



DOANH NGHIỆP DỆT MAY:

Học từ thị trường ngách

NĂM 2012, KIM NGẠCH XUẤT KHẨU NGÀNH DỆT MAY MANG VỀ VIỆT NAM HƠN 17 TỶ USD - XỨNG LÀ “NGƯỜI KHỔNG LỒ” TRONG LĨNH VỰC XUẤT KHẨU. THẾ NHƯNG, TRƯỚC THỰC TRẠNG NỀN KINH TẾ THẾ GIỚI CÒN VÔ CÙNG KHÓ KHĂN, BẤT ỔN KHÓ LƯỜNG, “NGƯỜI KHỔNG LỒ” NÀY PHẢI TIẾP TỤC ĐỐI MẶT THÁCH THỨC MỚI TRONG NĂM 2013

● HOÀNG LAN

Hai đối thủ

Thị trường Việt Nam đang tồn tại tình trạng cùng một mẫu mã, nhãn hiệu, một chiếc áo sơ mi có giá 2 triệu đồng trong cửa hàng chính hãng, nhưng trong các cửa hàng “made in Việt Nam” chỉ có giá 200 nghìn đồng.

Ông Thân Đức Việt, Giám đốc Kinh doanh của Tổng công ty May 10 bày tỏ, một sản phẩm tạo được thương hiệu phải là sản phẩm có chất lượng, uy tín và là sản phẩm được tạo ra từ môi trường làm việc

an toàn. “Cách đây 3 năm, May 10 đã ra mắt dòng sản phẩm cao cấp, chúng tôi định hướng khai thác tối đa lượng khách hàng có thu nhập khá trở lên, nhằm khẳng định doanh nghiệp Dệt may Việt Nam không chỉ đáp ứng nhu cầu trong nước mà còn mong muốn cung cấp ra thị trường thế giới” - ông Việt cho biết.

Thế nhưng, hiện tại không chỉ May 10 mà các hãng dệt may của Việt Nam đang bị cạnh tranh bởi hai “đối thủ”, đó là các thương hiệu nổi tiếng của nước ngoài thâm nhập vào

thị trường Việt Nam và các cơ sở sản xuất nhỏ lẻ sản xuất hàng gia công nhưng gắn mác các thương hiệu nổi tiếng.

Bức xúc trước tình trạng hàng giả, hàng nhái tràn lan, ông Nguyễn Xuân Dương - Giám đốc Công ty cổ phần May Hưng Yên bày tỏ: “Đây là hành vi vi phạm pháp luật. Và chính cách làm ăn này tạo thói hư cho người tiêu dùng, vì họ dễ dàng dùng hàng nhái. Tôi đề nghị các cơ quan chức năng xử lý nghiêm các trường hợp này, tạo thị trường lành mạnh, vì như vậy các doanh nghiệp mới “lớn” được, và cũng là tạo thói quen mua sắm tốt cho người tiêu dùng.”

Học từ thị trường ngách

Các DN dệt may lớn sẽ phải suy nghĩ khi nhìn sang một số nhà may với thiết kế và thương hiệu của mình làm ăn nhẩn nha mà khách hàng vẫn xếp hàng chờ may đo như thời bao cấp, tuy số lượng chưa nhiều.

Đó là một bộ phận khách hàng kỹ tính nhưng có sức chi tiêu khỏe, nhất là ở các thành phố lớn, lại luôn tin tưởng vào các nhà may truyền thống, có uy tín lâu năm. Chị Lan, khách hàng thân thiết của một số nhà may có tiếng ở Hà Nội như Xuân Thu, Đức Nam, Vũ Trần Đức Hải..., cho hay, mặc dù các sản phẩm thường có mức giá không hề rẻ: áo sơ mi có giá từ 1 triệu đến 3 triệu đồng, quần tây có giá từ 1,2 triệu đồng tới 3 triệu đồng, đầm thiết kế từ 3 đến 10 triệu..., nhưng chị và một số bạn bè vẫn lựa chọn vì các

nhà may này đáp ứng được nhu cầu vì sự tinh tế trên từng sản phẩm. Theo nhận định của chị, mỗi nhà may có bản sắc riêng, vì thế các nhà may sẽ giữ được khách nếu chất liệu vải tốt, không bị co, nhàu... Hoặc thương hiệu Áo dài Lan Hương Luxury, đặt may riêng một mẫu áo dài kiểu dáng không đụng hàng phải chỉ tới 2.500 USD - 3.000 USD. Thuê áo dài Lan Hương Luxury cũng phải chi từ 500 USD tới 1000 USD. Khách hàng của nhà mốt áo dài này thường là những phụ nữ làm lãnh đạo doanh nghiệp, phu nhân chính khách...

Theo Dự thảo Quy hoạch ngành Công nghiệp Dệt may Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030, với quy mô thị trường 88,78 triệu người và mức tăng dân số bình quân hơn 2%/năm, tính sơ sơ chi phí cho các mặt hàng dệt may trung bình từ 10 - 15%, ước nhu cầu tiêu thụ nội địa cũng đạt 4,79 - 7,18 tỷ USD mỗi năm.

Sau những thành tích xuất khẩu đáng ghi nhận, giờ là lúc ngành Dệt may cần “vạch ra” hướng đi lâu dài, bài bản. Hy vọng đến năm 2020, ngành Dệt may Việt Nam với chiến lược chuyển hướng làm hàng theo phương thức ODM, sẽ xây dựng được một số thương hiệu nổi tiếng, hội nhập thế giới, và trở thành một trong những ngành trọng điểm, mũi nhọn về xuất khẩu, giúp nâng cao cuộc sống của người lao động và xóa đi “mặc cảm gia công” ■

CHÍNH SÁCH MỚI

1. Theo Quyết định 24/2013/QĐ-UBND, từ ngày 22/7/2013, UBND TP. Hà Nội thu phí sử dụng đường bộ theo đầu phương tiện đối với xe mô tô trên địa bàn TP. Hà Nội. Mức thu phí đối với xe mô tô 2 bánh, 3 bánh và xe gắn máy: Loại có dung tích xy lanh đến 100 cm³ là 50.000 đồng/năm; loại có dung tích trên 100 cm³ là 100.000 đồng/năm.

2. Từ ngày 22/7/2013, mức thu lệ phí trước bạ lần đầu đối với ô tô chở người dưới 10 chỗ ngồi tại TP. Hà Nội, không phân biệt các quận nội thành hay các huyện ngoại thành, đô thị hay nông thôn được áp dụng thống nhất chung là 12% (thay vì quy định mức thu 20%), theo Quyết định 25/2013/QĐ-UBND.

3. Từ ngày 01/9/2013, Chương trình quốc gia xúc tiến vận động viện trợ phi chính phủ nước ngoài giai đoạn 2013 - 2017 nhằm tăng cường huy động, khai thác và nâng cao hiệu quả sử dụng nguồn viện trợ của các tổ chức phi chính phủ nước ngoài, góp phần giảm nghèo và phát triển kinh tế - xã hội ở Việt Nam, tại Quyết định số 40/2013/QĐ-TTg.

4. Theo quy định tại Nghị định 61/2013/NĐ-CP, từ ngày 15/8, các doanh nghiệp do Nhà nước làm chủ sở hữu sẽ phải thực hiện việc công khai thông tin tài chính trong quá trình hoạt động, theo định kỳ 6 tháng và hàng năm.