

CHÀO MỪNG 1995 - 2020 NĂM THÀNH LẬP VINATEX



Giá: 25.000 VNĐ



THƯ CỦA TỔNG BÍ THƯ, CHỦ TỊCH NƯỚC NGUYỄN PHÚ TRỌNG CHÚC MỪNG HỘI NHÀ BÁO VIỆT NAM

Nhân kỷ niệm 70 năm ngày thành lập Hội Nhà báo Việt Nam (21/4/1950 - 21/4/2020), tôi thân ái gửi tới toàn thể cán bộ hội viên Hội Nhà báo Việt Nam qua các thời kỳ những tình cảm thân thiết và lời chúc mừng tốt đẹp nhất.

70 năm qua, kể từ ngày thành lập tại Chiến khu Việt Bắc trong cuộc kháng chiến chống thực dân Pháp xâm lược, các thế hệ Hội Nhà báo Việt Nam và những người làm báo cả nước đã luôn đoàn kết, chủ động sáng tạo, nỗ lực phấn đấu vượt qua khó khăn, không ngừng lớn mạnh, có nhiều đóng góp quan trọng vào sự nghiệp cách mạng của Đảng và nhân dân ta.

Trong mọi hoàn cảnh, đồng đội hội viên, nhà báo luôn đồng hành cùng dân tộc, bám sát thực tiễn, tích cực tuyên truyền đường lối, chủ trương của Đảng, chính sách pháp luật của Nhà nước; đồng viên, cố vũ toàn dân trong các cuộc đấu tranh giành độc lập, tự do trước đây, cũng như trong sự nghiệp xây dựng và bảo vệ Tổ quốc ngày nay; đồng thời tích cực tham gia công tác xây dựng Đảng, xây dựng hệ thống chính trị trong sạch, vững mạnh, đấu tranh phòng, chống tham nhũng, tiêu cực; vạch trần các âm mưu, thủ đoạn của các thế lực thù địch, phản tử cơ hội chính trị, bảo vệ nền tảng tư tưởng của Đảng, củng cố và tăng cường khối đại đoàn kết toàn dân tộc.

Ghi nhận đóng góp to lớn của Hội Nhà báo Việt Nam cùng đội ngũ nhà báo cả nước, Đảng và Nhà nước ta đã tặng thưởng Hội Nhà báo Việt Nam Huân chương Sao Vàng, Huân chương Hồ Chí Minh và nhiều phần thưởng cao quý.

Nhân dịp này, thay mặt lãnh đạo Đảng và Nhà nước, tôi nhiệt liệt biểu dương và chúc mừng những thành tựu rất đổi tự hào của Hội Nhà báo Việt Nam và giới báo chí cả nước trong 70 năm qua.

Đất nước ta đang bước vào thời kỳ phát triển mới với thế và lực mới, nhiều thời cơ, thuận lợi và khó khăn, thách thức đan xen. Trong bối cảnh cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ tư phát triển mạnh mẽ, nhiệm vụ của báo chí rất nặng nề nhưng cũng rất vẻ vang.

Tôi mong muốn Hội Nhà báo Việt Nam và các hội viên cả nước phát huy truyền thống cách mạng của mình, xây dựng Hội ngày càng phát triển, trong sạch, vững mạnh; không ngừng chăm lo bồi dưỡng tư tưởng, chính trị, chuyên môn nghiệp vụ, nhất là đạo đức nghề nghiệp cho các hội viên.

Các cấp hội, mỗi nhà báo hãy thấm nhuần và thực hiện thật tốt lời dạy của Bác Hồ kính yêu: **"Cán bộ báo chí**

cũng là chiến sĩ cách mạng. Cây bút, trang giấy là vũ khí sắc bén của họ.", tiếp tục đổi mới nội dung và phương thức hoạt động, để thật sự là địa chỉ tin cậy trong hoạt động nghiệp vụ của các nhà báo.

Tôi đề nghị các cấp ủy đảng, chính quyền các cấp và các tầng lớp nhân dân tiếp tục quan tâm, tạo điều kiện thuận lợi để Hội Nhà báo Việt Nam và giới báo chí hoàn thành tốt nhiệm vụ của mình.

Với tình cảm thân thiết và tin tưởng, tôi chúc các cấp hội, hội viên, nhà báo cả nước sức khỏe, niềm vui, hạnh phúc; không ngừng đổi mới, sáng tạo, nỗ lực vươn lên, luôn xứng đáng là người chiến sĩ tiên phong trên mặt trận tư tưởng - văn hóa của Đảng.

Nguyễn Phú Trọng

Tổng Bí thư

Ban Chấp hành Trung ương Đảng
Cộng sản Việt Nam
Chủ tịch nước
Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam



PHONG PHU
International

Công ty Cổ phần Quốc tế Phong Phú (PPJ)

Trụ sở chính: 48 đường Tăng Nhơn Phú, phường Tăng Nhơn Phú B, quận 9, TP. HCM
Tel: (028) 37281854/37281853 / Fax: (028) 37281846/38966088
E-mail: info@ppj-international.com / Website: www.ppj-international.com

Quy mô, năng lực:

- Quy mô: 05 chi nhánh (Quản Trị, Đà Nẵng, Phú Yên, Nha Trang, Long An) với khoảng 7.722 CBCNV.

- Năng lực: 14.000.000sp/năm trong đó: Jeans: 11.800.000sp, Khaki: 1.200.000sp, Quần tây: 1.000.000sp.

- Hoạt động sản xuất kinh doanh của Công ty: Phát triển mô hình kinh doanh FOB hay ODM (Thiết kế - Sản xuất - Xuất hàng - Dịch vụ chăm sóc khách hàng) với thị trường khách hàng chính Mỹ, Châu Âu và Châu Á.

Chức năng:

Công ty chuyên lĩnh vực may mặc, thời trang, sản xuất vải, sợi, giặt và in. Sản phẩm chính là Denim, woven và Knit. Ngoài ra, Công ty còn kinh doanh bên lĩnh vực mua bán tơ, sợi, hóa chất, vải, phụ liệu ngành dệt may, mua bán thiết bị tin học, môi giới thương mại, dịch vụ vận tải, xây dựng công trình, kinh doanh bất động sản (trừ dịch vụ môi giới, định giá, sản giao dịch bất động sản).

Nhiệm vụ:

- Trở thành Tập đoàn may mặc cung cấp các giải pháp may mặc trọn gói hàng đầu trong nước cũng như trong khu vực.

- Đảm bảo kinh doanh có hiệu quả, hoàn thành tốt nghĩa vụ với Nhà nước.

- Bảo vệ doanh nghiệp, bảo vệ môi trường, chung tay cùng cộng đồng góp phần bảo vệ môi trường với trách nhiệm cao nhất.

- Sản xuất các sản phẩm may mặc xanh, sạch, an toàn sức khỏe và thân thiện với môi trường thông qua việc sử dụng các máy móc thiết bị công nghệ hiện đại (Nano, Ozon, Laser), áp dụng các công nghệ tiên tiến và nguyên liệu mới tạo ra các sản phẩm có tính năng khác biệt.

- Đảm bảo công ăn việc làm ổn định, không ngừng cải thiện và nâng cao điều kiện làm việc, nâng cao đời sống cho cán bộ, công nhân viên trong công ty. Thực hiện quyền lợi đối với người lao động theo đúng quy định. Tuân thủ các quy định của pháp luật, chính sách của Nhà nước.



**TỔNG BIÊN TẬP
LÊ TIẾN TRƯỜNG**

TV HĐQT, TGD Vinatex

HỘI ĐỒNG CỐ VẤN

VŨ ĐỨC GIANG - Cố vấn cao cấp

Chủ tịch Vitas

TRẦN QUANG NGHỊ - Cố vấn cao cấp

Chủ tịch HĐQT Vinatex

PHẠM PHÚ CƯỜNG

TV HĐQT, Phó TGD Vinatex, Chủ tịch NBC

CAO HỮU HIẾU

Phó TGD Vinatex, TB Tuyên giáo - Đoàn thể Vinatex

NGUYỄN ĐỨC TRI

Phó TGD Vinatex, Chủ tịch Hoatho Corp

THÂN ĐỨC VIỆT

TGD Garco 10

BÙI VĂN TIẾN

TGD Viettien

TRƯỞNG BAN BIÊN TẬP

PHẠM NGỌC HÂN

Trưởng Ban TT&TT Vinatex

THƯ KÝ TOÀ SOẠN

KIẾU BÍCH HẬU

THIẾT KẾ MỸ THUẬT

ĐỖ QUẾ ANH

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,

Chỉ trong vòng 4 tháng kể từ khi kẻ thù vô hình mang tên Covid-19 xuất hiện, đã gây ra một cuộc khủng hoảng chưa từng có đối với cả thế giới. Các quốc gia đồng loạt đóng cửa biên giới, người dân không được ra khỏi nhà, hầu hết các thành phố nhện nhíp trước đây bỗng trở nên vắng lặng. Có người nói rằng, đây là thời điểm để trái đất tự vá lành vết thương bởi sự tàn phá trong suốt thời gian qua của con người.

Điều gì xảy ra cũng có ý nghĩa của nó, và Covid-19 lần này cũng vậy. Đây là khoảng thời gian quý giá để chúng ta dành thời gian nhiều hơn cho gia đình, hoàn thành những việc trước đây vì bận quá không thể làm được, cũng như nhìn nhận lại những sai lầm trong quá khứ và ấn nút "khởi động lại". Ngành dệt may trước đại dịch Covid-19 đã được dự báo đang trên đà đi xuống nhưng nay thậm chí đã bị "đóng băng" vì lệnh giãn cách xã hội đang được áp dụng ở hầu hết các quốc gia. Ngành sẽ phải thay đổi như thế nào để vượt qua những khó khăn trước mắt và phát triển trong tương lai? Mời quý độc giả tham khảo các bài phân tích, báo cáo đến từ các tổ chức uy tín được chúng tôi biên dịch trong Tạp chí số tháng này.

BAN BIÊN TẬP



ẢNH BÌA:

Khẩu trang mới ra mắt ngày 17/3/2020 của Tập đoàn và các ĐVTV Vinatex có lớp ngoài sản phẩm là vải dệt thoi kháng nước, kháng bụi, kháng khuẩn công nghệ Nano bạc. Đặc tính kháng khuẩn giữ được qua 30 lần giặt bằng xà phòng bình thường.

TÁC GIẢ: Quế Anh - Xuân Quý

MỤC LỤC



Tháng 4/2020



**CHÀO MỪNG NGÀY THÀNH LẬP
HỘI NHÀ BÁO VIỆT NAM**

03 Thư của Tổng Bí thư, Chủ tịch nước Nguyễn Phú Trọng chúc mừng Hội nhà báo Việt Nam

**CHÀO MỪNG 25 NĂM NGÀY
THÀNH LẬP VINATEX**

06 25 năm vững bước trong thị trường nhiều biến động

GÓC NHÌN

10 TGD Vinatex - Lấy tâm yêu thương chân thành làm gốc

12 CBCNV Vinatex đáp từ tâm thư của TGD

14 Phản ứng chính sách kinh tế toàn cầu đối với cuộc khủng hoảng Covid-19

20 Ý kiến chuyên gia

22 Cơ hội để thay đổi

26 Tác động của đại dịch Covid-19 lên toàn chuỗi cung ứng dệt may

28 Ngành công nghiệp thời trang thế giới hậu Covid-19



DỆT MAY

32 Vấn đề cấp bách của ngành may mặc hiện nay

36 Ngành dệt may thế giới và Việt Nam 3 tháng đầu năm 2020

41 Nền tảng bảo dưỡng từ xa Marzoli - Đưa công nghiệp 4.0 vào thiết bị kéo sợi

44 Tuyên bố chung về thực hiện mua hàng có trách nhiệm trong khủng hoảng Covid-19

46 Vinatex và các ĐVTV tặng cộng đồng hơn 2,6 triệu khẩu trang tương đương 18 tỷ đồng

55 Cả thế giới đeo khẩu trang?

TIN TỨC & SỰ KIỆN

45 Tin hoạt động của Vitas

57 Chính sách mới tháng 4/2020

76 Bản tin công đoàn



THỜI TRANG & CUỘC SỐNG

58 Đại dịch Covid-19 đã được tiên đoán từ năm 2011?

60 Truyện ngắn: Tinh thức

64 Thời trang sẽ trở về phụng dưỡng mẹ đất

66 Da và mặt trái của biểu tượng thời trang cao cấp

68 Bảo vệ sức khỏe với khăn kháng khuẩn Phong Phú

72 Bảo vệ sức khỏe với khăn kháng khuẩn Phong Phú

74 Tìm kiếm người tài

25 NĂM vững bước trong thị trường nhiều biến động



Ông **LÊ TIẾN TRƯƠNG**
Tổng Giám đốc Vinatex

Kỷ niệm 25 năm ngày thành lập Tập đoàn Dệt May Việt Nam (29/4/1995-29/4/2020) cũng đánh dấu một thời kỳ phát triển thật đặc biệt trong bối cảnh ngành Dệt May Việt Nam và thế giới đứng trước bước ngoặt thay đổi. Dẫu vậy, sự ra đời của Vinatex đã góp những gam màu đẹp đẽ vào bức tranh ấy trong ¼ thế kỷ qua.

VIẾT NHỮNG ĐÒNG SỬ ĐẠM MÀU

Năm 1995, Việt Nam gia nhập ASEM, và cũng năm đó, Việt Nam bình thường hóa quan hệ với Mỹ. Nhờ vậy, thị trường và kim ngạch xuất khẩu dệt may được thuận lợi, phát triển đột biến. Vào chính thời điểm quan trọng này, Tập đoàn Dệt May Việt Nam ra đời (với tên gọi là Tổng Công ty Dệt May Việt Nam).

Với vai trò là đầu tàu, kể từ khi thành lập, Vinatex đã dẫn dắt toàn Ngành Dệt May Việt Nam phát triển mạnh không những về số lượng mà cả về chất lượng và quy mô, từ những doanh nghiệp chỉ có vài trăm lao động đã trở thành những doanh nghiệp lớn với hàng ngàn, hàng chục ngàn lao động, góp phần to lớn vào sự phát triển chung của kinh tế đất nước, tạo nhiều công ăn việc làm cho xã hội.

Trong suốt quá trình nỗ lực, phấn đấu không mệt mỏi, Tập đoàn Dệt May Việt Nam đã hoàn thành xuất sắc nhiệm vụ hạt nhân, tiên phong mở đường xây dựng thị trường mới, hội nhập quốc tế, định hướng phát triển toàn Ngành theo hướng cung ứng dịch vụ dệt may hoàn chỉnh.

Vượt qua những khó khăn, thiếu thốn về cơ sở vật chất cũng như trình độ nhân sự, Tập đoàn đã từng bước thực hiện chiến lược phát triển bền vững, hội nhập chuỗi cung ứng dệt may toàn cầu, đạt đến trình độ tiên tiến, có khả năng thực hiện được hầu hết mọi loại đơn hàng với các cấp độ chất lượng khác nhau.

Sự phát triển của Vinatex không chỉ nằm trong các con số mà còn ở chất lượng sản phẩm, phương thức kinh doanh ngày càng được đổi mới, từ phương thức gia công thuần túy, nay vươn lên các phương thức bán hàng FOB, ODM, OBM, bán hàng tự thiết kế, bán hàng thời trang... cho nhiều thị trường trên thế giới.

Trong một thị trường cạnh tranh ngày càng khắc nghiệt, với những thách thức, đan xen rủi ro khó lường, Vinatex vẫn tiến từng bước vững chắc, linh hoạt thay đổi, chủ động ứng phó để khẳng định năng lực cạnh tranh, xác định vị trí là một nhà sản xuất hàng dệt may hàng đầu thế giới, có khả năng cung cấp cho khách hàng các dịch vụ may mặc trọn gói, thời trang, chất lượng cao và thân thiện với môi trường. Các thành viên chủ lực của Vinatex là những đơn vị đã đầu tư mạnh mẽ vào công nghệ và phương thức quản lý để đạt năng suất lao động và chất lượng sản phẩm thuộc hàng cao nhất trong ngành như: Các dây chuyền kéo sợi của Phú Bài, Huế, Hòa Thọ, Việt Thắng, Phong Phú; dây chuyền dệt thoi của Việt Thắng; các dây chuyền may công nghệ mới của Việt Tiến, Nhà Bè, Hòa Thọ, May 10, Đức Giang, Hưng Yên... Năm 2019 vừa qua, kim ngạch xuất khẩu của Vinatex đạt xấp xỉ 3 tỷ USD.

BƯỚC CHUYỂN MÌNH QUANTRỌNG

Đặc biệt, trong giai đoạn 2015-2020, Tập đoàn cũng sắp xếp lại hoạt động của một số đơn vị phụ thuộc (cho thuê, chuyển đổi thành công ty cổ phần) nhằm khai thác tài sản hiệu

quả hơn. Song song với đó là các biện pháp kiểm soát, rà soát từng đầu mục chi phí để cắt giảm tối đa các khoản chưa hợp lý nhằm gia tăng lợi nhuận. Chi phí quản lý của Công ty mẹ Tập đoàn đã giảm bình quân 6,35%/năm, tỷ lệ chi phí quản lý/doanh thu giảm bình quân 16,84%/năm.

Theo đó, kết quả qua các năm tuy có sự biến động nhưng xu hướng chung là tăng dần, doanh thu tăng bình quân 12,6%/năm; lợi nhuận trước thuế tăng bình quân 2,45%; tỷ suất lợi nhuận sau thuế bình quân/vốn điều lệ đạt 5,71%; tỷ lệ chia cổ tức bình quân 5 năm là 5,2%.

Giai đoạn 2015-2020 là chu kỳ 5 năm đầu tiên kể từ khi Tập đoàn Dệt May Việt Nam hoạt động theo hình thức Công ty Cổ phần. Giai đoạn này, thị trường vẫn còn nhiều khó khăn, cạnh tranh ngày càng gay gắt cả trong và ngoài nước, lãi suất và tỷ giá biến động không ngừng, đặc biệt từ cuối năm 2018 đến hết năm 2019, hoạt động SXKD ngành sợi do phụ thuộc rất lớn thị trường Trung Quốc nên chịu ảnh hưởng sụt giảm nặng nề từ cuộc chiến thương mại Mỹ-Trung. Tuy vậy, mỗi doanh nghiệp bằng kinh nghiệm, uy tín của mình vẫn đang nỗ lực không ngừng để giữ chân khách

hàng tại các thị trường truyền thống và tìm kiếm thị trường, khách hàng tiềm năng mới.

Bên cạnh đó là nâng cao năng lực quản trị sản xuất, tăng năng suất sản xuất để gia tăng biên lợi nhuận. Các doanh nghiệp cũng rà soát lại quy trình quản lý vận hành, sắp xếp, tinh giản bộ máy hành chính, tiết giảm chi phí quản lý với tốc độ giảm bình quân 6,23%/năm, tỷ lệ chi phí, phí quản lý/doanh thu của Tập đoàn giảm 11,04%/năm. Theo đó, trong 5 năm qua doanh thu và lợi nhuận hợp nhất của Tập đoàn vẫn tăng trưởng đều đặn: Doanh thu tăng bình quân 5,5%/năm; Lợi nhuận sau thuế tăng bình quân 6,98%.

Trong công tác đầu tư, từ năm 2015 đến năm 2019, toàn Tập đoàn đã triển khai 190 dự án, trong đó 21 dự án Sợi, 17 dự án Dệt nhuộm, 30 dự án May, 58 dự án nâng cấp máy móc thiết bị và 64 dự án khác. Trong đó, số dự án Công ty mẹ Tập đoàn làm chủ đầu tư là 18 dự án, số dự án các đơn vị thành viên làm chủ đầu tư là 172 dự án, các dự án tập trung phần lớn vào giai đoạn 2015-2016. Đến giai đoạn 2017-2018, Tập đoàn tập trung vào đầu tư chiều sâu và khai thác hiệu quả các dự án đã hoàn thành. Năng lực tăng thêm sau đầu tư giai đoạn 2015-2019: Sợi tăng 70.000 tấn; Vải dệt kim tăng 12.000 tấn; Vải dệt thoi tăng 110 triệu mét; May 160 triệu sản phẩm.

Trong ¼ thế kỷ qua, sở dĩ Tập đoàn nắm bắt được cơ hội để phát triển rực rỡ, là nhờ dựa vào truyền thống văn hóa riêng, với sự cần cù lao động, chịu thương chịu khó, nghĩa tình thủy chung, và tinh thần đoàn kết của đội ngũ tỏa sáng ở mọi lúc mọi nơi, nhất là những khi có thách thức mới.

ĐỊNH HƯỚNG TRONG THỜI GIAN MỚI

Trong thời kỳ 2020-2025, thế giới có nhiều thay đổi, trong đó có sự bất định trong xu hướng toàn cầu hóa đan xen bảo hộ; cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ 4 tạo sức ép sắp xếp lại chuỗi sản xuất; nhu cầu





sản phẩm thân thiện môi trường; sự thiếu hụt lao động; Hiệp định EVFTA có hiệu lực; những rủi ro bất ngờ như thiên tai, dịch bệnh, đặc biệt là sự có mặt của đại dịch Covid-19 trong thời gian vừa qua đã làm đảo lộn tất cả kế hoạch của các doanh nghiệp trên toàn thế giới.

Nhận định được những thách thức cũng như cơ hội đó, Vinatex xây dựng những mục tiêu, giải pháp mới hướng tới kỷ niệm 30 năm ngày thành lập Tập đoàn:

Sáng tạo:

Với các đặc điểm tình hình mới, mô hình sản xuất kinh doanh hiện nay của Tập đoàn sẽ khó có cơ hội tiếp tục phát huy, tạo đà tăng trưởng mạnh mẽ trong thời gian tới đây. Yêu cầu sáng tạo, đổi mới toàn diện trong hoạt động được đặt ra hết sức cấp bách, bao gồm nhưng không hạn chế trong các lĩnh vực sau:

Sáng tạo trong mô hình quản lý: Tập

trung chuyển đổi số cho mô hình quản trị. Hình thành hệ thống quản trị số đơn giản, với các chỉ tiêu hữu hiệu. Đo lường kịp thời hàng ngày quá trình sản xuất và kinh doanh. Tạo dữ liệu quản trị toàn Tập đoàn để đối chiếu, so sánh, áp dụng giải pháp tốt nhất cho vận hành. Không có hạ tầng quản trị chung sẽ rất khó có thể triển khai hiệu quả, chi phí thấp các chương trình sản xuất theo chuỗi cung ứng. Tuy nhiên, đây lại là thách thức trong đầu tư ban đầu do hệ thống chưa thể có hiệu quả ngay trong ngắn hạn. Sáng tạo trong quản trị cũng tạo môi trường làm việc mới, tạo động lực tốt hơn cho nhân lực của Tập đoàn.

Sáng tạo trong mô hình kinh doanh: Mô hình kinh doanh trong 25 năm phát triển của Tập đoàn dựa trên sản xuất gia công chiếm tỷ trọng cao của ngành may, lại tập trung ở nhiều đô thị lớn đã đi đến giới hạn của nó. Không có sáng tạo mới trong mô hình kinh doanh, ứng dụng nhanh các thành tựu của cuộc CMCN 4.0

thì chỉ với mô hình kinh doanh cũ, dệt may nói chung sẽ thoái trào tại Việt Nam.

Sáng tạo trong công nghệ và sản phẩm: Đây là yếu tố then chốt trong việc tạo ra sự khác biệt của mình để phát triển năng lực cạnh tranh mới, tránh cạnh tranh khốc liệt của sản phẩm hiện hữu.

Phát triển bền vững:

Đây là xu thế chung của thế giới, trong đó dệt may là ngành trọng điểm về tiêu thụ nước trong trồng bông (lượng nước gần bằng 80% nước dùng cho sinh hoạt toàn cầu), và nhuộm hoàn tất - là tác nhân tiềm ẩn có thể gây ô nhiễm nước và khí thải. Các tiêu chuẩn mới về tiết kiệm nguồn tài nguyên, sử dụng năng lượng tái tạo, sản phẩm có tính tái chế, sản xuất xanh sẽ càng trở nên phổ biến trong chuỗi cung ứng toàn cầu. Cùng với nó là quy định pháp luật cũng sẽ chặt chẽ hơn, đặt các doanh nghiệp trước yêu cầu phải có

chiến lược phát triển bền vững, và nó trở thành một trọng tâm của sản xuất dệt may. Hoạch định chiến lược phát triển bền vững để đảm bảo duy trì sản xuất liên tục, có hướng tới các mục tiêu định lượng là yêu cầu bắt buộc với các doanh nghiệp. Một tầm nhìn mới cần được xác lập với các dự báo dài hạn, do vậy rất cần sự chỉ đạo xuyên suốt từ Tập đoàn. Thoát ly các chỉ tiêu tài chính thông dụng, xác lập các mục tiêu phi tài chính để trong dài hạn đem lại kết quả tài chính bền vững là thách thức rất lớn với mô hình và bộ máy quản trị hiện nay. Nhất là trong tư duy của chủ sở hữu, chấp nhận một bộ chỉ tiêu phát triển bền vững trong khi chưa thấy ngay các lợi ích tài chính ngắn hạn, thậm chí còn gia tăng chi phí là điều không dễ dàng, đòi hỏi những người đại diện vốn của Tập đoàn phải hoạch định được chi tiết lợi ích của chi phí cơ hội đó, tỷ suất thu hồi vốn đầu tư cho phát triển bền vững. Đã đến lúc, triển khai các mục tiêu chiến lược phi tài chính là nhiệm vụ của Công ty mẹ Tập đoàn, không còn là nhà đầu tư

thu lợi nhuận tài chính tại các doanh nghiệp. Công ty mẹ phải hành động như là tổ chức chuyên nghiệp nhất, lành nghề nhất trong ngành Dệt May.

Mua – Bán – Tái cấu trúc doanh nghiệp:

Với đặc thù được thành lập trên cơ sở rất nhiều doanh nghiệp có sẵn ở cả trung ương và địa phương, với nhiều quy mô, công nghệ, sản phẩm, thị trường khác nhau, 25 năm qua, Tập đoàn đã trải qua nhiều đợt cấu trúc lại doanh nghiệp, thoái vốn, sáp nhập, về cơ bản đã tập trung vào ngành nghề kinh doanh chính là sản xuất dệt may. Tuy nhiên, quá trình này mới chỉ dừng lại ở mức rà soát đơn giản ngành và hiệu quả tài chính doanh nghiệp. Trong giai đoạn mới, quá trình tái cấu trúc hệ thống doanh nghiệp của Tập đoàn cần đặt trên cơ sở chiến lược phát triển, bao gồm không chỉ thoái vốn mà còn cả mua thêm vốn, mua thêm doanh nghiệp, đầu tư doanh nghiệp mới vào những khâu còn thiếu trong chiến lược phát triển. Danh mục tái cấu trúc sẽ phải xác định từ tiêu chuẩn chiến lược các đơn vị cần thoái, các lĩnh vực cần mua vốn,

mua thêm doanh nghiệp, hoặc đầu tư hình thành doanh nghiệp mới.

Như vậy, giai đoạn mới 2020-2025 thực sự là một giai đoạn bản lề trong xác định và điều chỉnh chiến lược của Tập đoàn. Các áp lực từ bên ngoài không còn chỉ là cạnh tranh về giá như chủ yếu trong 10 năm trước, mà là cạnh tranh bằng công nghệ, dẫn tới người không theo kịp sẽ bị bỏ lại như những công nhân dệt thủ công trước áp lực của máy dệt hơi nước của cuộc CMCN lần thứ nhất trong thế kỷ 18. Nguy cơ bị bỏ rơi vì công nghệ và cả sự sắp xếp phân bổ chuỗi cung ứng toàn cầu với các chuẩn mực mới cho cộng đồng đòi hỏi tư duy chiến lược thận trọng, tính toán bước đi kỹ lưỡng, đồng thời phải nhanh vì tốc độ của thay đổi là rất lớn. Chưa bao giờ vòng đời của doanh nghiệp lại có thể ngắn như điều kiện hiện nay, trong khi chưa rõ hình hài tác động của cuộc CMCN 4.0, thì đâu đó đã thấy các tín hiệu và khái niệm của một cuộc CMCN 5.0 mới. Ba trụ cột giải pháp để cập ở trên chỉ là phác thảo về các khía cạnh cần quan tâm, đẩy mạnh trong Tập đoàn nhằm hướng về một chiến lược phát triển bền vững hơn, là cơ hội gây dựng năng lực cạnh tranh mới của cả Tập đoàn.

Cuối cùng, để có thể tiếp nối câu chuyện phát triển đẹp trong ¼ thế kỷ qua, thì đội ngũ Vinatex ngoài việc phát huy nét văn hóa đặc thù, còn cần bổ sung thêm năng lực mới, đó là:





Ông **LÊ TIẾN TRƯỜNG**
Tổng Giám đốc Vinatex

TGD VINATEX Lấy tâm yêu thương chân thành làm gốc

Kính thưa toàn thể người lao động trong Tập đoàn Dệt May Việt Nam,

Chúng ta đang trải qua cơn bão của dịch bệnh Covid-19 với 202 trên 204 quốc gia vùng lãnh thổ có người nhiễm bệnh. Cuộc khủng hoảng về y tế đã gây ảnh hưởng đến kinh tế, sản xuất, phân phối khi lần đầu tiên trong lịch sử, cầu thế giới đột ngột dừng lại. Đây là thách thức rất lớn, chưa từng có trong quá trình hoạt động đối với những người làm dệt may nói chung và Tập đoàn Dệt May Việt Nam nói riêng.

Mỗi con người đều cần có một nơi làm việc, một doanh nghiệp, một tổ chức... không chỉ để có thu nhập, nuôi sống gia đình mà còn là nơi chúng ta cống hiến, chứng minh bản thân mình với xã hội. Sức khỏe của doanh nghiệp ảnh hưởng trực tiếp đến sức khỏe của mỗi cá nhân, nhân viên, cán bộ và ngược lại. Doanh nghiệp mạnh thì đời sống người lao động được sung túc, doanh nghiệp gặp khó khăn chắc chắn đời sống người lao

động cũng gặp khó khăn, thách thức.

Chúng ta biết rằng, ngay từ tháng 2/2020 khi dịch Covid-19 chưa lan rộng ở Việt Nam thì theo Bộ Lao động, Thương binh & Xã hội đã thống kê có hơn 180.000 doanh nghiệp trên cả nước gặp khó khăn phải giảm quy mô hoạt động, thậm chí là sa thải người lao động. Sang tháng 3/2020, tình hình khó khăn về lao động, sản xuất đã diễn ra trên phạm vi toàn cầu khi các hệ thống bán lẻ đóng cửa và các thành phố lớn bị phong tỏa. Ngày 27/3/2020 đã ghi nhận một kỷ lục mới của nước Mỹ kể từ năm 1967 về số lượng người đăng ký xin hưởng trợ cấp do thiếu việc làm, lên tới 3,28 triệu người. Dự kiến, sau dịch Covid-19 trên thế giới sẽ mất đi khoảng 30 – 40 triệu việc làm.

Ngành Dệt May Việt Nam đang đứng trước một thách thức rất lớn do sử dụng nhiều lao động nên thiếu việc làm là hết sức nghiêm trọng. Thực tế, nếu doanh nghiệp không có việc làm thì sẽ không có tiền để chi trả các chi

phí, trong đó lớn nhất là tiền lương. Nếu chỉ trả tiền lương tối thiểu cho người lao động trong 3 tháng thì doanh nghiệp đã không còn một đồng vốn nào. Mấu chốt ở đây là làm sao giữ được dòng tiền trong doanh nghiệp. Chính vì thế, đây là câu hỏi rất lớn đặt ra cho trái tim, khối óc của những người quản lý và tất cả người lao động trong Tập đoàn Dệt May Việt Nam.

Trong thời điểm khó khăn này, 3 bài học phải được kiên định, quyết liệt thực hiện với chất lượng cao nhất tại tất cả các doanh nghiệp:

Thứ nhất là, không ngại khám phá, sáng tạo, đi vào những ngã đường mà chúng ta chưa bao giờ đi. Thực tế, trong 2 tháng vừa qua chúng ta đã tổ chức sản xuất những mặt hàng chưa từng sản xuất như khẩu trang phòng dịch và sắp tới là khẩu trang y tế, bộ quần áo y tế cho bác sỹ, bệnh nhân, bộ quần áo phòng dịch. Đây là những mặt hàng không chỉ phục vụ nhu cầu chống dịch trong xã hội mà

còn góp phần giảm bớt khó khăn đối với việc bị hoãn, dừng, hủy đơn hàng kể từ đầu tháng 3 trở lại đây với tất cả doanh nghiệp. Chúng ta triển khai làm việc từ xa, điều không ai nghĩ có thể làm với ngành “con mọt” như dệt may, mở ra khả năng hoạt động với chi phí thấp hơn cho doanh nghiệp.

Thứ 2 là, người lãnh đạo các doanh nghiệp cần tự chấn chỉnh mình, giữ được niềm tin mạnh mẽ, quyết liệt và tin tưởng vào thắng lợi. Ý chí của người đứng đầu sẽ là động lực lan tỏa đến toàn doanh nghiệp. Chỉ có người đứng đầu mạnh mẽ, quyết tâm thì mới có khả năng chèo chống con thuyền doanh nghiệp vượt qua được khó khăn do dịch Covid-19 gây ra. Đây cũng là dịp để phân biệt doanh nghiệp – doanh nhân tâm thường và những doanh nghiệp – doanh nhân có ý chí vươn lên mạnh mẽ.

Thứ 3, đây là lúc mọi ứng xử với nhau phải xuất phát từ cái tâm chân thành. Ngành dệt may có truyền thống nghĩa tình nhưng lúc này là lúc cần

phát huy cao hơn nữa tinh thần thủy chung, nghĩa tình ấy. Chúng ta biết rằng, nếu cái tâm thật chân thành thì dù hoạt động SXKD có khó khăn đến đâu cũng sẽ ổn định và vượt qua được. Người lao động cũng cần nhìn vào văn hóa của doanh nghiệp và cách ứng xử chân thành của lãnh đạo doanh nghiệp đối với mình để quyết định san sẻ cùng nhau vượt qua khó khăn. Với niềm tin “gái có công, chồng chẳng phụ” – những người lao động sẽ sát cánh cùng doanh nghiệp để xây dựng tương lai tươi sáng hơn sau khủng hoảng.

Thời điểm khó khăn là lúc cần sự sáng tạo, tiết kiệm mọi chi phí, năng suất, chất lượng tốt hơn dù thời gian, số lượng công việc có thể ít đi. Người lao động ngành Dệt May Việt Nam cần chia sẻ với nhau để tất cả cùng có việc làm, cùng có thu nhập chấp nhận được và giữ vững đội ngũ của mình. Chúng ta cũng kêu gọi mọi người Việt Nam dùng hàng Việt Nam, hạn chế dòng tiền phải đi ra khỏi đất nước.

