

TẬP ĐOÀN DỆT MAY VIỆT NAM

**Dệt may &
THỜI TRANG**

Số **395**. THÁNG 10/2021

Việt Nam

VTGF

Chuyên đề

XÂY DỰNG KẾ HOẠCH NĂM 2022



Giá: 25.000 VNĐ



TỔNG CÔNG TY MAY HUNG YÊN - CÔNG TY CỔ PHẦN

Địa chỉ: Số 8 Bạch Đằng, Minh Khai, Thành phố Hưng Yên

Điện thoại: (+84) 3213 862314 - Fax: (+84) 3213 862500

Website: hugaco.vn - Email: hugago@hugaco.vn

Thành lập từ năm 1966 với tổng diện tích 28.155m². Với hơn 2.300 công nhân lành nghề tại Tổng Công ty và hơn 10.000 công nhân tại các công ty liên doanh. Sản phẩm của Tổng Công ty đã được xuất khẩu sang thị trường Mỹ, EU, Nhật... với những dây chuyền máy móc thiết bị hiện đại. Tổng Công ty đã sản xuất và xuất khẩu nhiều chủng loại, sản phẩm có chất lượng cao như jacket, sơ mi, quần, áo thun, váy, áo vest nữ và các sản phẩm truyền thống khác.

Công ty đã được chứng nhận hệ thống quản lý chất lượng theo tiêu chuẩn ISO 9001:2008, OHSAS, ISO 14001:2004, SA 8000:2001.

Tổng Công ty May Hưng Yên - Công ty Cổ phần sẵn sàng hợp tác và liên doanh với tất cả các doanh nghiệp trong và ngoài nước.



VINATEX

SÁCH MỚI

HỆ THỐNG THẺ ĐIỂM CÂN BẰNG - BSC

VÀ CÁC CHỈ SỐ QUẢN LÝ CHỦ CHỐT CHO CÁC DOANH NGHIỆP MAY VIỆT NAM

Tác giả:

LÊ TIẾN TRƯỜNG (Chủ biên)

NGUYỄN VĂN ĐỨC, TẠ VĂN CẢNH, ĐỖ PHƯƠNG NGÀ,

VƯƠNG ĐỨC ANH, VŨ ĐỨC TÂN, NGÔ THỊ THANH MAI



Thẻ điểm cân bằng (BSC) là công cụ chuyển hóa mục tiêu chiến lược của doanh nghiệp thành các hành động cụ thể và đảm bảo thực hiện thành công. Bản đồ chiến lược chính là sợi dây liên kết giữa các mục tiêu chiến lược với các trụ cột chính trong doanh nghiệp, từ đó hình thành nên các chỉ tiêu đo lường hiệu suất chủ chốt (KPIs). Vai trò triển khai các mục tiêu chiến lược, đo lường giám sát việc thực hiện định kỳ đã trở thành công việc thường xuyên, liên tục của nhà quản lý. Do đó, cần có một hệ thống đo lường đảm bảo phản ánh chân thực hoạt động của doanh nghiệp, cung cấp đủ thông tin cho việc ra quyết định của nhà quản lý là điều kiện cần của hệ thống quản trị trong doanh nghiệp hiện nay.

Có một thực tế rằng: 70% doanh nghiệp thất bại trong giai đoạn xây dựng KPIs, 20% thất bại trong giai đoạn triển khai áp dụng các KPIs đó và chỉ có 10% thành công. Tại sao vậy? Câu trả lời sẽ có trong cuốn sách này.

Cuốn sách cung cấp chủ yếu các nội dung gợi ý để áp dụng, không đặt nặng vấn đề lý thuyết của BSC với mục tiêu giúp các nhà quản trị doanh nghiệp may ở Việt Nam một khung triển khai BSC tại cơ sở; đồng thời, trang bị tư duy liên tục đổi mới, cập nhật hệ thống KPIs trong BSC. Các tác giả là những cán bộ nghiên cứu, giảng dạy về BSC và trực tiếp quản lý nhiều năm trong ngành dệt may, kỳ vọng cuốn sách sẽ là một tài liệu hữu ích cho các nhà quản lý doanh nghiệp may.



Mô hình Balanced Scorecard

» Thông tin chi tiết và liên hệ mua sách: **Cao Quang Nam. Điện thoại: 0978811092 * Email: namcq@vinatex.com.vn**

TỔNG BIÊN TẬP

LÊ TIẾN TRƯỜNG

Bí thư Đảng ủy, Chủ tịch HĐQT Vinatex

HỘI ĐỒNG BIÊN TẬP

VŨ ĐỨC GIANG - Cố vấn cao cấp

Chủ tịch Vitas

TRẦN QUANG NGHỊ - Cố vấn cao cấp

Phó Chủ tịch HĐQT Vinatex

ĐẶNG VŨ HÙNG

TV HĐQT Vinatex

CAO HỮU HIẾU

TGD Vinatex, TB Tuyên giáo - Đoàn thể Vinatex

PHÓ TỔNG BIÊN TẬP

VƯƠNG ĐỨC ANH

Chánh Văn phòng HĐQT

THƯ KÝ TÒA SOẠN

NGUYỄN KIỀU GIANG

THIẾT KẾ MỸ THUẬT

VƯƠNG NGUYỄN

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!

Dịch bệnh đã cơ bản được kiểm soát từ đầu tháng 10, doanh nghiệp trở lại sản xuất trong sự hứng khởi, mặc dù phải đối mặt với nhiều khó khăn khi cỗ máy phải tạm dừng hơn 3 tháng qua được khởi động lại. Bỏ lại phía sau những thách thức phải đối mặt, doanh nghiệp dệt may đang tập trung toàn lực để phục hồi năng lực sản xuất, ổn định lao động và đơn hàng.

Tháng 10 là thời điểm quan trọng để các doanh nghiệp xây dựng kế hoạch sản xuất cho năm 2022 - được coi là năm đầu tiên của 3 năm phục hồi sau dịch bệnh 2022-2024. Nhận thức được tầm quan trọng của thông tin và dự báo thị trường, Ban Biên tập Tạp chí Dệt may và Thời trang Việt Nam cố gắng cung cấp các bài phân tích, dự báo thị trường dệt may thế giới, dệt may Việt Nam bám sát thực tế trong bối cảnh phục hồi của nền kinh tế thế giới căn cứ theo các báo cáo triển vọng kinh tế năm 2022 mới nhất của các tổ chức quốc tế uy tín.

Các bài viết với tiêu đề như “Tìm điểm cân bằng mới”, “Tiếp đà phục hồi”, “Lấy lại những gì đã mất”... chính là thông điệp Ban Biên tập Tạp chí mong muốn ngành Dệt May Việt Nam nói chung và doanh nghiệp dệt may nói riêng đạt được trong năm 2022.

Trân trọng cảm ơn!

BAN BIÊN TẬP



ẢNH BÌA:

Chuyên đề xây dựng kế hoạch năm 2022

MỤC LỤC



Tháng 10/2021



GÓC NHÌN

- 6 Vững vàng trên con đường đầy thử thách của năm 2022
- 8 Điều gì đi ra từ tâm thì sẽ trở về
- 10 Triển vọng kinh tế 2022 và cơ hội phục hồi của ngành dệt may
- 13 Ngành sợi Vinatex: Đủ lớn, đủ mạnh tạo dựng “điểm đến” với khách hàng
- 16 Những tín hiệu tích cực sau đại dịch
- 62 Giới thiệu sách mới: Hệ thống thẻ điểm cân bằng - BSC

DỆT MAY

- 22 Dự báo kinh tế Việt Nam năm 2022: Mở cửa sớm, phục hồi nhanh?
- 26 Diễn biến mới về ngoại hối và chính sách lãi suất tại một số quốc gia
- 30 Việt Nam có giữ được vị trí quốc gia xuất khẩu dệt may lớn thứ 2 thế giới trong năm 2021?
- 34 Tổng quan về mùa vụ bông 2021/2022
- 38 Ngành sợi tìm điểm cân bằng mới trong năm 2022:
- 40 Triển vọng ngành dệt may Trung Quốc 2021-2025 Điều chỉnh theo đà chiến lược “Kế hoạch 5 năm”
- 43 Gam màu nào cho bức tranh bán lẻ dệt may năm 2022
- 46 Hiến kế giải pháp căn cơ phục hồi kinh tế trong năm 2022

- 50 Kinh tế thế giới: Tiếp tục đà phục hồi trong năm 2022
- 55 Dự báo dệt may Thế giới và Việt Nam năm 2022: “Lấy lại những gì đã mất”

TIN TỨC & SỰ KIỆN

- 64 Bản tin Vinatex
- 66 Bản tin công đoàn

THỜI TRANG & CUỘC SỐNG

- 68 Kết hợp văn hóa truyền thống với thời trang: Giữ hồn cốt, lưu tinh hoa trên từng sản phẩm

TRUYỆN NGẮN

- 72 Thung năng

VỮNG VÀNG

TRÊN CON ĐƯỜNG ĐẦY THỬ THÁCH CỦA NĂM 2022

Bài: Ông **LÊ TIẾN TRƯỜNG** - Chủ tịch HĐQT Vinatex



Ông **LÊ TIẾN TRƯỜNG**
Chủ tịch HĐQT Vinatex

Năm 2022 là thời điểm đầu tiên của 3 năm phục hồi sau dịch Covid-19 (giai đoạn 2022-2024). Những thách thức lớn đặt ra cho doanh nghiệp bài toán xây dựng kế hoạch năm đảm bảo rõ mục tiêu, chỉ tiêu, đích đến trên cơ sở những dự báo sát với thực tiễn và mang tính khoa học là nội dung chính được đăng tải trên Tạp chí Dệt may và Thời trang số này.

Sau 17 tháng sống trong đại dịch Covid-19, việc tiêm vắc-xin được triển khai trên diện rộng đang đem lại hy vọng đại dịch sẽ chấm dứt, nhưng cuộc khủng hoảng này cũng đã gây nhiều bất định và đau thương trên thế giới với hơn 240 triệu người nhiễm bệnh đến đầu tháng 10/2021, trong đó có gần 5 triệu người tử vong. Ở Việt Nam, cũng đã có trên 850.000 ca bệnh với trên 21.000 ca tử vong.

Các doanh nghiệp thuộc Tập đoàn, nhất là doanh nghiệp phía Nam đang trải qua 3 tháng “kinh hoàng” nhất trong lịch sử phát triển. Sản xuất hoàn toàn đình trệ, đóng cửa ở phía Nam với trên 45.000 lao động, chiếm 30% lao động toàn Tập đoàn phải nghỉ việc. Miền Bắc và miền Trung có khả quan hơn nhưng cũng chỉ huy động được 60-70% lao động vì các chính sách giãn cách ở từng địa phương. Vỡ hợp đồng, mất khách hàng, mất lao động, thua lỗ, cạn kiệt các nguồn lực tài chính là câu chuyện hàng ngày ở các doanh nghiệp, kể cả

doanh nghiệp lớn, mạnh trong thời gian trước.

Tuy nhiên, đến thời điểm có thể mở cửa trở lại cho sản xuất thì khó khăn vẫn rất gay gắt, đó là tỷ lệ công nhân quay trở lại làm việc, là trang thiết bị máy móc sau vài tháng không vận hành, là khách hàng và các đơn hàng tới đây sau khi đã phải tìm nhà sản xuất khác trong 3-4 tháng qua. Có những tỷ lệ khảo sát nhanh, số mẫu nhỏ cho thấy tỷ lệ không khả quan về số công nhân quay lại nhà máy, họ đã lựa chọn trở về quê, không ở lại những khu công nghiệp lớn. Áp lực trong trở lại năng lực sản xuất như mức trước đại dịch và giãn cách sẽ còn là chủ đề của doanh nghiệp trong 3 năm tới. Ngoài việc cạnh tranh trong ngành dệt may về lao động còn là sự cạnh tranh gay gắt hơn với các ngành công nghiệp khác ở khu vực kinh tế trọng điểm phía Nam đang cùng thiếu lao động trên diện rộng. Chi phí ngoài sản xuất sẽ còn tiếp tục tăng cao với các doanh nghiệp trong năm 2022 mà lớn nhất là 2 nhóm chi phí (1) xét nghiệm Covid-19 cho người lao động – nếu

dự báo đến tháng 6/2022 chúng ta mới phủ kín vắc-xin toàn dân; (2) chi phí logistic trong và ngoài nước.

Về bình diện kinh tế thế giới, quan hệ giữa mức độ phủ vắc-xin và tốc độ tăng trưởng, phục hồi kinh tế ngày càng rõ rệt. Các nước phát triển nhất là Anh và Mỹ có tốc độ tăng trưởng kinh tế cao nhất 80 năm qua, trong khi các nước đang phát triển và chậm phát triển có tốc độ phục hồi chậm, liên tục bị dự báo thấp đi so với đầu năm do tỷ lệ phủ vắc-xin đủ 2 mũi vẫn dưới 20%. Tại Việt Nam, tới cuối tháng 9, với khoảng 40 triệu liều vắc-xin đã được tiêm, chúng ta cũng mới chỉ đạt mức quy đổi trên 20% người dân được phủ đủ vắc-xin, vì thế các tổ chức quốc tế như WB, IMF, ADB đều hạ mức tăng trưởng từ 6.7% đầu năm xuống còn 3.5% trong dự báo mới nhất. Điều cần lưu tâm là mức tăng này lại trên nền của năm 2020, năm có mức tăng thấp nhất trong nhiều chục năm qua. Gộp lại cả hai năm 2020, 2021 tổng lượng tăng trưởng của cả nước chỉ ngang với 1 năm trước đây.

Điểm trái chiều, tạo ra áp lực và rủi ro khá lớn cho doanh nghiệp dệt may Việt Nam đó là trong khi các thị trường chính của chúng ta phục hồi mạnh, nhu cầu tăng nhanh trở lại thì chúng ta lại không được tổ chức sản xuất vì dịch bệnh. Lượng khách hàng phải dịch chuyển đơn hàng đi chắc chắn sẽ lớn, với mức dự báo khoảng 3-4 tỷ USD trong quý 3 khi chúng ta chỉ đạt kim ngạch xuất khẩu 10 tỷ USD trong khi mức trung bình 2019 là khoảng 13 tỷ. Dịch chuyển của khách hàng đồng nghĩa với vị trí và thị phần của chúng ta trong chuỗi cung ứng có sự rung động, chưa khẳng định ngay là sẽ giảm, nhưng tín hiệu của xu thế giảm là có. Đồng thời tạo tâm lý cần đa dạng hoá quốc gia đặt hàng của các hãng, có nguy cơ dài hạn làm giảm tốc độ tăng trưởng của dệt may Việt Nam đang đạt được 3 năm trở lại đây, đưa chúng ta lên vị trí thứ 2 về xuất khẩu dệt may trên thế giới năm 2020.

Trên nền tảng các điều kiện đầu vào hết sức thách thức, cần đặt ra một phương pháp tiếp cận trong xây dựng kế hoạch 2022 như sau:

1.

Xây dựng kế hoạch 2022 là năm đầu tiên của 3 năm phục hồi sau dịch bệnh 2022-2024. Mục tiêu vừa phục hồi sản xuất, phục hồi tài chính, phục hồi khách hàng và thị trường đồng thời với cấu trúc lại, tinh gọn kể cả phải thu hẹp quy mô, chuyển đổi công nghệ sản xuất và công nghệ quản lý, tái phân bổ địa bàn sản xuất.

2.

Chỉ tiêu trọng tâm của năm 2022 là:

- Tỷ lệ phục hồi năng lực sản xuất so với trước đại dịch.
- Tỷ lệ phục hồi lực lượng lao động so với trước đại dịch.
- Tỷ lệ phục hồi đơn hàng với khách hàng chiến lược.
- Tỷ lệ khắc phục mất cân đối tài chính so với năm 2021.

3.

Mục tiêu phấn đấu với các khu vực

- Ngành May: khắc phục 2/3 mức sụt giảm do đóng cửa, huy động tỷ lệ lao động thấp của năm 2021. Riêng các đơn vị ở khu vực ít chịu ảnh hưởng của dịch bệnh, không bị giãn cách năm 2021 cần quay lại mức trước khi có dịch bệnh của năm 2019.
- Ngành Sợi: duy trì xu thế tiến bộ đáng kể của năm 2021, tiếp tục cải thiện và duy trì biên lợi nhuận ở mức tiên tiến nhất của ngành Sợi Việt Nam.
- Ngành Dệt: gia tăng sản lượng dệt kim trên 50%, tiếp tục bám sát khách hàng và thị trường đã khai thông năm 2021. Tập trung cải thiện thực chất hiệu quả nhờ quy mô và kinh nghiệm tích lũy trong sản xuất 2021.
- Đầu tư phát triển:
 - Tập trung cho đầu tư sản xuất nguyên liệu.
 - Phát triển sản phẩm nguyên liệu khác biệt.
 - Phát triển hướng sản phẩm mới như gia dụng, bảo hộ chuyên ngành.

Trong Tạp chí số này cũng sẽ cung cấp những thông tin cập nhật nhất cho lãnh đạo các doanh nghiệp về:

- Dự báo kinh tế thế giới, kinh tế các nước là thị trường chính của doanh nghiệp.
- Dự báo nhu cầu và diễn biến thị trường dệt may.
- Dự báo lãi suất, tỷ giá.
- Hành động của các quốc gia cạnh tranh và các nhà mua hàng lớn.
- Năng lực cung ứng thiết bị của các hãng lớn trên thế giới

Thử thách lần này là cam go nhất trong suốt 25 năm qua, con đường duy nhất là toàn bộ hệ thống chúng ta vững vàng, sáng suốt và quyết tâm cao để có thể đề ra và triển khai thành công kế hoạch phục hồi, điều chỉnh, nâng cấp với định vị mới phù hợp diễn biến của thị trường.

Điều gì ĐI RA TỪ TÂM thì sẽ trở về

Bài: **GIANG NGUYỄN**



Ông Lê Tiến Trường - Chủ tịch HĐQT Vinatex trao Quyết định cho tân Tổng Giám đốc Cao Hữu Hiếu.

Bí thư Đảng ủy, Chủ tịch HĐQT Tập đoàn Dệt May Việt Nam Lê Tiến Trường đã nhắc lại câu nói này của ông Trần Quang Nghị - nguyên Chủ tịch HĐQT Vinatex trong Lễ bổ nhiệm Tổng Giám đốc Tập đoàn - ông Cao Hữu Hiếu như một lời nhắn gửi đến tân Tổng Giám đốc những kỳ vọng của lãnh đạo và CBNV-NLĐ toàn hệ thống trước giai đoạn đầy khó khăn, thử thách trước mắt.

Năm 2020, Đại hội cổ đông Tập đoàn nhiệm kỳ 2020-2025 đã bầu ra HĐQT gồm 5 thành viên, HĐQT đã bổ nhiệm đồng chí Đặng Vũ Hùng- Ủy viên HĐQT kiêm nhiệm chức danh TGD. Tuy nhiên vì điều kiện sức khỏe, đồng chí Đặng Vũ Hùng có nguyện vọng không kiêm nhiệm chức danh điều hành, chỉ tập trung cho nhiệm vụ trong HĐQT và đã được cấp thẩm quyền phê duyệt vào tháng 8/2021. Tập đoàn đã tổ chức các bước của quy trình cán bộ theo quy định của Đảng trong doanh nghiệp có vốn nhà nước chi phối và đã thống nhất tuyệt đối giới thiệu đồng chí Cao Hữu Hiếu đảm nhận trọng trách Tổng Giám đốc Tập đoàn.

Trong bài phát biểu chúc mừng tân

Tổng Giám đốc, Chủ tịch HĐQT Lê Tiến Trường nhận định: Tập đoàn Dệt May Việt Nam cũng như các doanh nghiệp trong cả nước đang trải qua thời kỳ hết sức gian nan, có thể nói là sống còn, đặc biệt là Quý 3 vừa qua. Tuy vậy, với sự nỗ lực không ngừng nghỉ, đến hết Quý 3, chúng ta đã hoàn thành 120% kế hoạch lợi nhuận hợp nhất cả năm 2021; riêng với công ty mẹ đã hoàn thành trên 60% kế hoạch cả năm mà chưa tính đến cổ tức thu về từ các công ty cổ phần (nguồn thu nhập chính của Tập đoàn trước đây). Dự kiến năm 2021, Tập đoàn chắc chắn sẽ hoàn thành vượt mức mọi chỉ tiêu Đại hội cổ đông đã giao. Nhưng khó khăn tại các đơn vị trọng yếu ở phía Nam như Việt Tiến, Việt Thắng, Nhà Bè... sẽ ảnh hưởng trong trung hạn và thể hiện lên Tập đoàn vào chu kỳ tiếp theo.

Theo Lãnh đạo Tập đoàn, kết quả 3 quý là thuận lợi nhưng cũng là áp lực rất lớn với tân Tổng Giám đốc và Cơ quan điều hành Tập đoàn. Chúng ta phải đối diện với sức ép về phục hồi sản xuất nhanh sau giãn cách, tỷ lệ lao động quay trở lại doanh nghiệp ở phía Nam; sức ép về thuyết phục và tái kết nối khách hàng sau 3 tháng gián đoạn, đặc biệt là cả sức ép về tài chính trong ngắn hạn và trung hạn... Đồng thời, ngành Sợi- ngành tạo hiệu quả quan trọng năm 2021 khó duy trì được hiệu quả rất cao như trước do sự tái phân bổ lại hiệu quả chung toàn chuỗi cung ứng; dịch bệnh diễn biến phức tạp và khó lường tiếp tục gây ra những rủi ro không chỉ với trong nước mà còn cả ở nước ngoài nơi là thị trường chính của Việt Nam.

Chủ tịch Lê Tiến Trường đề nghị đồng chí Tổng Giám đốc bắt tay ngay vào công việc điều hành, thấm nhuần và phát huy thật tốt truyền thống đoàn kết, tương trợ, trên dưới một lòng của Vinatex. Với phương châm: **“Chủ động- sáng tạo/Khoa học- nhân văn/Minh bạch- Công khai/Quyết liệt- Cầu thị”**.

Nhớ lại quãng thời gian “tạm ứng niềm tin” khi được Hội đồng thành viên giao nhiệm vụ là thành viên HĐQT – Phó Tổng Giám đốc thường trực, được tập sự làm Tổng Giám đốc cách đây 12 năm, ông Lê Tiến Trường chia sẻ: Tôi đã được sự ủng hộ hết lòng của các anh chị lãnh đạo lớp trước, mà ở đây còn nhiều anh chị như anh Trần Quang Nghị, anh Lê Trung Hải, chị Phạm Nguyễn Hạnh, anh Nguyễn Đức Khiêm, anh Hoàng Vệ Dũng, và các anh

chị đã nghỉ như anh Lê Quốc Ân, anh Vũ Đức Giang, anh Trần Văn Phổ... Có thể nói sự ủng hộ nhưng không xuôi chiều, tuân thủ nhưng có chính kiến, bảo vệ chính kiến quyết liệt nhưng công khai không định kiến là nhân tố quyết định cho sự tiếp nối thành công của các thế hệ cán bộ quản lý Tập đoàn.

“Thế hệ sau phải đổi mới cho phù hợp điều kiện cạnh tranh nhưng trên tinh thần kế thừa truyền thống, đổi mới chọn lọc, trên hết là tình cảm chân thành giữa đồng nghiệp trong Tập đoàn. Tôi rất tâm đắc với quan điểm của anh Trần Quang Nghị trong bài viết ở Kỳ yếu 20 năm thành lập Tập đoàn – “điều gì đi ra từ Tâm thì sẽ trở về” và luôn nỗ lực cùng tập thể BTV, HĐQT, CQĐH giữ gìn phát huy giá trị cốt lõi đó”- Chủ tịch HĐQT Lê Tiến Trường nhấn nhủ.

Đón nhận trọng trách mới trong sự gửi gắm, giao nhiệm vụ của Lãnh đạo Tập đoàn, tân Tổng Giám đốc Cao Hữu Hiếu bày tỏ: “Những khó khăn do dịch bệnh tác động và kết quả sản xuất kinh doanh năm 2021 sẽ là áp lực rất lớn của tôi khi nhận nhiệm vụ Tổng Giám đốc Tập đoàn trong giai đoạn này... Tôi và thế hệ cán bộ đương nhiệm may mắn được kế thừa truyền thống hết sức tốt đẹp đã thành nét văn hóa riêng của Tập đoàn Dệt May, được hun đúc suốt 26 năm qua kể từ khi thành lập Tập đoàn. Truyền thống đoàn kết, sáng tạo được duy trì bền vững bởi các thế hệ những nhà lãnh đạo tài năng, đã có những đóng góp to lớn cho ngành dệt may, cho Tập đoàn Dệt May Việt Nam, đó là các anh Lê Quốc Ân, Vũ

Đức Giang, Trần Quang Nghị, Đặng Vũ Hùng... Những thành quả mà HĐQT, CQĐH và các thế hệ Lãnh đạo Tập đoàn tiền nhiệm đã đóng góp, xây dựng cho Tập đoàn sẽ là nguồn động lực và niềm tin rất lớn để tôi làm việc và hoàn thành nhiệm vụ”.

Ông Cao Hữu Hiếu nhận định: Giai đoạn từ nay đến năm 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, số hóa. Những khiếm khuyết trong vận hành hệ thống quản trị, chiến lược sản xuất kinh doanh dẫn bộc lộ đòi hỏi chúng ta phải có 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. Mục tiêu là hướng về một chiến lược phát triển bền vững hơn, là cơ hội gây dựng năng lực cạnh tranh mới của Tập đoàn cả ở thị trường trong nước và thế giới.

Tân Tổng Giám đốc cam kết sẽ cùng tập thể CQĐH tạo ra môi trường làm việc tốt nhất, chính sách đãi ngộ tốt nhất, cơ hội phát triển tốt nhất để mỗi CBNV-NLĐ có thể yên tâm cống hiến lâu dài cho Vinatex; sẽ kế thừa những truyền thống tốt đẹp của Tập đoàn Dệt May, cùng tập thể CQĐH bắt tay thực hiện một giai đoạn “Đổi mới” tiếp theo trong sự đồng hành của CBNV, các doanh nghiệp với quyết tâm cao xây dựng Tập đoàn không ngừng phát triển nhanh, bền vững. Tất cả cùng kiên định với mục tiêu chiến lược của Tập đoàn “Trở thành một điểm đến, có khả năng cung ứng trọn gói nhu cầu của khách hàng doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng toàn cầu. Từng bước vươn lên thang bậc cao hơn của chuỗi giá trị về thiết kế và thương hiệu”.

Tân Tổng Giám đốc nhấn mạnh đó là trách nhiệm của tập thể CQĐH Tập đoàn và cá nhân đồng chí, đồng thời cũng là mong ước, là khát vọng của tất cả CBNV và các doanh nghiệp trong Tập đoàn không phân biệt vùng miền, doanh nghiệp liên kết hay chi phối, doanh nghiệp sợi – dệt nhuộm hay doanh nghiệp may. Sự hội tụ ấy là sức mạnh để toàn hệ thống tiếp tục xây dựng một Vinatex hiện đại – hiệu quả – nhân văn và phát triển.



Tiếp tục xây dựng một Vinatex hiện đại – hiệu quả – nhân văn và phát triển.

TRIỂN VỌNG KINH TẾ 2022 VÀ CƠ HỘI PHỤC HỒI CỦA NGÀNH DỆT MAY

Bài: **TS TRẦN VĂN**
Nguyên Phó Chủ nhiệm Ủy ban Tài chính-Ngân sách của Quốc hội



TS Trần Văn
Nguyên Phó Chủ nhiệm
Ủy ban Tài chính - Ngân sách của Quốc hội

Bạn sẽ thấy thú vị khi theo dõi trang tin điện tử của Quỹ Tiền tệ Quốc tế (IMF) imf.org/en/Publications/WEO, thấy IMF đánh giá triển vọng kinh tế thế giới cả 2 năm 2021, 2022 cứ sau 3 tháng, lần sau lạc quan hơn lần trước. Nếu tăng trưởng toàn cầu năm 2021, 2022 được dự báo vào tháng 1 năm 2021 lần lượt là 5,5% và 4,2%, thì tháng 3/2021 là 6% và 4,4% và tháng 7/2021 là 6% và 4,9%. Việt Nam cũng đặt kỳ vọng năm 2022 tiếp tục bảo đảm ổn định kinh tế vĩ mô, kiểm soát lạm phát, bảo đảm các cân đối lớn, nâng cao tính tự chủ, khả năng chống chịu, thích ứng của nền kinh tế, phấn đấu đạt quy mô GDP khoảng 9,3 - 9,4 triệu tỷ đồng, tăng 6-6,5% so cùng kỳ, GDP bình quân đầu người đạt 3900 đô-la Mỹ.

Triển vọng đối với thị trường mới nổi và các nền kinh tế đang phát triển đã giảm xuống cho năm 2021, nhất là đối với châu Á vì đợt bùng phát dịch bệnh do biến chủng delta từ giữa năm tới giờ vẫn chưa có dấu hiệu hạ nhiệt. Việt Nam cảm nhận quá rõ điều này với tăng trưởng GDP quý 3 âm 6,17% do giãn cách kéo dài và nhiều chuyên gia ước tính GDP cả năm khá thấp cũng chỉ tăng dưới 3%.

Ngược lại, dự báo tăng trưởng năm 2022 được điều chỉnh tăng do các nền kinh tế lớn như Mỹ, EU đã sớm mở cửa trở lại và phản ánh tính tích cực và hiệu quả của các biện pháp phòng, chống dịch cũng như chính sách tài khóa hỗ trợ phục hồi kinh tế

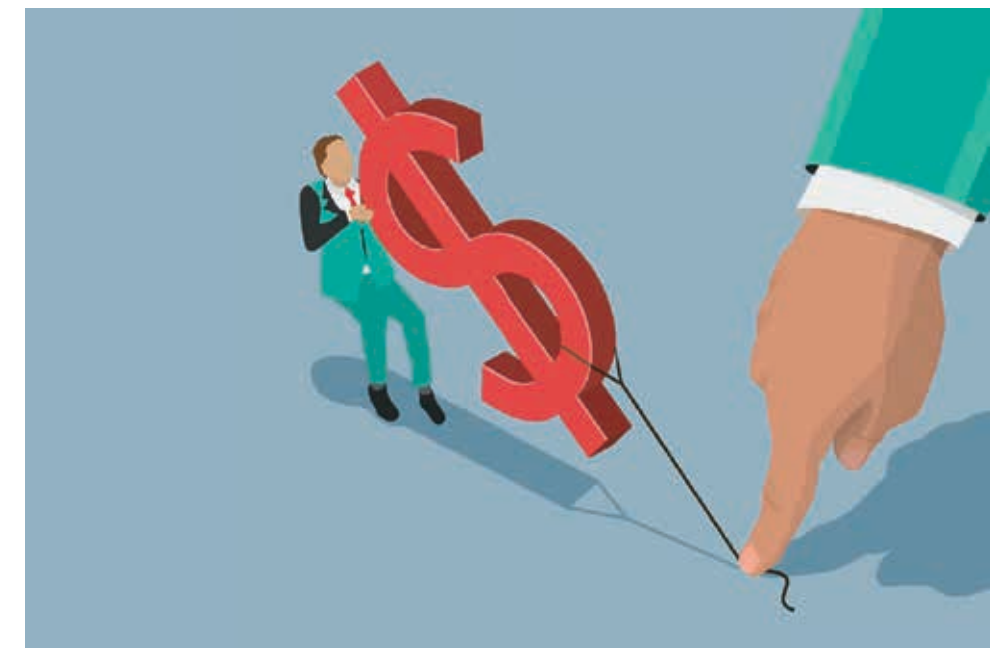
ở khu vực châu Á, trong đó có Việt Nam với gói hỗ trợ khôi phục kinh tế, nếu tính tất cả các nguồn, vào khoảng 10,45 tỷ USD, tương đương 2,84% GDP theo Bộ Kế hoạch và Đầu tư và tất nhiên là độ trễ của nó sẽ rơi vào quý đầu năm 2022. Điều này có lẽ cũng phù hợp với đánh giá của nhiều chuyên gia y tế là cuối cùng thì SARS-CoV-2 cũng sẽ thành cúm mùa khi vắc xin đạt độ phủ nhất định và miễn dịch cộng đồng được kích hoạt. Hơn nữa, khi đó, các gói chính sách theo Đề án phục hồi kinh tế cho giai đoạn 2022 - 2023 được Quốc hội quyết định theo đề nghị của Chính phủ tại kỳ họp thứ 2 Quốc hội khóa XV trong tháng 10 này.

Cá nhân tôi, từ góc độ chuyên gia nhiều năm làm việc trong lĩnh vực chính sách vĩ mô, tài chính công, cũng đã đề xuất là Nhà nước nên điều chỉnh lại kế hoạch tài chính quốc gia 5 năm và kế hoạch đầu tư công trung hạn 5 năm 2021-2025 để tăng chi chống dịch và đầu tư trong những năm phục hồi kinh tế 2022-2023 bằng cách tăng bội chi ngân sách nhà nước và giảm dần trong 2 năm cuối 2024-2025 để không vượt trần của kế hoạch 5 năm, dành dư địa cho các chính sách giãn hoãn, miễn giảm một số sắc thuế, phí để hỗ trợ sản xuất. Đây là bài toán "con gà, quả trứng" vì nếu có chính sách hỗ trợ sản xuất kinh doanh tốt, hiệu quả thì kinh tế sẽ sớm phục hồi,

doanh nghiệp lại có khả năng đóng góp cho ngân sách nhà nước và nhà nước lại có nguồn tăng chi cho phòng, chống dịch, chăm sóc y tế và an sinh xã hội cho người dân.

Một đại lý cho nhân hàng thời trang G2000 của Hồng Kông cho biết, họ cho hưởng chiết khấu 50% giá bán để thuê mặt bằng, tổ chức bán hàng. Như vậy, có thể hiểu trong 50% còn lại là giá nguyên vật liệu, công may, chi phí thiết kế, sáng tạo, logistics vào khoảng 30-35% và lãi định mức của nhà sản xuất chắc cũng phải 20-15%. Còn chuỗi siêu thị Metro ở Việt Nam trước đây, đối với mặt hàng tiêu dùng, họ phải hưởng lãi 30-35% mới cho hàng lên kệ. Trước đây, Hewlett Packard đã từng chiết khấu tới 75% giá bán các máy in nổi tiếng của mình. Theo fitsmallbusiness.com/amazon-seller-fees, giá bán của Amazon thường phải rẻ hơn thị trường 10-15% và Amazon sẽ hưởng từ 6-45% giá bán, nhưng hầu hết các nhà bán hàng trả cho Amazon 15% giá bán gọi là phí giao dịch, riêng hàng may mặc và phụ kiện là 17%, túi sách, giày dép là 15%, cao nhất là 45% đối với các mặt hàng Amazon tự kinh doanh. Đó có thể là các case study cũng không có gì lạ đối với ngành Dệt May Việt Nam, vấn đề là làm như thế nào.

Vì thế, giá thành sản phẩm là tối quan trọng và các doanh nghiệp trên thế



“ Giá thành sản phẩm là tối quan trọng và các doanh nghiệp trên thế giới đều sống chết cắt giảm chi phí và xây dựng thương hiệu để định vị phân khúc thị trường cho sản phẩm hàng hóa của mình. ”

giới đều sống chết cắt giảm chi phí và xây dựng thương hiệu để định vị phân khúc thị trường cho sản phẩm hàng hóa của mình. Việc vươn lên chuỗi giá trị cao hơn và thiết kế, sáng tạo, xây dựng chuỗi phân phối là mong muốn của mọi doanh nghiệp thay vì chỉ gia công, lắp ráp với tiền công rẻ

mặt. Tự động hóa, robot hóa, số hóa là chìa khóa cho vấn đề giảm giá thành, nâng cao chất lượng, thay đổi nhanh mẫu mã, cá thể hóa fashion... nhất là ở những công đoạn có tính chất, mô hình công việc phù hợp. Có lẽ, ngành Dệt May Việt Nam cũng có những vấn đề tương tự.





Đại dịch SARS-CoV-2 đã làm thay đổi thế giới, thay đổi cách nhìn của chúng ta về tương lai. Tất cả có vẻ mỏng manh, dễ vỡ. Nền cách tiếp cận của chúng ta với nhiều vấn đề của đời sống kinh tế có lẽ cũng phải khác đi. Đó là hãy mạnh dạn thuê ngoài outsource để tiết kiệm chi phí và các công ty outsource sẽ thực hiện yêu cầu của bạn theo ngân sách, giá cả mà bạn yêu cầu.

Theo Textile Industry - Growth, Trend, Covid-19 Impact, and Forecasts (2011-2026) trên mordorintelligence.com, thì đại dịch Covid-19 đã thách thức mạnh mẽ ngành dệt may. Châu Á, là một trong những thị trường lớn nhất của ngành dệt may trên thế giới, đã phải hứng chịu những tác động tiêu cực của giãn cách xã hội kéo dài ở phần lớn các nước, trong đó có Việt Nam cùng với sự sụt giảm đột ngột nhu cầu quốc tế đối với sản phẩm dệt may từ châu Á. Tổn thất này đặc biệt cao ở các nước mà ngành dệt may chiếm tỷ trọng lớn hơn trong xuất khẩu. Tuy nhiên, nhờ sớm mở cửa trở lại của các thị trường xuất khẩu lớn như EU, Hoa Kỳ và Nhật Bản với các gói kích cầu tiêu dùng, cùng với sự phục hồi của chuỗi cung ứng

“...hãy mạnh dạn thuê ngoài outsource để tiết kiệm chi phí và các công ty outsource sẽ thực hiện yêu cầu của bạn theo ngân sách, giá cả mà bạn yêu cầu.”



và chi phí logistics sẽ dần trở lại mặt bằng như trước, trợ lực bởi các gói hỗ trợ thiết thực của Nhà nước trong chính sách tài khóa và tài chính - tiền tệ và việc tập trung tháo gỡ các điểm

nghẽn, khơi thông nguồn lực phát triển, cải cách hành chính, tin tưởng ngành Dệt May Việt Nam sẽ có đà phục hồi tốt trong năm 2022



NGÀNH SỢI VINATEX

ĐỦ LỚN, ĐỦ MẠNH TẠO DỰNG “ĐIỂM ĐẾN” VỚI KHÁCH HÀNG

Bài: BAN ĐT&PT

ĐỐI MẶT KHÓ KHĂN TRONG ĐẠI DỊCH

Các nhà sản xuất thiết bị sợi nổi tiếng trên thế giới đến từ châu Âu như Rieter, Truezchler, Saurer... hay châu Á như Muratec, Toyota, CMT, Laskmi,... đều có chung những nhận định, đánh giá về mức độ ảnh hưởng của đại dịch đến thị trường cung cấp thiết bị kéo sợi, tập trung vào những vấn đề sau:

Nguyên liệu đầu vào cho hoạt động sản xuất thiết bị như phôi thép, linh kiện điện tử đang chịu tác động của việc chuỗi cung ứng toàn cầu bị đứt gãy khiến cho giá nguyên liệu đầu vào tăng cao so với thời điểm cuối năm 2019.

Việc phong tỏa, giãn cách xã hội và các biện pháp phòng dịch được áp dụng ở nhiều quốc gia với nhiều hình thức khác nhau khiến cho hoạt động vận tải hàng hóa bị đình trệ, thời gian giao hàng kéo dài. Trước đây, thời gian giao máy móc thiết bị thường khoảng 8 - 12 tháng, nay thời gian này có thể lên tới 18-24 tháng tùy theo các nhà sản xuất và từng loại thiết bị, ví dụ đối với các nhà cung cấp đến từ châu Á như Nhật Bản là 12-14 tháng, đặc biệt có những thiết bị có thể kéo dài tới 25 tháng; Trung Quốc là 10 tháng; châu Âu thời gian lâu hơn như mô tả dưới đây:

Danh mục thiết bị	Nhà cung cấp Châu Âu	
	Trước khi dịch bệnh	Hiện nay
Máy Bông Chải	8-9 tháng	12-14 tháng
Máy Ghép	8-9 tháng	9-10 tháng
Máy Chải kỹ	8-10 tháng	12-14 tháng
Máy Thò	8-10 tháng	15-16 tháng
Máy Sợi con	8-12 tháng	16-18 tháng
Máy Sợi con + compact	10-12 tháng	22-24 tháng

Thời gian giao hàng của nhà cung cấp máy móc thiết bị tại châu Âu trong thời điểm hiện nay

MỘT SỐ MÁY MÓC THIẾT BỊ HIỆN ĐẠI CÓ THỜI GIAN GIAO HÀNG KÉO DÀI HƠN DO ĐẠI DỊCH COVID-19:



■ Máy chải thô TC 19i của hãng Trützschler



■ Máy đánh ống PAC21 của hãng Murata



■ Máy chải kỹ TCO 12 của hãng Trützschler



■ Máy sợi con RX300 của hãng Toyota



■ Máy cuộn cúi TSL 12 của hãng Trützschler



■ Máy cuộn cúi OMEGAlap E 36e của hãng Rieter



■ Máy chải kỹ E90 của hãng Rieter

Đầu tư một nhà máy Sợi, ngoài chi phí máy móc thiết bị thì chi phí xây dựng cũng chiếm từ 25-30% tổng mức đầu tư. Từ cuối năm 2020 cho đến thời điểm hiện nay chi phí này liên tục tăng do giá nguyên vật liệu xây dựng đặc biệt là giá thép, có lúc giá thép xây dựng tăng 40-50% (*) điều này ảnh hưởng rất lớn tới tổng mức đầu tư của dự án.

GỠ RÀO CẢN CHO CÁC DỰ ÁN ĐẦU TƯ

Các dự án đầu tư xây dựng nhà máy Sợi của Tập đoàn trong giai đoạn 2020 - 2022 cũng đang gặp phải những khó khăn như vậy bao gồm cả những dự án vừa hoàn thành, đang triển khai và dự kiến triển khai trong những năm tới.

Đối với dự án vừa hoàn thành có thể kể đến Dự án Nhà máy Sợi 3 vạn cọc của Công ty CP Sợi Phú Bài, khởi công vào tháng 10/2019 và đi vào hoạt động trong tháng 6/ 2021, giai đoạn dịch bệnh vẫn tiếp diễn trên toàn cầu. Mặc dù các chi phí về máy móc thiết bị cũng như xây dựng của chủ đầu tư không bị tác động nhiều do hợp đồng các gói thầu đã được ký kết từ trước, tuy nhiên, dự án cũng bị ảnh hưởng do hoạt động di chuyển và lưu trú của chuyên gia lắp đặt thiết bị, chuyển giao công nghệ gặp rất nhiều trở ngại do quy định về xuất nhập cảnh, cách ly của mỗi quốc gia dẫn đến thời gian đưa máy móc vào vận hành bị chậm tiến độ, chi phí dịch vụ cho chuyên gia tăng lên cho cả hai bên.

