

TẬP ĐOÀN DỆT MAY VIỆT NAM

Dệt may &
THỜI TRANG
Việt Nam

VTGF

Số 397. THÁNG 12/2021 + 01/2022



Chào Xuân Nhâm Dần
2022



Giá: 50.000 VNĐ





CÔNG TY CỔ PHẦN SỢI PHÚ BÀI

📍 KCN Phú Bài, P. Phú Bài, TX. Hương Thủy, tỉnh Thừa Thiên Huế, Việt Nam
 ☎️ +84-234- 3863240/ 3863355/ 3863367 📠 +84-234- 3863363
 ✉️ sales@phubaispinning.com 🌐 www.phubaispinning.com



Mừng Xuân Mới - Thắng Lợi Mới

Công ty Cổ phần Sợi Phú Bài là đơn vị thành viên của Tập đoàn Dệt May Việt Nam, được thành lập và chính thức đi vào hoạt động SXKD từ ngày 01 tháng 03 năm 2003. Công ty chuyên sản xuất Sợi các loại cung cấp cho thị trường nội địa, xuất khẩu và kinh doanh nguyên vật liệu, thiết bị ngành kéo Sợi.

Công ty có dây chuyền kéo sợi với 80.400 cọc sợi được đầu tư với máy móc thiết bị đồng bộ, công nghệ tiên tiến, hiện đại của các hãng chế tạo nổi tiếng như: Trutzschler và Volkmann-Đức, Rieter và SSM-Thụy Sĩ, Murata và Toyota-Nhật Bản... Đặc biệt, Công ty vừa đưa vào khánh thành Nhà máy Sợi 3, được thiết kế 2 tầng với quy mô 30.240 cọc sợi, được trang bị các thiết bị tiên tiến bậc nhất thế giới, với hệ thống pin năng lượng mặt trời trên mái, hướng tới phát triển năng lượng xanh. Công suất thiết kế khoảng 500 tấn/tháng, mặt hàng mục tiêu là sợi 100% cotton chải kỹ và chải thô có chỉ số bình quân Ne 32 – 34.

- **Năng lực:** 80.400 cọc sợi.
- **Các sản phẩm chính:** Sợi TCCm & TCCd - CVCm & CVCd các loại; sợi TR...
- **Sản phẩm mới:** Sợi Cotton CD & CM.
- **Chỉ số:** Ne 20 ~ 45.
- **Thu nhập người lao động bình quân:** 9 triệu/người/tháng.

2022



TỔNG CÔNG TY MAY HƯNG YÊN - CÔNG TY CỔ PHẦN



Chúc Mừng Năm Mới 2022

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.

📍 Số 8 Bạch Đằng, Minh Khai, Thành phố Hưng Yên
 ☎️ (+84) 3213 862314 📠 (+84) 3213 862500
 🌐 hugaco.vn ✉️ hugago@hugaco.vn



PHONG PHU
Cho cuộc sống thêm Phong Phú



Chúc mừng năm mới
2022

SẢN PHẨM CHỦ LỰC



Sợi - Chỉ may



Khăn bông



TỔNG CÔNG TY CỔ PHẦN DỆT MAY NAM ĐỊNH
NAM DINH TEXTILE GARMENT J.S.CORP

Địa chỉ: Số 43 Tô Hiệu, Phường Ngô Quyền, Thành Phố Nam Định, Tỉnh Nam Định
Điện thoại: (0228) 3849 586 - 3849 886; Fax: (0228) 3849 750
Email: natexco.nd@gmail.com; Website: natexco.com.vn

TỔNG CÔNG TY CỔ PHẦN PHONG PHÚ

📍 48 Tầng Nhon Phú, KP3, P. Tầng Nhon Phú B, Tp. Thủ Đức, TP. Hồ Chí Minh
☎ 028 6684 7979 📠 028 3728 1893
🌐 phongphucorp.com - mollis.com.vn ✉ info@phongphucorp.com



CHI NHÁNH TẬP ĐOÀN DỆT MAY VIỆT NAM - NHÀ MÁY SỢI VINATEX NAM ĐỊNH
Địa chỉ: Đường N7A Lô T&S Khu Công Nghiệp Hòa Xá - Xã Mỹ Xá - TP Nam Định
Tel: 02283 6272666



Mừng Xuân Nhâm Dần 2022

Số lao động thường xuyên: 220 người

Số lượng cọc sợi: 21,600 cọc sợi

Các mặt hàng chủ yếu: 100% Cotton: 32 CD; 32 CM; 30 CM

Sợi pha: 30 CVCd 52/48; 30CVCd 60/40; 26CVCd 50/50, 30CVCM60/40

Chi số: Ne 20/1 ~ Ne40/1

Nhà máy Sợi Vinatex Nam Định là đơn vị trực thuộc Tập Đoàn Dệt May Việt Nam. Thành lập và chính thức đi vào hoạt động ngày 01/7/2016. Nhà máy sản xuất sợi xuất khẩu sang các thị trường như Trung Quốc, Đài Loan, Bangladesh, Hàn Quốc, Malaysia, Bồ Đào Nha, Thổ Nhĩ Kỳ.



HANOSIMEX



Tổng Công ty CP Dệt May Hà Nội là một hệ thống chuỗi cung ứng Sợi-Dệt-May hàng đầu Việt Nam. Hoạt động trong các lĩnh vực sản xuất và cung cấp các sản phẩm sợi, vải, quần áo dệt kim, may xuất khẩu.

Sự gắn bó, đoàn kết, tâm nhìn, tính sáng tạo, sự năng động, niềm tự hào và sự phát triển không ngừng của đội ngũ cán bộ nhân viên là những giá trị cốt lõi làm nền tảng tạo ra những sản phẩm và lợi ích, góp phần đưa HANOSIMEX trở thành tên tuổi hàng đầu của ngành Dệt May Việt Nam và là đối tác tin cậy của bạn hàng quốc tế suốt hơn 30 năm qua.

Trụ sở Tổng công ty: Tầng 8 - Tòa nhà Nam Hải LakeView, KĐT Vĩnh Hoàng, Phường Hoàng Văn Thụ, Quận Hoàng Mai, Hà Nội

Điện thoại: 84 24 83621224 **Fax:** 84 24 38621225

Email: support@hanosimex.com.vn

Fanpage: www.facebook.com/hanosimexcorp



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

CAO HỮU HIẾU

Phó Bí thư Đảng ủy, Tổng Giám đốc Vinatex

ĐẶNG VŨ HÙNG

TV HĐQT 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 IN&TM Trường Xuân

GPHĐBC 439/GP-BTTTT-3/2012



THƯ TÒA SOẠN

Bạn đọc thân mến!

Năm 2021 là năm Covid thứ 2 trên toàn thế giới nhưng dường như mới là năm đầu tiên chúng ta cảm nhận được sức mạnh tàn phá của dịch bệnh, điều mà chúng ta mới chỉ “chứng kiến” qua các phương tiện thông tin đại chúng khi dịch xảy ra ở các nước Châu Phi, Châu Mỹ La tinh hay Ấn Độ trong suốt năm 2020. Những tháng ngày đóng cửa, giãn cách xã hội, sống với “3 tại chỗ” là những dấu ấn không thể quên đối với toàn thể người lao động, đặc biệt trong cả quý 3 năm 2021 gần như toàn bộ doanh nghiệp tại 19 tỉnh phía Nam phải ngừng hoạt động.

Trong gian khó, tinh thần “chiến đấu với dịch bệnh” và vươn lên của “con người dệt may” nói chung và của Vinatex nói riêng càng mạnh mẽ hơn bao giờ hết. Về đích năm 2021 với kết quả sản xuất kinh doanh tốt nhất kể từ khi hoạt động dưới hình thức là công ty cổ phần - Vinatex đã đóng góp vào kết quả xuất khẩu chung của cả ngành Dệt May Việt Nam dự kiến đạt hơn 39 tỷ USD, phục hồi quay trở lại mức trước đại dịch của năm 2019 sớm hơn so với dự báo thị trường chung.

Mừng với kết quả đạt được của năm 2021 nhưng không ngủ quên trên thắng lợi, với nền tảng vững chắc, những bài học kinh nghiệm có được suốt 2 năm khó khăn của dịch bệnh cùng những mục tiêu chiến lược điều chỉnh đã được Lãnh đạo Tập đoàn xác định rõ, giai đoạn 2022-2025 được kỳ vọng sẽ mở ra chặng đường phục hồi và phát triển mới với Tập đoàn Dệt May Việt Nam nói riêng và ngành dệt may Việt Nam nói chung.

“MẠNH LỰC VƯƠN LÊN” chính là thông điệp Ban Biên tập xin gửi đến quý độc giả trong năm 2022.

Xin trân trọng cảm ơn quý độc giả đã đồng hành cùng Tạp chí Dệt may và Thời trang trong suốt năm qua. Chúng tôi hi vọng sẽ tiếp tục là người bạn đồng hành tin cậy cùng doanh nghiệp dệt may cả nước trong thời gian tới.

BAN BIÊN TẬP

MỤC LỤC

Thông điệp năm 2022 của Chủ tịch HĐQT Vinatex: Phát triển dựa trên tốc độ của niềm tin	10	Tìm hướng đi vững chắc để từng bước vươn lên thang bậc cao hơn của chuỗi giá trị ngành	74
Kế hoạch thực hiện chiến lược phát triển Vinatex giai đoạn 2022-2025, tầm nhìn 2030: Tạo đà bứt phá trong điều kiện mới	12	Bắt đầu hành trình chuyển đổi từ bán sản phẩm dệt may sang bán giá trị (Value based selling)	78
Kinh tế Việt Nam vững bước đi tiếp trong năm con Hổ	18	Số hóa ngành Sợi năm 2021: Đòn bẩy phát triển cho năm 2022	82
Nhâm Dẫn: “Lửa thử vàng, gian nan thử thách... ngành Dệt May”	22	Xây dựng môi trường văn hóa học tập tại Vinatex: Gỡ nút thắt về nguồn nhân lực	86
Chuyên gia kinh tế Phạm Chi Lan: Ngành Dệt May luôn có vị trí quan trọng trong nền kinh tế	24	25 năm Công đoàn Dệt May Việt Nam: Một đội ngũ, một hành trình	90
Top 10 sự kiện tiêu biểu Vinatex năm 2021	28	Tổng Công ty May Hưng Yên - CTCP: Xứng đáng danh hiệu “doanh nghiệp vì người lao động”	94
Top doanh nghiệp có doanh thu lớn nhất Tập đoàn	30	Sức sống “mãnh liệt” của các doanh nghiệp dệt may khu vực Nam bộ	97
Vai trò các ngành thâm dụng lao động trong cơ cấu nền kinh tế Việt Nam giai đoạn 2021-2030: Vận hành 3 trụ cột Kinh tế - An sinh - Môi trường	38	Tổng Công ty CP Dệt May Hòa Thọ: Cơ hội được tạo ra từ thử thách	100
Mô hình tổ chức linh hoạt: Giải pháp thích nghi với môi trường kinh doanh bất định	42	Ngành Sợi Hanosimex: Tạo “sức bật” 2022 từ thành công 2021	102
Nghiên cứu phát triển sản phẩm mới ngành Dệt giai đoạn 2022-2025: Đón đầu xu thế của thời đại mới	46	Công ty Cổ phần Tiên Hưng: Khi người lao động là trọng tâm	106
Triển vọng phục hồi Ngành Dệt May	50	Công ty CP Vinatex Hồng Lĩnh: Đi lên từ gian khó	110
Kinh tế thế giới năm 2021	54	Đón Tết lịch lãm	112
Bức tranh ngành thời trang năm 2022: Những gam màu sáng	58	Hà Nội chờ đón Tết, hoa chen người đi...	118
Tắc nghẽn Logistic tác động đến ngành thời trang	62	Trang Thơ	120
Văn hóa quản lý Hồ Chí Minh	66	Truyện ngắn: Tết ở rừng Yên Thế	122
Tinh thần doanh nhân Vinatex: Kế thừa để đột phá và phát triển	68	Đế vương nước Việt và một số giai thoại liên quan đến Hồ	126
		Chào mừng diện mạo mới của hàng Dệt kim Đông Xuân tại 67 Ngõ Thì Nhậm	130

THÔNG điệp NĂM 2022 CỦA CHỦ TỊCH HĐQT VINATEX

PHÁT TRIỂN DỰA TRÊN TỐC ĐỘ CỦA NIỀM TIN



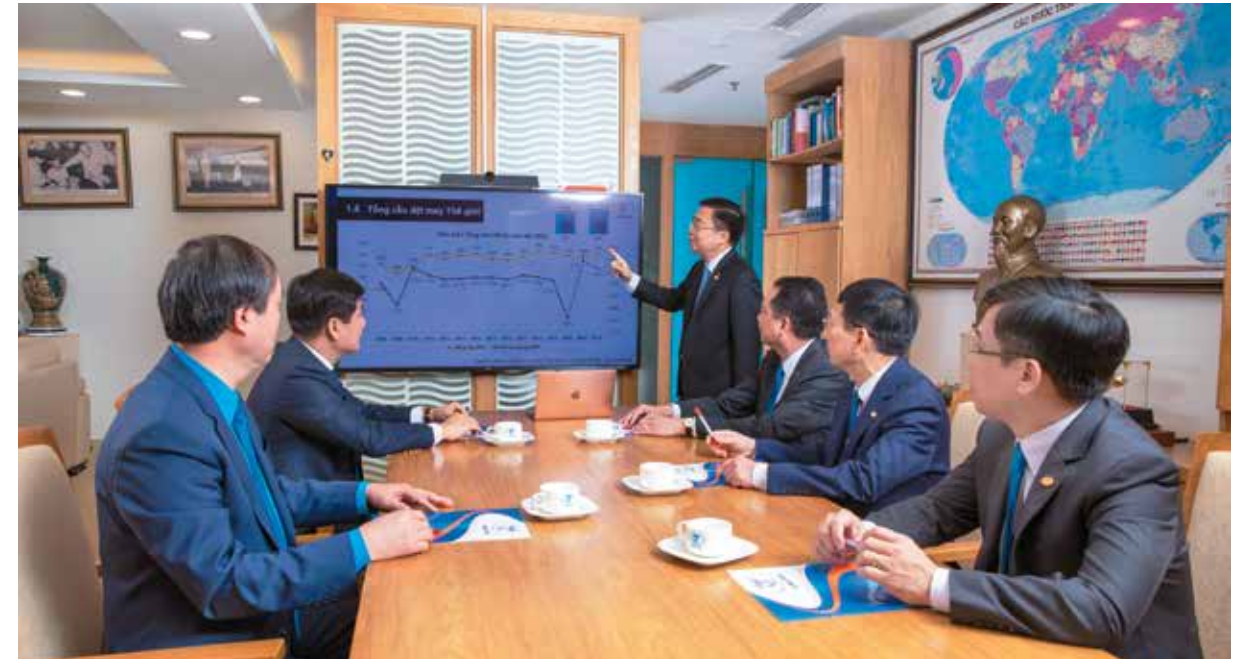
Cúng ta vừa trải qua một năm 2021 nhiều biến động, thực sự nếm trải thử thách của đại dịch.

19 tỉnh Nam Bộ phải đóng cửa sản xuất để chống dịch lên tới 3 tháng, cùng với đó là gần 40 ngày phong tỏa ở Bắc Ninh, Bắc Giang cũng như việc tổ chức sản xuất gián đoạn ở nhiều địa phương khác. Vào

lúc cao điểm nhất, trong Tập đoàn có tới trên 60.000 lao động không thể đến nhà máy, chiếm trên 40% lực lượng của chúng ta.

Vượt lên tất cả các khó khăn thách thức, Tập đoàn bằng sức sáng tạo không ngừng và tinh thần đoàn kết đã đạt được những thành quả ấn tượng, có thể nói là tốt nhất trong 25 năm qua. Lần đầu tiên trong lịch sử Tập đoàn có lợi nhuận hợp nhất trên 1000 tỷ, các doanh nghiệp sản xuất nguyên liệu có khó khăn kéo dài đã hoàn toàn lột xác trở thành các đơn vị có hiệu quả, đồng thời các doanh nghiệp trụ cột vẫn duy trì được vị thế đã củng cố một bước cơ bản năng lực cạnh tranh toàn Tập đoàn.

Với năng lực nội tại đã được cải thiện cùng với nhiều bài học rút ra trong 2 năm dịch bệnh, Tập đoàn đã có những điều chỉnh mục tiêu chiến lược từ mục tiêu chung là **doanh nghiệp hàng đầu châu Á** sang mục tiêu cụ thể là **một điểm đến cung ứng giải pháp trọn gói cho ngành dệt may thời trang**. Với mục tiêu giai đoạn 2022-2025 là hình thành năng lực cung ứng đủ lớn cho ngành hàng dệt kim, đáp ứng được yêu cầu ban đầu của các chuỗi cung ứng quy mô lớn của thế giới, trên nền tảng của ngành Sợi đã khá phát triển trong 5 năm qua, cùng với một ngành May quy mô và có uy tín.



■ Chủ tịch HĐQT Lê Tiến Trường trao đổi công việc với lãnh đạo Tập đoàn

Với các diễn biến hiện nay của dịch bệnh, chúng ta vẫn phải tiếp cận 2022 là năm có cả cơ hội phục hồi nhưng đi kèm với thách thức lớn, nhiều bất ngờ. Cùng với nó là các vấn đề của thị trường tài chính thế giới, nhất là nguy cơ lạm phát mà khả năng xấu nhất là hiện tượng đình lạm của kinh tế thế giới (*kinh tế đình trệ, nhưng lạm phát tăng cao*). Các rủi ro tiềm ẩn đó có thể tác động rất nhanh, rất mạnh vào sức cầu tiêu dùng của các thị trường chính của dệt may.

Thị trường dệt may toàn cầu hiện nay là một thị trường minh bạch và lệ thuộc vào nhau. Lúc này **"tốc độ gia nhập thị trường"** là vũ khí tối thượng của cạnh tranh. Cơ hội có nhưng sẽ có rất nhiều người cùng tham gia, chỉ có người nhanh nhất mới có thể thu hoạch được kết quả tốt.

Các nhà học giả trên thế giới đều khẳng định, tốc độ nhanh nhất là tốc độ của niềm tin. **Tốc độ chỉ xuất hiện khi người ta...thật sự tin cậy nhau** (Edward Marshall), hay trực diện hơn khi nói - **"Nếu không nhanh bạn sẽ chết"** (Jack Welch - CEO General Electric)

Đồng thời cũng khẳng định **"chúng ta có thể có đầy đủ dữ liệu và con số, mọi bằng chứng mà ta cần, nhưng nếu chúng ta không tạo được niềm tin, chúng ta sẽ không đi đến đâu"** - Nail Fitzgerald - cựu chủ tịch Unilever.

Cũng như một trong những "guru - bậc thầy" của thế giới, nhà tư vấn chính của Mc Kinsey, GS Tom Peter đã viết - **"kỹ thuật và công nghệ là quan trọng, nhưng tạo được niềm tin mới là vấn đề hàng đầu của thế giới ngày nay"**.

Rõ ràng trong đại dịch vừa qua, một nguyên nhân chủ yếu giúp chúng ta vượt qua, có dấu ấn mạnh mẽ về kết quả sản xuất kinh doanh chính là niềm tin của toàn tổ chức, niềm tin lẫn nhau của người lao động và nhà quản lý, niềm tin của khách hàng, của nhà cung cấp, của cơ quan hữu quan với chúng ta. Tiếp nhận bài học sâu sắc này sẽ là động lực mới cho quá trình phát triển của Tập đoàn.

Sau những phân tích, đánh giá và dự báo kỹ lưỡng, chúng ta quyết định chọn hướng đi đột phá là cung ứng giải pháp trọn gói trước mắt cho hệ thống sản phẩm dệt kim, muốn làm được trọn gói rõ ràng phải có sự tham gia của cả một chuỗi các doanh nghiệp từ người làm kinh doanh, marketing, đến sản xuất sợi, dệt kim, hoàn tất vải và may. Như vậy yếu tố then chốt là có sự phối hợp nhịp nhàng giữa các thành viên, sự điều phối của Tập đoàn ở vai trò nhạc trưởng, là sự bổ sung các "nhạc cụ" còn thiếu trong dàn nhạc. Đây là một việc mới với chúng ta, rõ ràng chúng ta đã làm dệt may hàng chục

năm qua, nhưng làm có liên thông giữa các doanh nghiệp trong Tập đoàn đem đến sản phẩm cuối cùng trọn gói thì chúng ta còn làm rất ít, chưa dài hạn, chưa định vị cụ thể với nhóm sản phẩm và khách hàng nào. Chính trong điều kiện làm mới, lại cạnh tranh trên cơ sở tốc độ gia nhập thị trường, chúng ta phải đặt niềm tin vào nhau.

Xây dựng niềm tin chiến lược giữa các doanh nghiệp trong Tập đoàn cùng tham gia cung ứng từng phần của giải pháp trọn gói là cơ sở để xây dựng được niềm tin của khách hàng với chúng ta. Đặt niềm tin vào đối tác trong chuỗi, đồng thời mỗi thành viên trong chuỗi cũng có tinh thần tự trọng cao, quyết không phụ niềm tin của các thành viên khác sẽ là nền tảng tạo nên năng lực cạnh tranh.

Một năm mới với nhiều thách thức lại đến trong niềm tin ở sức mạnh Vinatex, sức mạnh đã giúp chúng ta có dấu ấn đáng ghi nhận trong 2 năm dịch bệnh khó khăn nhất, hoàn thành vượt mức ở mức cao mọi chỉ tiêu kế hoạch, nhất là bảo toàn được đội ngũ. Với niềm tin từ văn hoá, sức mạnh nội tại của các doanh nghiệp và toàn Tập đoàn, chúng ta cùng bước vào năm mới 2022 với quyết tâm cao nhất, quyết tâm phát triển nhanh, bền vững từ **sức mạnh niềm tin** □

KẾ HOẠCH THỰC HIỆN CHIẾN LƯỢC PHÁT TRIỂN VINATEX GIAI ĐOẠN 2022-2025, TẦM NHÌN 2030:

TẠO ĐÀ BỨT PHÁ TRONG ĐIỀU KIỆN MỚI

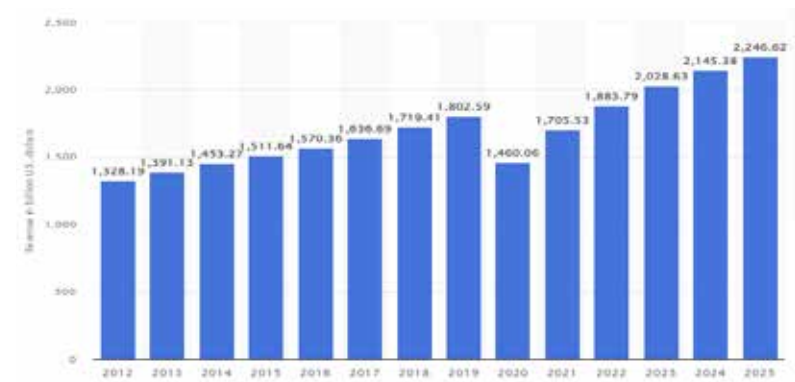
Bài: **Ông CAO HỮU HIẾU**
Tổng Giám đốc Vinatex

Trong giai đoạn 2022-2025, Vinatex đã xác định mục tiêu chiến lược “Trở thành một điểm đến cung cấp giải pháp trọn gói về dệt may thời trang cho khách hàng doanh nghiệp. Từng bước vươn lên thang bậc cao hơn của chuỗi giá trị về thiết kế và thương hiệu”. Để cụ thể hóa mục tiêu chiến lược cần một kế hoạch đồng bộ và toàn diện, tổng hòa những thành tựu đã đạt được với những quyết sách mới trên cơ sở những giá trị cốt lõi và nền tảng văn hóa Vinatex.

TỪ NHỮNG XU HƯỚNG MỚI

Ngành dệt may thế giới đã và đang trải qua cơn khủng hoảng lớn nhất trong lịch sử kể từ khi đại dịch Covid-19 xảy ra. Mặc dù vẫn chưa rõ Covid-19 sẽ tác động đến ngành may mặc ở mức độ nào trong dài hạn, các chuyên gia hiện vẫn đang tranh luận về mức độ mà khủng hoảng sẽ ảnh hưởng đến sản xuất hàng may mặc trong khu vực ra sao sau đại dịch, song có thể khẳng định thị trường

dệt may thế giới sẽ tiếp tục có sự tăng trưởng. Doanh thu hàng may mặc toàn cầu dự báo tăng khá trong giai đoạn 2020-2025. Năm 2020, quy mô toàn thị trường đạt xấp xỉ 1,46 ngàn tỷ USD, giảm gần 20% so với 2019 do ảnh hưởng của Covid -19. Thế nhưng, theo dự báo của Statista, thị trường tiêu thụ may mặc toàn cầu sẽ hồi phục trở lại từ 2022 và tới năm 2025 quy mô thị trường sẽ đạt 2,25 ngàn tỷ USD.



