

PHÁT TRIỂN NGUỒN NHÂN LỰC CHO NGÀNH DỆT MAY VÀ THIẾT KẾ THỜI TRANG VIỆT NAM

ThS. Nguyễn Thị Sinh

Khoa Công nghệ May và Thiết kế Thời trang
Đại học Công nghiệp Hà Nội

Hiện nay, ngành Dệt May và Thiết kế thời trang là một trong số ít ngành có tổng kim ngạch xuất khẩu cao nhất trong nước. Tuy nhiên so với thế giới vẫn còn hạn chế và gặp nhiều khó khăn về nguồn nhân lực. Bài viết nêu những thực trạng, nguyên nhân dẫn đến sự thiếu hụt nguồn nhân lực phục vụ đồng thời đưa ra một số ý kiến liên quan đến chiến lược phát triển, giải pháp nâng cao chất lượng đào tạo nguồn nhân lực cho ngành Dệt May và Thiết kế Thời trang Việt Nam.

chủ động được nguồn nguyên liệu nội địa, mới chỉ đáp ứng được một phần, chưa xây dựng được thương hiệu trên thế giới. Riêng với thị trường nội địa cần rút ngắn khoảng cách về giá thành và kiểu dáng.

- Đội ngũ các nhà thiết kế thời trang còn ở mức nền móng và non trẻ, chưa có được những nhà thiết kế thời trang tên tuổi, đóng góp cho ngành Công nghiệp Thời trang Việt Nam. Hiện nay mới chỉ xuất hiện một số nhà thiết kế thời trang nhưng vẫn dừng ở phạm vi trong nước với các bộ sưu tập, chưa xây dựng được thương hiệu riêng, khoảng cách này còn khá xa.

Đây là lý do khiến đời sống người lao động của ngành dệt may còn ở mức thấp và tình trạng thiếu hụt trầm trọng nguồn nhân lực của ngành này.

2. CHIẾN LƯỢC PHÁT TRIỂN NGÀNH DỆT MAY VÀ THIẾT KẾ THỜI TRANG VIỆT NAM

Một là, cần chủ động trong sản xuất và rút ngắn tối đa khoảng cách tới người tiêu dùng, giảm chi phí trung gian. Cần có sự sáp nhập các doanh nghiệp thành một công ty, nhóm công ty, liên kết thành

chuỗi cung ứng và phục vụ cho sản xuất. Đó là sự đan xen giữa các khâu từ cung cấp nguyên liệu, sản xuất, cho đến phân phối. Sự kết hợp này sẽ giúp các nhà sản xuất tiết kiệm chi phí, tiết kiệm thời gian.

Hai là, xây dựng thương hiệu Thời trang Việt Nam bằng cách phát triển nguồn nhân lực, đội ngũ thiết kế. Đồng thời phát triển ngành Công nghiệp phụ trợ để có nguyên phụ liệu (NPL) tại chỗ tạo điều kiện cho các nhà thiết kế chủ động, thực hiện nhanh hơn khâu thiết kế mẫu, thay vì thiết kế mẫu trước rồi mới chọn NPL để may, nâng cao thu nhập, cải thiện điều kiện làm việc, chế độ đãi ngộ để hấp dẫn, thu hút lao động.

Ba là, tiến tới sản xuất những sản phẩm dệt may thân thiện với môi trường. Ngành Dệt May và Thiết kế thời trang Việt Nam cần chú ý đến những sản phẩm được sản xuất từ sợi hữu cơ "Sợi xanh", ứng dụng quy trình sản xuất sạch. Hàng may mặc xuất khẩu cần quan tâm xây dựng những tiêu chí về môi trường, tiêu chí đảm bảo sức khỏe cho người tiêu dùng.

Hiện nay, ngành Dệt May và Thiết kế thời trang đã đưa ra logo (xem hình 1) để gắn vào các sản phẩm thân thiện với môi trường.



Hình 1. Logo Nhân Xanh Việt Nam

3. MỘT SỐ GIẢI PHÁP ĐỂ CẢI THIỆN VÀ PHÁT TRIỂN NGÀNH DỆT MAY VÀ THIẾT KẾ THỜI TRANG VIỆT NAM

a. Về phía Chính phủ

Nhận rõ tầm quan trọng của việc xây dựng thương hiệu, ngoài sự cố gắng của các doanh nghiệp cũng rất cần các chương trình hỗ trợ từ phía Nhà nước trong việc đăng ký bảo hộ thương hiệu Việt Nam tại một số thị trường trọng điểm trên thế giới như: Mỹ, EU, Nhật Bản... Đồng thời hỗ trợ các doanh nghiệp thực hiện chiến lược phát triển ngành dệt may, sản xuất sản phẩm có giá trị gia tăng cao, phát triển thương hiệu, từng bước thời trang hóa ngành dệt may. Nhà nước cần quan tâm đến thể chế, cải thiện chính sách, cơ chế thực hiện, là cầu nối phát triển cụm nhóm: phát triển vùng cây nguyên liệu dệt (trồng bông để sản xuất xơ, sợi), dệt, phụ liệu may, thiết kế thời trang, may, in nhuộm, hoàn tất sản phẩm, da giấy, nữ trang... hỗ trợ phát triển thị trường nội địa.