Đối với dự án đang triển khai như “Nhà máy Sợi Nam Định 2” của Chi nhánh Tập đoàn Dệt May Việt Nam - Nhà máy Sợi Vinatex Nam Định, quá trình chuẩn bị dự án phải được tính toán kỹ lưỡng, thời gian khởi công xây dựng và thời gian chuẩn bị các hồ sơ mua bán thiết bị phải “ráp nối” đồng bộ, linh hoạt, đồng thời phải phù hợp với các quy định pháp luật của Nhà nước. Thời gian dự kiến hoàn thành kéo dài thêm khoảng 10-12 tháng, tổng mức đầu tư của Dự án phải điều chỉnh tăng so với dự kiến thời điểm đầu tư năm 2019 từ 15-20%.

Đứng trước những khó khăn mà các bên đều phải đối mặt, mỗi nhà cung cấp thiết bị đều đưa ra những giải pháp để cùng nhau chia sẻ khó khăn, vượt qua đại dịch và phát triển. Các nhà cung cấp máy móc thiết bị ngành

Sợi đều coi thị trường châu Á nói chung và Việt Nam nói riêng là thị trường tiềm năng vì lẽ đó chính sách về phương thức thanh toán trả chậm được các nhà cung cấp ưu tiên lựa chọn nhằm giảm áp lực về dòng tiền cho các nhà đầu tư. Có nhiều giải pháp được đưa ra trong đó có thể kể đến: thanh toán chậm trả trong 30 tháng với mức lãi suất khoảng 2,4%/năm, lãi suất trả chậm sẽ được tính trực tiếp vào giá máy (tức 6% trong 30 tháng, giảm khoảng 0,5-0,7%/năm so với trước đây). Hoặc thanh toán trả chậm được bảo đảm bởi ngân hàng ở Việt Nam trong một thời gian nhất định từ 5-7 năm và đối với các đơn hàng có quy định mức giá tối thiểu.

Như vậy, nhìn một cách toàn cảnh dưới tác động của đại dịch Covid-19, việc đầu tư xây dựng nhà máy đối với các ngành nghề đều không dễ dàng trong đó có ngành dệt may. Đại dịch xảy ra, câu chuyện suất đầu tư tăng sẽ không phải là rào cản cho phát triển nếu doanh nghiệp biết nắm bắt lấy cơ hội để chiếm lĩnh thị trường, biết lựa chọn các sản phẩm chất lượng mang lại giá trị gia tăng cao đồng thời nâng cao năng lực cạnh tranh cho chính doanh nghiệp của mình□

“ Mục tiêu doanh nghiệp Sợi của Tập đoàn là “điểm đến” đủ lớn, đủ mạnh, uy tín, tin cậy cho các khách hàng sẽ được hiện thực hóa bằng các quyết định sáng suốt của các lãnh đạo doanh nghiệp trong hoạt động đầu tư để phát triển bền vững. ”

Nguồn: Tổng hợp từ chính sách của các nhà cung cấp máy móc thiết bị trên thế giới

(*) <https://moit.gov.vn/tin-tuc/phat-trien-cong-nghiep/thi-truong-thep-da-hinh-thanh-nen-mat-bang-gia-moi.html>



Ông PHẠM XUÂN HỒNG

Chủ tịch Hội Dệt May Thêu đan TP. Hồ Chí Minh (AGTEK)

NHỮNG TÍN HIỆU TÍCH CỰC SAU ĐẠI DỊCH

Bài: QUANG NAM (thực hiện)

Đơn hàng dồi dào cho 3 tháng cuối năm, biến động lao động không quá lớn... là những tín hiệu tích cực cho phục hồi sản xuất kinh doanh tại các doanh nghiệp (DN) dệt may khu vực TP. Hồ Chí Minh và các tỉnh phía Nam. Tuy nhiên, các DN vẫn cần có sự thống nhất cơ chế giữa các địa phương giáp ranh để thuận tiện cho người lao động (NLD) di chuyển.

Traï qua 4 tháng bị đình trệ sản xuất, sau khi TP. HCM và một số địa phương phía Nam nới lỏng giãn cách và chuyển sang trạng thái bình thường mới, các DN dệt may đã bắt tay ngay vào khôi phục sản xuất kinh doanh. PV Tạp chí Dệt May và Thời trang Việt Nam đã có cuộc trao đổi với ông Phạm Xuân Hồng – Chủ tịch Hội Dệt May Thêu đan TP. Hồ Chí Minh (AGTEK) về những khó khăn, vướng mắc của các DN dệt may khi

quay trở lại sản xuất sau một thời gian gián đoạn.

Thưa ông, trải qua hơn 4 tháng giãn cách, ông đánh giá thế nào về tình hình của các doanh nghiệp dệt may tại khu vực phía Nam?

Vừa qua, TP. Hồ Chí Minh và các tỉnh phía Nam đã bắt đầu nới lỏng giãn cách và đi vào trạng thái “bình thường mới”. Nhìn chung, các DN tương đối phấn khởi vì được trở lại hoạt động theo một tinh thần, điều kiện và tình

thế mới. Cũng giống như các ngành nghề khác, trải qua hơn 4 tháng giãn cách, hầu hết các DN dệt may đều rơi vào khó khăn, tuy nhiên Nhà nước và thành phố đã có những hỗ trợ kịp thời cho DN, như: giảm lãi suất, nới giãn nợ vay, hỗ trợ công nhân thất nghiệp... Tuy vẫn còn có những khó khăn, nhưng với sự hỗ trợ của Nhà nước, DN được mở cửa trở lại là một tín hiệu vui, tạo đà phục hồi sản xuất sau nhiều tháng bị đình trệ.



■ Công nhân làm việc tại Tổng công ty Cổ phần May Việt Tiến

Trong thời gian giãn cách, nhiều DN dệt may phải thực hiện “3 tại chỗ”, với các DN có đông người lao động như dệt may thì phương án “3 tại chỗ” có phù hợp không, thưa ông?

“3 tại chỗ” là giải pháp tạm thời để giải quyết những vấn đề cấp bách của nhu cầu sản xuất. Tuy nhiên, biện pháp này chỉ gói gọn trong khoảng 20-30% tổng số lao động của DN, có thể cao hơn nếu DN có điều kiện nhà xưởng rộng rãi. Để thực hiện “3 tại chỗ”, các DN phải tăng thêm cả các khoản chi phí về việc “bồi dưỡng” cho công nhân, chi phí xét nghiệm sàng lọc, các biện pháp phòng chống dịch

bệnh... Những khoản chi phí này tương đối cao, cho nên dù các DN có thực hiện “3 tại chỗ” thì vẫn khó khăn bởi biên lợi nhuận thấp. Có lẽ vì yêu cầu bức bách, tín nhiệm với khách hàng mà các doanh nghiệp phải đảm bảo các đơn hàng.

Không xét về chi phí, việc thực hiện “3 tại chỗ” cũng khiến DN bị ảnh hưởng về tinh thần, đè nặng lên vai các DN, khiến các DN phải vượt qua khi phải kiểm soát dịch bệnh tại phân xưởng. Thực tế cho thấy, thực hiện “3 tại chỗ” là phương án không thể không thực hiện khi có các yêu cầu bắt buộc về đơn hàng, chứ hầu hết các DN không mấy “mặn mà” về phương án này.

“ Để thực hiện “3 tại chỗ”, các DN phải tăng thêm cả các khoản chi phí về việc “bồi dưỡng” cho công nhân, chi phí xét nghiệm sàng lọc, các biện pháp phòng chống dịch bệnh...” ”

“...hiện nay chưa có thống nhất giữa TP. Hồ Chí Minh với các tỉnh lân cận để có thể dịch chuyển công nhân. Ví dụ như nhiều công nhân làm việc tại TP. Hồ Chí Minh nhưng sinh sống tại Bình Dương, Đồng Nai hoặc ngược lại. Hiện ở TP. Hồ Chí Minh, người lao động tiêm đủ 2 mũi, hoặc 1 mũi nhưng đã đủ 14 ngày là có thể đi làm được, nhưng đối với các tỉnh lân cận, dù đã tiêm vắc xin đủ nhưng vẫn không thể qua được các chốt vào thành phố, dù nơi ở và nơi làm việc chỉ cách nhau khoảng 3 – 4 km. Do đó, người lao động vẫn còn “ái ngại” trong việc đi làm trở lại, điều này dẫn tới có một số doanh nghiệp chỉ có khoảng 70 – 80% lao động để sản xuất.”

Vậy theo ông, với các DN dệt may đã ngừng sản xuất khoảng gần 4 tháng nay, thì khó khăn lớn nhất của các DN khi bắt đầu sản xuất trở lại là gì?

Khi bắt đầu sản xuất trở lại, hầu hết các DN đều sẽ có những khó khăn. Tuy nhiên, trong thời gian đóng cửa, các DN đều đã chuẩn bị những phương án kỹ lưỡng, đáp ứng các tiêu chí theo yêu cầu của Nhà nước, của ngành Y tế, để khôi phục sản xuất, nhưng vẫn đảm bảo tiêu chí an toàn cho người lao động. Đó chính là áp lực lớn nhất của các DN lúc này.

Thứ hai, là vấn đề lao động, hiện có nhiều thông tin “nóng” về việc thiếu hụt lao động sau khi mở cửa trở lại. Tuy nhiên, riêng ngành Dệt May lại có những tín hiệu vui. Đối với các DN vừa và nhỏ, hoạt động tại

chỗ, biến động về người lao động không nhiều. Với các DN lớn, người lao động ở nhiều địa phương khác nhau, ví dụ như từ Vĩnh Long, Long An... về TP. Hồ Chí Minh làm việc, cũng có những ảnh hưởng nhất định và cũng có một số DN bị thiếu lao động cho hoạt động sản xuất.

Theo khảo sát sơ bộ của Hội Dệt – May – Thêu – Đan Thành phố Hồ Chí Minh (AGTEK), với các DN lớn lao động chỉ biến động khoảng 10%, còn với các DN vừa và nhỏ chỉ khoảng vài %.

Thứ ba, đó là hiện nay chưa có thống nhất giữa TP. Hồ Chí Minh với các tỉnh lân cận để có thể dịch chuyển công nhân. Ví dụ như nhiều công nhân làm việc tại TP. Hồ Chí Minh nhưng sinh sống tại Bình Dương, Đồng Nai hoặc ngược lại. Hiện ở TP. Hồ Chí Minh, người lao động tiêm

đủ 2 mũi, hoặc 1 mũi nhưng đã đủ 14 ngày là có thể đi làm được, nhưng đối với các tỉnh lân cận, dù đã tiêm vắc xin đủ nhưng vẫn không thể qua được các chốt vào thành phố, dù nơi ở và nơi làm việc chỉ cách nhau khoảng 3 – 4 km. Do đó, người lao động vẫn còn “ái ngại” trong việc đi làm trở lại, điều này dẫn tới có một số doanh nghiệp chỉ có khoảng 70 – 80% lao động để sản xuất.

Đối với số lượng lao động về quê (các tỉnh miền Trung, miền Bắc, miền Tây...) mà báo chí đưa tin, phần lớn là những hoàn cảnh đặc biệt (có con nhỏ), hoặc lao động tự do, còn đối với lao động ngành Dệt May theo khảo sát của Hội thì tương đối ổn định. Tôi cũng mong thời gian tới, khi TP. HCM và các địa phương thống nhất được phương án đi lại, thì vấn đề thiếu hụt lao động sẽ được giải quyết.

Vậy với các DN lớn mà thiếu khoảng 10% lao động, các DN sẽ làm thế nào để đáp ứng được các đơn hàng, nhất là chúng ta đang ở Quý IV năm 2021, thời điểm dồi dào đơn hàng nhất năm và chuẩn bị đơn hàng cho năm 2022, thưa ông?

Thứ nhất, tôi hy vọng tình hình TP. HCM và các tỉnh lân cận tốt lên, những người đã rời đi có thể yên tâm quay trở lại làm việc, nơi họ đã gắn bó lâu năm.

Thứ hai, hiện các DN đã có phương án làm tăng thêm giờ, và mới đây Bộ LĐ-TB&XH cũng đã có đề xuất bỏ trần làm 40 giờ/tuần để tạm thời bù đắp việc thiếu lao động trong giai đoạn tạm thời.



Ảnh minh họa



■ Dây chuyền may tại Tổng công ty Cổ phần May Việt Tiến

Thứ ba, đầu tư cải tiến thiết bị mới để tăng năng suất lao động, và tôi cho rằng đây cũng sẽ là xu hướng cho các DN trong thời gian tới khi nguồn cung về lao động còn chưa ổn định.

Hiện có một số DN có ý kiến rằng dòng vốn hoạt động đang khá thiếu thốn, ông có kiến nghị gì với Chính phủ, Ngân hàng Nhà nước và các địa phương để tạo cơ chế cho các DN dệt may phía Nam hoạt động trở lại không?

Về cơ chế cho các DN nói chung, nhiều Hiệp hội ngành hàng cũng đã có những kiến nghị và đề xuất, riêng với các DN dệt may cũng rất cần đến tiền để giải quyết những vấn đề cấp bách. Chúng tôi cùng với các DN thành viên tại khu vực HCM, cũng đã có kiến nghị để giảm lãi suất, giãn cách nợ thuế, giảm giá tiền thuê đất... và hiện Nhà nước cũng đã có một số chỉ đạo theo các kiến nghị nêu trên cho các DN. Tất nhiên, trong kinh doanh thì vẫn sẽ có DN “khỏe” và DN “yếu”, nhưng với những hỗ trợ của Chính phủ, TP. HCM cùng với sự vận động tối đa nội tại, các DN sẽ giải quyết được những vấn đề khó khăn trước mắt. Tôi cho rằng đây cũng là một thử thách của các DN, đánh giá được “sức khỏe” của DN ra sao.

“ Theo suy đoán của tôi, năm 2022, tình hình dịch bệnh của Việt Nam và thế giới sẽ đi xuống, khả năng kiểm soát dịch tốt hơn, khi đó thị trường sẽ tốt lên. Sau khoảng 2 năm thị trường dệt may toàn cầu bị “áp lực” quá lớn, nếu phục hồi thì nhu cầu mua sắm của người dân sẽ tăng cao.”

Sau khi được hoạt động trở lại, trong Quý IV năm 2021, tình hình các đơn hàng của các DN có ổn định hơn không, thưa ông?

Dự báo trong Quý IV, các đơn hàng sẽ tốt lên. Bởi dự trữ các đơn hàng còn tồn đọng chưa sản xuất cũng khá nhiều, bên cạnh đó các đơn hàng mới được bổ sung sẽ giúp các DN dồi dào đơn hàng. Bên cạnh đó, tinh thần của NLĐ cũng đang rất hào hứng sau khi được trở lại làm việc, có những DN năng suất cao hơn bình thường,

bởi sau khoảng thời gian dài đình trệ, công nhân họ đang rất cần việc và thu nhập. Có nhiều DN đã tính đến phương án tăng ca, làm thêm giờ để kịp các đơn hàng. Tôi cho rằng, đây cũng là một tín hiệu mừng cho các DN dệt may phía Nam trong 3 tháng cuối năm.

Ông có dự đoán gì về thị trường dệt may thế giới, tình hình đơn hàng và chuỗi cung ứng trong năm 2022?

Theo suy đoán của tôi, năm 2022, tình hình dịch bệnh của Việt Nam và thế giới sẽ đi xuống, khả năng kiểm soát dịch tốt hơn, khi đó thị trường sẽ tốt lên. Sau khoảng 2 năm thị trường dệt may toàn cầu bị “áp lực” quá lớn, nếu phục hồi thì nhu cầu mua sắm của người dân sẽ tăng cao.

Bên cạnh đó, các đối thủ với Việt Nam hiện cũng chưa có quá nhiều ưu thế hơn so với Việt Nam. Không chỉ an toàn xã hội, chính trị ổn định, mà tay nghề công nhân cũng tốt hơn, và chúng ta nên “chớp” lấy cơ hội để vươn lên trong năm 2022. Tôi hi vọng sau một thời gian bị “oải” vì dịch bệnh, các DN sẽ liên kết lại với nhau để khai thác được tiềm năng tăng trưởng của thị trường dệt may thế giới.

Vậy nếu như đặt một kịch bản xấu hơn cho năm 2022 khi dịch bệnh vẫn chưa được kiểm soát, các khu vực sản xuất dệt may thế giới như: Ấn Độ, Bangladesh, Myanmar... dịch tái bùng phát, vậy các DN sẽ phải chuẩn bị kịch bản như nào, thưa ông?

Tôi vẫn hi vọng rằng năm 2022 tình hình sẽ tốt lên. Vào dịp đầu tháng 10, tôi có buổi làm việc với Lãnh sự quán Ấn Độ tại TP. HCM, khi trao đổi về tình hình dệt may trong năm 2022, ngài Đại sứ cũng cho rằng tình hình Ấn Độ và thế giới năm 2022 sẽ tốt lên, do đó ngài Đại sứ bày tỏ mong muốn từ nay tới cuối năm Hội Dệt May Thêu đan TP. HCM sẽ kết hợp với Lãnh sự quán để tổ chức gặp gỡ, trao đổi, kết nối giữa các DN dệt may Ấn Độ và các DN tại TP. HCM.

Xin trân trọng cảm ơn ông!



Ông Hoàng Vệ Dũng – Chủ tịch HĐQT Tổng công ty Đức Giang - Công ty Cổ phần

Để duy trì sản xuất liên tục và đảm bảo tăng trưởng doanh thu và xuất khẩu trong năm 2021, điều đầu tiên và quan trọng phải nói đến đó là chính sách phòng chống dịch thành công của Tổng công ty Đức Giang; sự kết hợp hài hòa, sáng tạo giữa việc chấp hành các Chỉ thị 15, 16 của Chính phủ và Thành phố Hà Nội cũng như vận dụng linh hoạt vào tình hình thực tế của Tổng công ty.

Bên cạnh việc thực hiện nghiêm qui định 5k, giãn cách, xét nghiệm, vắc xin, Tcty chỉ đạo cùng các đơn vị diễn tập các tình huống khi dịch bệnh xảy ra. Xây dựng các kịch bản giãn cách các tổ, bộ phận theo các tình huống cụ thể nhằm giảm thiểu các gián đoạn, đứt gãy trong sản xuất.

Một trong những thành công của chúng tôi là vận dụng sáng tạo chủ trương “3 tại chỗ” có lợi cho Tcty, tiết kiệm tối đa chi phí và tạo điều kiện

ăn ở sinh hoạt tốt nhất cho người lao động.

Tcty thành lập CDC của mình để hướng dẫn các đơn vị kiểm soát tình hình trong suốt thời gian qua. CDC hướng dẫn các đơn vị trình tự tổ chức 3 tại chỗ khi tình huống khẩn cấp xảy ra. Kết quả là từ tháng 3/2020 cho đến nay, Tcty và các đơn vị thành viên chưa phải nghỉ ngày nào, trừ một nhà máy ở Bắc Ninh bị nghỉ mất 3 tuần do bị phong tỏa theo Chỉ thị của tỉnh.



***Ông Nguyễn Xuân Dương - Chủ tịch HĐQT Tổng công ty May Hưng Yên - Công ty Cổ phần**

Để vượt qua những giai đoạn khó khăn khủng hoảng, trong đó có ứng phó với dịch Covid-19 để phát triển thành công, Tcty luôn kiên định hai chiến lược.

Thứ nhất: Chiến lược tài chính và tạo nguồn vốn. Chúng tôi luôn ghi nhớ phương châm: “Buôn tài không bằng dài vốn” và “thứ nhất số đo, thứ nhì trường lưng”. Từ phương châm này mà chúng tôi luôn có ý thức tích tụ vốn sau từng năm để sẵn sàng ứng phó với khủng hoảng.

Năm 1991 – 1992, sau khi hệ thống thị trường Đông Âu tan rã, chúng tôi đối mặt với nguy cơ giải thể công ty (Bộ Công nghiệp nhẹ đã đề cập năm 1992). Lúc đó tích tụ tài chính của XN may Hưng yên đủ để trả lương cho người lao động 3 năm (nếu phải dừng sản xuất). Nhờ khoản tài chính này mà chúng tôi đã nhanh chóng đầu tư đổi mới thiết bị, công nghệ để chuyển từ làm hàng bảo hộ lao động sang làm Jacket xuất khẩu vào châu Âu.

Cũng nhờ tích tụ vốn mà chúng tôi phát triển thêm các doanh nghiệp thành hệ thống May Hưng Yên như ngày nay mà không phụ thuộc nhiều vào nguồn vốn vay ngân hàng.

Nhờ tích tụ vốn mà trước đại dịch Covid-19 các doanh nghiệp trong hệ thống có thể trụ vững, trả lương cho người lao động 6 tháng (dù phải phong tỏa đóng cửa nhà máy)

Thứ hai: Chiến lược nguồn lao động. Sự biến động nguồn lao động trong doanh nghiệp May của cả nước diễn ra rất khốc liệt. Địa phương chúng tôi tùy theo từng vùng thường biến động từ 15 – 30%/ năm. Chúng tôi ứng phó với vấn đề này bằng cách: Chấp nhận sự biến động lao động lớn để sàng lọc, định hình đội ngũ lao động phù hợp, yêu nghề. Duy trì đội ngũ lao động ổn định, thông qua cơ chế cải thiện điều kiện làm việc, tăng thu nhập tiền lương phù hợp cho lực lượng lao động (luôn tốt hơn các doanh nghiệp cùng ngành trong khu vực). Không sợ cạnh tranh, biến cạnh tranh thành động lực để cải tiến tổ chức, cải tiến công tác quản lý, cải tiến công nghệ kỹ thuật nhằm nâng cao năng suất lao động. Tạo môi trường tốt và thu nhập tốt để giữ chân người lao động tốt.

Trong điều kiện phòng chống dịch Covid-19 cũng là cơ hội để chúng tôi chuyển nhanh phương thức quản lý doanh nghiệp số. Kết nối với khách hàng, tạo niềm tin cho khách hàng thông qua việc chia sẻ thông tin về tiến độ kế hoạch sản xuất, chất lượng sản phẩm đảm bảo thời gian giao hàng đúng tiến độ. Chính nhờ đó mà kế hoạch sản xuất của Tcty và các đơn vị thành viên đã được khách hàng xác nhận một phần hết Quý 1 năm sau.



Ông Dương Khuê - TGD Tổng công ty Cổ phần Phong Phú:

Có thể nói, năm 2021 là một năm khó khăn cho các DN dệt may bởi ảnh hưởng của dịch bệnh, nhất là khu vực phía Nam. Để có quyết sách cho những tháng cuối năm 2021 và đường hướng phát triển năm 2022, nhất quán theo đường hướng chung, chúng tôi đều đánh giá các mối quan hệ then chốt của DN với chính quyền, với chủ sở hữu, với khách hàng mua/bán và với người lao động để lập kế hoạch phân bổ nguồn lực thực hiện.

Sự bùng phát mạnh của dịch Covid-19 vào đầu Quý 3 đã làm thay đổi tất cả, sự cân bằng trong doanh nghiệp bỗng dưng biến mất, đến mức chúng tôi phải tự hỏi: làm sao để tồn tại?

Doanh nghiệp đã tổ chức 3 tại chỗ từ 15/7 đến 1/10 với những nỗ lực sắp xếp nơi ăn ở an toàn, đảm bảo các điều kiện sinh hoạt và làm việc cho công nhân, hợp đồng y tế xét nghiệm định kỳ, tìm kiếm nguồn vắc xin, động viên tinh thần cho người lao động. Thực hiện chính sách

chế độ cho những công nhân không thể tham gia sản xuất, trách nhiệm của DN đóng góp với cộng đồng, xã hội, chính quyền...

Một môi trường khó khăn chung do dịch bệnh tạo cộng hưởng bất lợi: giao thông, bến cảng khan hiếm container, phương tiện vận chuyển..., có lẽ tất cả các doanh nghiệp đều phải chuyển quản trị theo kế hoạch sang quản trị trạng thái với ưu tiên cao nhất: tuân thủ chỉ đạo của chính quyền và sự tồn tại của doanh nghiệp.

Chúng tôi thường xuyên cập nhật sự thay đổi về năng lực cung ứng với các khách hàng, bằng mọi cách giảm thiểu tổn thương các chuỗi cung ứng đang tham gia cũng như các đối tác trực tiếp. Chúng tôi đã hoàn tất số hóa toàn bộ dữ liệu quản trị đến tầng thứ 3 tháp ERP trong Quý 2/2021, giúp nhiều công nhân được đóng góp trực tuyến hiệu quả. Phong Phú với các nền tảng truyền thống và sự đoàn kết, chia sẻ trên dưới một lòng cộng với sự may mắn đã cùng nhau vượt qua giai đoạn khó khăn này.

Sau 1/10 là giai đoạn bình thường mới, chúng tôi sẽ đánh giá toàn bộ sự việc đã qua nhằm cải tiến toàn diện công tác quản lý, cố gắng bù đắp những tổn thất do dịch bệnh và tạo nhiều sức sống cùng niềm tin mới tốt đẹp cho hoạt động SXKD của đơn vị trong năm 2021 và những năm tiếp theo

DỰ BÁO KINH TẾ VIỆT NAM NĂM 2022

MỞ CỬA SỚM, PHỤC HỒI NHANH?

Bài: **TRẦN THỊ THU HÀ**

Do ảnh hưởng từ dịch Covid-19, bức tranh kinh tế Việt Nam năm 2021 chủ yếu mang “gam trầm”, nhiều chỉ số vĩ mô bị kéo “tụt” do làn sóng lây nhiễm kéo dài cho đến hiện nay. Có hơn 90 nghìn doanh nghiệp buộc phải rời thị trường; thâm hụt thương mại gia tăng, nhập siêu 9 tháng hơn 2 tỷ USD; hoạt động du lịch gần như đóng băng hoàn toàn... Liệu năm 2022 nền kinh tế Việt Nam có vực dậy từ sự sụt giảm này?

THÁCH THỨC TỪ NHIỀU PHÍA

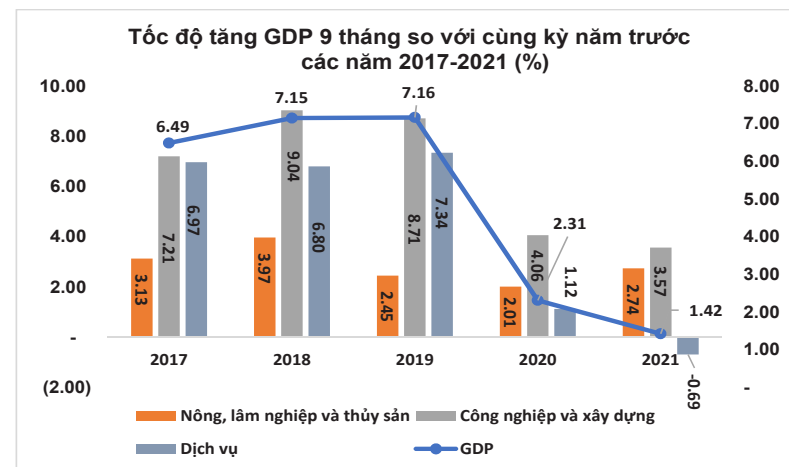
Đầu năm 2021, Chính phủ xây dựng kế hoạch phát triển kinh tế xã hội trên cơ sở đã tính toán, cân đối các nguồn lực gắn với các dự báo cho năm 2021, nhất là tình hình Covid-19 trong nước và thế giới, Chính phủ đặt mục tiêu phần đầu tốc độ tăng tổng sản phẩm trong nước (GDP) khoảng 6,5% cao hơn 0,5% so với kế hoạch Quốc hội giao, tốc độ tăng chỉ số giá tiêu dùng (CPI) khoảng 4%. Quý 1, Quý 2 kinh tế khá lạc quan tốc độ tăng trưởng tiến gần đến mục tiêu đặt ra. Tuy nhiên, diễn biến khó lường của dịch bệnh trong Quý 3 đã khiến nền kinh tế Việt Nam chứng kiến tốc độ tăng trưởng sụt giảm bất ngờ.

Quý 1 năm 2021, làn sóng lây nhiễm thứ 3 ở Việt Nam kéo dài khoảng 70 ngày và đỉnh lây nhiễm là 720 người. Nhờ các giải pháp của Chính phủ mà sau làn sóng Covid -19 thứ 3, kinh tế Việt Nam khá lạc quan, tăng trưởng mạnh tuy nhiên vẫn có sự phục hồi chưa đồng đều giữa các nhóm ngành. GDP Quý 1/2021 của Việt Nam tăng 4,48% cao hơn tốc độ tăng 3,68% Quý 1/2020. Kinh tế Quý 1/2021 của nước ta diễn ra trong bối cảnh kinh tế thế giới có dấu hiệu phục hồi sau nỗ lực nghiên cứu và triển khai tiêm

chủng vắc-xin phòng dịch Covid-19 ở nhiều nước trên thế giới và tiếp đà phục hồi và tăng trưởng tích cực từ Quý 4 năm 2020. Trong Quý 2/2021, dịch bệnh bùng phát tại nhiều tỉnh phía Bắc nhất là tại Bắc Giang, Bắc Ninh... song do mức độ kiểm soát dịch bệnh tại các địa phương này khá tốt nên kinh tế Việt Nam trong Quý 2 GDP tăng 6,61%, cao hơn tốc độ tăng 0,39% của Quý 2/2020, thấp hơn tốc độ tăng 6,79%-6,73% của Quý 2 các năm 2018 và 2019. Tính chung 6 tháng đầu năm 2021, GDP tăng 5,64%, cao hơn tốc độ tăng 1,82% của 6 tháng đầu năm 2020 nhưng thấp

hơn tốc độ tăng 7,05% và 6,77% của cùng kỳ năm 2018 và 2019.

Làn sóng lây nhiễm thứ 4 bắt đầu từ cuối tháng 4/2021 kéo dài đến hết tháng 9/2021, đặc biệt ở khu vực phía Nam từ tháng 6/2021 đã ảnh hưởng nghiêm trọng tới mọi lĩnh vực, nhiều địa phương kinh tế trọng điểm phải thực hiện giãn cách xã hội kéo dài để phòng chống dịch. GDP của Quý 3 ghi nhận âm kể từ năm 2000, giảm 6,17% so với cùng kỳ năm trước và là mức giảm sâu nhất kể từ khi Việt Nam tính và công bố GDP quý đến nay. Tính chung 9 tháng năm 2021, GDP chỉ tăng 1,42% so với cùng kỳ năm trước.

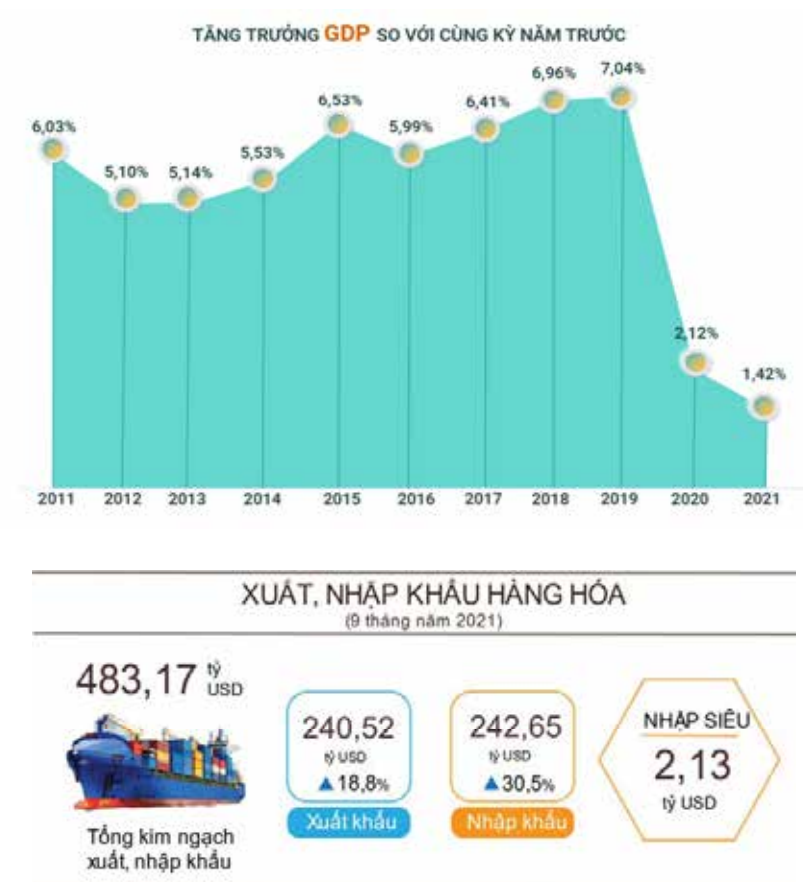


Nguồn: Tổng cục thống kê

Hoạt động xuất nhập khẩu hàng hóa do ảnh hưởng của dịch Covid-19 nên tính chung 9 tháng đầu năm đạt mức nhập siêu 2,13 tỷ USD (cùng kỳ năm trước xuất siêu 16,66 tỷ USD), trong đó khu vực kinh tế trong nước nhập siêu 21 tỷ USD; khu vực có vốn đầu tư nước ngoài (kể cả dầu thô) xuất siêu 18,87 tỷ USD. Tổng kim ngạch xuất, nhập khẩu hàng hóa tháng 9/2021 ước tính đạt 53,5 tỷ USD, tăng 4,2% so với cùng kỳ năm trước. Tính chung 9 tháng năm nay, tổng kim ngạch xuất, nhập khẩu hàng hóa vẫn duy trì tốc độ tăng cao, đạt 483,17 tỷ USD, tăng 24,4% so với cùng kỳ năm trước, trong đó xuất khẩu tăng 18,8%; nhập khẩu tăng 30,5%.

Trong đó, kim ngạch xuất khẩu hàng hóa tăng trưởng mạnh cho đến tháng 6, nhưng tháng 7 đã chậm lại và tháng 8, tháng 9 đã suy giảm. Tính chung 9 tháng năm 2021 ước tính đạt 240,52 tỷ USD, tăng 18,8% so với cùng kỳ năm trước, trong đó khu vực kinh tế trong nước đạt 62,72 tỷ USD, tăng 8,5%, chiếm 26,1% tổng kim ngạch xuất khẩu; khu vực có vốn đầu tư nước ngoài (kể cả dầu thô) đạt 177,8 tỷ USD, tăng 22,8%, chiếm 73,9%. Có 31 mặt hàng đạt kim ngạch xuất khẩu trên 1 tỷ USD, chiếm 92,5% tổng kim ngạch xuất khẩu (6 mặt hàng xuất khẩu trên 10 tỷ USD, chiếm 63,2%). Tỷ trọng xuất khẩu của một số mặt hàng chủ lực thuộc về khu vực có vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài, trong đó: Điện thoại và linh kiện chiếm 99,1%; điện tử, máy tính và linh kiện chiếm 98%; máy móc thiết bị, dụng cụ và phụ tùng chiếm 92,5%; giày dép chiếm 80,5%; dệt may chiếm 62,6%.

Về thị trường xuất khẩu hàng hóa, Hoa Kỳ là thị trường xuất khẩu lớn nhất của Việt Nam với kim ngạch đạt 69,8 tỷ USD, tăng 27,6% so với cùng kỳ năm trước. Tiếp đến là Trung Quốc đạt 38,5 tỷ USD, tăng 18,3%. Thị trường EU đạt 28,8 tỷ USD, tăng 11,6%. Thị trường ASEAN đạt 20,6 tỷ USD, tăng 21,2%. Hàn Quốc đạt 16,1 tỷ USD, tăng 11,4%. Nhật Bản đạt 14,7 tỷ USD, tăng 5,1%.



Nguồn: Tổng cục thống kê

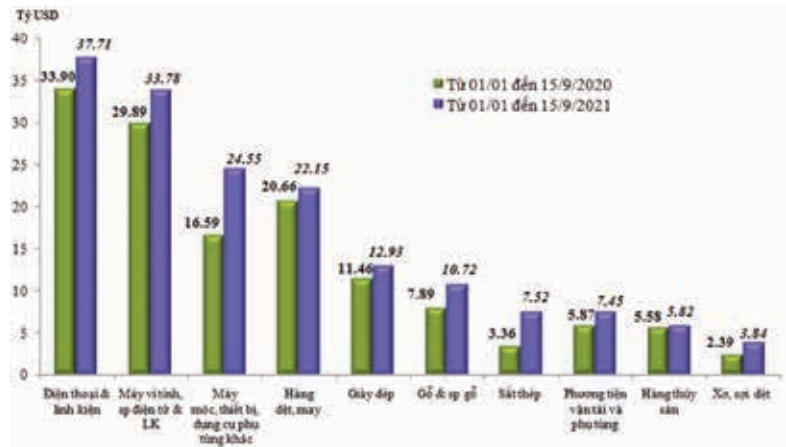
Kim ngạch nhập khẩu hàng hóa 9 tháng năm 2021 ước tính đạt 242,65 tỷ USD, tăng 30,5% so với cùng kỳ năm trước, trong đó khu vực kinh tế trong nước đạt 83,72 tỷ USD, tăng 25%; khu vực có vốn đầu tư nước ngoài đạt 158,93 tỷ USD, tăng 33,6%. Có 36 mặt hàng nhập khẩu đạt trị giá trên 1 tỷ USD, chiếm tỷ trọng 90,4% tổng kim ngạch nhập khẩu.

Về thị trường nhập khẩu hàng hóa trong 9 tháng, Trung Quốc là thị trường nhập khẩu lớn nhất của Việt Nam với kim ngạch đạt 81,3 tỷ USD, tăng 41,1% so với cùng kỳ năm trước. Tiếp theo là thị trường Hàn Quốc đạt 40,2 tỷ USD, tăng 21,6%. Thị trường ASEAN đạt 30,7 tỷ USD, tăng 41,2%. Nhật Bản đạt 16,3 tỷ USD, tăng 11,6%. Thị trường EU đạt 12,6 tỷ USD, tăng 19%. Hoa Kỳ đạt 11,7 tỷ USD, tăng 12,7%.



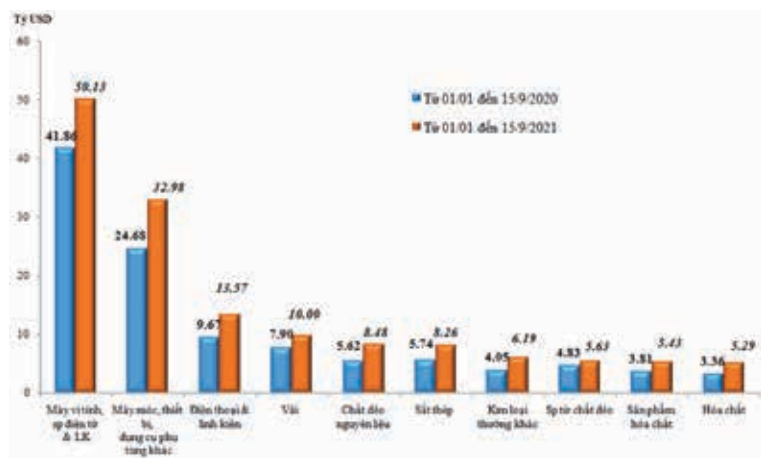
■ Xuất khẩu của Việt Nam sang Mỹ, Trung Quốc tăng mạnh

Trị giá xuất khẩu của một số nhóm hàng lớn lũy kế từ 01/01/2021 đến 15/9/2021 và cùng kỳ năm 2020



Nguồn: Tổng cục Hải quan

Biểu đồ 2: Trị giá nhập khẩu của một số nhóm hàng lớn lũy kế từ 01/01/2021 đến 15/9/2021 và cùng kỳ năm 2020



Nguồn: Tổng cục Hải quan

Triển vọng tăng trưởng kinh tế trong ngắn hạn của Việt Nam được các tổ chức nhận định có nhiều thách thức. Rủi ro chính là đại dịch kéo dài, đặc biệt nếu tỷ lệ tiêm chủng trên toàn quốc không tăng đáng kể. Các chuyên gia kinh tế và tổ chức trong nước cho rằng, tăng trưởng Quý 4/2021 là thách thức lớn đối với Việt Nam, kết quả Quý 4 quyết định tăng trưởng kinh tế cả năm 2021 và làm cơ sở, nền tảng cho triển vọng kinh tế năm 2022.

Tuần đầu tháng 10, Bộ Kế hoạch và Đầu tư đã lên dự thảo 2 kịch bản cho tăng trưởng kinh tế. Theo đại diện Bộ KH-ĐT, để đạt được mục tiêu tăng trưởng 3% cả năm thì Quý 4/2021 phải đạt mức tăng trưởng

7,06% trở lên; để đạt được mục tiêu 3,5% thì Quý 4 phải đạt được 8,84% trở lên. Với mức tăng trưởng quý từ 7% trở lên trong quá khứ, Việt Nam đã đạt được song với Quý 4/2021 có nhiều điểm đặc biệt và phụ thuộc rất nhiều vào để án thích ứng an toàn với dịch bệnh Covid-19. Để đạt được mục tiêu này, doanh nghiệp phải được hoạt động (tức là không bị đóng băng, đóng cửa) và lao động phải được dịch chuyển và hàng hóa phải được lưu thông (lưu thông giữa các địa phương, bao gồm cả hàng hóa đầu vào và đầu ra). Lãnh đạo Bộ KH-ĐT cho rằng, trong bối cảnh vừa phải đảm bảo an toàn phòng chống dịch vừa thúc đẩy sản xuất, cả nước đang bắt đầu thực hiện lộ trình mới (chủ yếu là phục hồi) nên các khu

vực doanh nghiệp và khu vực kinh tế đạt được 80% công suất cũng là thành công lớn để phục hồi kinh tế.

Như vậy, tính đến nay, mục tiêu tăng trưởng kinh tế của Chính phủ đặt ra hồi đầu năm 2021 có thể không đạt được nhưng kỳ vọng kinh tế Việt Nam Quý 4 đạt mức tăng trưởng 7% để ra như dự thảo kịch bản tăng trưởng mới đây để đạt mục tiêu tăng trưởng 3% cả năm 2021.

Với dự báo tăng trưởng cả năm 2021, một số tổ chức khác như Quỹ Dragon Capital dự báo kinh tế Việt Nam tăng trưởng 2,4%, Ngân hàng Singapore UOB dự báo kinh tế tăng trưởng 3% năm 2021 và mới đây nhất chuyên gia Singapore (DBS) đã hạ dự báo tăng trưởng GDP năm 2021 của Việt Nam từ mức 5,0% xuống 1,8% theo quan điểm sự sụt giảm sâu trong quý 3 khiến tăng trưởng GDP của Việt Nam khó lấy lại mức 2,9% của năm ngoái và hạ chỉ số CPI từ mức 3,3% xuống 2,1% với nhận định CPI có khả năng sẽ thấp hơn trung bình do cầu giảm; Ngân hàng Standard Chartered dự báo Việt Nam sẽ đạt mức tăng trưởng 2,7% trong năm 2021.