(Nguồn: Statista)

Bên cạnh đó, sự tác động của dịch bệnh Covid-19 cũng như sự phát triển tự thân của ngành dệt may thế giới cũng tạo nên những xu hướng mới trong chuỗi cung ứng, có thể điểm qua một số xu hướng nổi bật như sau:

Những thay đổi trong chuỗi cung trên tầm quốc gia

Ngoài các quốc gia có ngành dệt may phát triển như Trung Quốc và Hàn Quốc, các quốc gia như Malaysia hay Thái Lan, Ấn Độ đều có dư địa cùng khả năng tiến lên mắt xích cao hơn trong chuỗi cung ứng. Ngành dệt may ở các quốc gia này đã được quy hoạch và sắp xếp để có thể cung cấp sản phẩm trọn gói thông qua các hình thức xuất khẩu mang lại giá trị gia tăng cao hơn như OEM, ODM. Những quốc gia khác, như Việt Nam, Bangladesh, Campuchia, Pakistan đã và đang tiếp tục phương thức sản xuất gia công các mặt hàng giá rẻ. Thế nhưng, cạnh tranh giữa các nhà máy gia công CMT ngày càng khốc liệt vì không cần nhiều điều kiện để tham gia vào chuỗi, lấy cạnh tranh về giá làm lợi thế cạnh tranh chính, tăng quy mô theo chiều rộng không theo chiều sâu.

Vì vậy, trong giai đoạn từ 2017 tới nay, Bangladesh và Việt Nam đã có xu thế thay đổi phương thức gia công xuất khẩu, tỷ lệ OEM cũng cải thiện dần. Trong khi đó, tại Trung Quốc trong 5 năm vừa qua Chính phủ đã khuyến khích phát triển các “siêu nhà máy”, thuộc nhóm các công ty dệt may có quy mô lớn nhất trên thế giới, có khả năng cung cấp trọn gói các sản phẩm, dịch vụ mang lại giá



trị gia tăng cao, đơn hàng nhỏ, tùy chỉnh theo nhu cầu của khách hàng. Những công ty này tạo nên sức cạnh tranh rất lớn, hoàn toàn có năng lực chi phối thị trường và chi phối các nhà sản xuất khác.

Mối quan hệ trong chuỗi cung ứng dệt may toàn cầu

Trong một thời gian dài, chi phí lao động là một yếu tố quan trọng nhất đối với người mua trong quyết định tìm nguồn cung ứng. Tuy nhiên, hiện nay, người mua ngày càng tăng cường xem xét tới các lợi thế cạnh tranh lâu dài của nhà cung cấp như khả năng số hóa, tốc độ đáp ứng, tính chuyển đổi nghiệp của môi trường làm việc (bao gồm cả việc tuân thủ các tiêu chuẩn về an toàn lao động) và tính bền vững. Đặc biệt, với tập quán tiêu dùng mới, đòi hỏi chu kỳ sản xuất sản phẩm ngắn hơn với số lượng đơn hàng nhỏ hơn và nhanh hơn, các nhà máy phải đổi mới với nhiều áp lực để rút ngắn thời gian thực hiện đơn hàng, tăng năng suất và tính linh hoạt để duy trì tính cạnh tranh. Theo một cuộc khảo sát được thực hiện bởi McKinsey & Co cùng với tạp chí ngành Sourcing Journal, 79% người trả lời trong cộng đồng cung ứng quốc tế tin rằng

Ông CAO HỮU HIẾU
Tổng Giám đốc Vinatex

Covid-19 sẽ làm tăng độ linh hoạt và tốc độ đáp ứng đơn hàng trong những năm tới.

ĐẾN SỰ CHUYỂN DỊCH CHIẾN LƯỢC CỦA VINATEX

Trải qua các giai đoạn phát triển từ 1995 đến nay, Vinatex đã tận dụng rất tốt các cơ hội thị trường, đề ra các chiến lược hợp lý để phát triển được tối đa những lợi thế của Tập đoàn. Cụ thể, trong giai đoạn 1995-2001, chiến lược dựa trên lợi thế tự nhiên là chi phí thấp, nhất là chi phí lao động, tập trung phát triển ngành may, mở rộng quy mô may gia công, mang lại công ăn việc làm và thu nhập cải thiện cho người lao động. Giai đoạn 2001-2007, lợi thế cạnh tranh về chi phí lao động cả trên phương diện quốc gia và phương diện ngành đều suy giảm. Đặc biệt, giai đoạn 2007-2015, Việt Nam tham gia hội nhập quốc tế sâu rộng. Bên cạnh những cơ hội do các hiệp định thương mại quốc tế đem lại, ngành Dệt May Việt Nam cũng đứng trước những thách thức không nhỏ, đặc biệt là khi yêu cầu về xuất xứ sản phẩm tại tất cả các hiệp định đều được đề cao. Nếu không chủ động được nguồn nguyên liệu, không tận dụng được ưu đãi từ các FTA thì khả năng gia nhập vào chuỗi cung ứng toàn cầu là rất khó khăn. Vì vậy, chiến lược của Tập đoàn trong giai đoạn 2015-2020 là giảm dần sản xuất may, chuẩn bị nguồn lực cho phát triển nguyên phụ liệu. Kết quả giai đoạn đầu tiên áp dụng chiến lược mới cho thấy, các chỉ số tài chính đều có sự tăng trưởng cao: ROE tăng từ 12% (năm 2015) lên 18% (năm 2019); ROS tăng từ 3% lên trên

5%; tốc độ tăng trưởng kép doanh thu đạt 9%. Đặc biệt, Tập đoàn đạt được mục tiêu quan trọng trong tự chủ nguyên liệu phục vụ may xuất khẩu (tăng từ 40% lên 58%), trong đó, xuất khẩu nguyên liệu có tỷ trọng tăng từ 10% lên 18%. Những kết quả sản xuất kinh doanh đáng tự hào của Tập đoàn Dệt May Việt Nam trong giai đoạn vừa qua cho thấy sự xác định hướng đi đúng đắn cũng như tính chính xác, phù hợp của chiến lược mà Tập đoàn đã áp dụng.



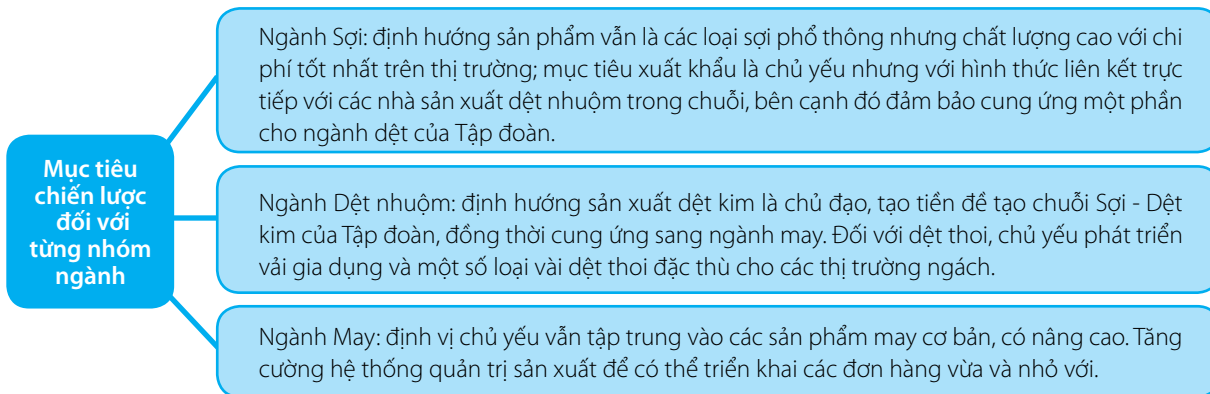
Trong thời kỳ Cách mạng Công nghiệp 4.0, công nghệ tiên tiến đã cung cấp các công cụ để tăng năng suất lao động một cách đột biến, làm mất dần lợi thế cạnh tranh về lao động giá rẻ của Việt Nam. Đặc biệt, sự xuất hiện của những tiến bộ vượt bậc như Internet vạn vật (IoT), trí tuệ nhân tạo (AI), big data... đã tạo nên làn sóng chuyển đổi số và đưa kinh tế số lan tỏa khắp các thành phần kinh tế. Kinh tế số đang được coi là động lực phát triển quan trọng để đưa Việt Nam trở

thành nước phát triển vào năm 2045. Vì vậy, trong giai đoạn 2022-2025, Vinatex cần phải tiếp tục xác định chính xác chiến lược phát triển, đảm bảo trang bị cho các doanh nghiệp thuộc Tập đoàn những vũ khí sắc bén để cạnh tranh trong điều kiện mới.

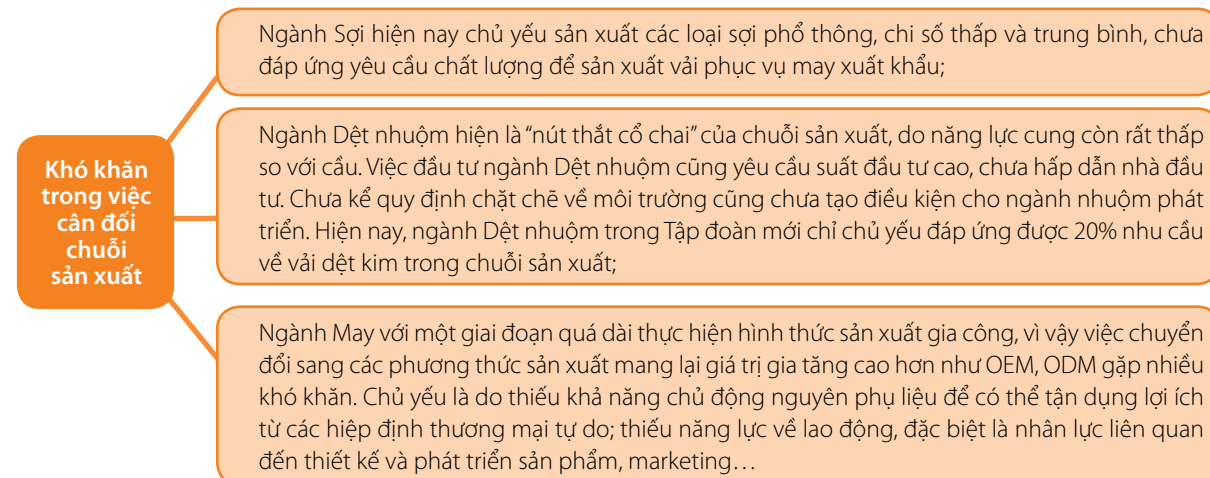
Trong giai đoạn 2022-2025, Vinatex đã xác định mục tiêu chiến lược “Trở

thành một điểm đến cung cấp giải pháp trọn gói về dệt may thời trang cho khách hàng doanh nghiệp. Từng bước vươn lên thang bậc cao hơn của chuỗi giá trị về thiết kế và thương hiệu”. Với định vị sản phẩm về cơ bản vẫn đảm bảo mức độ cạnh tranh về giá, tuy nhiên có sự tiến dần đến các mục tiêu khác biệt hoá và phục vụ thị trường ngách.

Có thể cụ thể hóa mục tiêu chiến lược như sau:



Tuy nhiên, còn đó những khó khăn trước mắt trong việc cân đối chuỗi sản xuất Sợi - Dệt - Nhuộm - May hoàn chỉnh:



Tổng Giám đốc Cao Hữu Hiếu trao đổi công việc với cơ quan điều hành và lãnh đạo các Ban của Tập đoàn

NHỮNG TRỤ CỘT CỦA KẾ HOẠCH THỰC HIỆN CHIẾN LƯỢC

Để thực hiện tốt các mục tiêu chiến lược của Tập đoàn Dệt May Việt Nam giai đoạn 2022-2025, tầm nhìn đến năm 2030, Cơ quan Điều hành Tập đoàn xác định, việc quan trọng nhất trong ngắn hạn vẫn là làm tốt công tác phòng chống dịch bệnh, ổn định lao động để phát triển sản xuất. Bên cạnh đó, cần phải có kế hoạch thực hiện ngay các giải pháp như sau:

Tạo liên kết chuỗi sản xuất dệt may:

Quy hoạch quy mô sản xuất công nghiệp của Tập đoàn trong giai đoạn tới, với mục tiêu tăng trưởng xuất khẩu, cung cấp sản phẩm trọn gói và có sự cân bằng tương đối giữa các lĩnh vực. Các mô hình liên kết chuỗi sản xuất được hình thành theo lộ trình:

Hình thành mô hình cụm doanh nghiệp Sợi - Dệt nhuộm - May (tập trung vào sản phẩm dệt kim) với một số doanh nghiệp hiện có, chia sẻ năng lực sản xuất, tạo chuỗi liên kết hoàn chỉnh. Từ đó nhân rộng ra các chuỗi sản phẩm khác và nhóm doanh nghiệp khác, đảm bảo đa dạng hóa sản phẩm trọn gói trong chuỗi sản xuất của Tập đoàn.

Tăng cường đầu tư các dự án nhà máy Sợi chất lượng cao, đáp ứng nhu cầu xuất khẩu và yêu cầu chất lượng sản xuất vải dành cho may xuất khẩu;

Đầu tư một số dự án Dệt nhuộm tại những khu vực phù hợp, cân đối dần năng lực sản xuất của chuỗi cung ứng;

Mục tiêu, đến năm 2025 có thể đạt quy mô ngành Sợi với 70 vạn cọc sợi, năng lực sản xuất 150.000 tấn/ năm với tỷ lệ XK 70%, đến năm 2030 đạt 1 triệu cọc sợi trong hệ thống Vinatex. Hình thành chuỗi sản xuất dệt kim quy mô 50.000 tấn vải/năm, là đầu vào của sản xuất may dệt kim với công suất 30 đến 35 triệu sản phẩm/ năm; dệt thoi với 2 triệu mét vải dệt thoi đặc chủng, 12 đến 15 triệu mét vải phục vụ ngành gia dụng. Hình thành chuỗi sản xuất sản phẩm khăn với năng lực sản xuất từ 10.000 – 15.000 tấn/ năm.

Giải pháp quản trị chung:

Tập trung thực hiện chuyển đổi số, tiến tới Công ty Mẹ và toàn bộ các đơn vị chi phối cùng chung một môi trường số hoá quản trị toàn bộ hoạt động – coi đây là chìa khóa để đảm bảo cho việc thực hiện thành công mục tiêu chiến lược giai đoạn 2022-2025.

Hoàn thiện quy trình quản trị theo nhóm ngành, phát huy vai trò của các Ban SXKD Sợi, Ban KD Nội địa, Ban SXKD Vải, Ban SXKD Khăn – Gia dụng.

Giải pháp về thị trường, khách hàng:

Đối với ngành SXKD Sợi:

Vẫn xác định thị trường xuất khẩu là chủ đạo với tỷ lệ xuất khẩu chiếm khoảng 70%, tuy nhiên phải có các biện pháp tăng cường liên kết chuỗi sản xuất toàn cầu, nỗ lực phân phối trực tiếp đến các nhà sản xuất dệt nhuộm để 50% lượng sợi xuất khẩu tham gia chuỗi.

Tăng cường vai trò của Ban SXKD Sợi trong việc trao đổi kịp thời các thông tin thị trường, giá cả nguyên liệu bông cũng như sợi thành phẩm; chia sẻ, điều phối đơn hàng, khách hàng giữa các đơn vị trong Ban; xây dựng các biện pháp bình ổn giá nguyên liệu để phòng trừ rủi ro.

Đối với ngành May

Xác định cơ cấu thị trường, cơ cấu sản phẩm sau thời kỳ đại dịch, do có sự thay đổi lớn về tập quán tiêu dùng, đảm bảo chuyển dịch sản xuất các sản phẩm có dung lượng thị trường cao.

Phát triển thị trường mới, hướng đến các sản phẩm bảo hộ đặc chủng.

Đối với ngành Dệt nhuộm

Tăng sản lượng dệt kim trên 50%, tiếp tục bám sát khách hàng và thị trường đã khai thông năm 2021.

Tiếp tục phát triển và khai thác mặt hàng vải gia dụng. Đồng thời nghiên cứu phát triển các sản phẩm vải đặc biệt (chống dâm, chống cháy, chống hóa chất...), dần dần mở rộng chuỗi cung ứng sang các mặt hàng mang tính khác biệt.

Giải pháp về đầu tư, công nghệ

Đầu tư chủ động theo định hướng chiến lược của Tập đoàn để tạo liên kết chuỗi; nâng cao tỷ lệ ứng dụng công nghệ 4.0 trong thiết bị sản xuất, cải thiện năng suất, chất lượng, điều kiện làm việc, hướng tới quản trị thông minh, sản xuất xanh và bền vững.

Giải pháp về lao động, đào tạo

Tiếp tục thực hiện các khóa đào tạo nâng cao trình độ cho cán bộ của Công ty Mẹ Tập đoàn và các đơn vị thành viên.

Xây dựng hệ thống đánh giá giá trị công việc theo thực tế nhằm đánh giá và đãi ngộ chính xác, tạo động lực cho sự phát triển nguồn nhân lực

Xác định nhu cầu cụ thể về nguồn nhân lực cho Công ty Mẹ Tập đoàn và các đơn vị thành viên cũng như nhân lực cho các dự án mới, để chủ động tuyển dụng đủ các vị trí cần thiết.

Giải pháp về tài chính và tái cơ cấu

Lập kế hoạch để tận dụng có hiệu quả các nguồn lực tài chính của Tập đoàn.

Tăng cường công tác quản trị rủi ro, đảm bảo phát hiện sớm những dấu hiệu bất hợp lý để kịp thời điều chỉnh.

Năm 2022, những dự báo đều cho thấy, thế giới vẫn tiếp tục có một năm bất định với những thuận lợi, khó khăn, cơ hội và thách thức đan xen nhau. Một mặt do tình hình

dịch bệnh còn diễn biến phức tạp, có thể tiếp tục xuất hiện các biến chủng nguy hiểm hơn. Mặt khác, giá nguyên liệu đầu vào tiếp tục xu thế tăng; bên cạnh đó chi phí logistics vẫn đang cao sẽ là thách thức không nhỏ đối với doanh nghiệp dệt may trong

giai đoạn tới. Tuy nhiên, chúng ta tin tưởng rằng, với những mục tiêu chiến lược đúng đắn và những giải pháp cụ thể, Tập đoàn Dệt May Việt Nam sẽ tiếp tục có một giai đoạn phát triển thuận lợi, tiếp nối sự thành công của những giai đoạn trước.

Giai đoạn 2022-2025 sẽ là thời kỳ ứng dụng tối đa các công nghệ của cuộc CMCN lần thứ tư trong sản xuất và đời sống. Nếu không kịp thời nắm bắt các cơ hội, chắc chắn các doanh nghiệp của Tập đoàn sẽ tụt hậu, không thể phục hồi năng lực cạnh tranh trong các giai đoạn tiếp theo. Vì vậy, Cơ quan Điều hành xác định, việc thực hiện tốt chiến lược phát triển là nhiệm vụ cốt lõi trong giai đoạn này và quyết tâm dành toàn bộ tâm lực cho việc thực hiện thắng lợi các mục tiêu chiến lược đã đề ra.

NGUYỄN XUÂN DƯƠNG



**VINATEX - VNC
EMTEXCO**



CÔNG TY TNHH MTV DỆT 8-3

Văn phòng: Tầng 3 - Tòa nhà ICT, KCN Hoàng Mai, P. Hoàng Văn Thụ, Q. Hoàng Mai, TP. Hà Nội

NHÀ MÁY SỢI YÊN MỸ

Địa chỉ: Nhà máy Sợi Yên Mỹ, Km6+200, quốc lộ 39, thị trấn Yên Mỹ, huyện Yên Mỹ, tỉnh Hưng Yên

KINH TẾ VIỆT NAM VỮNG BƯỚC ĐI TIẾP TRONG NĂM CON HỔ

Bài: **TS. Nguyễn Đức Kiên**

Tổng trưởng Tổ tư vấn Kinh tế của Thủ tướng Chính phủ



TS. Nguyễn Đức Kiên

*Tổng trưởng Tổ tư vấn Kinh tế
của Thủ tướng Chính phủ*

NHÌN LẠI NĂM 2021

Năm Tân Sửu đã qua, có thể nói sự linh hoạt trong công tác phòng chống đại dịch Covid-19 đã giúp cho nền kinh tế Việt Nam giữ được ổn định kinh tế vĩ mô, cùng với đó là một số chỉ tiêu quan trọng như: tỷ lệ lạm phát thấp, tăng trưởng kim ngạch xuất nhập khẩu giữ được nhịp độ, tạo ra xuất siêu nhẹ cho nền kinh tế. Bên cạnh việc chuyển đổi tư duy phòng chống dịch phù hợp với việc tiêm phòng vắc xin đã giảm thiểu số ca tử vong do dịch. Chính phủ đã kịp thời ban hành nhiều chính sách hỗ trợ người lao động, người nghèo và doanh nghiệp gặp khó khăn.

Nhìn lại cả năm 2021 về kinh tế, có thể tổng hợp một số tồn tại lớn cần có kế hoạch khắc phục ngay trong năm 2022 là:

Tốc độ khôi phục nền kinh tế còn chậm, chưa đều ở các địa phương

Đầu tư công không giải ngân hết số

Trải qua năm 2021 đầy khó khăn bởi ảnh hưởng của đại dịch Covid-19, năm 2022 Chính phủ cần ưu tiên đẩy mạnh đầu tư công, hỗ trợ các doanh nghiệp và người lao động bằng các chính sách cụ thể... nhằm đưa năm Nhâm Dần là năm xây dựng nền tảng cho việc khôi phục kinh tế sau đại dịch.

vốn đã bố trí từ đầu năm. Trong lúc kinh tế khó khăn thì dư vốn là một khuyết điểm lớn.

Các chính sách hỗ trợ cho doanh nghiệp, người lao động về cơ bản là ngắn hạn, chưa kết hợp được các khoản hỗ trợ đột xuất gắn với mục tiêu dài hạn của nền kinh tế.

Chính vì vậy, ngay từ những ngày đầu năm 2022 này, cần có các biện pháp quyết liệt, đồng bộ, đủ sức lan tỏa và có người chịu trách nhiệm cụ thể. Có

thể nói, việc đầu tiên là thống nhất nhận thức chỉ đạo kinh tế thể hiện ở một số trọng tâm:

Các nhóm giải pháp để ra để thực hiện phải dài hạn, các chính sách, nguồn lực thực hiện trong năm 2022 phải là một bộ phận của kế hoạch 2 năm khôi phục kinh tế - xã hội sau Covid-19 và gắn liền với Đề án Tái cơ cấu nền kinh tế sửa đổi giai đoạn 2021-2025.

Ưu tiên ban hành chính sách huy động được các nguồn lực của xã hội và phục



vụ nhiệm vụ khôi phục và tái cơ cấu nền kinh tế. Sửa đổi ngay các điểm bất hợp lý của các Luật được ban hành trong điều kiện bình thường bằng một Nghị quyết của Quốc hội để tháo gỡ khó khăn của đầu tư công, đảm bảo giải ngân hết và vượt vốn được phân hàng năm và đột xuất từ gói hỗ trợ đẩy mạnh sản xuất mà Quốc hội, Chính phủ ban hành. Sau thời kỳ thực hiện sẽ tổng kết để sửa Luật được căn cứ, khoa học.

Ưu tiên các giải pháp tài khóa trước, giải pháp tiền tệ kết hợp để đảm bảo ổn định vĩ mô, an toàn hệ thống các ngân hàng thương mại cổ phần.

