệt may Việt Nam muốn tiếp cận thị trường này cần phải nỗ lực chuyển đổi, thích ứng và được hỗ trợ từ các cơ quan quản lý.

Đánh giá về xuất khẩu dệt may của Việt Nam và Thành phố Hồ Chí Minh sang EU trong thời gian qua

Theo số liệu ITC, Việt Nam thuộc Top các quốc gia xuất khẩu may mặc trên toàn cầu (chỉ sau Trung Quốc, EU và Bangladesh). Nhìn chung giai đoạn 2017-2022, kim ngạch xuất khẩu hàng may mặc của Việt Nam nhiều biến động. Năm 2022 đạt 37,6 tỷ USD, tăng 14,7% so với năm 2021.

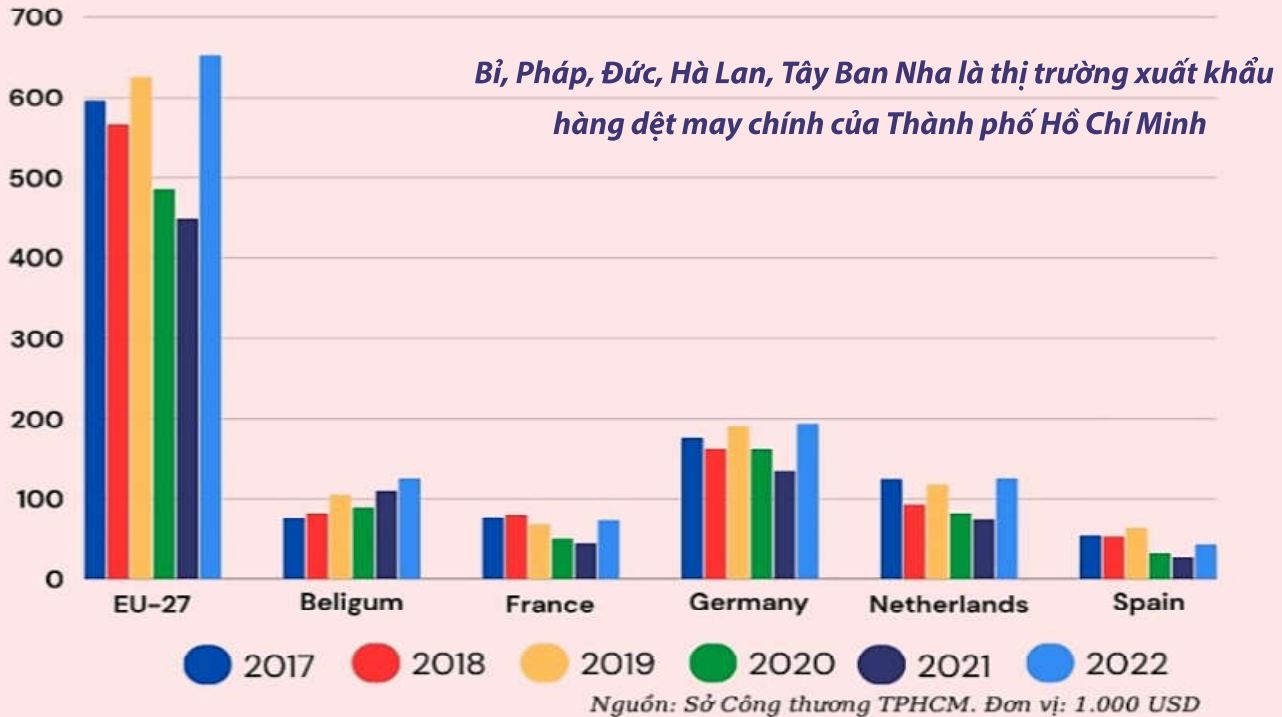
Tuy nhiên, xuất khẩu hàng may mặc của Việt Nam có dấu hiệu chậm lại trong 2 tháng cuối năm 2022 và 9 tháng đầu năm 2023 đã giảm 13,6% so với cùng kỳ năm 2022. Kết quả này phần nào phản ánh những khó khăn, thách thức các doanh nghiệp xuất khẩu may mặc đang phải đối mặt, do tình hình đơn hàng khan hiếm cũng

như biến động khó lường trên thị trường thế giới.

Hiện nay, các sản phẩm dệt may của Việt Nam đã có mặt trên 200 quốc gia và vùng lãnh thổ. Những thị trường xuất khẩu chính như: Hoa Kỳ, EU, Nhật Bản, Hàn Quốc. Theo số liệu của Tổng cục Hải quan, năm 2022, tổng kim ngạch xuất khẩu hàng dệt may của Việt Nam sang thị trường EU đạt 4,38 tỷ USD. Tỷ trọng kim ngạch xuất khẩu hàng dệt may của Việt Nam sang EU tăng từ 10,23% năm 2017 đến 34,7% năm 2023.