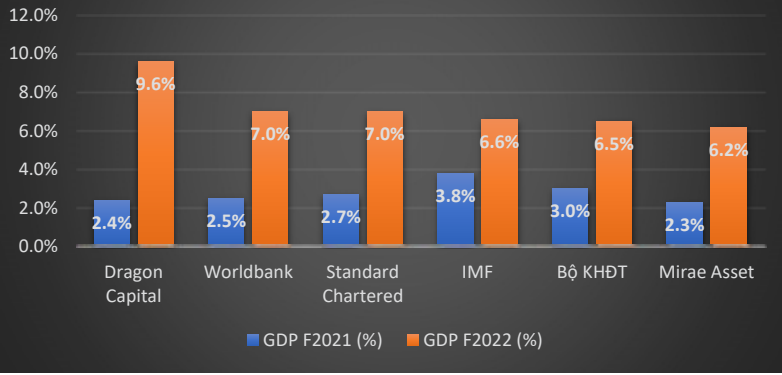
KỲ VỌNG KINH TẾ PHỤC HỒI MẠNH TRONG NĂM 2022

Sau khi GDP Quý 3 và 9 tháng năm 2021 của Việt Nam được công bố, các tổ chức kinh tế và ngân hàng đều lần lượt hạ dự báo tăng trưởng kinh tế năm 2021 của Việt Nam nhưng lại khá lạc quan và kỳ vọng vào tăng trưởng kinh tế Việt Nam năm 2022. Các tổ chức tin rằng kinh tế Việt Nam sẽ phục hồi trở lại nếu dịch Covid-19 được kiểm soát vào cuối năm 2021. Với sự thay đổi chiến lược từ “không có Covid-19” sang “sống chung với Covid-19”, dự báo hoạt động kinh tế sẽ bước vào giai đoạn bình thường mới từ tháng 10 và dỡ bỏ hoàn toàn giãn cách kể từ tháng 12/2021. Cùng với tỷ lệ bao phủ vắc-xin toàn dân lên mức 80%, trong đó 65-70% dân số sẽ được tiêm đủ 2 liều sẽ là điều kiện hoàn hảo để thúc đẩy mở cửa toàn bộ các hoạt động của nền kinh tế trong Quý 1/2022.

Như vậy, để phục hồi mạnh trong năm 2022, cần mở cửa theo hướng thích ứng an toàn và bình thường mới. Việc mở cửa ảnh hưởng trực tiếp đến hoạt động xuất nhập khẩu của Việt Nam. Nếu Việt Nam không thích ứng và mở cửa bền vững thì nguy cơ các tập đoàn đa quốc gia chuyển đơn hàng sản xuất cho dịp lễ cuối năm từ Việt Nam sang các nền kinh tế khác là rất lớn. Năm 2022 cũng là thời điểm có nhiều yếu tố mới, vừa là thời cơ, vừa là thách thức. Mặc dù khả năng dịch bệnh còn kéo dài, phức tạp, khó lường, song nhiều nước trên thế giới chấp nhận sống chung với dịch bệnh. Theo đó, khi tỷ lệ tiêm chủng cao, các nước mở cửa nhưng kết hợp các biện pháp phòng chống dịch; bởi nếu cứ phong tỏa, giãn cách sẽ để lại hậu quả rất nặng nề, không chỉ về kinh tế mà còn các vấn đề xã hội. Vì vậy, kinh tế thế giới sẽ dần phục hồi trong năm 2022. Tuy nhiên, đà phục hồi chậm hơn dự báo trước đây và không đồng đều giữa các nước. Nước nào có độ phủ tiêm chủng lớn và nhanh thì có thể mở cửa sớm, phục hồi nhanh hơn. Bên cạnh đó, trật tự thương mại, cơ cấu đầu tư chắc chắn có sự thay đổi và chuyển dịch, kể cả chuỗi sản xuất và cung ứng. Tất cả những điều đó sẽ có tác động đến Việt Nam.

Theo phân tích và dự báo trong kịch bản tuần đầu tháng 10 của Bộ KH-ĐT, tốc độ tăng trưởng GDP năm 2022 đạt khoảng 6-6,5%. Một số tổ chức khác đã phân tích, lập luận chuyển động của nền kinh tế Việt Nam trên nền cơ sở thấp của năm 2021 để đưa ra dự báo cho năm 2022. Sự phục hồi hoạt động sản xuất và xuất khẩu, lĩnh vực bán lẻ và giải trí, số hóa và áp dụng công nghệ - một yếu tố vượt trội trong đại dịch - dự kiến sẽ tiếp tục tăng trong bối cảnh bình thường mới. Ngoài ra đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI) vẫn là động lực chính cho tăng trưởng của Việt Nam khi mở cửa trở lại. Bên cạnh đó, các chính sách hỗ trợ kinh tế, duy trì mặt bằng cho vay thấp, ổn định vĩ mô, và việc thúc đẩy chuyển đổi số của chính phủ và doanh nghiệp đóng vai trò rất quan trọng trong sự hồi phục của nền kinh tế Việt Nam□

Cập nhật dự báo GDP của một số tổ chức (%YoY)



Ngày 6/10, tổ chức Mirae Asset Financial Group đã đưa ra dự báo theo hai kịch bản: Việt Nam sẽ đạt mức hồi phục 5,7% trong kịch bản cơ sở và 6,2% trong kịch bản khả quan; Ngân hàng Standard Chartered cũng đánh giá tốc độ hồi phục kinh tế của Việt Nam sẽ gia tăng trong năm tới và duy trì dự báo tăng trưởng ở mức 7% năm 2022.

Ngày 13/10, Ngân hàng thế giới (World Bank) và Quỹ tiền tệ quốc tế (IMF) đưa ra dự báo tăng trưởng của Việt Nam năm 2022 lần lượt đạt 7% và 6,6%.



DIỄN BIẾN MỚI VỀ NGOẠI HỐI VÀ CHÍNH SÁCH LÃI SUẤT TẠI MỘT SỐ QUỐC GIA

Bài: **VŨ THỊ THÙY DƯƠNG**

NGOẠI HỐI - TỔNG QUAN

Quan điểm về đồng Đô la Mỹ (USD) giảm giá trong dài hạn vẫn chưa thành hiện thực. Luận điểm về áp lực khiến đồng USD suy giảm do thâm hụt kép của Mỹ và phục hồi kinh tế của Mỹ ảnh hưởng toàn cầu đã gặp những trở ngại khác nhau. Đồng USD được xem là “nơi trú ẩn an toàn” do lo sợ Covid-19 bùng phát trở lại, các trạng thái đầu cơ thiên lệch, rủi ro về chính trị, chính sách mạnh tay của Trung Quốc và tiến độ tiêm chủng chậm chạp ở các thị trường mới nổi (ngoại trừ Trung Quốc) làm trì hoãn việc trở lại bình thường trong ngắn hạn. Tuy nhiên, trong 12 tháng tới nguyên nhân làm ảnh hưởng giảm đến đồng USD vẫn có khả năng xảy ra khi kinh tế toàn cầu mở cửa trở lại trên quy mô rộng hơn và tâm lý rủi ro được cải thiện. Những nguyên nhân này bao gồm khả năng chịu đựng lạm phát cao hơn của Fed theo chính sách tiền tệ lạm phát trung bình mới, thanh khoản USD dồi dào, dòng vốn rút ra từ các tài sản giá trị cao của Mỹ và mức thâm hụt kép của Mỹ. Bài viết đưa ra quan điểm nhận định về đồng USD và một số đồng tiền có ảnh hưởng trên thị trường ngoại hối.

1. CHỈ SỐ USD (DXY)

Chỉ số DXY (hay còn gọi là chỉ số USD) là thước đo giá trị của Đô la Mỹ so với rổ gia quyền của các đồng tiền được sử dụng bởi các đối tác thương mại của Mỹ. Rổ tiền tệ gồm 6 loại tiền tệ: Euro (EUR) chiếm 57,6%, Yên Nhật (JPY) chiếm

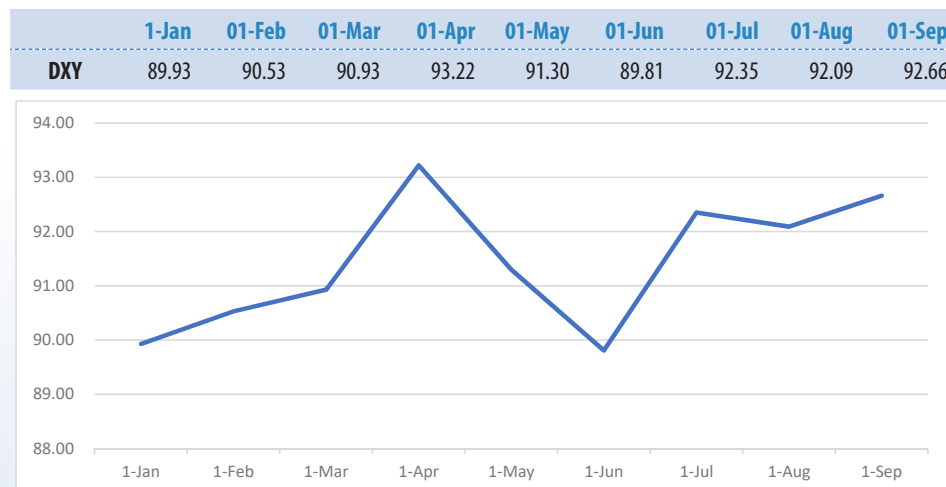
13,6%, Bảng Anh (GBP) chiếm 11,9%, Đô la Canada (CAD) chiếm 9,1%, Krona Thụy Điển (SEK) chiếm 4,2% và Franc Thụy Sĩ (CHF) chiếm 3,6%.

Giá trị cơ bản bắt đầu của chỉ số DXY là 100.00. Chỉ số này sẽ tăng nếu đồng Đô la mạnh lên so với các đồng tiền này và giảm nếu chúng yếu đi.

Chỉ số DXY quan trọng đối với các nhà giao dịch vừa là thị trường theo đúng nghĩa của chúng, vừa là một chỉ số dự báo về sức mạnh tương đối của Đô la Mỹ trên toàn thế giới.

Chỉ số USD (DXY) đã giữ giá trong ngắn hạn (3 tháng) do thị trường chờ đợi thêm thông tin rõ ràng từ Fed liên quan đến giảm mua trái phiếu, sự bùng nổ trở lại dịch Covid-19 do biến thể Delta, các cuộc họp chính sách của các ngân hàng trung ương lớn khác. Tâm lý dự trữ đồng USD làm cho thị trường chuyển từ bán ròng vào đầu năm 2021 sang mua ròng, việc này tác động làm cho đồng USD tăng giá trong ngắn hạn. Tuy nhiên, khi tỷ lệ tiêm chủng ngày càng cao và việc xác định “sống chung với Covid-19” sẽ hỗ trợ khả năng phục hồi kinh tế theo chu kỳ trên toàn cầu vào năm tới. Bên cạnh đó, Fed dự kiến sẽ chỉ tăng lãi suất vào đầu năm 2023. Đồng USD được kỳ vọng sẽ giảm do các yếu tố cơ bản suy yếu, bao gồm chênh lệch lãi suất thực âm (lãi suất đã được điều chỉnh do lạm phát).

Diễn biến chỉ số DXY trong 9 tháng năm 2021



(Nguồn: <https://vn.investing.com>)

2. EUR/USD

Kết quả cuộc họp tháng 9, Ngân hàng Trung ương Châu Âu (ECB) đã không thực hiện kích bản bi quan nhất đã được thảo luận tại các cuộc họp trước. Thái độ trung hòa của ECB đã không cho phép đồng tiền EUR được củng cố vị thế trên thị trường. Người đứng đầu ECB – Lagarde đưa ra hai quan điểm, một là xác nhận sớm cắt giảm chương trình Mua tài sản khẩn cấp, mặt khác cũng không loại trừ việc mở rộng chương trình này. Quan điểm này không làm cho cặp tiền tệ EUR/USD tăng giá. Bên cạnh đó, ECB không xác định thời điểm chính xác khi nào sẽ cắt giảm chương trình ưu đãi, mà chỉ đưa ra những rủi ro đối với sự tăng trưởng của nền kinh tế khu vực đồng euro có liên quan đến hậu quả của đại dịch và/hoặc sự thiếu hụt nguồn cung. Nếu Cục dự trữ liên bang (Fed) chỉ định ngày cụ thể để bắt đầu cắt giảm định lượng QE (mua tài sản) tại cuộc họp tháng 9, thì đồng Euro sẽ lại rơi vào thế bại. Sự không tương quan giữa các quyết định của Fed và ECB sẽ tiếp tục gây áp lực giảm lên cặp tiền tệ EUR/USD trong trung hạn.

3. GBP/USD

Số liệu chính thức được công bố vào ngày 14/7 cho thấy lạm phát của nước Anh đạt 2,5% trong 12 tháng tính đến tháng 6/2021. Áp lực lạm phát ngày càng tăng trong bối cảnh nền kinh tế đang phục hồi sau cú sốc Covid-19. Điều này có nghĩa Ngân hàng Trung ương Vương quốc Anh (BoE) nhiều khả năng đang tiến gần hơn đến các điều kiện để giảm bớt các biện pháp kích thích. Bên cạnh đó, các nhà phân tích tin rằng việc tăng lãi suất có khả năng xảy ra vào tháng 2 năm 2022 sẽ hỗ trợ đồng bảng Anh và sự sụt giảm tiếp theo của cặp GBP/USD sẽ bị hạn chế. Nếu kỳ vọng đó trở thành niềm tin, đồng tiền của Vương quốc Anh có thể tăng giá mạnh mẽ.

4. USD/JPY

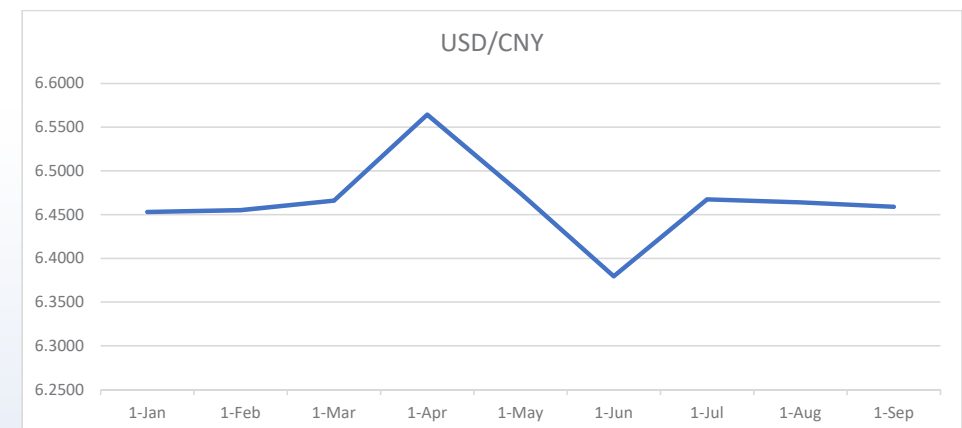
Ngân hàng Trung ương Nhật Bản (BoJ) có những điều chỉnh trong chính sách tiền tệ nhằm tăng tính bền vững của các biện pháp nới lỏng tiền tệ hiện tại. Mục tiêu là đưa lạm phát đạt mức 2% và khôi phục nền kinh tế sau đại dịch Covid-19. Đáng chú ý, BoJ tiếp tục duy trì chính sách lãi suất âm và khẳng định rằng chính sách này đang phát huy hiệu quả. Bởi vì việc chấm dứt thực hiện chính sách này có thể bị coi là một sự thu hẹp quy mô nới lỏng chính sách tiền tệ và có thể khiến đồng Yên tăng giá trên thị trường ngoại hối. Ngoài ra, dòng vốn của Nhật Bản đang chảy vào trái phiếu nước ngoài do sự hấp dẫn về lãi suất của trái phiếu Kho bạc Mỹ, điều này không cho phép đồng Yên tăng giá. Theo nhận định của các chuyên gia kinh tế, cặp USD/JPY ổn định trong thời gian tới.

5. USD/CNY

Ngân hàng Trung ương Trung Quốc (PBoC) đã làm rõ chính sách ngoại hối, theo đó PBoC cam kết hướng dẫn các tổ chức tài chính, cung cấp cho các doanh nghiệp dịch vụ quản lý tỷ giá hối đoái, dựa trên nguyên tắc về nhu cầu thực tế, để nắm giữ ngoại tệ và cân bằng rủi ro trung tính, nhằm ngăn chặn sự biến động mạnh của tiền tệ. PBoC dự kiến sẽ tăng cường quản lý trên thị trường ngoại hối, để ngăn chặn sự tăng giá hoặc giảm giá một chiều của đồng tiền. PBoC sẽ tiếp tục giữ tỷ giá hối đoái của Đồng nhân dân tệ ổn định ở mức cân bằng hợp lý.

Đầu năm nay, PBoC cũng đã bù đắp áp lực tăng giá của đồng CNY bằng cách sử dụng giám sát bảo mật vĩ mô, để điều chỉnh dòng chảy xuyên biên giới của các ngân hàng và tập đoàn. Bên cạnh đó, các quy định tài chính mới cũng được đưa ra để khuyến khích dòng tiền Nhân dân tệ chảy ra nhiều hơn, trong khi hạn chế việc vay nợ trong nước. Cụ thể, PboC giảm tỷ lệ dự trữ bắt buộc đối với các ngân hàng đồng nghĩa với việc đưa một lượng tiền mặt thanh khoản dài hạn vào nền kinh tế (chính sách nới lỏng), đi ngược với chính sách của Mỹ, Fed dự kiến sẽ bắt đầu cắt giảm định lượng QE.

	01-Jan	01-Feb	01-Mar	01-Apr	01-May	01-Jun	01-Jul	01-Aug	01-Sep
USD/CNY	6.4530	6.4550	6.4659	6.5643	6.4744	6.3795	6.4674	6.4640	6.4590



(Nguồn: <https://vn.investing.com>)

Từ những chính sách của Fed và ngân hàng trung ương các nước lớn, Ngân hàng Standard Chartered đưa ra các kịch bản tóm tắt động lực tiền tệ chính

Triển vọng 12 tháng	Trường hợp tăng	Trường hợp giảm	Triển vọng 12 tháng	Trường hợp tăng	Trường hợp giảm
USD (DXY) ▼	+ Lãi suất tăng + Nhu cầu trú ẩn an toàn tăng	- Tăng trưởng toàn cầu và chênh lệch tỷ giá - Rút vốn và thâm hụt kép cao	USD/JPY ◆	+ Lãi suất danh nghĩa trái phiếu kho bạc Mỹ tăng + Nhu cầu trú ẩn yếu đối với đồng JPY	- Chênh lệch lãi suất thực có lợi - Vị thế bán ròng JPY tăng
EUR/USD ▼	+ Chi tiêu tài khóa thúc đẩy Liên minh châu Âu + Đức tăng kích thích tài khóa	- ECB tiếp tục chính sách nới lỏng - Ảnh hưởng do Trung Quốc tăng trưởng chậm lại	USD/CNY ◆	+ Chính sách của Trung Quốc quá chặt, tăng trưởng chậm + Căng thẳng Mỹ - Trung tái diễn	- Thương mại và xuất khẩu toàn cầu tăng - Dòng vốn đầu tư vào CNY
GBP/USD ▲	+ Tăng trưởng phục hồi nhờ tiêm chủng + BoE cứng rắn khi kinh tế phát triển	- Ca nhiễm Covid-19 tăng trở lại - Rủi ro hậu Brexit	USD/CAD ▼	+ Giá cả hàng hóa dễ biến động + Tăng trưởng nhanh hơn có thể đã được phản ánh vào giá	- Tăng trưởng toàn cầu/ Mỹ thúc đẩy thương mại - BoC có quan điểm cứng rắn trước Fed

Ghi chú: ▲ Tăng ▼ Giảm ◆ Trong biên độ

(Nguồn: Standard Chartered - <https://av.sc.com/docs/vn-monthly-outlook-vn>)

CHÍNH SÁCH TỶ GIÁ CỦA VIỆT NAM

Việt Nam và Mỹ đã đạt được những bước tiến tích cực trong vấn đề “thao túng tiền tệ”, Ngân hàng Nhà nước (NHNN) ngưng hoạt động mua ngoại tệ kỳ hạn, quay trở lại sử dụng công cụ mua giao ngay để có thể tác động tức thời và hiệu quả lên thị trường tiền tệ. Cụ thể, ngày 11/8/2021, NHNN đã công bố chính sách mua ngoại tệ mới với hai điều chỉnh quan trọng: Chuyển hình thức mua ngoại tệ kỳ hạn 6 tháng sang hình thức mua ngoại tệ giao ngay; và tiếp tục hạ tỷ giá USD/VND từ 22.850 (quy đổi từ tỷ giá mua kỳ hạn 6 tháng 22.975) xuống còn 22.750. Trước đó, đầu tháng 6/2021, NHNN cũng đã tiến hành điều chỉnh giảm giá mua ngoại tệ xuống còn 22.975 đồng (giảm 50 đồng so với phiên trước). Tỷ giá USD/VND có thể duy trì đà giảm tiệm cận đến tỷ giá giao ngay của NHNN trong những tháng cuối năm 2021. Khó khăn cứu toàn cầu của HSBC dự báo tỷ giá USD/VND sẽ giảm từ 22.750 đồng vào cuối Quý 3 xuống 22.525 vào cuối năm 2021.

Tuy nhiên, trước tình hình dịch bệnh Covid-19 bùng phát trở lại, Chính phủ áp dụng những quy định chặt chẽ về phòng chống dịch, thực hiện giãn cách xã hội kéo dài đã gây áp lực làm nhiều doanh nghiệp phải tạm ngừng sản xuất hoặc sản xuất cầm chừng. Điều này làm ảnh hưởng đến dòng vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI) chảy chậm lại – nguồn chính của dòng vốn ngoại hối vào Việt Nam. Bên cạnh đó, kỳ vọng tăng trưởng kinh tế và lạm phát phục hồi hậu Covid-19 là những nguyên nhân có thể ảnh hưởng quay đầu đi lên của cặp tỷ giá USD/VND trong năm 2022.



Đồng VND vẫn đang được neo giá theo đồng USD và trong trường hợp đồng CNY mất giá, cán cân thương mại của Việt Nam sẽ bị ảnh hưởng nặng nề do hàng hóa Trung Quốc giá rẻ ồ ạt chảy vào thị trường nội địa. Với việc điều chỉnh tỷ giá của NHNN trong năm 2021, sẽ có lợi cho việc nhập khẩu nguyên liệu từ Trung Quốc (đây là nguồn nhập khẩu lớn nhất của Việt Nam) và xuất khẩu sang thị trường Mỹ. Nhà nước cần phải hết sức linh hoạt trong điều hành tỷ giá, một mặt nếu tỷ giá USD/VND không hạ nhiều trong bối cảnh đồng tiền của các nước xuất khẩu đối thủ hạ giá, thì sẽ làm giảm sức cạnh tranh của hàng hóa Việt. Mặt khác, nếu tỷ giá hạ mạnh, thì điều này sẽ làm tăng gánh nặng nợ bằng đồng USD của Việt Nam.

CHÍNH SÁCH LÃI SUẤT



1. NGÂN HÀNG NHÀ NƯỚC VIỆT NAM

Dịch bệnh Covid-19 kéo dài và ngày càng diễn biến phức tạp trên thế giới và trong nước khiến cho triển vọng phục hồi kinh tế còn nhiều bất trắc. Ngân hàng Nhà nước sẽ linh hoạt hơn trong chính sách tiền tệ theo hướng hỗ trợ phục hồi kinh tế hậu Covid-19, thực hiện mục tiêu kép của Chính phủ “vừa chống dịch, vừa đảm bảo phát triển kinh tế”. Theo đó, NHNN sẽ chủ động duy trì ổn định mặt bằng lãi suất phù hợp với cân đối vĩ mô, lạm phát, tạo điều kiện giảm chi phí vay vốn cho người dân, doanh nghiệp và nền kinh tế, đồng thời nâng trần tăng trưởng tín dụng.

Trong năm 2020, lãi suất cơ bản được điều hành linh hoạt trên nền tảng 3 lần giảm với tổng mức giảm 1,5-2%/năm và lãi suất tiếp tục được duy trì ở mức thấp cho đến nay. Mặt bằng lãi suất cho vay đã giảm khoảng 1%/năm trong năm 2020 và xu hướng giảm lãi suất này vẫn tiếp tục trong hơn nửa năm 2021 với mức giảm khoảng 0,55%/năm (tổng cộng giảm 1,55%/năm so với trước dịch).

Ngày 07/9/2021, NHNN đã ban hành Thông tư 14/2021/TT-NHNN về việc cơ cấu lại thời hạn trả nợ, miễn giảm lãi và phí cho các khách hàng chịu ảnh hưởng bởi dịch Covid-19. Các ngân hàng cũng thống nhất nguyên tắc tiếp tục giảm lãi suất cho vay lên đến 1%/năm cho 5 tháng cuối năm 2021 cho những khách hàng chịu ảnh hưởng bởi dịch Covid-19.

2. NGÂN HÀNG DỰ TRỮ ẮN ĐỘ (RBI)

Kết thúc cuộc họp kéo dài ba ngày 4-6/8/2021, Ủy ban chính sách tiền tệ (MPC) thuộc Ngân hàng Dự trữ Ấn Độ (RBI tức ngân hàng trung ương) thông báo giữ nguyên tỷ lệ lãi suất hiện hành và giữ nguyên lập trường chính

sách thích ứng được thực hiện khi nền kinh tế tăng trưởng chậm lại. Theo RBI, lãi suất repo (thỏa thuận mua lại) và lãi suất repo đảo ngược lần lượt giữ nguyên ở mức 4% và 3,5%, qua đó loại bỏ lo ngại về mức lạm phát cao. Sau khi tăng mạnh lên 6,6% trong tháng 5, lạm phát lõi của nền kinh tế lớn thứ ba thế giới điều chỉnh giảm xuống 6,1% trong tháng 6, song vẫn cao hơn so với mục tiêu lạm phát trung hạn của RBI là 4%.

Thống đốc RBI cho biết: “Triển vọng về tổng cầu đang cải thiện, song vẫn ở mức thấp và đang ảnh hưởng bởi đại dịch. Phần lớn nền kinh tế đang trì trệ, với sản lượng thấp hơn so với trước đại dịch. Có nhận định đánh giá rằng lạm phát trong Quý I tài khóa 2021- 2022 (tháng 4-6/2021) vừa qua phần lớn là do gián đoạn nguồn cung và dự kiến chỉ là yếu tố tạm thời”.

RBI cho hay, kể từ ngày 16/7/2021, cung tiền (M3) và tín dụng ngân hàng của các ngân hàng thương mại lần lượt tăng 10,8% và 6,5%, trong khi dự trữ ngoại hối của Ấn Độ tính đến hết tháng Bảy tăng lên 620,1 tỷ USD.

3. NGÂN HÀNG TRUNG ƯƠNG TRUNG QUỐC

Quý IV/2020, nền kinh tế Trung Quốc đã lấy lại được đà tăng trưởng trước đại dịch, chủ yếu nhờ thành công trong kiểm soát Covid-19 và tăng trưởng mạnh của khu vực xuất khẩu. Giờ đây, Trung Quốc đang đi đầu trong việc rút lại các biện pháp kích cầu kinh tế vượt đại dịch. Ngân hàng Trung ương Trung Quốc (PBoC) bắt đầu triển khai từ từ các biện pháp kiểm soát tín dụng ở một số khu vực nhất định của nền kinh tế, đồng thời hạn chế biện pháp mạnh tay như nâng lãi suất để tránh gây sốc. Nếu tăng lãi suất có thể thu hút dòng tiền đầu cơ, gây nguy cơ hình thành những bong bóng tài sản nguy hiểm

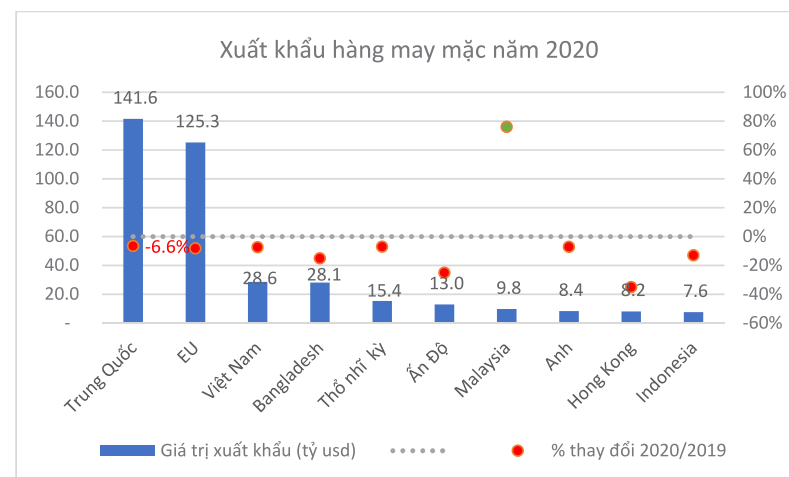
VIỆT NAM CÓ GIỮ ĐƯỢC VỊ TRÍ QUỐC GIA XUẤT KHẨU DỆT MAY LỚN THỨ 2 THẾ GIỚI TRONG NĂM 2021?

Bài: **VƯƠNG ĐỨC ANH**

Chắc hẳn người làm dệt may đều cảm thấy vui và tự hào khi nghe tin xuất khẩu của ngành Dệt May Việt Nam (DMVN) vươn lên vị trí thứ 2 thế giới năm 2020 (theo Báo cáo của Tổ chức Thương mại thế giới vào tháng 8/2021). Phải chăng ngành DMVN đã tích lũy đủ “lượng” để có thể chuyển mình về “chất”. Hãy cùng Tạp chí DM&TT nhìn lại xuất khẩu dệt may năm 2020, tình hình xuất khẩu 9 tháng năm 2021 để dự báo kết quả cả năm 2021.

Thực tế, vị trí quốc gia xuất khẩu dệt may lớn thứ 2 thế giới có được trong năm 2020 của Việt Nam không phải do sự gia tăng kim ngạch xuất khẩu (KNXK) của ngành. KNXK năm 2020 của Việt Nam đạt khoảng 35 tỷ USD, giảm 9% so với mức 39 tỷ USD của năm 2019 – trước khi xảy ra đại dịch Covid-19. Đây là kết quả tích cực trong bối cảnh sụt giảm mạnh từ phía cầu, khi tổng cầu dệt may thế giới năm 2020 giảm khoảng

20% (không tính đến KNXK đồ bảo hộ cá nhân PPE). Từ phía cung, các quốc gia xuất khẩu dệt may lớn như Bangladesh, Ấn Độ đều giảm sâu từ 15% đến 20%, kể cả xuất khẩu hàng may mặc của Trung Quốc (nếu bóc tách riêng, không tính đồ PPE) cũng giảm 6,6%. Việc sụt giảm của các quốc gia xuất khẩu dệt may lớn, cụ thể là Bangladesh đã tạo điều kiện để dệt may Việt Nam chiếm vị trí thứ 2 thế giới. Thực chất KNXK dệt may Việt Nam năm 2020 không tăng.



Nguồn: WTO

Vị trí thứ 2 của Việt Nam trong năm 2021 rất khó có thể duy trì khi các quốc gia cạnh tranh có sự phục hồi mạnh mẽ nhờ kiểm soát được dịch bệnh, nhu cầu dệt may của các thị trường

lớn phục hồi nhanh, trong khi Việt Nam phải đối phó với làn sóng dịch thứ 4 kéo dài suốt từ cuối tháng 4 đến nay, đặc biệt giai đoạn từ cuối tháng 6 đối với 19 tỉnh thành phía Nam.

Bảng 1. Tổng cầu dệt may thế giới và một số thị trường chính 6 tháng đầu năm 2021 (chỉ tính riêng hàng may mặc)

Quốc gia	6T19	6T20	6T21	6T21/6T19	6T21/6T20
Tổng	191	151	175	91%	116%
Mỹ	42	31	38	91%	123%
EU	85	71	87	102%	122%
Nhật Bản	13	11	11	87%	100%
Hàn Quốc	4	4	4	101%	115%
Trung Quốc	4	3	3	73%	81%

Nguồn: Tổng hợp từ Trademap

Tổng cầu dệt may thế giới phục hồi nhanh

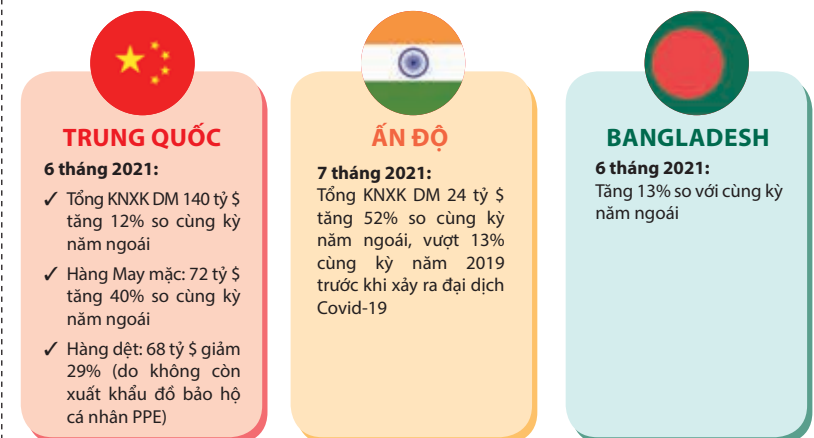
Loại bỏ yếu tố tác động gây nhiễu số liệu của nhu cầu nhập khẩu đồ bảo hộ PPE lên số liệu tổng cầu dệt may (nhu cầu đồ PPE phát sinh tăng đột biến trong năm 2020 và đã giảm trở lại sau khi các quốc gia phát triển tiêm phủ vắc xin rộng rãi), chúng tôi đã thống kê tổng cầu dệt may thế giới trong 6 tháng đầu năm 2021 và nhận thấy nhu cầu dệt may phục hồi nhanh cùng sự phục hồi tăng trưởng GDP và việc làm tại các quốc gia phát triển (tham khảo bài **Kinh tế thế giới: Tiếp tục đà phục hồi trong năm 2022** trong Tạp chí số này).

Tổng cầu dệt may thế giới 6 tháng đầu năm 2021 tăng 16% so với cùng kỳ năm 2020 và bằng 91% của 6 tháng năm 2019 trước khi xảy ra đại dịch. Trong đó thị trường EU và Hàn Quốc, nhu cầu nhập khẩu hàng dệt may đã phục hồi trở lại mức trước đại dịch, thậm chí tăng nhẹ 1-2%.

Nhu cầu dệt may tại thị trường Nhật Bản dường như chưa có sự phục hồi khi KNXK 9 tháng đầu năm 2021 tương đương với cùng kỳ năm 2020, xuất khẩu sang thị trường Nhật Bản năm nay có thể sẽ gặp nhiều khó khăn.

“ Dự báo tổng cầu dệt may năm 2021 sẽ phục hồi đạt khoảng 705 tỷ USD, bằng 95% mức của năm 2019 – trước khi xảy ra đại dịch Covid-19. ”

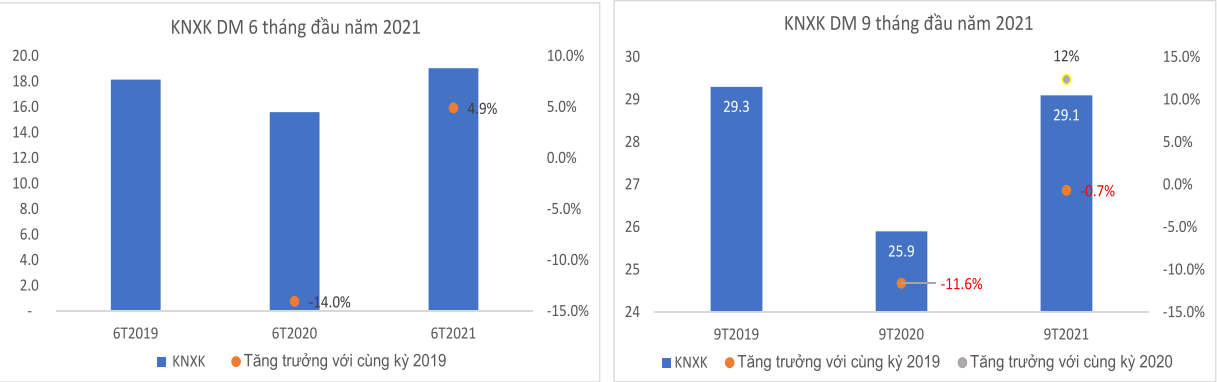
Tình hình xuất khẩu 6 tháng đầu năm 2021 của các quốc gia xuất khẩu dệt may lớn



Các quốc gia xuất khẩu dệt may lớn đa số có sự phục hồi tốt trong năm 2021. Trung Quốc kiểm soát dịch bệnh hiệu quả, duy trì sản xuất ổn định, xuất khẩu hàng dệt may duy trì tăng trưởng 2 con số sau 6 tháng đầu năm 2021, đặc biệt xuất khẩu hàng may mặc tăng 40% so cùng kỳ năm ngoái, bù lại cho sự sụt giảm xuất khẩu đồ PPE. Ngoài Trung Quốc, Ấn Độ cũng là quốc gia kiểm soát được dịch bệnh “nhanh hơn dự kiến”. Đã có những thời điểm cuối Quý 1 khi Ấn Độ chứng kiến đỉnh dịch, chúng ta đã bàn và tính tới cơ hội chuyển dịch đơn hàng từ Ấn Độ sang Việt Nam,

nhưng ngay sau đó Ấn Độ đã kiểm soát được tình hình dịch bệnh, xuất khẩu dệt may của Ấn Độ phục hồi mạnh mẽ, tăng trưởng 52% so cùng kỳ năm ngoái. Mới đây, Quỹ tiền tệ quốc tế (IMF) đã ca ngợi phản ứng “mau lẹ và thực chất” của chính quyền Ấn Độ đối với đại dịch Covid-19, trong đó bao gồm gia tăng hỗ trợ các nhóm dễ bị tổn thương, nới lỏng chính sách tiền tệ và cung cấp thanh khoản, áp dụng các chính sách quản lý và tài chính thích ứng... IMF nhận định nền kinh tế nước này sẽ tăng trưởng 9,5% trong năm tài khóa hiện tại và đạt 8,5% trong năm tài khóa tiếp theo.

Xuất khẩu dệt may Việt Nam sau 9 tháng năm 2021: Chậm lại do ảnh hưởng của Covid-19



Nguồn: Tổng hợp từ Tổng cục Hải quan

Nguồn: Tổng hợp từ Tổng cục Hải quan

Xuất khẩu dệt may Việt Nam 6 tháng đầu năm 2021 duy trì kết quả tích cực, đạt 19 tỷ USD, vượt 4,9% so cùng kỳ của năm 2019 – trước dịch Covid-19, tuy nhiên giai đoạn Quý 3 khi dịch bùng phát ở khu vực phía Nam, xuất khẩu dệt may của Việt Nam đã chậm lại. Hết 9 tháng năm 2021, KNXK dệt may đạt 29 tỷ USD, mặc dù vẫn tăng 12% so với cùng kỳ năm ngoái, nhưng đã giảm khoảng 0,7% so với cùng kỳ năm 2019 (riêng tháng 9/2021 xét về trị giá tuyệt đối đã giảm 1 tỷ USD so với tháng 9/2019).

	9T2019	9T2020	9T2021	9T21/9T19	9T21/9T20
Tổng KNXKDM	29.3	25.9	29.1	-0.7%	12.4%
<i>trong đó:</i>					
<i>XK Sợi</i>	3.1	2.6	4.1	32%	58%
<i>XK Sợi đi TQ</i>	1.8	1.5	2.2	22%	47%

Điểm sáng trong kết quả xuất khẩu dệt may 9 tháng đầu năm 2021 nằm ở ngành sợi khi KNXK sợi tăng 58% so cùng kỳ năm 2020 và vượt 32% cùng kỳ của năm 2019, thị trường Trung Quốc chiếm 53% tổng KNXK sợi cả nước.



Ảnh minh họa

Bảng 2. Kim ngạch xuất khẩu dệt may Việt Nam theo thị trường 9 tháng đầu năm 2021

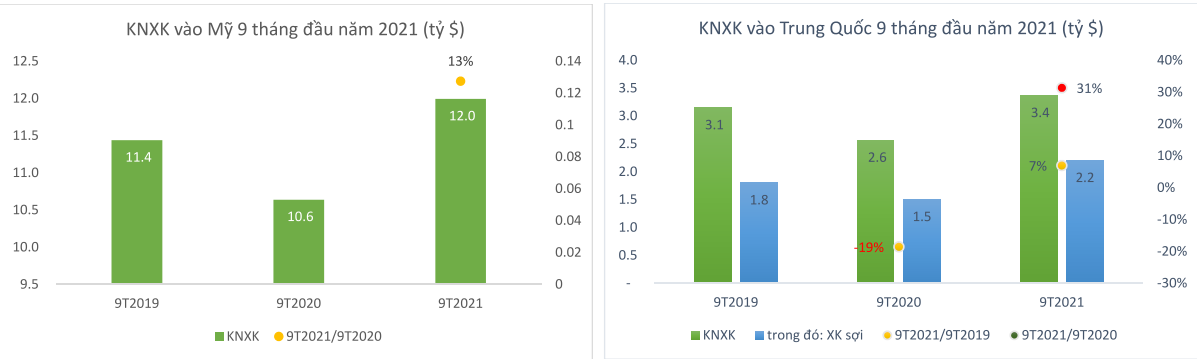
Đơn vị: tỷ USD

	9T2019	9T2020	9T2021	9T21/9T2019	9T21/9T20
Mỹ	11,4	10,6	12,0	4,9%	12,7%
EU	3,4	2,8	2,9	-14,2%	2,8%
Trung Quốc	3,1	2,6	3,4	6,9%	31,3%
Nhật Bản	3,1	2,7	2,5	-19,7%	-9,9%
Hàn Quốc	3,0	2,6	2,6	-11,7%	1,2%

Nguồn: Tổng hợp từ Tổng cục Hải quan

Các thị trường xuất khẩu chính của Việt Nam đều có sự tăng trưởng, ngoại trừ xuất khẩu Nhật Bản giảm so cùng kỳ, điều này cũng phù hợp khi nhu cầu dệt may của Nhật Bản chưa tăng trở lại, ngang bằng mức của năm 2020.

Mỹ và Trung Quốc là 2 thị trường tăng trưởng đạt 2 con số so cùng kỳ năm ngoái, lần lượt là 12,7% và 31,3% và đây cũng là 2 thị trường có kim ngạch xuất khẩu vượt kết quả cùng kỳ của năm 2019 ở mức 4,9% và 6,9%. Trung Quốc cũng trở thành thị trường nhập khẩu dệt may lớn thứ 2 của Việt Nam, vượt qua EU, chỉ đứng sau Mỹ.