NHỮNG VẤN ĐỀ ƯU TIÊN CHO NĂM 2022

Trên cơ sở thống nhất ba nhóm quan điểm lớn đã nêu, cần xây dựng kế hoạch cụ thể hàng năm, đặt trong kế hoạch hai năm khôi phục sau Covid-19 và chiến lược phát triển kinh tế xã hội 10 năm để thực hiện các mục tiêu đề ra tới năm 2030. Ngay từ năm 2022, cần tập trung vào một số công việc trọng tâm:

Về đẩy mạnh và huy động vốn ngoài ngân sách:

Xác định rõ đầu tư công là trụ đỡ của phát triển kinh tế. Trong đó, trong hai năm 2022-2023, đẩy mạnh đầu tư hạ tầng y tế, hạ tầng năng lượng, hạ tầng kỹ thuật số bên cạnh hoàn thiện hạ tầng giao thông. Cần xây dựng để án đầu tư hạ tầng nông nghiệp gắn với biến đổi khí hậu để có thể triển khai vào cuối nhiệm kỳ. Ưu tiên lựa chọn một số ngành công nghiệp trong số 17 ngành công nghiệp mũi nhọn đã được Đại hội Đảng toàn quốc lần thứ XIII chọn để tạo cơ chế, chính sách thông thoáng, đủ sức hấp dẫn doanh nghiệp của thành phần kinh tế khác đầu tư, còn lại giao cho Ủy ban Quản lý vốn nhà nước tại doanh nghiệp cùng các tập đoàn, tổng công ty nhà nước triển khai.

Đối với các doanh nghiệp nhà nước thuộc Ủy ban Quản lý vốn Nhà nước tại doanh nghiệp quản lý:

Thay thế Nghị định số 131/2018/NĐ-CP Quy định chức năng, nhiệm vụ,



quyền hạn và cơ cấu tổ chức của Ủy ban Quản lý vốn Nhà nước tại doanh nghiệp bằng Nghị định mới theo hướng chuyển từ quản lý hành chính vốn đầu tư sang quản lý hiệu quả vốn đầu tư, khả năng hoàn thành nhiệm vụ kinh tế - chính trị được giao. Thực hiện phân cấp triệt để giữa Chính phủ, Ủy ban, và Hội đồng quản trị, Hội đồng thành viên các doanh nghiệp nhà nước được giao cho Ủy ban làm cơ quan đại diện chủ sở hữu. Trên cơ sở Luật quản lý sử dụng vốn nhà nước tại doanh nghiệp ban hành Nghị định mới ủy quyền cho Ủy ban quản lý vốn nhà nước tại doanh nghiệp được phép điều động vốn giữa các doanh nghiệp nhà nước để thực hiện các công trình trọng điểm của kế hoạch phát triển kinh tế xã hội 5 năm đã được các cơ quan có thẩm quyền phê duyệt.

Về nhóm hỗ trợ cho doanh nghiệp, người lao động và phúc lợi xã hội

Tập trung hỗ trợ doanh nghiệp vừa và lớn thông qua đấu thầu trong nước các dự án về tái cơ cấu và khôi phục kinh tế, mở ra khả năng tạo hệ sinh thái với doanh nghiệp nhỏ, doanh nghiệp khởi nghiệp trong lĩnh vực phát triển bền vững: tiết kiệm năng lượng, năng lượng tái tạo sử dụng cho hộ tiêu thụ đơn lẻ và doanh nghiệp, ứng phó với biến đổi khí hậu... theo hướng quy định ngay trong hồ sơ mời thầu hoặc giảm thuế, phí cho doanh nghiệp áp dụng công nghệ mới thân thiện với môi trường, tạo thêm nhiều việc làm.

Trước mắt, dành vốn từ ngân sách nhà nước trong gói hỗ trợ khôi phục và tái cơ cấu nền kinh tế đủ lớn, kéo dài 4 năm để các địa phương xây dựng nhà ở cho người lao động thuê.





Khuyến khích doanh nghiệp tự bỏ vốn xây nhà, Nhà nước cho thuê đất không thu tiền sử dụng đất và coi đây là yêu cầu bắt buộc đối với doanh nghiệp đầu tư trong các khu công nghiệp, doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài.

Tiến hành đánh giá lại việc đóng bảo hiểm xã hội và sử dụng Quỹ bảo hiểm thất nghiệp trong thời gian dịch vừa qua để điều chỉnh chính sách kịp thời, thu hút 100% người lao động tham gia đóng bảo hiểm.

Xây dựng Luật kinh doanh cá thể để quản lý tốt hơn mô hình hộ kinh doanh cá thể theo hướng đảm bảo quyền lợi cho cả chủ hộ và người làm thuê về an sinh xã hội.

Đẩy mạnh công cuộc công nghiệp hóa nông nghiệp, phát triển mô hình kinh tế tập thể, kinh tế trang trại theo hướng ưu tiên kinh tế tập thể, ủng hộ việc tích tụ ruộng đất để phát triển kinh tế hợp tác xã, kinh tế doanh nghiệp trong nông nghiệp, nông thôn.

Về nhóm chính sách tín dụng

Hài hòa quyền lợi của các doanh nghiệp sản xuất, thương mại với doanh nghiệp kinh doanh tiền tệ theo hướng tôn trọng các nguyên tắc của

kinh tế thị trường, đảm bảo ổn định vĩ mô và an toàn tài chính tiền tệ, tránh các biện pháp “dân túy”.

Thực hiện giám sát chặt chẽ nợ xấu của các tổ chức tín dụng, đánh giá hiệu quả 5 năm thực hiện Nghị quyết số 42/2017/QH14 về thí điểm xử lý nợ xấu của các tổ chức tín dụng. Bố trí

nguồn lực đủ để chọn một đến hai ngân hàng đã mua “0 đồng” để thực hiện tái cơ cấu. Cần coi việc cấp vốn này như là Nhà nước đầu tư thành lập một ngân hàng thương mại cổ phần mới để trước mắt đảm bảo an toàn hệ thống sau đó sẽ thoái vốn như đã làm trong lĩnh vực đầu tư chứng khoán.



Thời gian 4 năm còn lại của Kế hoạch phát triển kinh tế xã hội 2021-2025 là rất ngắn, bên cạnh việc hoàn thành công việc hàng năm, thực hiện được tốt bốn nhóm việc lớn đã nêu đòi hỏi sự cố gắng vượt bậc của cả hệ thống. Tuy khó, nhưng chúng ta tin tưởng vào dân tộc ta, nhân dân ta sẽ cùng với Đảng vượt qua thử thách cùng thực hiện mục tiêu ý Đảng, lòng dân đã đồng tâm nhất trí: xây dựng một nước Việt Nam dân giàu nước mạnh, xã hội công bằng – dân chủ – văn minh.



TRƯỜNG ĐẠI HỌC CÔNG NGHIỆP DỆT MAY HÀ NỘI (HTU)

Tầm nhìn: Trở thành trường đào tạo nguồn nhân lực chất lượng cao, đa ngành, phát triển đồng hành cùng doanh nghiệp thông qua các chương trình đào tạo nguồn nhân lực theo hướng ứng dụng, đạt chuẩn quốc tế

Giá trị cốt lõi: Chất lượng – Năng động – Đáp ứng nhu cầu xã hội.



Thời khắc năm mới Nhâm Dần 2022 đang tới. Con hổ được coi là chúa tể của muôn thú, dũng mãnh, uy vũ nên chắc chắn sẽ kiến tạo những chuyển động mạnh mẽ, năng động trong đời sống kinh tế, xã hội của đất nước. Thực tế, cuộc sống càng khó khăn, nguy hiểm bao nhiêu thì thành tựu lại càng vang dội, hân diện bấy nhiêu. Hai năm chống đại dịch Covid-19, cho dù cũng phải trả giá không ít cho những bài học kinh nghiệm, nhưng đã chứng tỏ Việt Nam có thể mạnh mẽ vươn lên trong muôn vàn khó khăn như thế “lửa thử vàng, gian nan thử sức”.

NHÂM DẦN: “LỬA THỬ VÀNG, GIAN NAN THỬ THÁCH... NGÀNH DỆT MAY”

Bài: **TS TRẦN VĂN**

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

Trong những ngày cuối năm, tôi nhận được cuốn sách “Hệ thống thể điểm cân bằng - BSC và các chỉ số quản lý chủ chốt cho các doanh nghiệp may Việt Nam” do Chủ tịch Vinatex Lê Tiến Trường là chủ biên gửi tặng. Tôi thật sự tâm đắc với những giải pháp quản trị doanh nghiệp tiên tiến, dựa trên hệ thống đo lường định lượng phản ánh chân thực hoạt động của doanh nghiệp, khởi đầu của quá trình chuyển đổi số, cung cấp đầy đủ thông tin để nhà quản lý ra quyết định chính xác, hợp lý nhất, được trình bày trong nghiên cứu có giá trị thực tiễn sâu sắc này.

Chủ tịch Vinatex Lê Tiến Trường cho biết, mặc dù dịch bệnh Covid-19 diễn biến phức tạp, gây ảnh hưởng sâu rộng, để lại hậu quả nặng nề đối với nền kinh tế khi tốc độ tăng trưởng kinh tế của cả nước chỉ đạt khoảng 3%, nhưng nhờ những cải tiến, đổi mới liên tục, kết quả sản xuất kinh doanh của Tập đoàn năm 2021 vẫn khả quan. Có vẻ như các hiệp định thương mại tự do song phương và đa phương (FTA) mà Việt Nam tham gia đang phát huy kết quả đối với nền kinh tế, trong đó có công nghiệp dệt may, góp phần thúc đẩy tăng trưởng xuất khẩu, tạo cơ hội cho hàng hóa Việt Nam thâm nhập

vào các thị trường tiêu chuẩn cao. Các FTA đã góp phần đa dạng hóa thị trường xuất nhập khẩu, giảm bớt sự phụ thuộc vào thị trường truyền thống, góp phần tạo lập môi trường đầu tư kinh doanh thông thoáng hơn, thu hút được nhiều nhà đầu tư lớn với công nghệ hiện đại, phương thức quản trị tiên tiến. Các FTA cũng tạo áp lực thúc đẩy doanh nghiệp Việt Nam nâng cao năng lực cạnh tranh, thay đổi văn hóa kinh doanh để hội nhập quốc tế, nâng cao chất lượng nguồn nhân lực, tạo thêm nhiều việc làm, nâng cao đời sống của người lao động. Các giá trị này của các FTA thể hiện rõ nét trong thành công của

các doanh nghiệp dệt may Việt Nam và là một trong những yếu tố quan trọng góp phần vào sự thành công của ngành dệt may trong đại dịch Covid-19.

Với tốc độ tiềm và tỷ lệ bao phủ vaccine tương đối rộng khắp, bước vào năm 2022, các hoạt động kinh tế toàn cầu bắt nhịp trở lại. *Mordorintelligence.com* cho thấy tốc độ tăng trưởng hàng năm kép CAGR (Compounded Annual Growth Rate) ngành dệt toàn cầu được dự báo hơn 4,2%, trong đó thị trường tăng trưởng cao nhất là Bắc Mỹ, thị trường có thị phần lớn nhất là Châu Á-Thái Bình Dương. Theo *expomap.ru*, trong năm 2022, ngành dệt may thế giới lại nhộn nhịp trở lại với lịch trình phong phú của các triển lãm, hội chợ quốc tế lớn ngành dệt may, từ The London Textile Fair Winter, Innatex Winter ở Đức, Apparel Sourcing New York, Munich Fabric Start Spring-Summer, Milano Unica Milan, Jitac European Textile Fair Spring, Techtextil Frankfurt,... rồi Saigon Tex 2022 tại thành phố Hồ Chí Minh ngày 6-9 tháng 4.

Trong năm 2022 và thời gian tới, các doanh nghiệp dệt may cần chú ý tới xu hướng chuyển dịch kinh tế trên thế giới dưới tác động của Covid-19. Các chính sách kích thích kinh tế đã triển khai tại các nước lớn đang tạo

ra các áp lực về lạm phát và những thay đổi chính sách kinh tế của các nước lớn khi dịch bệnh được kiểm soát được cho là sẽ tác động mạnh tới thị trường tài chính - tiền tệ toàn cầu, đặc biệt là các nền kinh tế đang phát triển. Những bất ổn và bất định này đặt ra yêu cầu các doanh nghiệp phải chú ý hơn đến khả năng chống chịu không chỉ của doanh nghiệp mình mà cả nền kinh tế trước các biến động bên ngoài.

Toàn cầu hóa và hội nhập có bước thay đổi về tốc độ, bản chất, phạm vi và quy mô, chuyển từ đa phương quốc tế sang khu vực, nhóm đối tác và hợp tác song phương. Nhiều nước phát triển có xu hướng thu hút doanh nghiệp chuyển đầu tư về thị trường nội địa, cơ cấu lại chuỗi cung ứng nhằm đa dạng hóa nguồn cung, tránh rủi ro khi phụ thuộc vào một nước khác, nhất là phụ thuộc vào Trung Quốc khi cạnh tranh chiến lược giữa Mỹ-Trung Quốc trở nên ngày càng gay gắt và tiếp tục kéo dài. Xu hướng số hóa và xanh hóa ngày càng mạnh mẽ hơn, trở thành trọng tâm trong quá trình cơ cấu lại nền kinh tế của nhiều nước trên nền phát triển như vũ bão của cuộc Cách mạng công nghiệp lần thứ 4.

Tại kỳ họp thứ 2, Quốc hội khóa XV đã thông qua Nghị quyết về Kế hoạch

cơ cấu lại nền kinh tế giai đoạn 2021 - 2025, theo đó mục tiêu tổng quát của cả giai đoạn được xác định là: hình thành cơ cấu hợp lý, hiệu quả trong từng ngành, lĩnh vực; giữa các ngành, lĩnh vực và cả nền kinh tế; phát triển được nhiều sản phẩm quốc gia dựa vào công nghệ mới, công nghệ cao; tạo bước phá vỡ năng lực cạnh tranh của một số ngành kinh tế chủ lực và chuyển biến thực chất, rõ nét về mô hình tăng trưởng, năng suất, chất lượng, hiệu quả, sức cạnh tranh, nâng cao tính tự chủ, khả năng thích ứng, sức chống chịu của nền kinh tế. Nghị quyết cũng chỉ ra

Với kinh nghiệm thương trường dày dặn, kiến thức và linh cảm nghề nghiệp sâu sắc, tầm nhìn xa trông rộng, chắc chắn các doanh nghiệp dệt may Việt Nam và Tập đoàn Dệt May Việt Nam sẽ tận dụng các cơ chế, chính sách, các gói hỗ trợ doanh nghiệp trong chương trình phục hồi kinh tế 2 năm 2022-2023 do Quốc hội thông qua tại phiên họp bất thường tháng 12 này, nhất là các chính sách giãn, hoãn, miễn giảm thuế, phí và gói hỗ trợ lãi suất để hình thành các quyết sách đúng đắn, chiến lược, kế hoạch, chiến thuật hợp lý để phát triển doanh nghiệp, làm giàu cho mình và cho đất nước trong năm Nhâm Dần đầy những thách thức và triển vọng đan xen □



Ảnh minh họa

CHUYÊN GIA KINH TẾ PHẠM CHI LAN:

NGÀNH DỆT MAY

LUÔN CÓ VỊ TRÍ QUAN TRỌNG
TRONG NỀN KINH TẾ



Theo chuyên gia kinh tế Phạm Chi Lan, ngành Dệt May luôn có vị trí quan trọng trong việc phục hồi kinh tế năm 2022. Đồng thời, với một ngành thâm dụng lao động như Dệt May, Chính phủ và các địa phương cần có nhiều cơ chế hơn nữa để giúp các doanh nghiệp (DN) khôi phục sản xuất. Đồng thời, với thị trường xuất khẩu đang có dấu hiệu phục hồi, năm 2022 ngành Dệt May sẽ có nhiều tín hiệu khởi sắc.

Thưa bà, bà nhìn nhận thế nào về nền kinh tế năm 2021 vừa qua, cũng như chính sách điều hành của Chính phủ?

Có thể nói, năm 2021 nền kinh tế Việt Nam gặp những khó khăn chưa từng có. Chúng ta cũng đã từng gặp những lần gặp khủng hoảng như: khủng hoảng trước những năm đổi mới, khủng hoảng khu vực cuối những năm 90, khủng hoảng tài chính toàn cầu năm 2008... Nhưng lần này mức độ khủng hoảng còn "kinh khủng" hơn rất nhiều khi làn sóng dịch Covid-19 lần thứ 4 đánh sâu vào những đầu tàu kinh tế của Việt Nam, cũng như những ngành chủ chốt về xuất khẩu. Đó là những

cú đánh hết sức nặng nề, kéo theo Quý 3/2021 Việt Nam có mức tăng trưởng âm 6,17% - điều chưa từng có trong tiến lệ kể từ khi đất nước đổi mới. Điều này đã ảnh hưởng tới bức tranh và mức tăng trưởng cho cả năm 2021. Mặc dù Quý 4/2021 một số ngành đã có những phục hồi nhưng đến nay chưa có ngành nào khôi phục lại được 100% công suất, thậm chí có những đơn vị chỉ mới khôi phục được 30-50% công suất. Do đó, tôi đánh giá đây là một năm vô cùng khó khăn của nền kinh tế.

Đối với việc điều hành của Chính phủ, khi dịch bệnh xảy ra, Chính phủ tập trung vào công tác chống dịch là hoàn toàn đúng đắn, tuy nhiên



■ Người lao động Dệt May nỗ lực hoàn thành mục tiêu "kép"

những giải pháp về phòng chống dịch như giãn cách xã hội quá lâu đã tạo ra những vấn đề lớn cho nền kinh tế và cuộc sống của người dân. Những người bị ảnh hưởng của dịch chỉ một phần, nhưng những người bị ảnh hưởng tới sinh kế lại còn lớn hơn rất nhiều. Điều này, vô hình chung đã góp phần thêm vào việc tăng trưởng âm trong Quý 3. Tuy nhiên, sau đó Chính phủ đã nhanh chóng nhìn nhận và ra Nghị quyết 128. Đây là cách sửa đổi rất cơ bản trong việc phòng chống Covid-19 theo tinh thần sống chung linh hoạt và thích ứng với dịch bệnh, đồng thời giữ được tăng trưởng của kinh tế như nhiệm vụ đã được đề ra.

Năm 2021 chúng ta chứng kiến làn sóng Covid-19 thứ 4 ảnh hưởng nặng nề đến tăng trưởng kinh tế, cũng như dòng vốn FDI, nhất là khu vực phía Nam. Vậy theo bà, chúng ta phải làm thế nào để khôi phục kinh tế trong bối cảnh bình thường mới của năm 2022?

Tôi nghĩ rằng, trong thời gian qua

Quốc hội và Chính phủ đã bàn rất nhiều, đồng thời cuối kỳ họp thứ 2 Quốc hội khóa XV đã đưa ra và phê chuẩn tất cả các gói hỗ trợ cho việc phục hồi kinh tế và hỗ trợ doanh nghiệp. Điều này là vô cùng quan trọng và cần thiết để các ngành, các lĩnh vực và các doanh nghiệp phục hồi dần, cũng như xây dựng đà tăng trưởng cho các năm tiếp theo.

Trong kỳ họp lần này, Quốc hội đã đưa ra rất nhiều về việc phục hồi và tạo lập, xây dựng các nền tảng mới cho tăng trưởng kinh tế. Tuy nhiên, việc phục hồi kinh tế đã là một nhiệm vụ lớn và nặng nề. Nhưng tôi cho rằng, dường như chúng ta mới chỉ bàn đến số tiền mà các chính sách cụ thể lại chưa được bàn thảo sâu. Tôi mong rằng, Nhà nước cần phải lắng nghe cộng đồng doanh nghiệp, có những giải pháp cụ thể và thấu đáo hơn. Ví dụ như lĩnh vực ưu tiên để phục hồi kinh tế, hay những khu vực, doanh nghiệp đã quá yếu kém thì không nhất thiết phải phục hồi. Chúng ta nên dành nguồn lực kinh tế đó cho

Đối với việc điều hành của Chính phủ, khi dịch bệnh xảy ra, Chính phủ tập trung vào công tác chống dịch là hoàn toàn đúng đắn, tuy nhiên những giải pháp về phòng chống dịch như giãn cách xã hội quá lâu đã tạo ra những vấn đề lớn cho nền kinh tế và cuộc sống của người dân. Những người bị ảnh hưởng của dịch chỉ một phần, nhưng những người bị ảnh hưởng tới sinh kế lại còn lớn hơn rất nhiều.

những ngành cần hơn để phát triển cho nền kinh tế. Tôi nghĩ rằng điều này sẽ hiệu quả hơn rất nhiều, cũng như giúp ích được cho người dân và doanh nghiệp.

Hiện nay các chính sách của các địa phương chưa đồng nhất, vẫn có tình trạng “trên nóng dưới lạnh”, vậy theo bà chúng ta phải làm như thế nào để có sự thống nhất, xuyên suốt trong các chỉ đạo của Chính phủ nhằm phục hồi kinh tế?

Tôi cho rằng điều đầu tiên là cần phải có những quy định nghiêm ngặt, minh bạch hơn về việc phân công, phân cấp, phân trách nhiệm, phân quyền cho các địa phương.

Khi phân cấp, phân quyền như vậy thì cần phải phân rõ trách nhiệm của các địa phương, đặc biệt là không được làm những việc Chính phủ không cho phép. Tôi ví dụ rằng việc giãn cách xã hội quá lâu hay đặt ra thêm những quy định vô lý, siết chặt hơn gây khó khăn cho doanh nghiệp và người dân, do đó cần phải có giới hạn quyền cho các địa phương. Đồng thời phân rõ trách nhiệm, kể cả trách nhiệm không thi hành những chỉ đạo của Chính phủ theo kiểu “trên bảo dưới không nghe”, điều này cần phải được xử lý và có chế tài nghiêm khắc với các địa phương.

Ngay cả đối với các Bộ - Ngành, phải có những chế tài khi đưa ra các quy định “vô lý”, đồng thời các cơ đơn vị cấp trên có quyền tước bỏ ngay những quy định phi lý khi các Bộ - Ngành ban hành. Đã có rất nhiều quy định để thời gian rất lâu mới được sửa đổi, điều này gây không ít khó khăn tới doanh nghiệp và người dân.

Mặc dù bị ảnh hưởng nặng nề với dịch bệnh, kim ngạch xuất khẩu ngành Dệt May năm 2021 vẫn cán mốc đạt khoảng 39 tỷ USD, tăng trưởng hơn 10% so với năm 2020. Vậy theo bà, thành công của ngành Dệt May phải chăng do chúng ta đã có những chính sách linh hoạt hay do nội tại từ các doanh nghiệp?

Tôi cho rằng ở đây có 2 yếu tố. Thứ nhất, nó đã thể hiện sức mạnh nội tại



■ Phục hồi việc làm và thu nhập cho người lao động là mục tiêu hàng đầu

của các doanh nghiệp dệt may Việt Nam. Có lẽ đây là một ngành bị cạnh tranh vô cùng gay gắt, chiến đấu để thích nghi với các quy định cao hơn của các Hiệp định FTAs thế hệ mới. Đồng thời, đây cũng là ngành bị ảnh hưởng không nhỏ bởi tình trạng đứt gãy chuỗi cung ứng khi xảy ra chiến tranh thương mại Mỹ - Trung và đại dịch Covid-19. Điều này, một phần gây ra không ít khó khăn, nhưng cũng đã giúp cho các DN dệt may “thức tỉnh” sớm, biết được những thách thức mới đặt ra để tìm cách vượt qua. Từ những điều đó, các DN đã vững vàng hơn và bản lĩnh hơn. Tuy nhiên, đợt dịch lần thứ 4 do biến chủng Delta xảy ra và diễn biến quá nhanh, quá rộng đồng thời các biện pháp giãn cách xã hội quá mức cần thiết đã tạo ra cú sock đối với các DN, nhưng tôi cho rằng các DN dệt may đã có sẵn nội lực và có thể vượt qua.

Đối với chính sách điều hành của Chính phủ, ngành Dệt May luôn có vị trí hết sức quan trọng đối với nền kinh tế. Không chỉ là một ngành đóng góp rất lớn cho xuất khẩu, mà ngay cả số lượng các DN dệt may trong nước (không tính DN FDI) cũng

đã rất lớn. Đây cũng là ngành thu hút và tạo ra việc làm cho đông đảo lao động, được đầu tư tại nhiều địa phương, cho nên công tác điều hành của Chính phủ cũng đã đưa ra được các chính sách để giúp cho các DN trong ngành bớt khó khăn và phục hồi sớm nhất.

Với một ngành thâm dụng lao động như Dệt May, theo bà vai trò của ngành thể hiện như nào khi chúng ta bắt tay vào phục hồi kinh tế?