Thị trường xuất khẩu hàng dệt may của Việt Nam	9T/2023		Năm 2022	Tăng trưởng so với cùng kỳ năm ngoài (%)				
	Trị giá xuất khẩu (tỷ USD)	Tăng trưởng so với 9T/2022	Trị giá xuất khẩu (tỷ USD)	Năm 2022/2021	Năm 2021/2020	Năm 2020/2019	Năm 2019/2018	Năm 2018/2017
Thế giới	25,1	-13,6%	37,6	14,7%	15,2%	-9,8%	7,3%	16,1%
EU	2,9	-13,7%	4,38	34,7%	5,79%	-11,7%	4,61%	10,23%

Kim ngạch xuất khẩu hàng dệt may của TPHCM vào EU



Nhu cầu nhập khẩu hàng may mặc của thị trường EU rất lớn, thị phần hàng dệt may của Việt Nam tại EU vẫn khiêm tốn và còn nhiều dư địa gia tăng tỷ trọng xuất khẩu dệt may vào EU; trong khi đó tổng kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam lại đang có xu hướng giảm dần trong năm 2022-2023.

Hơn nữa, trước Hiệp định Thương mại tự do giữa EU và Việt Nam (EVFTA), ngoại trừ Trung Quốc là “nhà cung cấp lớn” trong ngành, các thị trường khác như Bangladesh, Campuchia hay Pakistan đều có lợi thế vượt trội về ưu đãi thuế nhập

khẩu (GSP+ và EBA) so với Việt Nam khi xuất khẩu vào EU, và sẽ có lợi thế cạnh tranh lớn về giá.

Các nước có tiềm lực lớn về dệt may như Ấn độ, Bangladesh, Myanmar đang phát triển hàng may mặc xanh hướng mạnh tới xuất khẩu. Họ sẽ là đối thủ cạnh tranh chính với hàng dệt may Việt Nam do đã “xanh hóa” được sản phẩm cùng chi phí lao động ở những nước này chỉ bằng một nửa chi phí lao động tại Việt Nam. Điều này đã và đang đặt ra nhiều thách thức với các nhà cung cấp trên thế giới, trong đó có nhiều doanh nghiệp Việt Nam.

Thách thức đối với doanh nghiệp dệt may Việt Nam

Thứ nhất, hiện theo chuỗi cung ứng, Việt Nam chủ yếu đứng ở khâu gia công, điều này sẽ hạn chế về động lực và khả năng chủ động chuyển đổi về mặt nghiên cứu, cải tiến công nghệ, và định hướng thị trường theo hướng phát triển bền vững hơn.

Thứ hai, nguồn cung nguyên phụ liệu phụ thuộc rất lớn vào nguồn hàng nhập khẩu. Do đó, doanh nghiệp Việt Nam khó kiểm soát và xanh hoá được nguồn nguyên phụ liệu

Thứ ba, đối với khâu dệt nhuộm, do chưa có quy hoạch về không gian phát triển nên chưa hình thành được các khu công nghiệp dệt may lớn có hệ thống xử lý nước thải tập trung.

Thứ tư, sự kết nối trong và ngoài ngành để tạo ra hệ sinh thái tuần hoàn bền vững cho ngành dệt may chưa được hình thành do chưa có sự tham gia đầy đủ và kịp thời của các bên liên quan.

Thứ năm, vấn đề thiếu hụt nguồn nhân lực, đặc biệt là nhân lực chất lượng cao và các cố vấn phục vụ cho việc chuyển đổi, ứng dụng công nghệ 4.0 vào quá trình sản xuất; nguồn nhân lực cho các khâu dệt, nhuộm và thiết kế thời trang.

Cuối cùng, tuần hoàn đòi hỏi nhu cầu vốn đặc biệt lớn, không phải doanh nghiệp nào cũng có điều kiện đáp ứng. Những biến động về kinh tế - chính trị - xã hội toàn cầu đã ảnh hưởng đến xu thế và mức tiêu dùng tại nhiều thị trường, gây lúng túng cho doanh nghiệp muốn đầu tư.

Lưu ý cho doanh nghiệp

- Ngành dệt may, thời trang Việt Nam đang đứng trước những nguy cơ và thách thức đồng thời cũng là cơ hội cho việc chuyển đổi qua các mô hình bền vững, tuần hoàn.
- Các mô hình kinh tế tuần hoàn có thể cung cấp các giải pháp trong việc thực hiện **ĐA MỤC TIÊU**, huy động **ĐA NGUỒN LỰC** hướng tới phát triển bền vững ngành dệt may Việt Nam.
- Cần có sự phối hợp giữa các ngành, lĩnh vực (nông nghiệp, công thương, khoa học, công nghệ, đổi mới sáng tạo, khởi nghiệp, công nghệ số) trong quá trình chuyển đổi Xanh ngành dệt may. Do đó, cần có sự phối hợp giữa nhà nước, doanh nghiệp, khoa học và các bên có liên quan (GIZ, UNEP ...)

- Cần nâng động tiếp cận thị trường: hướng đến thị trường có tốc độ tăng trưởng ổn định.
- Tận dụng cơ chế đầu tư chuyển đổi xu thế mới như sản xuất đồng phục ngành, chính phủ có thể tăng chi tiêu công liên quan đến tiêu dùng dệt may.
- Đầu tư, tiếp cận nguồn vốn tín dụng xanh để hướng đến xanh hóa, tuần hoàn, và thời trang bền vững.
- Chuyển đổi số trong quản trị sản xuất để chuyển đổi từ sản xuất hàng loạt sang sản xuất linh hoạt.
- Đa dạng thị trường và năng lực tiếp cận trực tiếp của các nhà bán lẻ.

