TẠP CHÍ ĐIỆN TỬ
THƯƠNG HIỆU & CÔNG LUẬN

Dệt may Việt Nam trước cuộc sàng lọc mới của chuỗi cung ứng

06:15 15/09/2026

Khi các thương hiệu toàn cầu ngày càng đặt nặng yêu cầu về phát thải, nguồn gốc nguyên liệu và khả năng cung cấp dữ liệu, lợi thế của dệt may Việt Nam đang được đánh giá bằng những tiêu chí mới. Cuộc cạnh tranh trong những tháng cuối năm vì thế không chỉ là tìm thêm đơn hàng, mà là chứng minh doanh nghiệp đủ năng lực để giữ đơn hàng trong dài hạn.

Từ nhận đơn hàng sang chứng minh năng lực

Bốn tháng cuối năm vốn là giai đoạn các doanh nghiệp dệt may tăng tốc để hoàn tất kế hoạch sản xuất, xuất khẩu. Tuy nhiên, trong bối cảnh thị trường Mỹ, châu Âu có dấu hiệu thận trọng hơn, trong khi chi phí nguyên liệu, logistics và tỷ giá tiếp tục biến động, bài toán của doanh nghiệp không còn đơn thuần là chạy hết công suất.

Ông Cao Hữu Hiếu, Tổng giám đốc Tập đoàn Dệt may Việt Nam (Vinatex), nhận định những tháng cuối năm 2026 vẫn tiềm ẩn nhiều rủi ro. Giá bông, xơ biến động, sức cầu tại các thị trường lớn có xu hướng thu hẹp, còn cạnh tranh từ Bangladesh, Trung Quốc và nhiều nhà cung ứng khác tiếp tục gia tăng.

Trong hoàn cảnh đó, việc duy trì đơn hàng với mức giá đủ tốt trở thành thách thức lớn. Doanh nghiệp càng phụ thuộc vào gia công đơn thuần càng dễ chịu sức ép khi khách hàng có thêm lựa chọn từ những quốc gia có chi phí cạnh tranh.



Doanh nghiệp dệt may đang tăng đầu tư vào công nghệ và quản trị dữ liệu để đáp ứng yêu cầu ngày càng cao từ các thương hiệu quốc tế

Đáng chú ý, “tiêu chuẩn đầu vào” của các thương hiệu quốc tế cũng đang thay đổi. Theo ông Alen Wei, CFO H&M Production tại Trung Quốc và Đông Nam Á, các thương hiệu toàn cầu hiện không chỉ tìm kiếm nhà cung ứng có năng lực thương mại mà còn quan tâm đến tính bền vững, khả năng đổi mới và sức chống chịu của chuỗi cung ứng.

H&M hiện hợp tác với hơn 40 nhà cung cấp và hơn 70 nhà máy tại Việt Nam, sử dụng trên 60.000 lao động. Quy mô này cho thấy Việt Nam vẫn giữ vị trí đáng kể trong chuỗi sản xuất của thương hiệu, nhưng đồng thời cũng đặt ra yêu cầu cao hơn đối với các nhà cung ứng.

Ba trụ cột được ông Alen Wei nhấn mạnh gồm phát triển bền vững, năng lượng tái tạo và nâng cấp công nghiệp. Điều này cho thấy cuộc cạnh tranh đang dịch chuyển từ câu chuyện “sản xuất với giá bao nhiêu” sang “sản xuất theo tiêu chuẩn nào và tạo ra giá trị gì”.

Dữ liệu và năng lượng trở thành tài sản cạnh tranh

Một trong những thay đổi rõ nhất là yêu cầu truy xuất nguồn gốc. Trước đây, thông tin về nguyên liệu, nhà máy hay quy trình sản xuất có thể được kiểm tra qua hồ sơ và chứng từ. Nhưng khi chuỗi cung ứng ngày càng phức tạp, các thương hiệu cần dữ liệu nhanh, chính xác và có khả năng kiểm chứng.