Chúng ta cần học tập tấm gương của đội ngũ y, bác sỹ đã cùng nhau dũng cảm xông vào “khu vực nóng nhất” của dịch bệnh, nhường nhau những vị trí an toàn hơn. Người lớn tuổi mong muốn được vào trực tiếp nơi nguy hiểm nhất nhường cho người trẻ tuổi chưa có gia đình, ngược lại, người trẻ tuổi thì lại nghĩ rằng mình cần phải vào những nơi nguy hiểm nhất bởi vì những người lớn tuổi còn có gia đình cần chăm sóc, nuôi dưỡng và bảo vệ. Những người lao động trong Tập đoàn Dệt May Việt Nam cũng sẽ quyết tâm như vậy, theo nguyên tắc “tất cả cùng san sẻ khó khăn, mỗi người khó một chút để được nguyên vẹn cùng nhau vượt qua thử thách này”. Với sự đồng lòng của tất cả người lao động, chắc chắn Tập đoàn Dệt May Việt Nam nói riêng và ngành Dệt May Việt Nam nói chung sẽ cùng nhau vượt qua khó khăn.

Thân ái,
Tổng Giám đốc Vinatex
Lê Tiến Trường

CBCNV VINATEX ĐÁP TỪ TÂM THƯ CỦA TGD

Kính thưa Lãnh đạo Tập đoàn Dệt May Việt Nam!

Với những người lao động chúng tôi thì niềm vui là mỗi sáng thức dậy, thấy mình khỏe mạnh, được làm việc, được gặp gỡ đồng nghiệp. Nhưng niềm vui ấy giờ đây đã trở nên không trọn vẹn. Bệnh dịch rình rập và diễn biến ngày một phức tạp khiến người người không khỏi băn khoăn. Nỗi lo âu về sức khỏe là đương nhiên, nhưng đằng sau đấy còn là nỗi lo về “miếng cơm manh áo” – mà nó sẽ ảnh hưởng trực tiếp đến sự yên lành của mỗi gia đình chúng tôi.

Nỗi lo ấy cứ nhân lên theo thời gian khi ngày ngày chúng tôi vẫn đón nhận những thông tin về dịch bệnh trên toàn cầu và hệ lụy của nó.

Tập đoàn Dệt May Việt Nam – nơi chúng tôi đang gắn bó – cũng từng ngày chao đảo trong cơn bão dịch bệnh. Giữa lúc hoang mang, một thông điệp “Vinatex cam kết ưu tiên số 1 giữ việc làm cho người lao động và trả lương duy trì đời sống cho người lao động”, “Tổ chức lại sản xuất để đảm bảo ai cũng được đi làm, trên tinh thần giảm giờ làm, nghỉ luân phiên, chứ không sa thải người

lao động” đã khiến những người lao động chúng tôi cảm thấy ấm lòng vô cùng.

Chúng tôi luôn thấu hiểu và trân quý những giá trị từ sự nỗ lực, ý chí, quyết tâm cao của Lãnh đạo Tập đoàn Dệt May Việt Nam. Người thuyền trưởng với vai trò là “điểm tựa” sẵn sàng dang hiến, xông pha trên mặt trận vì doanh nghiệp, vì người lao động. Có thể có những giờ phút, một số trong chúng tôi, người đã nghỉ ngơi để nạp năng lượng cho ngày mới, người có thể còn đang âu ơ ru con, nhưng người thuyền trưởng của Vinatex vẫn miệt mài bên chiếc máy tính, vẫn nhận thư gửi thư, cặm cụi nghe tin đọc tin, trăn trở, hồi hã tìm hướng đưa con thuyền vượt qua cơn sóng gió. Chúng tôi tin tưởng vào sự nhiệt huyết, tinh thần mạnh mẽ không chùn bước của đội ngũ Lãnh đạo Vinatex để luôn “giữ gìn hình ảnh của doanh nghiệp, giữ được tình cảm của người lao động với doanh nghiệp, kể cả với những người phải ra đi”. Đó là điều khiến chúng tôi thực sự cảm kích. Là người lao động, chúng tôi sẵn sàng đồng tâm hợp lực để cùng Ban lãnh đạo gánh vác những lo toan, đối mặt với khó khăn, thích ứng với hoàn cảnh mới, vì với chúng tôi, hạnh phúc là sẻ chia, là được cùng nắm tay nhau, sát cánh bên nhau trong mọi hoàn

cảnh. Những người lao động của Vinatex vẫn luôn tự hào về truyền thống văn hóa “đoàn kết” của mình. Không phải ngẫu nhiên có những cán bộ “kết duyên” cả cuộc đời làm việc của mình chỉ với 1 doanh nghiệp duy nhất là Vinatex, thậm chí thời gian gắn bó với Vinatex còn dài hơn cả thời gian gắn bó với người bạn tri kỷ của mình, cũng không phải ngẫu nhiên có những cán bộ lại thờ ơ trước những lời mời với mức thu nhập “khủng” của nơi này, nơi kia để rồi họ dành trọn tình yêu cho Vinatex. Bởi họ hiểu sâu sắc những giá trị to lớn từ truyền thống đẹp đẽ đó, họ tự hào về thành quả của tập thể, và phấn đấu đến những điều tốt đẹp hơn, mong muốn được cống hiến để vun đắp cho sự phát triển của doanh nghiệp, nơi họ đã gửi gắm niềm tin yêu và lòng tự hào.

Trong hoàn cảnh này, chúng tôi lại một lần nữa được học cách cảm thông, chia sẻ, yêu thương chân thành, nghị lực, và cả sự hy sinh – đó chính là chiếc chìa khóa vàng để chúng ta cùng nhau vượt qua thử

thách, hướng tới thành công. “Sông có khúc, người có lúc”, dù khó khăn đến đâu, dưới sự chèo lái của người thuyền trưởng đầy tâm huyết, chúng tôi cũng sẽ quyết tâm bằng cả sức lực và trái tim, cùng nhau góp sức người, sức của vượt qua giai đoạn gian nan này. Sự nỗ lực, đồng lòng, đồng cảm giờ phút này sẽ là tiền đề cho ngày mai phát triển, trường tồn, nhà nhà ấm no hạnh phúc, để rồi những người lao động của Vinatex vẫn mãi được xem là “Trung tâm của sự phát triển doanh nghiệp”.

Với tất cả sự trân trọng, chúng tôi cảm ơn Lãnh đạo Tập đoàn Dệt May Việt Nam đã đem đến cho người lao động một niềm tin “sau cơn mưa trời lại sáng”. Kính chúc toàn thể Lãnh đạo và cán bộ nhân viên Tập đoàn Dệt May Việt Nam luôn mạnh khỏe, vững vàng, sớm vượt qua “bão tố” an toàn, để tiếp tục hành trình ĐỆT NHỮNG ƯỚC MƠ ●

PHẢN ỨNG CHÍNH SÁCH KINH TẾ TOÀN CẦU ĐỐI VỚI CUỘC KHỦNG HOẢNG COVID-19

Những con virus nhỏ bé đang làm chao đảo nền kinh tế toàn cầu. Chỉ trong một thời gian ngắn, căn bệnh dễ lây lan đã đẩy thế giới đến bên bờ vực của một cuộc suy thoái có thể còn nghiêm trọng hơn cuộc khủng hoảng tài chính năm 2008. Chính phủ và ngân hàng trung ương của các nước trên thế giới đã ban hành những gói kích thích tiền tệ, tài khoá và nhiều biện pháp hỗ trợ khác chưa từng có tiền lệ nhằm tiếp sức cho nền kinh tế đang bị đại dịch Covid-19 đánh gục.

Bài: **MẠC DUNG**
(Dịch và tổng hợp)

Ngày 26 tháng 3, nhóm các nền kinh tế lớn G20 đã tuyên bố sẽ bơm hơn 5 nghìn tỷ USD vào nền kinh tế toàn cầu nhằm giảm thiểu nguy cơ mất việc làm và không có thu nhập của người lao động, và sẽ "làm bất cứ điều gì cần thiết" để khắc phục những ảnh hưởng tiêu cực của đại dịch này. Dưới đây là những bước đi chính sách chủ yếu của các quốc gia.

MỸ

Chính sách tiền tệ - Cục dự trữ liên bang Mỹ (FED) đã tiến hành cắt giảm lãi suất trong 2 cuộc họp khẩn cấp vào ngày 3 tháng 3 (giảm 0,5%) và 15 tháng 3 (giảm thêm 1%), đưa lãi suất quỹ liên bang về mức 0 - 0,25%, đồng thời cam kết mua thêm 700 tỷ USD trái phiếu Chính phủ hoặc triển khai các biện pháp nới lỏng định lượng (QE). Bên cạnh đó, FED cũng giảm 1,5% ở lãi suất vay vốn khẩn cấp qua cửa sổ chiết khấu. Đến ngày 23 tháng 3, FED đã công bố gói nới lỏng định lượng không giới hạn, bao gồm việc mua trái phiếu của các doanh nghiệp và thành phố.

Thanh khoản và vay vốn - Hàng nghìn tỷ đô la trong các thoả thuận mua lại, tiền mặt tràn ngập thị trường; Hạn mức tín dụng chéo với các ngân hàng trung ương lớn khác để cung cấp nguồn vốn vay bằng đô la; Chương trình hỗ trợ vay vốn thị trường tiền tệ; Nới lỏng bộ đệm vốn ngân hàng; Cấp vốn để hỗ trợ dòng chảy tín dụng trong thị trường chứng khoán bảo đảm bằng tài sản; Lên kế hoạch mở rộng tín dụng cho các doanh nghiệp vừa và nhỏ. Vào ngày 31



Nguồn ảnh: Anadolu Agency/Anadolu Agency via Getty Images

tháng 3, FED đã nới rộng khả năng tiếp cận nguồn vốn bằng USD của hàng chục ngân hàng thương mại bằng cách cho phép các ngân hàng này trao đổi trái phiếu Kho bạc Mỹ với các khoản vay bằng USD qua đêm. Chương trình này được khởi động vào ngày 6 tháng 4 và dự kiến sẽ kéo dài ít nhất 6 tháng.

Kích thích tài khoá - Vào ngày 27 tháng 3, Hạ viện Mỹ đã thông qua gói

tháng 3, Ngân hàng Trung ương châu Âu (ECB) đã thêm 120 tỷ EUR (tương đương 135 tỷ USD) vào chương trình mua tài sản hiện hành, tăng từ mức 20 tỷ EUR/tháng trước đó. Đến ngày 19 tháng 3, ECB lại tiếp tục tung ra gói nới lỏng định lượng trị giá 750 tỷ EUR, nâng tổng số tiền lên khoảng 1,1 nghìn tỷ EUR năm nay, và tuyên bố sẵn sàng mua lại nợ công của Hy Lạp. Vào ngày 26 tháng 3, ECB đã loại bỏ giới

hạn về số lượng trái phiếu có thể thu mua từ bất kỳ quốc gia nào thuộc khu vực đồng tiền chung châu Âu. Âu, giảm thêm 0,25% xuống mức - 0,75%. Ngày 7 tháng 4, ECB thông báo sẽ nới lỏng các quy định về thế chấp tài sản, một quyết định "chưa từng có" nhằm thúc đẩy vay vốn ngân hàng trong cuộc khủng hoảng do dịch bệnh.

Chính sách tài khoá và các chính sách khác - Định chỉ các giới hạn trong hoạt động vay Chính phủ của các nước châu Âu, xem xét việc cấp hạn mức tín dụng dự phòng từ Quỹ cứu trợ Cơ chế Bình ổn châu Âu (ESM) có thể lên đến 2% GDP của nước muốn vay trong 12-24 tháng, với kỳ hạn 5-10 năm.

ĐỨC

Chính sách tài khoá - Thông qua gói cứu trợ trị giá 750 tỷ EUR (811,13 tỷ USD) vào ngày 23 tháng 3; 100 tỷ EUR cho một quỹ bình ổn kinh tế có thể lấy cổ phần trực tiếp trong các công ty; 100 tỷ EUR tín dụng cho Ngân hàng tái thiết Đức KfW để hỗ trợ các doanh nghiệp đang gặp khó khăn; quỹ bình ổn này cũng bao gồm 1 gói bảo lãnh chính phủ cho các khoản vay ngân hàng lên tới 400 tỷ EUR để đảm bảo khả năng thanh toán của doanh nghiệp.

PHÁP

Chính sách tài khoá - Thông qua gói 45 tỷ EUR (tương đương 1,9% GDP) chi tiêu khẩn cấp vào ngày 17 tháng 3 để hỗ trợ các doanh nghiệp và người lao động. Trước đó 1 ngày, Chính phủ Pháp cũng đã tuyên bố sẽ đảm bảo các khoản vay vốn trị giá tới 300 tỉ EUR (335 tỷ USD) từ các ngân hàng thương mại để giúp các doanh nghiệp vượt qua được cuộc khủng hoảng do dịch Covid-19 gây ra.

ITALY

Chính sách tài khoá - Thông qua gói cứu trợ khẩn cấp trị giá 25 tỷ EUR vào ngày 16 tháng 3, đình chỉ các khoản trả nợ vay và thế chấp cho các công ty và gia đình, tăng quỹ để giúp các công ty trả lương cho người lao động tạm thời bị sa thải. Một gói cứu trợ khẩn cấp mới được thông

cứu trợ trị giá 2,2 nghìn tỷ USD - được xem là gói giải pháp kinh tế lớn nhất trong lịch sử, bao gồm một quỹ 500 tỷ USD để hỗ trợ các ngành công nghiệp bị ảnh hưởng nặng nề nhất do dịch bệnh và một khoản ngân sách tương đương để trợ cấp trực tiếp lên tới 3.000 USD cho mỗi hộ gia đình Mỹ.

CHÂU ÂU

Chính sách tiền tệ - Vào ngày 12

tháng 3, Ngân hàng Trung ương châu Âu đã cắt giảm lãi suất trong Hoạt động tái cấp vốn dài hạn được nhắm mục tiêu (TLTRO) - chương trình cung cấp nguồn vốn dài hạn chi phí thấp cho các ngân hàng thương mại ở khu vực đồng tiền chung châu

hạn về số lượng trái phiếu có thể thu mua từ bất kỳ quốc gia nào thuộc khu vực đồng tiền chung châu Âu. Vào ngày 12 tháng 3, Ngân hàng Trung ương châu Âu đã cắt giảm lãi suất trong Hoạt động tái cấp vốn dài hạn được nhắm mục tiêu (TLTRO) - chương trình cung cấp nguồn vốn dài hạn chi phí thấp cho các ngân hàng thương mại ở khu vực đồng tiền chung châu



Bức tượng "Cô bé quả cảm" (The Fearless Girl) bên ngoài Sàn Giao dịch chứng khoán New York vào tháng 3. Nguồn ảnh: Kevin Hagen/AP

qua vào ngày 6 tháng 4 sẽ huy động thêm 400 tỷ EUR vào gói hỗ trợ 350 tỷ EUR theo sắc lệnh thanh khoản hỗ trợ các doanh nghiệp Cura Italia.

TÂY BAN NHA

Chính sách tài khoá - Thông qua gói biện pháp trị giá 200 tỷ EUR vào ngày 17 tháng 3; một nửa trong số đó là bảo lãnh tín dụng cho các công ty do nhà nước hậu thuẫn và phần còn lại bao gồm các khoản vay và viện trợ cho những người bị ảnh hưởng bởi dịch bệnh. Đến ngày 31 tháng 3, Chính phủ Tây Ban Nha tiếp tục thông qua gói cứu trợ 700 triệu EUR, bao gồm biện pháp trì hoãn việc trực xuất các hộ gia đình không chi trả được tiền thuê nhà trong vòng 6 tháng sau khi tình trạng khẩn cấp được dỡ bỏ.

ANH

Chính sách tiền tệ - Ngân hàng Trung ương Anh (BoE) đã cắt giảm lãi suất trong 2 cuộc họp khẩn cấp vào ngày 11 tháng 3 (giảm 0,5%) và

ngày 19 tháng 3 (giảm thêm 0,15%), đưa lãi suất xuống mức thấp kỷ lục 0,1%, đồng thời gia tăng quy mô của chương trình mua trái phiếu thêm 200 tỷ bảng Anh lên 645 tỷ bảng Anh (tương đương 752 tỷ USD).

Thanh khoản và vay vốn - BoE đã giới thiệu một chương trình mới cho tín dụng giá rẻ và giảm bộ đệm vốn để giúp các ngân hàng vay vốn. Một cơ sở tài chính doanh nghiệp của BoE sẽ mua thương phiếu với thời gian đáo hạn lên tới 12 tháng từ các doanh nghiệp có xếp hạng tín dụng đầu tư trước khủng hoảng hoặc tương tự. Vào ngày 2 tháng 4, Ngân hàng Trung ương Anh cũng cho biết họ sẽ tăng quy mô của chương trình mua trái phiếu doanh nghiệp của mình lên ít nhất 20 tỷ bảng.

Chính sách tài khoá - Ngày 11 tháng 3, Anh đã thông qua kế hoạch kích thích tài khoá trị giá 30 tỷ bảng Anh; một gói 330 tỷ bảng vay vốn có bảo lãnh của Chính phủ để hỗ trợ các doanh nghiệp; đề xuất chi trả 80% lương nếu người lao động buộc phải

nghỉ phép do lệnh đóng cửa các cơ sở kinh doanh, với mức tối đa mỗi tháng là 2.500 bảng Anh (67,7 triệu đồng) cho một người. Các doanh nghiệp cũng được phép tạm hoãn nộp thuế VAT lên tới 30 tỷ bảng Anh.

CANADA

Chính sách tiền tệ - Ngân hàng Trung ương Canada đã cắt giảm lãi suất trong 3 cuộc họp khẩn cấp vào ngày 4 tháng 3 (giảm 0,5%), 13 tháng 3 (0,5%), và ngày 27 tháng 3 (0,5%), đưa lãi suất vay qua đêm xuống còn 0,25%. Vào ngày 27 tháng 3, Ngân hàng này cũng tuyên bố sẽ thu mua công trái Chính phủ Canada trên thị trường thứ cấp, bắt đầu với việc mua 5 tỷ đô la Canada mỗi tuần.

Thanh khoản và vay vốn - mở rộng phạm vi tài sản đủ điều kiện thế chấp cho các công cụ mua lại có kỳ hạn (term repo); thông qua chương trình mua thế chấp được bảo hiểm trị giá 50 tỷ đô la Canada; chương trình hỗ trợ tín dụng 10 tỷ đô la cho doanh nghiệp. Tập đoàn Nhà ở và Thế chấp Canada vào ngày 26 tháng 3 đã thúc đẩy chương trình mua thế chấp được bảo hiểm lên tới 150 tỷ đô so với mức 50 tỷ được công bố trước đó.

Chính sách tài khoá - Ngân hàng Trung ương Canada sẽ chi trả tới 75% lương cho người lao động làm trong các doanh nghiệp vừa và nhỏ

chịu ảnh hưởng của dịch bệnh; hoãn nộp thuế trị giá 55 tỷ đô la Canada cho các doanh nghiệp và hộ gia đình; thông qua gói cứu trợ 27 tỷ đô la cho công nhân và những hộ có thu nhập thấp.

NHẬT BẢN

Chính sách tiền tệ - Ngân hàng Trung ương Nhật Bản đã nới lỏng chính sách tiền tệ bằng cách tăng cường mua các quỹ hoán đổi danh mục (ETF) và các tài sản rủi ro khác, bao gồm cả trái phiếu doanh nghiệp. Ngân hàng này cũng đưa ra chương trình cho vay mới để gia hạn các khoản vay không lãi suất một năm cho các tổ chức tài chính.

Chính sách tài khoá - Ngày 10 tháng 3, Chính phủ Nhật Bản đã công bố gói 430,3 tỷ JPY để chi tiêu thêm, phần lớn trong số đó nhằm mục đích hỗ trợ các doanh nghiệp vừa và nhỏ. Số tiền này cũng được dùng để cấp vốn cho công tác nâng cấp các cơ sở y tế, trợ cấp cho các phụ huynh học sinh buộc phải nghỉ làm để chăm sóc con cái vì trường học đóng cửa. Ngày 7 tháng 4, Chính phủ Nhật Bản tiếp tục phê duyệt một gói kích thích kinh tế chưa từng có trước đây, với tổng trị giá lên tới 108.000 tỷ JPY (989 tỷ USD), tương đương 20% tổng sản phẩm quốc nội. Gói này sẽ bao gồm các khoản trợ cấp bằng tiền mặt trị giá hơn 6.000 tỷ JPY cho các hộ gia

đình và các doanh nghiệp vừa và nhỏ.

TRUNG QUỐC

Chính sách tiền tệ - Vào ngày 30 tháng 3, Ngân hàng Trung ương Trung Quốc (PBOC) đã tiến hành hạ lãi suất đối với các hợp đồng repo đảo ngược kỳ hạn 7 ngày, từ 2,4% xuống 2,2%, mức cắt giảm lớn nhất trong vòng gần 5 năm trở lại đây. PBOC cũng đã giảm 10 điểm cơ bản lãi suất cho vay tiêu chuẩn kỳ hạn 1 năm xuống còn 4,05% vào tháng 2, sau những đợt bơm thanh khoản và nhiều chính sách nới lỏng khác được tiến hành từ đầu năm.

Thanh khoản và vay vốn - Vào ngày 13 tháng 3, PBOC đã hạ tỷ lệ dự trữ tiền mặt bắt buộc của các ngân hàng thương mại lần thứ 2 trong năm nay, giúp giải phóng khoảng 550 tỷ CNY, tương đương gần 80 tỷ USD. Trung Quốc đã đưa ra chính sách vay vốn để dè dặt hơn cho các doanh nghiệp vừa và nhỏ, tăng hạn mức cho vay lại CNY và tái chiết khấu thêm 500 tỷ CNY, tăng hạn mức cho vay đối với các ngân hàng chính sách 350 tỷ CNY nhằm hỗ trợ các doanh nghiệp nhỏ và vừa chịu ảnh hưởng nặng nề bởi dịch bệnh. Ngày 3 tháng 4, PBOC tuyên bố sẽ cắt giảm tỷ lệ dự trữ bắt buộc đối với các ngân hàng nhỏ thêm 1%, giải phóng khoảng 400 tỷ CNY. Các bước tiến hành sẽ được chia làm 2 giai đoạn: giai đoạn 1 tiến hành



Nguồn ảnh: REUTERS/Issei Kato



IMF đang cung cấp 50 tỷ đô la cho các nền kinh tế bị ảnh hưởng nặng nề nhất bởi vụ dịch. Nguồn ảnh: weforum.org

cắt 0,5% hiệu lực từ 15/4, giai đoạn 2 tiến hành cắt giảm thêm 0,5% từ 15/5.

Chính sách tài khoá - Trung Quốc dự kiến sẽ giải phóng hàng nghìn tỷ CNY kích thích tài khoá, nhằm mục tiêu thúc đẩy đầu tư cơ sở hạ tầng, với trị giá 2,8 nghìn tỉ CNY (394 tỉ USD) trái phiếu đặc biệt của chính quyền địa phương, theo các nguồn tin vào ngày 19 tháng 3. Tỷ lệ thâm hụt ngân sách quốc gia có thể tăng lên mức kỷ lục, các nguồn tin cho biết thêm. Ngày 27 tháng 3, Bộ Chính trị Đảng Cộng sản Trung Quốc tuyên bố sẽ đẩy mạnh những thay đổi trong chính sách kinh tế vĩ mô và theo đuổi chính sách tài khoá chủ động hơn. Họ kêu gọi mở rộng thâm hụt ngân sách, phát hành thêm trái phiếu địa phương và quốc gia, hoãn trả nợ, giảm tắc nghẽn chuỗi cung ứng và thúc đẩy tiêu dùng. Đầu năm nay, Bắc Kinh đã đưa ra nhiều giải pháp như giảm thuế, giảm giá điện và chi phí.

ẤN ĐỘ

Chính sách tiền tệ - Ngân hàng Dự trữ Ấn Độ đã tiến hành cắt giảm lãi suất cho vay tiêu chuẩn 0,75% xuống mức 4,4% vào ngày 27 tháng 3.

Chính sách tài khoá - Chính phủ đã công bố kế hoạch kích thích tài khoá

trị giá 1,7 nghìn tỷ rupi vào ngày 26 tháng 3, hỗ trợ chuyển tiền trực tiếp và các biện pháp bảo đảm an ninh lương thực.

HÀN QUỐC

Chính sách tiền tệ - Ngân hàng Trung ương Hàn Quốc đã cắt giảm 50 điểm lãi suất xuống mức thấp kỷ lục 0,75% vào ngày 16 tháng 3.

Chính sách tài khoá - Chính phủ Hàn Quốc sẽ tiến hành trợ cấp tiền mặt khẩn cấp cho toàn bộ người dân, ngoại trừ những hộ gia đình giàu có, với tổng trị giá lên tới 9,1 nghìn tỷ won, đồng thời lên kế hoạch cho gói ngân sách bổ sung thứ hai vào tháng 4. Gói ngân sách bổ sung đầu tiên có trị giá 11,7 nghìn tỷ won, với 50 nghìn tỷ won cấp vốn khẩn cấp cho các doanh nghiệp nhỏ; các quy tắc dòng vốn chủ chốt tạm thời được nới lỏng để khuyến khích các tổ chức tài chính địa phương cung cấp thêm nhiều khoản vay bằng ngoại tệ.

INDONESIA

Chính sách tiền tệ - Ngân hàng Indonesia đã cắt giảm 0,25% tỷ lệ lãi suất các hợp đồng mua lại đảo ngược kỳ hạn 7 ngày xuống còn 4,5% vào ngày 19 tháng 3.



Một con đường gần hoang vắng ở Vũ Hán, tâm chấn của đại dịch coronavirus. Nguồn ảnh: scmp.com

Chính sách tài khoá - Jakarta đã công bố thêm gói cứu trợ trị giá 24,9 tỷ USD vào ngày 31 tháng 3, bao gồm giảm 3 điểm phần trăm ở thuế suất doanh nghiệp xuống còn 22%. Các biện pháp khác là mở rộng phúc lợi xã hội để mang lại lợi ích cho khoảng 10 triệu hộ gia đình, hỗ trợ lương thực thực phẩm và giảm giá điện.

AUSTRALIA

Chính sách tiền tệ - Ngân hàng Dự trữ Australia (RBA, Ngân hàng Trung ương) đã tiến hành 2 bước cắt giảm lãi suất (giảm 25 điểm cơ bản vào ngày 3/3 và giảm thêm 25 điểm vào 19/3), đưa tỷ lệ lãi suất cơ bản xuống còn 0,25% - mức thấp nhất trong lịch sử của nước này. RBA cũng đi những bước đầu trong chương trình nới

lỏng định lượng QE, đặt mục tiêu cho lợi suất trái phiếu chính phủ Australia 3 năm ở khoảng 0,25%.

Thanh khoản và vay vốn - Một gói cấp vốn trị giá 90 tỷ AUD cho các ngân hàng với lãi suất cố định 0,25%; Chương trình mua 15 tỷ AUD chứng khoán được thế chấp nhà ở và chứng khoán bảo đảm bằng tài sản khác; Chương trình hỗ trợ trị giá 715 triệu AUD cho các hãng hàng không.

Chính sách tài khoá - Gói hỗ trợ trị giá 66,1 tỷ AUD cho các công ty và các khoản thanh toán phúc lợi bổ sung; 17,6 tỷ AUD trợ cấp cho những nhân viên tập sự, doanh nghiệp nhỏ, người hưu trí và một số đối tượng khác; 130 tỷ AUD để trợ cấp tiền lương cho khoảng 6 triệu người.

BRAZIL

Chính sách tiền tệ - Ngân hàng Trung ương Brazil đã cắt giảm lãi suất 0,5% xuống còn 3,75%, đồng thời nới lỏng các điều khoản về vốn cho các tổ chức tài chính.

Thanh khoản và vay vốn - Chương trình trị giá 1,2 nghìn tỷ reais (BRL) của Ngân hàng Trung ương để bơm thanh khoản thông qua việc mua lại các danh mục vay ngân hàng; Ban hành quy định mới cho phép các ngân hàng tăng giá trị các khoản vay với các điều khoản tốt hơn dành cho các doanh nghiệp và hộ gia đình; Sự can thiệp của Ngân hàng Trung ương vào thị trường ngoại hối và hoạt động mua lại trái phiếu chính phủ mệnh giá đô la.

Chính sách tài khoá - Gói 150 tỷ BRL tăng ngân sách để hỗ trợ phần lớn dân số và những ngành nghề chịu ảnh hưởng nặng nề do dịch bệnh; Sắc lệnh của Tổng thống tuyên bố tình trạng khẩn cấp quốc gia cho phép Chính phủ từ bỏ các mục tiêu tài khoá và giải phóng các nguồn lực ngân sách. Vào ngày 1 tháng 4, Chính phủ Brazil đã triển khai chương trình 51 tỷ BRL cho phép các công ty chịu tác động tiêu cực do đại dịch Covid-19 được giảm lương và giờ làm của người lao động, hoặc tạm thời ngừng hợp đồng để duy trì việc làm.

NAM PHI

Chính sách tiền tệ - Ngân hàng Dự trữ Nam Phi (SARB) đã cắt giảm lãi suất cho vay chủ yếu 1% xuống còn 5,25% vào ngày 19 tháng 3.

Thanh khoản và vay vốn - SARB đã công bố chương trình mua trái phiếu ở thị trường thứ cấp vào ngày 25 tháng 3.

Chính sách tài khoá - Vào ngày 6 tháng 4, Nam Phi tuyên bố sẽ dành 1,2 tỷ rand để giúp đỡ các đối tượng nông dân quy mô nhỏ trong nỗ lực hỗ trợ ngành sản xuất lương thực của nước này ●

Ý KIẾN chuyên gia



Ông Trần Tuấn Anh
Bộ trưởng
Bộ Công thương:

“ Với năng lực sẵn có, ngành dệt may Việt Nam có thể sản xuất đủ khẩu trang theo đúng ý kiến chỉ đạo của Thủ tướng Chính phủ, đáp ứng nhu cầu của người dân trong phòng chống dịch bệnh. ”

Ông Phạm Minh Huân
Nguyên Thứ trưởng Bộ LĐ-TB&XH:

“ Chi trả lương theo mức tối thiểu là hết sức khó khăn trong trường hợp dịch bệnh kéo dài. Lúc đó, những DN vừa và nhỏ sẽ không đủ sức chịu đựng ”

Việc yêu cầu các DN chi trả lương theo mức tối thiểu là hết sức khó khăn trong trường hợp dịch bệnh kéo dài. Lúc đó, những DN vừa và nhỏ sẽ không đủ sức chịu đựng. Trong trường hợp cần thiết, có thể cho DN linh hoạt cơ chế trả lương với người lao động, thậm chí dưới mức lương tối thiểu nếu hai bên duy trì được mối quan hệ. Đối với đề xuất cho DN vay tiền để trả lương cho người lao động, cần phải tính toán và xác định rõ như thế nào sẽ được vay, DN nào có thể gặp khó khăn, phá sản. Do đó, cần phân loại DN bị tác động bởi dịch bệnh để có mức hỗ trợ tương xứng. ”

TS. Ngô Trí Long
Chuyên gia kinh tế:

“ Để hỗ trợ các DN ổn định sản xuất, Chính phủ cần thực hiện đồng bộ nhiều giải pháp, trong đó có giải pháp về tiền tệ với 3 mục tiêu: ”

Cơ cấu lại thời hạn trả nợ; Miễn và giảm lãi suất; Giữ nguyên nhóm nợ. Điều này thể hiện sự hỗ trợ, chia sẻ nhưng cũng bày tỏ thông điệp không bao cấp cho yếu kém ”

Ông Ngô Khải Hoàn
Phó Cục trưởng Cục Công nghiệp
Bộ Công Thương:

“ Các DN Việt Nam đã làm chủ hoàn toàn công nghệ sản xuất, xử lý kháng khuẩn, kháng nước cho khẩu trang ”

Hiện các DN Việt Nam đã làm chủ hoàn toàn công nghệ sản xuất, xử lý kháng khuẩn, kháng nước cho khẩu trang. Qua tổng hợp tình hình sản xuất khẩu trang vải của hơn 20 tập đoàn, DN lớn trong ngành dệt may, tính đến ngày 31-3-2020, tổng lượng khẩu trang vải kháng khuẩn có thể đưa ra thị trường là khoảng 57 triệu chiếc, năng lực sản xuất hơn 1,1 triệu chiếc/ngày. Về nguồn nguyên liệu vải may khẩu trang, số lượng sản xuất vải của Việt Nam năm 2019 là 630 triệu mét vuông vải dệt từ sợi tự nhiên; 1,2 tỷ mét vuông vải dệt từ sợi nhân tạo. Tổng cả hai loại vải đạt 5 triệu mét vuông/ngày. Bên cạnh đó, hiện nay, lượng vải tồn trong thương mại, trong DN cũng còn tương đối. Lượng vải này có thể gia công kháng khuẩn để đưa vào may khẩu trang vải kháng khuẩn mà chưa cần vải dệt mới. Ngoài ra, do dịch bệnh đã được kiểm soát tại Trung Quốc nên nguồn vải từ thị trường này bắt đầu được nhập về Việt Nam. Có thể khẳng định Việt Nam không thiếu vải để sản xuất khẩu trang ”

Ông Phan Đức Hiếu
Phó Viện trưởng Viện Nghiên cứu
quản lý kinh tế Trung ương

“ Mục tiêu của Chính phủ tại các Nghị quyết là phải phát triển doanh nghiệp không chỉ đông về số lượng mà phải tạo ra nhiều doanh nghiệp chất lượng. ”

Tuy nhiên, hiện nay ở nước ta nhận thức chung chưa đầy đủ và đúng đó là vấn đề quản trị doanh nghiệp với sự phát triển bền vững. Doanh nghiệp muốn lớn phải quản trị tốt. ”

Đại sứ Việt Nam tại Mỹ
Hà Kim Ngọc:

“ Các doanh nghiệp cần hết sức bình tĩnh, một mặt tiếp tục cố gắng tận dụng mọi cơ hội để duy trì sản xuất và xuất khẩu sản phẩm ”

Chính phủ Mỹ không có chủ trương tạm thời ngừng nhập khẩu các sản phẩm dệt may của Việt Nam. Trước những diễn biến phức tạp của dịch Covid-19 hiện nay trên phạm vi toàn cầu, việc sụt giảm các hoạt động thương mại, trong đó có lĩnh vực dệt may, là không thể tránh khỏi. Trong bối cảnh khó khăn chung hiện nay, tôi cho rằng các doanh nghiệp cần hết sức bình tĩnh, một mặt tiếp tục cố gắng tận dụng mọi cơ hội để duy trì sản xuất và xuất khẩu sản phẩm. Mặt khác, cũng xem đây là cơ hội để các doanh nghiệp rà soát lại chiến lược sản xuất, kinh doanh, đầu tư vào công nghệ, nhân lực để thích ứng với tình hình mới, mở rộng tiếp cận các đối tác, đa dạng hóa mặt hàng và thị trường xuất khẩu. ”



Nguồn ảnh: .fashionpress24.com

CƠ HỘI ĐỂ THAY ĐỔI

NGÃ BA ĐƯỜNG

Bên cạnh những điều kinh khủng mà dịch bệnh Covid-19 đã gây ra, thì nhân loại cũng phải cảm thấy biết ơn vì nhờ có đợt dịch bệnh này mà chúng ta đã có một cơ hội để bắt đầu mọi thứ lại từ đầu. Từ nay chúng ta sẽ cần hợp tác chặt chẽ hơn với nhau ở mức độ toàn cầu, suy nghĩ thấu đáo hơn, và đặc biệt là thời gian tới đây, chúng ta sẽ phải làm khác đi với những gì chúng ta đã từng làm trong quá khứ. Thậm chí, dịch bệnh lần này có thể đặt dấu chấm hết đối với thế giới mà chúng ta đã quen thuộc, và xây dựng lại một thế giới mới với những bài học được rút kinh nghiệm từ trong quá khứ.