Mặc dù Chính phủ Việt Nam đã cam kết đầu tư cho giáo dục nói chung, song cần quan tâm hơn nữa trong việc đào tạo nguồn nhân lực cho ngành Dệt May-Thiết kế thời trang, ngành có kim ngạch xuất khẩu đứng thứ 3 của cả nước và giải quyết công ăn việc làm cho số lượng lao động lớn của Việt Nam. Đây là yếu tố tiên quyết để phát triển kinh tế dài hạn và bền vững. Hơn nữa xã hội hiện đại khi nhu cầu và trình độ văn hoá, nghệ thuật, thẩm mỹ ngày càng phát triển, thì nghệ thuật Thiết kế Thời trang đang được xem như một trong những nghề thời thượng được nhiều bạn trẻ lựa chọn (ngành May-Thời trang trường Đại học Shute, Đài loan là một ví dụ điển hình về điểm chuẩn đầu vào cao nhất trong các ngành của trường...).

b. Đối với doanh nghiệp

Hiện nay các doanh nghiệp chủ yếu làm gia công, nên giá trị gia tăng dành cho các nhà sản xuất ngành dệt may là rất thấp. Vì vậy, xây dựng thương hiệu các sản phẩm dệt may Việt Nam trở nên cấp thiết và là thách thức lớn đối với ngành. Do đó các doanh nghiệp:

- Phải tìm được lợi thế cạnh tranh, trước hết cần tìm sản phẩm mũi nhọn để xây dựng thương hiệu, thị trường tiêu thụ, các đối thủ cạnh tranh, sử dụng lợi thế về trang thiết bị trong sản xuất, thiết kế, kỹ thuật của doanh nghiệp mình từ đó xây dựng thị trường "ngách" cho chuyên dòng sản phẩm (thí dụ như thời

trang công sở dành cho phụ nữ tuổi trung niên, sơ mi cao cấp cho doanh nhân) hoặc thị trường tiêu thụ mới như: Thổ Nhĩ Kỳ, Trung Đông, Châu Phi, Đông Âu...

- Cần phải nhanh chóng xây dựng hệ thống các thương hiệu và đăng ký thương hiệu, như: biểu tượng, tên gọi sản phẩm..., hệ thống cửa hàng phân phối để mở rộng thị phần tiêu thụ sản phẩm và có các chương trình truyền thông tiếp thị dài hạn như: quảng cáo, biểu diễn thời trang, cửa hàng giới thiệu sản phẩm... đưa thương hiệu đến với người tiêu dùng. Bởi lẽ, cùng một sản phẩm tương đồng về chất lượng khi xuất khẩu ra nước ngoài, nếu gắn tên thương hiệu một công ty nổi tiếng của Việt Nam (ví dụ: Việt Tiến, May 10...) thì giá của sản phẩm đã tăng gấp 5 lần so với giá trị sản xuất, còn nếu gắn tên thương hiệu nổi tiếng trên thế giới thì giá trị của sản phẩm có thể gấp 100 lần giá trị sản xuất (ví dụ: FOCI).

- Trước hết, cần xây dựng thương hiệu trên thị trường Thời trang nội địa. Việt Nam hiện nay với 85 triệu dân, đây là thị trường tiềm năng vừa tiêu thụ vừa quảng bá thương hiệu. Song với trên 2.000 doanh nghiệp may-thời trang và nhiều nhà thiết kế thời trang trong nước chưa đáp ứng được, vẫn chủ yếu sử dụng hàng của Trung Quốc. Lựa chọn và đầu tư cho khoa học kỹ thuật, hiện đại hóa công nghệ sản xuất (trang thiết bị hiện đại, đổi mới tổ chức quản lý và điều hành) để tăng năng suất lao động, giảm số lượng công nhân, tiết kiệm năng lượng, chi phí cho sản xuất, nâng cao chất lượng đời sống cho người lao động. Hạn chế tới mức thấp nhất có thể về thời gian tăng ca, tăng giờ, cải thiện môi trường làm việc cho người lao động. Đây chính là nguyên nhân dẫn tới sự thiếu hụt trầm trọng về nhân lực lao động của ngành Dệt May Việt Nam.