Các kịch bản về đích 2021: khó đạt mục tiêu 39 tỷ USD

Vừa qua Hiệp hội Dệt May Việt Nam (VITAS) cũng đưa ra 3 kịch bản về đích cho năm 2021 của ngành:

1. - Kịch bản tích cực nhất, Việt Nam khống chế được dịch bệnh và thực hiện “bình thường mới” từ đầu tháng 10/2021, xuất khẩu dự kiến đạt khoảng 37,5 - 38 tỷ USD.
2. - Kịch bản thứ hai, nếu tình hình dịch bệnh còn phức tạp, còn có một số địa phương, khu công nghiệp bị phong tỏa, cách ly trong tháng 11/2021, xuất khẩu cả năm dự kiến đạt khoảng 36 - 36,5 tỷ USD.
3. - Kịch bản kém tích cực nhất, tình hình dịch bệnh còn phức tạp đến đầu tháng 12/2021, xuất khẩu của ngành dự kiến chỉ đạt 33,5 - 34 tỷ USD. Những kịch bản dự báo cho thấy, mục tiêu năm 2021 đạt mức thực hiện 39 tỷ USD kim ngạch xuất khẩu như năm 2019 sẽ rất khó khăn.

Theo: Vitas

“ Tập đoàn Dệt May Việt Nam (Vinatex) nhận định, nếu tình hình dịch bệnh được kiểm soát như hiện tại, đặc biệt trong khu vực phía Nam không tái bùng dịch, doanh nghiệp dần trở lại hoạt động; khu vực phía Nam nơi đang chiếm khoảng 55%-60% tổng kim ngạch xuất khẩu dệt may cả nước có kim ngạch xuất khẩu giảm 60% so với điều kiện bình thường thì KNXK dệt may Việt Nam ước đạt 35 tỷ USD, tương đương kết quả năm 2020. ”

TỔNG QUAN VỀ MÙA VỤ BÔNG 2021/2022

Bài: THÁI THỊ PHƯƠNG THANH

TƯƠNG QUAN CUNG CẦU, THƯƠNG MẠI BÔNG

Trong báo cáo mới đây, Bộ Nông nghiệp Mỹ (USDA) đã điều chỉnh lại lượng sản xuất và tiêu thụ của mùa vụ năm 2020/2021 so với trước đây. Khối lượng sản xuất điều chỉnh giảm từ 24,7 triệu tấn xuống còn 24,5 triệu tấn, trong khi đó khối lượng tiêu thụ tăng từ 25,7 triệu tấn lên 26 triệu tấn. Sự điều chỉnh này đã làm tồn kho vụ 2020/2021 giảm còn 19,9 triệu tấn. Trong vụ 2021/2022, mặc dù sản lượng được dự kiến tăng mạnh 1,5 triệu tấn lên 26 triệu tấn nhưng tiêu thụ cũng tăng 1 triệu tấn, lên 27 triệu tấn nên tồn kho cuối kỳ vẫn giảm 5% so với vụ trước, còn 18,9 triệu tấn.

Tồn kho cuối kỳ vụ 2021/2022 của Trung Quốc được dự kiến giảm 11% so với mùa vụ trước do sản lượng giảm 0,6 triệu tấn nhưng tiêu thụ lại tăng 0,2 triệu tấn. Như vậy, có thể trong thời gian tới, Trung Quốc sẽ phải tăng cường nhập khẩu bông hoặc nhập khẩu sợi từ các nước khác hoặc có thể cả hai để bù đắp phần nguyên liệu thiếu hụt cho chuỗi sản xuất dệt may.

Tồn kho bông Mỹ vụ 2020/2021 giảm mạnh còn 0,7 triệu tấn do xuất khẩu bông của Mỹ tăng cao kỷ lục 3,6 triệu tấn trong khi sản lượng lại giảm mạnh do thời tiết bất lợi. Dự kiến trong mùa vụ 2021/2022, tồn kho bông Mỹ vẫn ở mức thấp khoảng 0,8 triệu tấn.

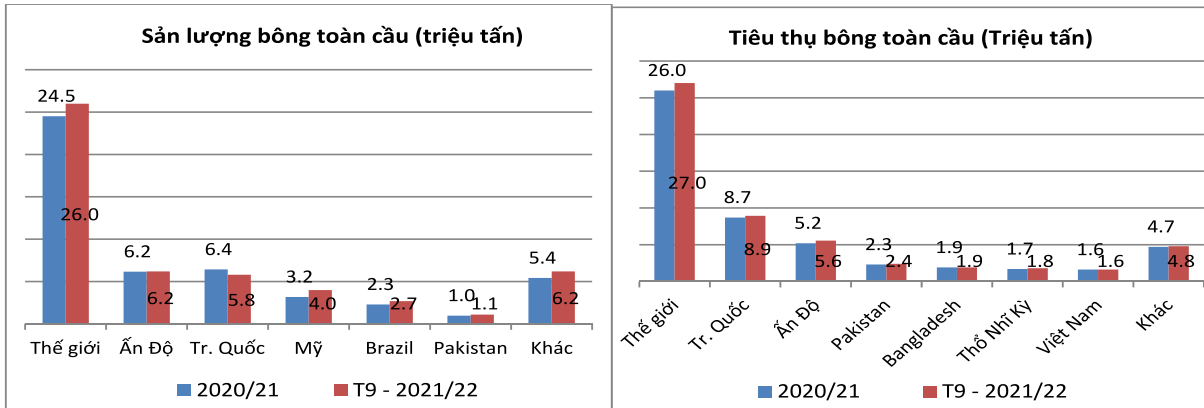
B1: Bảng cân đối tồn kho bông thế giới

(Đơn vị: triệu tấn)

Chỉ tiêu	2018/19 (Y5)	2019/20 (Y4)	2020/21 (Y3)	T9-2021/22 (Y1)	(Y3)/(Y4)	(Y1)/(Y3)
Tồn kho đầu kỳ	17.7	17.4	21.4	19.9	23.0%	-7.0%
Sản xuất	25.8	26.4	24.5	26.0	-7.2%	6.1%
Tiêu thụ	26.2	22.4	26.0	27.0	16.1%	3.8%
Nhập khẩu	9.2	8.9	10.6	10.2	19.1%	-3.8%
Xuất khẩu	9.0	9.0	10.6	10.2	17.8%	-3.8%
Tồn kho cuối kỳ	17.4	21.3	19.9	18.9	-6.6%	-5.0%
TK cuối kỳ - Trung Quốc	7.8	8.0	8.5	7.6	6.3%	-10.6%
TK cuối kỳ - Mỹ	1.1	1.6	0.7	0.8	-55.7%	14.3%

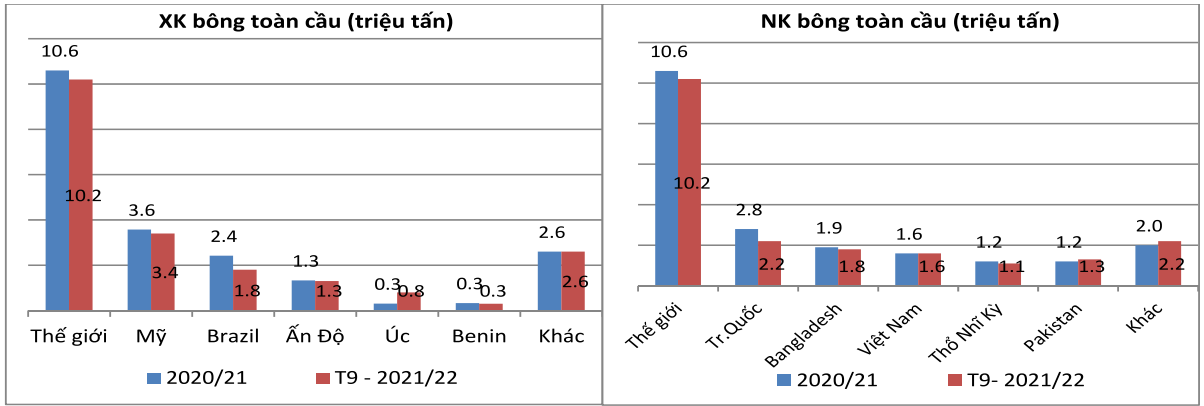
C1: Sản lượng và tiêu thụ bông toàn cầu

(Đơn vị: triệu tấn)



C2: Xuất khẩu và nhập khẩu bông toàn cầu

(Đơn vị: triệu tấn)



(Nguồn: Bộ Nông nghiệp Mỹ)

Thương mại bông toàn cầu vụ 2021/2022 dự kiến giảm 0,4 triệu xuống còn 10,2 triệu tấn. Xuất khẩu bông của Mỹ và Brazil dự kiến giảm, xuất khẩu bông của Úc tăng mạnh còn Ấn Độ và Benin giữ nguyên so với vụ trước. Nhập khẩu của Trung Quốc giảm mạnh, của Bangladesh và Thổ Nhĩ Kỳ giảm nhẹ, Việt Nam giữ nguyên và Pakistan tăng nhẹ so với vụ trước.

MÙA VỤ BÔNG MỸ 2021/2022

Bông Mỹ hiện đang vào vụ thu hoạch. Bộ Nông nghiệp Mỹ đã thống kê tình hình thu hoạch bông trên 15 bang có tỷ lệ trồng bông bằng 99% của năm 2020. Thống kê được cập nhật đến ngày 3/10/2021 theo 3 tiêu chí như bảng dưới đây:

B2: Tổng hợp mùa vụ thu hoạch bông Mỹ 2021/22

Bang	Tỷ lệ Boll mở (Bolls opening)			Tỷ lệ thu hoạch (Cotton Harvested)			Chất lượng (Cotton condition)				
	3/10/2020	3/10/2021	TB 2016-2020	3/10/2020	3/10/2021	TB 2016-2020	Rất xấu	Xấu	TB	Tốt	Xuất sắc
Alabama	78	64	84	2	5	11	0	5	17	68	10
Arizona	100	98	97	19	19	19	0	5	11	48	36
Arkansas	98	97	98	12	7	25	0	2	12	49	37
California	72	90	66	4	2	3	2	0	15	85	0
Georgia	80	76	86	7	4	13	1	9	31	51	7
Kansas	63	71	58	1	1	2	0	4	38	53	4
Louisiana	99	97	99	37	13	44	5	3	41	54	2
Mississippi	91	79	91	16	14	27	0	6	22	60	7
Missouri	95	80	89	7	2	16	2	7	28	65	0
N. Carolina	73	82	83	4	3	6	0	8	30	53	7
Oklahoma	66	82	66	0	0	2	0	4	26	69	1
S. Carolina	70	67	79	0	3	10	5	0	20	61	19
Tennessee	82	55	87	6	1	15	1	11	20	56	8
Texas	80	64	67	25	23	23	0	5	37	48	9
Virginia	72	75	77	4	4	4	1	2	20	75	3
15 bang	81	70	75	16	13	19	1	5	32	53	9
Năm trước							10	17	33	32	8

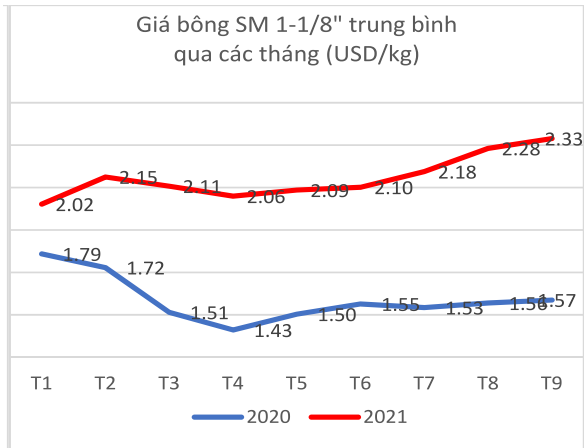
(Nguồn: Bộ Nông nghiệp Mỹ)

Các thông tin về thu hoạch bông Mỹ năm nay cho thấy mặc dù mùa vụ đến muộn hơn mọi năm nhưng chất lượng bông lại vô cùng tốt. Một đặc điểm của thu hoạch bông ở Mỹ là diện tích gieo trồng và thu hoạch thường khác nhau. Nếu người trồng bông nhận thấy chất lượng ruộng bông không đạt tiêu chuẩn, họ sẽ không thu hoạch để tránh mất thêm chi phí. Vì vậy, nếu các diện tích thu hoạch còn lại của bông Mỹ vẫn duy trì được tỷ lệ chất lượng như hiện nay thì sẽ hứa hẹn một vụ mùa bội thu cả về số lượng và chất lượng.

TỔNG QUAN GIÁ

Trên thị trường quốc tế, giá bông năm 2021 thường xuyên duy trì ở mức cao trên 2 USD/kg. Từ đầu năm đến nay, giá bông đã tăng 33%. Đặc biệt, trong 10 ngày cuối tháng 9, giá bông tăng vọt lên 20% theo đường dốc thẳng đứng. Việc tăng giá này được cho là do yếu tố đầu cơ trên thị trường tài chính.

C3: Giá bông trên thị trường quốc tế



(Nguồn: Emergingtextile.com)

Trung Quốc vừa thực hiện xong đợt bán đấu giá bông dự trữ từ tháng 7 đến hết tháng 9 với lượng bông bán ra 600.000 tấn. Mục tiêu của hệ thống dự trữ bông của Trung Quốc là muốn giữ lượng tồn kho ở mức độ ổn định. Vì vậy, sau đợt bán đấu giá dự trữ bông vừa qua, khi vào vụ bông trong thời gian tới, Trung Quốc sẽ phải tăng cường mua bông dự trữ bổ sung cho kho dự trữ Nhà nước.

Trong vụ 2020/2021, Trung Quốc nhập khẩu lượng bông cao kỷ lục trong lịch sử 2,8 triệu tấn đến chủ yếu từ 3 nguồn là Mỹ (1,3 triệu tấn), Brazil (0,8 triệu tấn) và Ấn Độ (0,5 triệu tấn) và giảm mạnh lượng nhập khẩu từ Úc (0,08 triệu tấn). Lần đầu tiên trong vòng 6 năm trở lại đây, Trung Quốc vượt Việt Nam trở thành nước nhập khẩu bông Mỹ nhiều nhất. Việc tăng cường nhập khẩu bông Mỹ của Trung Quốc xuất phát từ Thỏa thuận giai đoạn Một mà hai nước ký kết vào tháng 1/2020 và có hiệu lực cho đến hết tháng 12/2021. Theo thỏa thuận này, Trung Quốc cam kết phải mua 200 tỷ USD hàng hóa từ Mỹ trong vòng hai năm. Hiện tại vẫn chưa có gì chắc chắn về một thỏa thuận tiếp theo có thể được ký kết vào cuối năm nay khi Mỹ vẫn còn lập lờ, cho rằng cần phải đánh giá lại kết quả của Thỏa thuận giai đoạn Một trước khi tính tới Thỏa thuận tiếp theo. Tuy nhiên, cả hai nền kinh tế này thời gian qua đều chịu tổn thương bởi dịch bệnh Covid-19, đều đang cần sự ổn định để phục hồi kinh tế. Vì vậy, có khả năng một Thỏa thuận tiếp theo sẽ được ký kết vào cuối năm nay hoặc không Trung Quốc sẽ phải tăng cường thực hiện cam kết Giai đoạn một và do vậy Trung Quốc sẽ tiếp tục nhập khẩu lượng lớn bông Mỹ. Trong khi đó, Trung Quốc vẫn chưa dỡ bỏ lệnh cấm nhập khẩu bông Úc. Vì vậy, khả năng cao trong vụ tới nước này tiếp tục nhập khẩu lượng lớn bông Mỹ, là tác nhân trực tiếp đẩy giá bông lên cao.



Báo cáo mới nhất của Bộ Nông nghiệp Mỹ vào tháng 9 này đã điều chỉnh tăng sản lượng bông Mỹ lên 0,2 tấn so với tháng trước, dự kiến ở mức 4 triệu tấn trong vụ 2021/2022. Cùng với đó, tình hình trồng trọt, canh tác, thu hoạch và chất lượng bông Mỹ mùa vụ này được đánh giá là tốt và xuất sắc. Sản lượng bông Mỹ có thể còn tăng thêm so với dự báo. Điều này có thể sẽ góp phần giữ ổn định giá bông nếu cầu nguyên liệu bông tăng cao trong thời gian tới.

Với diễn biến giá bông hiện nay, cùng với tương quan cung cầu, mùa vụ, thương mại bông giữa các quốc gia, dự kiến giá bông sẽ duy trì trong khoảng 2,2 -2,5 USD/kg cho đến tháng 4/2022, trước khi bước sang một vụ bông mới. Sẽ có những thời điểm giá giảm sâu do Trung Quốc tạm dừng sản xuất để đối phó với tình trạng cắt giảm năng lượng, khiến nhu cầu bị chững lại. Ngược lại, cũng sẽ có những thời điểm giá tăng cao đột biến, có thể xuất phát từ yếu tố đầu cơ trên thị trường tài chính.

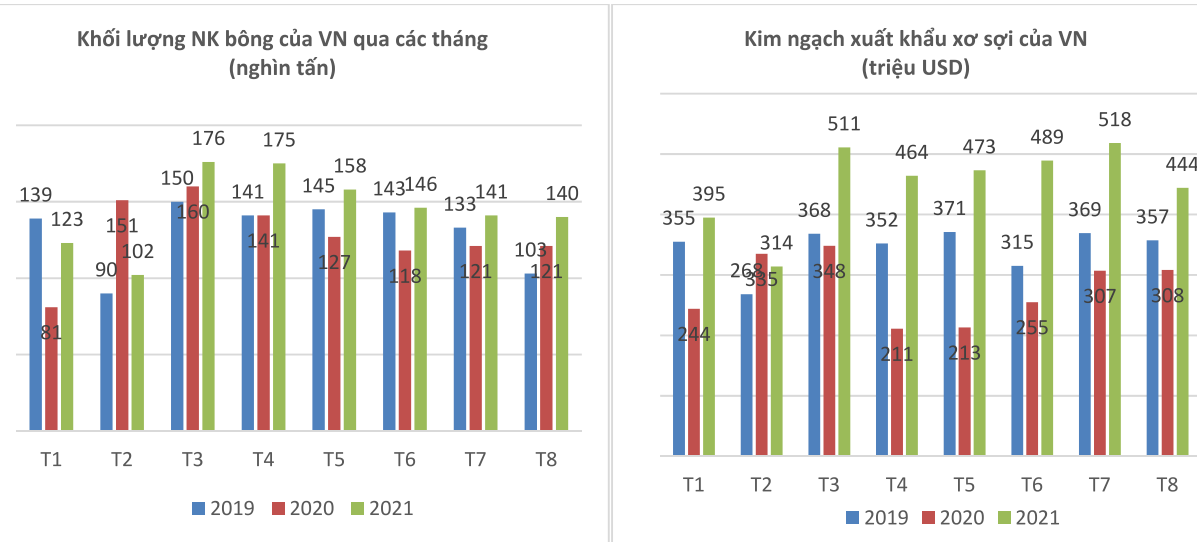
TÌNH HÌNH NHẬP KHẨU BÔNG CỦA VIỆT NAM

Khối lượng bông nhập khẩu vào Việt Nam trong 8 tháng đầu năm 2021 ước đạt 1,16 triệu tấn, trị giá 2,14 tỷ USD, đơn giá bình quân 1830 USD/tấn; tăng 13,5% về lượng, 33% về trị giá và 16,5% về đơn giá so với cùng kỳ. Sản lượng nhập khẩu của các công ty FDI như Texhong, Brotex, Kyungbang, Tainan, Huaifu thường xuyên duy trì trên mức 50% tổng sản lượng nhập khẩu bông của Việt Nam. Mỹ vẫn là nước dẫn đầu xuất khẩu bông vào Việt Nam (0,5 triệu tấn), tiếp theo là Brazil (0,3 triệu tấn), Ấn Độ, Úc, Sunray, Bros, Paul Reinhart, Louis Dreyfus, Olam, Viterra là những nhà cung cấp lớn, chiếm trên 50% sản lượng bông nhập khẩu của Việt Nam. Ước cả năm 2021, Việt Nam nhập khẩu khoảng 1,6 triệu tấn bông, tăng khoảng 9% so với năm 2020.

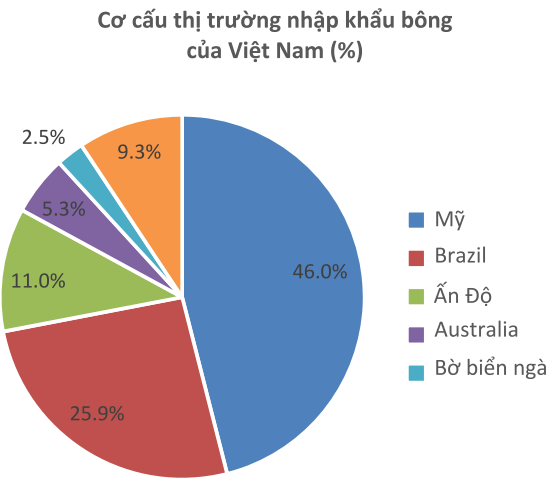
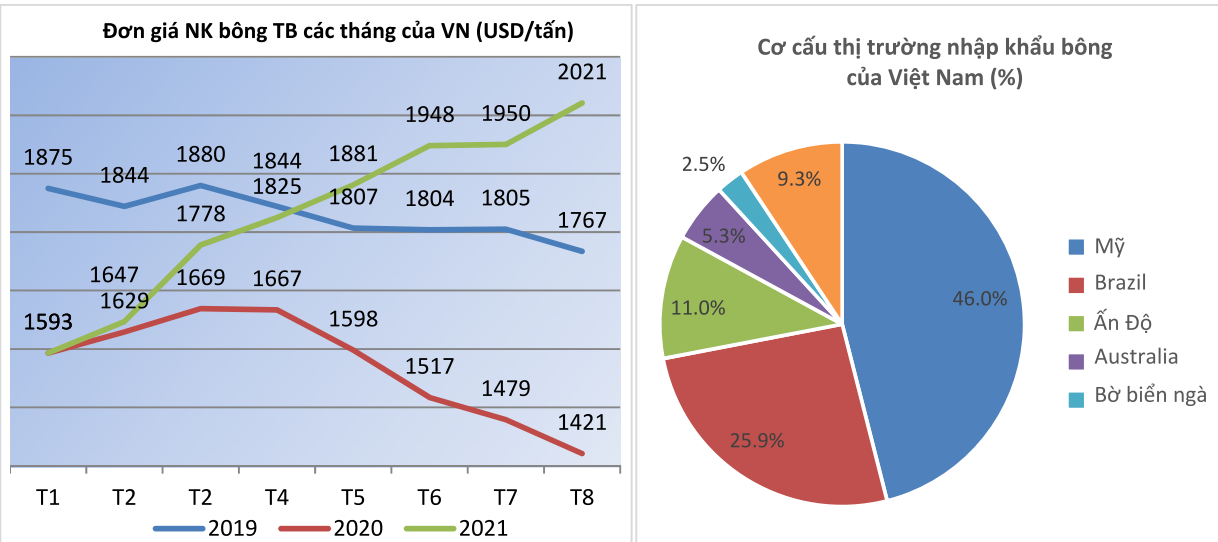


Việt Nam nhập khẩu một lượng bông lớn từ thị trường Mỹ. Nguồn Internet

C4: Khối lượng, kim ngạch nhập khẩu bông của Việt Nam



C5: Giá bông nhập khẩu bình quân các tháng của Việt Nam (ĐV: USD/tấn)



(Nguồn: Tổng hợp từ Hải quan Việt Nam)

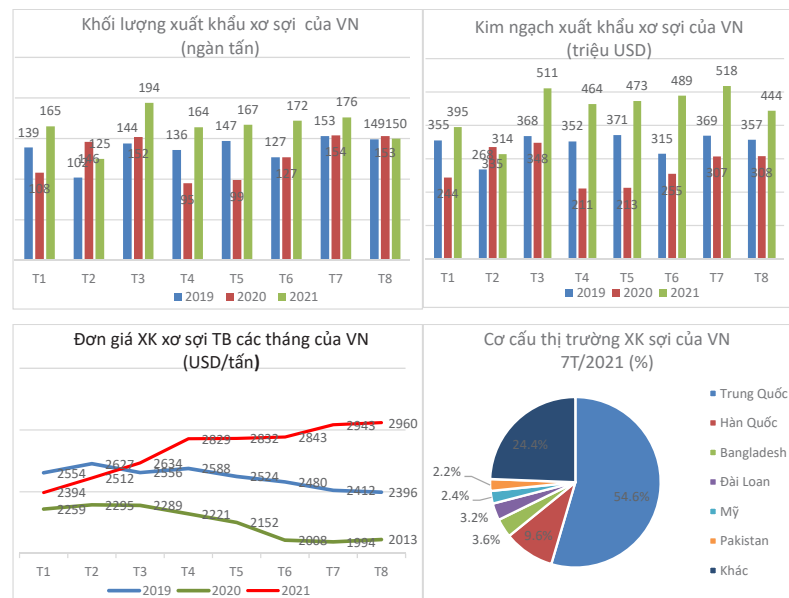
NGÀNH SỢI TÌM ĐIỂM CÂN BẰNG MỚI TRONG NĂM 2022

Bài: **THÁI THỊ PHƯƠNG THANH**

Năm 2021 được xem là một năm thắng lợi của ngành sợi Việt Nam khi có sự tăng trưởng đột biến cả về khối lượng và kim ngạch xuất khẩu. 8 tháng đầu năm 2021, xuất khẩu xơ sợi của Việt Nam đạt 1,32 triệu tấn, trị giá 3,6 tỷ USD, tăng 26,9% về lượng và 62,1% về trị giá so với cùng kỳ 2020.

Tồn kho sợi ở Trung Quốc và các nước sản xuất dệt may đã cạn kiệt, cùng với lệnh cấm nhập khẩu các sản phẩm có nguồn gốc từ bông Tân Cương của Mỹ tác động mạnh đến chuỗi cung cầu sợi, khiến nhu cầu sợi tăng cao. Cùng với đó, các gói kích cầu phát triển kinh tế sau đại dịch Covid-19 của các nước phát triển và việc tiêm chủng vắc xin rộng rãi cũng khiến kinh tế thế giới bắt đầu phục hồi, cầu dệt may khởi sắc trở lại sau chuỗi đứt đoạn của năm 2020.

So sánh mức độ chênh lệch giữa giá bông và giá sợi cùng kỳ của các năm 2019, 2020, 2021 để thấy được phần nào hiệu quả kinh doanh của các doanh nghiệp sợi. Với đầu vào là giá bông nhập khẩu của 3 tháng trước đó thì mức chênh lệch giữa giá sợi và giá bông khoảng 1 USD/kg là doanh



ngiệp đã có lãi. Như vậy, nhìn vào biểu đồ có thể thấy mức chênh lệch năm 2019 khoảng 0,6 - 0,7 USD/kg, nếu doanh nghiệp nào mua được nguyên

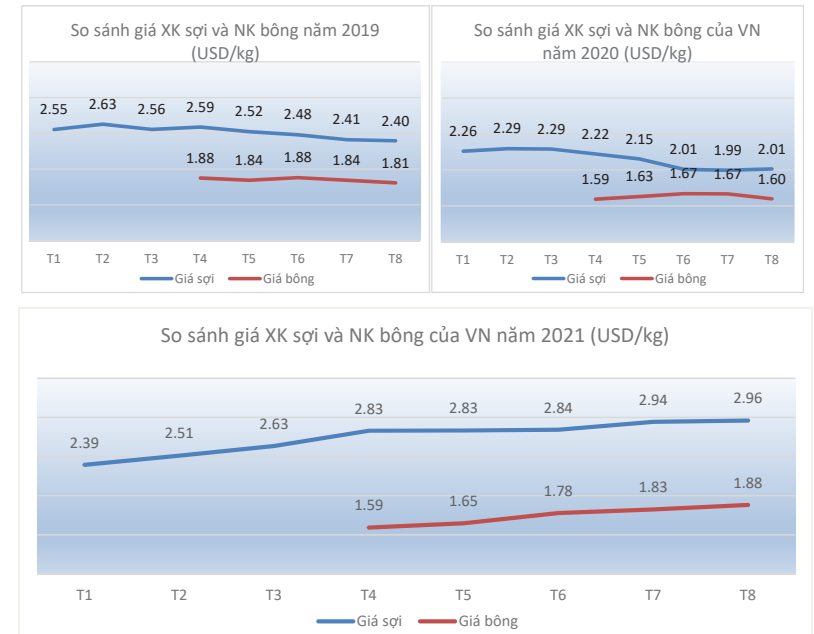
liệu bông giá tốt, quản lý tốt chi phí sản xuất và bán hàng thì may ra mới có lãi. Năm 2020, mức chênh lệch là 0,3 - 0,6/kg USD, hầu hết các doanh

ngiệp đều thua lỗ. Năm 2021, mức chênh lệch là 1,1 - 1,25 USD/kg, các doanh nghiệp sợi đều có lãi và lãi cao.

Ngành sợi Việt Nam với hơn 70% sản lượng dùng để xuất khẩu, trong đó xuất khẩu sang thị trường Trung Quốc chiếm khoảng 55 -70% tùy từng giai đoạn. Mặt khác, nguồn nguyên liệu đầu vào chính của ngành sợi là bông lại hoàn toàn nhập khẩu với hơn 50% đến từ Mỹ, còn lại từ các nước khác như Brazil, Ấn Độ, Úc, Tây Phi.... Rõ ràng, điều này cho thấy ngành sợi Việt Nam dễ bị ảnh hưởng trước các biến động về kinh tế, chính trị, quan hệ thương mại giữa các nước. Vì vậy, để đánh giá được mức độ tăng trưởng của ngành sợi Việt Nam trong năm 2022, cần xem xét một số nhân tố tác động sau:

(i) Sự ảnh hưởng của đại dịch Covid-19 đến chuỗi giá trị dệt may nói chung và ngành sợi nói riêng. Đại dịch Covid-19 cùng với các biến chứng nguy hiểm hơn vẫn đang lan rộng khắp các quốc gia và gây ảnh hưởng nặng nề đến sản xuất, kinh doanh. Đến năm 2022, chưa có gì chắc chắn thế giới có thể kiểm soát được đại dịch. Hiện nay, các nước phát triển đang ráo riết thực hiện tiêm chủng mở rộng cho toàn dân, đồng thời viện trợ vắc xin cho các nước đang và kém phát triển nhằm nỗ lực đạt được mức độ miễn dịch cộng đồng cao nhất có thể. Vì vậy, chúng ta có thể kỳ vọng năm 2022, hoạt động sản xuất, kinh doanh, giao thương quốc tế cùng với chuỗi giá trị toàn cầu có thể được kết nối trở lại, tạo động lực cho sự phục hồi của ngành dệt may nói chung, ngành sợi nói riêng.

(ii) Các tổ chức kinh tế quốc tế đều đưa ra dự báo lạc quan về sự phục hồi kinh tế của các nước lớn như Mỹ, Trung Quốc và các quốc gia EU. Đây đều là các thị trường tiêu thụ dệt may lớn của Việt Nam. Theo báo cáo mới nhất vào tháng 10/2021 của Quỹ Tiền tệ quốc tế (gọi tắt là IMF) tăng trưởng của Mỹ, Trung Quốc, EU lần lượt là 5,2%, 5,6%, 4,3% trong năm 2022. Sự phục hồi kinh tế của các nước này là động lực cho cầu dệt may tăng trưởng, kéo theo cầu về sợi cũng



(Nguồn: Tổng hợp từ Hải quan Việt Nam)

“Thị trường sợi sau khi tăng trưởng vượt bậc trong năm 2021 sẽ dần tìm lại điểm cân bằng trong năm 2022. Với đầu vào giá bông dự kiến ở mức cao, giá sợi sẽ có sự điều chỉnh để phân phối lại lợi nhuận giữa người mua và người bán. Hoạt động sản xuất kinh doanh sợi 2022 dự kiến vẫn tăng trưởng và hiệu quả biên lợi nhuận ước chỉ bằng khoảng 30-50% so với năm 2021.”

tăng cao. Ngược lại, phục hồi kinh tế của các nước đang phát triển, bao gồm nhiều nước sản xuất dệt may sẽ chậm hơn. Như vậy, nhu cầu dệt may có thể sẽ tăng trưởng nhanh hơn nguồn cung dệt may.

(iii) Trung Quốc hiện vẫn là thị trường nhập khẩu sợi lớn nhất của Việt Nam, chiếm đến 55% kim ngạch xuất khẩu sợi. Ngược lại, Việt Nam cũng là nhà cung ứng sợi lớn nhất cho Trung Quốc, chiếm 37% kim ngạch nhập khẩu sợi trong năm 2021 của nước này. Trong kế hoạch phát triển dệt may 5 năm tới, Trung Quốc sẽ không

chú trọng vào “tăng trưởng về lượng” mà tập trung vào “phát triển về chất” để tạo ra giá trị gia tăng nhiều hơn trong chuỗi cung ứng, ưu tiên phát triển “xanh” và “bền vững” bằng cách sử dụng các nguyên liệu tái chế và “organic”, giảm tối đa lượng phát thải ra môi trường. Vì vậy, Trung Quốc sẽ có xu hướng tập trung vào sản xuất các loại sợi cao cấp với chỉ số cao. Đồng thời, nước này sẽ tăng cường nhập khẩu các loại sợi có chỉ số thấp và trung bình hoặc dịch chuyển việc sản xuất các loại sợi này sang các nước khác. Trong ngắn hạn, việc dịch chuyển sản xuất chưa thể thực hiện ngay, mà khả năng cao hơn là Trung Quốc sẽ tăng cường nhập khẩu sợi từ các nước khác trong năm 2022.

(iv) Mỗi quan hệ thương mại giữa Mỹ và Trung Quốc, hai quốc gia cung và cầu dệt may lớn nhất thế giới. Năm 2021, Mỹ và Trung Quốc đạt được thỏa thuận Giai đoạn Một, theo đó Trung Quốc đã cam kết mua một lượng lớn bông Mỹ. Vì vậy, rất có thể Thỏa thuận giai đoạn Hai sẽ được ký kết vào cuối năm nay, tạo ra cục diện hòa bình tạm thời, khơi thông dòng chảy thương mại giữa hai nước để tránh tổn thương nền kinh tế. Điều này cũng sẽ tạo ra môi trường thuận lợi cho sự tăng trưởng của dệt may toàn cầu

TRIỂN VỌNG NGÀNH DỆT MAY TRUNG QUỐC 2021-2025

ĐIỀU CHỈNH THEO ĐÀ CHIẾN LƯỢC

“KẾ HOẠCH 5 NĂM”

Bài: **ĐỖ HỒNG HẠNH**

(Dịch và tổng hợp theo Tiến sỹ ShengLu - Đại học Delaware Mỹ)

Hội đồng Dệt May Quốc gia Trung Quốc (CNTAC), cơ quan quản lý ngành dệt may Trung Quốc mới đây đã công bố kế hoạch 5 năm lần thứ 14. Kế hoạch trình bày chi tiết các mục tiêu, chiến lược tăng trưởng và các nhiệm vụ ưu tiên phát triển cho ngành dệt may Trung Quốc giai đoạn 2021 - 2025.

Không giống như hầu hết các nền kinh tế thị trường, “Kế hoạch 5 năm” đóng vai trò là kim chỉ nam, định hướng phát triển kinh tế quan trọng của Trung Quốc. Do đó, các công ty Trung Quốc từ nhiều năm qua đã nghiên cứu và tuân thủ chặt chẽ “Kế hoạch 5 năm” để đảm bảo các chiến lược kinh doanh của mình theo sát và phù hợp với tầm nhìn mà các nhà hoạch định chính sách Trung Quốc đã đề ra.

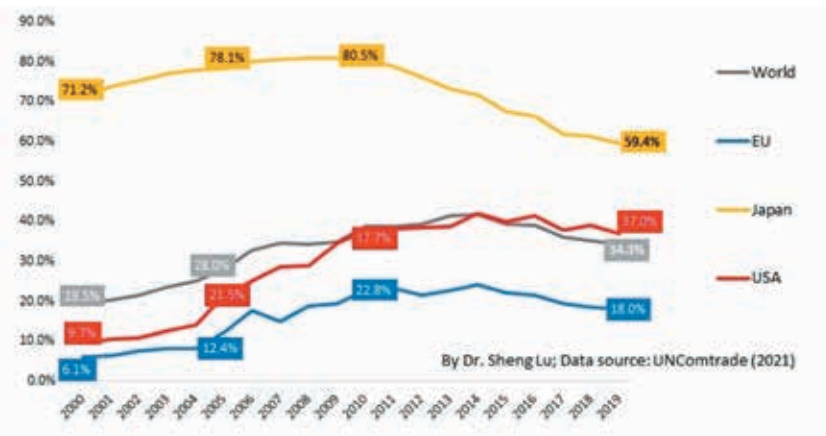
Một số xu hướng đáng chú ý liên quan đến triển vọng ngành dệt may Trung Quốc được đề cập trong Kế hoạch 5 năm lần thứ 14 như sau:

Thứ nhất, do hiện tại và tương lai Trung Quốc phải đối mặt với các yếu tố bất lợi về kinh tế cũng như phi kinh tế như căng thẳng thương mại với Mỹ, ngành dệt may Trung Quốc có thể sẽ còn phải đối mặt với nhiều bất ổn và theo hướng chưa xác định, không rõ ràng trong vòng 5 năm tới đây.

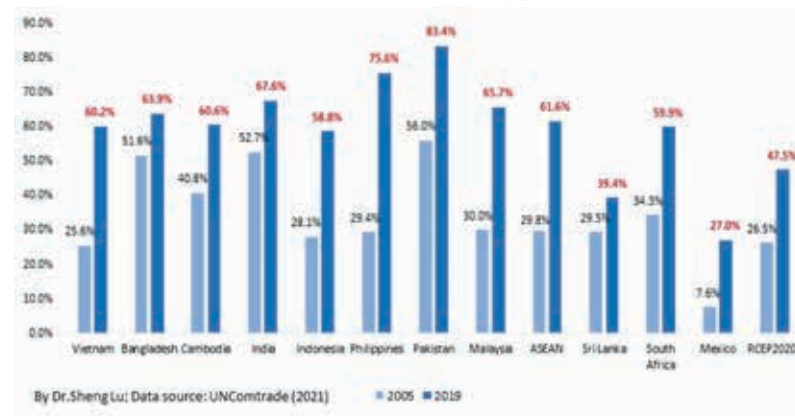
Thứ hai, “Tăng trưởng theo quy mô lớn hơn” sẽ không còn là tiêu chí ưu tiên hàng đầu của ngành dệt may Trung Quốc trong 5 năm tới. Tuy nhiên, Trung Quốc không có ý định cắt giảm năng lực sản xuất hàng dệt may hoặc thu nhỏ quy mô đang có.

Thứ ba, Trung Quốc dự định phát triển ngành công nghiệp dệt may theo hướng chuyên nghiệp hóa và áp dụng công nghệ sản xuất hiện đại hơn nữa, đồng thời sẽ tham

gia vào các khâu, mắt xích mang lại nhiều giá trị gia tăng hơn trong chuỗi cung ứng toàn cầu. Đáng chú ý, trong những năm gần đây, trong khi tỷ trọng của Trung Quốc trên tổng kim ngạch xuất khẩu hàng may mặc thế giới giảm, Trung Quốc lại thể hiện vai trò quan trọng hơn với tư cách là quốc gia lớn nhất cung cấp NPL đầu vào, hàng dệt cho nhiều nước xuất khẩu hàng may mặc chính của thế giới, đặc biệt là cho các quốc gia ở Châu Á.



Biểu đồ 1: Thị phần của Trung Quốc tại các thị trường nhập khẩu dệt may chính từ 2000-2019 (Tính theo kim ngạch)



Biểu đồ 2: Tỷ lệ nhập khẩu mặt hàng dệt từ Trung Quốc tại các quốc gia 2019/2005 (Tính theo kim ngạch)



Ảnh nguồn: <https://shenglufashion.com/>

Thứ tư, khi thị trường xuất khẩu suy giảm, Trung Quốc đang lên kế hoạch để hướng sự tập trung nhiều hơn vào phát triển thị trường nội địa, lấy động lực cho sự tăng trưởng của ngành dệt may. Các nguồn tin khác nhau dự đoán rằng doanh số bán lẻ quần áo hàng năm của Trung Quốc có thể vượt 415 tỷ USD vào năm 2025 (so với 347 tỷ USD ở Mỹ).

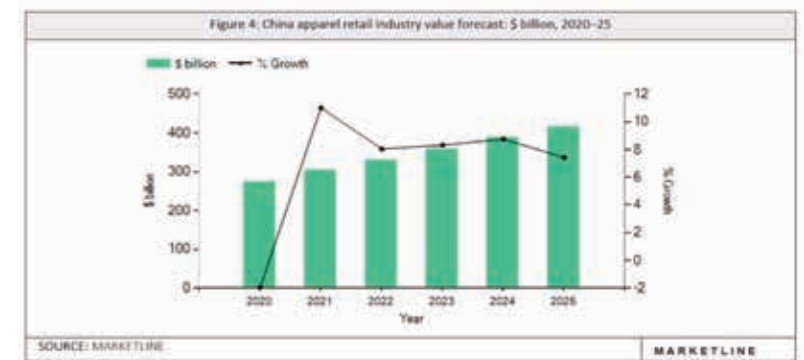
Thứ năm, Trung Quốc sẽ tiếp tục nỗ lực “vươn ra toàn cầu”, tức là đầu tư vào các nhà máy dệt may ở nước ngoài, chủ yếu thông qua “Sáng kiến Vành đai và Con đường”. Theo CNTAC, các khoản đầu tư ra nước ngoài của Trung Quốc trong lĩnh vực dệt may đã vượt 6,7 tỷ USD từ năm 2015 đến năm 2020. Gần 1,8 tỷ USD (tương đương 26,6%) đã được giải ngân vào các dự án ở các nước láng giềng tại Đông Nam Á, bao gồm Việt Nam, Campuchia, Thái Lan, Lào và Myanmar.

Thứ sáu, Trung Quốc dự định phát triển một ngành công nghiệp dệt may “xanh hơn” và bền vững hơn. Tuy nhiên, thay vì chỉ đơn giản là giảm thiểu ô nhiễm và cắt giảm sử dụng nước, Trung Quốc có kế hoạch phát triển ngành theo một mô hình tăng trưởng bền vững hơn, nhấn mạnh vào tính chất kinh tế tuần hoàn và tạo ra các sản phẩm giá trị gia tăng mới sử dụng các vật liệu tái chế.