Tôi nghĩ rằng đây cũng là một trong những việc ngành Dệt May cần phải phục hồi sớm, bởi trong việc phục hồi kinh tế thì việc phục hồi công ăn việc làm cho người lao động là mục tiêu hàng đầu. Hiện nay, một số khu vực, trung tâm kinh tế lớn như TP. Hồ Chí Minh, Bình Dương, Đồng Nai vẫn còn tình trạng thiếu hụt lao động do làn sóng di dân và người lao động bỏ việc về quê. Nhiều lao động vẫn chưa sẵn sàng trở lại làm việc, mặc dù đã có những chính sách ưu đãi. Sau thời gian ảnh hưởng của dịch bệnh, người lao động đang bị “chấn động” về tâm lý, điều này khiến đông đảo người lao



■ Năm 2022, ngành Dệt May có thể hồi phục sớm

động chưa sẵn sàng quay trở lại làm việc, cũng như chờ đợi khi tình hình dịch bệnh ổn hơn, đời sống được cải thiện hơn khi chi phí sinh hoạt tại khu vực như TP. HCM, Bình Dương... hiện đang rất đắt đỏ. Trong điều kiện đó, chúng ta cần phải tổ chức, xây dựng môi trường làm việc tốt hơn thì mới có thể thu hút được lao động quay trở lại, vì vậy vai trò của ngành Dệt May trong việc khôi phục kinh tế là vô cùng lớn.

Trước đó, tôi đã có nhiều lần bày tỏ với báo chí rằng Nhà nước nên có chính sách tốt hơn đối với các DN sử dụng nhiều lao động. Đó là việc chúng ta cần có những nơi ở cho NLĐ nhập cư, hay điều kiện sống tốt hơn cho công nhân tại địa phương. Có thể là ưu đãi về đất đai hay nguồn vốn... để các DN có thể xây dựng các khu nhà ở cho công nhân. Tôi thiên về việc để cho các DN tự chủ trong việc xây dựng hơn là để chính quyền địa phương thực hiện. Bởi trong ngành thì các DN sẽ hiểu rõ hơn cơ cấu lao động, nhu cầu của người lao động, đồng thời việc DN tự chủ động sẽ có chất lượng tốt hơn, chi phí hợp lý và thời gian sử dụng lâu hơn.



Nhà nước nên có chính sách tốt hơn đối với các DN sử dụng nhiều lao động. Đó là việc chúng ta cần có những nơi ở cho NLĐ nhập cư, hay điều kiện sống tốt hơn cho công nhân tại địa phương. Có thể là ưu đãi về đất đai hay nguồn vốn... để các DN có thể xây dựng các khu nhà ở cho công nhân.

Với góc nhìn của một chuyên gia kinh tế, bà đánh giá thế nào về ngành Dệt May của chúng ta trong những năm qua và kỳ vọng của bà đối với ngành trong năm 2022?

Tôi rất kỳ vọng trong năm 2022 ngành Dệt May có thể phục hồi sớm. So với những ngành khác thì ngành Dệt May, cùng với ngành Da giày là một trong những ngành xuất hàng hàng tiêu dùng chúng ta có thể mạnh, cũng như có được sự quan tâm từ

các nhà đầu tư nước ngoài. Hiện thị trường thế giới, nhất là những thị trường xuất khẩu chính của dệt may đang trên đà phục hồi về sức tiêu dùng. Do đó, với tổng cầu cao ở thị trường bên ngoài cộng với nội lực sẵn có của các doanh nghiệp và các chính sách hợp lý của Chính phủ sẽ tạo ra sức bật cho ngành trong năm 2022, thậm chí là “thăng” lớn so với năm 2021.

Xin trân trọng cảm ơn bà!

TOP 10 SỰ KIỆN TIÊU BIỂU VINATEX NĂM 2021

1. ĐƯỢC CHỦ TỊCH NƯỚC GẶP MẶT VÀ BIỂU DƯƠNG LÀ ĐIỂN HÌNH TIÊU BIỂU TRONG THỰC HIỆN MỤC TIÊU KÉP:

Tại buổi gặp mặt các điển hình tiên tiến trong thực hiện mục tiêu kép của ngành Dệt May Việt Nam, Chủ tịch nước Nguyễn Xuân Phúc đã gửi lời thăm hỏi ân cần tới toàn thể công nhân, lao động toàn ngành Dệt May Việt Nam đang đối mặt với nhiều khó khăn do dịch bệnh Covid-19. Phát biểu tại buổi gặp gỡ, Chủ tịch nước Nguyễn Xuân Phúc ghi nhận và đánh giá cao sự nỗ lực vượt khó khăn của hơn 3 triệu lao động toàn ngành Dệt May, mang lại kết quả khá toàn diện, biến nguy thành cơ, thực hiện tốt mục tiêu kép đã đưa ra.

2. HOÀN THÀNH VƯỢT MỨC KẾ HOẠCH SXKD:

Năm 2021, các doanh nghiệp thuộc Tập đoàn Dệt May Việt Nam phải đối mặt với nhiều khó khăn thách thức do làn sóng dịch Covid - 19 lần thứ 4 đem lại. Tuy nhiên, với sự chỉ đạo, điều hành sát sao của lãnh đạo Tập đoàn, lãnh đạo các doanh nghiệp thành viên và sự chia sẻ, đồng lòng cùng vượt khó của toàn thể CBCNV, lao động Tập đoàn Dệt May Việt Nam đã hoàn thành vượt mức mọi chỉ tiêu Đại hội cổ đông giao. Trong đó, lợi nhuận trước thuế hợp nhất năm 2021 đạt 1.200 tỷ đồng, vượt 70% kế hoạch.

3. TĂNG CƯỜNG HỢP TÁC, MỞ RỘNG THỊ TRƯỜNG:

Với định hướng sẽ trở thành một điểm đến có thể cung cấp giải pháp trọn gói cho khách hàng doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng toàn cầu, trong năm 2021, lãnh đạo Tập đoàn Dệt May Việt Nam đã có nhiều buổi gặp gỡ, trao đổi trực tiếp với lãnh đạo các Tập đoàn lớn của Rieter, Dassy và Itochu để bàn về các kế hoạch hợp tác phát triển chuỗi giá trị mới và mở rộng thị trường xuất khẩu.

4. TỔ CHỨC THÀNH CÔNG NGÀY HỘI CÔNG NHÂN, PHIÊN CHỢ NGHĨA TÌNH XUÂN TÂN SỬU 2021:

Tập đoàn Dệt May Việt Nam đã phối hợp với Công đoàn Dệt May Việt Nam tổ chức thành công Chương trình Tết sum vầy – Ngày hội Công nhân – Phiên chợ nghĩa tình Xuân Tân Sửu 2021. Chương trình được tổ chức tại 3 khu vực Bắc – Trung – Nam, mỗi khu vực 2 điểm bán hàng. Việc tổ chức ngày hội bán hàng trợ giá vừa là hoạt động chăm lo cho người lao động, vừa là dịp để giao lưu, kết nối giữa các doanh nghiệp dệt may, mang đến cho công nhân các sản phẩm có chất lượng tốt với giá cả phải chăng, nhằm giảm bớt một phần khó khăn cho người lao động.

5. TRIỂN KHAI NHIỀU GIẢI PHÁP HỖ TRỢ DOANH NGHIỆP, NLĐ TRONG DỊCH COVID- 19:

Để kịp thời hỗ trợ, động viên các doanh nghiệp bị tác động nặng nề bởi dịch bệnh, Tập đoàn Dệt May Việt Nam đã phối hợp với CĐ ngành Dệt May triển khai nhiều hoạt động hỗ trợ doanh nghiệp, NLĐ như: Hỗ trợ thêm tiền ăn cho LĐ sản xuất 3 tại chỗ mức 1 triệu đồng/lần; trợ cấp cho gia đình công nhân bị tử vong do Covid, mức 5 triệu đồng/người; hỗ trợ hơn 800 lao động F0 với mức 3 triệu đồng/người; hỗ trợ hơn 1.000 trường hợp F1 có hoàn cảnh khó khăn với mức 1,5 triệu/người và hơn 15.000 LĐ nghỉ dịch cách ly có hoàn cảnh khó khăn với mức từ 200 đến 1 triệu/người). Hỗ trợ cho 33 CĐCS với số tiền gần 1,4 tỷ đồng, trao sổ tiết kiệm cho 17 trẻ mồ côi có bố mẹ là đoàn viên, NLĐ không may tử vong vì dịch Covid-19 với số tiền 10 triệu đồng/suất. Tổng số tiền chăm lo cho NLĐ và đồng hành cùng doanh nghiệp được chi từ nguồn kinh phí của CĐ Dệt May Việt Nam gần 35 tỷ đồng... Nhờ luôn quan tâm, đồng hành cùng NLĐ mọi lúc, mọi nơi và trong mọi hoàn cảnh nên ngay sau khi các DN được hoạt động trở lại sau giãn cách thì trên 95% NLĐ trong hệ thống đã quay lại làm việc.

6. CHỦ ĐỘNG TIÊM VẮC XIN CHO NGƯỜI LAO ĐỘNG:

Ngay khi đợt dịch Covid -19 lần thứ 4 bùng phát ở Việt Nam, Vinatex đã có văn bản chính thức gửi đến Ban chỉ đạo Nhà nước về phòng, chống dịch Covid-19 với thông điệp các doanh nghiệp của Vinatex sẵn sàng chi trả tất cả các chi phí dành cho việc tiêm vắc xin cho toàn thể CBCNV-NLĐ. Tập đoàn Dệt May Việt Nam đã chủ động trong việc vận động vắc xin, vì vậy, trước khi người lao động được tiêm ở địa phương thì đã được doanh nghiệp triển khai tiêm. Hiện tại, 100% người lao động thuộc Tập đoàn đã được tiêm vắc xin.

7. TRAO TẶNG TRANG THIẾT BỊ PHÒNG CHỐNG DỊCH CHO CÁC ĐỊA PHƯƠNG, BỆNH VIỆN:

Nhằm chung tay hỗ trợ các địa phương và bệnh viện trong cuộc chiến chống dịch Covid – 19, Tập đoàn Dệt May Việt Nam và các đơn vị thành viên đã tổ chức nhiều chương trình ủng hộ, đồng hành cùng các đơn vị, địa phương trong công tác phòng, chống dịch bệnh. Trong đó, toàn Tập đoàn đã đóng góp cho Quỹ vắc xin phòng chống Covid-19 của Chính phủ gần 14 tỉ đồng. Ngoài ra, Tập đoàn và các đơn vị trong hệ thống đã trao nhiều trang thiết bị cho địa phương và bệnh viện như áo choàng mổ bệnh nhân, quần áo bệnh nhân, chăn, ga, gối, khẩu trang... với số tiền hàng chục tỷ đồng.

8. XÂY DỰNG VĂN HÓA HỌC TẬP VINATEX:

Tập đoàn Dệt May Việt Nam đã tổ chức các chương trình đào tạo nội bộ trực tuyến (không thu phí) cho các học viên là cán bộ quản lý cấp trung, cán bộ nguồn của Tập đoàn, đến từ các đơn vị thành viên. Các khóa đào tạo này đã củng cố và cập nhật kiến thức cho các cán bộ lãnh đạo cấp trung tại các doanh nghiệp trong hệ thống của Tập đoàn; đồng thời góp phần nâng cao chất lượng nhân sự quản lý cấp trung, duy trì và nâng cao hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp trong điều kiện mới. Đặc biệt, Tập đoàn đã tổ chức riêng một lớp đào tạo để hướng dẫn CBCNV chủ chốt của văn phòng Tập đoàn và các đơn vị thành viên về năng lực triển khai chuyển đổi số của Vinatex. Cùng với đó, Tập đoàn đã tổ chức hơn 20 buổi Hội thảo trực tuyến để đào tạo chiến lược cho cán bộ các doanh nghiệp thành viên.

9. TĂNG CƯỜNG CÔNG TÁC CHUYỂN ĐỔI SỐ:

Nhận thức rõ sự cấp thiết của chuyển đổi số trong doanh nghiệp, ngay từ đầu năm 2021, Đảng ủy Tập đoàn Dệt May Việt Nam đã tổ chức Hội nghị Ban Thường vụ Đảng ủy Tập đoàn về Chuyển đổi số “Chuyển đổi số của Tập đoàn Dệt May Việt Nam giai đoạn 2021-2025”. Ban Thường vụ Đảng ủy Tập đoàn Dệt May Việt Nam đã ban hành QĐ Thành lập BCGD chuyển đổi số gồm 8 thành viên do ông Lê Tiến Trường- Bí thư Đảng ủy, Chủ tịch HĐQT là Trưởng ban. Tổng Giám đốc Tập đoàn ban hành QĐ Thành lập Ban Quản lý Dự án Chuyển đổi số của Tập đoàn Dệt May Việt Nam để xây dựng và triển khai thực hiện Đề án “Chuyển đổi số trong Tập đoàn Dệt May Việt Nam giai đoạn 2021 – 2025” gồm 23 thành viên do ông Phạm Văn Tân – Phó Tổng Giám đốc Tập đoàn là Trưởng ban. Trong năm 2021, Tập đoàn đã hình thành quy hoạch tổng thể mô hình quản trị vận hành sau khi số hóa các tác nghiệp cụ thể từ công ty mẹ đến các công ty thành viên.

10. TĂNG TỐC ĐẦU TƯ NÂNG CAO NĂNG LỰC CHUỖ CUNG ỨNG:

Để nâng cao năng lực cạnh tranh chung toàn Tập đoàn, đáp ứng được yêu cầu quy tắc xuất xứ của các Hiệp định Thương mại tự do như CPTPP và EVFTA... trong năm 2021, bên cạnh việc đầu tư chiều sâu để nâng cao năng lực của các đơn vị thì Tập đoàn Dệt May đã đưa vào hoạt động 2 nhà máy Sợi mới đó là:

- Nhà máy Sợi 3, Công ty CP Sợi Phú Bài với quy mô 3,2 vạn cọc sợi, đi vào hoạt động từ tháng 6/2021. Đây là Nhà máy có quy mô 2 tầng đầu tiên trong hệ thống các đơn vị trực thuộc Vinatex.
- Nhà máy Sợi 2, Công ty CP Vinatex Phú Hưng với quy mô 2,28 vạn cọc sợi, đi vào hoạt động từ tháng 10/2021.



DOANH NGHIỆP
có doanh thu
LỚN NHẤT
TẬP ĐOÀN



TỔNG CÔNG TY CP MAY VIỆT TIẾN:



Vốn điều lệ

441

tỷ đồng



% vốn Tập đoàn

30,4%



Lao động bình quân

5.552

người

Chỉ tiêu

2021

2022



Doanh thu

5.914

tỷ đồng

6.500

tỷ đồng



Kim ngạch xuất khẩu

361,476

triệu USD

379,550

triệu USD

Chỉ tiêu

2021

2022



Thu nhập bình quân NLD

6,7

triệu đồng

6,8

triệu đồng



Cổ tức

10%

15%

TỔNG CÔNG TY CP DỆT MAY HÒA THỌ:



Vốn điều lệ

225

tỷ đồng



% vốn Tập đoàn

64,96%



Lao động bình quân

9.581

người

Chỉ tiêu

2021

2022



Doanh thu

3.700

tỷ đồng

4.000

tỷ đồng



Kim ngạch xuất khẩu

208,450

triệu USD

223,700

triệu USD

Chỉ tiêu

2021

2022



Thu nhập bình quân NLD

8

triệu đồng

8,5

triệu đồng



Cổ tức

10%

20%

3.

TỔNG CÔNG TY MAY 10 – CTCP



Vốn điều lệ

302,4
tỷ đồng



% vốn Tập đoàn

33,82%



Lao động bình quân

7.170 người

Chỉ tiêu	2021	2022
 Doanh thu	3.356 tỷ đồng	3.800 tỷ đồng
 Kim ngạch xuất khẩu	187,956 triệu USD	244,343 triệu USD

Chỉ tiêu	2021	2022
 Thu nhập bình quân NLD	7,8 triệu đồng	8,3 triệu đồng
 Cổ tức	12%	15%

5.

TỔNG CÔNG TY CP PHONG PHÚ



Vốn điều lệ

746,749
tỷ đồng



% vốn Tập đoàn

50,1%



Lao động bình quân

1.887
người

Chỉ tiêu	2021	2022
 Doanh thu	2.043 tỷ đồng	2.375 tỷ đồng
 Kim ngạch xuất khẩu	31,853 triệu USD	40,701 triệu USD

Chỉ tiêu	2021	2022
 Thu nhập bình quân NLD	8,6 triệu đồng	9,2 triệu đồng
 Cổ tức	15%	20%

TỔNG CÔNG TY MAY ĐỨC GIANG

4.



Vốn điều lệ

89,996
tỷ đồng



% vốn Tập đoàn

35,21%



Lao động bình quân

1.580
người

Chỉ tiêu	2021	2022
 Doanh thu	2.236 tỷ đồng	2.442 tỷ đồng
 Kim ngạch xuất khẩu	135,456 triệu USD	168,689 triệu USD

Chỉ tiêu	2021	2022
 Thu nhập bình quân NLD	9,49 triệu đồng	
 Cổ tức	15%	15%

CÔNG TY CP DỆT MAY HUẾ

6.



Vốn điều lệ

100
tỷ đồng



% vốn Tập đoàn

63,9%



Lao động bình quân

4.570
người

Chỉ tiêu	2021	2022
 Doanh thu	1.760 tỷ đồng	1.860 tỷ đồng
 Kim ngạch xuất khẩu:	148,236 triệu USD	132,749 triệu USD

Chỉ tiêu	2021	2022
 Thu nhập bình quân NLD	6,86 triệu đồng	7,17 triệu đồng
 Cổ tức	15%	30%

7.

TỔNG CÔNG TY MAY NHÀ BÈ - CTCP



Vốn điều lệ

182
tỷ đồng



% vốn Tập đoàn

27,69%



Lao động bình quân

3.049
người

Chỉ tiêu	2021	2022
 Doanh thu	1.700,671 tỷ đồng	3.000 tỷ đồng

 Kim ngạch xuất khẩu	144,320 triệu USD	190,510 triệu USD
-------------------------	----------------------	----------------------

Chỉ tiêu	2021	2022
 Thu nhập bình quân NLĐ	7,5 triệu đồng	11 triệu đồng

 Cổ tức	10%	15%
------------	-----	-----

9.

CÔNG TY CP SỢI PHÚ BÀI



Vốn điều lệ

95
tỷ đồng



% vốn Tập đoàn

53,85%



Lao động bình quân

880
người

Chỉ tiêu	2021	2022
 Doanh thu	1.050 tỷ đồng	1.400 tỷ đồng

 Kim ngạch xuất khẩu	39,5 triệu USD	54,5 triệu USD
-------------------------	-------------------	-------------------

Chỉ tiêu	2021	2022
 Thu nhập bình quân NLĐ	8,5 triệu đồng	9,2 triệu đồng

 Cổ tức	30%	30%
------------	-----	-----

8.

TỔNG CÔNG TY VIỆT THẮNG - CTCP



Vốn điều lệ

210
tỷ đồng



% vốn Tập đoàn

46,93%



Lao động bình quân

1.671
người

Chỉ tiêu	2021	2022
 Doanh thu	1.529,409 tỷ đồng	1.610,2 tỷ đồng

 Kim ngạch xuất khẩu	8,550 triệu USD	10,3 triệu USD
-------------------------	--------------------	-------------------

Chỉ tiêu	2021	2022
 Thu nhập bình quân NLĐ	8,5 triệu đồng	9,5 triệu đồng

 Cổ tức	25%	25%
------------	-----	-----

10.

CÔNG TY CP MAY HỮU NGHỊ



Vốn điều lệ

118,9
tỷ đồng



% vốn Tập đoàn

29,24%



Lao động bình quân

2.855
người

Chỉ tiêu	2021	2022
 Doanh thu	769,373 tỷ đồng	850 tỷ đồng

 Kim ngạch xuất khẩu	33,463 triệu USD	
-------------------------	---------------------	--

Chỉ tiêu	2021	2022
 Thu nhập bình quân NLĐ	8,2 triệu đồng	9,9 triệu đồng

 Cổ tức	20%	20%
------------	-----	-----

11.

CÔNG TY CP TỔNG CÔNG TY MAY ĐỒNG NAI



Vốn điều lệ

109,356
tỷ đồng



% vốn Tập đoàn

25,7%



Lao động bình quân

1.958
người

Chỉ tiêu

2021

2022



Doanh thu

740
tỷ đồng

1.200
tỷ đồng



Thu nhập
bình quân NLD

8
triệu đồng

9
triệu đồng



Kim ngạch
xuất khẩu

16,828
triệu USD

21,876
triệu USD



Cổ tức

8%

12%

TỔNG CÔNG TY MAY HƯNG YÊN - CTCP

12.



Vốn điều lệ

162,597
tỷ đồng



% vốn Tập đoàn

35,01%



Lao động bình quân

2.520
người

Chỉ tiêu

2021

2022



Doanh thu

736,1
tỷ đồng

540
tỷ đồng



Thu nhập
bình quân NLD

7,6
triệu đồng

7,6
triệu đồng



Kim ngạch
xuất khẩu

85,660
triệu USD

78
triệu USD



Cổ tức

25%

15%

NBC

TỔNG CÔNG TY CP MAY NHÀ BÈ



Kính chúc Quý Khách hàng
và Đối tác năm mới Nhâm Dần

Phúc Vương
An Khang

TỔNG CÔNG TY CỔ PHẦN MAY NHÀ BÈ

SÁNG TẠO - HỌC HỎI

- Tạo dựng nguồn thu nhập ổn định
- Luôn chăm lo cuộc sống của người lao động
- Xây dựng nền tảng cho sáng tạo và phát triển

LIÊN HỆ TUYỂN DỤNG

0975.192.498

0906.811.324

077.895.9337

DE CELSO

mattana

novelty

Địa chỉ: Số 4, Đường Bến Nghé, Phường Tân Thuận Đông, Quận 7, TP. Hồ Chí Minh

ĐT: (028) 3872 0077 - 3872 9124 Fax: (028) 3872 5107

Email: info@nhabe.com.vn Website: www.nhabe.com.vn

VAI TRÒ CÁC NGÀNH THÂM DỤNG LAO ĐỘNG TRONG CƠ CẤU NỀN KINH TẾ VIỆT NAM GIAI ĐOẠN 2021-2030

VẬN HÀNH 3 TRỤ CỘT KINH TẾ - AN SINH - MÔI TRƯỜNG

Bài: Ông LÊ TIẾN TRƯỜNG

Chủ tịch HĐQT Tập đoàn Dệt May Việt Nam



Ông LÊ TIẾN TRƯỜNG

Chủ tịch HĐQT Vinatex

ĐẶT VẤN ĐỀ

Đại hội Đảng toàn quốc lần thứ 13 tháng 1/2021 đã xác định các mục tiêu chủ yếu cho phát triển kinh tế Việt Nam đến năm 2030 nhân dịp kỷ niệm 100 năm ngày thành lập Đảng Cộng sản Việt Nam, định hướng đến năm 2045 nhân dịp kỷ niệm 100 năm ngày thành lập nước Việt Nam Dân chủ Cộng hòa nay là nước CHXHCN Việt Nam, trong đó nhấn mạnh mục tiêu trọng tâm là:

Đến năm 2025, kỷ niệm 50 năm giải phóng hoàn toàn miền Nam, thống nhất đất nước: là nước đang phát triển, có công nghiệp theo hướng hiện đại, vượt qua mức thu nhập trung bình thấp, đạt GDP đầu người 4.700-5.000 USD.

Đến năm 2030 kỷ niệm 100 năm thành lập Đảng: là nước đang phát triển, có công nghiệp hiện đại, thu nhập trung bình cao với GDP đầu người đạt 7.500 USD.

Trong định hướng phát triển kinh tế 2021-2025 tập trung chủ yếu vào: **“Đổi mới mạnh mẽ mô hình tăng trưởng, cơ cấu lại nền kinh tế, nâng cao năng suất, chất lượng, hiệu quả và sức cạnh tranh của nền kinh tế”** và nhấn mạnh một số nội dung mới của mô hình:

Mô hình tăng trưởng mới cần tận dụng tốt cơ hội của cuộc Cách mạng công nghiệp lần thứ 4, cần dựa trên tiến bộ KHCN, sáng tạo và đổi mới.

Phát triển các sản phẩm có lợi thế cạnh tranh, sử dụng công nghệ cao, thân thiện môi trường, tham gia hiệu quả vào chuỗi cung ứng toàn cầu.

Xác định kinh tế số đến 2025 chiếm khoảng 20% nền kinh tế, đến 2030 chiếm 30%.

Xoá bỏ mọi rào cản, định kiến với kinh tế tư nhân, phấn đấu đến 2030 có 2 triệu doanh nghiệp. Đóng góp của khối tư nhân chiếm 60-65% tổng GDP cả nước.

Lựa chọn phát triển một số ngành trọng điểm, dựa trên công nghệ hiện đại, có giá trị gia tăng cao.