Và lúc này chúng ta đang đứng ở ngã ba đường và sẽ phải đưa ra sự lựa chọn của riêng mình, hoặc là chọn con đường có thể sẽ dẫn đến

một tương lai hứa hẹn hơn, hoặc đơn giản chỉ là chọn con đường chúng ta đã đi và mắc lại chính những sai lầm mà mình đã phạm phải trong quá khứ và đưa chúng ta tới những nơi còn u tối hơn nữa.

VAI TRÒ CỦA CÔNG NGHỆ

Một trong những nghịch cảnh mà dịch bệnh Covid-19 mang lại đó là, sự giãn cách xã hội đã khiến con người gần nhau hơn, nhờ những phát minh về công nghệ. Trong những ngày này, mạng internet đã trở nên hữu ích hơn rất nhiều và là một công cụ giao tiếp hiệu quả dành cho mọi người.

Một ngày làm việc tại nhà giờ đây sẽ không thể thiếu 1 cuộc gọi qua ứng dụng Zoom, 1 bài diễn thuyết qua ứng dụng Skype hoặc các nền tảng ứng dụng tương tự. Trước đây,

mọi người sẽ phải đi máy bay để đến được các cuộc họp hoặc các buổi diễn thuyết này, nhưng giờ đây mọi việc đều có thể thực hiện được tại nhà. Và hãy đoán xem, mọi việc đã diễn ra thật thuận lợi và hiệu quả. Tất nhiên, sẽ không thể nào giống như một cuộc gặp thực tế ngoài đời, nhưng nó đã giúp chúng ta tiết kiệm chi phí và việc sắp xếp thời gian biểu các cuộc họp cũng nhanh hơn rất nhiều. Đã có những thời điểm chúng ta phải bay hơn 500.000 dặm 1 năm để gặp và làm việc với các đối tác, nhưng giờ đây con số đó là 0 dặm. Đã có rất nhiều điều thay đổi trong cuộc sống của mọi người ngày hôm nay.

Trong nhiều khía cạnh, cách chúng ta làm việc đã thay đổi rất nhiều nhưng điều này đã giúp mọi người có cơ hội để “động não”, tìm ra cách giao tiếp và cung cấp dịch vụ đến cho các khách hàng của mình. Và điều này

Ngẫm nghĩ về tương lai của ngành dệt may, Robert Antoshak – Giám đốc điều hành của Olah Inc đã viết: “Chúng ta phải chọn 1 con đường có thể sẽ dẫn đến một tương lai hứa hẹn hơn, hoặc chúng ta chọn 1 con đường khác – đơn giản chỉ là con đường chúng ta đã đi và mắc lại chính những sai lầm chúng ta đã phạm phải trong quá khứ”.

Bài dịch: **MINH TRÍ**
(Nguồn: https://www.just-style.com/comment/from-field-to-shelf-the-apparel-industry-is-about-to-change_id138523.aspx)

cũng đang xảy ra đối với ngành dệt may trên toàn thế giới. Thiên tai lần này là cơ hội hiếm hoi để ngành dệt may bắt đầu lại từ đầu, cơ hội để ấn nút “khởi động lại”, học những cách làm mới để điều hành, giúp doanh nghiệp hoạt động hiệu quả và sáng tạo hơn, và đặc biệt là sửa chữa những sai lầm trong quá khứ.

SỰ SỐNG SỐT VÀ TỒN TẠI

Trước hết là một câu hỏi về sự sống sót và tồn tại. Một ngành công nghiệp cạnh tranh khốc liệt đang bị hủy diệt bởi 1 kẻ thù không rõ mặt. Trong các cuộc chiến tranh, các bên được định danh là kẻ xâm lược hoặc những người tranh đấu. Nhưng không giống như vậy trong cuộc chiến lần này.

Cuộc chiến của chúng ta với đại dịch Covid-19 ảnh hưởng tới tất cả mọi người, tất cả các quốc gia. Chúng ta bị tấn công ngay từ bên trong bởi một lực lượng siêu việt, vượt qua mọi hiểu biết của chúng ta về một cuộc chiến tranh. Và sự tàn sát mang đến bởi dịch bệnh không đơn thuần chỉ là về lĩnh vực y tế mà đó còn là sự

trả giá của nền kinh tế, và đây mới là điều kinh khủng.

Chúng ta đang ở trong một vũng lầy và sẽ mất khá khá thời gian để có thể thoát ra khỏi đó. Và khi ngành dệt may đang bị đóng băng thì khó khăn sẽ càng chồng chất. Chính phủ có thể sẽ hỗ trợ ngành, tuy nhiên sẽ khó để mà đồng đều đối với tất cả. Chính phủ một số nước sẽ hỗ trợ nhiều hơn cho ngành so với nước khác. Thêm vào đó, một số lĩnh vực trong ngành cũng có thể nhận được sự hỗ trợ nhiều hơn so với các lĩnh vực khác.

CUỘC CHIẾN VỀ XU HƯỚNG

Cứ cho rằng chúng ta thoát khỏi đăm lầy này, vậy thì ngành dệt may sẽ như thế nào sau đại dịch Covid-19? Có một điều chắc chắn rằng, nó sẽ không giống như trong quá khứ. Sẽ có rất nhiều hệ lụy xảy ra trong toàn bộ chuỗi cung ứng.

Những người nông dân sẽ nhìn chăm chăm vào bông cotton giờ chỉ có giá là 40 cent, trong khi đó thứ hạng của các nhà sản xuất dệt may sẽ giảm một cách đáng kể, cũng như vị trí



Nguồn ảnh: global.chinadaily.com.cn



Nguồn ảnh: dailysabah.com

của các thương hiệu và các nhà phân phối, tất cả đều do nhu cầu mua sắm đang đi xuống. Đã có báo cáo cho rằng ngành dệt may tại Trung Quốc đang phục hồi. Điều đó thật tuyệt, nhưng họ sẽ xuất khẩu hàng hóa đi nước nào? Toàn bộ thế giới hiện nay đều không có nhu cầu mua sắm.

Tôi đã đọc về một kịch bản tươi sáng với tên gọi: Sự phục hồi hình chữ “V” – với ý nghĩa là nhu cầu tiêu dùng tăng lên sẽ dẫn đến doanh số tăng vọt – tuy nhiên tôi thấy hoài nghi với kịch bản này. Sau cuộc đại suy thoái năm 2008, đã mất rất nhiều năm trời mới có thể kéo được nhu cầu tiêu dùng quay đầu trở lại vị trí trước khi cuộc khủng hoảng xảy ra. Và cuộc đại suy thoái năm đó chỉ do các nhân tố kinh tế gây ra, không liên quan gì đến các yếu tố phức tạp như thiên tai dịch bệnh.

Ngày hôm nay, chúng ta đều bị tổn

thương sâu sắc về mặt tinh thần do đại dịch Covid-19, đó là còn chưa kể đến việc nhiều mạng người đã hi sinh. Tôi không nghĩ rằng mọi người sẽ lao đi mua sắm, lấp đầy tủ quần áo của mình chỉ để cảm thấy dễ chịu hơn. Mọi việc phức tạp hơn thế rất nhiều. Những thay đổi trong hành vi mua sắm của khách hàng có thể cần trải qua nhiều thế hệ mới trở về được mức tiêu dùng trước khi đại dịch Covid-19 tấn công.

Liệu mọi người có còn dám dạo bước ở những trung tâm thương mại đông đúc để mua sắm nữa hay không? Tôi nghi ngờ điều đó. Chắc chắn là không phải bây giờ. Giãn cách xã hội sẽ có những ảnh hưởng nhất định đến phần lớn của thế giới một thời gian dài sau khi dịch Covid-19 qua đi. Chúng ta sẽ phải đối đầu với thực tế là lệnh giãn cách xã hội ngày hôm nay sẽ khiến hành vi xã hội thay đổi trong tương lai.

ĐỐI MẶT VỚI MỘT THẾ GIỚI HẬU COVID-19

Vậy làm thế nào để các doanh nghiệp có thể đối phó với tình trạng hiện nay và các kế hoạch tiếp theo như thế nào khi đối mặt với 1 thế giới hậu Covid-19? Khi dịch bệnh mang tên “cúm Tây Ban Nha” tàn phá thế giới năm 1918, con người chưa được hưởng những lợi ích có được từ internet, nhưng chúng ta ngày hôm nay thì có.

Thành thực mà nói, ngành của chúng ta đang ở trong quỹ đạo đi xuống trước khi bị đại dịch Covid-19 tấn công. Virus chỉ đóng vai trò tác nhân làm cho xu hướng đi xuống nhanh hơn mà thôi. Các doanh nghiệp trong ngành đang phải đối mặt với rất nhiều vấn đề: người lao động bị lạm dụng, ô nhiễm môi trường, chuỗi cung ứng hoạt động không hiệu quả, các bản cân đối kế toán yếu kém, nghèo nàn, nguồn cung nguyên phụ liệu quá

không còn nữa. Thay vào đó là mô hình sản xuất “mua và mặc ngay”, điều đó có nghĩa là thời gian từ sản trình diễn cho đến sản phẩm thực tế sẽ ngày càng ngắn hơn.

Sẽ có nhiều cách để áp dụng được phương thức sản xuất này, như là rút ngắn chuỗi cung ứng, sẽ giúp các nhãn hàng có thể sản xuất nhanh hơn. Thêm vào đó, cách phối quần áo tới đây cũng sẽ ưu tiên các sản phẩm giản đơn, như áo T-shirt và quần jeans. Đồng thời, để có thể rút được hầu bao từ những khách hàng kỹ tính thời kỳ hậu Covid-19, các nhãn hàng sẽ cần kể các câu chuyện thuyết phục về thương hiệu, các tiêu chuẩn về bền vững mạnh mẽ hơn, đi cùng với đó là chất lượng sản phẩm tốt hơn. Những điều này sẽ giúp kích cầu tiêu dùng.

Như vậy, thời trang nhanh như chúng ta đã từng quen thuộc trước đây sẽ bị thay thế bởi một mô hình kinh doanh tập trung vào phát triển các sản phẩm có giá cao hơn với chất lượng tốt hơn, và dây chuyền sản xuất sẽ phải đảm bảo sản phẩm có thể ra mắt thị trường một cách nhanh nhất.

Kịch bản này cũng nhấn mạnh một thực tế rằng một khi dịch bệnh Covid-19 qua đi, ngành dệt may sẽ trở nên thu nhỏ lại. Tôi đã cố gắng để nghĩ khác đi nhưng không thể. Những thiệt hại kinh tế gây ra bởi lệnh phong tỏa; những thay đổi trong hành vi tiêu dùng theo chiều hướng cân nhắc và thận trọng hơn khi mua sắm, ví dụ với những mặt hàng như quần áo; cùng với việc sàng lọc, loại bỏ những người chơi yếu hơn trong sân chơi dệt may toàn cầu sẽ là những lý do dẫn đến một ngành dệt may thu nhỏ hơn trong tương lai. Dư thừa công suất sẽ dừng lại, người tiêu dùng sẽ mua ngày càng ít các sản phẩm thời trang. Tôi rất lấy làm tiếc, nhưng đây là điều không thể tránh khỏi.

Câu hỏi quan trọng nhất của chúng ta tại thời điểm này là, ngành sẽ phải làm lại như thế nào từ đống đổ nát?

NHÌN VỀ PHÍA TRƯỚC

Như trước đây, chúng ta sẽ phải chờ đợi rất lâu kể từ khi mẫu được thiết kế và đưa vào sản xuất hàng loạt với số lượng lớn. Tuy nhiên, điều này sẽ

một chuỗi cung ứng toàn cầu ủng hộ cho ngành công nghiệp thời trang nhanh cũng cho thấy sự không bền vững của mình.

Thật sự là, thời trang nhanh đã mang lại nhiều việc làm cho người dân tại các quốc gia nghèo nhất trên thế giới, nhưng những gì mà chúng ta gọi là “thuê mướn” này lại là bóc lột sức lao động. Và cũng cần nhìn vào thực tế là những dây chuyền sản xuất này đã làm ảnh hưởng đến “sức khỏe của trái đất”. Chuỗi cung ứng dài 17.000 dặm không phải là giải pháp bền vững cho môi trường. Chẳng trách vì sao rất nhiều tổ chức phi chính phủ đã lên án ngành công nghiệp này vì những gì các doanh nghiệp trong ngành đã gây ra, đặc biệt là những gì họ đã làm đối với môi trường và cách đối xử với người lao động. Nhưng có 1 điểm sáng, đó là ngành không nhất thiết phải hoạt động như vậy và điều nó cần làm bây giờ là thay đổi.

Nhưng điều trớ trêu ở đây lại là, những thay đổi này đã được tác động bởi 1 kẻ thù giấu mặt mang tên Covid-19. Những cách hoạt động trước đây của ngành sẽ cần phải dừng lại và được thay thế bằng một mô hình hoạt động mới.

Và để kết luận, chúng ta có thể thấy rằng, các khách hàng Trung Quốc đã bắt đầu quay trở lại mua sắm tại các trung tâm thương mại bởi chính phủ nước này đã dỡ bỏ lệnh giãn cách xã hội tại hầu hết các thành phố. Đúng là Trung Quốc đã hạn chế được dịch bệnh – ít nhất là cho tới hiện tại. Kể cả như vậy thì mọi người cũng rất lo lắng về việc dịch bệnh có thể quay trở lại – hiệp 2. Kịch bản này hoàn toàn có thể xảy ra nếu cộng đồng không chống dịch một cách cẩn trọng.

Ngành y học đã đưa ra cảnh báo rằng chúng ta chưa hiểu hết bản chất thực sự của mối hiểm họa lần này. Do vậy tâm lý cẩn trọng là điều hết sức cần thiết. Tuy nhiên, những áp lực này sẽ khiến cho nền kinh tế đóng băng và điều này là quá sức chịu đựng đối với mọi người. Hơn bao giờ hết, việc tìm ra điểm cân bằng giữa an toàn cho cộng đồng và phát triển kinh tế sẽ cần có thời gian để thiết lập ●



TÁC ĐỘNG CỦA ĐẠI DỊCH COVID-19 LÊN TOÀN CHUỖI CUNG ỨNG DỆT MAY

Bài: **HOÀNG HÂN**
(Theo Bản tin số 48 phát hành tháng 4/2020 của ITMF)

Từ ngày 13-15/3/2020, Liên đoàn các nhà sản xuất dệt may quốc tế (ITMF) đã thực hiện một cuộc khảo sát thứ nhất giữa các thành viên bị tác động bởi đại dịch Covid-19 đối với chuỗi giá trị dệt may toàn cầu. Tổng cộng có 34 công ty trên toàn thế giới cùng với hai hiệp hội dệt may quốc gia và hàng trăm người tham gia vào cuộc khảo sát này. Cuộc khảo sát thứ hai diễn ra từ ngày 28/3 – 6/4/2020 có tổng số 700 công ty từ khắp nơi trên thế giới đã tham gia.

Cuộc khảo sát thứ hai liên quan đến đại dịch Covid-19 của ITMF diễn ra trong bối cảnh các quốc gia trên thế giới đưa ra hàng loạt các lệnh giãn cách xã hội (ví dụ như đóng cửa biên giới) đã gây ảnh hưởng đến đời sống cá nhân và cộng đồng. Các cửa hàng thời trang trên toàn thế giới đã đóng cửa và doanh số bán hàng giảm đáng kể. Kinh doanh trực tuyến cũng bị ảnh hưởng bởi cuộc khủng hoảng. Châu Âu và Mỹ là hai điểm

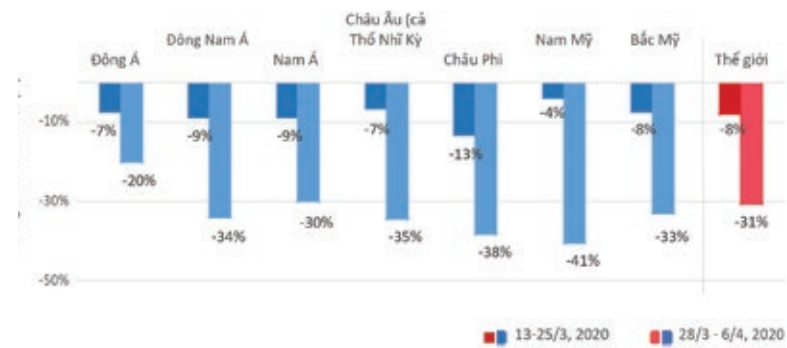
nóng nhất của đại dịch Covid-19 tại thời điểm hiện nay trong khi chỉ ba tuần trước đó, một số khu vực tại đây không hoàn toàn bị ảnh hưởng bởi đại dịch này. Tuy nhiên, những con số mới về đơn hàng và doanh thu cho thấy mức độ nghiêm trọng đối với ngành dệt may trên toàn thế giới.

Câu hỏi 1: Các đơn hàng của bạn có bị hủy bỏ hay không? Bạn có nhận được thêm những đơn hàng trong đại dịch Covid-19 hay không?

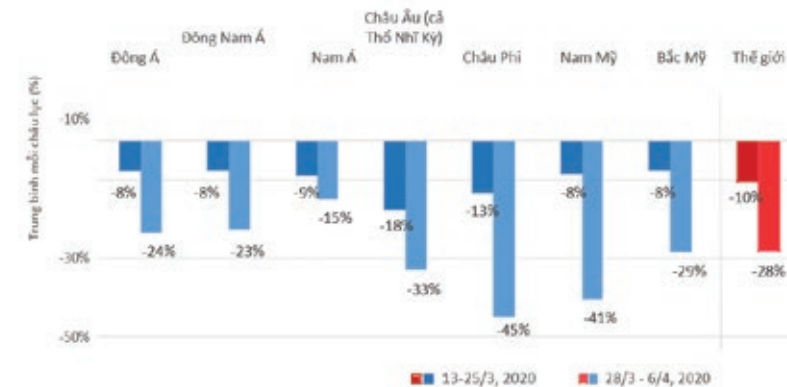
Kết quả sau cuộc khảo sát thứ hai so với cuộc khảo sát đầu tiên cho thấy đơn hàng đã bị hủy hoặc hoãn lại nhiều hơn, giảm mạnh trung bình -32% trên toàn cầu so với “chỉ” -8% trong cuộc khảo sát đầu tiên.

Trong khảo sát thứ hai, chỉ một số công ty báo cáo về các đơn đặt hàng bổ sung kể từ khi bắt đầu cuộc khủng hoảng. Những người nhận được đơn đặt hàng bổ sung hầu như là các công ty (chủ yếu là các công ty may

Tác động của đại dịch đối với các đơn đặt hàng



Tác động của đại dịch Corona đến doanh thu



mặc) có khả năng chuyển đổi nhanh chóng từ sản xuất các sản phẩm dệt thông thường sang dệt may các sản phẩm liên quan đến lĩnh vực y tế. Các đơn đặt hàng ở Đông Á giảm rõ rệt (-20%) so với tất cả các khu vực khác (-30% đến -41%). Giả thiết đặt ra rằng, liệu khu vực bị tấn công đầu tiên bởi cuộc khủng hoảng Covid-19 có thể hồi phục đầu tiên từ đó hay không. Trung Quốc và Hàn Quốc đã ngăn chặn dịch bệnh thành công, trong 2-3 tuần qua, hầu hết các công ty dệt may Trung Quốc đã đẩy mạnh sản xuất trở lại. Tương tự như vậy, các cửa hàng bán lẻ đã mở cửa và mức tiêu thụ tăng nhanh chóng.

Câu hỏi 2: Kỳ vọng của bạn đối với doanh thu của công ty trong năm 2020 so với năm 2019 là gì?

Các công ty trên toàn cầu nhận định rằng doanh thu sẽ thấp hơn trung bình -29% vào năm 2020 so với năm

2019. Con số này thấp hơn đáng kể so với -11% trong cuộc khảo sát đầu tiên. Rất ít công ty có thể gia tăng đơn hàng trong cuộc khủng hoảng Covid-19 cũng mong muốn doanh thu sẽ cao hơn vào năm 2020 so với năm ngoài.

Câu hỏi 3: Những thách thức/cơ



hội lớn nhất trong tình hình hiện tại là gì?

Thách thức

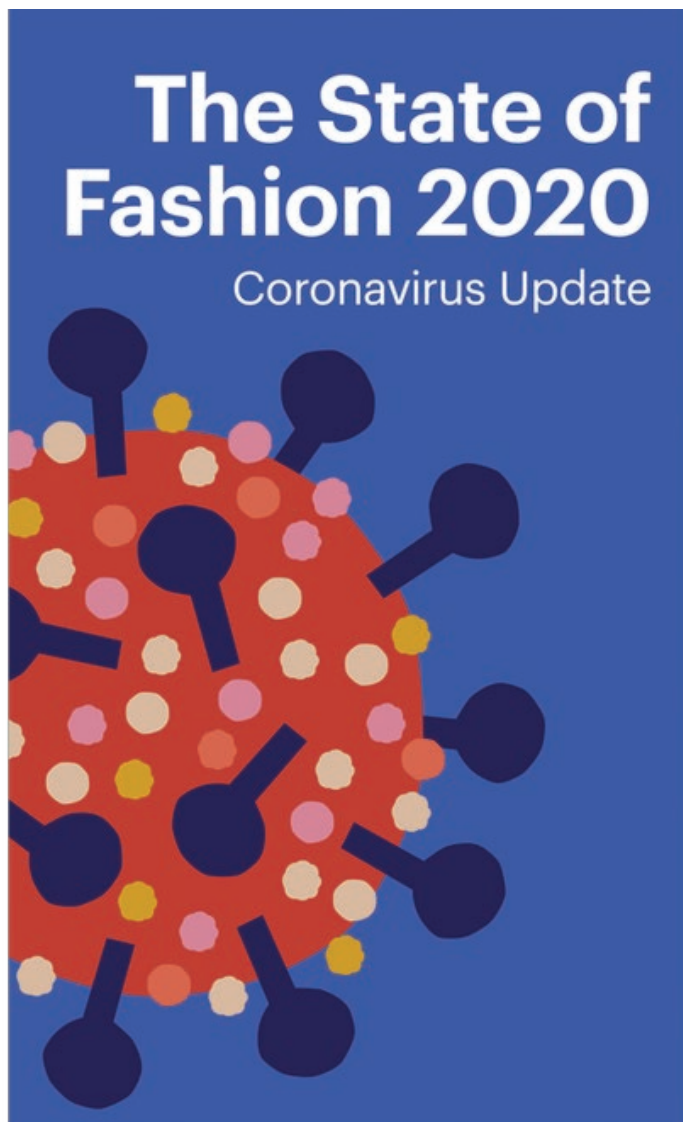
- Vấn đề đau đầu nhất của tất cả các công ty hiện nay là bị hủy, hoãn các đơn đặt hàng cũ và thiếu các đơn hàng mới. Nhiều công ty đã phải ngừng hoàn toàn hoặc giảm sản lượng vì thiếu đơn đặt hàng và vì các quy định của chính phủ. Những công ty vẫn có đủ đơn đặt hàng và được phép sản xuất đã đưa ra các biện pháp bảo vệ lực lượng lao động để có thể tiếp tục sản xuất.

- Chuỗi giá trị toàn cầu gián đoạn đã khiến việc sản xuất bị đình trệ và chi phí tốn kém hơn. Nếu cuộc khủng hoảng còn kéo dài thì các công ty nhấn mạnh, điều quan trọng nhất giúp công ty họ tồn tại đó là có thể nhanh chóng tiếp cận đến nguồn vốn bổ sung.

Cơ hội

- Một số công ty chuyển sang sản xuất hàng dệt may liên quan đến lĩnh vực y tế (đặc biệt là Thiết bị bảo vệ cá nhân (PPE) như sản xuất khẩu trang hoặc đồ bảo hộ). Tại Trung Quốc, thị trường trong nước sẽ cung cấp một số gói cứu trợ dành cho các doanh nghiệp. Các sản phẩm dệt may có chức năng chăm sóc sức khỏe và bảo vệ người dùng đóng vai trò quan trọng hơn trong tương lai. Các nhà sản xuất sợi, vải và thành phẩm phục vụ cho thị trường này sẽ được hưởng lợi ●

NGÀNH CÔNG NGHIỆP THỜI TRANG THẾ GIỚI HẬU COVID-19



Nguồn ảnh: businessoffashion.com

McKinsey & Company
BOF

của người tiêu dùng và sự khó khăn gia tăng trong chuỗi cung ứng toàn cầu. Tuy nhiên, dự báo này đã diễn ra nhanh chóng hơn và trầm trọng hơn nhiều về những gì mà ngành phải đối mặt chỉ trong vài tháng đầu năm 2020 và giờ đây mức độ khó khăn đã tới mức báo động đỏ.

Cuộc khủng hoảng do dịch bệnh và sự suy thoái của nền kinh tế không lường trước này đã làm thay đổi hoàn toàn những dự đoán trước đó về kịch bản phát triển ngành thời trang nói riêng và cả nền kinh tế năm 2020 nói chung. Đến nay, những ảnh hưởng xấu đối với ngành công nghiệp thời trang cho thấy là rất nặng nề và vô cùng khó đoán định về thời gian kết thúc của giai đoạn khó khăn này, đặc biệt với những người lao động bị mất việc làm hiện phải đối mặt với sự nghèo khổ.

Với cập nhật đặc biệt về virus corona trong báo cáo The State of Fashion 2020, McKinsey đưa ra quan điểm về “sự bình thường mới” như là một kết cục sau sự kiện “thiên nga đen” nhằm cung cấp các nhận định chuyên sâu (từ phân tích khảo sát, dữ liệu và phỏng vấn chuyên gia ngành thời trang) để họ nắm bắt giai đoạn 12 đến 18 tháng tới sau khi nạn dịch qua đi.

Ghi chú: Hiện tượng Thiên nga đen (Black Swan) là hiện tượng kinh tế cực kỳ hiếm khi xảy ra và không thể dự đoán trước, gây ra những hậu quả tàn khốc cho nền kinh tế. Thuật ngữ này được phổ biến bởi Nassim Nicholas Taleb - một giáo sư tài chính, nhà văn và cựu thương nhân phố Wall, Mỹ.

Cuối năm 2019, Báo cáo thường niên của McKinsey về ngành thời trang phát hành đã đưa ra nhận định không mấy lạc quan đối với ngành; trong đó đã cảnh báo về một làn sóng giảm nhu cầu mua sắm

Các CEO ngành công nghiệp thời trang hiện đang tập trung xử lý khủng hoảng nhưng vẫn buộc phải tư duy cho hướng đi mới để tiếp tục tồn tại phát triển trong ngành công nghiệp này. Vậy những thay đổi từ nền kinh tế toàn cầu đến hành vi của khách hàng sẽ ảnh hưởng như thế nào tới ngành thời trang thế giới thời kỳ hậu Covid-19?

Bài: **ĐẶNG THANH HUYNH**
(Lược dịch từ The State of Fashion 2020 – Coronavirus Update, McKinsey & Company)

THIÊN NGA ĐEN & NGÀNH THỜI TRANG

Covid-19 đã thúc một đòn chí mạng gây nên sự suy thoái kinh tế lớn nhất kể từ Chiến tranh Thế giới lần thứ 2, nó ảnh hưởng sâu rộng đến các ngành nghề từ lĩnh vực du lịch khách sạn đến ngành tài chính ngân hàng. Nhất là đối với ngành thời trang – một ngành với bản chất tự nhiên tùy biến của nó nên dễ bị tổn thất. Giá trị vốn hóa thị trường trung bình của hàng thời trang may mặc và những mặt hàng ở phân khúc cao cấp đã giảm gần 40% trong khoảng thời gian từ đầu tháng 1/2020 đến 24/3/2020. Đó là mức giảm mạnh hơn nhiều so với mức sụt giảm thị trường chứng khoán nói chung.

Dự đoán là những hậu quả do Covid-19 đem lại sẽ dài hơn là thời gian đại dịch này diễn ra. Hậu quả đối với ngành thời trang - một trong những ngành công nghiệp lớn nhất thế giới với 2,5 nghìn tỷ Đô la Mỹ doanh thu hàng năm trên phạm vi toàn cầu trước khi có đại dịch; đó là vấn đề không có việc làm hoặc khó khăn tài chính cho chính các đối tượng nằm trong chuỗi giá trị.

Theo ước tính của McKinsey, năm 2020, doanh thu ngành may mặc và da giày sẽ giảm từ 27 - 30% so với năm trước và có mức tăng trưởng dương trở lại từ 2 - 4% vào năm 2021. Đối với ngành hàng xa xỉ (thời trang cao cấp, phụ kiện cao cấp, đồng hồ cao cấp, nữ trang cao cấp, và mỹ phẩm cao cấp), mức doanh thu toàn cầu năm 2020 sẽ giảm từ 35 - 39% so với năm trước và dự kiến tăng trở lại từ 1 - 4% vào năm 2021. Nếu trung tâm thương mại, các cửa hàng phải đóng cửa trong 2 tháng thì sẽ có khoảng 80% các công ty thời trang niêm yết trên sàn chứng khoán của Châu Âu và Bắc Mỹ gặp khó khăn về tài chính. Kết hợp với phân tích chỉ số thời trang toàn cầu (MGFI) của McKinsey, cho thấy 56% các công ty thời trang toàn cầu đã không trang trải được chi phí vốn trong năm 2018, và với tình hình diễn biến như hiện nay thì sẽ có một số lượng lớn các công ty thời trang toàn cầu bị phá sản trong vòng

từ 12 đến 18 tháng tới.




Sự gián đoạn kết nối trong ngành đang khiến cho các doanh nghiệp khó đưa ra một kế hoạch trong thời gian tới. Bởi ngay sau khi Trung Quốc bắt đầu phục hồi thì mọi thứ lại trở nên tối tệ ở Châu Âu và Mỹ. Không những thế, đối với các nước đang phát triển sẽ còn phải chịu nhiều hậu quả nặng nề hơn do hệ thống chăm sóc sức khỏe không đầy đủ và tình trạng nghèo đói phổ biến. Đối với các nước Bangladesh, Campuchia, Ethiopia, Honduras và Ấn Độ là trung tâm sản xuất gia công hàng hóa may mặc thì việc công nhân thất nghiệp kéo dài sẽ dẫn đến nghèo đói và bệnh tật nhiều hơn.

Cuộc khủng hoảng dịch bệnh ảnh hưởng trực tiếp đến cuộc sống hàng ngày gây ra sự lo lắng và sự không chắc chắn về tất cả mọi thứ trên phạm vi toàn cầu dẫn đến sự bi quan lan rộng trong tâm lý của người tiêu dùng. Số liệu khảo sát cho thấy 75% người mua hàng ở Châu Âu và Mỹ tin rằng tình hình tài chính của họ sẽ bị ảnh hưởng tiêu cực trong hơn hai tháng tới. Họ sẵn sàng đóng băng chi tiêu và chỉ chi trả cho những gì thiết yếu nhất cho cuộc sống.

Mặc dù thời gian và mức độ ảnh hưởng nghiêm trọng ra sao sau khi đại dịch Covid-19 kết thúc thì rõ ràng là đối với ngành thời trang mới chỉ là sự bắt đầu của cuộc chiến với những khó khăn... khi chuỗi cung ứng toàn cầu bị đứt đoạn, sản xuất bị đình trệ, đầu tiên là ở Trung Quốc, tiếp theo là Ý và lan rộng đến các nước khác trên toàn thế giới. Đại dịch bệnh đã giáng một đòn mạnh vào cả cung và cầu, nó tạo ra một “con bão” kinh hoàng cho ngành công nghiệp thời trang.

CẦN PHẢI LÀM GÌ SAU KHI DỊCH BỆNH LẮNG XUỐNG?

Khi dịch bệnh lắng xuống cũng là lúc nền kinh tế toàn cầu sẽ phải đối mặt với cuộc khủng hoảng, các chuyên gia của McKinsey đã đưa ra 5 lĩnh vực của ngành công nghiệp thời trang có thể bị ảnh hưởng đặc biệt bởi dịch coronavirus sau đây:

Nền kinh tế toàn cầu		Những thay đổi khách hàng	
Bản năng sống sót	Tư duy giảm giá	Tăng tốc kỹ thuật số	
			
Phục hồi sau khi đại dịch qua đi sẽ trùng khớp với một thị trường suy thoái. Các công ty thời trang phải tăng cường thiết lập kế hoạch phục hồi và điều chỉnh mô hình hoạt động của họ. Các công ty vượt qua được cuộc khủng hoảng sẽ có những can thiệp táo bạo và quyết liệt để ổn định hoạt động kinh doanh cốt lõi trước khi tìm kiếm thị trường mới, cơ hội chiến lược và kích thích tăng trưởng. Trong tương lai ngành công nghiệp thời trang toàn cầu sẽ trải qua quá trình chuyển đổi mạnh mẽ.	Khi các nhà bán lẻ giảm giá sâu trong thời gian tới, văn hóa mua sắm giảm giá hàng thập kỷ qua sẽ trở nên trầm trọng hơn do sự gia tăng của chủ nghĩa chống tiêu dùng, hàng tồn kho gia tăng và người tiêu dùng thiếu tiền mong muốn mua hàng giảm giá. Để tiếp cận với người tiêu dùng ngày càng tiết kiệm, các thương hiệu phải tìm ra những cách sáng tạo để lấy lại giá trị và suy nghĩ lại về sứ mệnh kinh doanh lớn hơn của họ.	Giãn cách xã hội và khoảng cách địa lý đã cho thấy tầm quan trọng của công nghệ số hơn bao giờ hết. Do vậy việc nâng cấp kỹ thuật công nghệ trở thành ưu tiên cấp bách trong toàn bộ chuỗi giá trị. Các công ty mở rộng và tăng cường khả năng kỹ thuật công nghệ số trong giai đoạn phục hồi sau khủng hoảng. Người tiêu dùng sẽ liên tục đòi hỏi nhiều hơn việc nâng cấp công nghệ nên các nhà cung cấp cần phải hành động nhanh chóng để đáp ứng được nhu cầu của khách hàng.	
<i>Số liệu khảo sát cho thấy:</i>			
30% số lao động trong các công ty thời trang nhận thức được công ty mà họ đang làm việc có kế hoạch cho việc tái thiết sau khủng hoảng dịch bệnh.	56% người tiêu dùng cho biết các chương trình khuyến mãi đặc biệt là một yếu tố quan trọng khi mua sắm quần áo trong thời gian gần đây.	>700% tỷ lệ tăng trưởng giao dịch trên trang web thương mại điện tử Trung Quốc Taobao kể từ khi Covid-19 bùng phát.	