Bảng 1: Dự báo giá trị ngành bán lẻ may mặc tại Trung Quốc 2020-2025

(ĐV: Tỷ USD)

Year	\$ billion	CNY billion	€ billion	% Growth
2020	273.9	1,889.7	240.0	(2.0%)
2021	304.0	2,097.8	266.4	11.0%
2022	328.5	2,266.5	287.8	6.0%
2023	355.8	2,454.9	311.8	8.3%
2024	386.9	2,660.8	339.1	8.8%
2025	415.6	2,867.9	364.2	7.4%
CAGR: 2020-25				8.7%
SOURCE: MARKETLINE				MARKETLINE



Bảng 2: Đầu tư FDI của Trung Quốc trong lĩnh vực dệt may và các quốc gia nhận đầu tư lớn nhất

(ĐV: 100 triệu USD)

China's FDI in the Textile and Apparel Sector

Value of FDI by China's Textile and Apparel Companies				
Unit: USD 100 million				
Year	Textiles	Apparel	Total	% of apparel
2015	8.6	2.52	11.12	22.7%
2016	19.26	5.34	24.6	21.7%
2017	8.37	2.62	10.99	23.8%
2018	4.95	3.78	8.73	43.3%

Data source: Ministry of Commerce, PRC

Top FDI Destinations by China's Textile and Apparel Companies 2015-2018 (by value)

Rank	FDI destination	Value of FDI (\$100 million USD)
1	Hong Kong	25.99
2	Vietnam	10.71
3	Singapore	7.71
4	British Virgin Islands	2.58
5	United States	2.14
6	Ethiopia	1.85
7	Myanmar	1.52
8	Egypt	1.47
9	Cayman Islands	1.32
10	Cambodia	1.25
11	Malaysia	1.02
12	France	0.92
13	Pakistan	0.85

Data source: Ministry of Commerce, PRC

Bảng 3: Định hướng phát triển ngành dệt may Trung Quốc trong “Kế hoạch 5 năm lần thứ 14”

Chỉ báo	Thực hiện 2016-2020	Mục tiêu 2021-2025	Ghi chú
Tăng trưởng hàng năm	Dự định đạt tăng trưởng 6-7%/năm.	Đạt mức tăng trưởng hợp lý	Mục tiêu về tăng trưởng không được đề cập cụ thể cho thấy mục tiêu tăng trưởng chú trọng phát triển phình hơn theo chiều ngang không còn được đặt lên hàng đầu, và triển vọng tăng trưởng còn nhiều vấn đề chưa chắc chắn trong 5 năm tới.
Sản xuất xơ	Đạt 58 triệu tấn vào năm 2020, chiếm khoảng 50% tổng sản lượng toàn cầu	Chiếm khoảng hơn 50% tổng sản lượng toàn cầu	Trung Quốc không có ý định thu nhỏ quy mô ngành dệt, bao gồm ngành sản xuất xơ trong vòng 5 năm tới.
Tỷ lệ phân bố	40% may mặc, 27% dệt gia dụng, 33% dệt công nghiệp vào cuối năm 2020	38% may mặc, 27% dệt gia dụng, 35% dệt công nghiệp vào cuối năm 2025	Trung Quốc hướng trọng tâm vào sản xuất mặt hàng dệt hơn là hàng may mặc trong vòng 5 năm tới.
Tăng trưởng năng suất lao động	Tăng trưởng 8%/năm	Tăng trưởng nhanh hơn tăng trưởng tổng sản lượng công nghiệp	Mục tiêu không cụ thể cho thấy do ngành dệt may Trung Quốc đang vào thời kỳ “trưởng thành”, tăng trưởng năng suất lao động sẽ chậm hơn và đòi hỏi đầu tư nhiều hơn.
Xuất khẩu	Chiếm 39,2% tổng kim ngạch xuất khẩu của thế giới vào năm 2019, tăng từ mức 36,6% năm 2016	Chiếm 30% tổng kim ngạch xuất khẩu thế giới	Trung Quốc dự báo thị phần xuất khẩu dệt may nước này sẽ giảm trong 5 năm tới. Nhiều sản phẩm sẽ được tiêu thụ mạnh hơn tại thị trường nội địa.
Ngân sách cho hoạt động R&D (tính bằng %/doanh thu)	1%	1,3%	Trung Quốc sẽ tiếp tục hướng các doanh nghiệp tăng chi tiêu cho các hoạt động R&D nhằm nâng cao chất lượng sản phẩm lên tầng cao mới và đạt mục tiêu «nâng hạng công nghiệp».
Số lượng doanh nghiệp có doanh số hàng năm hơn 10 tỷ NDT (khoảng 1,5 tỷ USD)	50 doanh nghiệp đến năm 2020	40 doanh nghiệp đến năm 2025	Trung Quốc sẽ tiếp hỗ trợ sự phát triển của các doanh nghiệp hàng đầu quốc gia. Tuy nhiên mục tiêu về số lượng doanh nghiệp suy giảm đi trong kế hoạch lần này cho thấy để cải thiện tính cạnh tranh của các công ty đòi hỏi cần nhiều yếu tố hơn là đơn giản nhận hỗ trợ từ ngân sách, cũng như cần nhiều thời gian hơn.
Sử dụng năng lượng cho mỗi đơn vị giá trị gia tăng công nghiệp (unit of industrial value added)	Giảm 25,5% trên tổng số từ 2016-2020	Giảm 13,5% trong 5 năm tới	Trung Quốc có định hướng tiếp tục phát triển ngành công nghiệp dệt may theo hướng xanh và bền vững hơn. Tuy nhiên, thay vì chỉ giảm thiểu khí thải và tiêu thụ nước, kế hoạch 5 năm lần này tập trung vào phát triển theo hướng kinh tế tuần hoàn, sản xuất các sản phẩm mang lại giá trị mới dựa trên vật liệu tái chế, cũng như đóng góp vào chính sách biến đổi khí hậu của Trung Quốc.
Thải khí Co2 trên mỗi đơn vị giá trị gia tăng công nghiệp	Không đề cập	Giảm 18% tổng trong 5 năm	
Tiêu thụ nước trên mỗi đơn vị giá trị gia tăng công nghiệp	Giảm 11,9% tổng số từ 2016-2020	Không đề cập	
Xả các chất thải chính	Giảm 10% từ 2016-2020 (tổng số)	Không đề cập	
Sản xuất xơ tái tạo	Chiếm 11,3% tổng sản lượng xơ sản xuất 2015	Chiếm 15% trên tổng sản lượng sản xuất xơ	Khi thị trường xuất khẩu trở nên cạnh tranh hơn, ngành dệt may Trung Quốc sẽ hướng sự phát triển quay trở lại thị trường nội địa trong vòng 5 năm tới. Bên cạnh đó, Trung Quốc sẽ tiếp tục tham gia vào chuỗi cung toàn cầu và khu vực bằng các thúc đẩy hơn nữa sáng kiến “vành đai con đường” cùng các dự án đầu tư FDI.
Những từ, cụm từ được chú trọng		- “Tuần hoàn khép” - “Sáng kiến vành đai con đường” - “Cải tiến công nghệ” - “Toàn cầu” - “Chuỗi cung ứng”	

GAM MÀU NÀO CHO BỨC TRANH BÁN LẺ DỆT MAY NĂM 2022

Bài: **ĐỖ HỒNG HẠNH**



Ảnh minh họa internet

Đại dịch Covid -19 đã và đang gây ảnh hưởng nặng nề tới ngành dệt may thế giới. Sự đứt gãy chuỗi cung cùng với tình trạng giãn cách xã hội, đóng cửa cơ sở kinh doanh và cầu tiêu dùng suy giảm do sức khỏe kinh tế toàn cầu “è uột” đã khiến nhiều doanh nghiệp thua lỗ, đẩy nhiều doanh nghiệp từ sản xuất cho đến thương mại, bán lẻ lâm vào bờ vực phá sản. Gam màu tối này liệu có được cải thiện trong những tháng cuối năm 2021 và năm 2022?

BIẾN ĐỘNG THỊ TRƯỜNG BÁN LẺ MAY MẶC TOÀN CẦU

Nhu cầu thị trường bán lẻ các mặt hàng chung:

Theo Statista, doanh số bán lẻ các mặt hàng trên toàn cầu năm 2020 đạt 23,36 ngàn tỷ USD, giảm 5,73% so với 2019. Doanh số bán lẻ 2021 dự báo được cải thiện hơn, đạt 25,04 ngàn tỷ USD, nhờ vào những biện pháp khắc phục và hỗ trợ kinh tế quyết liệt của chính phủ các nước và sự ngăn chặn lây lan của đại dịch Covid-19.

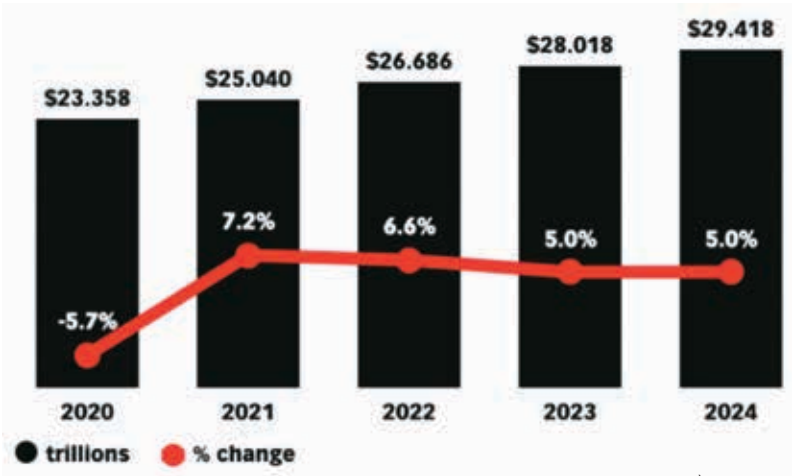
Nhu cầu tiêu thụ may mặc toàn cầu:

Ngành dệt may là một trong những ngành bị ảnh hưởng khá nặng nề do Covid-19 do may mặc không phải mặt hàng thiết yếu. Theo một nghiên cứu về mức độ ảnh hưởng của Covid -19 đối với ngành dệt may của Intracen, doanh số bán lẻ hàng may mặc trên toàn cầu năm 2020 đã giảm 15% so với 2019.

Cũng trong năm 2020, đã có nhiều doanh nghiệp bán lẻ may mặc tại Mỹ và châu Âu phải đệ đơn phá sản, hoặc

Doanh số bán lẻ các mặt hàng trên toàn cầu

(Đơn vị: Ngàn tỷ USD)



(Nguồn: Statista)

cắt giảm quy mô từ 30-50% trên tổng số cửa hàng. Xu hướng này tiếp diễn tới Quý II/2021 và chững lại sau đó do kinh tế thế giới được cải thiện nhờ tình hình dịch bệnh được kiểm soát tốt hơn và được tác động tích cực do các gói kích thích kinh tế, cũng như độ phủ sóng rộng hơn của chương trình tiêm vắc xin cộng đồng.

Cùng với nhu cầu suy giảm, thói quen tiêu dùng cũng đang trên đà

thay đổi, khách hàng chuyển đổi thói quen sang các kênh mua sắm trực tuyến thay vì mua trực tiếp tại các cửa hàng. Cơ cấu mặt hàng cũng chuyển từ các mặt hàng thời trang nhanh sang mặt hàng cơ bản, chú trọng tính thoải mái, dùng nguyên liệu hữu cơ.

Bên cạnh đó, văn hóa “Làm việc tại nhà” (WFH) tại các quốc gia ở Bắc Mỹ và châu Âu giúp các mặt hàng quần áo ở nhà, quần áo năng động

Bảng 1: Danh sách một số doanh nghiệp bán lẻ may mặc tại Mỹ đệ đơn phá sản 2020-2021

STT	Mặt hàng	Tên	Nhãn hàng	Số cửa hàng đóng cửa	Ngày phá sản
1	Quần áo nam/nữ	The Collected Group	Joie, Current.Elliot	33	T4/2021
2	Quần áo nữ	Christopher & Banks		450	T1/2021
3	Quần áo nam	Tailored Brands	Men’s Wearhouse, Jos.A.Bank	500	T8/2020
4	Quần áo & Phụ kiện	Ascena Retail (Dress Barn)	Ann Taylor, Lane Bryant	1600	T7/2020
5	Quần áo & phụ kiện	NewYork&Co		400	T7/2020
6	Quần áo nam & phụ kiện	Brooks Brothers			T7/2020
7	Đồ Jean	Lucky Brand		13	T7/2020
8	Quần áo	Centric Brands	Calvin Klein, Tommy Hilfiger, Under Armour		T5/2020
9	Quần áo	JC Penny		240	T5/2020
10	Quần áo cao cấp cho nam	John Varvatos			T5/2020
11	Quần áo & Phụ kiện	J Crew Group			T5/2020

“ăn khách” hơn là các loại quần áo công sở. Một số công ty nghiên cứu thị trường cho thấy tại Mỹ, khoảng 25-30% lực lượng lao động đến cuối 2021 sẽ chuyển sang hình thức làm việc ở nhà với tần suất trung bình 3 ngày/tuần (tăng từ mức 3,6% trước Covid -19). Việc thay đổi về chủng loại sản phẩm, cùng với kênh bán hàng chuyển sang trực tuyến đã và sẽ có tác động đến việc lựa chọn chủng loại vải, mức độ tồn kho cũng như vòng đời sản phẩm của doanh nghiệp bán lẻ.

SỤT GIẢM THỊ TRƯỜNG BÁN LẺ MAY MẶC VIỆT NAM

Theo Tổng cục Thống kê, tổng sản phẩm trong nước (GDP) quý III/2021 ước tính giảm 6,17% so với cùng kỳ năm trước, là mức giảm sâu nhất kể từ khi Việt Nam tính và công bố GDP quý đến nay. GDP 9 tháng năm 2021 chỉ tăng 1,42% so với cùng kỳ năm trước.

Ảnh hưởng của Covid -19 khiến sức mua giảm sút, gây ra nhiều thách thức tới thị trường bán lẻ Việt Nam 9 tháng đầu năm 2021. Tính chung 9 tháng năm 2021, tổng mức bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ tiêu dùng đạt 3.367,7 nghìn tỷ đồng, giảm 7,1% so với cùng kỳ năm trước, nếu loại trừ yếu tố giá giảm 8,7% (cùng kỳ năm 2020 giảm 5,1%).

Bảng 2: Doanh số bán lẻ một số doanh nghiệp của Vinatex 9 tháng 2021

(ĐV: Tr đồng)

STT	Tên	9 tháng 2020	9 tháng 2021	So sánh 9T.21/9T.20 (%)
1	Tcty CP May Việt Tiến	704.833	406.655	-42,30
2	Tcty Đức Giang-CTCP	146.660	301.740	105,74
3	Tcty CP May Nhà Bè	216.095	179.248	-17,05
4	Tcty May 10	124.785	97.476	-21,88
5	Cty CP Dệt May Huế	125.516	84.421	-32,74
6	Trung tâm thời trang Vinatex	82.651	43.264	-47,65
7	Tcty CP Dệt May Hòa Thọ	55.149	32.855	-40,43
8	Tcty CP Dệt May Hà Nội	44.823	30.250	-32,51

Ngành may mặc không nằm ngoài bức tranh toàn cảnh chung, với lực cầu giảm sút khá nhiều. Theo đó, doanh thu bán lẻ hàng may mặc của Việt Nam trong 9 tháng 2021 đã giảm 9,6% so với cùng kỳ năm ngoái.

Doanh thu bán lẻ may mặc 9 tháng 2021 của Tập đoàn Dệt May Việt Nam đạt 24,6 ngàn tỷ, giảm 12,4% so với cùng kỳ. Năm 2020 một số doanh nghiệp may đầy mạnh được doanh số bán lẻ nhờ linh hoạt sản xuất các mặt hàng khẩu trang vải kháng khuẩn và đồ bảo hộ khi bùng dịch và đạt được doanh thu tăng trưởng cao. Năm 2021 khi mặt hàng khẩu trang đã hạ nhiệt với nhiều nguồn cung

khẩu trang y tế thay thế, dịch bùng phát cùng với tình trạng giãn cách thắt chặt hơn tại các tỉnh thành miền Nam, thị trường bán lẻ hàng may mặc lại gặp khó khăn khi không còn doanh thu hàng khẩu trang bù đắp và lực cầu quần áo suy giảm. Trong Tập đoàn có Tổng công ty Đức Giang ghi nhận mức tăng trưởng duy nhất 105,7% về doanh thu bán lẻ 9 tháng 2021, nhờ sự quyết liệt trong công tác đầu tư trung tâm bán hàng trực tuyến có quy mô và thúc đẩy mạnh mẽ mảng kinh doanh đồng phục. Các doanh nghiệp khác đều chịu sự áp lực về doanh thu giảm 30-40% do giãn cách, cầu suy giảm.

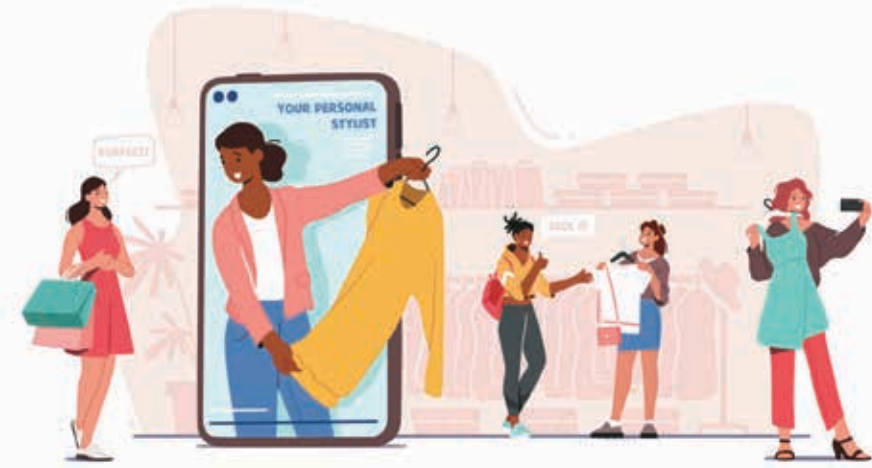
TRIỂN VỌNG NHỮNG THÁNG CUỐI NĂM VÀ NĂM 2022

Dự kiến sau thời gian giãn cách xã hội và mở cửa hoàn toàn trở lại, các nhà bán lẻ sẽ mất ít nhất 3 tháng để các cửa hàng, trung tâm mua sắm dần phục hồi thu hút lại khách hàng và mất ít nhất 1 năm để người tiêu dùng lấy lại niềm tin tiêu dùng, cũng như để thị trường hoạt động cân bằng ổn định, phục hồi trạng thái và mức doanh thu như năm 2019.

Nhìn về đường dài, mảng kinh doanh trực tuyến tại Việt Nam mới trong thời kỳ đầu phát triển và hứa hẹn nhiều dư tới đây. Theo số liệu của Asia Plus, giá trị tiêu dùng hàng dệt may Việt Nam mỗi năm đạt khoảng 5-6 tỉ USD (gần 120.000-140.000 tỉ đồng). Sức hút của thị trường còn đến từ sự thay đổi trong hành vi mua sắm của thế hệ Millennials (8X, 9X) và Centennials (10X). Giới trẻ ngày nay không chỉ mua sắm tại các cửa hàng thời trang truyền thống mà còn trên nhiều trang mạng xã hội như Facebook, Instagram, Zalo và sàn thương mại điện tử...

Theo khảo sát của YoGov xuất bản vào tháng 6/2021 đánh giá sự chuyển biến của hành vi khách hàng trong đợt dịch Covid-19 cho thấy 65% khách hàng có tần suất mua sắm trực tiếp thường xuyên từ vài lần/ngày, 1 lần/ngày, vài lần/tuần, 1 lần/tuần cho đến vài lần/tháng. Kênh mua sắm không chỉ dừng lại ở những sàn thương mại tập trung lớn như Shopee, Lazada, Tiki, Sendo nữa mà còn những hình thức mua sắm trực tuyến tự phát triển theo các nhãn hàng khiến khách hàng ngày càng có nhiều sự đa dạng lựa chọn mua sắm trực tuyến theo sở thích và sự thuận tiện của mình nhiều hơn.

Sự cạnh tranh trong mua sắm bán lẻ trực tuyến vì vậy cũng sâu sắc hơn và đòi hỏi nhiều combo khuyến mãi và chương trình chăm sóc khách hàng chu đáo hơn để giữ được lượng khách hàng trung thành. 9 tháng đầu năm 2021 cũng chứng kiến nhiều doanh nghiệp may mặc bán lẻ đóng cửa các cửa hàng trực tiếp và đẩy mạnh



“ **Nhìn về đường dài, mảng kinh doanh trực tuyến tại Việt Nam mới trong thời kỳ đầu phát triển và hứa hẹn nhiều dư địa trong thời gian 5 năm tới đây.** ”

mảng kinh doanh trực tuyến do giãn cách, tuy không ít doanh nghiệp gặp các thách thức về đứt gãy nguồn cung hay tình trạng có đơn hàng chờ giao nhưng vận chuyển gặp khó khăn trong thời gian giãn cách.

Những diễn biến dịch bệnh phức tạp của năm 2020-2021 đã làm cho thị trường bán lẻ bị phân hóa rõ ràng hơn. Nhìn về khía cạnh tích cực, sự chuyển biến trên giúp cho các nhà bán lẻ biết rõ và tập trung hơn với kênh phân phối đang “ăn khách”, và tái sắp xếp, xác định lại đối tượng khách hàng mục tiêu của mình. Tuy vậy, cũng cần nhấn mạnh rằng, mặc dù thương mại điện tử Việt Nam tăng trưởng “nóng” về quy mô và đạt gần 12 tỷ USD trong năm 2020 (báo cáo từ

Cục Thương mại Điện tử và Kinh tế số (Bộ Công Thương). Tuy nhiên, Thương mại điện tử cũng chỉ chiếm khoảng 6-10% tổng doanh số bán lẻ. Điều này chứng tỏ rằng các cửa hàng truyền thống có cơ hội thúc đẩy kinh doanh lớn hơn bằng cách kết hợp kinh doanh ngoại tuyến với các chiến lược online để có thể thu hút nhiều khách đến cửa hàng của họ hơn, tức chính là vận dụng mô hình O2O (hướng khách hàng từ online đến cửa hàng offline).

Đối với mặt hàng may mặc, hiện tại vụ Xuân Hè đã đi qua, nhiều nhà bán lẻ chậm một nhịp do các mặt hàng Xuân Hè đã hết vụ, hàng tồn kho vụ Xuân Hè tăng lên. Với các tỉnh miền Bắc, vụ Thu đông đang đến gần, lúc này là lúc các doanh nghiệp sản xuất cần nhanh chóng bắt nhịp nhanh và gấp rút đưa ra các dòng sản phẩm, bộ sưu tập mới, đáp ứng nhu cầu quay trở lại của người tiêu dùng. Sau giai đoạn khó khăn, nhiều thương hiệu hướng tới việc tái định vị, xác định chiến lược phát triển nhanh nhạy hơn, lựa chọn sản phẩm, địa điểm kỹ càng và quản lý các chi phí chặt chẽ hơn□

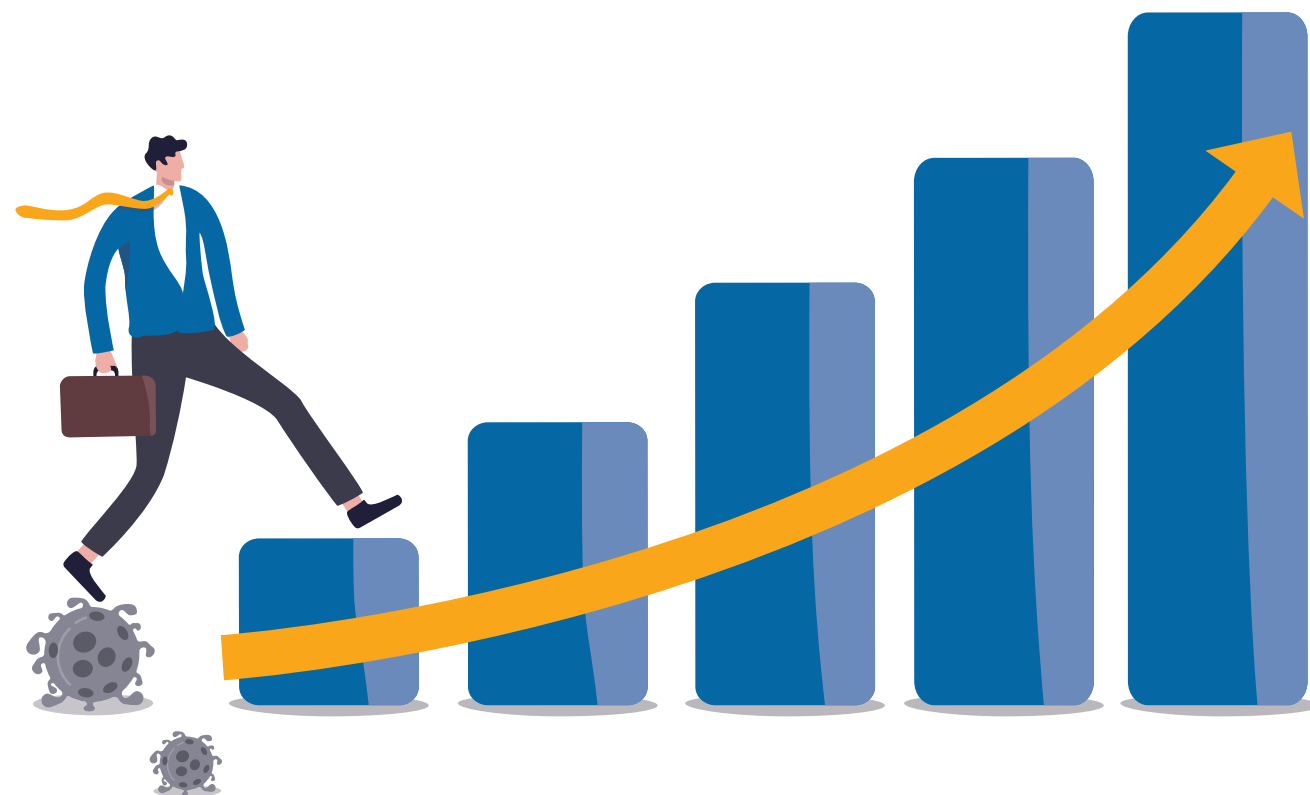
Làm chủ công nghệ, thông tin thị trường, đột phá trong năng lực nghiên cứu, phát triển sản phẩm vượt trội, phù hợp với xu thế và luôn đặt khách hàng vào trọng tâm của mọi quyết định là chìa khóa chuyển từ gam màu tối sang sáng của bất kỳ nhà bán lẻ nào, trong đó có nhà bán lẻ dệt may trong chặng đường sắp tới.

HIẾN KẾ

GIẢI PHÁP CĂN CỐ PHỤC HỒI KINH TẾ TRONG NĂM 2022

Bài: **HOÀNG ANH**

Tại Tọa đàm tham vấn chuyên gia về kinh tế - xã hội được tổ chức lần đầu tiên trong nhiệm kỳ Quốc hội khóa XV diễn ra mới đây, các đại biểu tập trung thảo luận, đề xuất nhiều giải pháp trọng tâm trước mắt và lâu dài để phục hồi kinh tế - xã hội trong và sau đại dịch Covid-19, trong đó nhấn mạnh đến giải pháp xây dựng khung Chương trình tổng thể phục hồi kinh tế trong và sau đại dịch.



XÂY DỰNG KHUNG CHƯƠNG TRÌNH TỔNG THỂ

Nêu tổng quan kinh tế Việt Nam năm 2021 và triển vọng năm 2022, TS. Trần Thị Hồng Minh - Viện trưởng Viện Nghiên cứu quản lý kinh tế Trung ương cho biết, nền kinh tế Việt Nam hiện vẫn phải đối mặt với những khó khăn, hệ lụy nghiêm trọng của dịch bệnh Covid-19. Ở bên ngoài, các thị trường xuất khẩu sử dụng các biện pháp kỹ thuật nhằm hạn chế hàng hóa nhập khẩu, trong đó có hàng hóa Việt Nam. Rủi ro gián đoạn chuỗi cung ứng cũng làm tăng chi phí đáng kể cho doanh nghiệp xuất khẩu cũng như doanh nghiệp hoạt động thương mại trong nước.

Dù có nhiều nỗ lực cải thiện, công tác điều hành và chất lượng các văn bản chính sách hỗ trợ nền kinh tế, người dân và doanh nghiệp vẫn còn hạn chế, bất cập. Trong khi áp dụng các biện pháp phòng chống dịch, các địa phương chưa cân nhắc hài hòa, đồng bộ các quy trình, biện pháp liên quan để giảm thiểu tác động tiêu cực đối với hoạt động lưu thông hàng hóa giữa các địa phương. Một số biện pháp hỗ trợ doanh nghiệp và nền kinh tế như giãn, hoãn thuế, cơ cấu lại thời hạn trả nợ, miễn giảm lãi, phí... chưa đủ "sức nặng" cần thiết để hỗ trợ doanh nghiệp, trong bối cảnh đầu ra của nền kinh tế còn khó khăn.

Giai đoạn 1 (đến quý I/2022):

Ưu tiên phòng chống dịch Covid-19, kết hợp với chính sách kinh tế vĩ mô (kể cả thúc đẩy giải ngân đầu tư công) để hỗ trợ cho doanh nghiệp "trụ vững" qua thời kỳ khó khăn, và duy trì cải cách môi trường kinh doanh để tháo gỡ khó khăn cho doanh nghiệp.

Giai đoạn 2 (đến hết 2023):

Sau khi kiểm soát dịch Covid-19, tiến hành nới lỏng chính sách kinh tế vĩ mô để kích cầu cho nền kinh tế, đồng thời tạo thêm "sức bật" cho doanh nghiệp. Duy trì và đổi mới cải cách môi trường kinh doanh để tạo thêm không gian cho doanh nghiệp.

Giai đoạn 3 (sau 2023):

Bình thường hóa chính sách kinh tế vĩ mô, hướng tới củng cố nền tảng kinh tế vĩ mô, và thúc đẩy cải cách thể chế kinh tế sâu rộng hơn.

Ngoài ra, TS. Trần Thị Hồng Minh đề nghị cần vận dụng các chính sách kinh tế vĩ mô linh hoạt theo các kịch bản để ứng phó với các diễn biến bất lợi của kinh tế thế giới và khu vực (đặc biệt cạnh tranh chiến lược giữa Mỹ - Trung Quốc, diễn biến dịch Covid-19, ứng xử với dòng vốn FDI, kịch bản thương mại với Hoa Kỳ, kịch bản mở rộng CPTPP và kịch bản phê chuẩn RCEP, rủi ro khủng hoảng nợ toàn cầu, v.v.). Đẩy mạnh đa dạng hóa xuất khẩu, trên cơ sở nghiên

Trong khi đó, đánh giá về chính sách tài khóa 2021, PGS. TS. Vũ Sỹ Cường, Học Viện Tài Chính cho rằng năm 2021, dự toán thu và chi NSNN đã thận trọng hơn và bám sát hơn các yếu tố vĩ mô quan trọng như tăng trưởng GDP và lạm phát. Dự toán NSNN năm 2021 đã cân nhắc các yếu tố thách thức như dịch Covid-19 và cơ hội từ các hiệp định thương mại tự do thế hệ mới như EVFTA.

Về chính sách tài khóa năm 2022, ông cho rằng, trong bối cảnh dịch bệnh Covid-19 có những thay đổi khó lường và gần như hết hy vọng về chính sách Zero Covid, sống chung với dịch bệnh trở thành lựa chọn của nhiều quốc gia. Vì vậy, xây dựng chính sách tài khóa năm 2022 sẽ phải quan tâm đến một số vấn đề: rủi ro của các yếu tố bên ngoài có thể tác động xấu đến tăng trưởng làm giảm nguồn thu NSNN và tăng chi NSNN; dự toán thu và chi NSNN cần tiếp tục duy trì sự thận trọng hơn và theo nguyên tắc lường thu mà chi, cần có giải pháp chính sách để theo dõi và đánh giá về công tác lập dự toán và chấp hành NSNN ở tất cả các cấp; Kế hoạch tài chính 5 năm và Kế hoạch tài chính - ngân sách nhà nước 3 năm cần có những thay đổi để phù hợp với tình hình mới...

“ Cần sớm xây dựng và thực hiện Chương trình tổng thể về phục hồi và phát triển kinh tế trong và sau dịch Covid-19, đồng thời kiến nghị ba giai đoạn trong chương trình phục hồi kinh tế, với cách tiếp cận khác nhau nhưng đều nhấn mạnh yêu cầu thực hiện hiệu quả các chính sách. ”

Từ những bất cập đó, TS. Trần Thị Hồng Minh đề xuất một số giải pháp căn cơ, trong đó nhấn mạnh đến việc cần sớm xây dựng và thực hiện Chương trình tổng thể về phục hồi và phát triển kinh tế trong và sau dịch Covid-19, đồng thời kiến nghị ba giai đoạn trong chương trình phục hồi kinh tế, với cách tiếp cận khác nhau nhưng đều nhấn mạnh yêu cầu thực hiện hiệu quả các chính sách, cụ thể:

cứu, nắm bắt thông tin kịp thời về các thị trường, sản phẩm còn dư địa khai thác trong bối cảnh đại dịch cũng như khả năng đáp ứng các FTA quan trọng (như CPTPP, EVFTA). Đồng thời nghiên cứu, khuyến khích các mô hình kinh tế mới ở thị trường trong nước (kinh tế số, thương mại điện tử, kinh tế tuần hoàn...).



■ Ảnh minh họa

KIP THỜI HỖ TRỢ DOANH NGHIỆP

Đề cập đến chính sách hỗ trợ doanh nghiệp trong làn sóng đại dịch lần thứ tư ở Việt Nam, PGS.TS. Bùi Quang Tuấn - Viện Kinh tế Việt Nam thuộc Viện Hàn lâm khoa học xã hội Việt Nam, đề xuất một số giải pháp trọng tâm, trước mắt để hỗ trợ doanh nghiệp. Cụ thể:

Thứ nhất, cần ban hành gói hỗ trợ mới cho doanh nghiệp để gói kích thích ban hành “vừa đủ liều lượng, vừa đúng và trúng đối tượng” để thực thi nhanh vào cuộc sống. Gói kích thích nhằm hỗ trợ DN kịp thời, bao gồm: Gia hạn nợ, khoan nợ cho các DN, nhất là các DN trong khu vực dịch vụ; Thực hiện miễn, giảm thuế, lùi thời gian đóng bảo hiểm xã hội trong thời gian dịch bệnh, miễn, giảm các nghĩa vụ đóng góp, chú ý đến khoản nợ cho các DN bị tác

động nặng nề; Cơ cấu lại các khoản nợ, khoan trả lãi tiền vay, không tính vay quá hạn; thuận lợi hóa tiếp cận nguồn vốn tín dụng, đẩy mạnh thực hiện cải cách thủ tục hành chính tạo thuận lợi cho DN;

Thứ hai, tập trung cắt giảm chi phí logistics, chi phí vận chuyển: Cần đẩy mạnh thực hiện đầy đủ các giải pháp cải cách công tác quản lý, kiểm tra chuyên ngành và kết nối Cơ chế một cửa quốc gia, Cơ chế một cửa ASEAN; chú trọng và đẩy mạnh ứng dụng công nghệ để giảm chi phí và giá thành vận chuyển, thành lập tổ công tác liên ngành của các bộ và các cơ quan liên quan để rà soát, tháo gỡ ngay các khó khăn về chi phí logistics và tình trạng thiếu công-ten-nơ; tiếp tục cắt giảm các loại phí, chi phí đối với các hoạt động phục vụ xuất nhập khẩu.

Thứ ba, khẩn trương xây dựng chính sách mở cửa cho thị trường du lịch quốc tế: Hiện nay, nhiều nước trên thế giới áp dụng và triển khai mạnh mẽ chính sách “Hộ chiếu vaccine” cấp cho những người đã được tiêm phòng hoặc có kết quả xét nghiệm âm tính với Covid-19 để nhanh chóng thí điểm phục hồi các hoạt động du lịch và giao thương quốc tế ở các trung tâm du lịch đủ điều kiện về phòng chống dịch: Phú Quốc, Nha Trang, Đà Nẵng, Hội An...

Thứ tư, bảo toàn hoạt động của các khu công nghiệp: Cần coi các khu công nghiệp là các thành trì cần được bảo vệ và duy trì sản xuất, ngăn chặn để đảm bảo dịch không xâm nhập và lây lan tại các khu công nghiệp và duy trì sản xuất các khu công nghiệp là bảo vệ uy tín của Việt Nam trước cộng đồng quốc tế về phục hồi chuỗi

cung ứng để giữ các nhà đầu tư nước ngoài cũng như tiếp tục thu hút các nhà đầu tư nước ngoài khác.

Thứ năm, đẩy mạnh chuyển đổi số: Dịch bệnh là chất xúc tác đẩy nhanh quá trình chuyển đổi số, qua đó nâng cao năng suất lao động và bao trùm lên tất cả lĩnh vực, đẩy nhanh ở các lĩnh vực sát sườn với người dân như các ứng dụng chăm sóc sức khỏe - y tế, các ứng dụng giáo dục.

NHỮNG BƯỚC ĐI ĐÓN BẮT TRẠNG THÁI BÌNH THƯỜNG MỚI

Đại diện Ngân hàng Thế giới tại Việt Nam Jacques Morisset chỉ ra, tác động mạnh mẽ của lần bùng phát thứ 4 của đại dịch Covid-19 đã khiến Việt Nam từ nước có mức tăng trưởng thuộc nhóm các quốc gia cao của thế giới trong năm 2020 (2,9%), đã xuống nhóm có mức tăng trưởng

“ Việt Nam cần tăng cường khả năng phục hồi thông qua một hệ thống trợ giúp xã hội mạnh mẽ và linh hoạt. Để làm được điều này cần phân bổ thêm vốn cho các chương trình trợ giúp xã hội; xây dựng một cơ quan đăng ký xã hội quy mô lớn và áp dụng kỹ thuật số, để nhanh chóng xác định những người dễ bị tổn thương; mở rộng quy mô thanh toán điện tử, để tiếp cận một cách hiệu quả những người thụ hưởng đã được xác định. ”

trung bình. Dự báo tăng trưởng GDP trong năm 2021 của Việt Nam là 2-2,5%. Trong khi đó, các quốc gia ở khu vực Đông Á và Thái Bình Dương có mức tăng trưởng GDP cao nhất là 7,5%, khu vực Nam Á có mức tăng là 7%, các quốc gia thu nhập trung bình trên thế giới cũng có mức tăng GDP trung bình khoảng 6,8%.

Đại diện Ngân hàng Thế giới tại Việt Nam cũng đã đề xuất 4 bài học để thúc đẩy quá trình phục hồi và giúp Việt Nam đi vào trạng thái bình thường mới.

Cụ thể, tốc độ phục hồi tương quan chặt chẽ với quy mô của các chương trình tiêm chủng, nhưng xét nghiệm vẫn là biện pháp quan trọng để ngăn chặn đại dịch. Bởi, các quốc gia có chương trình tiêm chủng tích cực hơn dự kiến sẽ tăng trưởng nhanh hơn vào năm 2021.

Việc hạn chế di chuyển một cách thông minh sẽ giúp cân bằng mối quan tâm về an toàn và kinh tế. Điều

này có nghĩa vẫn cần duy trì một số hạn chế di chuyển vì mọi người đều có thể làm lây nhiễm Covid-19 ngay cả khi đã được tiêm chủng nhưng cách ly có mục tiêu để hiệu quả nhất về chi phí đồng thời giám sát chặt chẽ, chia sẻ thông tin để điều chỉnh các biện pháp hạn chế di chuyển.

Bài học tiếp theo được đại diện Ngân hàng Thế giới đề cập là tái cân bằng hướng sang chính sách tài khóa nhiều hơn và sang chính sách tiền tệ ít hơn.

Đặc biệt, Việt Nam cần tăng cường khả năng phục hồi thông qua một hệ thống trợ giúp xã hội mạnh mẽ và linh hoạt. Để làm được điều này cần phân bổ thêm vốn cho các chương trình trợ giúp xã hội; xây dựng một cơ quan đăng ký xã hội quy mô lớn và áp dụng kỹ thuật số, để nhanh chóng xác định những người dễ bị tổn thương; mở rộng quy mô thanh toán điện tử, để tiếp cận một cách hiệu quả những người thụ hưởng đã được xác định



■ Ảnh minh họa

KINH TẾ THẾ GIỚI: TIẾP TỤC ĐÀ PHỤC HỒI TRONG NĂM 2022

Bài: VĂN PHÒNG HĐQT



Báo cáo tháng 10/2021
Quý Tiền tệ quốc tế
(IMF) đánh giá nền
kinh tế thế giới sẽ tiếp
đà phục hồi trong năm
2022 nhưng sẽ chậm lại
do các yếu tố lạm phát
tăng nhanh, biến chủng
vắc-xin không đều.

1. Sự phục hồi kinh tế toàn cầu vẫn
được tiếp diễn, ngay cả khi đại dịch
bùng phát trở lại. Các mạch đứt gãy
do Covid-19 gây ra có vẻ kéo dài dai
dẳng hơn - sự phân kỳ ngắn hạn dự
kiến sẽ để lại vết sẹo khó lành đối với
hiệu quả trung hạn (medium-term
performance). Tiếp cận vắc-xin và hỗ
trợ chính sách sớm là những biện
pháp chính để khắc phục mạch đứt
gãy này. Sự lây lan nhanh chóng của
biến thể Delta cùng mối đe dọa của
các biến thể mới đã làm giảm đi sự
chắc chắn về khả năng phục hồi sau

đại dịch. Các lựa chọn chính sách hỗ
trợ ngày càng trở nên khó khăn hơn
và phải đối mặt với những thách thức
đa chiều - tăng trưởng việc làm thấp,
lạm phát gia tăng, mất an ninh lương
thực, trở ngại trong tích lũy nguồn
vốn con người và biến đổi khí hậu -
với khả năng điều chỉnh hạn chế.

Dự báo: Nền kinh tế toàn cầu dự kiến
sẽ tăng trưởng 5,9% vào năm 2021
và 4,9% vào năm 2022 (thấp hơn
0,1 điểm phần trăm vào năm 2021 so
với bản Cập nhật Triển vọng Kinh tế
Thế giới (WEO) tháng 7/2021).