Quy hoạch không gian lãnh thổ quốc gia một cách hợp lý, phát huy tốt nhất các lợi thế đặc thù của mỗi vùng, địa phương và tăng cường tính liên kết nội vùng và liên vùng để tham gia vào chuỗi giá trị toàn cầu, tạo không gian phát triển mới.

Với đặc điểm Việt Nam là nước có dân số đông, dự báo đến 2030 có 105 triệu dân, dân số trong độ tuổi lao động lớn nhưng tốc độ già hoá dân số khá nhanh (dự báo đến 2025 trên 20% dân số sẽ trên 65 tuổi), tỷ trọng dân số trong khu vực nông nghiệp có thu nhập thấp hơn bình quân GDP đầu người chung của cả nước còn lớn, cơ sở hạ tầng còn đang ở mức thấp trong hệ thống đánh giá chung của thế giới.

Nếu lùi lại một khoảng thời gian từ 2018 đến 2020 thì sự phân bổ GDP có sự khác biệt: GDP trong công nghiệp và xây dựng chiếm 34,15%, dịch vụ và thương mại chiếm 41,46%, nông, lâm nghiệp và thủy sản chiếm 14,5% và thuế sản phẩm, trợ cấp sản phẩm chiếm 9,89%.

Với đóng góp trong GDP như vậy nhưng việc phân bổ lao động tại các khu vực kinh tế còn nhiều vấn đề cần phải giải quyết vì hiện nay có khoảng 50 triệu lao động trên 98 triệu dân được phân bổ trong khu vực nông lâm thủy sản có 13,9 triệu người; khu vực công nghiệp và xây dựng có 16,4 triệu người và khu vực dịch vụ có 19,6 triệu người.

Theo báo cáo Việt Nam của Ngân hàng thế giới (WB) (cập nhật 7/4/2021), Chỉ số vốn nhân lực của

Thực trạng về lao động, việc làm và đóng góp của mỗi khu vực ngành kinh tế trong GDP hiện nay (số liệu hết tháng 6-2021 của GSO)



Việt Nam là 0,69. Điều đó có nghĩa là một em bé Việt Nam được sinh ra tại thời điểm hiện nay khi lớn lên gia nhập thị trường lao động sẽ đạt mức năng suất bằng 69% so với cùng lứa trẻ đó được học tập và chăm sóc đầy đủ sống ở các nước công nghiệp có thu nhập cao. Đây cũng là một giới hạn của Việt Nam trên con đường hướng tới nước phát triển, chỉ số vốn nhân lực của Việt Nam là cao so với các nước có thu nhập trung bình thấp, nhưng lại là thấp so với các nước thu nhập trung bình cao và khá xa so với các nước phát triển, mục tiêu mà chúng ta mong muốn vào năm 2045.

Theo báo cáo của WB thì tỷ lệ phụ thuộc ở Việt Nam là khoảng 45% vào năm 2020, tức là dân số ngoài độ tuổi lao động (dưới 15 tuổi và trên 65 tuổi) bằng 45% số lượng trong độ tuổi lao động. Tuy nhiên trên thực tế về báo cáo việc làm thì tỷ lệ phụ thuộc này có thể lên tới 82%.

Báo cáo trên của WB cũng cho thấy thách thức lớn đối với sự phát triển liên tục của các dịch vụ cơ sở hạ tầng hiện đại cần thiết cho giai đoạn tăng trưởng tiếp theo khi mà Việt Nam còn

xếp hạng 89/137 quốc gia về chất lượng cơ sở hạ tầng.

Việt Nam ở xuất phát điểm thấp vào năm 2020 có quy mô nền kinh tế sau đánh giá lại khoảng 340 tỷ USD (trước đánh giá lại là 271 tỷ USD), với mục tiêu năm 2030 đạt 7.500USD/người và quốc gia có 105 triệu dân thì quy mô kinh tế cần đạt trên 780 tỷ USD. Áp lực tốc độ phát triển là rất lớn, con đường duy nhất là mọi người có khả năng lao động đều có cơ hội lao động để đóng góp vào tổng GDP cả nước. Như vậy, người lao động có thu nhập được điều tiết bởi luật lao động, lương tối thiểu, hạn chế tạo lập bất bình đẳng thu nhập giữa khu vực có việc làm và thiếu việc làm. Việc tạo tối đa việc làm cũng là cơ hội để mọi người dân được tham gia các chính sách an sinh xã hội do luật lao động quy định và được hưởng phúc lợi xã hội ngày được nâng cao do khả năng tích lũy của nhà nước tăng lên.

Theo báo cáo Dự báo dân số Việt Nam giai đoạn 2014-2049 do Tổng cục Thống kê Việt Nam và Quỹ Dân số của Liên hợp quốc (UNFPA) xuất bản năm 2016 (NXB Thông tấn) thì dân số đến 2025 là khoảng 100 triệu

người. Với hệ số phụ thuộc là 0,475, năm 2025, sẽ có khoảng 67,8 triệu dân trong độ tuổi lao động, năm 2030, số dân trong độ tuổi lao động còn cao hơn, xấp xỉ 70 triệu dân.

Với giả thiết xây dựng mô hình kinh tế toàn dụng lao động, trên cơ sở lực lượng lao động có việc làm trung bình gần đây khoảng 53 triệu thì trong 5 năm tới cần tạo thêm việc làm cho khoảng 13 triệu lao động, trung bình khoảng 2,6 triệu lao động/năm.

VAI TRÒ CỦA CÁC NGÀNH THÂM DỤNG LAO ĐỘNG TRONG CƠ CẤU NỀN KINH TẾ

Nhìn vào số liệu GDP trên đầu người của các khu vực trong 6 tháng đầu năm 2021 có thể thấy khu vực dịch vụ đang tạo ra giá trị đầu người cao hơn mức cần phấn đấu của trung bình toàn thị trường lao động năm 2025, khu vực công nghiệp và xây dựng chỉ cần 1 năm tăng trưởng khoảng 3% là đạt mức trung bình toàn thị trường lao động. Tuy nhiên khu vực nông, lâm, thủy sản hiện có mức thu nhập trung bình chỉ tương đương 40% mức cần có năm 2025. Như vậy, bên cạnh cải thiện năng suất, khu vực này còn có nhu cầu rút bớt lao động khoảng



■ Lãnh đạo Tập đoàn trao đổi với lãnh đạo các Ban về chiến lược giai đoạn 2022-2025

20-25% so với hiện nay, tương đương khoảng 3 – 3,2 triệu lao động. Rõ ràng với cách tiếp cận này khu vực dịch vụ và công nghiệp xây dựng sẽ có nhiệm vụ cần tạo ra khoảng 16 triệu việc làm trong 5 năm tới nếu muốn đạt mức bình quân chung khoảng 7.000USD/người lao động/năm vào năm 2025.

Chính vì vậy, quan điểm tiếp cận trong tái cơ cấu nền kinh tế nên là: **“Tái cơ cấu mô hình kinh tế trên cơ sở nền tảng của Cách mạng công nghệ 4.0, toàn dụng lao động quốc gia, đảm bảo an sinh, phúc lợi xã hội. Trong đó toàn dụng lao động quốc gia là mục tiêu trung tâm để gợi mở phương án tái cơ cấu nền kinh tế nhằm đảm bảo ổn định xã hội, dân giàu nước mạnh”**. Để xây dựng mô hình phát triển kinh tế, mô hình mới sẽ góp phần phân bổ nguồn lực quốc gia còn hạn hẹp để trả lời câu hỏi:

- Những ngành nào sẽ cần được quan tâm định hướng cho đầu tư phát triển? Những ngành đó tạo ra bao nhiêu việc làm? Vấn đề cơ cấu lực lượng lao động vào các ngành tạo ra giá trị cao như thế nào?

- Chính sách tác động vào khu vực dịch vụ tạo tăng trưởng.

- Định hướng và không gian phát triển các ngành công nghiệp.

- Chính sách phát triển công nghiệp.

Và một câu hỏi riêng cho ngành thâm dụng lao động như Dệt May đó là Dệt May có còn là ngành nằm trong cơ cấu kinh tế Việt nam đến 2030, tầm nhìn 2045 không? Nếu còn thì đảm nhiệm vai trò vị trí như thế nào?

Với lĩnh vực dệt may, quan niệm cho đây là một ngành giá trị gia tăng thấp, sử dụng nhiều lao động nhưng thu nhập cũng thấp là chưa chính xác. Nó mới chỉ xuất phát từ cách làm của chúng ta, chứ không phải là bức tranh chung của dệt may thế giới.

Trên thực tế, hiện nay ngành dệt may vẫn tồn tại ở các nước phát triển thu nhập gấp 10-15 lần Việt Nam như Pháp, Ý, Đức... cho các phân khúc cao cấp, hàng hiệu. Nhưng tương đồng với Việt Nam là các quốc gia sản xuất quy mô lớn như Trung Quốc, Ấn Độ thì dệt may vẫn được xác định là ngành kinh tế trọng điểm. Kế hoạch 5 năm lần thứ 14 của Trung Quốc ban hành tháng 4-2021 tiếp tục có mục tiêu trọng tâm cho ngành dệt may dù GDP đầu người Trung quốc đã vượt mức 10,000USD/người. Trung

Quốc vẫn xác định ngành dệt may thế giới có quy mô tới 1800 tỷ USD trong đó có 800 tỷ USD thông qua xuất nhập khẩu từ các nước sản xuất vào các nước tiêu thụ. Xu hướng dịch chuyển làm tăng kim ngạch xuất nhập khẩu vẫn diễn ra làm quy mô của ngành này với các nước sản xuất có tốc độ tăng CAGR ~6-7% là mức tốt trong các ngành sản xuất. Trung Quốc đặt mục tiêu đến 2030 cung ứng tới 40% nhu cầu ngành dệt may thế giới với KNXXK khoảng 300 tỷ USD, tuy nhiên có dịch chuyển giảm tỷ trọng hàng may mặc từ 39% xuống khoảng 33%, tăng hàng dệt công nghiệp từ 30%-35% tổng lượng xuất khẩu dệt may của Trung Quốc. Đặt ra nhiều mục tiêu xanh hoá ngành dệt may như tỷ lệ sử dụng nguyên liệu tái chế sẽ chiếm 15-30% tổng lượng sử dụng, trong khi năng lượng sử dụng giảm 18%. Đặt mục tiêu số doanh nghiệp quy mô trên 1,5 tỷ USD doanh thu 1 năm lên 50 công ty. Ngành dệt may vẫn có nhiệm vụ tạo việc làm và thu nhập tương đương GDP đầu người tức là trên 12.000 USD/năm hiện nay và lên xấp xỉ 18.000 USD/năm vào năm 2030 cho khoảng 15 triệu lao động. Như vậy có thể kết luận, với GDP đầu người đến 2030 phấn đấu đạt 7500 USD, đến 2045 khoảng trên 12.000 USD thì ngay cả đến 2045

dệt may cũng chưa phải là đã hết lợi thế cạnh tranh trong sản xuất từ Việt Nam. Chưa cần bị loại bỏ ra khỏi cơ cấu kinh tế, nhưng cần đổi mới triệt để cách làm đảm bảo 3 trụ cột kinh tế - an sinh – môi trường.

Với thực tế của Việt Nam hiện nay, chúng ta khó hình thành những sản phẩm đột phá về công nghệ so với thế giới nhưng chúng ta lại đang ở thời kỳ dân số vàng. Vì vậy, không thể coi nhẹ ngành công nghiệp dệt may mà phải coi đây là ngành quan trọng trong vòng vài chục năm tới vì **sử dụng được số lượng lớn lực lượng lao động tay nghề đào tạo ngắn hạn (dưới 3 tháng) nhưng lại có thu nhập cao hơn 2-3 lần lao động nông nghiệp**. Vấn đề là phải tập trung đầu tư xây dựng công nghiệp dệt may đáp ứng được yêu cầu cao của các hiệp định thương mại tự do mới là đi từ sợi để từng bước tham gia được cả vào 4 công đoạn: thiết kế - sản xuất nguyên liệu – gia công – phân phối của ngành công nghiệp dệt – may trong vòng 20-30 năm tới, giúp giải quyết được việc làm cho một số lượng lớn lao động nông nghiệp chuyển đổi nghề. Do vậy, phải gắn phát triển công nghiệp dệt – may với quá trình công nghiệp hóa nông nghiệp nông thôn, đô thị hóa nông thôn Việt Nam.

Hiện tại dệt may Việt Nam đang sử dụng khoảng 2,5 triệu lao động trên cả nước, tạo ra KNXXK 40 tỷ USD, thặng dư thương mại (kim ngạch XK trừ đi KN nhập khẩu nguyên phụ liệu cho dệt may) đạt gần 20 tỷ USD là ngành có thặng dư cao nhất trong các ngành xuất khẩu do có tỷ lệ nội địa hoá khả quan nhất. Đồng thời đang chi trả thu nhập cho NLD khoảng 3800 USD/người/năm. Với mục tiêu khả thi có thể đạt KNXXK khoảng 70 tỷ USD đến năm 2030, ngành dệt may hoàn toàn có thể sử dụng khoảng 4 triệu lao động trực tiếp (tăng 1,5 triệu so với hiện nay) và tạo việc làm cho 1,5 triệu lao động dịch vụ phục vụ ngành. Cùng với tỷ lệ hưu trí tự nhiên 5%/năm, mỗi năm ngành có thể tạo việc làm cho 250.000-300.000 việc làm mới.

Để đạt được mục tiêu này trước hết

cần thay đổi tư duy về ngành dệt may của đất nước lớn thứ 2 về xuất khẩu dệt may trên thế giới. Do đó không thể sản xuất phân tán, vụn vặt, quy mô nhỏ, không có ngành sản xuất nguyên liệu và ngành nghiên cứu phát triển về vật liệu, thiết kế. Kinh nghiệm từ quy hoạch dệt may của 2 quốc gia lớn nhất thế giới là Trung Quốc và Ấn Độ thì nhà nước đều có đầu tư các khu tập trung lớn quy mô hàng ngàn hecta cho sản xuất nguyên liệu và khoảng 20% nguyên liệu được làm đến khâu may tại KCN. Xác thực vai trò của một điểm đến cung ứng trọn gói giải pháp cho người mua hàng hoá dệt may toàn cầu. Tại Trung quốc, có những địa phương cấp huyện được quy hoạch chiến lược chuyên sản xuất vải như tại Thiệu Hưng – Chiết Giang với quy mô KNXXK của huyện lên trên 25 tỷ USD/năm, có lợi thế cạnh tranh lớn về quy mô, giao hàng nhanh, giao được trọn gói các loại mặt hàng và kích cỡ đơn hàng từ nhỏ đến lớn. Chính nhờ các trung tâm này mà hiện nay xuất khẩu dệt may của Trung Quốc trên 300 tỷ USD thì hàng may mặc chỉ còn khoảng 140 tỷ USD, còn lại là nguyên liệu công nghiệp, kể cả ngành sản xuất thiết bị dệt may cũng được tích hợp chung vào chiến lược phát triển dệt may.

Với cách tiếp cận đó, ít nhất Việt Nam cần 8- 10 khu công nghiệp quy mô trên 1000 ha cho dệt may với 1 ở Trung du Bắc bộ, 2 đồng bằng Nam sông Hồng, 1 Bắc trung bộ, 2 ở Trung bộ và Nam trung bộ, 2 ở Nam bộ. Các khu CN cần có điều kiện tiếp cận giao thông thuận tiện với cảng biển, có quy hoạch để xây dựng KTX cho công nhân. Mỗi khu công nghiệp sẽ có module đầu tư từ 1 triệu – 1,5 triệu cọc sợi, khả năng sản xuất 150 triệu mét vải dệt thoi, 60.000 tấn dệt kim, và khoảng 250 triệu sản phẩm may. Toàn khu đạt KNXXK từ 2,3-2,5 tỷ USD, thu hút 25-30.000 lao động. Các khu tập trung chủ yếu sản xuất nguyên liệu nên sử dụng ít lao động, kim ngạch xuất khẩu trên đầu người cao gấp 3-4 lần hiện nay (hiện nay 40-50.000 lao động mới tạo ra 1 tỷ USD kim ngạch xuất khẩu nếu chỉ dựa vào khâu may) Dệt may cùng các ngành thâm dụng lao động đảm bảo hài hòa phát triển

kinh tế xã hội theo mô hình tam giác phát triển: kinh tế - môi trường sống – an sinh phúc lợi xã hội. Trong đó chú trọng việc quy hoạch hạ tầng cho lao động sống ổn định cả về văn hoá – tinh thần – giáo dục.

Trong quá trình phát triển kinh tế, tất yếu là chúng ta phải có tác động vào hệ cân bằng sinh thái – môi trường sống của con người. Vấn đề là sau đó chúng ta ứng xử thế nào. Với dệt may, hiện nay vấn đề các địa phương lo ngại là nước thải khi sản xuất vải, tuy nhiên không thể tiếp cận theo hướng có rủi ro thì không cho làm, mà nên quản trị rủi ro theo pháp luật. Có quy định, có đánh giá cấp phép hoạt động và sẵn sàng đóng cửa nếu vi phạm về môi trường. Đảm bảo công bằng trong cạnh tranh giữa doanh nghiệp tuân thủ và doanh nghiệp vi phạm

LỜI KẾT

Phân tích khách quan về nhu cầu của thị trường thế giới, hành vi của chuỗi cung ứng toàn cầu, cũng như các điều kiện về dân cư – thu nhập của Việt Nam cho thấy, đến năm 2045, ngành dệt may vẫn còn có dư địa phát triển và lợi thế cạnh tranh. Vấn đề là trong quy hoạch vĩ mô chúng ta có xác định duy trì và phát triển ngành dệt may hay không? Nếu dự kiến có ngành này trong cơ cấu kinh tế Việt Nam đến 2045 thì cần có chính sách cụ thể, nhất là quy hoạch phát triển theo hướng duy trì và củng cố vị trí là quốc gia có quy mô xuất khẩu dệt may nằm trong top 3 của thế giới. **Đáp ứng được các yêu cầu của cả 3 trụ cột Kinh tế - An sinh – Môi trường** □

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

- Văn kiện Đại hội Đảng toàn quốc lần thứ XIII;
- Báo cáo tình hình kinh tế xã hội 6 tháng đầu năm 2021 – Tổng cục thống kê, tháng 7-2021;
- Báo cáo Tổng quan Việt Nam – World Bank, tháng 4-2021;
- Báo cáo về Dân số Việt Nam 2014-2049 – Tổng cục thống kê & quỹ dân số của Liên hiệp quốc – NXB Thông tấn, 2016.



Ông PHẠM VĂN TÂN
Phó Tổng Giám đốc Vinatex

Mô hình tổ chức linh hoạt: GIẢI PHÁP THÍCH NGHI VỚI MÔI TRƯỜNG KINH DOANH BẤT ĐỊNH

Bài: Ông PHẠM VĂN TÂN
Phó Tổng Giám đốc Vinatex

Hai năm qua, thế giới đã thay đổi nhanh và bất định hơn bao giờ hết, việc phân loại công việc và bổ sung các giải pháp phù hợp để triển khai là việc làm cần thiết, đặc biệt là trong các lĩnh vực cần đổi mới sáng tạo cao, những nội dung và sản phẩm của nó chưa từng có trong quá khứ. Chính vì vậy, cũng sẽ chưa có qui trình hoặc cách thức thực hiện để có các hướng dẫn đồng bộ.

MÔ HÌNH LINH HOẠT, CÁCH LÀM SÁNG TẠO

Trong các lĩnh vực đổi mới sáng tạo, nhân sự luôn cần một không gian sáng tạo, một sự tự do và cách làm khác biệt để hướng tới một mục tiêu tốt đẹp và chúng ta có thể hiểu đơn giản rằng kết quả của nó sẽ là những ngọn Hải đăng để đưa các doanh nghiệp lên một tầm cao mới. Chính vì vậy, việc xây dựng một môi trường làm việc linh hoạt để đổi mới sáng tạo có khả năng phát triển là việc làm cấp thiết.

Hoạt động đổi mới sáng tạo bắt đầu từ tất cả các khâu trong quá trình vận hành của một doanh nghiệp, từ việc nghiên cứu phát triển một sản phẩm mới; xây dựng và triển khai một qui trình mới chưa từng có trong tiền lệ như các dự án chuyển đổi Chuẩn mực

kế toán Việt Nam sang Chuẩn mực Kế toán quốc tế; Các dự án liên quan đến tái cấu trúc hoạt động của một doanh nghiệp; Các dự án đào tạo... Đặc điểm chung của các dự án này là cần rất nhiều nhân sự chất lượng cao cùng tham gia để thực hiện nhiệm vụ, có thời gian đủ dài và ngân sách lớn, sản phẩm đầu ra rõ ràng ...

Như vậy, với yêu cầu đặt ra liên tục cho các dự án như trên đòi hỏi chúng ta phải bổ sung thêm một cách thức của mô hình tổ chức linh hoạt để triển khai. Mô hình này không thay thế mô hình hiện tại, mà là sự bổ sung cần thiết để tăng thêm khả năng thích nghi, giúp cho các tổ chức lớn như Văn phòng công ty Mẹ Tập đoàn và văn phòng các Tổng công ty có đủ qui mô linh hoạt hơn trong việc quản trị các nhiệm vụ.

Tạo động lực bằng việc xây dựng tầm nhìn, phối hợp với nhân viên đưa ra các mục tiêu then chốt, động viên và trao cho nhân viên cơ hội thực hiện sứ mệnh

6

Cần xác định đúng danh sách các mục tiêu công việc cần ưu tiên đạt được của tổ chức

1

Trao quyền hạn, không gian và tài nguyên để nhân viên - những người trực tiếp thực hiện mục tiêu công việc có thể hiểu rõ cách thức linh hoạt và chủ động giải quyết vấn đề

5

MỘT SỐ
NHIỆM VỤ CHÍNH
CỦA TỔ CHỨC
LINH HOẠT

Những người quản lý được ví như những người làm vườn, nhằm cung cấp những điều kiện môi trường cần thiết để con người và hệ thống tương tác tạo ra giá trị

2

Cần thu hút tài nguyên, con người phối hợp với nhau xung quanh dòng chảy mục tiêu công việc để tạo ra giá trị trực tiếp cho đơn vị

4

Đánh giá nhu cầu đào tạo nhân viên, tổ chức đào tạo thường xuyên để họ có khả năng hoàn thành nhiệm vụ.

3

MÔ HÌNH LÀM VIỆC LINH HOẠT TỔ CHỨC VÀ VẬN HÀNH NHƯ THẾ NÀO?

Trang bị một số kiến thức Agile Scrum và OKRs:

Về Agile Scrum:

Những năm 80 của thế kỷ 20 chứng kiến một thời kỳ khủng hoảng của giới làm phần mềm về phương pháp luận phát triển phần mềm theo thác nước (waterfall), do tỷ lệ thất bại của các dự án phần mềm quá cao. Thập niên 90, xuất hiện nhiều phương pháp phát triển như Scrum, Kanban, XP, Scrumball... và đó là "khung qui trình" để có thể đơn giản hóa việc phát triển phần mềm bàn giao cho khách hàng.

Tháng 2 năm 2001, các nhà phát triển phần mềm đã cho ra đời bản tuyên ngôn Agile, đây là một "khung tư duy" để cập đến cách thức làm ra phần mềm đến tay người dùng nhanh nhất có thể và thống nhất bao trùm cho tất cả các khung qui trình phải tuân thủ khi phát triển phần mềm.

Cách thức này sau đó biến chuyển thành một hình thức quản lý dự án và những năm gần đây nó trở thành một "dạng thức quản lý" đang được thảo luận và ứng dụng ở khắp mọi nơi để có thể thích ứng với một thế

giới mà hiện nay chúng ta hay gọi là VUCA (dễ biến đổi – bất định – phức tạp – kém rõ ràng).

Agile Scrum bao gồm: khung làm việc với các vị trí được phân công rõ ràng về trách nhiệm và một cơ chế vận hành.

Khung làm việc này rất đơn giản, dễ hiểu, dễ vận dụng, ứng dụng, song nếu người sử dụng có tính sáng tạo cao sẽ đem lại nhiều hiệu quả cho quản lý công việc, đặc biệt là những công việc khó đo lường và nhận biết rõ ràng kết quả trước khi nó hoàn thành.

❖ Nhóm làm việc theo Agile Scrum gọi là ScrumTeam: ScrumTeam có 3 vai trò chính như sau:



Product Owner (PO): là người chủ của sản phẩm cần sản xuất. Người này hiểu rất rõ đặc tính, yêu cầu và có khả năng đặc tả sản phẩm cho người khác hiểu rõ các yêu cầu để phát triển. Họ là người quản lý các sản phẩm và các đặc tính, họ quản lý nó trong một danh sách và gọi là: Product Backlog.