Giáo sư Rajkishore Nayak, chuyên gia quản trị doanh nghiệp thời trang tại Đại học RMIT cho rằng, công nghệ số và AI đang mở ra phương thức mới để doanh nghiệp theo dõi các công đoạn sản xuất, phát hiện bất thường và nâng độ tin

cậy của thông tin truy xuất.

Đối với doanh nghiệp Việt Nam, đây không chỉ là câu chuyện đáp ứng yêu cầu của khách hàng. Khi dữ liệu về nguyên liệu, năng suất, chất lượng, năng lượng và quá trình sản xuất được kết nối, doanh nghiệp có thể nhìn rõ hơn những điểm gây lãng phí để điều chỉnh.

AI có thể hỗ trợ kiểm soát chất lượng, tối ưu sử dụng nguyên liệu và năng lượng. Trong khi đó, hệ thống dữ liệu truy xuất giúp doanh nghiệp chứng minh nguồn gốc sản phẩm thay vì chỉ cam kết bằng hồ sơ.

Một áp lực khác ngày càng rõ là năng lượng. Nguồn điện tái tạo, tiết kiệm năng lượng và giảm phát thải đang trở thành một phần trong tiêu chí lựa chọn nhà cung ứng của nhiều thương hiệu quốc tế. Cùng với cơ chế mua bán điện trực tiếp, doanh nghiệp có thêm lựa chọn để tăng tỷ lệ sử dụng năng lượng sạch và tiến tới điện hóa một số thiết bị sản xuất.

Với dệt may, xanh hóa cũng có thể bắt đầu từ những khâu tưởng như nhỏ hơn, chẳng hạn tận dụng vải vụn và phế liệu để tái sử dụng, tái chế. Khi hoạt động này được gắn với hệ thống truy xuất số, doanh nghiệp không chỉ giảm lượng chất thải mà còn có thể lượng hóa hiệu quả sử dụng tài nguyên.

Tuy nhiên, để vượt qua “bộ lọc mới”, chuyển đổi công nghệ và xanh hóa cần đi cùng thay đổi trong cấu trúc chuỗi cung ứng. Phụ thuộc lớn vào nguyên phụ liệu nhập khẩu, đặc biệt là vải, vẫn là điểm hạn chế của dệt may Việt Nam. Đây cũng là nguyên nhân khiến việc tận dụng ưu đãi từ các hiệp định thương mại tự do gặp khó khăn ở những quy tắc xuất xứ chặt chẽ.

Theo ông Alen Wei, Việt Nam cần chuyển từ mục tiêu sản xuất nhiều hơn sang tạo và giữ lại nhiều giá trị hơn. Điều này đòi hỏi phát triển nguồn cung vải trong nước, củng cố chuỗi cung ứng nội địa, nâng cấp công nghệ và chất lượng nhân lực.

Ở cấp doanh nghiệp, Vinatex đang yêu cầu các đơn vị tập trung vào biên lợi nhuận, dòng tiền, công nợ, tồn kho và năng suất thay vì chạy theo sản lượng bằng mọi giá. Tập đoàn cũng đẩy nhanh Dashboard quản trị và chuẩn hóa dữ liệu để phục vụ điều hành và chuẩn bị cho năm 2027.

Như vậy, chặng nước rút của dệt may năm nay không chỉ được đo bằng số lượng sản phẩm xuất xưởng. Khả năng tiết kiệm năng lượng, kiểm soát dữ liệu, truy xuất nguồn gốc, chủ động nguyên liệu và đáp ứng tiêu chuẩn xanh sẽ ngày càng quyết định doanh nghiệp nào được giữ lại trong chuỗi cung ứng toàn cầu.

Khi “bộ lọc” của các thương hiệu quốc tế ngày càng dày, lợi thế cạnh tranh của dệt may Việt Nam sẽ không còn nằm chủ yếu ở chi phí nhân công. Doanh nghiệp nào biến xanh hóa, số hóa và nội địa hóa thành năng lực vận hành thực tế sẽ có nhiều cơ hội hơn để giữ đơn hàng, nâng giá trị và tiến lên những mắt xích cao hơn của chuỗi.

Minh Thành *(t/h)*