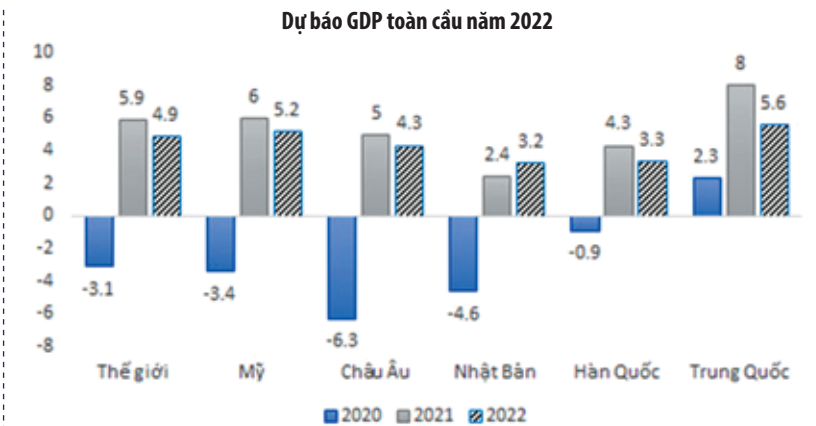
Trong báo cáo của IMF, dự báo tăng
trưởng nền kinh tế Mỹ được điều
chỉnh giảm mạnh nhất, từ 7% xuống
còn 6% trong năm 2021. IMF cho rằng
tăng trưởng của Mỹ có thể sẽ giảm
mạnh hơn nữa vì dự báo lần này giả
định rằng Quốc hội Mỹ sẽ phê chuẩn
đề xuất chi tiêu xã hội và hạ tầng trị
giá 4.000 tỷ USD của Tổng thống Joe
Biden. Các nghị sĩ Mỹ hiện đang tìm
đồng thuận về một gói chi tiêu nhỏ
hơn, nhưng IMF cho biết nếu con số
trên giảm bớt sẽ kéo theo giảm dự
báo tăng trưởng ở cả Mỹ và các đối
tác thương mại của nước này.

Báo cáo cũng cắt giảm tăng trưởng
của nhiều nền kinh tế công nghiệp
khác. Tăng trưởng của Đức giảm nửa
điểm phần trăm xuống còn 3,1%
trong khi con số này của Nhật Bản
giảm 0,4 điểm xuống còn 2,4%. IMF
dự báo tăng trưởng ở Anh năm nay
giảm 0,2 điểm xuống còn 6,8%, và
đây là mức dự báo tăng trưởng nhanh
nhất trong Nhóm các nền kinh tế
công nghiệp phát triển (G7).

Tăng trưởng năm 2021 của Trung
Quốc được dự báo giảm 0,1 điểm
xuống còn 8%, theo IMF là nhờ sự
phục hồi nhanh hơn dự kiến của
đầu tư công. Dự báo cho Ấn Độ
không thay đổi, hiện là 9,5%. Tăng
trưởng của nhóm "ASEAN-5" (gồm
Indonesia, Malaysia, Philippines, Thái
Lan và Singapore) được cho là sẽ vào
khoảng 2,9%, tăng so với mức suy
giảm 3,4% ghi nhận trong năm 2020
nhưng giảm 1,4 điểm so với dự báo
hồi tháng 7. Sang năm 2022, vùng này
được dự báo đạt tăng trưởng 5,8%.

Riêng tại một số nước xuất khẩu hàng
hóa như Nigeria và Saudi Arabia, IMF
tăng nhẹ dự báo tăng trưởng nhờ giá
dầu và hàng hóa tăng cao.

Bản báo cáo cập nhật này cho thấy
năm 2021 phản ánh sự đi xuống của
các nền kinh tế phát triển - một phần
do gián đoạn nguồn cung - và đối với
các nước đang phát triển có thu nhập
thấp, phần lớn là do tình hình biến
động của đại dịch ngày càng trầm
trọng. Điều này được bù đắp một
phần bởi triển vọng ngắn hạn mạnh
mẽ hơn giữa một số thị trường mới
nổi xuất khẩu hàng hóa và các nền
kinh tế đang phát triển.



Nguồn: tổng hợp từ báo cáo tháng 10/2021 của IMF

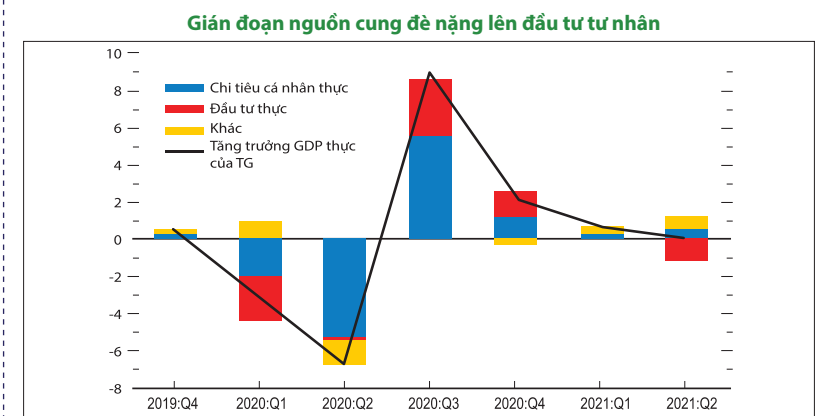
Vấn đề việc làm nhìn chung được dự
báo sẽ tiếp tục làm chậm quá trình
phục hồi sản lượng.

Tiến đến năm 2022, tăng trưởng
toàn cầu dự kiến sẽ điều chỉnh ở
mức khoảng 3,3% trong trung hạn.
Sản lượng của nền kinh tế phát triển
được dự báo sẽ vượt quá các dự báo
trung hạn trước đại dịch - phần lớn

phản ánh các chính sách hỗ trợ trong
tương lai của Hoa Kỳ, bao gồm các
biện pháp để tăng cường tiềm năng
kinh tế. Ngược lại, thị trường mới nổi
và nhóm các nền kinh tế đang phát
triển được dự báo có thể sẽ bị mất
sản lượng trong khoảng thời gian dài
do việc triển khai vắc-xin chậm hơn
và ít chính sách hỗ trợ nói chung hơn
so với các nền kinh tế phát triển.

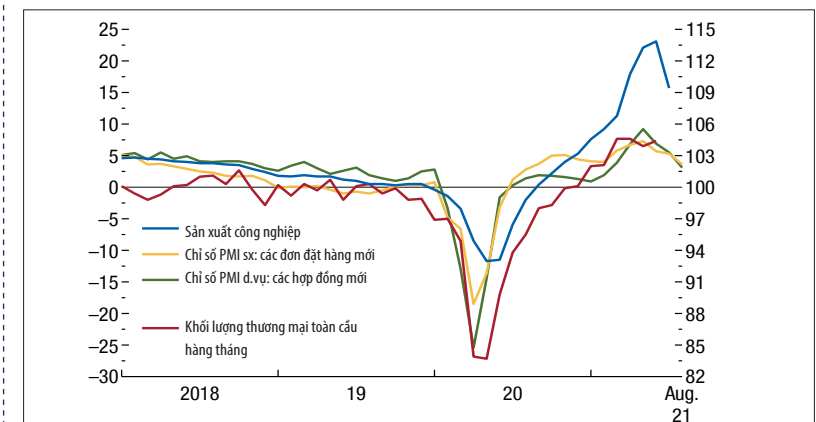
Động lực thúc đẩy tăng trưởng toàn cầu

(Đóng góp tăng trưởng hàng quý, điểm phần trăm)



Các chỉ số hoạt động toàn cầu

(Trung bình động ba tháng, phần trăm thay đổi hàng năm
đối với sản xuất công nghiệp; độ lệch từ 50 đối với PMI)

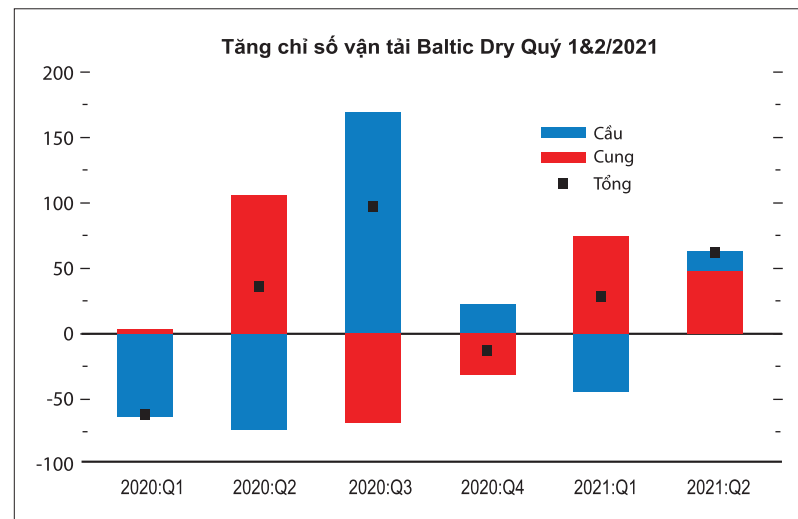


2. Rủi ro lạm phát có chiều hướng tăng và có thể thành hiện thực nếu tình hình không khớp cung - cầu do đại dịch gây ra tiếp diễn lâu hơn dự kiến (nếu thiệt hại đối với phía cung xấu hơn dự đoán), dẫn đến áp lực giá cả được duy trì và kỳ vọng lạm phát tăng cao dẫn đến một "bình thường hóa" chính sách tiền tệ nhanh hơn dự kiến ở các nền kinh tế phát triển.

2.1. Điểm nghẽn về nguồn cung

Nhu cầu giảm mạnh vào năm 2020 khiến nhiều doanh nghiệp cắt giảm đơn đặt hàng đầu vào trung gian. Khi sự phục hồi tăng lên vào năm 2021, một số nhà sản xuất thấy mình bị lép vế và không thể tăng nhanh nguồn cung cấp trở lại;

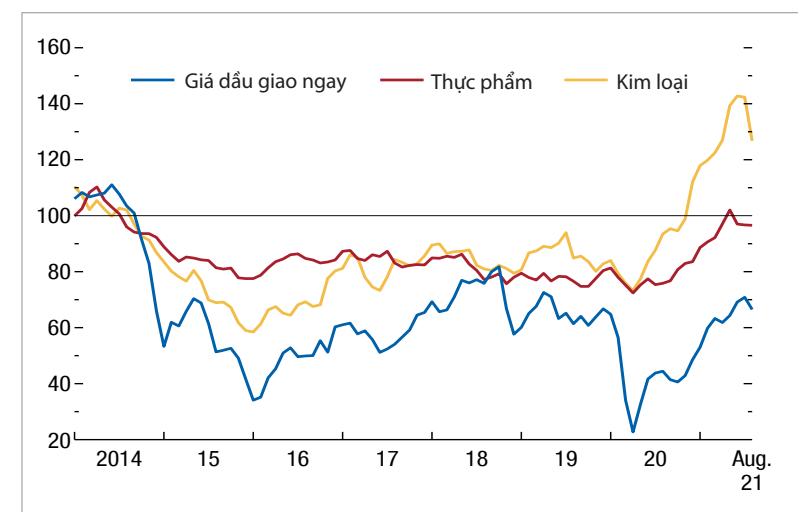
Chênh lệch cung và cầu – nguyên nhân tăng chi phí vận chuyển



2.2. Giá hàng hóa tăng

Giá hàng hóa sẽ tiếp tục tăng với tăng trưởng của nền kinh tế. Giá dầu dự kiến sẽ tăng vào năm 2021, gần 60% so với nền thấp của năm 2020. Giá hàng hóa phi dầu mỏ dự kiến sẽ tăng gần 30% so với mức của năm 2020, phản ánh sự gia tăng đặc biệt mạnh mẽ của giá kim loại và thực phẩm trong những tháng gần đây. Giá lương thực tăng có xu hướng tập trung ở những nơi mất an ninh lương thực cao, khiến các hộ gia đình nghèo hơn gia tăng căng thẳng đáng kể và đẩy lên bóng ma tiềm ẩn về bất ổn xã hội lớn hơn.

Giá cả hàng hóa đã tăng rõ rệt từ các đáy đại dịch suy thoái



2.3. Lạm phát dự kiến sẽ trở lại mức trước đại dịch vào giữa năm 2022

Phân tích chỉ ra rằng kỳ vọng lạm phát toàn phần và lạm phát trung hạn được dự báo sẽ trở lại mức trước đại dịch vào giữa năm 2022. Mặc dù vẫn còn nhiều bất ổn, đặc biệt liên quan đến việc đo lường khoảng cách sản lượng, nhu cầu phục hồi sẽ chỉ có tác động nhỏ đến lạm phát trong tương lai. Các dự báo cơ bản của IMF cho thấy, đối với nhóm nước có nền kinh tế phát triển, lạm phát trung bình sẽ đạt đỉnh vào những tháng cuối năm 2021 và sẽ giảm xuống khoảng 2% vào giữa năm 2022. Rủi ro vẫn tăng nhẹ trong trung hạn. Tương tự, triển vọng đối với thị trường mới nổi và các nền kinh tế đang phát triển cho thấy lạm phát toàn phần giảm xuống khoảng 4% sau khi đạt đỉnh 6,8% vào cuối năm nay, với rủi ro tăng trong trung hạn.

3. Tăng trưởng về việc làm dự kiến sẽ làm chậm sự phục hồi sản lượng

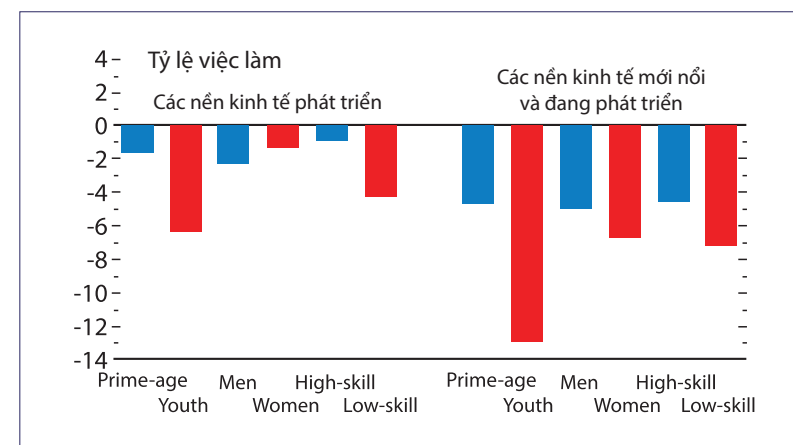
Thị trường lao động đang phục hồi nhưng không đồng đều sau đại dịch xảy ra vào năm 2020. Theo Tổ chức Lao động Quốc tế, số giờ làm việc giảm tương đương với 255 triệu việc làm toàn thời gian bị mất. Nhưng nhịp độ các nền kinh tế và người lao động là không đồng đều. Việc làm trên toàn thế giới vẫn ở dưới mức trước đại dịch, phản ánh sự đan xen của khoảng cách đầu ra tiêu cực, nỗi lo của người lao động về việc lây nhiễm tại chỗ trong các ngành nghề tiếp xúc nhiều, hạn chế trong chăm sóc trẻ em, nhu cầu lao động thay đổi khi tự động hóa tăng lên trong một số lĩnh vực, thu nhập được bù đắp thông qua các khoản trợ cấp thất nghiệp giúp giảm bớt tổn thất thu nhập và mâu thuẫn trong việc tìm kiếm việc làm và đáp ứng yêu cầu công việc.

Trung bình, thị trường mới nổi và các nền kinh tế đang phát triển bị ảnh hưởng nặng nề hơn so với các nền kinh tế phát triển. Ước tính của Tổ chức Lao động Quốc tế cho thấy Châu Mỹ Latinh, Caribe và Nam Á là một trong những khu vực có số giờ làm việc giảm đáng kể trong năm 2020.

Trong các nền kinh tế, việc làm của thanh niên và lao động có kỹ năng thấp hơn vẫn yếu hơn so với lao động ở độ tuổi chính và lao động có kỹ năng cao hơn. Việc làm của phụ nữ ở các thị trường mới nổi và các nền kinh tế đang phát triển vẫn bị tác động bất lợi hơn nam giới, trong khi ở các nền kinh tế phát triển, sự phân biệt về giới tính đã được giảm bớt. Một số tác động không cân xứng này phản ánh sự khác biệt về mức độ tham gia của người lao động có kỹ năng thấp cũng bị suy giảm. Tương tự như sự khác biệt về việc làm theo giới tính, sự tham gia của phụ nữ vào thị trường mới nổi và các nền kinh tế đang phát triển vẫn cho thấy sự sụt giảm tương đối lớn hơn so với nam giới, trong khi ở các nền kinh tế phát triển, tỷ lệ này xấp xỉ và tương đồng.

Thị trường lao động, theo nền kinh tế và nhóm công nhân

(Chênh lệch phần trăm trung bình từ Q4/2019 đến Q1/2021)



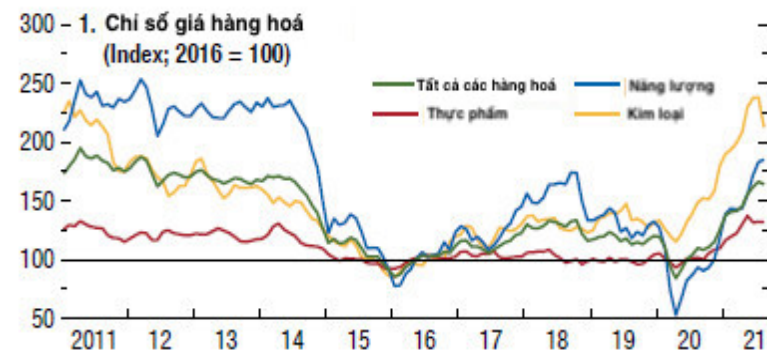
Việc làm vẫn ở dưới mức trước đại dịch, tính trung bình, thị trường mới nổi và các nền kinh tế đang phát triển bị ảnh hưởng nặng nề hơn so với các nền kinh tế phát triển. Sự phát triển bất bình đẳng giữa các nhóm công nhân, trong đó thanh niên và lao động có kỹ năng thấp hơn bị ảnh hưởng nhiều hơn.

4. Thương mại toàn cầu

Bất chấp những gián đoạn tạm thời, khối lượng thương mại dự kiến sẽ tăng gần 10% vào năm 2021, giảm xuống khoảng 7% vào năm 2022 - phù hợp với sự phục hồi toàn cầu được dự báo. Tăng trưởng thương mại được dự báo sẽ ở mức trung bình khoảng 3,5% trong trung hạn. Sự phục hồi thương mại tổng thể che dấu một triển vọng không mấy khả quan cho các nền kinh tế phụ thuộc vào du lịch và các dịch vụ xuyên biên giới nói chung.

5. Thị trường hàng hóa

Giá hàng hóa sơ cấp tăng 16,6% từ tháng 2 đến tháng 8 năm 2021. Mức tăng mạnh, trên diện rộng, dẫn đầu là kim loại và các mặt hàng năng lượng, giá hàng hóa sơ cấp tăng 16,6% trong khoảng thời gian từ tháng 2 đến tháng 8 năm 2021. Mức tăng mạnh, rộng dựa trên cơ sở dẫn đầu bởi kim loại và hàng hóa năng lượng, được thúc đẩy bởi sự phục hồi mạnh mẽ của nhu cầu hàng hóa, các biện pháp nới lỏng tài chính, và sự gián đoạn từ phía cung và thời tiết. Sự tiếp diễn của COVID-19 là nguy cơ chủ yếu làm tăng giá hàng hóa và nhu cầu về kim loại tăng cao, có thể trì hoãn quá trình chuyển đổi năng lượng.



Giá dầu tăng 13,9% từ tháng 2 đến tháng 8 năm 2021 do kinh tế phục hồi nhanh chóng ở các nền kinh tế lớn. Trong bối cảnh tồn kho toàn cầu giảm, OPEC + (Tổ chức Các nước Xuất khẩu Dầu mỏ, cùng với Nga và các nước xuất khẩu dầu ngoài OPEC khác) vào tháng 7 đã đồng ý loại bỏ dần mức giới hạn sản lượng 5,8 triệu thùng/ngày còn lại vào tháng 9/2022. Giá kỳ hạn xu hướng giảm, với giá dầu ở mức 65,7 USD/thùng vào năm 2021 – cao hơn 59% so với mức trung bình năm 2020 giảm xuống còn 56,3 USD vào năm 2026.

Chỉ số giá kim loại cơ bản của IMF tăng 9,7% từ tháng 2 đến tháng 8 năm 2021, trong khi giá kim loại quý giảm 1,8%. Kim loại cơ bản đạt mức cao nhất trong 10 năm vào tháng 7 nhưng đã giảm nhẹ kể từ đó. Giá cả được thúc đẩy bởi sự phục hồi trong quá trình sản xuất toàn cầu, cải thiện triển vọng đầu tư cơ sở hạ tầng ở các nền kinh tế tiên tiến và sự gián đoạn nguồn cung do Covid-19. Chỉ số giá kim loại cơ bản năm 2021 dự kiến cao

hơn 57,7% so với năm trước và giảm 1,5% vào năm 2022.

Giá lương thực: Trong nửa đầu năm 2021, giá nhiều loại cây trồng chủ lực đã tăng mạnh, tiếp tục xu hướng được ghi nhận trong Báo cáo Triển vọng Kinh tế Thế giới tháng 4/2021. Chỉ số giá thực phẩm và đồ uống của IMF đã tăng 11,1% trong khoảng thời gian từ tháng 2 đến tháng 8, đạt mức cao nhất vào tháng 5/2021 với mức giá cao nhất tính theo giá thực tế kể từ cuộc khủng hoảng giá lương thực thế giới 2010-2011 – dẫn đầu là thịt (tăng 30,1%), cà phê (29,1%), và ngũ cốc (5,4%).

6. Chính sách tiền tệ

Sự khác biệt trong hỗ trợ chính sách giữa các quốc gia cũng tạo ra khoảng cách trong tốc độ phục hồi.

Mặc dù các Ngân hàng Trung ương nhìn chung có thể thấy được áp lực lạm phát nhất thời và tránh thắt chặt cho đến khi có sự rõ ràng hơn về động lực giá tài sản cơ bản, nhưng họ sẵn sàng hành động nhanh chóng nếu sự phục hồi tăng nhanh hơn dự kiến hoặc rủi ro về kỳ vọng lạm phát tăng trở nên hữu hình. Trong bối cảnh lạm phát đang gia tăng trong khi tỷ lệ việc làm vẫn ở mức thấp và rủi ro giảm kỳ vọng đang trở nên rõ ràng, chính sách tiền tệ có thể cần được thắt chặt để đối phó với áp lực giá cả, ngay cả khi điều đó làm trì hoãn việc phục hồi việc làm.

Ngược lại, chính sách tiền tệ vẫn có thể phù hợp khi áp lực lạm phát được

kiểm chế, kỳ vọng lạm phát vẫn thấp hơn mục tiêu của Ngân hàng Trung ương và thị trường lao động vẫn còn trì trệ.

Hỗ trợ tài chính với quy mô lớn vẫn tiếp tục ở các nền kinh tế phát triển, trong khi nhiều nền kinh tế thị trường mới nổi đang giảm chính sách hỗ trợ trong năm nay do không gian chính sách thu hẹp theo thời gian của đại dịch. Các ngân hàng lớn của nền kinh tế phát triển được cho là sẽ giữ nguyên lãi suất chính sách cho đến cuối năm 2022, tuy nhiên, trong một số trường hợp, các khoản thanh toán tài sản dự kiến sẽ được thu hẹp như đã được thực hiện ở Úc và Canada. Trong khi đó, một số Ngân hàng Trung ương ở thị trường mới nổi – bao gồm ở Brazil, Chile, Mexico và Nga – đã chuyển sang lập trường ít thích nghi hơn vào năm 2021, với việc thắt chặt các dự báo ở nhiều quốc gia hơn trong những quý tới.

IMF cũng cảnh báo sự chênh lệch nguy hiểm về triển vọng kinh tế do "sự bất cân bằng lớn về vaccine", khi 96% dân số ở các nước có thu nhập thấp vẫn chưa được tiêm phòng, dẫn đến tăng trưởng thấp hơn trong thời gian dài, nghèo đói gia tăng và nguy cơ lạm phát tăng vọt. Báo cáo nêu rõ: "Sẽ có thêm khoảng 65-75 triệu người rơi vào cảnh nghèo đói cùng cực năm 2021, so với dự báo trước khi xảy ra dịch". IMF cũng cho biết các nước có thu nhập thấp cần thêm 250 tỷ USD để chống dịch và giành lại mức tăng trưởng kinh tế trước khi bùng phát dịch.



DỰ BÁO DỆT MAY THẾ GIỚI VÀ VIỆT NAM NĂM 2022: “LẤY LẠI NHỮNG GÌ ĐÃ MẤT”

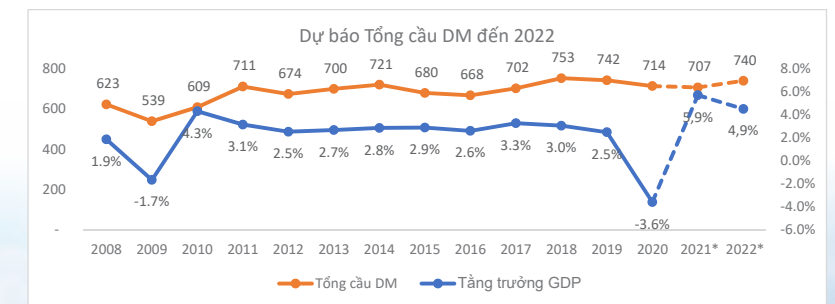
Bài: **VĂN PHÒNG HĐQT**

Mặc dù phải đối mặt với nhiều yếu tố bất định, đặc biệt là các biến chủng của virus Sars-Covi-2 nhưng mới đây Quỹ tiền tệ quốc tế (IMF) và Ngân hàng Thế giới (World Bank) dự báo tăng trưởng GDP toàn cầu vẫn đạt 5,9% vào năm 2021 và 4,9% vào năm 2022, và dự báo nhu cầu dệt may thế giới năm 2022 sẽ quay trở lại bằng mức của năm 2019, đạt khoảng 740 tỷ USD.

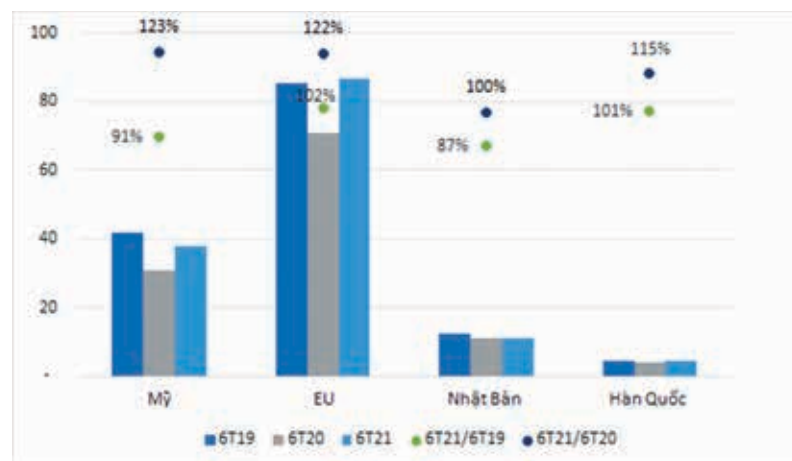
TỔNG CẦU DỆT MAY THẾ GIỚI

Nếu theo thống kê của Trademap tổng cầu dệt may nói chung của thế giới năm 2020 đạt 714 tỷ USD, chỉ giảm 5% so với năm 2019 trước dịch Covid-19, tuy nhiên năm 2020 số liệu bị nhiễu bởi nhu cầu nhập khẩu đồ bảo hộ (gọi tắt là PPE) như khẩu trang, bộ đồ gown có kim ngạch nhập khẩu tăng 80 tỷ USD so với mức ở điều kiện bình thường của các năm trước. Vì

vậy, nếu loại trừ nhu cầu đồ PPE tổng cầu dệt may thế giới năm 2020 giảm 15% so với năm 2019 (nhu cầu nhập khẩu riêng hàng may mặc toàn cầu có mức giảm sâu hơn khoảng 20%). Tuy nhiên cùng với đà phục hồi của nền kinh tế, các quốc gia phát triển tiềm vắ xin rộng rãi, cuộc sống người dân tại các nước này trở lại trong điều kiện bình thường mới khiến nhu cầu hàng may mặc cũng tăng trở lại.



Nhu cầu nhập khẩu dệt may tại các thị trường xuất khẩu chính của Việt Nam hồi phục nhanh chóng trong năm 2021, tuy nhiên có sự phân hóa:



Nguồn: Tổng hợp từ Trademap

Trong 6 tháng đầu năm 2021, trong 5 thị trường xuất khẩu dệt may lớn của Việt Nam gồm Mỹ, EU, Nhật Bản, Hàn Quốc, Trung Quốc:

- Nhu cầu nhập khẩu dệt may của EU và Hàn Quốc đã trở về ngang bằng mức của năm 2019, thậm chí vượt nhẹ 1-2%. Các thị trường khác tuy chưa về mức cùng kỳ của năm 2019 nhưng đều có sự tăng trưởng ở mức 2 con số so với năm 2020.
- Riêng thị trường Nhật Bản kim ngạch nhập khẩu dệt may vẫn dậm chân tại chỗ, tương đương cùng kỳ năm 2020.

Sau đây, chúng ta cùng nhìn lại biến động tại một số thị trường chính:

BIẾN ĐỘNG TẠI THỊ TRƯỜNG MỸ:

Theo nghiên cứu của giáo sư Shenglu – Đại học Delaware, Hoa Kỳ so sánh phục hồi nhập khẩu hàng dệt may của Mỹ trong giai đoạn khủng hoảng tài chính 2008 với khủng hoảng do Covid-19 đã đưa ra nhận xét nhập khẩu hàng may mặc của Hoa Kỳ (được điều chỉnh theo mùa) bắt đầu có mức tăng trưởng dương so với cùng kỳ năm trước (YoY) vào tháng 2 năm 2021 (tức khoảng 11 tháng sau sự bùng nổ của Covid-19 vào tháng

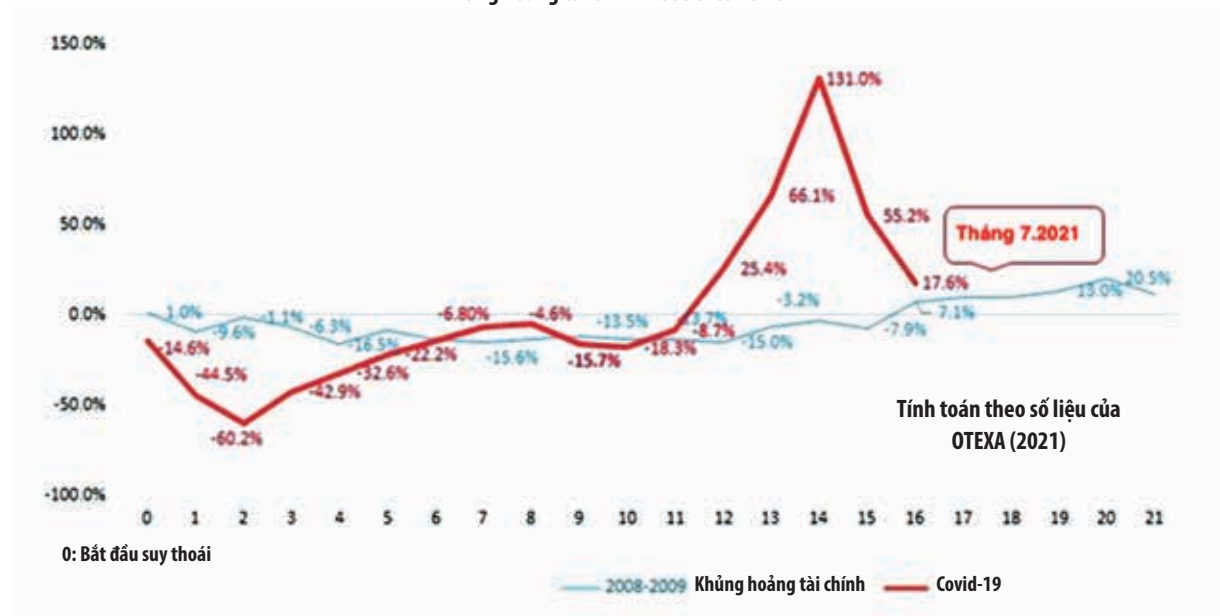
3/2020). Nếu so sánh, khi hồi phục sau cuộc khủng hoảng tài chính thế giới 2008, phải mất gần 15 tháng để chuyển tốc độ tăng trưởng YoY từ âm sang dương.

Nhập khẩu hàng may mặc của Hoa Kỳ đã hồi phục rõ ràng hơn trong tháng 8/2021 sau khi các hạn chế được nới lỏng ở châu Á giải phóng các lô hàng đã bị trì hoãn trước đó. Nhập khẩu tăng 17,1% về khối lượng, trong khi tăng 23% về khối lượng so với cùng kỳ năm trước. So với mức nhập khẩu của Mỹ vào tháng 8 năm 2019, nhập khẩu đã tăng 3% về khối lượng sau khi giảm 11% trong tháng 7.

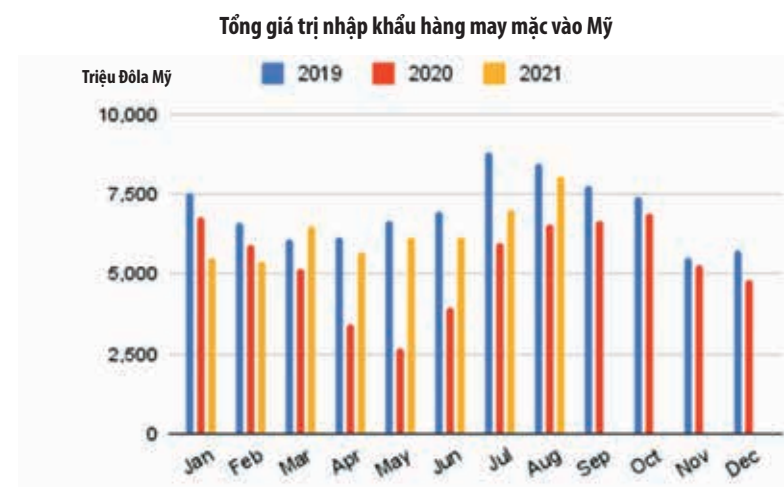
Nhập khẩu từ Việt Nam tăng 28% và 21% trong tháng 8 so với cùng tháng năm 2019. Tính chung 8 tháng đầu năm 2021, xuất khẩu dệt may của Việt Nam đã tăng 12% và 6% về khối lượng và giá trị trong khi đó nhập khẩu từ Trung Quốc trong 8 tháng đầu năm 2021 đã giảm 12% và 35% về khối lượng và giá trị.

Đơn giá của các lô hàng Trung Quốc đã giảm đáng kể, mất 20% trong tháng 8 so với năm 2019, thậm chí giảm 27% trong hai năm trong giai đoạn từ tháng 1 đến tháng 8.

Diễn biến nhập khẩu hàng may mặc vào Mỹ trong 2 giai đoạn: Khủng hoảng tài chính 2008 & Covid-19

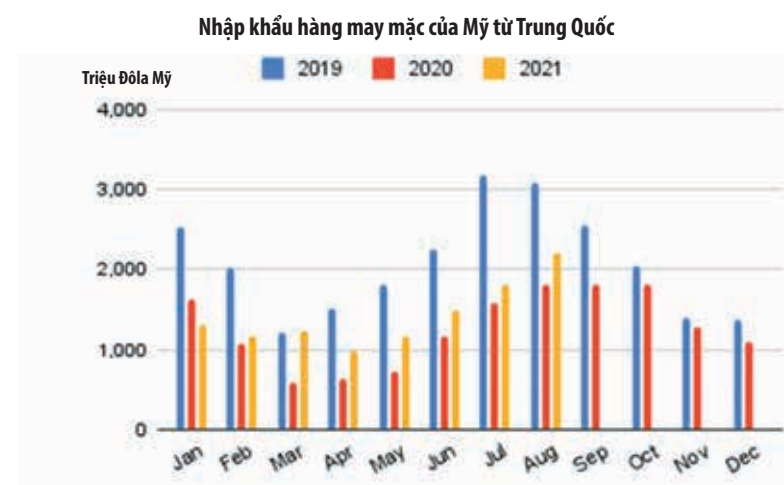


Đồ thị so sánh nhập khẩu dệt may của Mỹ từ Thế giới theo tháng trong 3 năm 2019, 2020, 2021



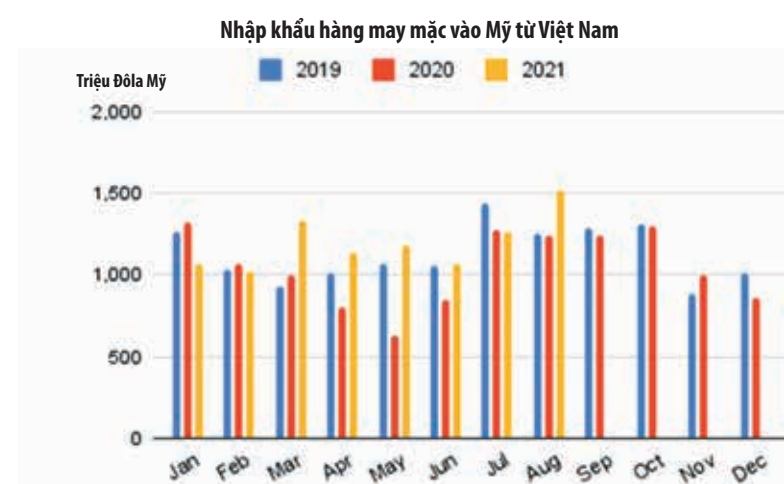
Nguồn: EmergingTextiles

Đồ thị so sánh nhập khẩu dệt may của Mỹ từ Trung Quốc theo tháng trong 3 năm 2019, 2020, 2021



Nguồn: EmergingTextiles

Đồ thị so sánh nhập khẩu dệt may của Mỹ từ Việt Nam theo tháng trong 3 năm 2019, 2020, 2021

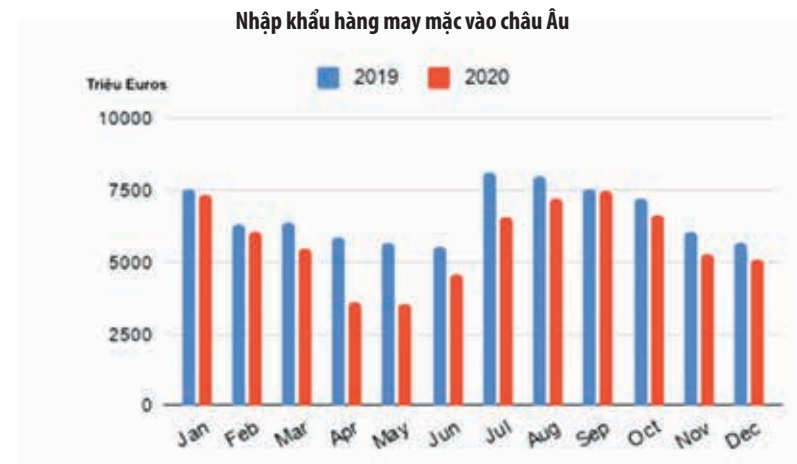


Nguồn: EmergingTextiles

BIẾN ĐỘNG TẠI THỊ TRƯỜNG EU

Năm 2020 nhập khẩu quần áo giảm 15% về khối lượng và 12,5% về giá trị (tính theo USD) và giảm 10% về giá trị (tính theo Euro).

Đồ thị so sánh nhập khẩu quần áo của EU năm 2019 và 2020 theo tháng



Nguồn: EmergingTextiles

Nhập khẩu quần áo của EU đã tăng mạnh trong quý II và nửa đầu năm 2021 so với mức thấp của năm ngoái. Nếu theo số liệu của Trademap, nhập khẩu dệt may của EU nói chung 6 tháng đầu năm đã về bằng mức cùng kỳ của năm 2019 trước dịch.

Tuy nhiên, biến động nhập khẩu hàng may mặc tại từng thị trường cụ thể trong khối EU có sự khác biệt, cụ thể:

- ✓ Các lô hàng đến Đức từ bên ngoài khu vực EU (27 thành viên) chỉ giảm 7%, trong khi nhập khẩu quần áo của Tây Ban Nha giảm 20%.
- ✓ Cuộc khủng hoảng Covid-19 không phải là yếu tố duy nhất làm gián đoạn thương mại mà Brexit cũng góp phần gây ra sự gián đoạn này.
- ✓ Các lô hàng trực tiếp đến Vương quốc Anh đã tăng vọt vào năm 2021 sau khi nước này rời khỏi Liên minh Châu Âu. Kết quả là nhập khẩu của Hà Lan giảm 21% về khối lượng so với mức của họ hai năm trước đó. Ngược lại, nhập khẩu của Ba Lan tăng 29% về khối lượng trong hai năm.

- ✓ Đơn giá trung bình của các chuyển hàng đến Đức đã giảm hơn 10% trong nửa đầu so với mức của họ vào năm 2020. Đơn giá nhập khẩu của Bỉ tăng 10,1% do không có các lô hàng giá rẻ đến Anh.

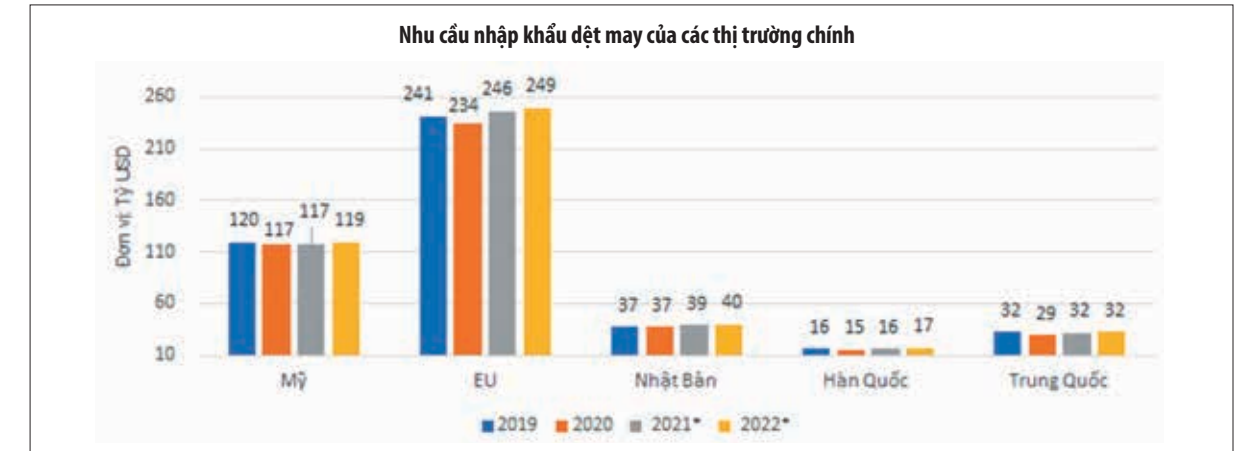
Nhập khẩu dệt may từ các quốc gia ngoài EU tăng 52,3% và 48,1% về khối lượng và trị giá, cụ thể:

- ✓ Nhập khẩu từ Trung Quốc chỉ tăng 24,7% về khối lượng, chỉ tăng 4% tính theo đồng đô la.
- ✓ Sự khác biệt lớn giữa số liệu khối lượng và giá trị chủ yếu là do đơn giá quần áo dệt thoi chương 62 giảm 36%.
- ✓ Ngược lại, xuất khẩu của Bangladesh sang EU tăng 75% cả về khối lượng và trị giá.
- ✓ Thổ Nhĩ Kỳ và Ấn Độ tăng 73% và 81%, về khối lượng.
- ✓ Thị phần của Trung Quốc giảm từ 26,1% xuống 21,3% về khối lượng, giảm đáng kể về khối lượng từ 30,3% xuống 21,3%.