(Ghi chú: Nội dung chi tiết và chuyên sâu của 5 lĩnh vực được trình bày trong toàn văn báo cáo của McKinsey)

McKinsey dự đoán giai đoạn phục hồi của ngành thời trang sẽ diễn ra chậm do sự tiết giảm chi tiêu, giảm nhu cầu mua sắm của người tiêu dùng đối với các hàng hóa không phải là hàng thiết yếu. Ngay cả trước khi đại dịch bệnh diễn ra thì chúng ta cũng đã chứng kiến một số thay đổi trong ngành thời trang. Đó là việc thay đổi thói quen mua sắm trực tuyến thay vì đến tận nơi của khách hàng; vòng đời của sản phẩm thời trang ngắn hơn và không còn theo mùa nữa, sự suy giảm của hệ thống trung gian... Tất cả những thay đổi đó như là một sự thay đổi tất yếu không thể tránh khỏi. Khi dịch bệnh

Covid-19 diễn ra đã mang đến cho ngành công nghiệp thời trang “cơ hội” để thiết lập và định hình lại chuỗi giá trị của ngành.

Các công ty cần ưu tiên phát triển bền vững, nhanh nhạy hơn trong việc phân tích sự thay đổi thói quen mua sắm của người tiêu dùng. Sản phẩm hàng hóa sản xuất ra thị trường tiêu thụ được kiểm định nghiêm ngặt, có chứng nhận về chất lượng sẽ là yếu tố đảm bảo giúp gia tăng sự tin tưởng trong các quyết định mua sắm của khách hàng. Hơn nữa, các nhà phân phối và khách hàng ngày càng chú ý hơn tới sản phẩm sạch từ nhà

sản xuất xanh, không xả thải gây ô nhiễm môi trường.

Giới chuyên gia cho rằng việc thay đổi nền tảng kinh doanh từ việc bán hàng truyền thống sang kinh doanh trực tuyến, xây dựng các chương trình khuyến mại giảm giá, mua bán - sáp nhập và đổi mới toàn diện cần được ưu tiên thực hiện ngay lập tức khi đại dịch lắng xuống. Các công ty thời trang, các nhà sản xuất cần phải tăng tốc chuyển mình để thích ứng với sự thay đổi cấp bách hơn bao giờ hết. Ngay cả khi công ty phải đối mặt với việc mất khả năng thanh toán và sự không chắc chắn trong việc kiểm soát

Hệ thống ngành thời trang	
Thoát khỏi học thuyết Darwin	Đổi mới bắt buộc
	
Cuộc khủng hoảng sẽ loại bỏ “kẻ yếu”, đẩy nhanh sự suy giảm của các công ty đang gặp khó khăn và đối mặt với sự khó khăn hơn trong đại dịch và củng cố sức mạnh của “kẻ mạnh” dẫn đến làn sóng mua bán sáp nhập. Để đảm bảo tương lai của mình, các công ty phải thích nghi với môi trường kinh doanh mới bằng cách đánh giá các cơ hội mua bán & sáp nhập để củng cố giá trị cốt lõi của họ và nắm bắt kịp thời các lỗ hổng xuất hiện từ việc tái cơ cấu.	Để đối phó với rủi ro mới, giảm thiểu tác động gây thiệt hại của đại dịch và thích ứng với sự thay đổi của nền kinh tế cũng như sự dịch chuyển thói quen tiêu dùng, các công ty phải đưa ra các công cụ và chiến lược mới trong chuỗi giá trị nhằm cải tiến sự linh hoạt của các mô hình kinh doanh tương lai. Các công ty thời trang phải khai thác những đổi mới này và nhân rộng các hoạt động để tạo ra những thay đổi căn bản và lâu dài cho các tổ chức của họ, làm cho ngành công nghiệp thời trang rộng lớn hơn sau khi dịch bệnh lắng xuống.
<i>Số liệu khảo sát cho thấy:</i>	
80% công ty trong ngành công nghiệp thời trang sẽ gặp khó khăn trầm trọng sau 2 tháng phải đóng cửa vì dịch bệnh.	75% người lao động đang làm việc tại các công ty trong ngành nghĩ rằng kế hoạch tái thiết sau đại dịch sẽ có hiệu quả.

Quý độc giả quan tâm tìm đọc Báo cáo đầy đủ “The State of Fashion 2020 – Coronavirus Update” của McKinsey tại website: <https://www.mckinsey.com/industries/retail/our-insights/its-time-to-rewire-the-fashion-system-state-of-fashion-coronavirus-update>

sự bùng phát trở lại của dịch bệnh sau một thời gian lắng xuống thì các CEO trong ngành vẫn phải chuẩn bị tinh thần đón nhận những khó khăn này trong sự bình tĩnh và củng cố hơn nữa các nỗ lực của mình.

Đây cũng chính là lúc tăng cường sự hợp tác, ngay cả với những đối thủ cạnh tranh trong ngành bởi sẽ không có một công ty nào vượt qua những khó khăn khủng hoảng này một mình, khi mà khó khăn chống chọi khó khăn như hiện nay. Do vậy, họ cần có sự chia sẻ thông tin, chiến lược phát triển... đồng thời, các bên liên quan như các tổ chức tài chính,

người nắm giữ vốn, nhà cung cấp, các thương hiệu thời trang hay các nhà đầu tư cần chia sẻ gánh nặng cùng nhau...

Đây là báo cáo kết hợp giữa The Business of Fashion và McKinsey với cố gắng nâng tầm vấn đề thảo luận vượt ra ngoài nội dung quản lý khủng hoảng và lập kế hoạch dự phòng tức thời bằng cách phác thảo ra các lĩnh vực mà ngành công nghiệp thời trang phải tập trung vào trong cuộc khủng hoảng hiện nay, sau khi dịch lắng xuống.

Tất cả chúng ta đều biết rằng mọi thứ chỉ có thể được giải quyết khi

mà thế giới tìm ra một loại vắc xin hay phương pháp hữu hiệu khống chế được virus corona. Trong khi các giới chuyên gia ngành y cho biết phải mất ít nhất từ 12-18 tháng mới có thể nghiên cứu thành công. Chính vì sự không chắc chắn này mà việc đưa ra các kế hoạch tái thiết, những kế hoạch hành động cụ thể không bao giờ là dễ dàng đối với nhà lãnh đạo trong ngành thời trang. Cuộc khủng hoảng chính là chất xúc tác mạnh nhất trong việc họ cần phải quyết đoán trong việc đưa ra các chiến lược phục hồi và thay đổi để sẵn sàng thích ứng với một thế giới đầy rẫy những biến động như hiện nay ●

VẤN ĐỀ CẤP BÁCH CỦA NGÀNH MAY MẶC HIỆN NAY

IAF và ITMF đang triển khai một dự án truyền thông đã được chọn lọc đến các thành viên có liên quan đến các ngành công nghiệp. Bài viết dưới đây cung cấp một cái nhìn tổng quan về tình hình hiện tại dựa trên thông tin được cập nhật tính tới thời điểm này.

Bài dịch: **HOÀNG HÂN**
(Theo Bản tin số 48 phát hành tháng 4/2020 của ITMF)



Nguồn ảnh: fashionrevolution.org

PHẦN 1: VẤN ĐỀ HIỆN NAY VÀ DIỄN BIẾN TOÀN CẦU

Vấn đề đặt ra: Cú sốc trong việc cung cấp hàng hóa trong thời điểm hiện tại

"Với mỗi tháng đóng cửa, ngành công nghiệp sẽ mất 2 phần trăm trong tăng trưởng GDP hàng năm"

Tổng thư ký của OECD - Ông Angel Gurría đã công bố các ước tính mới nhất của OECD vào ngày 26/3. Theo dự báo của ông, các ngành công nghiệp trên toàn thế giới sẽ bị ảnh hưởng ở một tốc độ khác nhau nhưng nhìn chung, GDP sẽ giảm ở mọi khu vực do đại dịch Covid-19. Các biện pháp đưa ra để ngăn chặn sự lây lan của virus (như giãn cách xã hội) là điều cần thiết nhưng gây bất lợi cho nền kinh tế. Việc giãn cách xã

hội diễn ra ở tất cả các nơi trên thế giới đã dẫn đến tiêu thụ giảm và năng suất sản xuất thấp.

Ngành du lịch đối mặt với mức tăng trưởng giảm tới 70% theo OECD. Các quốc gia phụ thuộc mạnh vào du lịch sẽ bị ảnh hưởng hơn các quốc gia phụ thuộc vào các lĩnh vực nông nghiệp và lĩnh vực khai thác (bao gồm cả sản xuất dầu).

Đối phó với vấn đề: Duy trì sản lượng đầu ra

"Trung Quốc và Hàn Quốc là hai quốc gia duy nhất ngăn chặn thành công sự lây lan của virus cho tới thời điểm này, tuy nhiên cả hai quốc gia này đều bị ảnh hưởng nghiêm trọng đến nền kinh tế."

Phản ứng chung của chính phủ trên

toàn thế giới hầu hết đều giống với khuyến nghị kinh tế của OECD (tức là tái cấu trúc hệ thống y tế và dịch tế học, huy động tất cả các đòn bẩy kinh tế vĩ mô (ví dụ như chính sách tiền tệ, tài chính và cơ cấu hệ thống chính trị), hỗ trợ việc làm và các hoạt động kinh doanh. Mục tiêu là duy trì sản lượng toàn cầu ở mức nhất định để giúp tất cả các quốc gia quay trở lại con đường GDP trước khủng hoảng nhanh nhất có thể. Các chuyên gia của Capital Economics hy vọng điều này sẽ xảy ra trong vòng vài năm, mặc dù một số sản lượng sẽ mất vĩnh viễn trong thời gian đó.

PHẦN 2: TÁC ĐỘNG ĐẾN NGÀNH MAY MẶC

Giảm doanh thu bán hàng theo hình thức truyền thống

Ngành công nghiệp may mặc phải đối mặt với một cú sốc nhu cầu lớn nhất bởi cuộc khủng hoảng mang tên Covid-19. Nhu cầu giảm 100% khi các cửa hàng đóng cửa theo lệnh của chính quyền quốc gia và địa phương. Chính phủ kêu gọi người dân thực hiện nghiêm túc việc giãn cách xã hội đã khiến mọi người tránh xa các cửa hàng thời trang. McKinsey báo cáo sụt giảm 30% - 40% doanh thu tại các cửa hàng ở châu Âu, và 80% ở các khu vực có tỷ lệ lây nhiễm virus cao. Doanh số bán hàng trực tuyến phần lớn vẫn ổn định nhưng không bù đắp được cho doanh thu bán hàng truyền thống, tuy nhiên theo báo cáo của McKinsey thì một số doanh nghiệp bán hàng trực tuyến vẫn giảm 5-20%.

Lợi nhuận dự kiến cho doanh nghiệp quy mô nhỏ

Sự sụt giảm doanh số trong lĩnh vực thời trang do cuộc khủng hoảng Covid-19 gây ra tương đối tồi tệ so với nhiều sản phẩm khác. Chỉ tiêu mua sắm giành cho mặt hàng này đã giảm ngay từ khi cuộc khủng hoảng chỉ mới bắt đầu. Người dân tại Châu Âu và Mỹ đều dự trữ thực phẩm và các mặt hàng có thể tự làm tại nhà, họ ngừng mua sắm các sản phẩm quần áo mới. Các nhà bán lẻ trực tuyến lớn đã cố gắng tăng doanh số bằng cách giảm giá sâu các

mặt hàng, điều này được can thiệp đúng vào thời điểm mùa Xuân khi thời tiết tại châu Âu và Mỹ ấm dần lên, nhu cầu làm mới tủ quần áo tăng lên. Tuy nhiên việc này lại cản trở con đường kiếm tiền đối với những doanh nghiệp ở quy mô nhỏ hơn. Trong những điều kiện đặc biệt này, các hiệp hội ngành công nghiệp đang xem xét yêu cầu chính phủ các nước ban hành lại các hạn chế về các giai đoạn có thể giảm giá.

Cần có sự đoàn kết trong chuỗi cung ứng

Để đối phó với sự sụt giảm doanh số đột ngột, nhiều thương hiệu và nhà bán lẻ đã hủy đơn đặt hàng với các nhà sản xuất. Chỉ riêng ở Bangladesh, vào 5 giờ chiều ngày 29/3, 1.025 nhà máy đã báo cáo có tới 864,17 triệu sản phẩm trị giá 2,81 tỷ USD xuất khẩu bị hủy bỏ hoặc tạm dừng, làm ảnh hưởng đến khoảng 2,06 triệu công nhân. Sự khác biệt quan trọng trong đạo đức mua hàng đang trở nên rất rõ ràng trong cách các thương hiệu và nhà bán lẻ "bỏ mặc" nhà cung cấp hoặc cố gắng đối mặt với cuộc khủng hoảng này theo cách hợp tác hơn. IAF đã công khai kêu gọi hành vi mua hàng phi đạo đức này trước cuộc khủng hoảng Covid-19 và kêu gọi chuỗi cung ứng đoàn kết nhau hơn.

Số hóa có thể giảm bớt gánh nặng của khủng hoảng

Mặt trái tích cực của cuộc khủng hoảng Covid-19 đã tác động mạnh đến ngành may mặc vì những điểm yếu mang tính hệ thống là những

hành động tốt nhất để xử lý khủng hoảng đã được xác định. Ngay cả trước khi dịch bệnh hiện nay, ngành công nghiệp đã nhận thức sâu sắc về sự cần thiết phải thay đổi. Chủ đề của IAF tại Hội nghị Thời trang Thế giới lần thứ 36 được tổ chức tại Antwerp vào tháng 11 năm nay là "Chuyển đổi trong Hệ thống Thời trang". Có một quy trình phát triển sản phẩm kỹ thuật số giúp giảm chi phí và tạo ra sự đáp ứng nhanh hơn với thị trường. Nó làm giảm nhu cầu đi lại giữa trụ sở chính và trung tâm sản xuất. Cuộc khủng hoảng Covid-19 xác nhận số hóa là một thách thức lớn và cấp bách đối với toàn bộ chuỗi cung ứng dệt may, đòi hỏi sự chú ý tập trung và cả sự hợp tác trong ngành dệt may.

PHẦN 3: TÁC ĐỘNG ĐẾN NGÀNH DỆT MAY

Đầu ra và đơn đặt hàng đang giảm mạnh

Có rất ít thông tin về tác động cụ thể của cuộc khủng hoảng đối với ngành dệt may toàn cầu cho đến ngày nay. Một số chỉ số rộng hơn về tình hình chung trong ngành được cung cấp để có cái nhìn sâu sắc hơn về xu hướng trên thị trường. Ví dụ, theo IHS Markit's global sector PMITM (Quản lý mua hàng của IndexTM), được xuất bản vào ngày 6/3 với tiêu đề "Sự gián đoạn của virus corona ảnh hưởng đến hầu hết tất cả các lĩnh vực trong tháng 2" đã phần nào phản ánh tình hình trong ngành dệt may hiện nay. Theo báo cáo, ngành dệt may trong danh mục "Sản phẩm sử dụng cá nhân và hộ gia đình" đã giảm hiệu suất trong vài tháng qua (xem Hình 1).

Hình 1: PMITM - Sản phẩm sử dụng cá nhân và gia đình



Nguồn: IHS Markit's global sector PMITM, Embargoed until 1100 EST (1600 UTC) 6 March 2020

Sụt giảm đột ngột biến thành một xu hướng

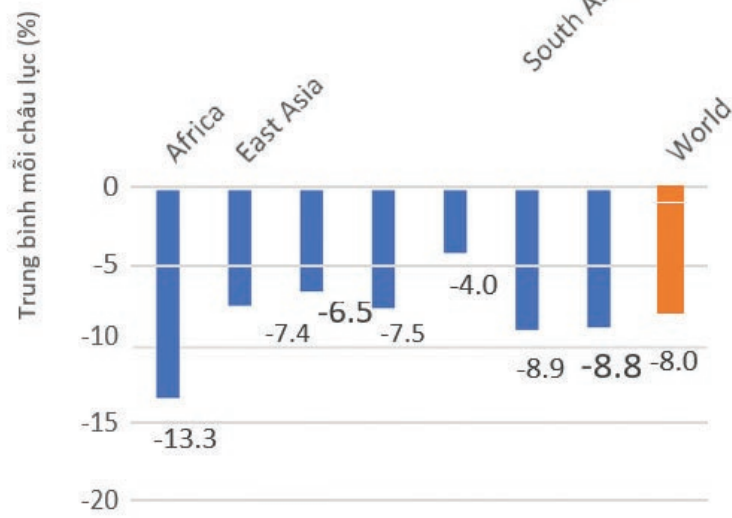
Nguồn thông tin cụ thể duy nhất về tác động của virus đối với ngành dệt may toàn cầu là bản tin thứ 46 của ITMF, xuất bản vào ngày 26/3, thông báo kết quả của Khảo sát ITMF đầu tiên về tác động của đại dịch Corona đối với ngành dệt may toàn cầu. Bài báo đã cung cấp bằng chứng được thu thập bởi các thành viên của ITMF, vào ngày 25/3, trong đó 1/4 số người được hỏi đã nhận được các đơn đặt hàng bổ sung, khoảng 1/2 đã bị hoãn hoặc hủy bỏ tới -10% và 1/3 phải đối mặt với sự sụt giảm nhiều hơn -10%. Hơn nữa, 1/5 số người tham gia dự kiến sẽ tăng doanh thu so với năm 2019, khoảng 40% dự đoán mức giảm doanh thu lên tới -10% và 40% dự đoán mức giảm lớn hơn -10%; một số trong số họ lao dốc trong từ -20 đến -60%. Danh sách các thử thách bao gồm sự an toàn và sức khỏe của công nhân viên; gián đoạn chuỗi cung ứng, đặc biệt là liên quan đến nguồn cung từ Trung Quốc; thiếu hoặc chậm cung trong ngành may mặc; thiếu nhu cầu hoặc sợ rằng nhu cầu sẽ giảm đáng kể; thiếu thanh khoản. Tuy nhiên, một số công ty đã đề cập rằng việc sắp xếp lại và hợp lý hóa các quy trình nội bộ của họ trong cuộc khủng hoảng sẽ khiến họ trở nên mạnh mẽ hơn và các công ty sản xuất sợi, vải và thành phẩm có chức năng bảo vệ và chăm sóc sức khỏe sẽ nhìn thấy những cơ hội mới.

BÀI PHỎNG VẤN VỚI CHRISTIAN SCHINDLER, ITMF BỞI WTIN

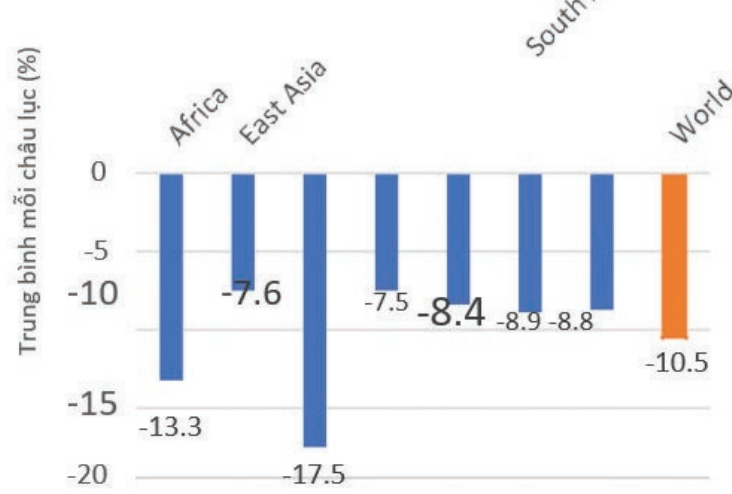
Câu hỏi: Các kết quả của cuộc khảo sát đã gây ra sự lo lắng như thế nào?

Trả lời: Các câu trả lời rất đáng lo ngại. Rõ ràng, sự không chắc chắn mà các công ty trả lời là rất lớn bởi vì chưa ai từng trải qua bất cứ điều gì tương tự. Và sự phục hồi được phụ thuộc vào rất nhiều biến số như cường độ và thời gian kéo dài của cuộc khủng hoảng, phản ứng của chính phủ, công ty và người tiêu dùng,... trên toàn thế giới. Tuy nhiên, kết quả chắc chắn là một chỉ số rất tốt trong

Tác động của đại dịch đến đơn hàng



Tác động của đại dịch đến doanh thu



Nguồn: Khảo sát đầu tiên của ITMF về tác động của đại dịch Corona đối với ngành dệt may toàn cầu

thời điểm hiện tại và cho thấy ngành công nghiệp đang gặp khó khăn.

Câu hỏi: Bạn mong đợi điều gì từ cuộc khảo sát thứ hai sẽ được công bố vào ngày 7/4?

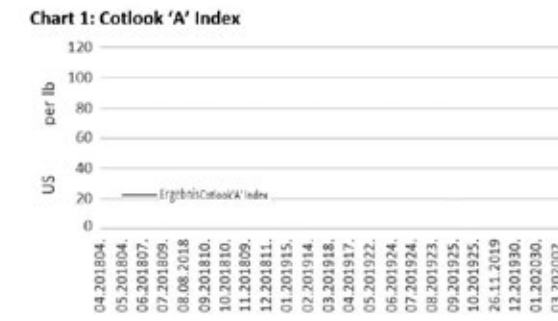
Trả lời: Chúng tôi muốn xem ngành dệt may đang phân xét khủng hoảng như thế nào sau một vài tuần của cuộc khủng hoảng. Họ có nhìn thấy một ánh sáng ở cuối đường hầm hay không, hoặc tình hình sẽ trở nên tồi tệ hơn? Sẽ rất thú vị khi xem cách họ đánh giá tình hình và triển vọng của họ trong tương lai. Chúng tôi dự định thực hiện một cuộc khảo sát thứ 3 trong khoảng 2 tuần sau đó.

Câu hỏi: Lời khuyên của ITMF sẽ là gì đối với ngành dệt may để đối phó vào thời điểm như thế này?

Trả lời: Tôi nghĩ rằng các đối tác trong chuỗi dệt may phải hỗ trợ lẫn nhau trong ngắn hạn, ngoài sự chính phủ. Cuối cùng thì họ cũng sẽ cần đến nhau một khi nhu cầu sẽ tăng trở lại. Bạn sẽ muốn làm việc với các đối tác đáng tin cậy và điều này sẽ giúp bạn có được chất lượng và số lượng sản phẩm phù hợp vào đúng thời điểm hàng lên kệ. Cuộc khủng hoảng sẽ tiết lộ một mối quan hệ đối tác thực sự tốt và mạnh mẽ là như thế nào.

CẬP NHẬT THÔNG SỐ HÀNG THÁNG

Biểu đồ 1: Chỉ số Cotlook "A"



Nguồn: Cotton Outlook

Cotlook "A" Index đánh dấu xu hướng giảm kể từ tháng 12/2020

Biểu đồ 3: Chỉ số sợi Cotlook



Nguồn: Cotton Outlook

Chỉ số sợi Cotlook đã dao động quanh mức trung bình là 129 kể từ giữa năm 2019 và theo xu hướng giảm kể từ đó.

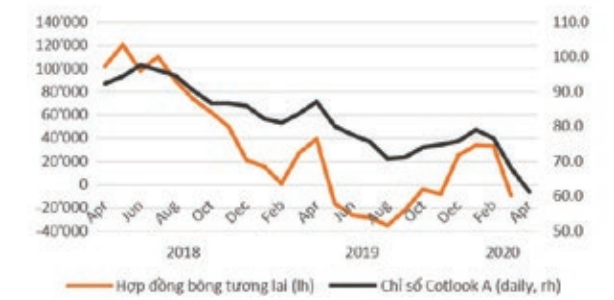
Biểu đồ 5: Giá dầu và chỉ số giá sợi PCI



Nguồn: Cotton Outlook

Vào tháng 10, giá dầu giảm -13% so với cùng kỳ xuống mức 55,66 USD /thùng.

Biểu đồ 2: Giá bông và hợp đồng tương lai



Nguồn: Cotton Outlook, Commodity Futures Trading Commission, and own calculations

Chỉ số của các nhà giao dịch phi thương mại và chỉ số Cotlook "A" Index cho thấy xu hướng giảm kể từ tháng 1/2020.

Biểu đồ 4: Chỉ số sợi tổng hợp PCI



Nguồn: PCI Fibres & own calculations

Các chỉ số sợi di chuyển tương đối đồng đều với giá cả các loại sợi tổng hợp chính. Giá polyester đã giảm kể từ giữa năm 2018

NGÀNH DỆT MAY THẾ GIỚI VÀ VIỆT NAM 3 THÁNG ĐẦU NĂM 2020

Bài: **HỒNG HẠNH**

TÌNH HÌNH KINH TẾ THẾ GIỚI

Đại dịch mang tên Covid-19 có lẽ là sự kiện được nhắc tới nhiều nhất trong quý 1 năm 2020 nói riêng và cả năm 2020 nói chung. Sự lan tràn của dịch bệnh, khởi nguồn từ Vũ Hán - Trung Quốc đã lan ra khắp thế giới, tới Hàn Quốc, Nhật Bản, tới Ý, Châu Âu và Mỹ. Covid-19 đến vào thời điểm kinh tế thế giới đang tổn thương và đánh thêm 1 đòn "chí mạng". Sự lây lan toàn cầu của đại dịch này đã dập tắt kỳ vọng tăng trưởng kinh tế mạnh mẽ trong năm 2020, trái lại, nó khiến kinh tế toàn cầu trì trệ, tăng trưởng ở mức chậm nhất kể từ cuộc khủng hoảng tài chính 2008-2009. Với tình hình tối tăm như trên, McKinsey đã đưa ra các

phương án phục hồi như sau:

- Phương án phục hồi nhanh: GDP toàn cầu chỉ tăng 2% từ mức dự kiến 2,5%, trong đó USA giảm từ 1,74%, xuống 1,34%; EU giảm từ 1,29% xuống 0,99%, Trung quốc giảm từ 5,99% xuống 4,68%.

- Phương án phục hồi chậm: GDP toàn cầu chỉ tăng từ 1-1,5%, trong đó USA tăng 0,45%, EU không tăng, Trung quốc tăng 3,82%.

Trong cả 2 phương án thì tổng cầu đều giảm mạnh, phương án phục hồi nhanh thì ngành sản xuất hàng tiêu dùng vẫn giảm từ nay đến hết Q2, sau đó mới dần phục hồi. Phương



Nguồn ảnh: wwd.com



Nguồn ảnh: ecotextile.com

án chậm thì sau Q3 mới có khả năng dần phục hồi. Kinh doanh online tăng trưởng trong khi kinh doanh offline sẽ khó khăn kéo dài ít nhất đến hết Q3.

Các số liệu cho thấy kinh tế Trung Quốc trong quý 1/2020 rơi vào tình trạng gần như đình trệ vì dịch Covid-19. Việc phong tỏa nhiều thành phố do dịch bệnh đã ảnh hưởng nghiêm trọng

đến hoạt động vận chuyển, khiến cho nguyên vật liệu sản xuất bị ách tắc, nhiều công nhân Trung Quốc không thể trở về nơi làm việc sau Tết, khiến cho các chuỗi cung ứng bị gián đoạn nghiêm trọng.

Mỹ, Nhật, Anh và nhiều nước G20 đang thâm hụt ngân sách nặng nề và nợ công đã ở mức rất cao. Đồng thời, lãi suất ở các nền kinh tế quan trọng nhất trong G20 đều đang rất thấp, thậm chí bằng 0 ở nhiều nước EU và

ở Vũ Hán - Trung Quốc, nhiều nhà máy sợi, dệt đã bị đóng cửa, công nhân nghỉ kéo dài. Tình trạng này khiến tình hình cung ứng NPL cho các doanh nghiệp dệt may trên toàn thế giới bị ảnh hưởng, nhất là những quốc gia chuyên sản xuất gia công như Việt Nam, Bangladesh.

Về cầu, bước sang tháng 3, khi dịch bệnh lan rộng ra các nước Hàn, Nhật, Châu Âu và Mỹ, lập tức nhu cầu tiêu dùng toàn thế giới bị ảnh hưởng nặng nề. Cầu bị ảnh hưởng tiêu cực do 2 nguyên nhân. Thứ nhất, kinh tế bất ổn khiến người tiêu dùng chỉ tập trung vào các sản phẩm thiết yếu như thực phẩm, khẩu trang, nước rửa tay. Thứ hai, dịch bệnh khiến dân chúng hạn chế tụ tập đám đông, không đi lại khiến người dân không đi mua sắm ở các cửa hàng truyền thống, mà thay vào đó chỉ ở nhà. Kinh tế suy thoái và sự không chắc chắn khi nào hồi phục do dịch bệnh không có dấu hiệu ngừng lại cũng kéo theo tâm lý thắt chặt hầu bao. Vì lẽ đó nhà nhập khẩu và người mua hàng đều có xu hướng giãn hoặc hủy đơn hàng đã đặt.

Tổng cầu dệt may toàn thế giới năm 2020 có nguy cơ sụt giảm. Năm 2019 mức nhập khẩu dệt may thế giới là 780 tỷ USD. Nếu dịch bệnh không được đẩy lùi hết quý II/2020 mà kéo dài đến Quý III năm 2020, dự báo cầu nhập khẩu dệt may thế giới sẽ xuống đến ngưỡng 600 - 680 tỷ USD, giảm từ 15-25% so với mức 780 tỷ USD của năm 2019 do nhìn chung nhu cầu hàng hoá luân hệ đã qua đi, năm nay sẽ là năm thị trường mất mùa một vụ. Khảo sát của Liên đoàn các nhà sản xuất thiết bị và hàng hoá dệt may cũng cho ra 1 dự báo về khả năng suy giảm 25% tổng cầu 2020 toàn thế giới.

âm ở Nhật Bản. Hệ quả là chính phủ có rất ít dư địa để can thiệp về tài khóa và tiền tệ nhằm kích thích nền kinh tế khi đại dịch toàn cầu hoành hành.

ẢNH HƯỞNG TỚI NGÀNH DỆT MAY

Về cung, trong Tháng 1 và Tháng 2/2020 khi dịch Covid-19 bùng phát

Với các nước cung ứng dệt may như Ấn Độ và Bangladesh, tình trạng hủy đơn, giãn đơn hàng cũng tương tự. Xuất khẩu dệt may của Ấn Độ và Bangladesh trong quý 1/2020 cũng giảm mạnh, với Ấn Độ giảm tới 12% về khối lượng đi các quốc gia. Hiện tại Liên đoàn Công nghiệp dệt may Ấn Độ đang kêu gọi Chính phủ nước này có gói cứu trợ cho ngành dệt

may để giảm thiểu khủng hoảng do Virus Corona gây ra. Các biện pháp được đề cập đến là giảm lãi suất ngân hàng, gia hạn các khoản vay, tạm ngừng thu các khoản nợ gốc và lãi, miễn thuế nhập khẩu tất cả các nguyên liệu đầu vào...

Với ngành Dệt May Việt Nam, nhất là đối với ngành may mặc, tình trạng hủy đơn hàng, giãn đơn hàng rất nghiêm trọng. Nhiều doanh nghiệp đã chứng kiến ngay mức doanh thu giảm 20% trong quý I/2020, thời gian mở LC cũng kéo dài, trước kia là 60 ngày thì nay là 120 ngày. DN càng làm nhiều FOB thì càng khó khăn do vốn đọng ở nguyên phụ liệu. DN trở thành con nợ khó đòi của ngân hàng. Cùng với tình trạng hủy đơn hàng là tình trạng

giãn đơn hàng, với các đơn hàng giao trong tháng 3 đều bị lùi xuống tháng 4, tháng 5. Nhiều doanh nghiệp may xuất khẩu giờ chỉ hoạt động trong trạng thái cầm cự trong tháng 4, còn đến tháng 5 hoàn toàn chưa có đơn hàng mới. Nhiều doanh nghiệp còn chuyển sang may khẩu trang với hy vọng sẽ duy trì được việc làm cho công nhân, tuy nhiên hiện nay khi thị trường trong nước đã bão hòa, khẩu trang chỉ là giải pháp tạm thời, không đảm bảo được cho các doanh nghiệp may sống sót được hết năm 2020.

Với tình hình trên, có thể ước tính nhanh thiệt hại do dịch bệnh đối với toàn ngành dệt may:

- Về tiền lương: 30% công nhân thiếu

việc tháng 4, 50% thiếu việc tháng 5 với mức lương tối thiểu theo luật, bình quân 4,2 triệu đồng/tháng, dẫn đến tổng thiệt hại ước tính 5.040 tỷ đồng. Nếu tình hình dịch bệnh tiếp tục kéo dài thêm, mỗi tháng thiệt hại trung bình khoảng 3.000 tỷ đồng.

- Về nguyên liệu nhập về bị hủy đơn hàng không dùng đến: giá trị nguyên liệu nhập khẩu mỗi tháng là 1,5 tỷ USD, nếu giả thiết có 20% hủy đơn hàng thì sẽ có 300 triệu USD vật tư nhập về không được sử dụng, tiềm ẩn thành hàng tồn kho khó luân chuyển. Ước đến hết năm 2020, số hàng tồn của 2 tháng 4 và 5 sẽ mất

giá trị khoảng 300 triệu USD (tương đương 50% giá trị hàng tồn kho).

Vì vậy, nếu dịch bệnh kết thúc vào cuối tháng 5, phục hồi từ tháng 6 thì toàn ngành sẽ thiệt hại xấp xỉ 11.000 tỷ đồng.

TÌNH HÌNH XUẤT NHẬP KHẨU DỆT MAY CỦA VIỆT NAM

Kim ngạch xuất khẩu dệt may của Việt Nam trong Quý I/2020 đạt 8,4 tỷ USD, giảm 2,02% so với cùng kỳ 2019. Kết quả kim ngạch xuất khẩu của quý I/2020 giảm chưa nhiều do tác động của dịch bệnh Covid 19 do các doanh nghiệp có các đơn hàng

đã đặt từ quý III, quý IV/2019. Riêng tháng 3/2020, kim ngạch xuất khẩu dệt may Việt Nam đã chứng kiến mức sụt giảm 7,42%. Thực tế các thị trường EU, Mỹ mới có chủ trương đóng cửa từ giữa tháng 3, cho nên quý 1 chưa thể hiện các khó khăn như hiện nay đang thấy. Dự kiến Quý 2 sẽ là quý có ảnh hưởng nghiêm trọng nhất, sau đó giảm dần từ quý 3, nhưng sớm nhất có thể trở lại giai đoạn dịch thông thường là quý 4.

Với mức giảm nhập khẩu nguyên liệu lên tới 23% trong quý 1, có thể thấy chỉ dấu cho việc kim ngạch xuất khẩu quý 2 sẽ giảm trên 20% so với cùng kỳ.