Scrum Master (SM): là người có hiểu biết về cách thức vận hành của nhóm Scrum, đảm bảo nhóm Scrum được vận hành đúng theo yêu cầu (như thực hiện đầy đủ các cuộc họp, đúng thời gian và đảm bảo mọi người đều đóng góp ý kiến...); đảm bảo môi trường làm việc của nhóm đầy đủ các điều kiện cần thiết để thực hiện nhiệm vụ. Tóm lại, Scrum Master là một lãnh đạo phục vụ cho ScrumTeam thực thi nhiệm vụ.



Development Team: là nhóm phát triển sản phẩm, họ là những người có đủ năng lực để thực hiện đầy đủ nhiệm vụ phát triển sản phẩm theo mô tả của Product Owner.

❖ ScrumTeam có 2 tính chất rất quan trọng:

- Tự quản: không có ai làm trưởng nhóm, mọi người đều ngang hàng và thực hiện các nhiệm vụ riêng biệt.
- Đa năng: họ gồm nhiều chức năng và phối hợp với nhau đủ để hoàn thành công việc của PO.

❖ Nhiệm vụ của ScrumTeam:

- Biến những sản phẩm trong Backlog thành những sản phẩm khả dụng tối thiểu (Minimum Viable Product – MVP) là những sản phẩm nhỏ nhất nhưng có thể sử dụng được ngay cho khách hàng và triển khai nhanh chóng xây dựng chúng trong thời gian ngắn (thông thường từ 1 đến 4 tuần).
- Các sản phẩm cơ bản sẽ được bàn giao để đưa vào sử dụng, sau đó sẽ được cập nhật liên tục đến khi hoàn thiện.

ScrumTeam trong quá trình phát triển sản phẩm sẽ được đánh giá qua các cuộc họp: các cuộc họp này đều là cuộc họp đóng khung thời gian: 15 phút hoặc nửa tiếng, 1 tiếng nếu quá thời gian trên vẫn chưa hết nội dung vẫn chấm dứt cuộc họp để tiếp tục giải quyết công việc, các cuộc họp bao gồm:

- Họp hàng ngày vào một thời gian, một địa điểm, đứng để họp để đỡ mất thời gian lập kế hoạch. Với 3 nội dung chính: đã hoàn thành được công việc gì trong 24 giờ qua, làm gì trong 24 giờ tiếp theo và có gì cản trở công việc không.
- Họp đánh giá về sản phẩm đã làm ra.
- Họp đánh giá về cách thức làm ra sản phẩm.

Về quản lý theo Mục tiêu và các Kết quả then chốt (OKRs)

Phương pháp luận của OKRs rất đơn giản: O là mục tiêu và KR (kết quả then chốt). Mục tiêu là định hướng: “Chúng tôi muốn hoàn thành việc chuyển đổi chuẩn mực kế toán Việt Nam – VAS sang chuẩn mực kế toán quốc tế - IFRS”, đây là mục tiêu, đây là nơi ta sẽ đến. Vậy kết quả then chốt cho là: “Hoàn thành công tác đào tạo IFRS trước năm 2023 cho 30 doanh nghiệp thành viên; hoàn thành việc xây dựng Bộ chính sách kế toán chung trước 2024; Đánh giá mức độ ảnh hưởng của IFRS trước 2023; Hoàn thành việc chuyển đổi năm 2024 cho 30 doanh nghiệp thành viên”.

Kết quả then chốt cần phải đo đếm được, kết quả cuối cùng cần nhìn thấy được và không cần bất cứ lời giải thích nào.

Một số nội dung yêu cầu cơ bản của OKRs:

- Chỉ cần một vài mục tiêu nhưng được chọn lựa rất kỹ, có thể truyền đạt rất rõ thông điệp. Doanh nghiệp và nhóm, cá nhân chỉ cần đưa ra 3 đến 5 mục tiêu để lựa chọn: “Cái gì là quan trọng nhất”. Nói chung, mỗi mục tiêu nên có 5 hoặc ít hơn các kết quả then chốt.
- Các mục tiêu nên được thiết lập từ dưới lên, trong tổng số các OKRs nhóm làm việc và cá nhân nên được khuyến khích để đưa ra hơn nửa số OKRs. Nếu tất cả các mục tiêu đều đưa từ trên xuống, động lực làm việc sẽ dần bị ăn mòn.
- Không ra mệnh lệnh, OKRs là một dạng hợp đồng hợp tác xã hội để thiết lập các ưu tiên và định nghĩa các tiến triển công việc được đo đếm như thế nào, thỏa ước tập thể là cần thiết nhằm tối đa hóa khả năng hoàn thành mục tiêu.
- Linh hoạt. Nếu hoàn cảnh thay đổi và một mục tiêu không hữu dụng

nữa, hay không thích hợp như đã viết ra. Các kết quả then chốt có thể được thay đổi hoặc bỏ luôn giữa chu kỳ OKRs.

- Dám thất bại: các mục tiêu cam kết phải được hoàn thành đầy đủ, mục tiêu mở rộng có thể không hoàn thành một cách dễ dàng hoặc có thể thất bại, mục tiêu mở rộng là mục tiêu có thể đưa cá nhân và tổ chức lên một tầm cao mới.

ỨNG DỤNG AGILESCRUM VÀO THỰC TIỄN HOẠT ĐỘNG CỦA DOANH NGHIỆP

Phương pháp AgileScrum có thể ứng dụng vào trong tổ chức, xây dựng mô tả công việc theo HAY value và sử dụng OKRs để quản lý các mục tiêu.

Hệ thống phòng ban trong một doanh nghiệp được thiết kế theo chức năng để thực hiện nhiệm vụ chính của Công ty, dựa trên hệ thống chức năng đó, chúng ta xây dựng các Bản Mô tả công việc. Về cơ bản, hệ thống mô tả công việc được xây dựng dựa trên các chức năng đó sẽ được sử dụng để tuyển dụng, đào tạo nhân viên để thực hiện các nhiệm vụ của công ty.

Việc xây dựng bản mô tả công việc và thực hiện các phương pháp đo lường theo HAYvalue là một cơ sở quan trọng để đưa về một mặt bằng, nó được xem là một Bản đồ các bản mô tả công việc (JD) để thực hiện đầy đủ mục tiêu của một công ty, trên cơ sở đó công ty có hướng đào tạo, đánh giá. Nếu công ty muốn thực hiện các mục tiêu lớn hơn mục tiêu hiện tại, các JD này cũng cần được cải thiện về chất lượng và số lượng.

Ứng dụng nguyên lý quản lý công việc của OKRs và lý thuyết quản lý AgileScrum và các JD được xây dựng theo HAYvalue, chúng ta có thể đưa ra một nguyên tắc quản lý công việc như sau:

Phân chia công việc thành hai nhóm, theo đó:

- Nhóm 1: là các công việc cố định được thực hiện chuyên biệt theo chức năng riêng biệt hàng ngày;
- Nhóm 2: là các công việc có tính

chất dự án, vụ việc đòi hỏi sự phối hợp của nhiều chức năng trong một doanh nghiệp, hay nói cách khác là nó đòi hỏi sự phối hợp của nhiều loại JD với chức năng khác nhau để hoàn thành một nhiệm vụ.

Có thể ứng dụng hỗn hợp (Hybrid) 2 cách thức quản lý theo Kim tự tháp (cách thức quản lý truyền thống) và Phương pháp quản lý linh hoạt (Agile) trong cùng một doanh nghiệp.

Xác định hệ thống các mục tiêu công việc sử dụng theo OKRs, trong đó:

- Có các mục tiêu cá biệt của từng chức năng và các mục tiêu thực hiện đòi hỏi liên chức năng.
- Hệ thống mục tiêu này nên cần được xây dựng và phát triển bởi các nhân viên và lãnh đạo phòng ban và có sự phối hợp giúp đỡ của lãnh đạo công ty.
- Hệ thống mục tiêu này sẽ được thỏa thuận và trao quyền cho người thực hiện là các Product Owner (PO), đó sẽ là người sẽ xây dựng ScrumTeam làm việc để xác định ra các kết quả then chốt và triển khai thực hiện.

ScrumTeam sẽ có trách nhiệm quản lý và phát triển các công việc trong Backlog từ việc xây dựng kế hoạch hành động, ngân sách, chia nhỏ công việc thành các sản phẩm khả dụng tối thiểu (MVP) để bàn giao cho công ty.

Trang bị công cụ quản lý

Việc quản lý và triển khai sản phẩm công việc cần được trực quan hóa, quản lý theo tiến độ và cần được thông tin phản hồi đầy đủ, minh bạch đến tất cả các thành viên trong nhóm làm việc.

Để có thể đơn giản hóa công tác quản trị, ScrumTeam có thể trực quan hóa bằng bảng KANBAN và sử dụng bản KANBAN để vận hành công việc của nhóm.

Hiện nay, có nhiều phần mềm ứng dụng đơn giản chạy trên nền tảng đa phương tiện, tức là có thể sử dụng được trên nhiều thiết bị khác nhau



■ Chương trình đào tạo Agile tại Tập đoàn Dệt May Việt Nam

để phản ánh một nội dung quản trị đến tất cả mọi người như Planner và Microsoft ToDo hoặc Trello.

LỜI KẾT:

Cấu trúc của công ty sau khi bổ sung việc ứng dụng mô hình trên sẽ đóng góp kết quả tích cực trong việc triển khai các nhiệm vụ bất thường và chỉ xảy ra một lần tại các doanh nghiệp. Từng cá nhân có thể tham gia vào nhiều ScrumTeam và cũng là những thành viên thuộc các mô tả cố định theo các chức năng nhiệm vụ của các phòng ban.

Các ScrumTeam này có khả năng tự chủ cao nhờ vào cơ chế phân nhiệm với yêu cầu kết quả được mô tả rõ ràng, ScrumTeam cũng được kiểm soát về độ tin cậy dựa trên hệ thống tác nghiệp được số hóa bằng các công cụ của nhiều nhà phát triển phần mềm để nắm bắt nhanh chóng thành tích làm việc, tiến độ triển khai...

Các ScrumTeam có thể học hỏi lẫn nhau và đưa các bài học tốt nhất lên hệ thống quản lý tri thức chung của công ty. Khối kiến thức quý báu này sẽ là tài sản trọng tâm của tổ chức – đặc biệt khi chúng ta tiến đến tổ chức tri thức.

Vấn đề quan trọng để triển khai thành công hệ thống quản lý công việc theo ScrumTeam, là xây dựng một tổ chức học tập liên tục để có thể cập nhật liên tục các tri thức mới đảm bảo đủ kiến thức giải quyết công việc.

Việc xây dựng các phần mềm, các hệ thống dữ liệu, tự động hóa các quy trình và các báo cáo sẽ được tập trung hướng vào các mô tả công việc của các chức năng riêng biệt. Điều đó cho thấy, việc xây dựng các ScrumTeam sẽ là một xu hướng vận hành song song cùng với mô hình truyền thống trong tương lai, nó là cơ chế vận hành không biên giới để giải quyết các công việc thách thức đòi hỏi mức độ đa dạng bên ngoài, những công việc không lặp đi lặp lại, công việc khó nắm rõ bản chất và bắt thường đòi hỏi một cách thức giải quyết khác với cách thức hiện tại □

“ Chúng ta nên bắt đầu linh hoạt từ phạm vi các dự án nhỏ và lan dần sang việc triển khai các dự án có qui mô lớn với nguồn lực bao gồm bên trong và bên ngoài doanh nghiệp, nhóm linh hoạt sẽ làm cho doanh nghiệp linh hoạt hóa. Môi trường và phương tiện, phương thức đã sẵn sàng và đầy đủ, đòi hỏi tính sáng tạo, tính cam kết và đương đầu với sự thay đổi của nhân sự tham gia mô hình. Qua đó, chúng ta sẽ có được các cá nhân chủ động, phòng ban chủ động với khả năng huy động được các nguồn lực cả bên ngoài doanh nghiệp, tạo nền tảng vững chắc giúp doanh nghiệp chủ động và có khả năng đối mặt với các thách thức một cách linh hoạt. ”

NGHIÊN CỨU PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM MỚI NGÀNH DỆT GIAI ĐOẠN 2022-2025:

ĐÓN ĐẦU XU THẾ CỦA THỜI ĐẠI MỚI

Bài: **ÔNG PHẠM XUÂN TRÌNH**

Giám đốc điều hành Vinatex



Ông PHẠM XUÂN TRÌNH
Giám đốc điều hành Vinatex

Từ xa xưa, quần áo không thể thiếu là vật che thân của con người với nhiều vật liệu được dùng chủ yếu là từ thiên nhiên, không ngoài mục đích là mặc ấm. Xã hội càng phát triển, nhu cầu càng tăng, “con đường tơ lụa” đã đưa những tấm vải lụa là, rực rỡ, quý phái đến khắp các nước đông, tây, là món quà thiên nhiên ban tặng cho con người thỏa mãn như một món trang sức, tài sản và thể hiện đẳng cấp trong xã hội. Cuộc cách mạng vải sợi cotton từ Anh và Mỹ giúp thế giới phát triển sản xuất dệt may, đáp ứng một phần về nhu cầu mong mỏi quần áo của con người trên khắp thế gian.

TÌNH TẾ NGHỀ DỆT VẢI

Từ xa xưa ấy, con người Việt Nam đã trồng dâu nuôi tằm - kéo kén- ươm tơ - dệt vải; trồng bông - se sợi - nhuộm sợi - dệt vải đáp ứng nhu cầu thiết yếu của xã hội. Nhiều làng, vùng đã lưu truyền nghề đến đời nay như: Làng Lụa Vạn Phúc, Chăn Chiên Hà Nội, thổ Cẩm làng Chằm... Mỗi năm đến ngày 12 tháng Chạp âm lịch, mọi người thợ đều nhớ đến những người Tổ đã sáng lập, phát triển và lưu truyền nghề này.

Trải qua bao thăng trầm, ngành Dệt May Việt Nam tiếp tục thực hiện sứ mạng của mình từ mặc ấm đến mặc đẹp, mặc sang; từ một quốc gia tiêu thụ sản phẩm nhập khẩu đã tiến đến xuất khẩu. Đặc biệt, trong 10 năm trở lại đây, Dệt May Việt Nam đã ghi tên

mình vào bản đồ xuất khẩu hàng dệt may của thế giới, vươn lên top 5 trong các nước hàng đầu về may mặc. Việc trở thành đất nước xuất khẩu sản phẩm dệt may hàng đầu của thế giới đã đưa kim ngạch xuất khẩu hàng năm tăng trên 10% đạt mức gần 40 tỉ USD năm 2021, giải quyết hàng triệu lao động có việc làm từ thành thị đến nông thôn, đặc biệt là làm nền tảng để thu hút hàng tỉ USD của các doanh nghiệp nước ngoài đầu tư vào Việt Nam

Để có được truyền thống và niềm tự hào này, hàng triệu lao động Việt Nam qua bao thế hệ đã vun đắp, giữ gìn, xây dựng ngành nghề của mình bằng sức lực và trí óc, từ không ngừng ngày đêm miệt mài bên bàn may, khung cửi đến đổi mới sáng tạo, cải tiến và tìm tòi để chuyển giao và

ứng dụng công nghệ, thiết bị mới và tiến bộ khoa học kỹ thuật của thế giới vào ngành nghề của mình.

Nhìn lại lịch sử phát triển của dệt may, đúng nghĩa lao động là sáng tạo, từ những khung cửi bằng gỗ thô sơ, chân đạp để nâng go dệt, tay đập sợi ngang để dệt thành vải; từ những con xa, tay quay tay vẽ để tạo ra sợi, từ những mũi kim được may bằng tay để kết áo rồi đến các cuộc cách mạng công nghệ từ 1.0 đến nay. Trải qua hàng trăm năm, ngành dệt may đã có máy móc hiện đại thay thế sức lao động của con người và với kỹ thuật hiện nay dệt may được xem là ngành tự động hóa cao, kỹ thuật cao trong kéo sợi, dệt vải, nhuộm vải và may mặc.

Với sự tìm kiếm vật liệu để đáp ứng thỏa mãn nhu cầu của con người,

sự tiến bộ khoa học kỹ thuật, nhiều loại sợi có nguồn gốc từ thiên nhiên và nhân tạo được ứng dụng, những chiếc áo ấm từ lông thú toát lên vẻ dũng mãnh, anh hùng của chủ nhân trong mùa đông lạnh giá, những chiếc áo lụa mượt mà, thướt tha, yếu điệu làm mềm mại dáng vóc đài các của các tiểu thư.

Những chiếc áo, chăn bông làng nghề Hà Nội, một sản phẩm tinh tế, ba lớp áo được kết nối với nhau bằng một sợi chỉ mong manh (ở giữa có lớp tơ tằm giữ ấm mùa đông) mãi là kỷ ức đẹp một thời. Nhiều thế hệ 6X, 7X hẳn còn nhớ khi còn thơ bé được mẹ mặc cho chiếc áo bông, mặc suốt qua ba mùa đông liền, quý và nâng niu giữ gìn để nỗi nhớ mùa hạ lá sen xanh ào ạt đung đưa qua gió, mùa thu lá bay, mái phố đội nghiêng đội đỏ, mùa đông cảnh khô gió bắc, chiếc áo có gì vô hình như mùi hương, cuốn hút bao người vào một thời ấm áp kỷ niệm...Con người không cần phải trải qua một thời gian dài để thích nghi với hoàn cảnh thay

đổi của tự nhiên mà đã có quá nhiều sự lựa chọn từ vải vóc. Những bộ đồ trượt tuyết trong mùa đông lạnh giá; những quần phục trong sa mạc ngày nóng đêm lạnh sẽ tự điều chỉnh nhiệt độ, những quần áo thông minh sẽ biết được tình trạng sức khỏe của cơ thể, những tấm vải, tấm khăn kháng khuẩn, kháng virus hay những vật liệu bảo vệ con người ở nơi hiểm hóc, điều kiện dễ cháy, điều kiện bị ma sát nhiều hay những trò chơi mạo hiểm...

Sự kết hợp tinh tế giữa vật liệu, kiểu dệt, công nghệ nhuộm, may tạo nên sự đa dạng phức hợp, tạo cảm giác gợi cảm, quyến rũ như bị thôi miên. Nhìn ở một góc độ khác như siêu thực, kỳ lạ, long lanh trong ánh sáng như tô điểm thêm cho cuộc đời này.

GIAI ĐOẠN 2022 - 2025: ĐỊNH HÌNH SẢN PHẨM MỚI CỦA NGÀNH DỆT

Ngành Dệt May Việt Nam đã gặt hái được những thành tựu trong một thời gian dài, khẳng định vai trò là

chuỗi cung ứng toàn cầu, đáp ứng được nhu cầu thị hiếu của khách hàng trong và ngoài nước, có khả năng tiếp cận công nghệ hiện đại cũng như vật liệu mới với đòi hỏi ngày càng cao của người tiêu dùng như an toàn, thoải mái, tiện ích, đẹp... Việc sản xuất sản phẩm đòi hỏi phải gắn liền với môi trường xanh, sạch và bền vững, yêu cầu chúng ta luôn vận động để đáp ứng trong từng sản phẩm của mình, ngoài duy trì sản xuất các mặt hàng thông dụng cần có các giải pháp để tạo ra các sản phẩm mới nhằm tạo thêm giá trị gia tăng và phong phú sản phẩm. Đó là:

**Phát triển sản phẩm mới trên nền tảng thế mạnh sản phẩm đang có bằng cách thay đổi, thêm bớt nguyên liệu, công nghệ, kỹ thuật từ phương pháp kéo sợi, nguyên liệu sợi đến hiệu ứng dệt, công nghệ nhuộm, may mặc, đóng gói.*

Chẳng hạn: trộn xơ visco vào cotton để kéo sợi cellulose sẽ cho màu sắc rất tươi và đậm khi nhuộm.





■ Từng bước hiện đại hóa quá trình sản xuất sợi

Trộn xơ PVA vào cotton để tạo sợi sẽ tạo nên sản phẩm rất xốp, mềm, thấm nước cao... lúc xử lý hoàn tất nhuộm. Tạo nên sợi Fancy và kiểu dệt chéo nổi gân sẽ tạo hiệu ứng mạnh mẽ sau khi wash của quần áo denim.

Phối hợp hai loại nguyên liệu khác nhau tạo hiệu ứng khác nhau trong cùng một điều kiện môi trường.

Dùng xơ cotton để bao bọc quanh lõi filament tạo nên sợi để dệt vải nhằm tăng cường lực, độ ma sát, mài mòn, tăng khả năng hút ẩm, giặt mau khô, tạo cảm giác thoải mái trong đồng phục bảo hộ lao động... và rất nhiều cách thức để tạo nên sản phẩm khác lạ từ phương pháp này. Nói tóm lại, tạo ra sản phẩm bằng cách thay đổi trên toàn chuyển, thay đổi ở công đoạn trước sẽ tạo ra những thay đổi ở công đoạn sau.

* Ứng dụng vật liệu mới vào việc phát triển sản phẩm: ngày nay với sự tiến bộ của khoa học kỹ thuật, nhiều loại

ĐỂ ĐƯA ĐẾN THÀNH CÔNG, MỘT ĐỘI NGŨ CÓ NĂNG LỰC XUYẾN SUỐT TỪ SỢI - DỆT - NHUỘM - MAY LÀ YẾU TỐ THEN CHỐT.

sợi mới được ra đời và ứng dụng vào việc tạo ra sản phẩm được chế biến từ vỏ trấu, vỏ dừa, bắp, chất nhờn từ cat fish, vỏ cua, sữa chua, chai nhựa, than hoạt tính, carbon....

Tạo ra sản phẩm đáp ứng yêu cầu về chống cháy như dùng sợi aramid kết hợp với nano chống cháy được làm từ vỏ trấu.

Dùng sợi micro, nano để tạo ra sản phẩm làm sạch bề mặt đòi hỏi độ

bóng cao như màn hình điện thoại, kính xe hơi.

Đưa hoạt chất kháng virus vào vải, sản phẩm gia dụng...

Ứng dụng một số loại sợi vào dệt vải thông minh như biết được tình trạng sức khỏe hoặc có khả năng làm mát khi nhiệt độ cao và làm ấm khi nhiệt độ thấp...

* Kết hợp các làng nghề truyền thống để phát triển sản phẩm ngay cả việc đầu tư để vực dậy những làng nghề danh tiếng như Lụa Vạn Phúc, Áo Chắn Bông Hà Nội, Thổ Cẩm Làng Chằm...

Phát triển sản phẩm tơ tằm trên máy dệt kim, nhằm đơn giản hóa quy trình sản xuất, tạo ra trang phục mặc trong nhà rất quý phái và thoải mái trong mùa hè cũng như mùa đông cho thị phần cao cấp với mọi lứa tuổi. Nghề trồng dâu nuôi tằm, ương tơ kéo kén cũng là nghề truyền thống có thể phát triển ở nước ta.

Áo chần bông được may bằng tay với một sợi chỉ khác gì nghệ thuật vải quilt được ưa chuộng tại các nước Trung đông và châu Âu. Một chiếc caracat đôi tơ tằm được thêu bằng tay của các nghệ nhân cũng xứng tầm thương hiệu quốc gia và chủ nhân sở hữu, một chiếc khăn mùi xoa tơ tằm dành cho quý cô tảo trang có thể để trong giỏ xách vài ngày hoặc cả tuần không mùi và có khả năng kháng khuẩn, chiếc khăn quàng cổ bằng tơ tằm, thổ cẩm là một kỉ niệm khó quên sau kỳ du lịch...

* Sản phẩm gắn liền với môi trường, xanh, sạch là xu thế của thế giới ngày nay: các sản phẩm có xơ sợi từ xơ dừa, chuối, đay hoặc cellulose hữu cơ kết hợp với các phương pháp chế biến tiết kiệm năng lượng, dùng năng lượng sạch, có nguồn gốc hữu cơ như thuốc nhuộm từ cây lá, củ quả (mặc nưa, nghệ, chàm...) chủ yếu dùng nước sôi và thời gian hoặc sản phẩm tái tạo như xơ PE recycle, công nghệ nhuộm Clean dye không nước

* Những mặt hàng tiềm năng tại thị trường Việt Nam chưa có nhà sản xuất lớn như ga chần áo gối, thảm lót sàn theo công nghệ dệt thoi hoặc cấy, vải không dệt 100% cotton để làm khăn ăn hoặc dụng cụ tẩy trang ...

* Kết hợp giữa doanh nghiệp, viện, trường với đối tác khách hàng, nghiên cứu thị trường để luôn tìm kiếm nguyên liệu mới, công nghệ mới, thiết bị mới; việc nghiên cứu gắn với thực hành để tạo ra sản phẩm tại đơn vị sản xuất.