- Chủ động xây dựng chiến lược đào tạo và phát triển đội ngũ trên cơ sở dự báo nhu cầu đào tạo nguồn nhân lực của doanh nghiệp; xác định kế hoạch đào tạo, tổ chức thực hiện, xác định nguồn kinh phí cho đào tạo; đánh giá hiệu quả hoạt động đào tạo, phát triển nguồn nhân lực và phải có chế độ đãi ngộ hợp lý cho nguồn nhân lực chất lượng cao.

c. Đối với giáo dục đào tạo

Trước những thực trạng, cơ hội, thách thức, chiến lược của ngành Dệt May-Thời trang đã đặt ra nhiệm vụ nặng nề đối với các cơ sở, các trường đào tạo nguồn nhân lực chuyên ngành Dệt May-Thời trang:

- Cần phải liên kết đào tạo với các trường có thể mạnh, có thương hiệu về ngành May&Thiết kế Thời trang trên thế giới như: Học viện Thời trang London, Đại học Đông Hoa-Thượng Hải, Đại học Thanh Hoa (Trung Quốc), Đại học Shute (Đài loan), Học viện Nam Metropolitan (Australia), Cao đẳng Thời trang Ueda-Osaka (Nhật Bản), Đại học Thời trang BunKa (Nhật Bản), Đại học RMIT (Australia), Học viện Thời trang Whitehouse (Australia), Học viện Thời trang Vienna (Áo)... Tổ chức thăm quan thực tế tại một số công ty thời trang nổi tiếng trên thế giới như: Colorado, Triumph, Speedo, Billabong, Citybeach, Timothy Everest... nhưng trước hết cần quan tâm bồi dưỡng và phát triển đội ngũ giáo viên, giảng viên Việt Nam,.

- Thường xuyên cử cán bộ giáo viên đi học tập nâng cao trình độ (dài hạn, ngắn hạn...) để cập nhật và nâng cao trình độ chuyên môn, nghiệp vụ, đáp ứng nhiệm vụ đào tạo.

- Cần đào tạo nguồn nhân lực đồng bộ, phù hợp với từng vị trí: cán bộ quản lý, cán bộ chuyên môn, công nhân lao động, cụ thể là:

+ Với cán bộ quản lý: cần cung cấp một hệ thống kiến thức cơ bản, toàn diện về nền kinh tế thị trường, về quản lý và các kỹ năng quản lý, kinh doanh trong giai đoạn mới, biết cách tiếp cận và xử lý thông tin để kinh doanh có hiệu quả, biết cách đánh giá thị trường và lĩnh vực doanh nghiệp đang kinh doanh, có kiến thức toàn diện về tâm lý-xã hội để làm việc với người lao động.

+ Đối với đội ngũ cán bộ chuyên môn: cần có đội ngũ thiết kế mẫu và thời trang, cán bộ kỹ thuật chuyên nghiệp, có khả năng gắn kết thời trang với sản xuất công nghiệp, đạt trình độ quốc tế.

+ Đối với công nhân lao động: cần có tay nghề vững vàng, có khả năng tiếp cận và chuyển giao khoa học công nghệ tiên tiến.

Với những yêu cầu trên các cơ sở đào tạo cần nghiên cứu xây dựng chương trình đào tạo nguồn nhân lực phù hợp với đặc điểm nguồn nhân lực của ngành dệt may. Chương trình đào tạo và phát triển chương trình đào tạo cần đáp ứng với yêu cầu của doanh nghiệp, gắn với nhu cầu phát triển của đất nước, của ngành, phù hợp với tiến bộ khoa học công nghệ của các nước trong khu vực và thế giới.

4. KẾT LUẬN

Ngành Dệt May và Thiết kế thời trang Việt Nam chiếm tỷ lệ kim ngạch xuất khẩu cao của cả nước, thu

hút nguồn nhân lực lớn. Song với thực trạng ngành Dệt may và Thiết kế thời trang Việt Nam hiện nay còn rất nhiều khó khăn, chưa xây dựng được thương hiệu trên thị trường quốc tế. Do vậy ngành Dệt May và Thiết kế thời trang Việt Nam rất cần sự quan tâm thích đáng của Nhà nước, cụ thể là:

- Đối với Chính phủ cần có chiến lược ngắn và dài hạn, đồng thời cần phải có kế hoạch thực hiện cụ thể, rõ ràng và khả thi, tạo điều kiện cho các doanh nghiệp sản xuất, các cơ sở đào tạo.

- Phát triển đối với doanh nghiệp cần có chế độ đãi ngộ xứng đáng để thu hút nguồn lao động có chất lượng cao, có chiến lược xây dựng thương hiệu cho mình.

- Các cơ sở đào tạo cần phải phát triển chương trình đào tạo, đầu tư cơ sở vật chất, phát triển đội ngũ, từng bước nâng cao chất lượng đào tạo nguồn nhân lực chất lượng cao cho ngành, bởi lẽ nó đáp ứng nhu cầu ở hàng thứ hai trong ba nhu cầu thiết yếu của con người "ăn, mặc, ở".

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1]. Ngành Dệt may Việt Nam: Phía trước là cơ hội, Nguồn Báo Công thương điện tử.
- [2]. Giáo sư Michael Porter tại lễ công bố Báo cáo Năng lực cạnh tranh Việt Nam 2010.
- [3]. Quyết định của Thủ tướng Chính phủ về việc phê duyệt chiến lược phát triển và một số cơ chế, chính sách hỗ trợ thực hiện Chiến lược phát triển ngành Dệt May Việt Nam đến năm 2010.