Kim ngạch nhập khẩu dệt may các quốc gia lớn (Đơn vị: Triệu USD)

Thị trường	Q1.2018	Q1.2019	Q1.2020	Q1.19/ Q1.18 (%)	Q1.20/ Q1.19 (%)
Thế giới	160.180	152.309	136.557	-4,91	-10,34
Mỹ	27.607	28.959	25.831	4,90	-10,80
EU	72.930	70.410	62.031	-3,46	-11,90
Trung Quốc	7.747	8.164	6.629	5,38	-18,80
Nhật Bản	8.914	9.049	9.257	1,51	2,30
Hàn Quốc	3.746	3.849	3.433	2,75	-10,80
Khác	39.236	31.878	29.375	-18,75	-7,85

Kim ngạch xuất khẩu dệt may Việt Nam quý I/2020 (Đơn vị: triệu USD)

Thị trường	Q1.2018	Q1.2019	Q1.2020	Q1.19/ Q1.18 (%)	Q1.20/ Q1.19 (%)
Mỹ	3094	3405	3558	10,05	4,49
EU (28)	1329	1486	1413	11,81	-4,90
Nhật Bản	904,41	948	967	4,82	2,00
Hàn Quốc	837,32	876	889	4,62	1,48
Trung Quốc	794,79	913	785	14,87	-14,02
Khác	848,5	953,0	795,8	12,32	-16,49
Tổng	7808	8581	8408	9,90	-2,02

Kim ngạch nhập khẩu dệt may Việt Nam quý I/2020 (Đơn vị: triệu USD)

Nguyên phụ liệu	Q1.2018	Q1.2019	Q1.2020	So sánh 2019/2018 (%)	So sánh 2020/2019 (%)
Bông các loại	751,7	717,9	642,4	-4,5	-10,52
Xơ sợi các loại	528,8	550,3	545,0	4,07	-0,97
Vải các loại	2670,4	2702,4	2631	1,2	-2,64
NPL dệt may đa giấy	1245,6	1339	894	7,5	-33,24
Tổng	5196,5	5309,6	4069,9	2,18	-23,35



Nguồn ảnh: danwatch.dk

TÌNH HÌNH SXKD QUÝ I NĂM 2020 CỦA TẬP ĐOÀN

Trong Quý 1 năm 2020, dịch bệnh Covid-19 ảnh hưởng tiêu cực tới kinh tế thế giới, ngành dệt may thế giới, ngành Dệt May Việt Nam và Vinatex không phải ngoại lệ. Tính đến nay, tình hình hủy, dừng, tạm ngừng đơn hàng đang lan rộng. Trước mắt gần như 100% các đơn vị đã thiếu việc làm trong tháng 4 và tháng 5 với tỷ lệ từ 30-70% công suất, phụ thuộc đang làm cho khách hàng nào. Thương hiệu càng cao tỷ lệ cắt giảm càng lớn. Chưa có một tín hiệu nào về thời gian phục hồi, hiện đang dự kiến sớm nhất là tháng 6 mới le lói chút hi vọng bắt đầu phục hồi trở lại. Với tình hình này, dự kiến kim ngạch xuất khẩu cả năm 2020 thấp hơn năm 2019 là ~ 20%, doanh nghiệp sẽ có tỷ lệ hoạt động cả năm chỉ ở mức 70-75% công suất với giả thiết sản xuất bình thường từ tháng 6, áp lực thiếu hụt đơn hàng quy về tương ứng 2-3 tháng sản xuất. Mặt khác, rủi

ro do Trung quốc đã hoạt động trở lại, cầu thị trường thấp sẽ dẫn tới 1 đợt giảm giá mạnh toàn cầu với dự kiến đơn giá giảm trên 20%. Trong bối cảnh đó, quý 1 ghi nhận nỗ lực của các DN trong tập đoàn khi vẫn đạt mức trên 93% so với cùng kỳ năm trước về doanh thu, KNXX, tuy nhiên lợi nhuận chỉ bằng 85% cùng kỳ.

DỰ BÁO CÁC TÁC ĐỘNG VÀ THÁCH THỨC ẢNH HƯỞNG ĐẾN NGÀNH DỆT MAY VIỆT NAM THỜI GIAN TỚI

Dệt May Việt Nam chưa thực sự được hồi phục khi bị ảnh hưởng gián tiếp từ chiến tranh Thương mại Mỹ-Trung thì đã phải bước qua tiếp một thực tế không mấy sáng sủa do dịch bệnh Covid-19 mang lại. Hiện tại với ngành may tình trạng hủy đơn hàng hoặc không đặt hàng bắt đầu diễn ra, khi người tiêu dùng tại Mỹ, EU thắt chặt chi tiêu bởi dịch bệnh. Với ngành Sợi tình hình cũng không diễn biến khá hơn do cầu từ Trung Quốc cũng sụt

giảm mạnh. Nhìn chung bức tranh xuất khẩu cho dệt may Việt Nam năm 2020 chưa đón nhận tin tức tốt đẹp, mà phủ bằng gam màu u ám. Kỳ vọng với sự nỗ lực của Chính phủ các nước, dịch bệnh có thể sớm được đẩy lùi vào cuối quý II/2020.

Với tình trạng hủy đơn hàng ngày càng lan rộng, áp lực về tài chính và lao động là rất lớn đối với doanh nghiệp bắt đầu diễn ra vào những tháng đầu tiên của Quý 2/2020.

Với các kịch bản kết thúc dịch bệnh và phục hồi khác nhau của kinh tế thế giới thì chắc chắn Dệt May Việt Nam sẽ có 1 năm suy giảm kim ngạch xuất khẩu, trong đó kịch bản cao là chúng ta đạt KNXX khoảng 35 tỷ USD giảm 10% so với năm trước, và kịch bản hiện thực là khoảng 33.5 tỷ USD, kịch bản thấp chỉ đạt 30-31 tỷ USD KNXX. Bảo toàn mọi nguồn lực của doanh nghiệp từ nhân lực, thị trường, tài chính là yếu tố quyết định chờ vượt qua cơn sóng thần Covid-19 ●

NỀN TẢNG BẢO DƯỠNG TỪ XA MARZOLI

– ĐƯA CÔNG NGHIỆP 4.0 VÀO THIẾT BỊ KÉO SỢI



Nguồn ảnh: il.linkedin.com

Công nghiệp 4.0 đã bắt đầu được tích hợp vào ngành dệt. Nắm bắt kịp thời xu hướng này, nhà sản xuất máy kéo sợi hàng đầu Marzoli (Italy) – với việc ứng dụng Internet vạn vật (IoT) và công nghệ cảm biến cùng với kinh nghiệm lâu đời – đã đưa ra nền tảng bảo dưỡng dự đoán cho thiết bị kéo sợi của mình.

Bài: **HOÀNG THU HÀ**
(Biên dịch)

Khả năng sinh lời của nhà máy sợi nằm ở hiệu năng của máy móc: chỉ khi máy chạy trơn tru, liên tục, có hiệu quả và sản xuất ra lượng lớn sợi chất lượng cao thì nhà máy sợi sẽ phát đạt.

Do vậy mà một trong những rủi ro lớn của nhà máy sợi là xuất hiện các sự cố kỹ thuật, ảnh hưởng xấu tới khả năng sinh lời của nhà máy trước và sau khi máy hỏng. Trước khi máy hỏng, có sự gia tăng đột ngột tiêu thụ năng lượng, nhiệt độ và máy rung với việc chất lượng sợi bị giảm và một vài vấn đề liên quan tới máy. Sau khi máy hỏng, nhà máy phải chịu chi phí sửa chữa cao và thời gian dừng máy dài, đặc biệt là nếu

kỹ thuật viên và phụ tùng sửa chữa không có nhanh chóng.

Vi vậy để tối đa hóa Hiệu suất Thiết bị Tổng thể (Overall Equipment Effectiveness – OEE) và tối thiểu hóa Tổng chi phí của chủ sở hữu (Total Cost of Ownership – TCO) thì cần đầu tư thiết bị tin cậy và bảo dưỡng đều đặn theo lịch xịch hoặc được hướng dẫn bởi hệ thống giám sát trước khi xảy ra máy hỏng hoặc máy có sự cố.

Đây là điều chủ chốt để giảm đáng kể chi phí vận hành và đạt được ưu thế cạnh tranh thích đáng và bền lâu trong ngành sợi.

Để đạt mục đích này, Marzoli đã phát triển nền tảng bảo dưỡng từ xa



Nguồn ảnh: williamljasper.com

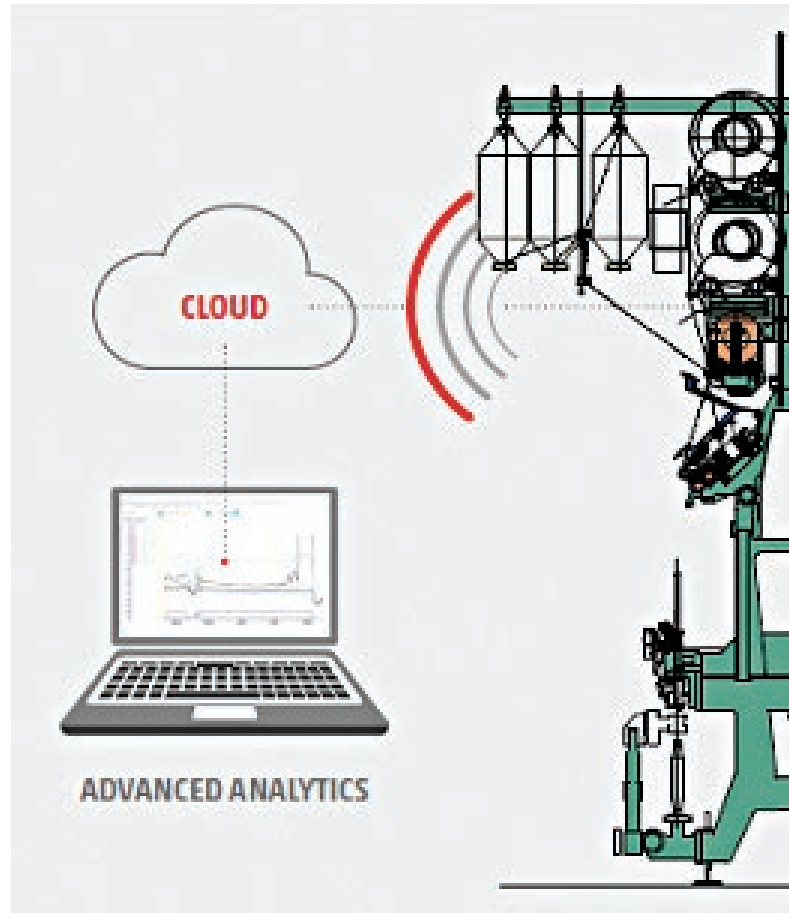
Marzoli (Marzoli Remote Maintenance platform). Thông qua việc thích ứng phần cứng điện tử chuyên biệt, các cảm biến nhúng, các thuật toán dự đoán được phát triển trong pha nghiên cứu, và bằng cách tận dụng mô hình và các công nghệ (IoT, Các hệ thống thực ảo, Dữ liệu lớn, Điện toán đám mây, M2M (giao tiếp máy với máy), M2H (giao tiếp máy với người)), được dựa trên quan hệ đối tác quan trọng với Microsoft, có thể giám sát:

- Tình trạng của máy
- Các mức áp suất/bôi trơn
- Nhiệt độ
- Mức độ mòn của các bộ phận quan trọng
- Báo động
- Tiêu thụ năng lượng

Nền tảng bảo dưỡng từ xa Marzoli liên tục thông báo cho khách hàng về tình trạng của máy trong khi máy đang chạy và chỉ ra các khu vực tại đó xảy ra sự lệch ra khỏi mức độ hoạt động danh nghĩa. Điều này làm giảm nhiều thời gian dừng máy và nhu cầu đi tuần tra máy liên tục nhiều lần và thăm tra các bộ phận của máy. Nó cũng giúp chẩn đoán các sự cố kỹ thuật của máy ở giai đoạn sớm và để tránh tất cả việc hiệu suất giảm, tăng chi phí và giảm năng suất có liên quan. Nhờ kinh nghiệm lâu năm trong sản xuất các dây chuyền kéo sợi hoàn chỉnh và khuynh hướng hướng tới đổi mới, Marzoli đã có thể trình diễn các mô hình ICT và giới thiệu triết lý bảo dưỡng mới này vào ngành dệt.

Các điểm chính mà nền tảng đưa ra:

- Giám sát liên tục các thông số cực kỳ quan trọng
- Cảnh báo ngay lập tức nếu có sự lệch ra khỏi chuẩn
- Khả năng sinh lời cao hơn
- Tuổi đời của máy dài hơn và máy bền hơn



Lược đồ bảo dưỡng từ xa

- Kéo sợi không có trực trực

KIẾN TRÚC VỮNG CHẮC CỦA HỆ THỐNG CHO SỰ PHÂN TÍCH NHÀ MÁY TOÀN DIỆN

Hệ thống phân tán (distributed system) online sử dụng thiết bị thu nhận dữ liệu từ xa để thu thập các tín hiệu vật lý từ các máy và truyền tín hiệu trở lại dịch vụ đám mây được Microsoft cung cấp để giám sát online và phân tích. Các kết quả từ phân tích dữ liệu, ứng dụng các mô hình vật lý-toán học, đào sâu vào các sự việc xảy ra và các trường hợp rất quan trọng được đưa trở lại cho các kỹ sư và nhân viên bảo dưỡng bằng báo cáo, ứng dụng web và dashboard. Kiến trúc này cho phép tích lũy lượng lớn thông tin và dữ liệu, sau đó thông tin và dữ liệu có thể được xử lý để nhận diện và phân tích các xu hướng lịch sử của các thông số vận hành và khảo sát các tính chức năng tương quan và các thuật toán dự đoán.

GIÁM SÁT CÁC BỘ PHẬN CỦA MÁY

Bên trong các máy có các cảm biến đo, các cảm biến này giám sát các thông số vật lý quan trọng nhất để các bộ phận quay, các hệ thống truyền động và các mô tơ điện được kiểm soát liên tục. Ngoài việc đó ra thì hệ thống điện tử tự động tích hợp cho phép thu thập tất cả các dữ liệu liên quan tới các điều kiện làm việc của máy: tiêu thụ năng lượng, tốc độ, tình trạng máy và các lần báo động cho máy, nhiệt độ của bộ truyền động và tủ điện. Do trên máy kéo sợi có lắp lượng lớn các bộ phận quay, cần chú ý đặc biệt tới các ổ đỡ vòng bi. Nhờ quy trình đặc biệt, có thể lấy được bức tranh toàn bộ và chi tiết của hoạt động cơ khí/điện của một máy tại các khoảng thời gian cách đều nhau, tại các trạng thái chạy máy quy định và không có nguyên liệu, để loại trừ ảnh hưởng của bất kỳ biến số bên ngoài nào. Quá trình này có thể

được lặp lại cho toàn bộ tuổi thọ của máy để dễ dàng phát hiện bất kỳ sự lệch nào hoặc sự lão hóa sớm của các bộ phận.

BÁO CÁO TỰ ĐỘNG

Nền tảng bảo dưỡng từ xa Marzoli tự động tạo ra các báo cáo được đều đặn gửi tới khách hàng. Trong các báo cáo này khách hàng có thể tìm thấy tất cả các thông tin về các xu hướng của các thông số được giám sát với các gợi ý của nhóm dịch vụ khách hàng của Marzoli để tối ưu hóa hiệu năng của máy.

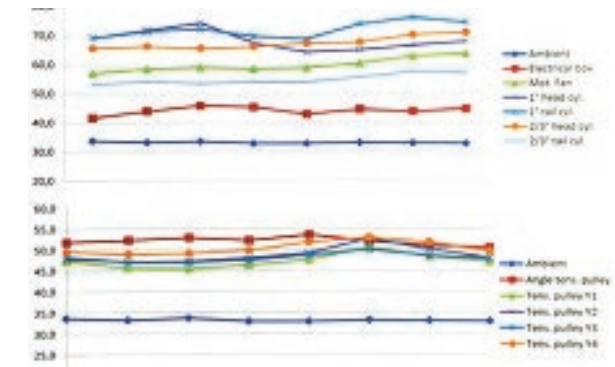
LỢI ÍCH CỦA NỀN TẢNG BẢO DƯỠNG TỪ XA MARZOLI

Nhờ nền tảng bảo dưỡng từ xa Marzoli, khách hàng có thể lấy ra lượng lớn thông tin đáng tin cậy và thích hợp để thực hiện hoạt động bảo dưỡng có hiệu quả. Hơn nữa, các ưu điểm của việc sử dụng Bảo dưỡng từ xa Marzoli tăng theo thời gian: do khách hàng biết các chu kỳ bảo dưỡng của máy dài bao nhiêu, họ có thể lên kế hoạch bảo dưỡng tốt hơn, giảm chi phí vận hành và luôn nhận được hiệu năng máy cao nhất. Tóm lại, nền tảng bảo dưỡng từ xa Marzoli đưa ra những ưu điểm sau:

- Năng suất cao hơn
- Không có dừng máy không theo kế hoạch
- Ngăn ngừa máy hỏng nặng
- Tuổi thọ của nhà máy dài hơn
- Hiệu suất cao hơn
- Hoàn toàn tin cậy
- Kéo sợi không gặp trực trực
- Lên kế hoạch bảo dưỡng tốt hơn

HỖ TRỢ TỪ MARZOLI

Để đảm bảo dịch vụ nổi tiếng cho khách hàng và để đảm bảo tất cả các ưu điểm của bảo dưỡng dự phòng và bảo dưỡng dự đoán, Marzoli đã dành



Lược đồ bảo dưỡng từ xa

riêng một phòng tại trụ sở cho việc giám sát máy của khách hàng thông qua nền tảng bảo dưỡng từ xa Marzoli.

Phòng điều khiển hoạt động thông qua một nhóm kỹ thuật viên cao cấp, được đào tạo đầy đủ về công nghệ bảo dưỡng từ xa (Remote Maintenance), có sứ mệnh quan trọng: giám sát liên tục các thông số của mỗi máy của các khách hàng trên thế giới để nếu có sự cố kỹ thuật thì phòng liên lạc với khách hàng và cung cấp sự hỗ trợ kỹ thuật “sống”. Nhờ nền tảng bảo dưỡng từ xa Marzoli, việc bảo dưỡng không còn được dựa trên kinh nghiệm của một vài kỹ thuật viên và trên các sổ tay chuẩn mà dựa trên kinh nghiệm của một phòng kỹ thuật toàn bộ. Phòng đó cộng tác liên tục với nhóm kỹ thuật viên của khách hàng và được dựa trên lượng lớn thông tin thích đáng, đáng tin cậy và theo từng trường hợp cụ thể, thông tin này gia tăng và cập nhật hàng ngày. Hơn nữa, phòng điều khiển có sự kết nối trực tiếp với các phòng R&D, Dịch vụ khách hàng và Hỗ trợ của Marzoli, do vậy đảm bảo sự hỗ trợ kỹ thuật nhanh và đáng tin cậy với việc giao nhanh chóng phụ tùng thay thế cần thiết và sự hỗ trợ kỹ thuật ngay tức khắc.

DỊCH VỤ KỸ THUẬT CỦA MARZOLI VÀ QUÁ TRÌNH

Tại Marzoli, mỗi giải pháp là độc nhất vô nhị: nhà máy mà Marzoli thiết kế, lắp đặt máy và bảo dưỡng được “may đo” theo các yêu cầu của khách hàng. Nền tảng bảo dưỡng từ xa Marzoli nắm lấy đầy đủ triết lý kinh doanh này khi việc thực hiện tuân theo

quan trình kỹ thuật được “may đo” cao độ theo các bước sau:

1. Phân tích nhà máy và thu thập các yêu cầu, các yêu cầu kỹ thuật, các quy trình bảo dưỡng và các vấn đề bảo dưỡng.
2. Cá nhân hóa nền tảng bảo dưỡng từ xa Marzoli theo nhà máy và thiết bị của khách hàng.
3. Lắp đặt phần cứng, phần mềm, cảm biến, hạ tầng truyền thông tin và thiết bị giao tiếp giữa người và máy (HMI).
4. Thăm tra hiệu năng và xác nhận tính hợp lệ: SAT và đánh giá nền tảng đã lắp đặt theo KPI xác định.

Trang bị thêm bộ phận mới hoặc trên máy của bên thứ ba (máy của nhà sản xuất khác)

Bên cạnh khả năng thích hợp cho tất cả các máy mới của Marzoli, nền tảng bảo dưỡng từ xa Marzoli có thể được trang bị cho các máy đời cũ hơn của Marzoli và trên các máy của bên thứ ba thông qua dịch vụ trang bị bộ phận mới và tân trang máy của Marzoli. Trên các loại máy này, lợi ích của nền tảng bảo dưỡng từ xa Marzoli có thể rất quan trọng tính về năng suất và hiệu suất cao hơn: trên các máy cũ hơn việc chẩn đoán trong thời gian thực giúp chỉ ngay vị trí của các bộ phận phải được thay thế và đưa ra hướng dẫn có giá trị cho bảo dưỡng máy có hiệu quả hơn ●

(Theo https://en.marzoli.camozzi.com/kdocs/1945176/MRM_Remote_Maintenance_Marzoli.pdf)



TUYÊN BỐ CHUNG

VỀ THỰC HIỆN MUA HÀNG CÓ TRÁCH NHIỆM TRONG KHỦNG HOẢNG COVID-19

VITAS, hợp tác với Liên minh các Hiệp hội dệt may từ sáu nước sản xuất và xuất khẩu bao gồm Trung Quốc, Bangladesh, Pakistan, Campuchia, Myanmar đã đưa ra một Tuyên bố chung về Thực hiện mua hàng có trách nhiệm trong khủng hoảng COVID-19 để kêu gọi các nhà bán lẻ và thương nhân chia sẻ khủng hoảng cùng Doanh nghiệp, nhà cung cấp. Dưới đây là bản dịch tiếng Việt toàn văn Tuyên bố chung.

"Thời gian qua chứng kiến sự bùng nổ toàn cầu chưa có tiền lệ của dịch bệnh COVID-19, việc kinh doanh có trách nhiệm đã trở nên quan trọng hơn bao giờ hết đối với toàn thế giới để tồn tại và phục hồi sau cuộc khủng hoảng. Đặc biệt, các hoạt động mua hàng có trách nhiệm của các nhà bán lẻ và thương nhân của chuỗi cung ứng dệt may toàn cầu, sẽ có tác động to lớn đến quyền cơ bản của hàng triệu công nhân và sinh kế của gia đình họ. Đã đến lúc các DN toàn cầu phát huy và tôn vinh cam kết của họ đối với quyền lao động, trách nhiệm xã hội và chuỗi cung ứng bền vững.

Với suy nghĩ này, chúng tôi, chín hiệp hội kinh doanh dệt may được ký tên dưới đây của Mạng lưới STAR (Dệt may bền vững của khu vực châu Á) trong đó có sáu quốc gia sản xuất và xuất khẩu, có lời kêu gọi với các nhà

hàng, nhà bán lẻ và thương nhân toàn cầu:

1 Hãy cân nhắc cẩn thận tất cả các tác động tiềm năng đối với người lao động, DN nhỏ trong chuỗi cung ứng khi đưa ra quyết định mua hàng quan trọng;

2 Tôn trọng các điều khoản của hợp đồng mua bán, thực hiện nghĩa vụ trong đó và không thương lượng lại giá hoặc điều khoản thanh toán;

3 Nhận giao hàng hoặc giao hàng, và tiến hành thanh toán theo thỏa thuận đối với hàng hóa đã được sản xuất và hiện đang được sản xuất với các nguyên liệu đã sẵn sàng và không hủy các đơn đặt hàng đã được sản xuất;

4 Cung cấp bồi thường công bằng cho các nhà cung cấp (FOB 100%) nếu việc sản xuất hoặc giao hàng phải bị đình chỉ hoặc dừng lại, hoặc đưa ra mức lương trực tiếp cho công nhân của các nhà cung cấp;

5 Không áp đặt trách nhiệm cũng như yêu cầu lên nhà cung cấp phải bồi thường trong trường hợp chậm giao hàng do bất khả kháng

6 Không gây thêm áp lực không chính đáng cho nhà cung cấp bằng các chi phí bổ sung, đơn đặt hàng gấp hoặc các chuyến thăm và kiểm toán không cần thiết;

7 Thực hiện tất cả các nỗ lực và tham gia với các bên liên quan tại địa phương để hiểu rõ hơn về tình hình địa phương;

8 Luôn dùng đến đối thoại và thương lượng hợp tác để giải quyết các tranh chấp có thể phát sinh;

9 Hỗ trợ các đối tác kinh doanh trong chuỗi cung ứng càng nhiều càng tốt, và nhằm đến chiến lược dài hạn liên tục kinh doanh, thống nhất chuỗi cung ứng và bền vững xã hội.

Chúng tôi đánh giá cao sự hiểu biết, hợp tác và hỗ trợ của các đối tác kinh doanh và các bên liên quan khác và chúng tôi sẵn sàng làm việc và đồng hành với tất cả những bên mua có trách nhiệm trên toàn cầu để vượt qua cuộc khủng hoảng này, hướng tới một tương lai tươi sáng."

TIN HOẠT ĐỘNG CỦA VITAS

tháng 3/2020

Ngày 25-26/3/2020

Vitas làm việc trực tiếp với Bộ Lao động Thương binh & Xã hội và Ngân hàng Nhà nước



Ngày 25/3/2020, Vitas đã có buổi làm việc trực tiếp với ông Đào Ngọc Dung - Bộ trưởng Bộ Lao động Thương binh & Xã hội. Tại đây ông Lê Tiến Trường, Tổng Giám đốc Vinatex kiêm Phó Chủ tịch Vitas cho rằng, dù có khó khăn đến đâu thì quan điểm của ngành Dệt May Việt Nam vẫn quyết tâm tìm mọi biện pháp để bảo tồn lực lượng lao động, ổn định đời sống và an sinh xã hội (do đặc thù ngành dệt may cả nước sử dụng tới gần 3 triệu lao động).

Tuy nhiên áp lực lớn nhất cho doanh nghiệp ngành DMVN hiện nay đang gặp phải đó là về cả tài chính và lao động. Nếu không có sự điều chỉnh về chính sách, khả năng nhiều DN sẽ mất khả năng thanh khoản vào cuối tháng 4/2020.

Theo đó Vitas đã kiến nghị Quỹ Bảo hiểm thất nghiệp và Ngân sách cho

vay để trả 50% lương tối thiểu dành cho công nhân thiếu việc làm, số còn lại sẽ do DN tự lo.

Cụ thể, Vitas trực tiếp kiến nghị Bộ Lao động - Thương binh và Xã hội miễn toàn bộ việc đóng bảo hiểm xã hội đến hết tháng 6/2020, sau đó cho hoãn đóng đến tháng 12/2020 đối với phần của người sử dụng lao động và miễn đóng phần của người lao động; Miễn đóng bảo hiểm thất nghiệp đến hết năm 2020.

Ngay sau đó, ngày 26/3/2020 trong buổi làm việc với ông Lê Minh Hưng - Thống đốc Ngân hàng Nhà nước, Vitas đã đưa ra kiến nghị giảm lãi suất, giãn thời gian trả nợ dài hạn, kéo dài thời gian vay ngắn hạn. Đồng thời, tiếp tục cấp tín dụng nếu có đơn hàng mới dù hạn mức cũ đã hết do dòng tiền thanh toán chậm từ các khách hoãn đơn hàng.

Ngày 25/3/2020

Kỷ niệm Ngày truyền thống ngành dệt may Việt Nam 25/3



Nhân kỷ niệm 90 năm Ngày truyền thống ngành Dệt May Việt Nam, cán bộ công nhân viên Hiệp hội Dệt May VN, Tập đoàn Dệt May VN và Công

đoàn Dệt May VN đã về Bảo tàng Dệt May Việt Nam tại TP. Nam Định để dâng hương tỏ nghê cũng như tưởng nhớ các thế hệ lãnh đạo, CBCNV

ngành dệt may đi trước đã góp sức xây dựng ngành dệt may ngày một phát triển.

Cán bộ, đoàn viên, người lao động ngành Dệt May hôm nay biết ơn và tự hào trước công lao của tiền nhân đã đặt nền móng cho sự phát triển của ngành và những hy sinh, cống hiến của thế hệ cha anh đi trước trong 2 cuộc kháng chiến cũng như trong công cuộc xây dựng XHCN để Việt Nam được tự do, giàu đẹp và phát triển.

Ngày 30/3/2020

Đề xuất kiến nghị các giải pháp hỗ trợ DN giảm thiểu ảnh hưởng của dịch Covid-19

Vitas, Hiệp hội Da giày - Túi xách Việt Nam (LEFASO), Hiệp hội Chế biến và Xuất khẩu Thủy sản Việt Nam (VASEP) đã gửi Công văn tới Ủy ban Thường vụ Quốc hội, Thủ tướng Chính phủ Nguyễn Xuân Phúc, Bộ Lao động - Thương binh và Xã hội, Bộ Tài chính,

Bộ Công Thương, Bộ Giao thông Vận tải, Ngân hàng Nhà nước Việt Nam v.v để xuất kiến nghị các giải pháp hỗ trợ DN giảm thiểu ảnh hưởng của dịch Covid-19 đến sản xuất, xuất khẩu thủy sản, dệt may, da giày.

VINATEX VÀ CÁC ĐVTV TẶNG CỘNG ĐỒNG HƠN 2,6 TRIỆU KHẨU TRANG TƯƠNG ĐƯƠNG 18 TỶ ĐỒNG

Là đơn vị nòng cốt của Ngành Dệt May Việt Nam, Vinatex đã sớm xác định khẩu trang vải phòng dịch trong cộng đồng là một trong những biện pháp hữu hiệu để ngăn chặn lây lan virus, và là sản phẩm mà Vinatex có khả năng sản xuất ngay và cung ứng rộng rãi cho cộng đồng. Do yêu cầu cấp thiết của công tác phòng chống dịch, tất cả các quy trình thiết kế, tổ chức sản xuất, sắp xếp dây chuyền, đào tạo công nhân, đàm phán giảm đơn hàng với các đối tác được Vinatex cùng các

đơn vị thành viên gấp rút triển khai gói gọn trong vòng vài ngày.

Chỉ trong tháng 2 và 3/2020, Tập đoàn cùng các đơn vị thành viên đã phát triển 2 dòng khẩu trang vải phòng dịch trong cộng đồng, được người tiêu dùng tin cậy, đánh giá cao, đó là khẩu trang vải kháng khuẩn 2 lớp với giá 7.000đ/chiếc và khẩu trang kháng giọt bắn, kháng khuẩn 3 lớp với giá 14.000đ/chiếc. Số lượng cung ứng cho thị trường nội địa cho đến ngày 15/4/2020 là 80 triệu chiếc, đáp ứng

Công nhân Dệt kim Đông Xuân hối hả sản xuất để kịp giao đơn hàng



Những ngày cuối tháng 1/2020 là một thời điểm đáng nhớ, khi lần đầu tiên loại virus lạ đang hoành hành ở Vũ Hán – TQ đã vượt qua biên giới và xuất hiện tại Việt Nam. Ngay từ lúc đó, Tập đoàn Dệt May Việt Nam (Vinatex) đã nhận thức được trách nhiệm xã hội của mình trong việc chung tay, góp sức với cộng đồng ngăn ngừa dịch bệnh lan rộng, trước hết vì mục đích đảm bảo an toàn và sức khỏe cho gần 80.000 CBCNV-NLĐ của Tập đoàn.

Bài: MẠC DUNG



Dòng người xếp hàng chờ mua khẩu trang kháng khuẩn Đông Xuân những ngày đầu ra mắt

được nhu cầu của người dân trên cả nước. Hiện nay, năng lực sản xuất của Vinatex có thể đạt tới 100 triệu khẩu trang/tháng, đủ khả năng để phục vụ lâu dài cho công tác phòng chống dịch trong nước và xuất khẩu sang nước ngoài.

Đặc biệt, vào đầu tháng 4/2020, để đáp ứng được những yêu cầu nghiêm ngặt của Bộ Y tế về các yêu cầu kỹ thuật đối với khẩu trang vải phòng dịch tại cộng đồng (theo Hướng dẫn số 870/QĐ-BYT), đồng thời hạn chế nguy cơ người tiêu dùng tiếp cận với những sản phẩm giả, nhái, kém chất lượng, Tập đoàn Dệt May Việt Nam đã cho ra mắt dòng sản phẩm khẩu trang mới mang thương hiệu VINATEX. Khẩu trang vải phòng dịch Vinatex được thiết kế làm giảm nguy cơ hít phải hạt dịch, khí nguy hại trong không khí. Khẩu trang gồm 3 lớp: lớp ngoài cùng bằng vải dệt thoi công nghệ nano bạc, 2 lớp bên trong là vải dệt kim, giúp cho sản phẩm có tác dụng kháng giọt bắn, kháng bụi, kháng khuẩn. 100% nguyên liệu vải dùng may khẩu trang do các nhà máy

thuộc Vinatex sản xuất. Đặc biệt, chỉ tiêu "Trở lực hô hấp" của khẩu trang hoàn toàn đáp ứng yêu cầu theo QĐ 870 của Bộ Y tế, giúp người dùng có thể hít thở bình thường. Đồng thời, khẩu trang Vinatex có khả năng diệt khuẩn lên tới 90% theo tiêu chuẩn Nhật Bản JIS L1902 và AATCC 100 của Mỹ, tính năng kháng khuẩn này vẫn được bảo lưu sau nhiều lần giặt. Giá bán lẻ ra thị trường được giữ nguyên ở mức 14.000đ/chiếc, đảm bảo dòng khẩu trang đủ tiêu chuẩn phòng dịch của Vinatex có thể đến được với mọi đối tượng trong xã hội.

Với cương vị là một Tập đoàn kinh tế lớn của cả nước, song song với việc tận dụng năng lực để sản xuất một mặt hàng hoàn toàn mới phục vụ cộng đồng, thì Vinatex cũng đã rất tích cực trong việc chia sẻ những khó khăn với các điểm nóng trong công tác phòng dịch, góp phần vào những thành công bước đầu trong cuộc chiến chống dịch Covid-19 của toàn Đảng, toàn dân. Trong hoàn cảnh đại dịch Covid-19 hoành hành, Ngành Dệt May là một trong những

ngành chịu thiệt hại nặng nề nhất do chuỗi cung ứng gián đoạn nghiêm trọng dẫn đến thiếu nguyên vật liệu, làn sóng hoãn - huỷ đơn hàng tràn ra trên phạm vi toàn cầu, trong khi vẫn phải đảm bảo công ăn việc làm và thu nhập cho con số lao động khổng lồ đang làm việc trong ngành. Dù phải đối mặt với muôn vàn khó khăn như vậy, nhưng với truyền thống đoàn kết – sẻ chia, Tập đoàn và các đơn vị thành viên đã tìm tòi, sáng tạo, tiết kiệm mọi chi phí, khiến năng suất, chất lượng được nâng cao hơn dù thời gian, số lượng công việc có thể ít đi, để bảo toàn sự sống cho doanh nghiệp và chia sẻ với cộng đồng, hoàn thành trách nhiệm xã hội của mình. Tính tới đầu tháng 4, Tập đoàn, Công đoàn Dệt May và các đơn vị thành viên đã dành hơn 2,6 triệu khẩu trang cho các mục đích thiện nguyện, với giá trị lên tới 18 tỷ đồng (ngoài ra còn có các đợt quyên tặng áo vải kháng khuẩn, nước rửa tay, sách...), vượt xa con số 500.000 khẩu trang mà Vinatex đã cam kết ủng hộ trong những ngày đầu. Không dừng ở đó, Tập đoàn, Công đoàn



Dệt may Hòa Thọ là một trong những đơn vị tích cực đi đầu trong công tác thiện nguyện



May 10 tổ chức phát khẩu trang miễn phí cho người đi đường

Ngành và các đơn vị thành viên đã, đang và sẽ tiếp tục duy trì hoạt động thiện nguyện này tại các điểm nóng trên toàn quốc, cam kết đồng hành cùng Chính phủ và nhân dân cả nước trong cuộc chiến đẩy lùi kẻ thù vô hình Covid-19.