Để đưa đến thành công, một đội ngũ có năng lực xuyên suốt từ **sợi- dệt- nhuộm-may** là yếu tố then chốt.

Năm Nhâm Dần sắp đến - năm sư tử mặc Áo Lụa Hà Đông. Hãy chuẩn bị những trang phục lay động lòng người, thổi miền duyên rừ, long lanh để nghênh Xuân và làm đẹp thêm cuộc đời! □



NGUYỄN XUÂN DƯƠNG



PGS.TS. QUÁCH MẠNH HÀO
Giảng viên Trường Đại học Lincoln (Anh)

Triển vọng của ngành dệt may sẽ dần sáng sủa hơn trong năm 2022 khi nền kinh tế hoạt động trở lại rõ ràng hơn. Việc thực hiện bao phủ tiêm vắc xin khá nhanh có thể sẽ là điều kiện cần để các doanh nghiệp trong ngành có thể từng bước quay lại hoạt động sản xuất thông thường. Theo ước tính, đến khoảng giữa năm 2022 thì các hoạt động sản xuất thông thường có thể quay trở lại, nhưng công suất có thể cần thêm thời gian so với thời kỳ trước đại dịch.

TRIỂN VỌNG PHỤC HỒI NGÀNH DỆT MAY

Bài: PGS.TS. QUÁCH MẠNH HÀO
Giảng viên Trường Đại học Lincoln (Anh)

THỰC TẾ KHÓ KHĂN

Đại dịch Covid – 19 đã làm chậm đà phát triển của nền kinh tế Việt Nam trên hầu hết các lĩnh vực của nền kinh tế thực, với việc GDP lần đầu tiên tăng trưởng âm 6.17% trong Quý 3/2021, là mức giảm sâu nhất kể từ khi Việt Nam tính và công bố GDP quý đến nay. Trong đó, khu vực nông, lâm nghiệp và thủy sản tăng 1,04%; khu vực công nghiệp và xây dựng giảm 5,02%; khu vực dịch vụ giảm 9,28%.

Tính chung 9 tháng đầu năm GDP chỉ tăng 1.42% so với cùng kỳ năm trước do dịch Covid-19 ảnh hưởng nghiêm trọng tới mọi lĩnh vực của nền kinh tế, nhiều địa phương kinh tế trọng điểm phải thực hiện giãn cách xã hội kéo dài để phòng chống dịch bệnh. Trong mức tăng chung của toàn nền kinh tế, khu vực nông, lâm nghiệp và thủy sản tăng 2,74%, đóng góp 23,52%; khu vực công nghiệp và xây dựng tăng 3,57%, đóng góp 98,53%; khu vực dịch vụ giảm 0,69%, làm giảm 22,05%.

Trong lĩnh vực dệt may, kim ngạch xuất khẩu năm 2021 đạt 39 tỷ Đô la, cao hơn 11,2% so với năm 2020 là năm chịu ảnh hưởng lớn bởi đại dịch và chỉ tăng 0,3% so năm 2019 là thời điểm trước đại dịch, thấp hơn nhiều so với mức tăng trưởng bình quân hàng năm trước đại dịch luôn ở mức cao 10% - 15%.

Những số liệu thống kê cho thấy ngành dệt may đang trải qua giai đoạn hết sức khó khăn mặc dù đã có những chuyển biến tốt hơn so với năm



Ảnh minh họa

trước. Sự khó khăn này chủ yếu đến từ việc các nhà máy phải đóng cửa hoặc hoạt động cầm chừng, đặc biệt tại khu vực phía nam, theo các biện pháp kiểm soát dịch bệnh của Chính phủ.

Nếu để ý rằng nhu cầu của các thị trường dệt may lớn trên thế giới đã tăng trưởng trở lại thì có thể hình dung rằng khó khăn của ngành dệt may còn đến từ sự cạnh tranh khốc liệt từ các thị trường xuất khẩu truyền thống.

Cụ thể, tổng cầu dệt may trên thế giới mặc dù chỉ bằng 91% so với năm 2019 nhưng đã tăng 116% so với 9 tháng năm 2020. Tại các thị trường xuất khẩu chủ yếu như Mỹ, EU, Nhật Bản, Trung Quốc, tổng cầu dao động ở mức 73% - 91% so với cùng kỳ năm 2019 tính theo số liệu của 6 tháng đầu năm, nhưng đều đã đạt mức 100%-123% (trừ Trung Quốc chỉ đạt 81%) so với cùng kỳ năm 2020. Điều này cho thấy rằng sau khi vắc xin được phổ biến tại các thị trường này, nền kinh tế mở cửa và hoạt động trở lại đã dẫn tới nhu cầu hàng dệt may tăng lên rõ rệt.

Trong khi Việt Nam chậm lại, các quốc gia cạnh tranh chính như Trung quốc, Ấn độ và Bangladesh, có kim ngạch xuất khẩu đều tăng nhanh so với cùng kỳ năm trước. Ví dụ, Trung Quốc tăng 12% so với cùng kỳ, trong đó hàng may mặc tăng 40% và hàng dệt tăng 29%. Còn Ấn Độ thì có mức tăng trưởng 52% so với cùng kỳ năm ngoái và vượt 13% so với năm 2019 là thời kỳ trước đại dịch. Bangladesh cũng có mức tăng trưởng 13% so với cùng kỳ năm trước.

Như vậy, có thể thấy rằng, khó khăn của Việt Nam đã bắt ngờ mang lại thuận lợi trong tăng trưởng tại các thị trường cạnh tranh, đặt biệt là Ấn Độ. Nếu biết rằng năm 2020, Việt Nam là nước có kim ngạch xuất khẩu lớn thứ 2 trên thế giới thì điều này càng giúp chúng ta nhận diện tốt hơn đâu là lý do căn bản. Năm 2020, Việt Nam được cho là quốc gia kiểm soát dịch bệnh tốt, nhưng sự bùng phát dịch bệnh trở lại trong năm 2021, đặc biệt là lần bùng phát thứ 4 vào Quý 3/2021, đã gần như làm gián đoạn hoạt động

“

Trong lĩnh vực dệt may, kim ngạch xuất khẩu năm 2021 đạt 39 tỷ Đô la, cao hơn 11,2% so với năm 2020 là năm chịu ảnh hưởng lớn bởi đại dịch và chỉ tăng 0,3% so năm 2019 là thời điểm trước đại dịch, thấp hơn nhiều so với mức tăng trưởng bình quân hàng năm trước đại dịch luôn ở mức cao 10% - 15%.



CỬ NGUYỄN



■ Triển vọng của ngành Dệt May sẽ sáng hơn trong năm 2022

sản xuất của các doanh nghiệp trong ngành, ảnh hưởng lớn tới vị thế xuất khẩu của Việt Nam.

Kể từ tháng 10 năm 2021, các biện pháp nới lỏng nền kinh tế đã được thực hiện. Mặc dù vậy, ước tính tăng trưởng kinh tế của Việt Nam trong đó có ngành dệt may sẽ tiếp tục khó khăn. GDP cả năm được phân lớn các tổ chức trong và ngoài nước điều chỉnh xuống trong khoảng từ 2-3% trong khi hồi đầu năm các dự báo tương đối khả quan ở mức 6-7%.

Khó khăn do dịch bệnh và do sự đóng cửa của nền kinh tế để đảm bảo các biện pháp chống dịch của Chính phủ là bất khả kháng. Nhưng ngay cả khi mở cửa trở lại, ngành dệt may, do đặc thù sử dụng nhiều lao động, cũng đồng thời phải đối mặt với một hệ quả tiếp theo là chi phí liên quan tới trang thiết bị phòng chống dịch bao gồm chi phí test covid để có thể đi làm trở lại và sự thiếu hụt nguồn lực lao động do công nhân chưa thực sự sẵn sàng trở lại làm việc, hoặc ngay cả khi sẵn sàng thì vẫn có một khoảng trống thời gian do phải huấn luyện lại do họ đã lâu không vận hành máy móc.

TRIỂN VỌNG TÍCH CỰC

Tuy nhiên, triển vọng của ngành dệt may sẽ dần sáng sủa hơn trong năm 2022 khi nền kinh tế hoạt động trở lại rõ ràng hơn. Việc thực hiện bao phủ tiêm vắc xin khá nhanh có thể sẽ là điều kiện cần để các doanh nghiệp trong ngành có thể từng bước quay lại hoạt động sản xuất thông thường. Theo ước tính, đến khoảng giữa năm 2022 thì các hoạt động sản xuất thông thường có thể quay trở lại, nhưng công suất có thể cần thêm thời gian so với thời kỳ trước đại dịch.

Để có thể thực hiện tốt việc quay trở lại, cần nhận thức rằng khó khăn sẽ còn tiếp tục và không thể giải quyết nhanh. Theo đánh giá chung, sự hồi phục hoàn toàn chỉ có thể diễn ra sau ít nhất 3 năm với điều kiện năm 2022 các hoạt động sản xuất thông thường quay trở lại. Điều này không hẳn là do vấn đề năng lực sản xuất mà còn do yếu tố cạnh tranh do các đơn hàng được chuyển sang các thị trường khác sẽ khó quay trở lại ngay lập tức.

Trong tình hình như vậy, việc xác định các mục tiêu lớn cho giai đoạn 3 năm

và chiến lược cụ thể cho từng năm là quan trọng. Theo quan điểm cá nhân, năm 2022 nên là năm tập trung vào khôi phục sản xuất, đảm bảo sự vận hành trơn tru của hệ thống máy móc và sự quay lại làm việc của công nhân và người lao động. Song song với quá trình đó là sự phục hồi các thị trường khách hàng truyền thống có thể đã tạm giảm đi do hoạt động dịch chuyển đơn hàng.

Trong các năm tiếp theo, các hoạt động liên quan tới cấu trúc tài chính có thể sẽ là bài toán quan trọng cần được giải. Điều này là do sự giảm sút của doanh thu xuất khẩu do sự bứt phá tạm thời của các thị trường cạnh tranh truyền thống. Các chi phí sản xuất có thể sẽ tăng lên bao gồm chi phí sửa chữa và vận hành máy móc thiết bị, chi phí nhân sự cũng có thể tăng do nhu cầu lao động trở lại sẽ lớn, bao gồm cả đào tạo mới và đào tạo lại, và chi phí tài chính cũng có thể là một yếu tố quan trọng khác khi kỳ vọng về lạm phát kéo theo việc tăng lãi suất sẽ đi liền với quá trình hồi phục của nền kinh tế.

Triển vọng phục hồi của ngành cũng có thể được nhìn thấy qua kỳ vọng của giới đầu tư vào cổ phiếu của Tập đoàn Dệt May Việt Nam – mã chứng khoán VGT – đã có sự tăng trưởng hơn 4 lần về giá so với thời điểm đại dịch toàn cầu bùng nổ. Mức tăng trưởng này cao hơn so với mức tăng trưởng chung của thị trường (hơn 2 lần) cho thấy nhà đầu tư vẫn đặt niềm tin với hoạt động kinh doanh của Tập đoàn nói riêng và của ngành dệt may nói chung trong bối cảnh khó khăn kinh tế. Thị trường định giá cổ phiếu VGT ở mức 18 lần PE và khoảng 1.4 lần giá trị sổ sách. Con số này có phần nhìn hơn thị trường chung, cho thấy kỳ vọng tích cực của giới đầu tư vào kết quả kinh doanh của toàn ngành và Tập đoàn trong những năm tới □

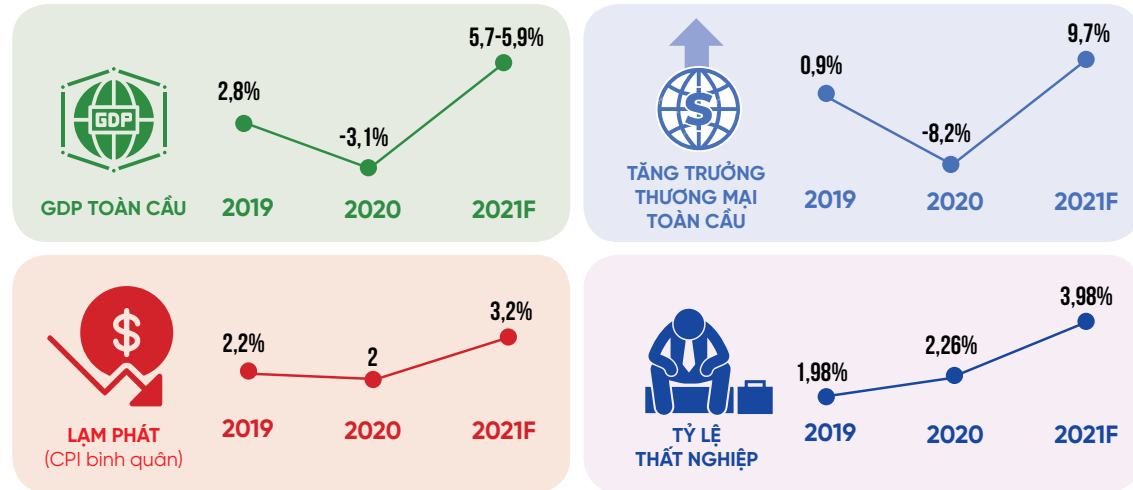
“

Trong tình hình như vậy, việc xác định các mục tiêu lớn cho giai đoạn 3 năm và chiến lược cụ thể cho từng năm là quan trọng. Theo quan điểm cá nhân, năm 2022 nên là năm tập trung vào khôi phục sản xuất, đảm bảo sự vận hành trơn tru của hệ thống máy móc và sự quay lại làm việc của công nhân và người lao động. Song song với quá trình đó là sự phục hồi các thị trường khách hàng truyền thống có thể đã tạm giảm đi do hoạt động dịch chuyển đơn hàng.



KINH TẾ THẾ GIỚI NĂM 2021

- Kinh tế thế giới duy trì xu hướng phục hồi
- Chỉ số PMI toàn cầu liên tục tăng với sự dẫn dắt của các nền kinh tế lớn Mỹ, EU...



Nguồn: IMF (10/2021), OECD (12/2021)

KINH TẾ THẾ GIỚI NĂM 2021 – KHÓ KHĂN, THÁCH THỨC

Các vấn đề làm ảnh hưởng đến kinh tế toàn cầu phục hồi:

- ✓ Covid-19 còn phức tạp, Biến thể mới của virus: Delta, Omicron...
- ✓ Lạm phát tăng, giá cả tăng
- ✓ Tình trạng đứt gãy chuỗi cung ứng vẫn diễn ra
- ✓ Thiếu một số nguồn cung: Chất bán dẫn, nhân lực trong ngành vận tải, nguyên liệu thô...
- ✓ Khủng hoảng logistics: Thiếu container, đóng cửa cảng biển do số ca nhiễm Covid-19
- ✓ Khủng hoảng năng lượng tại Trung Quốc và châu Âu

KINH TẾ THẾ GIỚI NĂM 2021 - TÀI CHÍNH, TIỀN TỆ

QUY MÔ CÁC GÓI HỖ TRỢ TÀI KHÓA VÀ TIỀN TỆ

(Từ đầu năm 2020 đến hết Tháng 10/2021)

Nhóm nước	Gói hỗ trợ tài khóa		Gói hỗ trợ tiền tệ		Tổng % GDP 2020
	Tỷ USD	% GDP	Tỷ USD	% GDP	
Các nước phát triển	9.648	11,8	6.237	7,63	19,43
Các nước mới nổi	1.579	5,1	747	2,41	7,51
Các nước thu nhập thấp	55	3,8	7	0,48	4,28
Việt Nam	8	2,94	3	1,05	3,99
Toàn thế giới	11.281	10,2	6.991	6,2	16,4

Nguồn: IMF (10/2021), UBKTQH

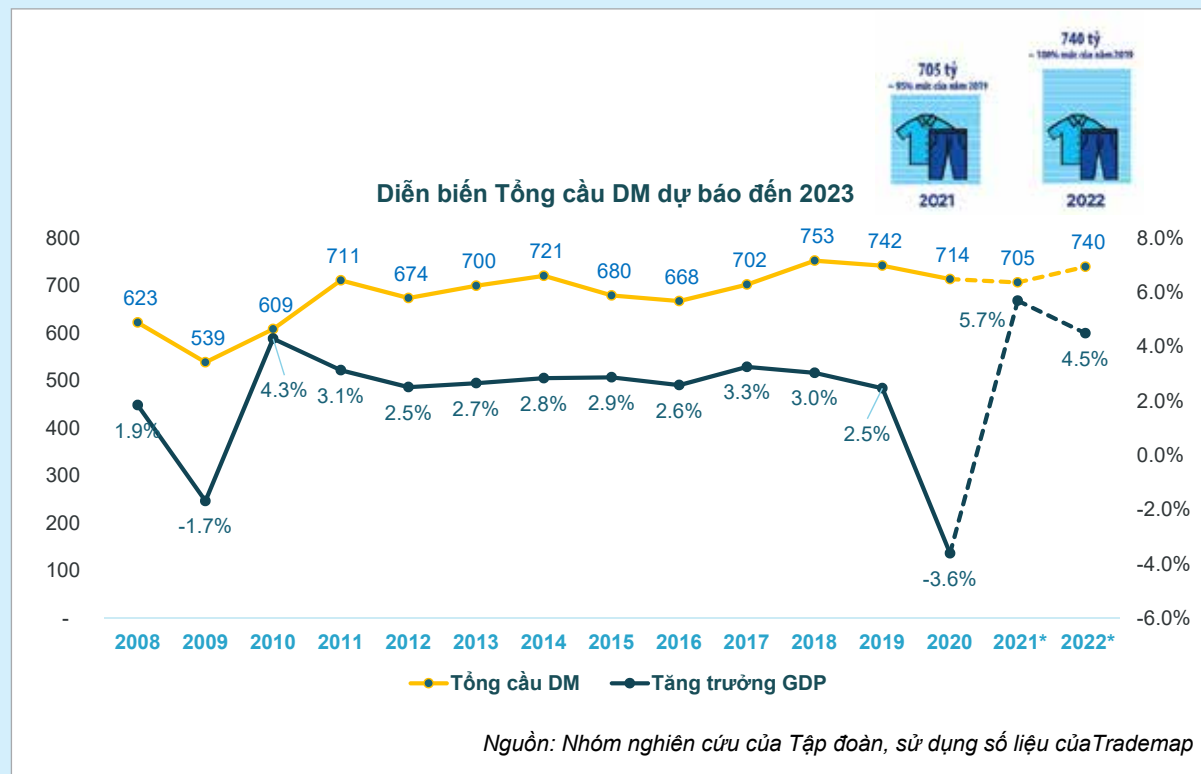
DỰ BÁO NĂM 2022

- ✓ Kinh tế thế giới tiếp tục đà phục hồi
- ✓ Tăng trưởng GDP toàn cầu 4,9%
- ✓ Tăng trưởng thương mại toàn cầu 7%
- ✓ Lạm phát toàn cầu dự kiến sẽ hạ nhiệt vào nửa cuối năm 2022 với mức 3%

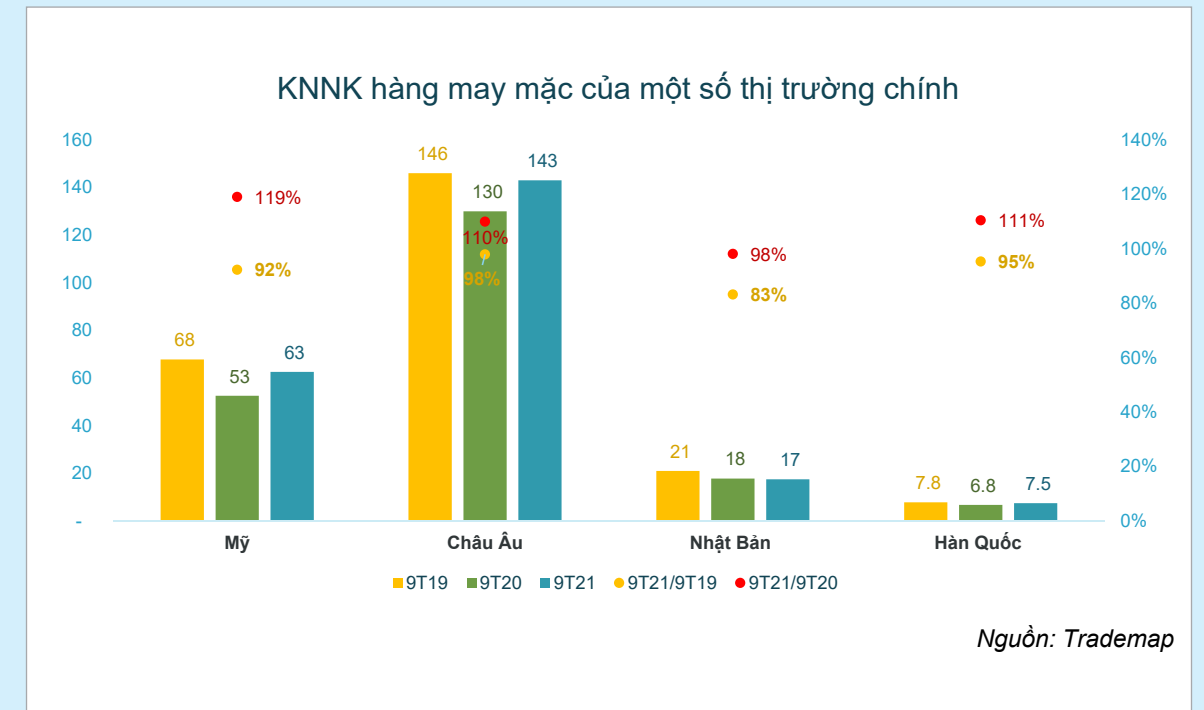
MỘT SỐ NỀN KINH TẾ LỚN

Năm 2021	Năm 2022
■ Kinh tế Mỹ dự kiến tăng trưởng đạt 5,5-6% (năm 2020: -3,4%) ■ Tỷ lệ thất nghiệp tiếp tục xu hướng giảm từ 8,8% của Quý 3, dự kiến 6,8% trong Quý 4. ■ Lạm phát: 4,3% (năm 2020: 1,2%)	Tăng trưởng kinh tế dự kiến đạt 5,2%
■ Tăng trưởng kinh tế của khối dự kiến đạt từ 5% (năm 2020: -6,3%) ■ Lạm phát của cả khu vực là 4,1% (năm 2020: 1,3%) ■ Chỉ số giá công nghiệp tăng gần 11%, chỉ số giá nông sản tăng 22% ■ Chỉ số PMI Quý 3 tổng hợp của khu vực đạt 58,5 điểm	Tăng trưởng kinh tế toàn khối dự kiến 4,2%
■ Kinh tế Trung Quốc tiếp tục xu hướng phục hồi ổn định đi cùng với chính sách Zero-COVID ■ Tăng trưởng kinh tế dự kiến 8% (năm 2020: 2,3%) ■ Lạm phát: 1,1% (năm 2020: 2,4%) ■ Chỉ số PMI tháng 10 đạt 51,5 điểm	Tăng trưởng kinh tế dự kiến từ 5-5,5%
■ Kinh tế Nhật phục hồi chậm ■ Tăng trưởng kinh tế dự kiến 2,4% (năm 2020: -4,6%) ■ Lạm phát: -0,2% (năm 2020: 0%) ■ Chính phủ Nhật đưa ra các chính sách nhằm khôi phục kinh tế: ➢ Tháng 11 công bố gói kích thích kỷ lục 490 tỷ USD (gói thứ 3) ➢ Chính sách giảm thuế ➢ Nâng lương cho NLD ➢ Khôi phục di chuyển nội địa	Tăng trưởng kinh tế dự kiến mức 2,7%