Nhập khẩu quần áo của EU đã tăng mạnh trong quý II và nửa đầu năm 2021 so với mức thấp của năm ngoái. Nếu theo số liệu của Trademap, nhập khẩu dệt may của EU nói chung 6 tháng đầu năm đã về bằng mức cùng kỳ của năm 2019 trước dịch.

- ✓ Bám sát Trung Quốc, Bangladesh đã tăng 20,4% về giá trị từ mức 17,2% trong quý 2 năm 2020. Về khối lượng, Bangladesh tăng từ 26,3% lên 30,1%, trở thành là nhà cung cấp hàng đầu, vượt Trung Quốc (21,3%).
- ✓ Ma-rốc đã đạt được mức tăng đáng kể từ mức thấp (+ 182% về khối lượng), do người mua tìm kiếm nguồn cung cấp đảm bảo hơn từ các nước EuroMed.
- ✓ So với cùng kỳ của 5 năm trước đó, các lô hàng Trung Quốc giảm 9% về khối lượng, trong khi nhập khẩu quần áo từ Bangladesh tăng 18%. Thổ Nhĩ Kỳ tăng 9% và Ấn Độ giảm 15%. Việt Nam, Sri Lanka và Pakistan tăng mạnh. Myanmar chỉ tăng 3,8% về khối lượng trong quý II so với một năm trước đó, dự báo trước mức giảm dự kiến trong năm tới.
- ✓ Cũng vì lý do chính trị và việc mất một phần quyền tiếp cận miễn thuế, Campuchia chỉ tăng 8,9% về lượng trong quý II, nếu so sánh trong 5 năm đã giảm 26% về khối lượng.

DỰ BÁO NHU CẦU DỆT MAY TẠI MỘT SỐ THỊ TRƯỜNG CHÍNH TRONG NĂM 2022



Về cơ bản dự báo nhu cầu nhập khẩu dệt may của 5 thị trường xuất khẩu lớn của Dệt May Việt Nam sẽ trở về ngang bằng mức của năm 2019 trước khi xảy ra Covid-19.

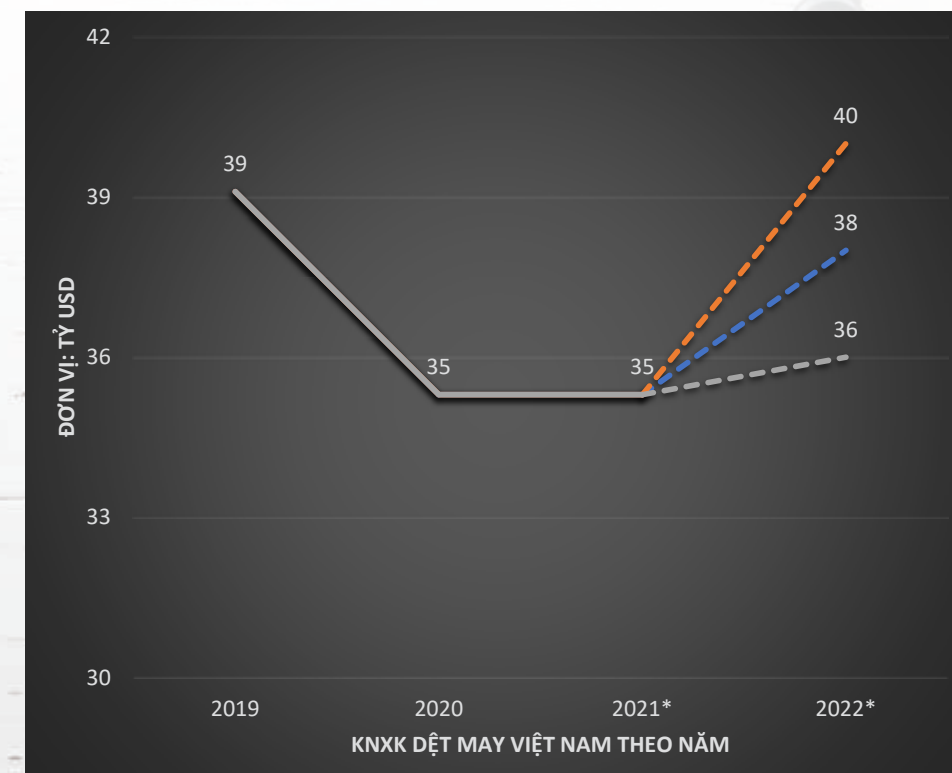
Dệt May Việt Nam sẽ về đích năm 2022 theo kịch bản nào?

Căn cứ theo triển vọng phục hồi kinh tế thế giới cùng các yếu tố tác động như đã phân tích trong Tạp chí số này, chúng tôi đưa ra 3 kịch bản dự báo kim ngạch xuất khẩu của Dệt May Việt Nam năm 2022 như sau:

Kịch bản cao: Sản xuất trở lại từ quý 4/2021 đến quý 1/2022 đã có trên 80% lao động trở lại nhà máy, kim ngạch xuất khẩu đạt 40 tỷ USD, vượt kết quả năm 2019 ở mức 39 tỷ USD.

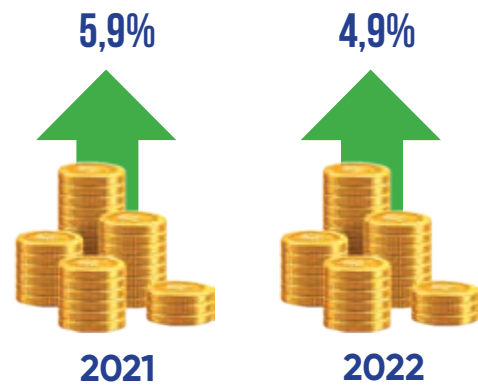
Kịch bản trung bình: Sản xuất trở lại từ quý 4/2021 đến quý 1/2022 đã có trên 70% lao động trở lại và mỗi quý tiếp theo tăng thêm 10% lao động, kim ngạch xuất khẩu đạt 38 tỷ USD.

Kịch bản thấp: Quý I/2022 vẫn chưa ổn định hoàn toàn, chỉ huy động được dưới 60% lao động và mỗi quý tiếp theo tăng thêm 10%, kim ngạch xuất khẩu chỉ đạt 36 tỷ USD.

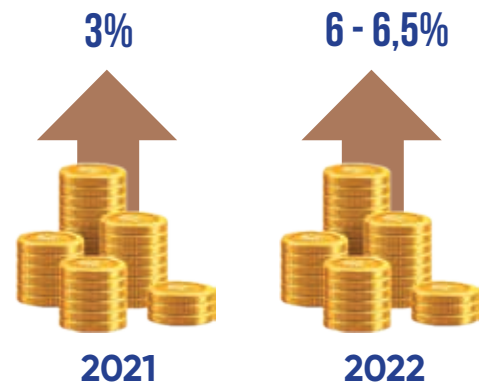


TĂNG TRƯỞNG GDP

GDP TOÀN CẦU



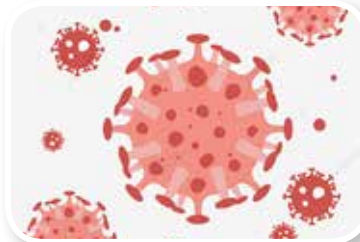
GDP CỦA VIỆT NAM



YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN TĂNG TRƯỞNG TOÀN CẦU



LẠM PHÁT TĂNG CAO

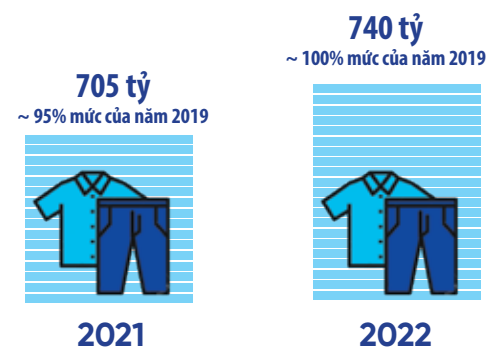


CÁC BIẾN CHỨNG VIRUS



PHÂN BỐ VẮC-XIN KHÔNG ĐỀU

TỔNG CẦU DỆT MAY THẾ GIỚI



THỊ TRƯỜNG XUẤT KHẨU 9 THÁNG ĐẦU NĂM 2021

ĐÃ VỀ MỨC CỦA NĂM 2019 TRƯỚC ĐẠI DỊCH



ĐÃ BẰNG 91% MỨC CỦA NĂM 2019 HƯỚNG ĐẾN HẾT NĂM 2021 BẰNG 95% MỨC CỦA 2019



CHƯA PHỤC HỒI (TƯƠNG ĐƯƠNG MỨC CỦA NĂM 2020 VÀ BẰNG 87% MỨC CỦA NĂM 2019)



XUẤT KHẨU DỆT MAY VIỆT NAM

2021

37,5
TỶ USD

- Kịch bản tích cực nhất, Việt Nam khống chế được dịch bệnh và thực hiện "bình thường mới" từ đầu tháng 10/2021, xuất khẩu dự kiến đạt khoảng 37,5 - 38 tỷ USD.

36
TỶ USD

- Kịch bản thứ hai, nếu tình hình dịch bệnh còn phức tạp, còn có một số địa phương, khu công nghiệp bị phong tỏa, cách ly trong tháng 11/2021, xuất khẩu cả năm dự kiến đạt khoảng 36 - 36,5 tỷ USD.

33,5
TỶ USD

- Kịch bản kém tích cực nhất, tình hình dịch bệnh còn phức tạp đến đầu tháng 12/2021, xuất khẩu của ngành dự kiến chỉ đạt 33,5 - 34 tỷ USD. Những kịch bản dự báo cho thấy, mục tiêu năm 2021 đạt mức thực hiện 39 tỷ USD kim ngạch xuất khẩu như năm 2019 sẽ rất khó khăn.

Theo: Vitas

2022

Kịch bản cao: Sản xuất trở lại từ quý 4/2021 đến quý 1/2022 đã có trên 80% lao động trở lại nhà máy, kim ngạch xuất khẩu đạt 40 tỷ USD, vượt kết quả năm 2019 ở mức 39 tỷ USD.



Kịch bản trung bình: Sản xuất trở lại từ quý 4/2021 đến quý 1/2022 đã có trên 70% lao động trở lại và mỗi quý tiếp theo tăng thêm 10% lao động, kim ngạch xuất khẩu đạt 38 tỷ USD.



Kịch bản thấp: Quý 1/2022 vẫn chưa ổn định hoàn toàn, chỉ huy động được dưới 60% lao động và mỗi quý tiếp theo tăng thêm 10%, kim ngạch xuất khẩu chỉ đạt 36 tỷ USD.



Theo Vinatex

THỊ TRƯỜNG XUẤT KHẨU DỆT MAY VIỆT NAM 9 THÁNG NĂM 2021

Các thị trường xuất khẩu chính của Việt Nam đều có sự tăng trưởng, ngoại trừ xuất khẩu Nhật Bản giảm so cùng kỳ, điều này cũng phù hợp khi nhu cầu dệt may của Nhật Bản chưa tăng trở lại, ngang bằng mức của năm 2020.

12,7%
so cùng kỳ năm 2020



31,3%
so cùng kỳ năm 2020



Kim ngạch xuất khẩu vượt 4,9%
mức cùng kỳ năm 2019 trước đại dịch



Kim ngạch xuất khẩu vượt 6,9%
mức cùng kỳ năm 2019 trước đại dịch



GIỚI THIỆU SÁCH MỚI: HỆ THỐNG THẺ ĐIỂM CÂN BẰNG – BSC

VÀ CÁC CHỈ SỐ QUẢN LÝ CHỦ CHỐT CHO CÁC DOANH NGHIỆP MAY VIỆT NAM

Chủ biên cuốn sách - Ông Lê Tiến Trường, người công tác trong ngành dệt may gần 24 năm, tham gia công tác quản lý doanh nghiệp (DN) 22 năm từ cấp cơ sở, 14 năm quản lý cấp Tập đoàn luôn trăn trở: “Điều đau đầu nhất trong tôi là làm sao thay đổi được hình ảnh doanh nghiệp dệt may chỉ là thâm dụng lao động, thu nhập thấp, giá trị gia tăng thấp đã in sâu vào lãnh đạo các bộ, ngành, địa phương, cũng như ngay cả trong lực lượng lao động”.



Có nơi nào trên thế giới làm được việc này không? Câu trả lời là có. Ngành dệt may vẫn tồn tại ở Ý, Pháp... với nhiều phân khúc rất đặc biệt. Ngay ở Trung Quốc, với quy mô kinh tế lớn thứ 2 thế giới, GDP bình quân đã trên 10.000 USD/năm thì trong kế hoạch 5 năm lần thứ 14 mới ban hành vẫn có chỗ đứng cho chiến lược dệt may. Tại sao họ làm được? Khác chăng là họ có chiến lược định vị thị trường ngách rõ ràng; hoặc có các sản phẩm sáng tạo, tạo ra nhu cầu mới, hoặc dịch chuyển lên khâu cao hơn của một chuỗi cung ứng mặt hàng tiêu dùng có quy mô lớn nhất thế giới. Những chiến lược này đem lại hiệu quả, doanh thu trên một lao động dệt may tăng lên nhiều lần so với làm may mặc gia công thông thường, qua đó mới có điều kiện để thực hiện chế độ lao động

tiên tiến hơn, thoát cảnh thu nhập không hấp dẫn, tạo dựng lực lượng lao động trung thành với ngành.

Muốn vậy, doanh nghiệp dệt may Việt Nam phải có chiến lược rõ ràng, tổ chức triển khai thực hiện chiến lược đó và có công cụ theo dõi hàng ngày. Có nhiều công cụ giúp doanh nghiệp làm được việc này, trong đó có Thẻ điểm cân bằng (Balanced Scorecard – BSC). Rất lưu ý, “cân bằng” ở đây là một “cân bằng động” nó sẽ liên tục cần được đổi mới theo hướng đi lên, tạo lập các “cân bằng mới” ở mức cao hơn, nó không phải là một hệ thống đo lường cố định. Kiên định phương pháp: “ĐO LƯỜNG CHỦ ĐỘNG - TRUNG THỰC KHÁCH QUAN - QUYẾT ĐỊNH KỊP THỜI” là khẩu quyết cho quá trình cải tiến liên tục tại doanh nghiệp.

Nhiều năm qua, hoạt động quản lý của ngành may đã tạo cho chúng ta một thói quen quan tâm nhất đến các chỉ tiêu tài chính; sau đó là quá trình sản xuất, chi phí sản xuất, chất lượng, năng suất... và vấn đề cải tiến liên tục; với đặc điểm tỷ trọng sản xuất may gia công cao, nên các nhà quản lý nỗ lực đo lường, cung cấp dữ liệu và đưa ra giải pháp quản trị chủ yếu tập trung vào việc tạo ra chi phí sản xuất thấp nhất.

Tuy nhiên, có một thực tế là trong suốt 20 năm qua, giá cả gia công hàng dệt may nếu tính theo USD là gần như không thay đổi nếu không nói là còn có xu thế giảm dần. Việc xuất hiện các quốc gia mới tham gia vào chuỗi cung ứng dệt may với chi phí thấp hơn Việt Nam; cùng với đó là công nghệ mới đem lại chi phí sản xuất cạnh tranh hơn không phụ thuộc nhiều vào chi

phí lao động đã làm cho dư địa của việc kiểm soát và tiết giảm giá thành ngày càng trở nên khó khăn hơn. Do đó, tìm ra khu vực có thể thực hiện giảm chi phí là công việc cần đi sâu vào từng chi tiết rất nhỏ, theo dõi cả quá trình tương đối dài, có đủ dữ liệu mới tìm ra được giải pháp. Vậy làm thế nào để giải quyết nút thắt này cho các DN may ở Việt Nam?

Vai trò của triển khai các mục tiêu chiến lược, đo lường giám sát việc thực hiện định kỳ trở thành công việc thường xuyên, liên tục của nhà quản lý. Chính vì vậy, việc có một hệ thống đo lường đảm bảo phản ánh chân thực hoạt động của DN, cung cấp đủ thông tin cho các quyết định của nhà quản lý là điều kiện cần của các hệ thống quản trị trong DN hiện nay. Điều này đã thôi thúc những người làm sách hệ thống hóa những vấn đề cốt lõi liên quan đến Thẻ điểm cân bằng và hướng dẫn phương pháp triển khai tại các DN may của Việt Nam.

Nhóm tác giả gồm các cán bộ quản lý của Tập đoàn Dệt May Việt Nam, cán bộ nghiên cứu thuộc Viện Dệt May và cán bộ giảng dạy của trường Đại học Công nghiệp Dệt May Hà Nội đã biên soạn cuốn sách “Hệ thống thẻ điểm cân bằng (BSC) và các chỉ số quản lý chủ chốt cho các DN May Việt Nam”. Quan điểm chung là đi từ khâu tiếp cận trực tiếp với khách hàng và có quy mô lớn nhất để hình thành nhanh nhất tư duy quản trị hiện đại, phát triển bền vững trong DN.

Cuốn sách ra đời trong thời điểm cuộc CMCN 4.0 đang diễn ra nên các tác giả đã sử dụng nhiều tư liệu của đề tài nghiên cứu cấp Nhà nước về đánh giá tác động của CMCN lần thứ 4 đối với ngành dệt may Việt Nam, ngoài ra còn kết hợp các cuộc phỏng vấn trực tiếp các nhà quản lý DN may trong Tập đoàn Dệt May Việt Nam, nghiên cứu thực tế hệ thống quản lý tại các Tổng Công ty lớn như: May 10, Hoà Thọ, Việt Tiến, Phong Phú, Huế và nhiều DN FDI, DN tư nhân khác.

Cùng với đó, phần mềm BSC-KPIs phiên bản 1.0 đã được phát triển nhằm cung cấp cho người đọc công cụ, biểu mẫu hỗ trợ trong việc

triển khai BSC, xây dựng KPIs tại cơ sở. Phần mềm cung cấp báo cáo dạng dashboard, qua đó các nhà quản lý DN sẽ biết được mức độ đạt được mục tiêu của từng trụ cột qua đồng hồ công suất, từng KPIs dưới dạng điểm phần trăm (%) và cảnh báo bằng màu sắc nhận diện theo quy chuẩn quốc tế. Mặt khác, phần mềm còn hỗ trợ nhiều tính năng phân tích chi tiết khác theo nhu cầu của người dùng.

Với việc cung cấp chủ yếu các nội dung gợi ý để áp dụng, không đặt nặng vấn đề lý thuyết của BSC, cuốn sách được trình bày với mục tiêu giúp các nhà quản trị DN may một khung triển khai tại cơ sở; đồng thời, trang bị tư duy liên tục đổi mới, cập nhật hệ thống chỉ tiêu trong BSC. Các tác giả kỳ vọng cuốn sách sẽ là một sổ tay hữu ích cho nhà quản lý ngành may trong quá trình cải tiến liên tục DN của mình.

Với 280 trang, sách bao gồm 4 chương, tập trung vào các nội dung chính sau:

- **Chương 1:** Giới thiệu những vấn đề tổng quan về thẻ điểm cân bằng, bản đồ chiến lược và hệ thống chỉ số đo lường hoạt động trong DN.
- **Chương 2:** Trình bày quy trình 7 bước triển khai BSC và các biểu mẫu kèm theo từng bước.
- **Chương 3:** Đi sâu vào phân tích quy trình sản xuất và đặc điểm quản trị ngành may ảnh hưởng đến việc lựa chọn chỉ tiêu đo lường; đồng thời, đưa ra danh sách các chỉ tiêu đo lường chính thường được các DN may sử dụng theo từng trụ cột BSC và từng khâu trong quá trình sản xuất của DN.
- **Chương 4:** Hướng dẫn việc triển khai xây dựng hệ thống BSC tại DN may, từ điều kiện thực hiện cho đến quy trình triển khai từng bước, kèm theo ví dụ cụ thể và hình ảnh minh họa. Bên cạnh đó, khuyến nghị trước một số vấn đề sẽ có thể gặp phải khi triển khai áp dụng tại DN.

Chúng tôi trân trọng giới thiệu đến quý vị độc giả, các nhà quản lý doanh nghiệp, các nhà nghiên cứu và sinh viên chuyên ngành cuốn sách chuyên sâu về lĩnh vực quản lý trong DN dệt may “Hệ thống thẻ điểm cân bằng (BSC) và các chỉ số quản lý chủ chốt cho các DN May Việt Nam”. Sách do Nhà xuất bản Bách Khoa phát hành.

Liên hệ đặt mua sách với Tạp chí Dệt May và Thời trang Việt Nam:
Mr. Quang Nam, 0978 811 092; Email: namcq@vinatex.com.vn

Dưới đây là một số hình ảnh của phần mềm:



BẢN TIN VINATEX

tháng 10 /2021



HỘI NGHỊ TỔNG KẾT 10 NĂM THỰC HIỆN NGHỊ QUYẾT 09-NQ/TW CỦA BỘ CHÍNH TRỊ

Ngày 11/10, tại Hà Nội, Đảng ủy Tập đoàn Dệt May Việt Nam (Vinatex) đã tổ chức Hội nghị trực tuyến Tổng kết 10 năm thực hiện “Nghị quyết 09-NQ/TW ngày 9/12/2011 của Bộ Chính trị về xây dựng và phát huy vai trò của đội ngũ doanh nhân Việt Nam trong thời kỳ đẩy mạnh công nghiệp hóa, hiện đại hóa và hội nhập quốc tế” và Tọa đàm “Góc nhìn của doanh nhân trong doanh nghiệp có vốn Nhà nước nhân Ngày Doanh nhân Việt Nam”. 150 đại biểu đã tham dự Hội nghị tại 8 điểm cầu trên toàn quốc.

Sau 10 năm thực hiện Nghị quyết 09, Đảng bộ Vinatex đạt được nhiều kết quả tích cực. Nghị quyết 09 đã thực sự đi vào cuộc sống và trở thành “kim chỉ nam” cho các doanh nghiệp, doanh nhân triển khai các định hướng phát

triển kinh tế, doanh nghiệp... Việc thực hiện đã mang lại những kết quả rất rõ rệt, tạo niềm tin cho cộng đồng doanh nghiệp, doanh nhân. Nghị quyết đã đi vào thực tiễn trong hoạt động của Tập đoàn Dệt May Việt Nam thông qua việc xây dựng chương trình, kế hoạch và triển khai thực hiện các nội dung hoạt động; chú trọng công tác tuyên truyền, phổ biến, hướng dẫn nội dung Nghị quyết đến các cấp ủy, đội ngũ cán bộ lãnh đạo các đơn vị.

Trong thời gian tới, Đảng bộ Tập đoàn Dệt May Việt Nam tiếp tục nâng cao nhận thức về vai trò của đội ngũ doanh nhân trong sự nghiệp CNH-HĐH và hội nhập quốc tế. Kiên trì thực hiện mục tiêu: “Xây dựng đội ngũ doanh nhân, cán bộ lãnh đạo, quản lý doanh nghiệp trong Tập đoàn có bản lĩnh chính trị vững vàng, phẩm chất đạo đức tốt; có năng lực nổi bật, là hạt nhân lãnh đạo góp phần thực hiện công nghiệp hóa, hiện đại hóa và hội nhập quốc tế trong thời kỳ mới, đưa hoạt động SXKD của

Tập đoàn Dệt May Việt Nam nói riêng và nền kinh tế Việt Nam ngày một hội nhập và phát triển bền vững. Phát huy vai trò doanh nghiệp nòng cốt của ngành Dệt May Việt Nam”.

Tiếp nối Hội nghị Tổng kết Nghị quyết 09, Tọa đàm “Góc nhìn của doanh nhân trong doanh nghiệp có vốn Nhà nước nhân Ngày Doanh nhân Việt Nam” đã mang đến những góc nhìn thực tiễn của các thể hệ doanh nhân Vinatex. Những chia sẻ của cán bộ quản lý tại Tọa đàm góp phần khơi dậy tinh thần doanh nhân cho các thế hệ nối tiếp; đánh giá những “đổi mới, phát triển” của đội ngũ hiện nay so với thế hệ trước; tiếp nối việc đào tạo phát triển thế hệ doanh nhân trẻ... Buổi Tọa đàm không chỉ ghi nhận nguyện vọng của doanh nhân mà quan trọng hơn là tiếp lửa nhiệt tình cho toàn bộ hệ thống bước vào giai đoạn phục hồi sau đại dịch nhanh nhất, hiệu quả nhất, tận dụng thời cơ sớm vượt lên trong cạnh tranh



Ngày 14/10, tại Hà Nội, Tập đoàn Dệt May Việt Nam (Vinatex) tổ chức buổi đào tạo nội bộ trực tuyến “Hướng dẫn đánh giá “giá trị công việc” theo phương pháp Hay value” do ông Lê Tiến Trường – Chủ tịch HĐQT Vinatex giảng dạy.

Buổi đào tạo có sự tham gia của lãnh đạo Tập đoàn, Trưởng/Phó và chuyên viên chính các Ban chức năng cùng hơn 50 cán bộ quản lý cấp cao và gần 300 học viên tại 20 điểm cầu trên toàn quốc.

HƯỚNG DẪN ĐÁNH GIÁ “GIÁ TRỊ CÔNG VIỆC” THEO PHƯƠNG PHÁP HAY VALUE

Theo Chủ tịch HĐQT Vinatex, từ trước tới nay việc đánh giá và xếp loại lương của Vinatex dựa theo thâm niên công tác, chưa có sự đo lường, định giá mỗi vị trí công việc tương ứng. Cách làm này làm hạn chế việc thiết kế thang bảng lương và chính sách đãi ngộ, cũng như sự cân bằng tương đối trong hệ thống. “Trước đây chúng ta đã có bản mô tả công việc, nhưng việc trình bày cách viết bản mô tả công việc như nào để chấm được điểm, gồm những thành phần gì, tại sao lại có những thành phần đó... sẽ chính là nội dung của buổi đào tạo” – Ông Lê Tiến Trường nhấn mạnh.

Với phương pháp đánh giá giá trị công việc theo phương pháp Hay Value, hệ thống sẽ xếp hạng, so sánh vị trí giữa các công việc dựa trên 4 thành phần gồm: Know-how (kiến thức, hiểu biết); Problem solving (khả năng giải quyết vấn đề); Accountability (trách nhiệm); Working condition (điều kiện làm việc), cùng với đó là những bảng hướng dẫn mô tả, chấm điểm 4 thành phần.

Sau khi có con số chính xác, tổng giá trị giá trị cuối cùng sẽ là con số đưa ra nhằm so sánh giữa các vị trí công việc giống nhau, từ đó xây dựng bảng lương tương ứng với năng lực của mỗi cá nhân



Ngày 21/10, đoàn cán bộ của Tập đoàn Dệt May Việt Nam (Vinatex) do đồng chí Lê Tiến Trường – Chủ tịch HĐQT cùng đồng chí Cao Hữu Hiếu - Tổng Giám đốc, các Phó Tổng giám đốc gồm đồng chí Phạm Nguyên Hạnh, đồng chí Phạm Văn Tân và đại diện lãnh đạo các Ban của Tập đoàn đã làm việc trực tiếp tại Nhà máy Xử lý hoàn tất Vải Hưng Yên thuộc Công ty TNHH MTV Đông Xuân và Tổng công ty May Hưng Yên để kiểm tra, đánh giá tình hình tổ chức sản xuất 9 tháng năm 2021 và kết quả SXKD năm 2021.

Thăm dây chuyền sản xuất của Nhà máy xử lý hoàn tất Vải Hưng Yên, Chủ tịch HĐQT Lê Tiến Trường đánh giá cao tiến độ khẩn trương hoàn thành các đơn hàng năm 2021 của Nhà máy.

Giám đốc Nhà máy Nguyễn Thọ Tuấn đã báo cáo nhanh hoạt động SXKD 3

ĐẨY NHANH TIẾN ĐỘ SẢN XUẤT KINH DOANH NĂM 2021

tháng Quý 3 năm 2021 của Nhà máy với sản lượng đạt được là hơn 500 tấn vải thành phẩm phục vụ khách hàng chiến lược. Để tăng công suất thực hiện đơn hàng trong chuỗi cung ứng, Nhà máy đã cải tiến qui trình sản xuất bằng tái sử dụng nước nóng để không phải nâng nhiệt khi giặt nóng (tiết kiệm điện, hơi nước); nâng hiệu suất khai thác máy từ 65% lên 90%; điều chỉnh công đoạn nấu tẩy đạt độ hút nước mà không cần sử dụng hóa chất hút nước; bổ sung hệ thống khử sắt sơ bộ để cải thiện chất lượng nước đầu vào, giảm khả năng khắc ánh màu do sắt tồn trong nước; nâng trọng lượng cuộn vải thành phẩm từ 17kg lên 24 kg để tiết giảm chi phí nguyên phụ liệu, nâng cao năng suất, tiêu hao...

chi phí SXKD tăng... Tuy nhiên, với sự nỗ lực của tập thể CBNV-NLĐ, Tcty đã đạt doanh thu sản xuất CM gần 15 triệu USD, bằng 110% so với cùng kỳ năm 2020. Trên cơ sở chỉ tiêu tài chính đã thực hiện 9 tháng năm 2021, Tcty dự kiến cả năm 2021 đạt doanh thu sản xuất 20,5 triệu USD, lợi nhuận trước thuế đạt 75 tỷ đồng...

Ghi nhận và đánh giá cao nỗ lực vượt khó trước tác động của dịch Covid-19 cũng như những biến động của thị trường của Tcty May Hưng Yên, Chủ tịch HĐQT Lê Tiến Trường mong muốn đơn vị tiếp tục duy trì và đẩy mạnh hoạt động SXKD trong năm 2022 và những năm tiếp theo.

Chủ tịch Lê Tiến Trường cho biết: Chủ trương hình thành Trung tâm Dệt kim ở Hưng Yên muốn làm đến cuối cùng sản phẩm dệt kim phải dựa vào lực lượng May Hưng Yên. Theo đó, bước 1 May Hưng Yên có thể tham gia với hệ thống khoảng 10% công suất sản xuất quần áo toàn hệ thống, bên cạnh duy trì hiệu quả các hoạt động SXKD của đơn vị



HỘI THẢO TRỰC TUYẾN DỰ BÁO TÌNH HÌNH DỆT MAY NĂM 2022

thế giới tiếp tục phục hồi nhu cầu về mức ngang năm 2019 trước đại dịch Covid -19, đặc biệt ở các nước phát triển. Giá nguyên liệu đầu vào như bông, xơ, sợi, vải tiếp tục xu thế tăng. Logistic tiếp tục còn trở ngại và giá cao so với năm tới.

Nửa đầu năm 2022 vẫn tiếp tục phải tập trung chống dịch chờ phủ vắc xin đủ miễn dịch cộng đồng, tuy nhiên sẽ không có giãn cách diện rộng như quý 3/2021 vừa qua. Nửa cuối năm sẽ hoạt động trong điều kiện bình thường mới

Ngành sợi năm 2022 sẽ khó có khả năng giữ được biên lợi nhuận như 2021, đồng thời có rủi ro song hành là

giá bông đang lên nhưng có thể sụt giảm bất ngờ.

Ngành may, nếu đạt được mức phục hồi lao động 90% như trước giãn cách tại các đơn vị phía Nam thì có khả năng đạt được doanh thu Tập đoàn trong lĩnh vực May quay lại ngang 2019.

Để việc giao kế hoạch năm 2022 sát với thực tế của của từng doanh nghiệp, ông Lê Tiến Trường đề nghị các ban chức năng Tập đoàn làm việc với các doanh nghiệp, lấy ý kiến về việc xây dựng phương án giao kế hoạch theo khu vực để thống nhất trước khi thực hiện

BẢN TIN CÔNG ĐOÀN

HIỆP HỘI – CÔNG ĐOÀN DỆT MAY VIỆT NAM KÝ THỎA ƯỚC LAO ĐỘNG TẬP THỂ NGÀNH DỆT MAY VIỆT NAM LẦN THỨ V



Ngày 14/10/2021, Công đoàn Dệt May Việt Nam và Hiệp hội Dệt May Việt Nam đã ký kết Thỏa ước Lao động tập thể ngành Dệt May Việt Nam lần thứ V. Ảnh: CĐN

Ngày 14/10/2021, Công đoàn Dệt May Việt Nam và Hiệp hội Dệt May Việt Nam đã ký kết Thỏa ước Lao động tập thể ngành Dệt May Việt Nam (TULĐTT) lần thứ V. Tham dự có ông Vũ Đức Giang – Chủ tịch Hiệp hội Dệt May Việt Nam, ông Lê Nho Thượng – Chủ tịch Công

đoàn Dệt May Việt Nam cùng đại diện lãnh đạo Hiệp hội, Ủy viên ban thường vụ Công đoàn ngành, các cán bộ, chuyên viên ban chức năng của hai bên.

Sau 03 phiên thương lượng (bằng hình thức trực tiếp và trực tuyến),

buổi ký TULĐTT hai bên đã thống nhất một số nội dung như: mức lương tối thiểu đảm bảo bằng mức lương tối thiểu từng vùng nhân hệ số 1,14; Mức ăn giữa ca tăng 2000 đồng/vùng; 1 số quy định cụ thể ở mức tối thiểu cho các chế độ dành cho người lao động như: chi phí kết hôn, phúng viếng NLĐ, hỗ trợ NLĐ và gia đình NLĐ gặp khó khăn...; Thời giờ làm việc, thời gian nghỉ ngơi: khuyến khích DN dành ít nhất 08 giờ để NLĐ được tham gia học tập, bồi dưỡng kiến thức pháp luật. Bên cạnh đó, ngoài thời gian nghỉ giữa giờ, DN bố trí thời gian nghỉ ngắn tập trung từ 5-10 phút để NLĐ giải lao tại chỗ... Đồng thời khuyến khích các DN “lắp đặt phòng vắt trữ sữa tại nơi làm việc phục vụ nhu cầu vắt trữ sữa của lao động nữ đang nuôi con nhỏ”...

Dệt May là ngành đầu tiên và duy nhất đến thời điểm hiện tại có TULĐTT cấp ngành. Trải qua 5 lần ký kết, Thỏa ước đã có nhiều điều khoản thương lượng mới, cập nhật phù hợp với sự phát triển và điều kiện thực tế của ngành, doanh nghiệp, cũng như đảm bảo quyền lợi và lợi ích hơn nữa cho người lao động

NHIỀU HOẠT ĐỘNG CHĂM LO CHO LAO ĐỘNG NỮ NHÂN DỊP 20/10

Do dịch bệnh còn nhiều diễn biến phức tạp, nên Ngày Phụ nữ Việt Nam 20/10 Công đoàn Dệt May Việt Nam và các cấp cơ sở vẫn có những hoạt động ý nghĩa dành cho CBNV và NLĐ. Cụ thể, với cấp ngành, CĐDMVN đã có công văn hướng dẫn các CĐCS tổ chức các hoạt động kỉ niệm sao cho phù hợp, đảm bảo công tác phòng chống dịch. Đặc biệt năm nay phải chú trọng đến công tác thăm hỏi, chia sẻ với đối tượng là LĐ nữ có hoàn cảnh khó khăn do dịch bệnh.

Trong dịp này, Công đoàn Dệt May đã xét và tôn vinh 10 lao động nữ tiêu biểu đạt giải thưởng Nguyễn Thị Sen lần thứ III năm 2021. Ngoài ra, ngành còn vinh dự có 02 tập thể và cá nhân khối trường học được Tổng LĐLĐ Việt Nam tặng bằng khen chuyên đề “Giỏi việc nước, đảm việc nhà” năm học 2020-2021; 04 cán bộ phụ trách nữ công tại CĐCS được Trung ương Hội Phụ nữ Việt Nam trao tặng kỷ niệm chương “Vì sự phát triển của Phụ nữ Việt Nam”.



Công đoàn Dệt May cũng đã khen thưởng 297 con CNVCLĐ đạt thành tích xuất sắc trong học tập, trao 68 suất học bổng “Đồng hành cùng em đến trường” đợt 2 năm học 2020-2021 với số tiền trên 180 triệu đồng. Phối hợp với Tập đoàn Dệt May Việt Nam xây dựng kế hoạch tặng 500 máy tính

bảng cho con NLĐ không có thiết bị phục vụ cho học tập trực tuyến.

Bên cạnh đó, với các công đoàn cấp cơ sở nhiều hoạt động cũng ý nghĩa và thiết thực cũng đã được tổ chức như: thi nấu ăn, tặng hoa cho NLĐ, tổ chức cuộc thi ảnh online, gửi quà cho NLĐ có hoàn cảnh khó khăn... □

TÔN VINH DOANH NGHIỆP TIÊU BIỂU VÌ NLĐ NĂM 2021 KHU VỰC PHÍA BẮC

Ngày 11/10/2021, Đảng bộ Tập đoàn Dệt May Việt Nam (Vinatex) đã tổ chức Hội nghị trực tuyến Tổng kết 10 năm thực hiện “Nghị quyết 09-NQ/TW ngày 9/12/2011 của Bộ Chính trị.

Tại Hội nghị, đ/c Phạm Thị Thanh Tâm – Ủy viên BTV Đảng ủy, Phó Chủ tịch Công đoàn Dệt May Việt Nam đã công bố Quyết định trao giải Doanh nghiệp vì người lao động lần thứ III – năm 2021 cho 14 DN. Đây đều là các đơn vị có những hoạt động chăm lo thiết thực cho NLĐ, lấy người lao động làm trọng tâm gắn với hoạt động SXKD. Trong bối cảnh dịch Covid-19 còn nhiều khó khăn, DN vẫn nỗ lực, đảm bảo đời sống cho NLĐ, cũng như chế độ phúc lợi giúp



5/14 đơn vị thuộc khu vực phía Bắc đã được trao danh hiệu trong dịp này là: Tổng Công ty Đức Giang, Tổng Công ty May 10, Tổng Công ty May Hưng Yên, Tổng Công ty May Đáp Cầu và Công ty Tiên Hưng

NLĐ yên tâm sản xuất và ổn định đời sống. 5/14 đơn vị thuộc khu vực phía Bắc đã được trao danh hiệu trong dịp này là: Tổng Công ty Đức Giang, Tổng

Công ty May 10, Tổng Công ty May Hưng Yên, Tổng Công ty May Đáp Cầu và Công ty Tiên Hưng

CHƯƠNG TRÌNH TRUYỀN THANH CÔNG ĐOÀN DỆT MAY VIỆT NAM SỐ 20-2021



Trong tháng 10/2021, Công đoàn Dệt May Việt Nam đã thực hiện 2 số truyền thanh với các chủ đề: “Khởi động tháng 10” và “Tự hào phái yếu ngành Dệt May”.

Nghe tại website: www.congdoandetmay.vn hoặc <https://www.facebook.com/congdoandetmayvietnam>

KẾT HỢP VĂN HÓA TRUYỀN THỐNG VỚI THỜI TRANG:

GIỮ HỒN CỐT, LƯU TINH HOA trên từng sản phẩm

Bài: **NAM CAO**

Việc ứng dụng văn hóa truyền thống vào thời trang không phải là câu chuyện mới. Nhưng để thành công, tinh tế và truyền tải được những thông điệp mới, rất cần sự đầu tư kỹ lưỡng, chuẩn mực từ ý tưởng đến thiết kế sản phẩm...

ĐƯA VĂN HÓA VÀO SẢN PHẨM: CẦN TRỌNG!

Mới đây, nhãn hàng Biti's đã ra mắt BST mới "Blooming Central", được giới thiệu là "lấy cảm hứng tự hào từ miền Trung", với thiết kế có thể sáng tạo 3 trong 1. Tuy nhiên, vừa ra mắt không lâu, nhãn hàng này đã bị 1 facebooker nổi tiếng về nghiên cứu văn hóa "tố" rằng sản phẩm giày mới sử dụng vải Trung Quốc có chất lượng thấp. Theo Biti's giới thiệu về sản phẩm mới, được lấy cảm hứng từ miền Trung, dù không nói rõ là ở vùng đất chính xác nào, nhưng chắc hẳn mọi người sẽ nghĩ ngay tới Huế - cô đô của Việt Nam với nền văn hóa rực rỡ của triều đại nhà Nguyễn, triều đại phong kiến cuối cùng của lịch sử.

Theo La Quốc Bảo - du học sinh có niềm đam mê và dày công nghiên cứu về triều đại nhà Nguyễn, thông điệp truyền thông của Biti's đang gây ra hiểu lầm về văn hóa, đồng thời các hoạt tiết trên sản phẩm không phải là cảm hứng văn hóa đến từ Việt Nam. "Giữa nhiều đánh giá về thiết kế khiên cưỡng, gồng gánh quá nhiều yếu tố không mấy hoà hợp thì Biti's lại phạm

thêm một sai lầm nghiêm trọng nữa. Đó là tuyên truyền "Cảm hứng miền Trung" và "Được đầu tư sáng tạo, tìm tòi đa dạng vật liệu và tốn nhiều công sức sản xuất" thì lại sử dụng loại gấm rẻ tiền có sẵn của Trung Quốc, mà ở đây là gấm sợi nylon "hải thuỷ giang nhai - 海水江崖" Hàng Châu rất rất phổ biến trong việc làm đồ lưu niệm giá thấp và bán nhiều nhất trên Taobao.

Loại gấm này vốn là thiết kế "mì ăn liền", dệt máy jacquard với chất lượng trung bình và độ bền thấp. Giá thành cao nhất khoảng 90k/m hoặc mua sỉ là 30-50k/m nhưng độ nhận diện rất cao, chỉ cần nhìn vào đã biết ngay hàng Trung Quốc" - La Quốc Bảo phân tích.

La Quốc Bảo không phải là cái tên xa lạ, sở hữu tài khoản facebook với 22 nghìn lượt theo dõi. Quốc Bảo là một trong những người trẻ đầu tiên đưa các hoạt tiết cung đình triều Nguyễn lên các sản phẩm giày cao cấp, đồng thời anh còn sưu tầm và phục dựng rất nhiều cổ phục Việt. Đam mê văn hóa, từng là Đại sứ văn hóa của Việt Nam, được Cục Hợp tác Quốc tế (Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch) mời hợp tác, La Quốc Bảo cho rằng việc làm



của Biti's đang "đánh cắp văn hóa" khi sử dụng các hoạt tiết của triều Thanh để quảng bá cho văn hóa Việt Nam. Hình dáng mây, thủy ba cột thủy (hoa văn sóng nước) lẫn cách phối màu hoàn toàn không có nét nào liên quan đến mỹ thuật cung đình Việt Nam, mà nếu xét về miền Trung, chính là nhà Nguyễn. Việc thiết kế lòng hộp giày là con Long Mã nhà Nguyễn cũng đã ngụ ý Biti's cho rằng hoa văn trên gấm này là "bản sắc Việt Nam"? Nếu vậy, tôi cho rằng Biti's đã phạm "cultural appropriation" hay "đánh cắp văn hoá". Dẫu có là thiết kế mới gần đây đi nữa, vẫn là sáng tạo của người Trung Quốc, được lấy cảm hứng từ bào phục triều Thanh nước họ.