Đại dịch này là một thảm họa đối với nhân loại, làm chao đảo toàn bộ thế giới, tuy nhiên ở một khía cạnh nhỏ tích cực nào đó, nó cũng để lại cho chúng ta những trải nghiệm và những hình ảnh đẹp. Đó là hình ảnh những người công nhân may lành nghề của Dệt kim Đông Xuân, May Nam Định... tập làm những chiếc khẩu trang đầu tiên trong đời. Là hình ảnh thấy trò Trường Đại học Công nghiệp Dệt May Hà Nội, Trường Cao đẳng nghề Long Biên... đang đốc sức may khẩu trang không hề có thù lao để phát, tặng miễn phí cho người đi đường và nhân dân các vùng lân cận. Là hình ảnh hàng dài người xếp hàng chờ đến lượt mua khẩu trang

ở các điểm bán hàng trong những ngày đầu khi sản lượng của Vinatex còn khiêm tốn, kiên nhẫn chờ đợi để mua đủ 5 chiếc phần mình để nhường cơ hội mua hàng cho những người đến sau. Là những hình ảnh ghi lại những lần đại diện của Vinatex và các đơn vị thành viên tới những điểm nóng của dịch Covid-19, thậm chí là đến những vùng được coi là "tâm dịch" để trao tặng những phần quà là khẩu trang, áo vải kháng khuẩn tới cho những đối tượng có nhu cầu cấp thiết.

Dịch bệnh cũng là một dịp để khảo nghiệm khả năng thích nghi và ứng phó với tình hình mới, thử thách bản

lĩnh và tính sáng tạo của mỗi cá nhân cũng như mỗi tổ chức, doanh nghiệp, đồng thời đo lường trách nhiệm đối với xã hội và cộng đồng. Cuộc chiến này được dự đoán sẽ còn kéo dài, những thiệt hại mà nó gây ra sẽ càng ngày càng nghiêm trọng, đây chính là thời điểm để phát huy truyền thống tương thân tương ái, lá lành đùm lá rách, một người vì mọi người. Với những sự sẻ chia tốt đẹp đang diễn ra trên khắp Việt Nam vào thời điểm này, mà Vinatex hạnh phúc vì được là một phần trong đó, chúng ta có cơ sở để tin rằng, ngày chúng ta được tự do xuống phố, không cần ngại trao nhau những cái nắm tay và những chiếc ôm sẽ không còn xa.

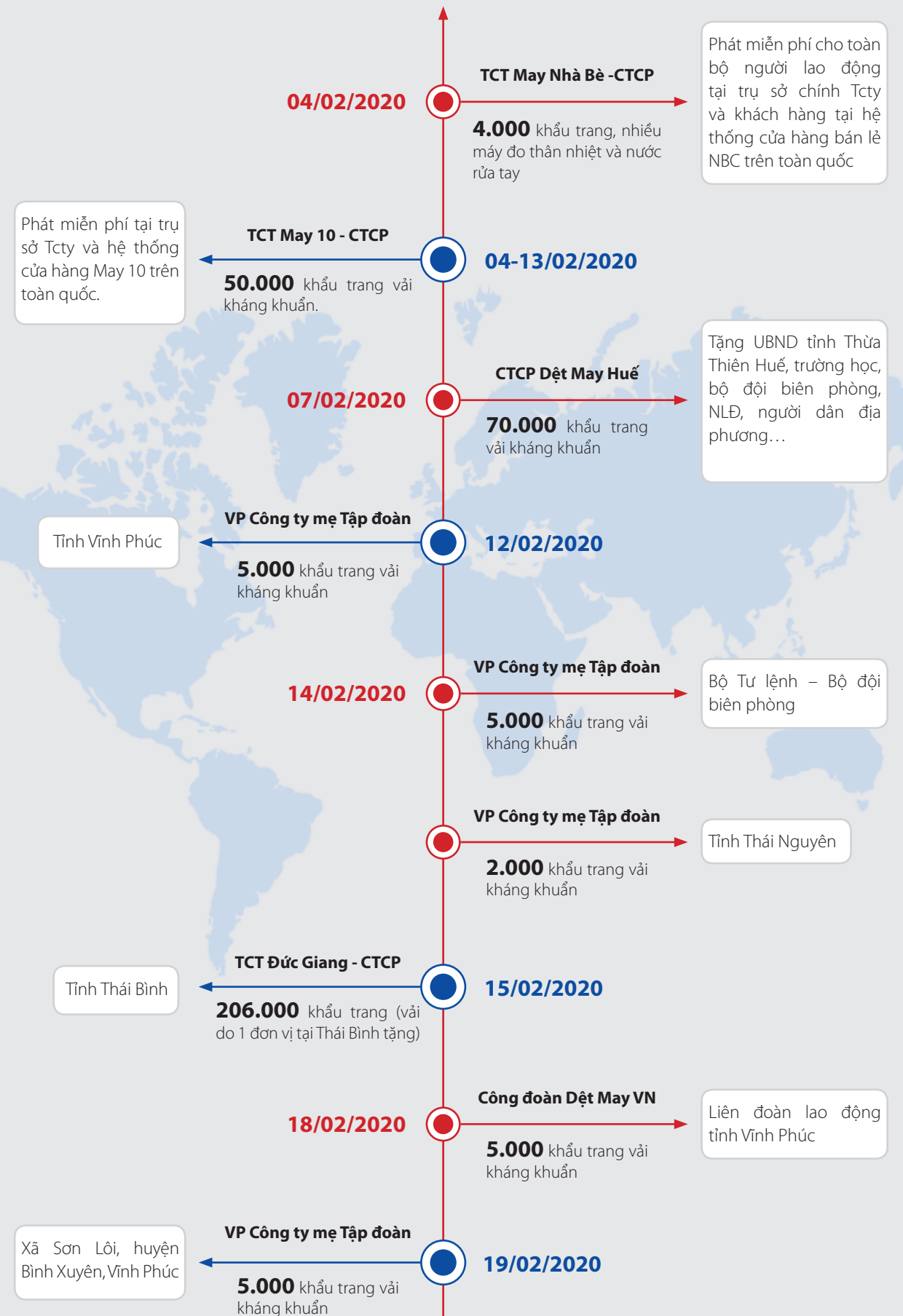


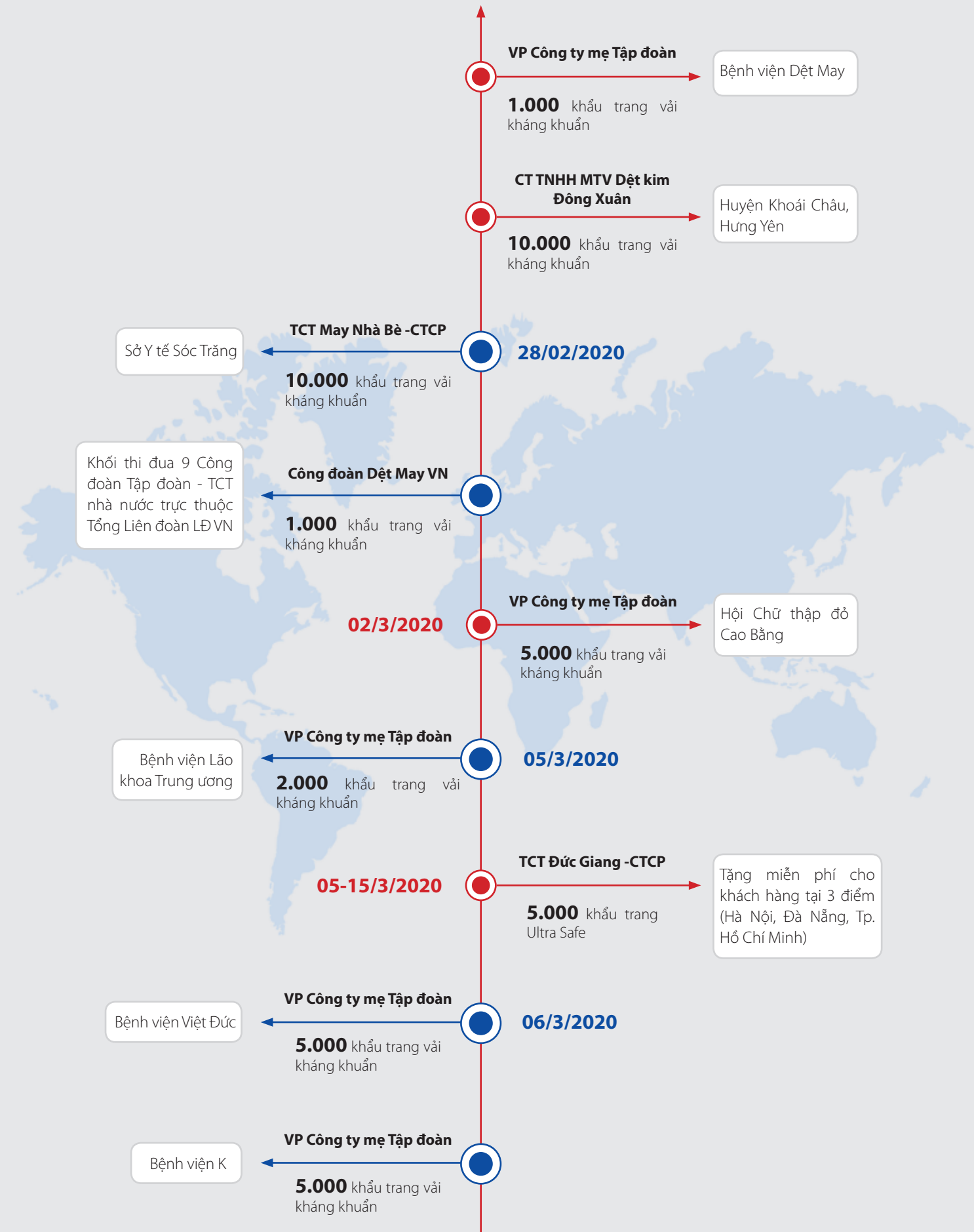
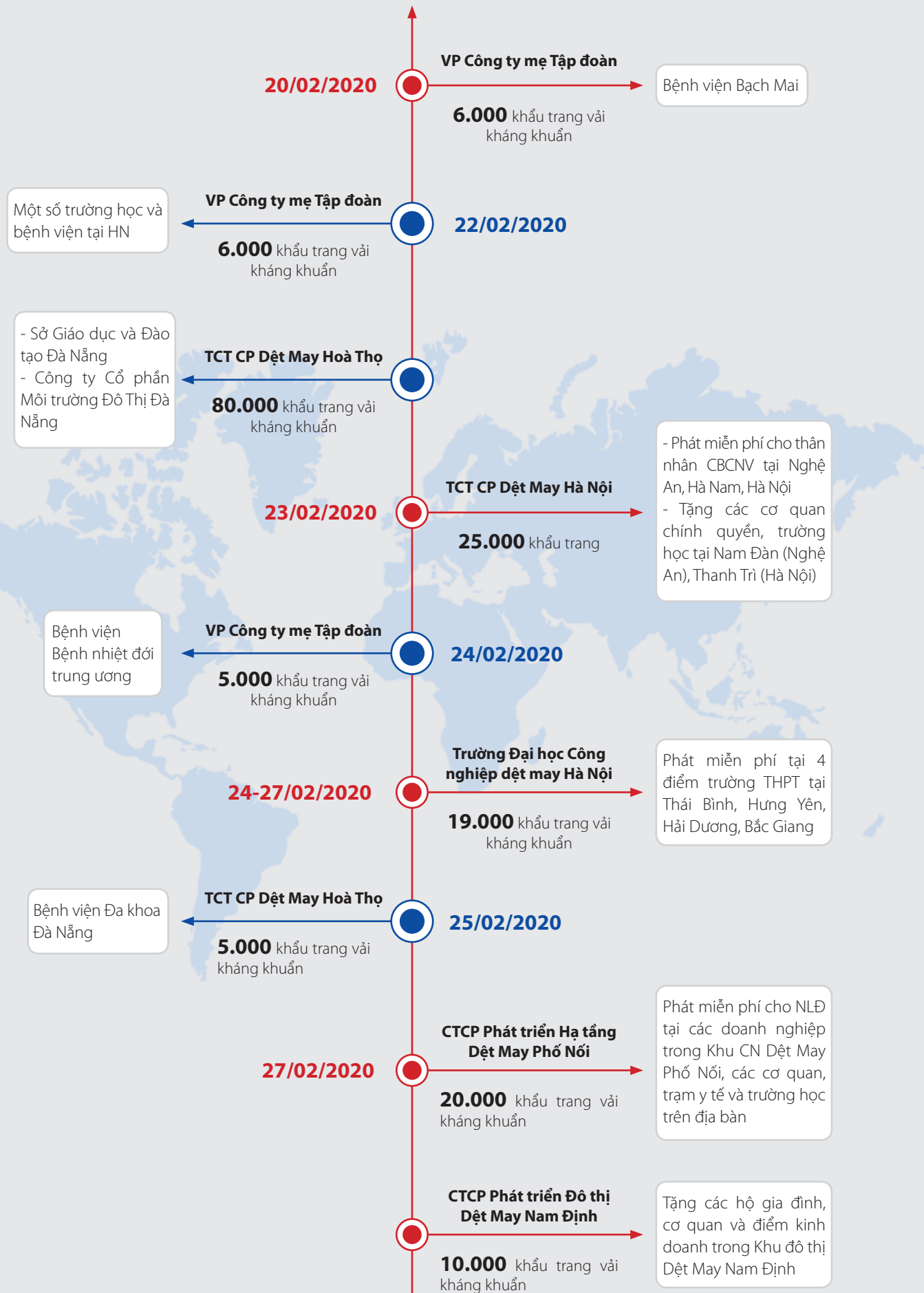
Đại diện Tập đoàn tặng khẩu trang cho huyện Bình Xuyên - VP

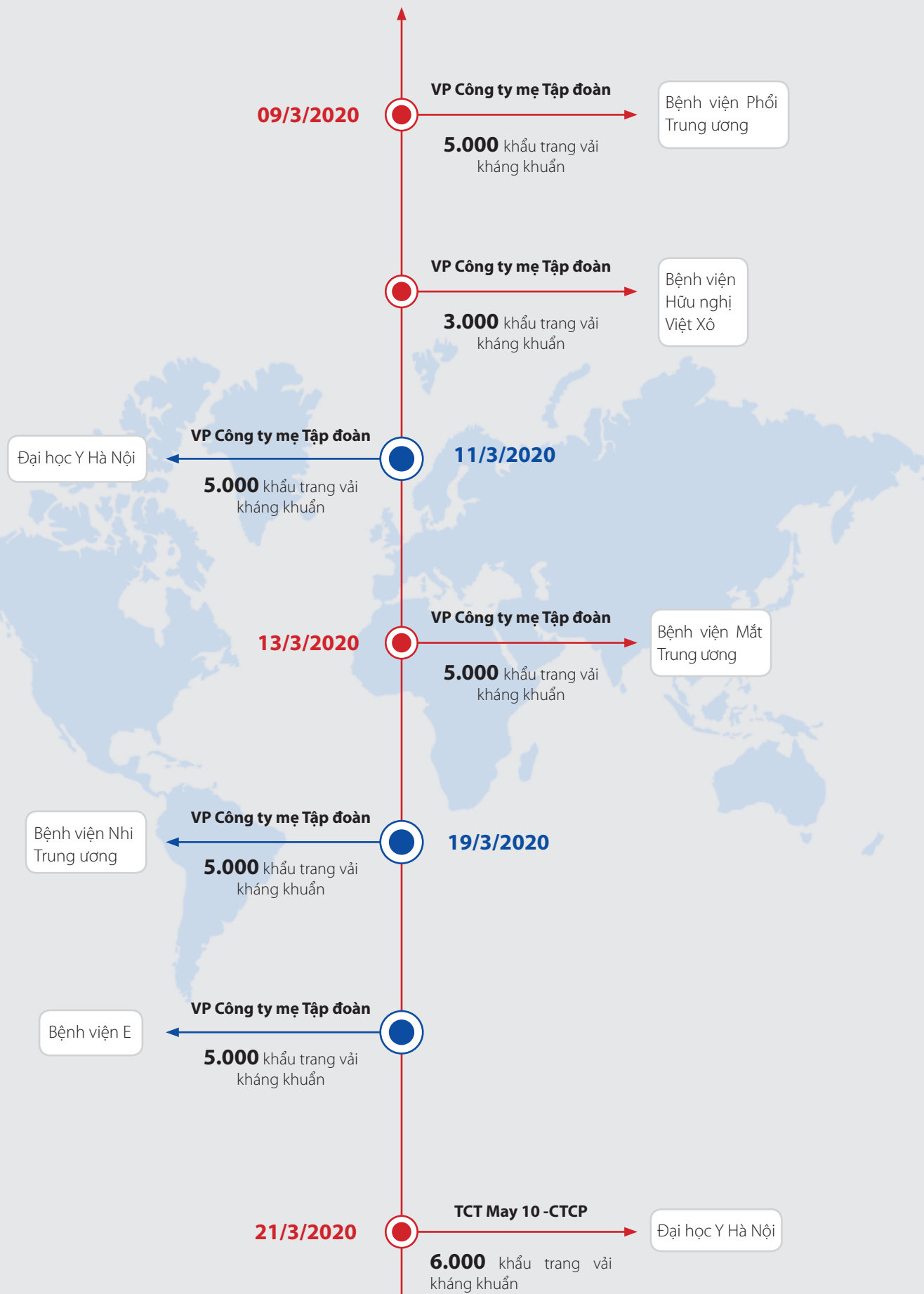


Thầy trò Trường CĐ nghề Long Biên đốc sức may khẩu trang phát tặng người dân

HÀNH TRÌNH THIỆN NGUYỆN CỦA VINATEX TRONG CUỘC CHIẾN ĐỐI ĐẦU VỚI KẼ THÙ VÔ HÌNH MANG TÊN COVID-19







Để ngừng lây lan dịch Covid-19, mọi người trên thế giới cần đeo khẩu trang, bằng chứng khoa học đã rõ ràng. Bởi thậm chí những người đã nhiễm virus corona, nhưng chưa có triệu chứng bệnh, vẫn có thể lây virus cho người khác. Và chỉ cần một cái khẩu trang vải thông thường cũng có thể giúp ta tránh được những giọt bắn gây hại.

Bài: **KIẾU MAI** (Theo The Guardian và nguồn tin khác)



(chúng ta không hề biết), và khi ta nói chuyện, cười bình thường, là chúng ta đã phát tán virus ra không khí xung quanh và có thể làm người khác nhiễm bệnh. Và quan trọng là, công chúng không cần thiết phải đeo loại mặt nạ phòng độc N95, loại đang rất khan hiếm và được thiết kế sản xuất dành cho bác sĩ trong bệnh viện, giúp họ an toàn trong công việc tiêm tâng nguy cơ lây nhiễm nguy hiểm.

Tiến sĩ Harvey Fineberg – Chủ tịch Ban chấp hành Viện khoa học quốc gia (Anh) – nói: “Tôi không chọn dùng đeo khẩu trang y tế bởi các bác sĩ trong bệnh viện đang cần nó hơn tôi. Tôi có thể dùng khăn, hoặc vài món vải có công dụng tương tự”. Ông đã nói điều này khi tổ chức một nhóm chuyên gia y tế đưa ra những tư vấn mang tính thực tiễn cao giúp công chúng đối phó với mối đe dọa thuộc loại lớn nhất trong thế kỷ 21 này, với khuyến cáo rằng virus có thể lây lan qua việc chúng ta nói, thậm chí là hít thở.

Nguồn ảnh: *cNBC.com*

Giáo sư David Heymann, tư vấn viên của Tổ chức Y tế thế giới (WHO) thì cho rằng: “Đeo khẩu trang có hiệu quả tương đương, thậm chí hơn so với việc đứng cách nhau 2 mét”. Ngày 03/4/2020, công trình nghiên cứu kéo dài 5 năm của trường Đại học Hongkong và Maryland đã công bố và chỉ ra rằng, chiếc khẩu trang đơn giản có thể chống 100% giọt bắn lây lan virus. Và khẩu trang có lẽ chính là vũ khí quan trọng nhất trong cuộc chiến của loài người chống lại virus. Vậy mà ngay từ đầu, nhiều người đã không dùng khẩu trang, nhiều quốc gia đã không khuyến cáo người dân nước mình dùng khẩu trang.

Những dữ liệu được minh chứng thực tế khác cũng làm rõ điều này. Những quốc gia khuyến cáo hoặc bắt buộc toàn dân đeo khẩu trang, có số lượng người nhiễm Covid-19 thấp hơn hẳn những quốc gia mà người dân không thực hiện đeo khẩu trang rộng rãi. Đồng thời, chúng ta cũng chứng kiến kết quả ấn tượng của một số quốc gia đã áp lệnh đeo khẩu trang như luật mới của họ. Ở Hàn Quốc, tình trạng khan hiếm khẩu trang diễn ra tới cuối tháng 2/2020, cho đến khi Chính phủ phải vào cuộc cam kết cung ứng đủ khẩu trang cho mọi người dân, dẫn tới số ca nhiễm Covid-19 giảm dần, tới mức thấp, và không có tình trạng kinh tế bị suy sụp ở quốc gia này. Nhưng trước đó, khi chưa đủ khẩu trang, tình trạng lây nhiễm ở Hàn Quốc cũng khủng khiếp như ở Ý.

Các chuyên gia nghiên cứu chính sách kinh tế ở Stanford chỉ ra rằng, khuyến nghị của những tổ chức, các nhà chức trách chống lại việc đeo khẩu trang hầu như không tương thích với hiệu quả thực tế rõ ràng. Còn mô hình nghiên cứu của các nhà nghiên cứu tại Yale thì ước tính rằng, mỗi ca bệnh Covid-19 điều trị có mức đầu tư từ 3.000-6.000 USD, trong khi một cái khẩu trang vải nếu làm tiết kiệm từ một cái áo phông cũ, hoặc từ khăn trải bàn, do một bà mẹ cặm cụi may ở nhà, thì có giá bằng 0 USD.

CẢ THẾ GIỚI ĐEO KHẨU TRANG?

Bạn có thể vô tình đi vào một số cửa hàng nào đó và làm lây lan virus cho hàng chục người, thậm chí cả trăm người, và có thể vài người trong số đó sẽ chết. Nhưng bạn lại không hề biết điều đó.

Mối lo trên xuất phát từ thực tế rằng, những người nhiễm Covid-19 trong tuần đầu tiên có khả năng lây lan nhanh nhất cho người khác, trong lúc họ chưa hề có triệu chứng gì hoặc triệu chứng biểu hiện rất nhẹ, khó nhận biết. Nói cách khác, virus dịch chuyển như một kẻ ám sát thầm

lặng, với sự hỗ trợ của những đồng phạm vô tình. Rất có thể bạn là một trong những đồng phạm đó. Chỉ có cách để tránh là bạn hãy đeo khẩu trang, và giữ khoảng cách an toàn với người khác (theo khuyến cáo chung thì khoảng cách an toàn là 2 mét).

Một nghiên cứu mới đây được nhà Virus học Harold Varmus (Anh) – từng đoạt giải Nobel y học - hỗ trợ, cho kết quả rằng khi ta dùng chỉ một chiếc khăn che miệng, mũi cũng đã có thể làm giảm tới 99% giọt bắn khi ta nói, cười, ho, hắt hơi. Như vậy, căn cứ khoa học là đã rõ ràng, dù bị bệnh



Một phụ nữ đeo chiếc khẩu trang đính hoa ấn tượng đứng trên cầu Charles (thủ đô Praha – cộng hòa Czech). Tỷ lệ người dùng khẩu trang tại đây đã tăng nhanh kỷ lục, từ 0% người dùng lên tới 100% người dùng và hoàn toàn do Covid-19 “quyết định” - chỉ sau 3 ngày có chiến dịch truyền thông xã hội và truyền thông từ những nhân vật gây ảnh hưởng.



Khẩu trang ba lớp với lớp ngoài cùng bằng vải dệt thoi công nghệ nano bạc của Vinatex

Một phân tích từ Cục quản lý thực phẩm - dược phẩm với hiện tượng cúm, chỉ ra rằng, nếu 50% dân số đeo khẩu trang, thì khả năng lây lan giảm đi một nửa, còn khi 80% dân số đeo khẩu trang, hiện tượng lây lan cơ bản được loại bỏ.

Đó là lý do khiến một số quốc gia đã áp lệnh sử dụng khẩu trang khi hội họp đông người, hoặc thậm chí khi ra nơi công cộng, như trên các phương tiện giao thông công cộng, các cửa hàng...

Đeo khẩu trang đã được luật quy định ở các nước như Israel, Áo, Czech, Mông Cổ, Hongkong, và các nước khác nữa. Mỗi ngày lại có thêm quốc gia thông báo luật đeo khẩu trang khi ra nơi công cộng. Tại Mỹ, nơi luật đeo khẩu trang chậm được ban bố, nhiều quận trong một số bang đã tự áp luật riêng trước, yêu cầu người dân đeo khẩu trang, ví dụ quận Laredo (bang Texas), quận Riverside (bang California). Họ đã tự tạo luật riêng áp dụng cho người dân địa phương đeo khẩu trang. New York và Texas chưa dùng đến luật này, nhưng các nhà lãnh đạo cũng đã ra lời thỉnh cầu công chúng nên dùng khẩu trang khi ra nơi công cộng.

Tuy nhiên, khẩu trang cũng không thay thế được biện pháp khác nữa là rửa tay xà phòng, hoặc nước sát

khuẩn, và giữ khoảng cách 2m với người cần tiếp xúc. Chúng ta cần dùng trọn "gói" công cụ này để chặn tay kẻ giết người Covid-19.

Truyền thông Anh khuyên dân chúng rằng, nếu họ không thể dựa vào chính phủ trong việc tìm ra các phương pháp bảo vệ, thì tự họ phải tìm những gì có trong khả năng để tự cứu mình. Họ cần dựa vào cộng đồng ở nơi sở tại để mong đạt được tỷ lệ kỷ diệu: 80% tuân thủ đeo khẩu trang. Anh hy vọng có khả năng thực hiện được điều này, bởi từ tháng 3/2020, cộng hòa Czech cũng đã áp luật đeo khẩu trang. Tại Czech, nhờ một chiến dịch truyền thông hiệu quả tuyệt vời với sự tham gia của những nhân vật có ảnh hưởng xã hội lớn đã khiến tỷ lệ tăng vọt, từ 0% người dân dùng khẩu trang tới 100% sử dụng chỉ trong vòng 3 ngày. Và Chính phủ Czech đã 'tát nước theo mưa' áp luật toàn bộ dân chúng đeo khẩu trang ngay sau đó. Khi không có đủ khẩu trang bán, những người phụ nữ đã mua vải, hoặc cắt quần áo cũ ra làm khẩu trang. Dân Czech có đủ khẩu trang hơn so với dân các nước châu Âu khác. Chính vì vậy mà tỷ lệ người mắc Covid-19 ở nước này cũng thấp hơn các nước láng giềng. Rõ ràng, chúng ta nhận thấy rằng việc đeo khẩu trang là cần thiết và mỗi cộng đồng, quốc gia nên áp dụng.

"Và cho dù dịch Covid -19 có chấm dứt, thì ít nhất từ 3-6 tháng sau đó, người dân ở bất cứ nơi đâu sẽ tiếp tục đeo khẩu trang." – Martin Silbernagl, một công dân Czech cho biết.

Còn tại Việt Nam, một quốc gia có người dân đã quen đeo khẩu trang từ lâu, thì việc khuyến khích người dân dùng khẩu trang đã được tuân thủ khá cao ngay trong thời gian đầu. Điều này cũng cho kết quả tỷ lệ người nhiễm Covid-19 rất thấp dù Việt Nam có khoảng cách địa lý gần nhất và có người nhiễm virus ngay từ tháng 2/2020.

Là một đất nước đứng trong Top 3 xuất khẩu hàng dệt may, ngay từ thời đầu có dịch Covid-19, các doanh nghiệp DMVN đã linh hoạt bắt tay vào sản xuất khẩu trang vải phòng dịch phục vụ cộng đồng. Hiện nay, năng suất đã đạt mức cao và có thể xuất khẩu sang các nước Âu, Mỹ, Nhật, Hàn như các mặt hàng may mặc khác. Dựa trên nguồn lực sẵn có, nguồn nguyên liệu tự sản xuất, khẩu trang vải phòng dịch của Việt Nam đã được người tiêu dùng trong nước và quốc tế tín nhiệm.

Đơn cử, Vinatex và các công ty thành viên đã phát triển hai dòng khẩu trang ngay từ những ngày đầu tiên thế giới xuất hiện đại dịch. Dòng thứ nhất là khẩu trang vải dệt kim kháng khuẩn hai lớp, và dòng thứ hai là khẩu trang ba lớp với lớp ngoài cùng bằng vải dệt thoi công nghệ nano bạc (do Dệt Kim Đông Phương sản xuất) có tác dụng kháng giọt bắn, kháng bụi, kháng khuẩn, hai lớp bên trong là vải dệt kim kháng khuẩn (do Dệt Kim Đông Xuân và 1 số đơn vị thành viên khác của Vinatex sản xuất). Đáng chú ý là ngay từ khâu dệt, Vinatex và các công ty thành viên đã lựa chọn loại sợi và công nghệ dệt xử lý sao cho vải mềm, thoáng, đáp ứng nghiêm ngặt tiêu chuẩn kỹ thuật theo Hướng dẫn số 870/QĐ – BYT ngày 12/3/2020 về các yêu cầu kỹ thuật khẩu trang vải phòng dịch tại cộng đồng ●

CHÍNH SÁCH MỚI tháng 4/2020

Cơ quan ban hành	Số Quyết định	Nội dung	Ngày có hiệu lực
Chính phủ	Nghị định số 21/2020/NĐ-CP	Bãi bỏ hàng loạt quy định xử phạt vi phạm hành chính trong hoạt động đầu tư xây dựng, khai thác khoáng sản làm vật liệu xây dựng, kinh doanh bất động sản. Cụ thể: • Bãi quy định xử phạt với hành vi lựa chọn tổ chức, cá nhân không đủ điều kiện tham gia hoạt động lập dự án đầu tư xây dựng; thẩm tra dự án đầu tư xây dựng (trước đây bị phạt từ 30 - 40 triệu đồng). • Bãi quy định xử phạt nhà thầu nước ngoài không công bố thông tin trên trang thông tin điện tử theo quy định khi tham gia các hoạt động xây dựng (trước đây bị phạt từ 30 - 40 triệu đồng)...	01/04/2020
Chính phủ	Nghị định số 41/2020/NĐ-CP	Gia hạn thời hạn nộp thuế và tiền thuê đất. Theo đó, Nghị định quy định việc gia hạn thời hạn nộp thuế giá trị gia tăng, thuế thu nhập doanh nghiệp, thuế thu nhập cá nhân và tiền thuê đất.	08/04/2020
Chính phủ	Nghị định 28/2020/NĐ-CP	Quy định xử phạt vi phạm hành chính trong lĩnh vực lao động, bảo hiểm xã hội, đưa người Việt Nam đi làm việc ở nước ngoài theo hợp đồng, thay thế Nghị định 95/2013/NĐ-CP và Nghị định 88/2015/NĐ-CP trước đó. Đáng chú ý là quy định xử phạt đối với người sử dụng lao động trả lương không đúng hạn cho người lao động. Theo đó, người sử dụng lao động sẽ bị phạt tiền: - Từ 05 - 10 triệu đồng nếu vi phạm từ 01 - 10 người lao động; - Từ 10 - 20 triệu đồng nếu vi phạm từ 11 - 50 người lao động; - Từ 20 - 30 triệu đồng nếu vi phạm từ 51 - 100 người lao động; - Từ 30 - 40 triệu đồng nếu vi phạm từ 101 - 300 người lao động; - Từ 40 - 50 triệu đồng nếu vi phạm từ 301 người lao động trở lên. Mức phạt này được áp dụng với người sử dụng lao động là cá nhân. Trường hợp người sử dụng lao động là tổ chức thì mức phạt gấp 02 lần. Và như vậy, doanh nghiệp sẽ bị phạt tối đa 100 triệu đồng nếu chậm trả lương cho người lao động.	20/03/2020
Chính phủ	Nghị định số 25/2020/NĐ-CP	Theo đó, thời gian thẩm định kế hoạch lựa chọn nhà đầu tư tối đa là 20 ngày kể từ ngày nhận được đầy đủ hồ sơ trình duyệt. Như vậy, thời gian thẩm định kế hoạch lựa chọn nhà đầu tư đã được rút ngắn 10 ngày so với quy định hiện hành tại Nghị định 30/2015/NĐ-CP ngày 17/3/2015. Thời gian trong quá trình lựa chọn nhà đầu tư đối với một số nội dung khác vẫn được giữ nguyên, đơn cử như: • Thời gian phê duyệt kế hoạch lựa chọn nhà đầu tư tối đa là 10 ngày kể từ ngày nhận được báo cáo thẩm định. • Thời gian chuẩn bị hồ sơ dự sơ tuyển tối thiểu là 30 ngày, kể từ ngày đầu tiên phát hành hồ sơ mời sơ tuyển cho đến ngày có thời điểm đóng thầu (Nhà đầu tư phải nộp hồ sơ dự sơ tuyển trước thời điểm đóng thầu).	20/04/2020



Sự tương đồng giữa cốt truyện của bộ phim "Contagion" vào năm 2011 của đạo diễn Steven Soderbergh với những gì đang diễn ra trên toàn cầu đã khiến cho bộ phim lập tức quay trở lại Bảng xếp hạng Top 10 trên iTunes.

ĐẠI DỊCH COVID-19 ĐÃ ĐƯỢC TIÊN ĐOÁN TỪ NĂM 2011?

Bài: HÂN HOÀNG



Sức hút của nó chỉ đứng sau hai tác phẩm là "Joker" và "Ký sinh trùng". Tuy nhiên, căn bệnh cúm trong phim xuất phát từ Hong Kong, còn căn bệnh Covid-19 ở ngoài đời hiện nay xuất phát từ Vũ Hán, Trung Quốc. Căn bệnh trong phim và ngoài đời đều được dự đoán từ loài dơi. Cả hai mầm bệnh đều có khả năng lan rộng trên toàn cầu và giết chết hàng ngàn người bởi những triệu chứng giống như bệnh cúm. Thêm một điểm khác biệt trong bộ phim "Contagion", đó là mọi người đã xác định được "bệnh nhân số 0" - người đầu tiên bị nhiễm bệnh. Trong khi đó ở ngoài đời thực, các nhà khoa học vẫn chưa xác định được người đầu tiên bị nhiễm Covid-19 và đã khiến cho nó lan rộng trên gần như toàn bộ các quốc gia trên toàn thế giới. Trong khi các khán giả cho rằng sự tương đồng này là một điều lạ thường thì nhà biên kịch của bộ phim - ông Scott Z. Burns cho biết: "Tôi không cảm thấy ngạc nhiên, vì khi trao đổi với các chuyên gia trong lĩnh vực y học, trong quá trình đang nghiên cứu bộ phim, họ đều cho rằng không quan trọng dịch bệnh sẽ xảy ra như thế nào, mà quan trọng là điều đó sẽ diễn ra khi nào. Tôi học được từ các nhà khoa học một điều rằng, dịch bệnh này chắc chắn sẽ diễn ra, chỉ là sớm hay muộn mà thôi". Nhà biên kịch cho biết, lý do ông thực hiện bộ phim này là để giành cho trường hợp khi dịch bệnh bùng

phát như hiện nay, và nó sẽ cung cấp những bài học cơ bản để áp dụng vào những mùa cúm. **Nếu bạn thực sự bị bệnh, bạn có thể tự cách ly, cố gắng ở nhà, không nên tiếp xúc với đồng nghiệp hay người thân, chú ý rửa tay thường xuyên, không nên đưa trẻ đến trường và không đi ra ngoài khi đang bị bệnh.**

Toàn bộ tác phẩm là câu chuyện và diễn biến dịch bệnh giả tưởng MEV-1 có xuất phát điểm từ Hong Kong và lan rộng ra toàn cầu. Tạp chí nổi tiếng bậc nhất thế giới "News week" đã xếp "Contagion" vào Top 5 "Cuốn sách và Bộ phim" tiên đoán chuẩn xác nhất về đại dịch Covid-19, với lời giới thiệu đây là bộ phim mô tả chính xác nhất về virus từng được thực hiện và thực sự giống với những gì mà dịch bệnh Covid-19 đang diễn ra. Bộ phim mở đầu khi một phụ nữ có tên Beth Emhoff (do nữ diễn viên nổi tiếng thế giới Gwyneth Paltrow thủ vai) trở về Mỹ sau chuyến công tác tại Hong Kong và mang theo một loại virus gây chết người mà không hề hay biết. Chỉ hai ngày sau khi về nước, cô ngã quy xuống sàn và co giật không ngừng. Chồng của người phụ nữ này đưa cô đến bệnh viện, tuy nhiên mặc cho sự nỗ lực của đội ngũ y tế, Beth vẫn không qua khỏi. Sau đó con trai của Beth cũng qua đời với những biểu hiện bệnh tương tự. Tại Atlanta, đại diện của Bộ an ninh nội địa đã gặp bác sĩ Ellis Cheever (do nam diễn viên

Laurence Fishburne đóng) thuộc Trung tâm Kiểm soát và Phòng ngừa dịch bệnh (CDC) và bày tỏ mối quan ngại rằng căn bệnh mới chính là một vũ khí sinh học sẽ gây ra khủng bố vào dịp lễ Tạ ơn. Tiến sĩ Ellis đã cử Tiến sĩ Erin Mears (do nữ diễn viên Kate Winslet thủ vai) đến Minneapolis - nơi ở của Beth để điều tra. Trong khi cơ quan chức năng điều tra về dịch bệnh, một số người đã nhiễm loại virus này trên toàn cầu. Cách truyền nhiễm của MEV-1 cũng giống như Covid-19 hiện nay, đó là lan truyền qua dịch cơ thể của người bệnh hoặc qua các con đường tiếp xúc trực tiếp như bắt tay, chạm vào mặt hoặc gián tiếp như chạm vào bề mặt nhiễm virus sau đó đưa lên mắt, mũi, miệng. Ngoài ra diễn biến của dịch bệnh MEV-1 cũng giống như Covid-19 hiện nay, khi một loạt các tin đồn được dựng lên gây hoang mang cho con người: tất cả đồ xô đi mua đồ dự trữ, hệ thống y tế quá tải khiến cho các nhân viên y tế tử vong - điều mà chúng ta đang chứng kiến ở đời thực tại hàng loạt các quốc gia hiện nay. Cuối cùng thì dịch bệnh MEV-1 trong "Contagion" chỉ được đẩy lùi khi một loại vaccine được ra đời. Để vaccine xuất hiện sớm nhất có thể, một nhân viên y tế tên là Ally đã phải bí mật tự tiêm thử nghiệm lên người mình, sau đó cô chạm vào người cha đang bị MEV-1 để xem vaccine có thành công hay không. Đến ngày vaccine được ra đời đã có 2,5 triệu người Mỹ và 26 triệu người trên toàn thế giới đã qua đời.

"Contagion" được mọi người đánh giá là tiên đoán trước được dịch bệnh Covid-19. Tuy nhiên cũng cần phải nói rằng, bộ phim được dựa trên tư vấn của các nhà khoa học về dịch bệnh và đi theo đúng trình tự của một dịch bệnh truyền nhiễm. Nói cách khác, bộ phim đi theo đúng khuôn mẫu của một đại dịch do virus gây nên, được xây dựng một cách chuẩn xác và ít hư cấu nhất trong số các phim về dịch bệnh. Vì vậy, người ta thấy "rùng mình hoảng sợ" với những gì đang xảy ra với thế giới thực - giống y hệt với "Contagion" vào năm 2011, thì cũng không phải là điều bất ngờ. ●



TỈNH THỨC

Truyện ngắn của tác giả: **KIẾU BÍCH HẬU**

Gửi đi cái email thứ 19 hay 20 trong ngày, Trà cương quyết tắt laptop, sau khi ngó góc trái màn hình, thấy hiển thị 3 giờ sáng.

Cô không muốn làm việc khuya thế này, nhưng chỉ vì cái hợp đồng to xụ vừa ký với Tập đoàn may mặc EcoPro mà cô phải cố gắng. Cũng chỉ vì tham vọng giành vị trí số 1 trong thị trường cung ứng khẩu trang vải phòng dịch cộng đồng của Tập đoàn này, mà Trà cùng đội của cô đã làm việc thâu đêm suốt sáng nhiều ngày vô cùng mệt mỏi. Nhưng mẹ kiếp, cô không bỏ cuộc, cô sẽ gắng đến đích. Chết cũng phải lết đến đích. Giá trị hợp đồng này đủ lớn khiến cô có thể nghỉ ngơi chơi nhởi cả năm, du lịch bất cứ nơi nào trên thế giới.

Nằm duỗi dài trên giường, thả lỏng các cơ, Trà bắt đầu thiền để đi vào giấc ngủ sâu.

Bỗng chuông điện thoại réo. Của nợ! Ai mà còn gọi cô vào giờ này! Trà đành nhồm dậy, tay với điện thoại đặt trên cái đôn đầu giường. Hình Bob với con số 3 nổi lên màn hình xanh. Trà đánh số ba người quan trọng nhất trong cuộc đời cô: 1: Mẹ, 2: Sếp hiện tại, và 3: Bob.

- Anh vừa phá giấc mơ ngủ của em. – Trà giả bộ nói.

- Đừng lừa anh. Em chưa ngủ được đâu. Vì anh nhớ em và muốn hôn lên đó. – Bob cợt nhả.

- Nói đi, anh cần gì? – Trà ngáp.

- Anh muốn tìm nhà cung ứng cho đơn hàng hơn một tỷ cái khẩu trang phòng dịch cho châu Âu. – Bob nói gọn.

- Hà? – Trà nhồm dậy, ối cha mẹ ơi. Sao lại có chuyện thần kỳ thế này – Anh lại quay sang buôn bán khẩu trang sao? Corona virus ăn hết phần mềm an ninh của anh rồi à?

- Em có tìm được nguồn hàng cho anh không nào? – Bob trở lại lạnh lùng như anh vốn thế.

- Có ngay. Anh gửi yêu cầu chi tiết quy

cách sản phẩm qua email cho em. Em sẽ có câu trả lời cho anh sớm nhất.

Trà tỉnh ngủ hẳn. Cô nhanh chóng rời giường, tới bàn máy tính làm việc. Đại dịch Covid-19 quả là có sức mạnh khó lường, xoay chuyển, hoặc tung hô tất cả. Bob-một doanh nhân Đức, người vốn luôn tự hào về sự chuyên nghiệp đỉnh cao trong ngành phần mềm an ninh, chẳng bao giờ thèm để mắt tới các thể loại kinh doanh sản phẩm khác, nay lại xoay sang ngành y tế cộng đồng ư?

Nhưng quả là sự may mắn không tưởng, khi cô đang làm marketing cho sản phẩm khẩu trang này. Trong khi nhiều doanh nghiệp phá sản vì Covid, nhiều người mất việc, thì Trà lại bận việc, Bob có vẻ cũng chẳng rảnh tay. Họ là những người biết tìm “cơ” trong “nguy”. Trà mỉm cười khoái chí khi ánh sáng xanh màn hình laptop tỏa rạng, hắt lên gương mặt cô màu xanh có phần ma quái. Liệu Bob có phải là dân Do Thái? Chính thức quan hệ với Bob sáu tháng nay, ngay cả những lúc đầu gối tay ấp, mà Trà cũng chưa bao giờ truy hỏi gốc gác của anh.

- Em hãy giải thích cho anh, đó là cách cư xử gì vậy? – Bob gay gắt nói qua điện thoại – Tay giám đốc bán hàng hãng EcoPro không thèm nghe máy điện thoại khi anh gọi hẳn, cũng không email.

- Anh bình tĩnh, em sẽ xử lý ngay đây! – Trà đáp, mắt nhìn đồng hồ đeo tay. 11 giờ đêm, liệu tay Giám đốc bán hàng đã tắt máy đi ngủ với vợ chưa nhỉ.

- Em nên nhớ, anh không mất bình tĩnh, cũng không cần em khuyên anh này nọ - Bob cao giọng. Nếu hẳn không muốn bán hàng, thì ngay sáng mai, em chuyển yêu cầu cho hãng may mặc khác.

Trà hơi khó chịu. Trên giường với cô, Bob ngọt ngào mê mụ, chiều chuộng biết bao nhiêu, thì trong chuyện kinh doanh, anh khó chịu hơn một gã mồm tôm. Trà hiểu là cô cần tách

bạch một Bob – người tình, với một Bob – doanh nhân sành sỏi, tinh quái, nhưng lắm lúc Bob vẫn kích hoạt bản ngã trong cô, khiến cô chỉ muốn phản ứng, choảng cho anh một câu cay nghiệt sấm sét. Nhưng mà trời ạ, trong vụ việc hơn một tỷ chiếc khẩu trang này, thì anh đang là khách hàng to xụ của cô đấy. Cô phải thực hành kỹ năng kiểm soát cảm xúc.

Trà bấm máy gọi điện thoại cho Huân – Giám đốc bán hàng của Tập đoàn EcoPro. Huân cầm máy ngay.

- Trời ơi, cái gã tinh quái đó, khó chơi lắm em à. – Huân đáp – Gã có những yêu cầu cao ngất, nhưng trả giá thấp nhất. Gã nói rộng lợi nhuận nhất có thể cho mình. Ta không thể làm ăn được với một gã tham lam như thế!

- Anh ta không tham lam. Anh ta chỉ thách thức xem ta có đủ tài, đủ tương xứng cơ hội hay không mà thôi. Và làm ơn bỏ chữ “Không thể” ra khỏi ngôn ngữ kinh doanh của anh được không? – Trà nói. – Anh đừng nhìn vụ việc này như một khả năng kinh doanh mang lại lợi nhuận nữa. Hãy đổi góc nhìn đi! “Làm” trước, đừng nghĩ “Ăn” vội.

- Ô hay, cô nàng ma mãnh lại chuyển sang ngành giáo huấn lúc nào vậy? – Huân ngạc nhiên – Chúng ta là doanh nghiệp kinh doanh, sống bằng lợi nhuận, chứ không phải là tổ chức từ thiện xã hội.

- Lý luận của anh hoàn toàn đúng, trong hoàn cảnh thông thường. Nhưng trong hoàn cảnh chiến tranh hoặc dịch giã, thì cần thay đổi quan điểm đi. Nếu anh không muốn doanh nghiệp phá sản, xã hội phá sản, loài người diệt vong!

- A, em ăn nói như một chính trị gia ấy nhỉ! – Huân chưa hết giọng châm biếm.

- Em nói chân thành nhất. – Trà đáp gọn. – Hãy nhìn yêu cầu của Bob bằng một cách nhìn tích cực hơn, anh sẽ thấy vấn đề được giải quyết. Thứ nhất, EcoPro phải nâng tầm năng lực lên, cải tiến kỹ thuật, công nghệ

để tạo sản phẩm cao cấp hơn, chất lượng hơn. Thứ hai, ký được hợp đồng lớn với châu Âu trong lúc các doanh nghiệp khác đang lao đao vì khách hủy đơn hàng. Thứ ba, vẫn tạo được việc làm để giữ chân và nuôi được người lao động. Thứ tư, sản phẩm của ta phục vụ được đồng đảo người dân ở châu Âu, giúp họ phòng dịch hiệu quả hơn, lại không xứng đáng sao? Tất cả những điều đó, lại không xứng để chúng ta nỗ lực vượt qua khoảng cách giữa yêu cầu của Bob và năng lực đáp ứng của EcoPro sao?

- Em có cái lưỡi sắc lắm. Thôi được. Anh đầu hàng. – Huân hít một hơi thật sâu – Em gọi nhóm marketing và nghiên cứu sản phẩm, chúng ta họp trực tuyến ngay bây giờ, tìm ra phương án tối ưu cho đơn hàng của Bob.

Trà cúi người, nhẹ nhàng xỏ chân vào đôi giày chạy màu xám với đường lượn cong màu nồn chuối của logo thương hiệu Nike. Ngực cô ép nhẹ lên đùi, bắt giắc, cô cảm nhận bàn tay của Bob chính nơi ấy, mãi miết khiến da thịt cô ngời cháy. Trà mím môi, thẳng người lên. Cô khoác chiếc ba lô dù mỏng lên vai, loại ba lô dùng đựng đồ khi đi bơi. Cô sẽ chạy từ phố Hai Bà Trưng tới biệt thự của Bob ở Giảng Võ.

Sáng Chủ nhật, tháng tư trong trẻo đáng yêu, phố xá vắng ngắt rộng thênh vì lệnh cấm tiếp xúc tránh lây lan Covid còn hiệu lực. Trà đeo khẩu trang, guồng chân chạy trên phố. Chạy trong lúc đeo khẩu trang thế này thật khó thở, cảm giác thiếu ô xy kinh khủng. Trà cố xua cảm giác đó bằng cách thưởng thức màu lá non mới thay, làn gió tươi mát sượt qua tóc mai, sự thình lạng phố xá hiếm hoi gợi nhớ không gian Tết nơi Thủ đô. Và oái oăm thay, cái cảm giác nôn nao khi sắp ngã vào vòng tay Bob cứ trở đi trở lại.

Bob nói anh muốn ăn mừng cùng cô hợp đồng 1,5 tỷ chiếc khẩu trang phòng dịch đã vượt qua được khó khăn về khoảng cách đáp ứng và

thủ tục pháp lý, để đi đến ký kết. Ăn mừng bằng một cách đặc biệt, đó cô hình dung ra. Riêng điều đó đã thật là gợi cảm. Cô có hình dung, nhiều phương án ăn mừng họ sẽ cùng thực hiện, như việc cô luôn sáng tạo ra dăm bảy phương án trước mỗi thách thức của hợp đồng. Và cô chọn cách đến với anh cũng đặc biệt, chạy, vượt qua khoảng cách, thách thức năng lượng cơ thể. Đã một tháng nay họ không gặp nhau, ngoài chuyện hạn chế tiếp xúc, thì còn do cô và anh đều quá bận rộn với các hợp đồng mới do nhu cầu khẩu trang phòng dịch đột biến. Sự căng thẳng về đầu óc thúc đẩy khao khát thân thể tới mức căng thẳng. Nguồn năng lượng nén lại ấy chỉ có thể được giải phóng bởi một thân thể khác đồng điệu.

Vừa mở cánh cổng sắt, Bob đã dang tay, nhưng Trà nhanh hơn, cô lợi dụng vốc dáng nhỏ bé, lẩn tránh dưới cánh tay anh, chạy vọt vào trong biệt thự, người cô ướt đầm mồ hôi. Cô muốn nghỉ một chút rồi đứng dưới vòi sen, xả trôi dấp dính khắp người. Nhưng Bob kéo cô vào bếp, chỉ cho cô mặt bếp ngổn ngang thực phẩm anh đang chế biến dở.

- Tại sao anh bày vẽ thế này? – Trà ngạc nhiên, tay nhặt một củ khoai tây gọt dở, chia ra trước mặt Bob. – Anh, một tên nhà buôn phù thủy, luôn tính toán thiệt hơn từng giây phút trôi đi, mà lại phí thời gian vào nấu nướng ư?

- Vì em đó, chỉ có em là khiến anh vào bếp như thế này. Mỗi giây đều đáng giá khi em ở bên anh – Bob nịnh đầm. – Em cứ làm gì em thích, để mặc anh nấu ăn, và dọn lên cho em thưởng thức.

- Em muốn xem anh chế biến thức ăn thế nào, được không?

- Không, bí mật của anh. Toàn những món để tặng khoái cảm. Em không nên biết.

- Tại sao?

- Đàn ông chúng anh có thể kiểm

soát khoái cảm. Phụ nữ thì không, nên em không được phép biết.

- Anh lấy đầu ra mớ lý luận vớ vẩn thế!

- Tất cả từ đây! – Bob cười lớn, tay gõ gõ lên đầu, rồi nháy mắt chỉ xuống điểm dưới rốn.

Trà nguyệt dài, rồi vòng tay ôm Bob từ sau lưng, trong lúc anh đổ dầu vào chảo. Cô hôn nhẹ lên lưng anh, buông tay để mặc anh thoải mái bếp núc, cô vào phòng tắm.

Một bữa trưa lớn với khai vị xúp măng tây, bánh mỳ que, sau đó Bob dọn lên món hầm Pichelsteiner với ba loại thịt và khoai tây. Cuối cùng, là món kem vani được rưới một lượng xốt chocolate hào phóng. May mà Trà thỉnh thoảng mới gặp Bob, và may mà Bob hiếm khi vào bếp, nếu không, cả hai sẽ béo trương béo nứt cho xem. Trà nghĩ vậy và cười khúc khích.

- Mặt anh dính gì đó ư? – Bob ngừng xúc kem, hỏi.

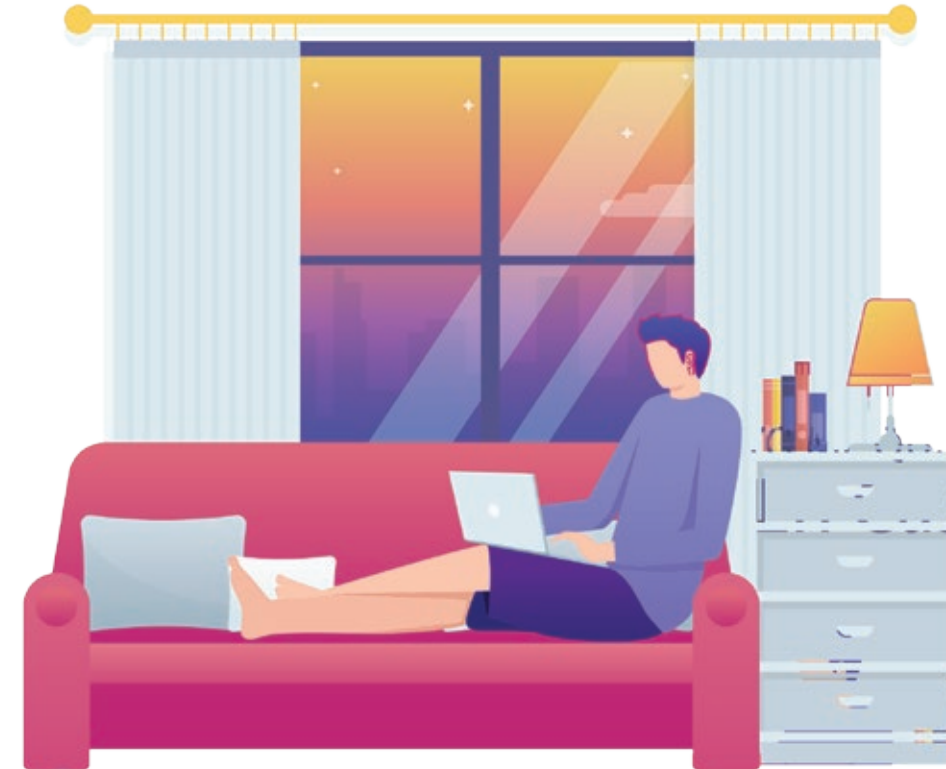
- À, mặt anh không có gì. – Trà đáp – Chỉ là bụng em căng quá, không thể nhồi thêm gì nữa!

- Không có gì là không thể! – Bob đáp, nhúng ngón trỏ trái lên chocolate, vẽ một đường ria mép vẽnh lên má phải – Và kể cả bụng em vẫn có chỗ cho anh!

- Nỡm ợ, căng da bụng, chùng da mắt, giờ chỉ có được ngủ là nhất thời.

- Em cứ ngủ nếu em thích, chỉ cần cho anh bế em lên giường, và anh tự làm gì anh thích! – Bob kết luận, rồi trêu chọc Trà bằng cách nâng cái đĩa còn sót vài vệt kem lên liếm. Mắt cô dõi theo hành động ấy. Cái lưỡi quý giá của anh kích thích cô. Cô đỏ mặt cúi xuống đĩa kem.

- Anh định quay sang làm ăn với khẩu trang phòng dịch thật đấy ư? – Trà hỏi, tìm cách đánh lừa tâm trí khỏi ý



nghĩ kéo cô về cảm giác lưỡi Bob trên thân thể cô.

- À, không, nhất thời đó là hành động bị sai khiến bởi con tim. – Bob nhìn Trà, ánh mắt anh ấm áp đến lạ. – Anh biết em đang lẩn tránh với cái tội sản xuất khẩu trang đó, nên hích một cú, để em tỉnh thức, nhận ra anh đang tồn tại trên đời này. Thực ra, với vụ khẩu trang, ta nỗ lực 80 và chỉ thu về 20.

- Xi... – Trà bĩu môi – Lại cái thuyết cũ rích của anh!

- Và nó vẫn đúng!

- Vậy trong lúc dịch già này, thì làm ăn với cái gì sẽ có kết quả ngược lại? Nỗ lực 20 – thu về 80? – Trà tò mò hỏi. – Vắc xin, thuốc chữa trị Covid -19 – Bob đáp.

- Điều gì khiến anh nhận định thế? – Trà tình hẫn cơn lơ mơ thêm khát.

- Em thấy đó, thế giới con người đã phát triển quá mức tham lam, và để muôn loài tồn tại được trong thế hài hòa, thì mẹ trái đất cần có phản ứng, sàng lọc sắp xếp lại trật tự, quân bình trở lại. Em có nhận thấy, là trong đại dịch này, tầng lớp tổn thương khá nhiều lại là tầng lớp trên. Càng những kẻ giàu, càng những kẻ hung hăng leo lên đỉnh cao, càng dễ tổn thương nhất, càng thiếu thốn chơi vơi trong đại dịch. Đó chính là lời cảnh báo con người đừng ham hố cải tạo tự nhiên phục vụ cho hư danh của mình, tham vọng của mình.

- Rồi sau đó sẽ ra sao?

- Thế giới sẽ thay đổi vĩnh viễn, không gì còn có thể như trước nữa. Hệ giá trị cá nhân, tổ chức, quốc gia, cần thay đổi. Sự kết nối giữa con người với nhau, con người với tổ chức cũng thay đổi.

- Anh cụ thể hơn được không? – Trà xua tay – Cái gì cụ thể hơn cho anh, cho em đây này.

- Chúng ta ai nấy đều bị đẩy ra khỏi vùng an toàn của mình rồi. – Bob tiến lại gần Trà – Đây là lúc anh, em đều tỉnh thức, để kết nối với cội nguồn, với chính mình. Thách thức với em, là có thể dành toàn bộ em, cho anh lúc này hay không...

Bob quỳ xuống, ngả đầu anh vào lòng Trà. Hay tay anh vòng ôm xiết hông cô. Trà vò lớp tóc nâu mềm trên đầu anh, từ từ nhắm mắt, cảm nhận chính cô trở về ●



NKT áo dài Lan Hương

Đại dịch Covid-19 đã và đang tạo nên một thế giới hoàn toàn mới. Và thời trang, vốn là thứ nhạy cảm nhất trong các ngành kinh tế, càng thay đổi nhanh hơn để thích ứng, để dẫn dắt lối sống xã hội. Vậy thời trang sau đại dịch sẽ ra sao?

Chúng ta cùng trò chuyện trực tuyến với một nhà thiết kế Việt Nam, từng thành công trong việc nâng áo dài truyền thống thành món hàng thời trang xa xỉ bậc nhất, nhà thiết kế áo dài Lan Hương, để xem chị có tiếp tục truyền lửa, dẫn dắt xu hướng áo dài truyền thống tới đây như thế nào?

Thưa chị, trong những ngày cả thế giới thời trang lao đao, có phần náo loạn vì đại dịch, thì chị làm gì và có những suy tư ra sao?

Bạn biết không, tôi đang làm vườn, chăm sóc cây và hoa. Những bông hoa tháng Tư vẫn hồn nhiên đua nở, đầy sức sống, và tôi học được nhiều từ sức sống cỏ cây. Thực ra, từ giữa tháng 2/2020, khi đại dịch bắt đầu phát tác ra nhiều vùng trên thế giới, kể cả các nơi hiện đại, giàu có, văn minh nhất, thì tôi đã nhìn ra câu chuyện dài kỳ sau đại dịch. Ngoài những tác động tiêu cực mà Covid-19 gây ra cho loài người, thì tôi còn thấy ý nghĩa tích cực, đó là mình cần chững lại, tư duy, xoay chuyển tư

tưởng trong cuộc sống, nhìn nhận chân giá trị cuộc sống. Tôi tin là nhờ Covid-19 mà nhiều người biết trân quý những giá trị thực sự hiện hữu ngay bên mình, mà lâu nay, vì vòng xoáy phát triển gấp gáp, đã vô tình bỏ qua, hoặc lãng quên, phủ nhận, đó là tình cảm gia đình, tình yêu với quê hương, đất nước, với thiên nhiên cây cỏ quanh mình.

Tôi thấy rằng chị khá bình tĩnh và biết tận hưởng an yên ngay trong khủng hoảng, bí quyết nào khiến chị vững tâm như vậy?

Thực ra, tôi bắt buộc phải sống với con "virus" trong người mình lâu rồi. Nó đã thâm nhập từ rất lâu và tôi đã quen với nó, biết cách chung sống hài hòa với "virus". Đó là sản phẩm của thiên nhiên tạo ra, và thực chất thì con người cũng do thiên nhiên tạo ra, đều có chỗ của mình trên trái đất này, vũ trụ này. Tôi hiểu điều đó nên luôn cởi mở, sẵn sàng đón nhận mọi điều. Tâm thức của tôi không cần chiến đấu, mà chỉ cần yêu thương và sống đẹp đẽ, như thế mà có an yên.

Cảm ơn chị chia sẻ bí quyết sống tích cực này. Vậy chúng ta trở lại với chủ đề áo dài sau Đại dịch. Chị là một Nghệ nhân áo dài do Nhà nước phong tặng, chị cũng từng tạo nên xu hướng thiết kế áo dài truyền thống bằng chất lụa tơ tằm thêu tay, thành công trong dòng áo dài xa xỉ bậc nhất. Vậy việc thiết kế áo dài, dẫn dắt xu hướng áo dài của chị sẽ thay đổi thế nào khi nền kinh tế chung sụt giảm và túi tiền người tiêu dùng xẹp đi?

Phát triển bền vững áo dài truyền thống là sứ mệnh của tôi, là trách nhiệm lớn lao mà Tổ nghề trao cho tôi. Tôi kích hoạt xu hướng áo dài truyền thống xa xỉ, không mục đích kiếm tiền, mà với mong muốn nâng cao vị thế áo dài, tạo nên câu chuyện hấp dẫn bất tận về áo dài truyền thống và bán được câu chuyện giá trị đó. Tôi hạnh phúc vì xu hướng đó có nhiều nhà thiết kế cùng gia nhập, và có người thậm chí đã thành công hơn cả tôi, tiếp tục nối dài câu

"Đất là tâm, chính vì vậy xưa nay dân ta có từ "tâm địa". Giống như trái tim, đất bươm nguồn sống cho muôn loài. Vì thế, Đất là Mẹ của muôn loài. Mẹ Đất là nơi sinh ra ta, và cũng là nơi ta trở về. Phụng dưỡng Mẹ, tri ân Mẹ Đất là giá trị cao nhất của con người." – NKT áo dài Lan Hương.

chuyện giá trị ấy với những chương bất ngờ. Sau đây, tôi sẽ có những đổi mới, sẽ có những bộ sưu tập áo dài xa xỉ, giá trị cao, nhưng lại hợp túi tiền người tiêu dùng, và những giá trị mà người tiêu dùng được hưởng thêm, là điều tôi cố gắng cho cộng đồng, trao tặng vẻ đẹp đó, biến những điều không thể thành có thể.

Tôi có thể hiểu là chị đang tự mang đến thách thức khó hơn cho mình?

Trong hai thập kỷ thực hiện sứ mệnh với áo dài, tôi đã đi từ không tới có, từ cái nhỏ chuyển hóa thành cái lớn, cho nên, sau khủng hoảng đại dịch, tôi tin rằng mình sẽ thực hiện được ý tưởng mới khó khăn hơn, thách thức hơn. Đó là ngoài áo dài bằng chất liệu tự nhiên như trước đây tôi đã thiết kế, thì sẽ thiết kế thêm những trang phục đời thường, trang phục trẻ em bằng chất liệu tơ, sợi tự nhiên. Bạn thấy đó, cây cối quanh ta đều có những tơ, sợi, như cây chuối, tre, lanh... tại sao ta không sử dụng những tơ, sợi tự nhiên đó dệt nên áo quần để mặc? Thiên nhiên hào phóng đã ban tặng đầy đủ mọi thứ cho ta rồi. Và khi áo quần hữu cơ đó quá cũ, thải bỏ, có thể trở về với Mẹ Đất, chuyển hóa thành đất đai, tăng dinh dưỡng cho đất đai.

Ý chị là sẽ phát triển xu hướng mặc áo quần từ tơ sợi tự nhiên, không dùng những chất liệu nhân tạo nữa? Chị sẽ bảo vệ ý tưởng này thế nào, nếu như có ý kiến rằng chị làm thế là kéo lùi lịch sử phát triển may mặc?

Trí tuệ con người là vượt trội, luôn sáng tạo và có nhu cầu cố gắng. Chúng ta hoàn toàn có khả năng sống hiện đại, tiện nghi, dùng những sản phẩm hiện đại, hợp mốt, nhưng quá trình sản xuất, sử dụng và thải bỏ vẫn phải có lợi cho Thiên nhiên. Mẹ Đất có linh hồn, cây cối có linh hồn, muôn loài có linh hồn. Covid-19 là cú đấm trả mạnh mẽ của muôn loài với con người, để con người tỉnh thức, xem mình đã làm gì, ứng xử thế nào với muôn loài khác, với Mẹ Đất, tựu chung lại là với Thiên nhiên quanh ta. Một ngọn cỏ mềm, một đóa hoa, hay virus Corona đều có câu chuyện của nó, có lý do cho nó tồn tại trên trái đất này và thực hiện sứ mệnh của mình. Dù sứ mệnh của Covid-19 là cảnh tỉnh con người, hay diệt trừ bớt con người, thì chúng ta cũng cần đón nhận, thương lượng trong hòa bình, trong tình yêu thương. Bản thân tôi, cũng nhờ Covid-19 mà thoát khỏi vòng xoáy quá nhanh của công việc thường ngày, để tĩnh tâm nghiên cứu, xác định lại chiến lược cho bản thân, xem mình cần làm gì cho thế giới này. Tôi thấy con virus này rất có ý nghĩa và tôi phải cảm ơn nó.

Ồ, thật lạ và rất ấn tượng. Lần đầu tiên tôi thấy có người muốn cảm ơn virus Corona đấy.

Có thể thấy, theo cách nhìn của tôi, thì virus Corona là một nữ hoàng quyền năng phi thường, không cần hiện hình, không cần tuyên bố, nhưng lặng lẽ buộc cả loài người phải thay đổi, phải thức tỉnh nhân tâm, sống nhân văn hơn, cần trọng hơn với chính mình và mọi người quanh mình, với thế giới, với Mẹ Đất. Bạn thấy không, những ngày qua, tầng ô zôn đã tự vá lành, không khí trong sạch, nhiều dưỡng khí hơn, trong mỗi gia đình, vợ chồng, cha mẹ con cái gần gũi, quan tâm nhau, cộng đồng cùng giang tay chia sẻ tình cảm, vật chất, giúp nhau vượt qua khó khăn, những giá trị tốt đẹp vốn có trong trái tim mỗi người được khơi dậy...

Xin cảm ơn chị về những chia sẻ thú vị này.

THỜI TRANG SẼ TRỞ VỀ PHỤNG DƯỠNG MẸ ĐẤT

Bài và ảnh: KIẾU HẬU (Thực hiện)



Phụ kiện và trang phục làm từ chất liệu da đã xuất hiện từ rất lâu đời. Từ thời nguyên thủy, da là một phần minh chứng cho khả năng chinh phục của con người trước thú dữ và thiên nhiên. Khả năng săn bắt hái lượm giúp con người tiêu diệt thú dữ, dùng da của chúng để may áo quần giữ ấm cho cơ thể trước sự khắc nghiệt của thời tiết và đồng thời là chiến tích để con người thể hiện sức mạnh.

THỜI TRANG & CUỘC SỐNG I

Năm 2019 vừa qua chứng kiến sự “bùng nổ” của họa tiết da động vật. Đồ da vốn đã phổ biến nay lại càng được “săn đón” nhiều hơn. Đằng sau chất liệu này là khá nhiều câu chuyện thú vị từ nguồn gốc hình thành cho đến các chặng đường phát triển. Lý do gì mà tới thời điểm này, con người phải tìm cách phát triển các dòng da nhân tạo và nó có ý nghĩa như thế nào trong xu hướng thời trang bên vững hiện nay?

NGUỒN GỐC CỦA ĐỒ DA

Như một bằng chứng rõ nét cho sự khéo léo và tháo vát của con người, chất liệu da đóng một phần quan trọng trong sự phát triển của nền văn minh. Từ xưa đến nay, vật liệu da vẫn luôn song hành với sự phát triển của thời trang và sáng tạo.