Không chỉ có La Quốc Bảo, nhóm Mạng lưới tiên phong - nhóm hoạt động nhằm khuếch trương tiếng nói người dân tộc thiểu số Việt Nam cũng lên tiếng cho rằng, họa tiết thổ cẩm trên sản phẩm được quảng bá là thổ cẩm Tây Nguyên, nhưng trên sản phẩm lại là thổ cẩm dệt họa tiết chân chó của người Chăm.

Ngay sau đó, Biti's đã có những phản hồi, chính thức thừa nhận sử dụng vải

họa tiết Trung Quốc cho sản phẩm mới, đồng thời những nghiên cứu của hãng chưa thật sự chín chu và sẽ khắc phục khi quảng bá hình ảnh. Để sửa sai, Biti's cho biết thay đổi miếng gấm trên đôi giày bằng gấm dệt họa tiết Việt, thêm thông tin chi tiết về họa tiết thổ cẩm Chăm trong việc truyền thông, quảng bá sản phẩm.

Trước Biti's, Khải Silk cũng là một trong những tên tuổi đình đám bị tố gian lận khi sử dụng lụa Trung Quốc cho các sản phẩm cao cấp. Từng là một tên tuổi lẫy lừng, là sản phẩm được rất nhiều người lựa chọn biếu tặng, đại diện cho hình ảnh nền văn hóa dệt lụa của Việt Nam, khi sự việc xảy ra cái tên Khải Silk liền "biến mất" trên thị trường trước làn sóng tẩy chay và giận dữ từ người tiêu dùng.

LÀM THẾ NÀO ĐỂ TRUYỀN TẢI VĂN HÓA TRONG THỜI TRANG?

Nhìn vào vụ việc của Biti's, chúng ta hãy cùng ngược dòng lại về năm 2014, nhãn hàng Converse cũng đã từng thành công trong việc đưa hình ảnh văn hóa vào trong sản phẩm. Theo đó, Converse đã ra mắt BST "Nishijin Ori" dành riêng cho thị



■ Cổ phục triều Nguyễn: áo Nhật Bình (Ảnh ST)



Thiết kế áo dài ngũ thân của Ý Văn Hiên

trường Nhật Bản, sử dụng loại gấm tơ tằm “đặc hữu” được dệt duy nhất tại Nishijin, Kamigyō-ku, Kyoto. Đây là loại gấm nổi tiếng với phương thức xen chỉ vàng trong sợi gấm, nhằm tạo ra thứ vải thượng phẩm khó nơi nào bì kịp. Vì rất đắt đỏ và có độ cứng cáp, Nishijin Ori thường được dùng may Obi (đai) trên các bộ Kimono thượng hạng. Hai mẫu giày đầu tiên ra mắt với hình ảnh hoa anh đào xen lẫn biểu tượng cát tường theo lối pháp lam, ngụ ý chúc bình an và điểm lành trùng điệp. Với giá tiền khoản 9500 Yên, xấp xỉ 2 triệu đồng tiền Việt, BST đã tạo ra cơn sốt và cháy hàng tại mọi cửa hàng của Converse trên lãnh thổ xứ sở hoa anh đào.

Nổi tiếng với lòng tự tôn dân tộc, Nhật Bản là quốc gia có đối tượng tiêu dùng khó tính bậc nhất nhưng lại có khả năng chi tiêu cao, do đó Converse đã chứng minh cho thấy, chỉ cần đầu tư và nghiên cứu thật kỹ, sản phẩm sẽ được đón nhận.

Khác với Converse, cũng đã có rất nhiều nhà Mốt nổi tiếng trên thế giới lồng ghép yếu tố văn hóa vào trong các sản phẩm của mình. Ví dụ như Dolce & Gabbana, nhà Mốt lừng danh của Ý cũng là một trong những hãng thời trang đưa họa tiết, kiến trúc Ý vào trong các sản phẩm, nhằm tôn vinh



Cái tên “áo tắc” xuất phát từ phần viền áo rộng đúng 1 tắc (4 cm)

một nền văn hóa rực rỡ có tuổi đời hàng nghìn năm ở đất nước vùng Địa Trung Hải.

Tại Việt Nam, câu chuyện đưa hoạt tiết thổ cẩm hay phục dựng lại cổ phục những năm gần đây trở thành xu hướng, trở thành trào lưu của giới trẻ. Chắc hẳn Biti’s cũng không nằm ngoài xu hướng đó. Từng đưa thành công hình ảnh, văn hóa Hà Nội vào trong sản phẩm, Biti’s phải hiểu rất rõ khách hàng của mình là ai. Tuy nhiên, sự việc trên cho thấy sự “cẩu thả” trong việc xây dựng hình ảnh từ chất liệu văn hóa sẽ có thể gây ra phản ứng ngược, nhất là khi hình ảnh văn hóa cần phải được tôn trọng vì đó là hình ảnh của một quốc gia, một dân tộc.

Ý Văn Hiên, một trong những đơn vị đầu tiên đưa cổ phục triều Nguyễn bán ra thị trường với hình thức thương mại cho biết, họ phải mất rất nhiều thời gian, dày công tìm các tư liệu, tư tích đã mất hoặc lưu lạc để phục dựng lại cổ phục. Từ áo tắc, áo nhật bình, gối tựa... tất cả đều phải làm thật chín chu trước khi công bố. Phượng Khấu, bộ phim cung đình đậm chất thuần Việt là một trong những bộ phim Ý Văn Hiên bắt tay với ekip để đưa hình ảnh cổ phục



Ảnh minh họa

Việt lên phim ảnh. Nhận được rất nhiều phản hồi tích cực, cổ phục Việt dần trở lại chỗ đứng vốn dĩ nên có, khi những người hiểu về văn hóa, về trang phục triều Nguyễn ngày càng nhiều. Hình ảnh những bạn trẻ mặc áo dài ngũ thân, áo tắc chụp ảnh kỷ yếu, ảnh cưới không còn quá xa lạ như trước. Đó chính là minh chứng cho thấy, người trẻ họ đang cần và “khát” các sản phẩm có yếu tố văn hóa như thế nào.

Tuy nhiên, CEO của Ý Văn Hiên cũng cho rằng, việc đưa các yếu tố vào thời trang sẽ như con dao 2 lưỡi, nếu làm không tốt sẽ gây ra những tác động ngược, ảnh hưởng không nhỏ tới thương hiệu. Sử dụng văn hóa trong thời trang sẽ có 2 mặt. Một mặt có những giá trị và ý nghĩa lớn, không chỉ dừng lại ở các sản phẩm thương mại, mà các sản phẩm này còn mang hàm lượng giá trị và ý nghĩa văn hóa vô cùng cao, tác động



Ảnh minh họa

không nhỏ tới thị trường. Nhưng mặt khác, nếu như chưa hiểu kỹ mà sử dụng, sẽ gây ra sự hiểu sai cho một bộ phận về văn hóa và lịch sử. Do đó, để truyền tải được thông

điệp văn hóa, cần phải hiểu rõ về văn hóa để cách thể hiện được tinh tế cũng như mang đến những giá trị gần gũi hơn với mọi người □

Ông Nguyễn Đức Lộc – TGD Công ty CP Ý Văn Hiên cho rằng, các sản phẩm thời trang hiện nay không chỉ bao gồm trang phục, mà còn gồm cả phụ kiện như giày dép, túi xách, mũ nón... và mỗi đơn vị lại có những cách sáng tạo để đưa các yếu tố văn hóa vào các sản phẩm khác nhau. Theo quan điểm của tôi, bất cứ nhà sáng tạo thời trang nào cũng cần có thời gian đầu tư, tìm tòi thật kỹ về văn hóa, những tư liệu, nguyên liệu, nguồn cảm hứng về văn hóa truyền thống. Với sự sáng tạo về yếu tố văn hóa truyền thống, sẽ khó hơn rất nhiều so với làm thiết kế thời trang thông thường. Để đưa văn hóa truyền thống vào thời trang, đòi hỏi phong kiến thức về văn hóa xã hội tương đối tốt. Ngoài ra, phải giữ nguyên được hồn cốt của văn hóa truyền thống nhưng vẫn đạt được tính ứng dụng, hiện đại trong sản phẩm. Ví dụ như các chất liệu, họa tiết hoa văn đó phải hiểu rõ nó đang phản ánh thời kỳ lịch sử nào, những họa tiết, hoa văn đó có thông điệp ra sao và có phù hợp với sản phẩm hay không.

Thung năng

Truyện ngắn của: KIỀU BÍCH HẬU

Móng ngựa gỗ lộp cộp trên con đường đất pha sỏi sần chắc chạy giữa cánh đồng lúa xanh ngút ngát.

Thạch Tổ vén bức rèm nhưng đỏ mặt vì riềm tua nhiều vàng bước ra khỏi cỗ xe ngựa, theo sau là thằng Đệ, mỏng mảnh, trắng trẻo ra dáng quý tử, Tổ vỗ mạnh vào má con, rồi khoát tay về thăm xanh ngọc bích lúa đang thì con gái:

Tao cho mày cả cánh lúa này. Từ hôm nay mày ra khỏi nhà tao. Tự làm tự ăn. Tao bốn mày sáu, cuối vụ trả tao đầy đủ.

Cỗ xe ngựa phủ rèm nhưng đỏ riềm vàng lộp cộp trở lại làng, bỏ lại Đệ giữa cánh đồng. Đệ vừa phấn khích, vừa hoang mang phóng mắt nhìn như muốn ôm trọn khoảng xanh bao la mà kể từ phút này nó sẽ cai trị.

Dòng Ngô Đồng chảy im lặng giữa

hai dãy núi cao. Nó cõng trên lưng một con thuyền Rồng đỏ chót, với vẩy và vuốt móng vàng choé. Thạch Tổ khinh khinh không thèm nhìn gã trai vạm vỡ đứng lui phía sau mình nửa bước chân, Tổ hạ giọng:

Từ đây, đất ven chân núi dọc sông là của mày. Làm được bao nhiêu 50/50. Mắt trắng thì thôi, nhưng chớ cậy tao giúp.

Huynh ngược mắt nhìn hai vạt lúa như hai dải lụa xanh mềm chấp chới ven sông, không nói gì. Hai dải đất ngoằn ngoèo mà Huynh vừa được cha ban cho, nằm lặng dưới mặt nước khoảng ba mươi phân.

Cô Đỏ chỉ nhếch mép khi nghe đức lang quân thông báo việc ông chia tài sản cho hai quý tử. Nhưng Thạch Tổ có thể thấy nụ cười ẩn sau gương mặt đẹp lạnh lùng của cô. Ông làm theo ý chí của ông, bắt cần vợ cảm thấy ông cao thượng hay ngược lại.

Ông vừa ghét, lại ngấm ngấm thích Huynh, dù nó chẳng may là máu thịt của ông. Cái thằng kiêu lờ, bướng bình nhưng nhân cách của nó là điều luôn làm Thạch Tổ ngạc nhiên và phải kìm mình ngăn chặn tình cảm có nguy cơ lớn dần giữa ông với “đứa con” bất đắc dĩ này.

Thạch Tổ đi từ hang Cả trên núi xuống làng. Chẳng ai xác minh được nguồn gốc của Tổ, còn Tổ thì tuyên bố rằng mình dòng dõi vương quyền. Tổ thoát đây đó làm ăn như ma, về làng tậu đất, tậu ruộng, giàu có kỳ dị. Rồi một ngày Tổ đem về làng một cô gái bụng chứa kénh càng, tuyên bố là vợ. Cô này là cô Đỏ, mà Thạch Tổ mất nhiều công sức mới cướp được từ tay một kếp chèo có giọng ngọt thiu như mật.

Đệ làm việc quần quật tối ngày trên cánh đồng màu mỡ, da Đệ hóa

ngăm đen, chân tay có cơ bắp. Đệ muốn mình giàu nhất, và Đệ canh chừng cả Thạch Tổ lẫn Huynh. Thạch Tổ có một điều bí mật khiến ông làm ăn khác người và luôn thu bội tiền. Với số tài sản của Tổ, thì ba đời con cháu sau ông chỉ ngồi chơi, ăn không chưa hết, nhưng Tổ vẫn đẩy hai thằng con ra khỏi cửa, để chúng tự vẫy vùng. Tổ cho rằng, nếu Tổ chỉ chu cấp cho chúng một cuộc sống no đủ mà không phải làm gì, không phải cố gắng, thì nghĩa là Tổ tiêu diệt khả năng của chúng.

Sau vụ mùa cực nhọc, Đệ vất tay lên trán và phát hiện ra rằng, sau khi chia phần cho cha, trừ đi chi phí thì Đệ có tích góp cả đời, cánh đồng mỡ màng kia cũng chẳng làm Đệ giàu bằng cha.

Hồi trẻ, cha hay đi khỏi làng. Cha đã làm gì? - Đệ hỏi.

Làm tiền! - Thạch Tổ thủng thẳng đáp, mắt không nhìn con trai mà

ngắm chén rượu hạt mít trắng muốt nằm lợt thỏm trong lòng bàn tay to bè của Tổ.

Bằng cách nào, cha?

Mỗi thời một khác, mày không thể học cách của tao. Mày đi ra cánh đồng từ ngôi nhà gỗ to nhất làng này. Còn tao từ hang Cả đi ra, trong tay không có cái gì, ngoại trừ những điều tao học được từ đá, nước, mồ hôi của đá.

Con biết cha khôn hơn thiên hạ. Mà con lại là con trai thực sự của cha.

Thạch Tổ nâng chén chạm nhẹ môi, dòng cay nhỏ trong vất như pha lê, tinh túy của ngọc thực trôi vào thân thể ông, vừa trôi vừa ngấm, đến đáy dạ dày thì cũng xoắn biến hết.

Mày không cần nhắc nhở. Có điều này tao nói được con ạ. Tao luôn dùng *cái của người khác* làm lợi cho mình. Bây giờ, mày luôn thấy thiếu

thời gian để làm giàu hơn người, bởi mỗi ngày của mày chỉ có hai mươi tư tiếng. Còn mỗi ngày của tao, nếu tao muốn, tao có thể có cả ngàn tiếng. Mày có hiểu bằng cách nào không?

Thạch Tổ nhếch mép cười rồi vụt đứng dậy, vung chân đá đít thẳng con. Đệ hiểu là nó phải xéo khỏi ngôi nhà gỗ to nhất làng ngay lúc ấy.

Thạch Tổ lưng thưng bước sang gian bên, ở đó cô Đỏ đang mài mè chải tóc. Mái tóc mềm như dòng nước đen chảy xuống đùi cô. Cô Đỏ quyen rũ nhất ở làn da và mái tóc. Làn da trắng, trong suốt như men sứ Tàu thật khó kiếm. Cô giữ nhan sắc kỹ lưỡng, để con xong giao ngay cho vú nuôi, cả đời không động tay vào việc gì. Nghe đồn, da tay cô Đỏ mềm mát như lụa, trắng như ngó sen. Thạch Tổ giữ cô như giữ báu vật. Tối nay họ sẽ sang phủ bên xem hát chèo. Cô Đỏ mè xem chèo. Cả đời cô chỉ mè chèo và mè chính nhan sắc của mình.

* * *

Đệ đi tìm Huynh, thấy Huynh ngồi thối sáo điệu Xà ly trên vách đá chênh vênh. Bố tổ ông này vụ rồi trắng tay mà sao vẫn yêu đời thế. Tiếng sáo trong trẻo, uốn éo, dịu dàng và mê say như một con rắn nước cái đùa với làn nước. Đệ bực bội đá bộp vào củ bình vôi mốc thếch phía sau Huynh.

Không có lúa, anh định gặm của nợ này qua ngày chắc?

Đúng lúc hai dải lúa bên sông Ngô Đồng của Huynh căng nhưc dòng đồng thì trời mưa sút sùi nửa tháng, nước thượng nguồn đổ về, dòng Ngô Đồng đầy hự, nhấn chìm lúa má, Huynh không thể nghiêng sông dốc nước ra biển được, đành chịu mất trắng ngay vụ đầu tiên! Muốn làm con trai Thạch Tổ đâu có dễ. Nhưng Huynh chưa cần quay lại ngôi nhà gỗ của cha mẹ.

Chưa bắt được đất ở đây ả ra cái nuôi người thì trên núi này vẫn còn khối thứ để ăn bám. - Huynh neho mắt nhìn Đệ, nói.

Em biết anh không phải là kẻ như thế! - Đệ nhăn trán. - Nhưng lúc này, khi anh chưa tìm ra kế trị nước, thì anh về cai quản cánh đồng cho em lúc em đi vắng.

Việc này chưa cần ngữ anh. - Huynh gõ nhẹ cây sáo trong lòng bàn tay, nói giọng cương quyết. - Mà tìm đứa nào kha khá trong làng, thuê nó về cai quản là được.

Đứa nào thì cũng chẳng bằng người nhà!

Nghĩ hẹp thế thì mà làm sao vượt mặt ông Tổ được! Mà về đi! Đừng mất thì giờ thuyết phục anh mà làm gì.

Đệ bực tức quay đi. Tại sao Huynh luôn đọc được những suy tính của nó, còn nó thì chưa bao giờ điều khiển được ông anh lạ lùng này. Nó ham muốn đến chết đi được, rằng khi Huynh thực sự thất bại, Huynh sẽ rằm rập nghe theo mệnh lệnh của nó. Từ thuở bé, nó đã ghen với

về ngang tàng, vô lo, bất tuân phục và đáng về vạm vỡ, tuần tú hơn người của anh trai.

Sương lam như chiếc khăn mơ hồ mềm mại vắt ngang lưng núi, ru ngàn mắt lá khép lại. Trời tối dần. Huynh cẩn thận cắt cây sáo trong ống tay áo, quay trở vào hang núi. Anh vấp phải năm bao thóc giống căng phồng mà Đệ bỏ lại ngay miệng hang. Anh sững người một lúc, rồi lẩm bẩm:

Đồ của nợ!

* * *

Cô Đỏ giật mình ngoảnh người lại. Mái tóc mềm sóng sánh chảy nghiêng về một bên. Thạch Tổ lừng lững áp sát phía sau cô.

Ông làm gì mà ẩn hiện như ma thế, làm em lạnh sống lưng!

Lấy cho ta vài cái áo cũ của thằng Huynh. Nhanh lên! Đêm nay đi thăm nó, tiện thể ta mang luôn cho nó.

Cô Đỏ phân vân đưa bọc áo của Huynh cho chồng. Nhưng cô cần rằng im lặng. Cô biết tính Thạch Tổ, làm gì cũng theo ý mình, không bao giờ giải thích. Ánh mắt cô như một dải gió nhỏ, lặng lẽ hút theo bóng Thạch Tổ ra khỏi nhà.

Đêm rằm trăng sáng như gương. Vây là vừa tròn năm mươi năm Thạch Tổ xuống núi. Ông đi nhanh như ma. Thoắt cái đã ở trước cửa hang Cả. Ông cẩn thận đưa mắt nhìn quanh, chỉ có gió lẩn quẩn dưới ánh trăng lạnh lẽo nơi núi đá. Nhanh như cắt, ông biến vào lòng hang. Nhũ đá trầm hình chấp chờn ẩn hiện. Ông dừng chân trước một mảng đá lớn nép bên vách hang. Mảng đá có vảy như vảy rắn, mùi ẩm ướt lạnh lẽo. Ông đặt bọc đựng áo cũ của Huynh xuống trước mảng đá, nhắm mắt lại, rừng mình. Khấp người ông chảy rừng rừng mồ hôi lạnh của đá.

Thạch Tổ ra cửa hang, trút một hơi thở dài. Tổ nhanh chóng thoát khỏi khu vực núi. Tổ đi về phía ngôi nhà của thằng con máu mủ ở giữa đồng bờ xôi ruộng mật. Thạch Tổ giật

mình! Đệ không có nhà! Khác hẳn khi nãy, người Tổ nóng bừng như lò than, Tổ đi đi lại lại sốt ruột.

Tiếng kẹt cửa! Tổ quay phắt lại.

Đệ! Mà đi đâu về?

Cha! Con tưởng cha không bao giờ đặt chân tới đây chứ? - Đệ quá sững sờ.

Mày không bao giờ biết được tao sẽ làm những gì. Trả lời câu hỏi của tao đi chứ!

Con... con vừa tới thăm Huynh!

Bốp! Tổ vung tay tát thật lực.

Cha? Có chuyện gì thế?

Sao mà dám trái lệnh tao. Từ ngày chúng mày tự lập, tao cấm hai anh em giao du với nhau kia mà. Và nếu mày muốn sống, tao cấm mày đặt chân đến núi đó. Chỗ của mày là vùng đồng bằng này!

Cha biết đấy! Vụ rồi nước lên, Huynh mất trắng!

Không phải phận sự của mày. Anh em kiến giả nhất phận. Tao cấm, nhớ chưa?

Đệ bậm môi, không nói. Cái tát của cha nóng như lửa giắt giắt bên má trái. Bổng Thạch Tổ giang tay ôm chặt đứa con máu mủ vào lòng. Tim Đệ như ngừng đập vì bất ngờ, sợ hãi và cảm động. Lần đầu tiên trong đời cha ôm Đệ!

Ông đẩy Đệ ra rồi thoát ra khỏi cửa. Đệ không kịp nhìn thấy mặt cha.

* * *

Huynh ngồi trước cửa ngôi nhà tranh dựng tạm tựa lưng vào núi, mặt hướng về dòng Ngô Đồng đang lặng lẽ chảy dưới trăng. Trăng dát bạc nhóng nhánh trên những gợn sóng nhỏ phủ khắp mặt sông, quyến rũ và vô hại. Vây mà mùa nước lên, thì không thể lường hết sức tàn phá của dòng nước. Nước sầm sập dâng cao, lũ cuốn cuộn chảy, cuốn theo mọi nỗ lực, mơ ước của người. Huynh nhăn trán nghĩ cách cứu vụ lúa sau.

Gần ba tháng sau, một đêm trời nhưng nhức hơi nước lạnh lẽo, trăng lúc mờ, lúc tỏ bất an, Đệ đột ngột vào núi thăm Huynh.

Trên thượng nguồn mưa bảy ngày nay rồi, dòng Ngô Đồng chịu nổi không? Anh chuẩn bị chưa?

Rồi, anh đã mở hai lối thoát nước. Mà mà tới đây làm gì? Cha biết thì không tha đâu!

Kệ cha! Tại sao ông già tính khí quái quỷ vậy. Chẳng lẽ ông ấy bảo gì anh em ta cũng nhất nhất nghe theo? Mà giờ chúng ta tự lập rồi. Ta muốn làm gì là quyền của ta chứ!

Thế mà muốn làm gì?

Tới đây em nhất quyết đi xa một chuyến.

Mày dọa đi mấy lần rồi!

Em chưa đi, vì anh không trông nom ruộng đất cho em, mà em thì kén người tin được. Giờ thì em tìm được rồi.

Ừ thì đi, chân cứng đá mềm!

Em đến tạm biệt anh! Hy vọng sẽ mở mắt ra!

Ừ, về đi. Trời lạnh đấy, lấy cái áo của anh mà mặc.

Huynh khoác lên người Đệ chiếc áo ấm của mình. Đệ cài áo bước ra khỏi cửa, hơi lạnh của núi làm Đệ sớn da gà. Ngược lên đỉnh núi, trăng trong vắt một khoảng như mời gọi. Đệ đổi ý không men theo chân núi về nhà mà đi ngược lên đỉnh núi, để làm gì, Đệ không biết. Đệ chỉ đột nhiên muốn lang thang tý chút, trước một cuộc đời chuyển đầu tiên.

Mùi mít chín mơn man chóp mũi rồi đột ngột lan toả mạnh bao bọc toàn thân Đệ. Đệ ngập ngừng dừng chân bên lối đá tảng gập ghềnh lưng núi. Tại sao trên núi lại có mùi này, cứ như có bàn tay đang móc những mùi mít dai chín thơm lừng ngọt sắc. Trăng bỗng sáng trong vắt như gương và Đệ giật mình khi thấy bóng dáng



một thiếu nữ nhón gót về phía mình. Nụ cười mê hồn thoảng trên môi ngọc. Đệ xoay hẳn người khi cô gái lướt qua, mùi mít chín càng đậm như có mùi mít vàng mọng lướt ngay đầu lưỡi, Đệ nuốt miếng nước lớn kêu đánh ực nơi họng. Không dừng được, Đệ ta rón rén bước theo bóng hồng, nín thở. Mái tóc vấn để đuôi gà lắt lẻo nơi cần cổ trắng muốt, cái yếm lụa vàng thắt nút hồ ngang tấm lưng mảnh mai lay động nhẹ trong gió như kích thích.

Đệ theo cô gái lạ vào đến cửa hang. Cô gái đi tới đâu thì ánh sáng vàng toả ra tới đó. Đệ chỉ mãi hút theo cái đuôi gà lắt lẻo và dây yếm vàng như sắp tuột ra trên tấm lưng trắng ngà.

Đệ không để ý mình đã theo cô gái đến giữa hang, không khí lạnh như ở âm ty đối nghịch với mùi mít chín đã trở nên nồng đậm quá mức. Đệ giơ tay về phía dải thắt yếm. Cô gái nhẹ nhàng quay lại, mắt lóng lánh như hồ nước. Đệ không kịp nghĩ, vồ lấy tấm thân ngọc và hăm hờ gần môi mình lên làn môi hồng đào hé mở. Lần đầu tiên Đệ biết làn môi đàn bà. Nhưng khi cái lưỡi nhỏ lành lạnh của cô gái vừa chạm đầu lưỡi Đệ, thì một cơn đau rút khùng khiếp xoáy từ ngực Đệ, trái tim Đệ bị hút lên qua miệng. Toàn thân Đệ lạnh toát! Đệ đổ ập xuống. Sương lạnh mù mịt lan toả kín hang Cả. Mảng đá nơi vách hang rừng rừng nứt vỡ, một con rắn

I THỜI TRANG & CUỘC SỐNG

trắng khổng lồ trườn ra, nó khoan tròn quanh xác Đệ, rít lên những tiếng rừng rợn, đầu nó rúc mãi vào tấm áo của Huynh mà Đệ khoác trên mình.

* * *

Dòng Ngô Đồng dâng dần dần lên. Huynh lo lắng nhìn dải lúa xanh dập dềnh trong nước trắng đe dọa. Anh đã mở hai lối thoát nước nhưng vẫn chưa yên tâm. Anh chèo thuyền mãi dọc sông Ngô Đồng tìm thêm lối thoát nước. Thuyền càng đi xa, cỏ lác, lau sậy hai bên càng rậm rì, thu nhỏ lòng sông. Trên cao, đàn cò trắng bay vội vã trên nền trời ung ủng như dự cảm điều chẳng lành.

Đến đoạn dòng Ngô Đồng tẽ làm đôi, nửa vòng vèo lượn giữa hai dãy núi cao, nửa rúc vào một hang núi lớn. Huynh ngập ngừng chống chèo cho thuyền dừng lại một lát, rồi anh quyết định chèo thuyền vào miệng hang. Nước lạnh dần, tiếng nước vỗ vào vách đá ì oạp, vắng tiếng mái chèo khua nước dội lại từ nóc hang vội vọi. Những bóng nắng nhấp nháy hắt lên vách hang cứ đuổi dần, thuyền Huynh chìm trong bóng tối sâu thẳm của hang. Huynh vừa khua chèo tìm lối, vừa khoát tay đẩy những con dơi ma quái bay loạn xạ đập tới tấp vào người anh. Loay hoay hồi lâu tới mức Huynh tưởng mình đang trôi xuống địa ngục, anh chẳng còn biết hướng nào mà đẩy thuyền tới nữa. Huynh nhắm mắt, tính trí lại rồi khua chèo dẫn tới bằng linh cảm. Bỗng có làn gió nhẹ mơn man trên mặt Huynh. Anh mở bừng mắt thì thấy ánh sáng le lói trước mặt. Huynh mừng rỡ đẩy nhanh mái chèo hướng tới nơi ánh sáng. Mắt anh bỗng chói lòà vì miệng hang hiện ra. Nắng đổ xuống cửa hang như một tấm rèm tươi dẹt bằng hàng triệu cánh lan vũ nữ mỏng, vàng rực. Huynh thoát ra cửa hang, rơi vào không gian rộng lớn của một thung lũng đầy nắng. Thung Nắng là đây! Núi sừng sững bao quanh như che giấu một viên ngọc quý giá. Mặt thung tròn như trăng mười sáu, nước mát lạnh, trong veo mà nhìn tuyệt nhiên không thấy đáy. Nắng đổ đầy mặt thung và không gian với



sắc vàng lộng lẫy. Huynh nheo mắt, quả là không nơi nào trên thế gian có nắng vàng tươi tuyệt đẹp như ở Thung Nắng này. Anh ngồi lặng trong lòng thuyền giữa thung, như say trong thứ nắng tươi trẻ tinh khiết thánh thiện. Quên cả mối lo ngập nước, Huynh rút cây sáo từ ống tay áo, điệu Xà ly vút lên khiến mặt nước Thung Nắng bỗng nhún nhảy, hắt trở lại trời xanh những tia vàng lấp lánh!

Mùi hoa lan tinh tế và hiếm hoi như có, như không thoảng qua Huynh. Huynh dừng phất tiếng sáo, mắt nhắm lại để linh hồn đuổi theo mùi hoa lan ấy. Anh muốn tận hưởng một chút thứ hương như chỉ có trong câu chuyện của những người yêu hoa. Thuyền anh bỗng chao nhẹ. Đầu mũi thuyền một cô gái ngồi vắt vẻo, đôi mắt lóng lánh trong veo như mặt nước Thung Nắng, nụ cười trắng rằm, đuôi tóc lất lêu trên bờ vai thon trắng ngần, và chiếc yếm lụa màu nắng rực rỡ như thôi miên,

có cảm giác như nắng vàng toả ra từ chiếc yếm lụa ấy.

Trong đầu Huynh vang lên câu hỏi:

“Em là ai?”

“Em là Nắng!”. Cô gái hít một hơi dài. Hương vị đặc biệt từ phía Huynh. Cô rùng mình: Mùi từ tấm áo của chàng trai đêm nao trong hang Cả. Mùi hương đàn ông mạnh mẽ, khẳng khái quện với mùi mồ hôi phẳng phất nồng nồng. Cô bị cuốn hút mạnh, chao đảo. Tại sao? Ta đã nuốt chửng trái tim của một người đàn ông có mùi này, để trở nên bất tử. Vậy mà sao ở người đàn ông này, vẫn mùi hương đặc biệt ấy toả ra, mê hoặc không cưỡng nổi? Cô những muốn ghé lại, chạm môi mình vào vành môi đang mím chặt rần rói kia. Nhưng có điều gì rất lạ toát lên từ gương mặt khẳng khái ấy khiến cô dừng lại. Trái tim bất tử run lên từng chập! Nắng chao đảo trong Thung.

“Em sao thế?!”

“Anh cảm thấy ư?”

“Phải, anh cảm thấy từng sợi nắng đang run rẩy!”

Huynh buông cây sáo, dang tay ra và mở mắt. Cô gái biến mất. Trước mắt anh là tảng đá xanh xám lừng lững. Huynh cho thuyền dạt vào mép nước, trèo lên chân núi quanh Thung Nắng tìm kiếm. Nắng vàng ngưng đọng trong thung, mùi hoa lan biến mất. Huynh bồn chồn bước lên thuyền, quay ngược trở lại dòng Ngô Đồng. Nước sông lững lững dâng lên. Ngôi nhà dưới chân núi của anh đã dầm chân trong nước. Phải tìm cách nào đó cứu lúa. Huynh bỏ thuyền leo lên núi, phóng tầm mắt ra xung quanh, nắng đã tắt và trời đổ mưa. Mưa làm mọi giác quan như chùng cả xuống!

Mùi hoa lan lại thoảng qua. Huynh chớp mắt. Nắng đã đứng cạnh anh, dưới mưa, nhưng có điều lạ là người cô như không hề bị ướt.

“Anh đang muốn hạ nước sông Ngô Đồng?”

“Em đọc được ý nghĩ của anh sao?”

“Đôi khi thôi.” - Nắng thoáng cười - “Em biết có một cách rút nước sông đi. Chỉ còn duy nhất cách ấy là cứu được lúa!”

“Em nói đi.”

“Thung Nắng. Đó là giếng trời.”

“Anh chưa hiểu.”

“Em cũng có một điều cần hiểu rõ. Anh đi theo em.”

Nắng đi trước. Huynh theo sau. Họ đi vào hang Cả. Huynh ngất ngây ngắm lọn đuôi gà nhỏ lắt lêu, dây yếm buộc dịu dàng trên tấm lưng ngà. Một ham muốn dâng trào khiến anh đưa tay với nút thắt. Nhưng Huynh kịp dừng lại trước ước muốn nâng niu hơn là tàn phá. Nắng vàng thanh tao toả ra từ mảnh yếm lụa. Muôn ngàn nhũ đá trong hang được thấp sáng bừng, lung linh kỳ ảo như cung điện chốn thần tiên. Nắng chột dưng, Huynh bước lên đứng ngang

với cô. Anh thấy trước mặt là những tảng đá trắng vỡ nát, mảnh đá ánh lên lấp lánh như kim cương trong nắng. Nắng trở tay vào một cái bọc.

“Anh có biết cái này không?” - Cô hít một hơi dài.

Huynh cúi xuống, mở cái bọc ra.

“Áo của anh! Tại sao nó ở đây?”

“Rồi anh sẽ biết thôi. Nhưng nói mau cho em biết, cha anh là ai?”

“Cha đẻ của anh, hay cha nuôi?”

“Cha đẻ!”

“Ông ấy là một kếp chèo. Nhưng anh chưa từng gặp!”

“Còn cha nuôi của anh là Thạch Tổ, giàu nhất làng, phải không?”

“Sao em biết? Em đã gặp ông ấy?”

“Phải. Hàng ngàn năm rồi. Em và ông ấy có một giao ước. Nào ngờ... Thật tội nghiệp mẹ anh!”

“Vì sao?”

“Bà ấy hàm ơn cha nuôi anh bao nhiêu năm nay vì cư xử tốt với con riêng của bà! Nhưng ẩn sau cái vỏ của lòng tốt là mục đích khác của ông ta.”

Cầm miệng! - Tiếng Thạch Tổ gằn lên từ phía sau.

Cả Huynh và Nắng quay phắt lại!

Huynh choáng váng khi thấy Thạch Tổ ôm xác Đệ đứng lừng lững giữa hang. Mặt ông xám như đá.

“Phải, tôi đã nuốt trái tim của anh ta, nhưng không đúng ý đồ trong lòng ông phải không?”

Huynh chẳng miệng nhìn Nắng.

“Em không cần giải thích với anh nữa. Vì người cha này biết tất cả. Ông ta là linh thạch trong hang này. Em đã giúp ông ta sống kiếp người với điều kiện ông ta sẽ tự nguyện dâng trái tim của một người, là kết phối của tinh thạch và nhân huyết. Đó là

THỜI TRANG & CUỘC SỐNG I

trái tim giúp em bất tử!”

Người không thể bất tử! Trả lại trái tim cho con trai ta! - Thạch Tổ gầm lên, lao vào Nắng.

Huynh đỡ vội cái xác lạnh ngắt của Đệ mà Thạch Tổ vừa buông ra. Lòng anh như có trăm ngàn dao đang băm vằm. Đệ, Thạch Tổ, Nắng, anh phải làm gì đây?

Nhưng Nắng đã chạy ra cửa hang. Thạch Tổ lao theo thì va phải cô Đổ. Cô Đổ túm ngực áo chống, cười không thành tiếng. Thạch Tổ sựng lại trong hang, đau đớn, ông đã biết, làm người là phải đau khổ tột cùng. Nhưng ông đã nguyện làm kiếp người bằng bất cứ giá nào. Ông đã chán ngán sự vô cảm lạnh lẽo, buồn và cô đơn kiếp đá ngàn năm trong hang. Ông tan nát sụp xuống chân cô Đổ.

Nắng vọt khỏi hang Cả, lao vút lên đỉnh núi. Trái tim bất tử trong lồng ngực rên xiết, vừa chớm rung động yêu thương thì liền đó nổi đau vô bờ vô xé! Nắng nhìn xuống, dòng Ngô Đồng uốn éo như một con rắn khổng lồ đang phình lên kỳ quái. Nắng bỗng thấy lòng nhẹ tênh. Từ trên đỉnh núi, cô lao xuống Thung Nắng. Khi trái tim bất tử vừa chạm mặt nước trong Thung, thì một vùng sương mù mưa trong Thung tan biến. Trái tim vỡ tan như pha lê va vào đá, bắn lên bầu trời muôn ngàn tia nắng vàng rực rỡ. Nắng nổi mặt nước với trời, như một cái giếng ngược, cuốn nước lên trời cao bằng những dòng nắng óng như một loại pha lê vàng kỳ lạ. Một cơn mưa ngược từ mặt nước Thung Nắng trở lại bầu trời. Nước từ dòng Ngô Đồng cuốn cuộn chảy vào Thung, dòng Ngô Đồng căng phình, trương nhúc dần dần dịu lại, bé nhỏ hiền hoà trở lại.

Huynh dựng một miếu đá trong Thung Nắng để tưởng nhớ trái tim bất tử. Anh thường ngồi bất động trên thuyền, mặt hướng về miếu đá, mắt nhắm lại. Ngoài kia, gió đưa hương lúa chín từ ven dòng Ngô Đồng bay vào ngập tràn Thung Nắng!

Dệt May Đài Loan

Đổi mới bền vững vì một thế giới tốt đẹp hơn

Đừng chỉ “Think Taiwan for Textiles (Nghĩ đến hàng Dệt may của Đài Loan)”, mà hãy đến tận nơi nhé! Đài Loan đang dẫn đầu thế giới về đổi mới trong lĩnh vực dệt may thân thiện với trái đất, bền vững và liên tục cải tiến chất lượng. Với nhiều công ty lớn tích hợp dọc dẫn đầu trong lĩnh vực khai thác sử dụng polyme, khẳng định vị trí dẫn đầu của Đài Loan. Các Thương hiệu hàng đầu thế giới, khi tìm kiếm sự đổi mới và chất lượng đỉnh cao, thì trước hết đều sẽ nghĩ đến Đài Loan, bao gồm The North Face chuyên trang phục khoác ngoài, Under Armour chuyên về trang phục thể thao, Jack Wolfskin ở châu Âu chuyên về trang phục ngoài trời, cũng như các nhà sản xuất trang phục yoga tốt nhất, phát triển nhanh nhất thế giới như Lululemon.

Thể thao và đổi mới

Đài Loan dẫn đầu với các cơ sở dệt kim tròn và sợi dọc tốt nhất, là nhà cung cấp vải thể thao hàng đầu. Những chiếc áo dệt kim thoải mái làm từ vải của Đài Loan có thể được tìm thấy ở mọi phòng tập yoga tại Mỹ và Châu Âu, là sản phẩm của PraNa, Athleta và các nhà sản xuất khác. Sự nỗ lực cải tiến không ngừng, đã xây dựng nên mối quan hệ tốt đẹp duy trì nhiều năm với khách hàng. Nếu bạn đang kinh doanh mảng trang phục thoải mái, quần áo yoga, hoặc đồ thể thao chất lượng cao, thì bạn nhất định không thể bỏ qua những nhà cung cấp vải dệt kim của Đài Loan.

Vải kỹ thuật

Vải phòng sạch và hàng dệt may y tế có yêu cầu về độ dày của vải. Trong một số trường hợp, những sản phẩm này nhằm giúp con người tránh được bụi mịn và tĩnh điện từ các thiết bị phức tạp như chip máy tính và điện thoại di động. Trong khi tại các phòng phẫu thuật và khu y tế có nguy cơ cao, thì những loại vải tương tự được thiết kế để ngăn chặn virus và tác nhân gây bệnh đường máu tiếp xúc với làn da con người. Những sản phẩm phức tạp và không thể thiếu này, luôn có sẵn tại Đài Loan, và được sản xuất theo tiêu chuẩn nghiêm ngặt, chính xác.



An toàn với môi trường và người lao động

Hàng dệt may công nghiệp và đồ đồng phục là một phần quan trọng được kết hợp từ vải địa kỹ thuật dệt, chống cháy, y tế, vải dệt siêu bền truyền thống và vải dệt kim lưới mịn, được thiết kế sử dụng công nghệ thoáng khí, làm mát và thấm hút tốt, nhằm mang lại sự thoải mái cho người dùng.

Đổi mới trong lĩnh vực giày thể thao

Việc phát triển sản phẩm dệt may dùng cho giày thể thao, cũng đóng một vai trò quan trọng. Các sản phẩm thân và đế có độ bền cao, băng keo, dây giày, ruy băng, da tổng hợp, vật liệu móc và vòng, đều sẵn sàng cung cấp cho các dòng sản phẩm giày tốt nhất. Các nhà sản xuất giày thể thao hàng đầu thế giới còn văn phòng tại Đài Loan, nhằm nâng cao chất lượng và đổi mới sản phẩm.

Liên đoàn Dệt may Đài Loan (TTF) là mảnh ghép quan trọng cuối cùng mang lại cơ hội sáng tạo đầy ấn tượng này cho ngành dệt may. TTF có mặt ở hầu hết các triển lãm thương mại trên toàn thế giới, đặc biệt là TITAS tổ chức hằng năm tại Đài Loan. TTF với khả năng tiếp cận toàn bộ ngành dệt may, luôn nỗ lực giúp bạn tìm ra các sản phẩm mà bạn đang tìm kiếm. Hãy để TTF hỗ trợ bạn đưa ra những quyết định tốt hơn. Bạn đang nghĩ đến điều gì? Bạn cần gì? Hãy cho họ biết, “hãy đến Đài Loan tìm hàng dệt may”.



AD by BOFT



Orange Needles

HỘI NHẬP VỚI CÔNG NGHỆ HIỆN ĐẠI

TRÊN CƠ SỞ TÍCH LŨY CÔNG NGHỆ DÀI HẠN CỦA CHÚNG TÔI, CHÚNG TÔI ĐÃ VÀ ĐANG TIẾP TỤC NGHIÊN CỨU VÀ PHÁT TRIỂN ĐỂ TẠO RA NHỮNG SẢN PHẨM KIM CHẤT LƯỢNG CAO.



Cherpratre II



GARMENT 10 CORPORATION - JSC

Sai Dong - Long Bien - Ha Noi - Viet Nam

Tel: (844) 3827 6923 / Fax: (844) 3827 6925

Web: www.garco10.com.vn