Ungaro, Fendi, Gucci, Alaia và Hermès đã dẫn đầu trong thiết kế trang phục bằng da trong những năm 1980. Đến cuối thập niên 1980, nhiều tên tuổi hàng đầu của Mỹ cũng phát hiện ra khả năng vô hạn của da như Ralph Lauren, Calvin Klein, Geoffrey Beene, Donna Karan và Bill Blass.

Các nhà thiết kế không ngừng đổi mới và sáng tạo, tìm cách mang sự hiện đại và thời thượng vào đồ da. Da cá sấu, da rắn và đà điểu đã gây bão ở các sàn diễn thời trang cao cấp. Bên cạnh đó còn có sự ra đời của các loại da độc đáo như da bóng và da lộn. Dù không thể nói trước điều gì về sự phát triển của thời trang nhưng chất liệu da lại luôn giữ một vị trí quan trọng trong văn hóa ăn mặc đương đại.

Sức hút

Đồ da có nhiều công dụng tuyệt vời nhưng lại khó xử lý nguyên liệu thô và bảo quản. Do đó, đồ da luôn đắt tiền và xa xỉ. Việc sở hữu đồ da thể hiện vị thế của chủ nhân, như một tuyên ngôn về phong cách và địa vị xã hội, từ trang phục cho đến trang trí nội thất. Hiện tại, tuy đồ da đã trở nên phổ biến và dễ mua hơn rất nhiều nhưng chúng vẫn ở một mức giá không mấy dễ chịu.

Trong suốt tiến trình lịch sử, việc mặc đồ da đồng nghĩa với sự khẳng định địa vị. Đồ da đại diện cho “sự vương giả” bởi giá thành cao và quá trình xử lý phức tạp. Chỉ có tầng lớp vua chúa và quý tộc mới đủ khả năng sử dụng đồ da.

Từ những năm 1960 đến 1970, đã có nhiều nhà thiết kế đi sâu vào sáng tạo đồ da. Các nhà mốt châu Âu như Claude Montana, Versace, Armani,

Đồ da luôn mang lại vẻ thời thượng cho người mặc



Theo lịch sử ghi lại, các vật dụng da thuộc đã được tìm thấy ở Ai Cập từ năm 1300 trước Công Nguyên. Vào thời sơ khai ở Châu Âu, Châu Á và Bắc Mỹ đã phát triển kỹ thuật biến da thành những vật dụng cần thiết trong sinh hoạt hàng ngày. Người Hy Lạp đã sử dụng trong may mặc quần áo, lều, vũ khí, áo giáp bằng da thuộc thời kỳ các anh hùng của Homeric (khoảng năm 1200 TCN). Và việc sử dụng da sau đó đã lan rộng khắp Đế chế La Mã. Trong thời Trung Cổ, người Trung Quốc biết đến nghệ thuật làm da. Người da đỏ Bắc Mỹ cũng đã có những kỹ năng tuyệt vời trong công việc làm da trước khi người đàn ông da trắng xuất hiện. Khoảng 1000 năm sau đó, đồ da thuộc bắt đầu được sử dụng thịnh hành bởi phụ nữ Ai Cập. Nó được xem thước đo giá trị sang trọng cho người phụ nữ đó. Dần dần, da trở thành một chất liệu không thể thiếu của thời trang cao cấp.

DA VÀ MẶT TRÁI CỦA BIỂU TƯỢNG THỜI TRANG CAO CẤP

Bài: **QUẾ NGA** (tổng hợp)

I THỜI TRANG & CUỘC SỐNG

Số năng lượng cần để sản xuất một chiếc áo lông thú cao gấp 20 lần một chiếc áo giả da



“ Mặc dù mang lại doanh thu khổng lồ cho các thương hiệu thời trang nhưng đằng sau những chiếc túi xách và giày da hàng hiệu là hơn một tỷ động vật bò sát bị đánh chết và lột da sống mỗi năm ”

Có độ bền cao

Để bảo quản và làm sạch đồ da sẽ tốn khá nhiều công sức so với các loại vải vóc bình thường. Nhưng bù lại, đồ da rất bền và thậm chí ngày càng đẹp khi tuổi thọ món đồ càng tăng. Không hề khó hiểu khi những chiếc túi xách, đồng hồ, giày da đã qua lâu đời thậm chí được săn lùng và bán với mức giá cao hơn gấp nhiều lần đồ mới.

Sành điệu và dễ kết hợp

Đồ da luôn mang lại vẻ thời thượng cho người mặc. Chúng ta hiếm khi thấy một món đồ da nào “lỗi thời” hay “quê mùa”. Đầu tư vào một chiếc túi da hay một đôi boots da đơn giản luôn là lựa chọn thông minh, vì chúng có thể kết hợp với bất kỳ bộ trang phục nào.

BỨC TRANH HIỆN THỰC

Mặc dù mang lại doanh thu khổng lồ cho các thương hiệu thời trang nhưng đằng sau những chiếc túi xách và giày da hàng hiệu là hơn một tỷ động vật bò sát bị đánh chết và lột da sống mỗi năm. Các loài thú được nuôi lấy lông nhiều nhất là chồn và cáo. Ngoài ra còn có sóc, linh miêu, thỏ, thậm chí cả chuột hamster.

Một trong những tác hại lớn nhất của ngành công nghiệp lông thú là phá hủy môi trường. Theo thống kê, số năng lượng cần để sản xuất một chiếc áo lông thú cao gấp 20 lần một chiếc áo giả da. Để lông thú không phân hủy, con người phải dùng một số hóa chất, và những hóa chất này có rủi ro rất lớn gây ô nhiễm môi

trường nếu bị rò rỉ. Chưa kể, mỗi con chồn dùng trong ngành công nghiệp lông thú sản sinh ít nhất 20kg phân. Nhân lên với tổng số chồn tại Mỹ trong năm 2014 là 3,76 triệu, con số rơi vào khoảng 10.000 tấn - đủ để gây tác động lớn đến hệ sinh thái trong một khu vực.

Hiệp hội PETA cùng với nhà thiết kế Stella McCartney từng phát động một chiến dịch phản đối việc sử dụng đồ da thật trong khuôn khổ tuần lễ thời trang London năm 2012. Chiến dịch kêu gọi các tín đồ thời trang không sử dụng đồ làm từ da và lông động vật. Một video quảng cáo chiến dịch đã được thực hiện, tác động mạnh mẽ đến cảm xúc của người xem.

Sau đó, hàng loạt các tên tuổi lớn

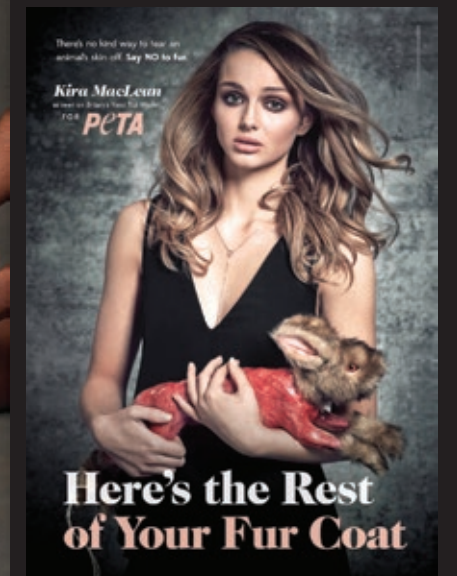
LEATHER IS A RIP-OFF

That leather jacket or upholstery was someone's skin.



DAWN for PETA

Hiệp hội PETA đã phát động nhiều chiến dịch phản đối việc sử dụng đồ da thật



như Marc Bouwer, Natalie Portman và Joan Jett đã tìm hiểu về sự tàn bạo trong ngành khai thác đồ da. Họ đã hạn chế đồ da và khẳng định rằng chúng ta vẫn có thể trông thật phong cách mà không phải giết bất kì con vật nào. Nhiều thương hiệu thời trang cao cấp như Gucci, Chanel, Burberry, Prada, Versace, Coach... cũng đã nói không với việc sử dụng da và lông động vật.



Da tổng hợp có thể được nhuộm thành vô số màu sắc khác nhau

Và ngày càng có nhiều thiết kế được làm bằng các chất liệu thay thế cho da thật nhưng vẫn giữ được vẻ sang trọng, một tín hiệu đáng mừng cho các tín đồ thời trang yêu môi trường. Cùng với đó, các nhãn hiệu thời trang bình dân như H&M, Zara, Topshop... cũng đã cam kết với công chúng trong việc loại bỏ các sản phẩm làm từ da và lông thật ra khỏi danh mục của mình, thay thế bằng các chất liệu nhân tạo khác.

DA NHÂN TẠO – SỰ THAY THẾ HOÀN HẢO

Da giả, hay còn được gọi là da tổng hợp được tạo thành thành phần từ dầu mỏ, có nhiều đặc tính giống với da thật nhưng không hề đòi hỏi sự giết hại động vật.

Dù kém bền hơn da thật, nó lại có khả năng chống mài mòn và khó bị rách cắt. Ngoài ra, da giả có thể được nhuộm thành bất kì màu sắc nào mà nhà sản xuất mong muốn. Điều này mang đến khả năng sáng tạo bất tận cho các nhà mốt.

Khi nhìn bằng mắt thường, rất khó

phân biệt đâu là da thật và da tổng hợp. Tuy nhiên, chúng ta vẫn có thể phân biệt được chúng thông qua tiếp xúc bằng tay. Da tổng hợp cho cảm giác rất “nhựa” khi chạm vào, khác hoàn toàn với sự mềm mại đàn hồi của da thật.

CÁC LOẠI DA TỔNG HỢP

Da PU

Là loại da tổng hợp rẻ nhất trên thị trường nhưng có độ bền kém và sử dụng không thoải mái như các loại da khác.

Da PVC

Da PVC bền hơn một chút so với da PU và cũng được sản xuất với số lượng lớn hơn.

Da dầu thực vật

Ngoài việc thân thiện với môi trường hơn, da dầu thực vật còn phần nào bền hơn da PU và PVC. Tuy nhiên, chất liệu này cũng đắt hơn đáng kể so với các loại da tổng hợp khác. Loại da này là một sản phẩm thích hợp cho những người theo chủ nghĩa thuần chay, muốn bảo vệ môi trường.

DA THUẦN CHAY – THÔNG ĐIỆP TÍCH CỰC ĐẾN MÔI TRƯỜNG

Các loại da tổng hợp về lâu dài vẫn gây ra các ảnh hưởng tiêu cực đến môi trường sống. May mắn thay, vẫn có rất nhiều nguyên liệu sản xuất da gốc thực vật như nút bần và xương rồng. Nút bần được lấy từ vỏ cây mà không làm hại cây hoặc sự phát triển của chúng. Bần cũng được bao phủ trong suberin và hoạt động như một loại sáp chịu nước, hoàn hảo cho việc sản xuất túi xách và giày da thuần chay.

Thời trang cao cấp thuần chay là một xu hướng đang rất được quan tâm và ưa chuộng. Hiện nay có rất nhiều thương hiệu sản xuất phụ kiện thuần chay từ dầu thực vật. Một vài cái tên tiêu biểu với các thiết kế đẹp mắt không hề thua kém da thật như Stella McCartney, Nanushka, Angela Roi, Matt & Nat...



Showroom của Matt & Nat

Stella McCartney

Nhà thiết kế Stella McCartney được mệnh danh là “bà hoàng thuần chay”. Stella là một trong những nhà tạo mẫu đầu tiên khẳng định quan điểm đạo đức của mình trong sáng tạo nghệ thuật. Bà phản đối mạnh mẽ nền công nghiệp thời trang “giết chóc”. Dù không dùng da thật, các sản phẩm của thương hiệu thời trang cao cấp này vẫn giữ được sự sang trọng, xa xỉ.

Matt & Nat

Viết tắt của “Matterial and Nature” (Chất liệu và Tự nhiên), Matt & Nat ra mắt gần 20 năm trước tại Montreal. Thương hiệu lấy cảm hứng và phát triển sản phẩm dựa trên các thành phần tự nhiên từ thực vật. Họ còn mở rộng sang các vật liệu tái chế như nylon, bìa cứng, cao su và nút chai để bảo vệ môi trường.

Nanushka

Nanushka là một thương hiệu có trụ sở tại Budapest, thủ đô của Hungary. Thương hiệu này tự hào là nơi cung cấp sự thay thế “đầy gợi cảm” cho da thật. Thương hiệu luôn cam kết mang lại lợi ích hoàn trả cho cộng đồng ở địa phương.

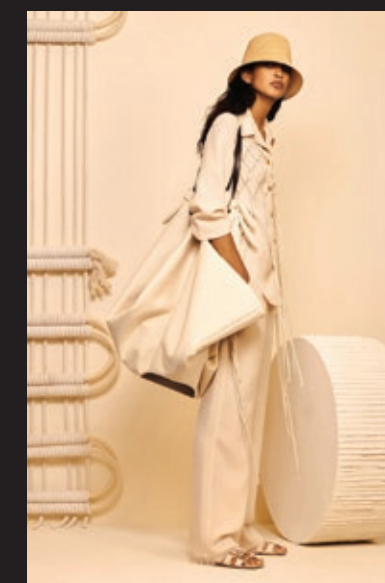
Tại xưởng đồ da của Angela Roi



Một quảng cáo của Nanushka

Angela Roi

Nhà thiết kế người Mỹ Angela Roi luôn tự hào với những chiếc túi xách thuần chay sang trọng từ da EPU không dung môi thân thiện với môi trường. Thương hiệu không ngừng tìm kiếm các vật liệu mới. Angela Roi còn giành được lòng tin của khách hàng qua việc trích lợi nhuận của mình cho ASPCA – Hiệp hội phòng chống hành vi tàn ác đối với động vật ●



“ Stella McCartney ”
phản đối mạnh mẽ
nền công nghiệp thời
trang “giết chóc”

KHĂN KHÁNG KHUẨN PHONG PHÚ

*Bảo vệ sức khỏe
Gia đình bạn*

Khăn kháng khuẩn Phong Phú đang được phân phối chính thức trên trang web thương mại điện tử www.mollis.com.vn hoặc thông qua số Hotline: 0768 60 60 68.

BẢO VỆ SỨC KHỎE VỚI KHĂN KHÁNG KHUẨN PHONG PHÚ

SẢN PHẨM NÀY MẮM TỪ MÙA DỊCH

Không chỉ thực phẩm mà những sản phẩm gia dụng hàng ngày cũng ảnh hưởng trực tiếp và gián tiếp đến sức khỏe người tiêu dùng, đặc biệt là sản phẩm khăn bông. Khăn bông là vật dụng thân thiết của mỗi người hàng ngày, tuy nhiên khăn bông luôn tiềm ẩn nguy cơ gây nên những căn bệnh về da và hô hấp. Đây cũng là môi trường lý tưởng để vi khuẩn phát triển và trú ngụ nếu chúng ta không am hiểu và biết cách bảo quản chúng một cách khoa học, cũng như thay khăn đúng thời gian.

Đặc biệt, giữa lúc dịch bệnh Covid-19 diễn biến phức tạp, ô nhiễm môi trường và bụi bẩn trở nên báo động, các dòng sản phẩm có tính kháng khuẩn, giữ gìn vệ sinh cá nhân trở thành mối quan tâm hàng đầu của nhiều người. Theo đó, các sản phẩm không rõ nguồn gốc xuất xứ,

giấy phép sản xuất, tiêu chuẩn kiểm định... xuất hiện nhan nhản làm loạn thị trường, người tiêu dùng áp lực khi chọn lựa một sản phẩm chăm sóc sức khỏe an toàn.

Thấu hiểu những cảm nhận đó của khách hàng, Tổng Công ty Cổ phần Phong Phú cung cấp cho thị trường dòng sản phẩm mới khăn kháng khuẩn nhằm bảo vệ tối ưu sức khỏe cho từng người.

KHĂN KHÁNG KHUẨN PHONG PHÚ – BẢO VỆ TỐI ƯU SỨC KHỎE NGƯỜI TIÊU DÙNG

Bám chặt phương châm chất lượng là mục tiêu, tất cả vì sự hài lòng của khách hàng để phục vụ, khăn kháng khuẩn Phong Phú thừa hưởng các tính năng vượt trội của dòng sản phẩm khăn bông cao cấp Mollis như hút ẩm, mềm mại, thấm nước cao, không bị nhót, đổ lông, ra màu, không hóa chất độc hại, không bụi bông, khô

Với tiêu chí không ngừng sản xuất các sản phẩm xanh, sạch, an toàn nhằm đáp ứng nhu cầu chăm sóc sức khỏe ngày càng cao của người tiêu dùng, vừa qua Tổng Công ty CP Phong Phú – đối tác chiến lược cung cấp khăn bông cho thị trường Nhật Bản, đã giới thiệu tới khách hàng trên cả nước sản phẩm khăn kháng khuẩn cao cấp Phong Phú.

Bài: MẠC DUNG



cứng, không gây mẫn cảm da và bảo vệ sức khỏe, đặc biệt đối với trẻ em.

CHUNG TAY VÌ SỨC KHỎE CỘNG ĐỒNG

Tất cả nguyên liệu sử dụng để làm nên sản phẩm này đều 100% từ thiên nhiên, sạch, an toàn và tốt cho sức khỏe và sạch. Khăn được sản xuất trên quy trình sản xuất khép kín từ sợi - dệt - nhuộm - may thông qua dây chuyền hệ thống máy móc hiện đại được nhập khẩu từ Nhật Bản và các nước châu Âu. Tất cả được sản xuất theo tiêu chuẩn Oeko tex standard 100 - tiêu chuẩn chứng nhận sản phẩm an toàn cho sức khỏe được lưu hành trên toàn cầu.

Cùng với sự đầu tư về công nghệ, thiết bị tiên tiến nhất, những chiếc khăn thành phẩm được xử lý phủ một lớp kháng khuẩn, giúp ngăn ngừa vi khuẩn, ngăn mùi hôi hiệu quả, bảo vệ mỗi người trước dịch bệnh đang diễn biến phức tạp như hiện nay. Tính năng kháng khuẩn của khăn được duy trì tối ưu trong 20 - 30 lần giặt. Giúp ngăn ngừa vi khuẩn và nấm mốc sinh sôi nảy nở, an toàn cho da và bảo vệ sức khỏe người tiêu dùng.

Khăn đạt tiêu chuẩn kiểm định của Nhật JIS L 1902 về khả năng kháng khuẩn và Tiêu chuẩn ASTM E2149-13a.

Với mục tiêu đồng hành cùng người dân phòng ngừa dịch bệnh viêm đường hô hấp cấp do Covid-19 gây ra, giá thành khăn kháng khuẩn chất lượng cao của Phong Phú hiện đang được bán với mức giá bình ổn, sát với chi phí sản xuất. Những sản phẩm độc đáo dành cho em bé như khăn sữa bamboo, khăn sữa organic, vốn là thế mạnh của Phong Phú, luôn cháy hàng, cung chưa đủ cầu, sẽ tiếp tục được đội ngũ Phong Phú cải tiến sản phẩm, phục vụ nhu cầu ngày càng cao của người tiêu dùng. Dự kiến sản phẩm khăn kháng khuẩn cao cấp dành cho trẻ sơ sinh và các mẹ bầu sẽ sớm được ra mắt.

Hiện nay người tiêu dùng hướng đến lối sống cân bằng và có ý thức về sức khỏe hơn. Đây cũng là định hướng, chiến lược lâu dài mà Phong Phú hướng tới để phục vụ người tiêu dùng tốt hơn. Với khăn kháng khuẩn cao cấp, Phong Phú đang cung cấp cho người tiêu dùng một lựa chọn uy tín và chất lượng để bảo vệ tối ưu cho sức khỏe cả gia đình, không chỉ riêng trong mùa dịch bệnh ●



TÌM KIẾM NGƯỜI TÀI

Bài: NANCY QUYÊN

Mọi vấn đề còn lại của bạn chính là liên quan đến con người, đến các mối quan hệ và xử lý các tình huống.

Để đội ngũ của bạn mạnh mẽ và thu hút được nhiều những “cầu thủ hạng A” điều bạn cần làm nhất là thiết lập cuộc hành trình, chia sẻ sứ mệnh và thống nhất các điều kiện về “luật chơi”.

Nếu bạn làm đúng công việc của một người đứng đầu, bạn sẽ không bị mất quá nhiều thời gian vào việc “xử lý các sự vụ” liên quan, hoặc là phải đi “vá các lỗ hổng”.

Tôi đã nhìn thấy rất nhiều Doanh nhân lớn, có tầm nhìn vĩ đại, dám khao khát, dám hành động và sẵn sàng thay đổi cách làm để vươn ra biển lớn. Tuy nhiên, hành trình mà họ đi gặp muôn vàn sóng gió, gặp ghềnh do thiếu đi người “hỗ trợ lý tưởng”. Để làm được một việc lớn, bạn cần tìm kiếm những người tài giỏi xung quanh. Bạn cần thu hút, huấn luyện, truyền cảm hứng và đìu dắt họ mỗi ngày. Nhưng vẫn có thể là chưa đủ nếu như từng người trong doanh nghiệp của bạn không gắn kết được tầm nhìn, sứ mệnh của cá nhân họ với mục tiêu của tổ chức. Họ sẽ đến và cũng sẽ ra đi, tốc độ họ đến nhanh từng nào thì tốc độ ra đi cũng tương ứng như vậy. Trong tiếng Anh có câu nói rằng “easy come easy go” (Dễ đến thì dễ đi).

Nguyên nhân thứ hai khiến bạn cũng sẽ không giữ nổi người tài, đó

là sự xung đột trong các mối quan hệ. Người tài thường hiếm, tự trọng cao, và tự tin cũng nhiều, trong khi những người xung quanh “chưa tài” thì luôn là số đông, vấn đề áp lực sẽ xảy ra với bạn khi bạn thiếu đi sự nhất quán trong hành vi và cách ứng xử. Người giỏi thường ra đi khi cảm thấy sự cô đơn ngày càng lớn lên mỗi ngày không thể lấp nổi và họ nhìn thấy đám đông như những chú hề diễn suốt ngày này qua ngày khác. Là người dẫn đầu bạn cần hiểu rằng rất nhiều khi, bạn phải buộc ra quyết định không phải vì áp lực của số đông. Bởi vì chân lý thông thường không phụ thuộc vào số đông.

Nếu như, bạn muốn lan tỏa một trong những ý tưởng lớn vào trong tổ chức, hãy nhớ rằng chỉ có 2, 5% số người trong đó hiểu được và ủng hộ bạn mà thôi. Hãy dừng lùi bước, tiếp tục tìm kiếm bạn sẽ thấy 13, 5% số người đi trước ủng hộ và sớm đón nhận sự thay đổi mà bạn đề ra. Đây là quãng thời gian khó khăn, nếu bạn bỏ cuộc sẽ không có sự thay đổi nào xảy ra, nó giống như một phác đồ chưa hoàn thiện.

Đừng bỏ cuộc, hãy tiếp tục chia sẻ, chia sẻ và chia sẻ, chính bạn lúc này cần sự kiên nhẫn, quyết tâm mạnh mẽ hơn bao giờ hết. Hãy gặp những người xung quanh và liên tục nói với họ về vấn đề mà bạn mong muốn. Đến một ngày bạn cũng sẽ tìm ra một con số đồng những con người đi trước khoảng 34%. Lúc này bạn cảm thấy mọi việc bắt đầu có sự lan

toả, tốc độ của nó nhanh hơn bạn tưởng rất nhiều, giống như một chiếc moment bắt đầu quay. Bạn nhanh chóng tìm ra số đông những người đi sau khoảng 34%. Và số người còn lại là nhóm bạn không cần tác động, đó là nhóm tụt hậu, chiếm 16%. Khi bạn thay đổi tiêu chuẩn và nâng cao yêu cầu, một số người sẽ tự động rời khỏi tổ chức của bạn. Hãy cầu nguyện và để họ ra đi một cách tự nhiên, điều này tốt hơn cho tổ chức của bạn và tốt hơn cho cả chính họ.

Người khởi hành cùng bạn thường sẽ không mấy khi kết thúc cuộc hành trình cùng bạn. Đó cũng là một hành trình chân lý mà nhà lãnh đạo hàng đầu thế giới John Maxwell đã chia sẻ.

Câu chuyện sẽ hay hơn nếu ngay khi bạn có một ý tưởng lớn muốn lan tỏa thì bạn tìm được những người sớm đón nhận khoảng 2, 5%. Nhưng câu chuyện cũng sẽ rối loạn hơn khi bạn tìm không đúng người mà bạn đang muốn tìm kiếm. Chẳng hạn bạn bày tỏ ý tưởng lớn với nhóm người chậm thay đổi hoặc nhóm tụt hậu, điều này làm bạn mất thời gian, giảm năng lượng và mệt mỏi. Đừng chùn bước hãy tiếp tục kiếm tìm. Bài học của bạn lúc này là hãy tìm kiếm, huấn luyện và phát triển nhóm 2, 5% số người hiểu bạn, hiểu tầm nhìn của tổ chức bạn, bạn tìm thấy niềm cảm hứng mỗi ngày khi gặp họ và họ có được những kỹ năng có thể bù đắp cho bạn. Hãy nhớ 2, 5% là tạm đủ cho bạn, nếu nhiều hơn chưa hẳn đã tốt, nhưng ít hơn thì bạn sẽ không đủ sức mạnh ●

Khi doanh nghiệp của bạn lớn lên, rất nhiều vấn đề xảy ra xung quanh bạn, nếu bạn đã có hệ thống sẵn có theo mô hình Franchise, đó là một sự may mắn vì bạn sẽ không cần phải quá lo lắng về việc này nữa.



BẢN TIN CÔNG ĐOÀN

NHIỀU BIỆN PHÁP PHÒNG DỊCH COVID-19 ĐƯỢC CÁC ĐƠN VỊ ÁP DỤNG TRIỆT ĐỂ



Nhà ăn của Dệt May Thành Công



Nhà ăn bố trí vách ngăn của Tổng Công ty May 10

thông tin bằng nhiều hình thức khác nhau về dịch bệnh và cách phòng tránh dịch bệnh đến từng NLD.

Một số CĐCS áp dụng thêm các biện pháp khác, từ đơn giản như nấu nước trà gừng sả cho công nhân, phát vitaminC, thay đổi các ca ăn để không tập trung quá đông người tại một thời điểm, sắp xếp lại bàn ghế để giãn cách thêm không gian, cho vẽ các vạch xếp hàng để đảm bảo cự ly an toàn, nâng cao ý thức đảm bảo vệ sinh an toàn thực phẩm, thay đổi lại cách phân phối đồ ăn để hạn chế việc phải truyền tay qua lại nhiều lần giữa NLD và nhân viên nhà bếp, phát ly uống nước riêng cho từng NLD...

Một số đơn vị có quy mô lao động lớn đã triển khai lắp vách ngăn trên bàn ăn để NLD khi ăn và nói chuyện không bị bắn nước bọt ra xung quanh, tránh việc lây lan chéo của virus. Và để đảm bảo hơn sự an toàn trong môi trường sản xuất, có đơn vị đã lắp đặt và cho vào hoạt động buồng khử khuẩn.

Với tinh thần chia sẻ, trong đợt dịch Covid-19 này, nhiều đơn vị đã học hỏi, tham khảo mô hình phòng dịch của nhau. Khi áp dụng tùy vào điều kiện của từng đơn vị mà triển khai để đạt kết quả tốt nhất. Tin tưởng rằng với sự quyết liệt, sự đồng lòng giữa tổ chức Công đoàn, Đoàn TN cùng lãnh đạo các Doanh nghiệp, ngành Dệt May sẽ cùng nhân dân cả nước đẩy lùi thành công dịch bệnh.

Trước tình hình diễn biến phức tạp của dịch Covid-19, đặc biệt sau khi có Chỉ thị 16/CT-TTg về cách ly xã hội, các CĐCS phối hợp với chuyên môn kiên quyết thực hiện nghiêm túc nhiều biện pháp phòng dịch cho NLD.

Toàn bộ các đơn vị đều phát và yêu cầu NLD đeo khẩu trang trong suốt quá trình làm việc, thường xuyên rửa tay bằng xà bông hoặc gel khô. Tiến hành vệ sinh, sát khuẩn phòng ban, nhà xưởng, các khu vực công cộng trong khuôn viên. Kiểm tra thân nhiệt và tình hình sức khỏe NLD trước khi vào làm việc. Tuyên truyền, cập nhật



Nhà ăn bố trí vách ngăn của Tổng Công ty Việt Thắng



Buồng khử khuẩn tại Tổng Công ty May 10



Tổng Công ty May 10 tặng khẩu trang cho người dân



Buồng khử khuẩn tại Công ty May Vinh Phú

CHƯƠNG TRÌNH TRUYỀN THANH CÔNG ĐOÀN THỰC HIỆN HAI SỐ VỀ: NGÀNH DMVN VÀ NHỮNG NGƯỜI PHỤ NỮ, THÁNG 3 Ý NGHĨA VÀ NHỮNG VIỆC LÀM VƯỢT KHÓ.

Trong chương trình thứ nhất của tháng 3, các nội dung chính được đề cập là lịch sử ngày 8/3 và ngày truyền thống ngành DMVN, những tấm gương lao động nữ điển hình của ngành qua các thời kỳ, tình hình sản xuất khẩu trang và phòng chống dịch bệnh, chuyên mục yêu thương bữa

cơm gia đình, quà tặng âm nhạc Bài ca phụ nữ dệt may. Ở chương trình thứ 2, các nội dung xoay quanh: Ngày thành lập Đoàn 26/3, nhịp cầu công nhân lao động, tháo gỡ khó khăn trong mùa đại dịch, pháp luật và cuộc sống - Những điểm mới của Bộ luật Lao động 2019.

KỈ NIỆM NGÀY QUỐC TẾ PHỤ NỮ 8/3: ĐƠN GIẢN, AN TOÀN VÀ Ý NGHĨA

Ngày Quốc tế phụ nữ 8/3 năm nay diễn ra trong hoàn cảnh khá đặc biệt do dịch Covid-19. Thay vì tổ chức những chương trình gặp mặt kỉ niệm sôi nổi, Công đoàn Dệt May Việt Nam và các CĐCS đã có những hoạt động đơn giản, đảm bảo an toàn nhưng vẫn rất chu đáo và ý nghĩa.

Trong dịp này, Công đoàn Dệt May Việt Nam đã đánh giá và khen thưởng chuyên đề "Giỏi việc nước, đảm việc nhà" năm 2019, theo đó sẽ trao Cờ cho 2 Tập thể, Bằng khen

cho 26 tập thể, Bằng khen cho 92 cá nhân. Thực hiện công văn số 201/TLĐ ngày 02/03/2020 của Tổng Liên đoàn Lao động Việt Nam về tổ chức hoạt động "Áo dài - Di sản văn hóa Việt Nam" vào ngày 6/3/2020, nữ cán bộ, CNVCLĐ của Công đoàn Dệt May Việt Nam cùng các Công đoàn cơ sở đã đồng loạt mặc áo dài. Cụ thể, đã có 50% cán bộ CNV phòng ban các đơn vị khối Doanh nghiệp, 80% cán bộ, CNV khởi hành chính sự nghiệp hưởng ứng và thực hiện.



CÔNG TY CỔ PHẦN DỆT MAY HUẾ
HUE TEXTILE GARMENT JOINT - STOCK COMPANY
(HUEGATEX)

Địa chỉ: 122 Dương Thiệu Tước, Thủy Dương, TX.Hương Thủy, Thừa Thiên Huế
Tel: (84).0234.3864337 – (84).0234.3864957; Fax: (84).0234.3864338
Website: huegatex.com.vn



Công ty CP Dệt May Huế (Huegatex) là thành viên của Tập đoàn Dệt May Việt Nam. Công ty chuyên sản xuất, kinh doanh, xuất nhập khẩu các sản phẩm sợi, vải dệt kim, hàng may mặc; nguyên phụ liệu, thiết bị ngành dệt may... Doanh thu hàng năm trên 1.800 tỷ đồng, trong đó xuất khẩu hơn 50%.

1. Nhà máy Sợi: Được trang bị thiết bị nhập khẩu từ Đức, Thụy Sĩ, Nhật Bản với hơn 60.000 cọc sợi, sản lượng hàng năm trên 13.500 tấn sợi, trong đó chủ yếu là các loại sợi PE, sợi PECO, sợi Cotton chải thô và chải kỹ chỉ số từ Ne 16 đến Ne 60.

2. Nhà máy Dệt nhuộm: Được trang bị đồng bộ các thiết bị dệt kim, nhuộm, hoàn tất nhập khẩu từ Đức, Thụy Sĩ, Đài Loan, với sản lượng vải dệt kim hàng năm là 1.500 tấn.

3. Nhà máy May: Với 82 chuyên may, được trang bị các máy may hiện đại nhập khẩu từ Nhật Bản, Đài Loan, với sản phẩm chính là áo T-shirt, Polo-shirt, áo Jacket, quần Short, quần áo trẻ em và các loại hàng may mặc khác làm từ vải dệt kim và dệt thoi. Sản lượng hàng năm của nhà máy đạt gần 20 triệu sản phẩm.

4. Xí nghiệp Cơ Điện chuyên vận hành chuyên tải trạm 110/6KV, gia công cơ khí, sửa chữa và xây dựng các công trình phụ cho các nhà máy thành viên.

Sản phẩm của Huegatex hiện nay đang được xuất khẩu sang Mỹ, Nhật Bản, EU, Đài Loan, Hàn Quốc (đối với hàng may mặc); Thổ Nhĩ Kỳ, Ai Cập, Bồ Đào Nha (đối với sản phẩm sợi) và được bán rộng rãi trên thị trường nội địa; nhiều năm được bình chọn "Hàng Việt Nam chất lượng cao", giải thưởng "Sao vàng Đất Việt" và cá giải thưởng khác. Huegatex đã được Chủ tịch nước tặng Huân chương Lao Động hạng nhất, hạng nhì, hạng ba, Huân chương Độc lập hạng ba.

Huegatex có một đội ngũ cán bộ quản lý, kỹ thuật và công nhân lành nghề, tạo ra sản phẩm đáp ứng mọi yêu cầu của khách hàng. Công ty đang áp dụng hệ thống quản lý chất lượng ISO 9001:2015; được chứng nhận về Trách nhiệm tuân thủ các tiêu chuẩn xã hội trong sản xuất hàng may mặc (SA-8000) của các khách hàng lớn tại Mỹ; có chứng nhận của tổ chức WRAP và chương trình hợp tác chống khủng bố của Hải quan Hoa Kỳ và Hiệp hội thương mại (CT-PAT).

Trong chiến lược phát triển trong những năm tới Huegatex trở thành trung tâm Dệt may của khu vực miền Trung và cả nước.

Huegatex luôn mở rộng hợp tác với mọi đối tác trong và ngoài nước thông qua các hình thức liên doanh, hợp tác kinh doanh; gọi vốn các đầu tư chiến lược để hợp tác lâu dài, bền vững trên tinh thần bình đẳng, cùng có lợi.



'20
spring summer!
MAY 10 - NEW COLLECTION



A BRAND OF HOATHO CORPORATION



Merriman
cảm nhận sự tinh tế



facebook.com/thoitranngammerriman/
Website: www.merriman.com.vn