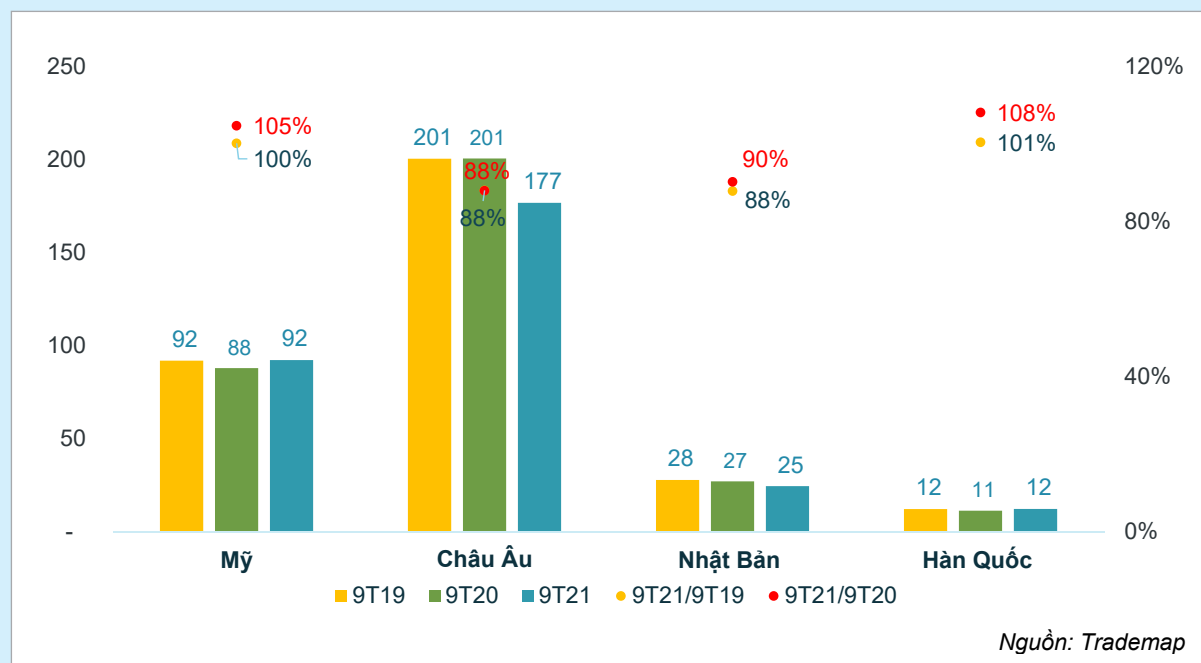
TỔNG CẦU DỆT MAY THẾ GIỚI



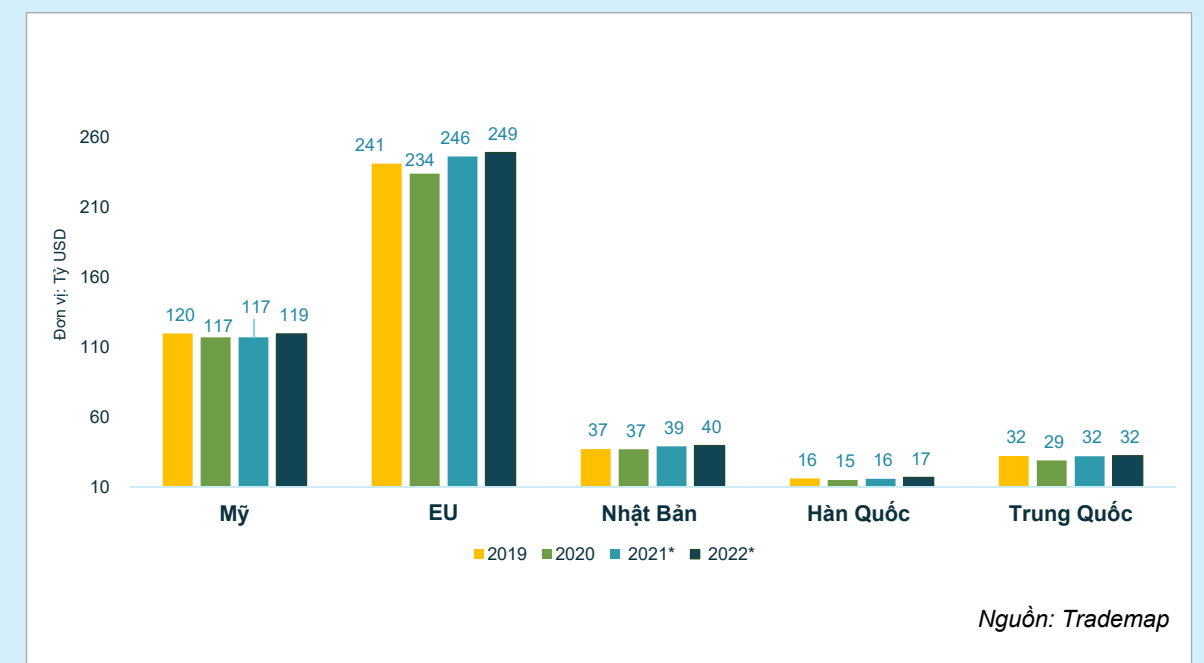
KNNK (TÁCH RIÊNG HÀNG MAY MẶC) CỦA MỘT SỐ THỊ TRƯỜNG CHÍNH 9T NĂM 2021



KNNK (TỔNG CẦU) HÀNG DỆT MAY CỦA MỘT SỐ THỊ TRƯỜNG CHÍNH 9T NĂM 2021



TỔNG CẦU DỆT MAY CỦA 5 THỊ TRƯỜNG CHÍNH



BỨC TRANH NGÀNH THỜI TRANG NĂM 2022: NHỮNG GAM MÀU SÁNG



Ông VƯƠNG ĐỨC ANH
Chánh Văn phòng HĐQT Vinatex

Bài: **VƯƠNG ĐỨC ANH**

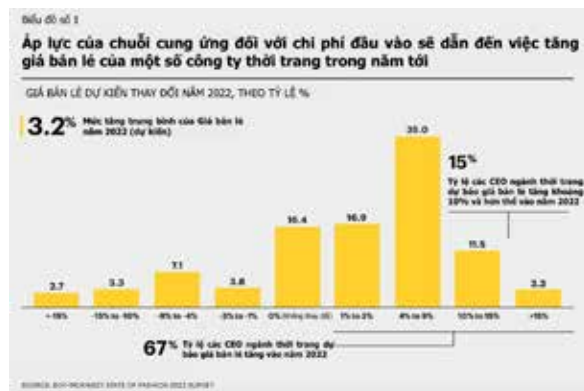
Nguồn: Tổng hợp từ báo cáo State of Fashion 2022 của Mc Kinsey

Các giám đốc điều hành trong ngành thời trang toàn cầu nhìn nhận năm 2022 lạc quan một cách thận trọng. Trong khi một số thị trường đang bắt đầu phục hồi sau 18 đến 20 tháng gián đoạn do đại dịch nhờ sự gia tăng thương mại điện tử và chi tiêu trong nước thì những thách thức do tắc nghẽn chuỗi cung ứng và nhu cầu tiêu dùng không đồng đều có thể khiến ngành thời trang suy giảm tăng trưởng trong tương lai.

Nhìn chung, doanh số bán hàng thời trang toàn cầu sẽ tiếp tục đà tăng trưởng trong năm 2022, khi sức mua dần nhen của người tiêu dùng được giải phóng, nhu cầu “làm mới tủ quần áo” khi cuộc sống bắt đầu trở lại ở nhiều thị trường trọng điểm trên thế giới. Khu vực thời trang xa xỉ dự kiến sẽ đạt được sự phục hồi hoàn toàn so với năm 2019 trước đại dịch vào cuối năm 2021, còn ngành thời trang nói chung phải đợi đến đầu năm 2022 mới hồi phục về mức trước đại dịch. Đây là mức phục hồi nhanh hơn nhiều so với dự kiến đưa ra trước đây.

Trong cuộc khảo sát của BoF-McKinsey State of Fashion 2022, Giám đốc điều hành các hãng thời trang lựa chọn **ba cụm từ hàng đầu để mô tả các điều kiện kinh doanh trong năm tới** bao gồm: **“Phục hồi”** (được 59% giám đốc điều hành thời trang trích dẫn), **“Thách thức”** (50%) và **“Thay đổi”** (42%). Nếu như năm 2021 các CEO đặt vấn đề “không chắc chắn” là chủ đề quan tâm của năm thì năm 2022 các CEO phần lớn đều tập trung vào chủ đề **“phục hồi”**.

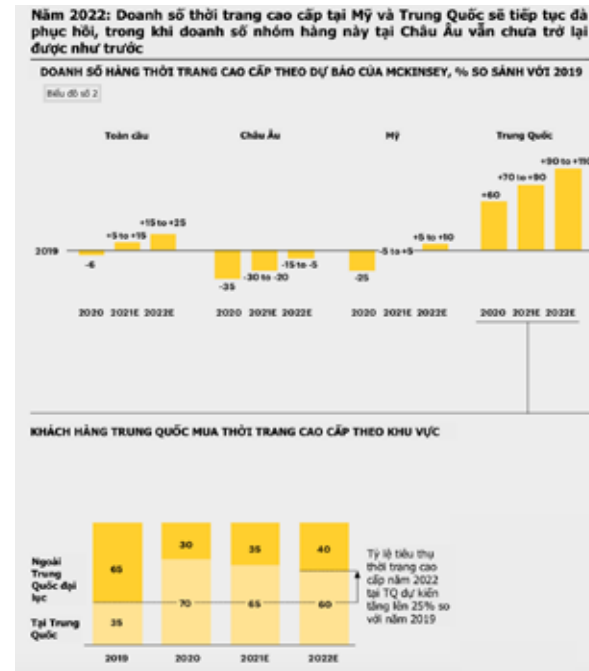
Thật vậy, năm 2022 ngành thời trang tiếp tục được hỗ trợ bởi các động lực phục hồi của nền kinh tế nói chung. **Tâm lý người tiêu dùng đang có xu hướng tích cực, đặc biệt là ở những thị trường có tỷ lệ tiêm chủng và tiết kiệm cao.** Tại Mỹ, tiết kiệm trong quý đầu tiên của năm 2021 ước tính cao hơn 3,1 lần so với quý đầu tiên của năm 2019. Bên cạnh đó, 43% người tiêu dùng Mỹ cho biết, họ sẽ tăng chi tiêu cho thời trang vào năm 2021 cho quần áo đi làm và những dịp đặc biệt. Thực tế năm 2021 đã chứng minh nhu cầu bị dồn nén đã diễn ra cái gọi là “mua sắm trả thù” trong phân khúc thời trang xa xỉ ở Trung Quốc (xem Biểu đồ số 2), và câu chuyện tương tự đối với nhu cầu hàng thời trang nói chung ở Mỹ sẽ tăng vào đầu năm 2022. Tại thị trường châu Âu, niềm tin của người tiêu dùng vào sự phục hồi của nền kinh tế thận trọng hơn, khoảng 1/4 số người được



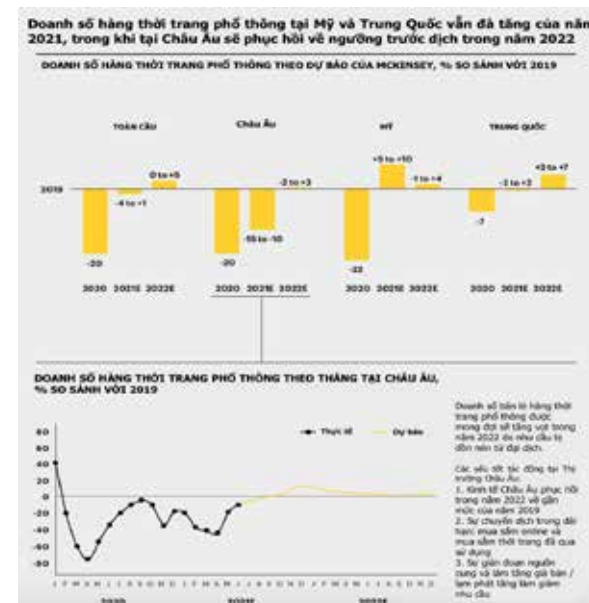
hỏi trong cuộc khảo sát tháng 9 năm 2021 lạc quan rằng nền kinh tế sẽ phục hồi trở lại mức trước đại dịch vào cuối năm 2021, trong khi hơn một nửa dự kiến chỉ phục hồi vào năm 2022 hoặc muộn hơn.

Kết quả khảo sát cũng chỉ ra triển vọng của các CEO ở các phân khúc thời trang có sự thay đổi khi triển vọng của khu vực thời trang tầm trung năm 2022 đã tăng lên đáng kể so với năm 2021. Nếu như khảo sát vào năm 2020 chỉ có 22% các CEO hi vọng phân khúc tầm trung phục hồi vào năm 2021 thì khảo sát năm nay đánh giá triển vọng cho năm 2022, có 61% các CEO kỳ vọng phân khúc tầm trung sẽ khởi sắc.

Từ góc độ nhu cầu, thế hệ Z và nhóm người giàu lên từ nhóm thu nhập trung bình được dự báo sẽ tăng chi tiêu cho nghỉ dưỡng và giải trí mạnh nhất (bao gồm thời trang, ăn uống, du lịch, giải trí, điện tử ...). Thời trang là một trong ba danh mục hàng đầu mà họ sẽ chi tiêu hoặc tự thưởng cho mình. **Tại Trung Quốc, dự kiến thu nhập bình quân đầu người tăng sẽ tạo ra sức chi tiêu tiêu dùng tương đương 10.000 tỷ USD trong giai đoạn 10 năm tới từ 2021 đến 2030.**

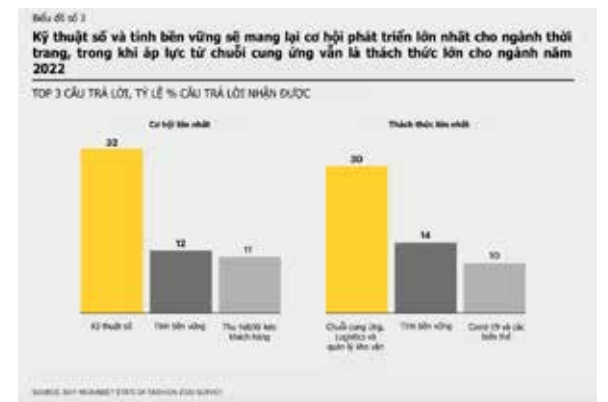


Về tổng thể thị trường thời trang toàn cầu sẽ tiếp tục phát triển trong năm 2022 nhưng không đồng đều giữa các khu vực địa lý, tùy thuộc vào khả năng phục hồi và sức khỏe nền kinh tế tại từng thị trường sau cú sốc của đại dịch. Thị trường thời trang Trung Quốc - bao gồm cả phân khúc cao cấp và không cao cấp - đã trở lại mức doanh số trước Covid-19. Phân khúc không cao cấp 6 tháng đầu năm 2021 tăng trưởng 2% so cùng kỳ năm 2019 trước đại dịch, tuy nhiên, dự báo cả năm 2021 có thể chỉ tăng trưởng nhẹ dưới 2% so với năm 2019 do những yếu tố tác động như lạm phát, biến thể virus mới. **Bất chấp những gián đoạn của nền kinh tế, phân khúc thời trang cao cấp tại Trung Quốc có dấu hiệu tăng trưởng mạnh mẽ** trong bối cảnh các nước hạn chế đi lại dẫn đến chỉ tiêu trong nước tăng lên; **dự kiến cả năm 2021 phân khúc hàng cao cấp đạt doanh số từ tăng trưởng 70% đến 90% so với năm 2019.**



Tại thị trường Mỹ, doanh số bán hàng thời trang thuộc phân khúc không cao cấp năm 2021 dự kiến sẽ vượt 5% đến 10% kết quả của năm 2019 trước đại dịch, trong khi phân khúc cao cấp/xa xỉ dự kiến giao động trong mức tăng giảm 5% so với năm 2019 do giảm lượng tiêu dùng lớn hàng cao cấp của khách Trung Quốc tại Mỹ. **Tại thị trường châu Âu, phân khúc thời trang không cao cấp có phục hồi nhưng mới chỉ đạt 85% đến 90% so với mức của năm 2019 trước đại dịch và dự kiến dần phục hồi hoàn toàn về ngưỡng trước dịch vào cuối năm 2022.** Trong khi đó, phân khúc hàng cao cấp/xa xỉ ở châu Âu sẽ duy trì dưới mức của năm 2019 cho đến năm 2022, với kỳ vọng hoạt động du lịch giữa châu Á và châu Âu trong năm 2022 sẽ phục hồi bằng 51% của năm 2019.

Triển vọng, cơ hội và những rủi ro, thách thức của năm 2022

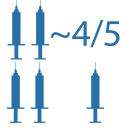


Biểu đồ số 3 thể hiện kết quả khảo sát của BoF-McKinsey đối với CEO các hãng thời trang lớn đánh giá về cơ hội và thách thức lớn nhất đối với ngành thời trang trong năm 2022.

Về cơ hội thì kỹ thuật số (digital) được đánh giá là cơ hội tốt nhất còn căng thẳng chuỗi cung ứng, logistic là thách thức lớn nhất cho năm 2022. Yêu cầu về tính bền vững vừa là cơ hội nhưng cũng đồng thời là thách thức.

Trong khi cả cơ hội kỹ thuật số và tính bền vững đều là những chủ đề dài hạn đã được các CEO nhấn mạnh hàng năm, điểm mới trong nhận định về cơ hội cho năm 2022 nằm ở vấn đề “thu hút/lôi kéo sự tham gia của người tiêu dùng” (consumer engagement). Điều này phản ánh quan điểm việc trải nghiệm của khách hàng với thương hiệu trên các kênh trực tuyến và ngoại tuyến ngày càng trở nên quan trọng hơn để tạo sự khác biệt cho thương hiệu trong một thị trường cạnh tranh cao. Do đó, các doanh nghiệp tham gia trong lĩnh vực thời trang sẽ cần đẩy nhanh việc sử dụng dữ liệu và phân tích thông tin chi tiết về khách hàng để điều chỉnh chiến lược kinh doanh cho phù hợp.

Chúng tôi xin điểm lại 10 chủ đề chính tác động đến ngành thời trang trong năm 2022 như sau:

KINH TẾ THẾ GIỚI	1.	Sự phục hồi không đồng đều (Uneven recovery)	Sự phục hồi sau các cú sốc kinh tế liên quan đến Covid-19 sẽ không đồng đều giữa các thị trường tiêu thụ và cung ứng. Trong bối cảnh này, các doanh nghiệp trong ngành thời trang sẽ cần phải xem xét các quyết định đầu tư một cách chính xác, đánh giá lại các điều kiện địa phương đồng thời phải thường xuyên giảm thiểu rủi ro theo thị trường cụ thể.		4 trên 5 liệu vắc xin được phân phối trên thế giới thuộc về nhóm nước có thu nhập cao và trung bình cao (theo thống kê của Mc Kinsey hết tháng 9/2021)
	2.	Logistic tắc nghẽn (Logistics gridlock)	Ngành công nghiệp thời trang phụ thuộc vào một mạng lưới phức tạp của các chuỗi cung ứng toàn cầu đang chứng kiến mức độ áp lực và gián đoạn chưa từng có. Với logistic, chi phí vận chuyển tăng và tình trạng thiếu hụt nhiều loại hàng hóa cộng thêm các biến chủng phức tạp mới, các công ty phải suy nghĩ lại về chiến lược tìm nguồn cung ứng của mình trong khi thực hiện quản lý chuỗi cung ứng chặt chẽ và xây dựng tính linh hoạt cao hơn để giữ cho sản phẩm đáp ứng được nhu cầu của khách hàng trong năm tới.		49% các nhà lãnh đạo các hãng thời trang cho rằng gián đoạn chuỗi cung ứng là yếu tố tác động hàng đầu đến hoạt động kinh doanh trong năm 2022

THAY ĐỔI CỦA NGƯỜI TIÊU DÙNG	3.	Hàng hiệu cao cấp/xã xỉ nội địa (Domestic luxuries)	Du lịch theo truyền thống là động lực chính của chi tiêu hàng thời trang xa xỉ, nhưng du lịch quốc tế dự kiến sẽ không phục hồi hoàn toàn cho đến giữa năm 2023 và 2024. Để nắm bắt sự thay đổi trong các mô hình mua sắm được thiết lập để định hình trong năm tới, các hãng thời trang cao cấp/xã xỉ nên tương tác sâu hơn với người tiêu dùng trong nước, tái cân bằng mạng lưới bán lẻ và miễn thuế toàn cầu, đồng thời đầu tư vào việc tạo các kênh thương mại điện tử trong nước cho khách hàng.		Dự kiến năng lực vận chuyển hàng không giữa Châu Á và Châu Âu năm 2022 sẽ phục hồi bằng 51% của năm 2019 trước dịch
	4.	Tái cơ cấu tủ quần áo (Wardrobe Reboot)	Sau khi tập trung vào các mặt hàng như đồ ngủ và quần áo thể thao trong gần hai năm, người tiêu dùng sẽ phân bổ lại mức độ chi tiêu cho các danh mục khác do nhu cầu thay đổi, làm mới bị dồn nén cùng với nhu cầu tự do giao tiếp khi được nới lỏng giãn cách xã hội. Tìm kiếm hàng tháng trên toàn cầu về trang phục dịp lễ (occasion wear), chẳng hạn như trang phục dự tiệc, khách dự đám cưới, dạ tiệc và váy chính thức, đã tăng 200% vào năm 2021 so với năm ngoái, theo sang StyleSage. Nhu cầu áo khoác thông thường thay bộ vest: lượng tìm kiếm trên toàn cầu cho những chiếc áo blazer vào tháng 8 năm 2021 cao hơn 100% so với cùng kỳ năm 2019. Ngay cả một số văn phòng công ty cũng sẽ áp dụng phong cách hybrid, thay thế suit và giày cao gót bằng phong cách công sở (business-casual style) và giày thể thao (sneaker). Điều này nói lên rằng, các thương hiệu vẫn sẽ tìm thấy cơ hội để khai thác sự thay đổi thời trang bằng cách phát triển các sản phẩm với các tùy chọn vải mới hoặc kiểu dáng lại. Ví dụ, các thương hiệu thể thao Lululemon và Athleta đã mở rộng sang lĩnh vực quần áo bảo hộ lao động có tính thời trang (workwear), trong khi Hugo Boss hợp tác với Russell Athletic để sản xuất các bộ quần áo bằng vải jersey, một số có quần short thay cho quần dài.		37% lãnh đạo các hãng thời trang lớn kỳ vọng trang phục dịp lễ (occasion wear) sẽ là 1 trong 3 nhóm hàng tăng trưởng mạnh nhất trong năm 2022
	5.	Tư duy thời trang vũ trụ ảo (Metaverse mindset)	Tương lai của ngành thời trang không thể không nhắc đến tiềm năng của thời trang kỹ thuật số có chứng chỉ xác thực kỹ thuật số không thể sao chép gọi tắt là NFT (Non-fungible token). Các nhãn hàng xa xỉ đang nghiên cứu việc kết hợp thời trang với các mô hình như nền tảng game và metaverse, với số lượng các giao dịch chia sẻ doanh thu ngày càng tăng. Mô hình kết hợp như vậy có thể giúp tăng thêm 10 tỷ đến 20 tỷ đô la vào tổng thị trường hàng xa xỉ. Theo Morgan Stanley: “NFT và trò chơi xã hội có thể mở rộng thị trường của các tập đoàn xa xỉ phẩm thêm hơn 10% và tăng thu nhập của ngành này khoảng 25%”		81% thế hệ Gen Z chơi video game trong 6 tháng qua, trung bình 7,3 tiếng mỗi tuần.
	6.	Xu hướng mua sắm trong xã hội (Social shopping)	Thương mại xã hội đang có sự tham gia mạnh mẽ từ các thương hiệu, người tiêu dùng và nhà đầu tư cùng với các chức năng mới và sự thoải mái ngày càng tăng của người dùng, mở ra cơ hội cho trải nghiệm mua sắm liền mạch từ khám phá cho đến thanh toán. Các thương hiệu nên giảm thiểu hành trình mua hàng và thanh toán trong ứng dụng công nghệ phù hợp như phát trực tiếp và dùng thử thực tế tăng cường.		37% lãnh đạo các hãng thời trang đánh giá thương mại toàn xã hội sẽ là 1 trong 3 chủ đề tác động đến hoạt động kinh doanh trong năm 2022
	7.	Đệt may tuần hoàn (Circular textiles)	Một trong những đòn bẩy quan trọng nhất mà ngành công nghiệp thời trang có thể sử dụng để giảm tác động đến môi trường là tái chế theo chu trình khép kín, một hệ thống hiện đang bắt đầu được triển khai trên quy mô lớn, kỳ vọng sẽ hạn chế việc khai thác nguyên liệu thô và giảm chất thải của ngành dệt.		60% lãnh đạo các hãng thời trang đã và có kế hoạch đầu tư vào vòng lặp khép kín (closed-loop recycling) trong năm tới

10 CHỦ ĐỀ CHÍNH TÁC ĐỘNG ĐẾN NGÀNH THỜI TRANG NĂM 2022

HỆ THỐNG THỜI TRANG	8.	Hộ chiếu sản phẩm (Product passports)	Trong nỗ lực thúc đẩy tính xác thực, minh bạch và tính bền vững, các thương hiệu đang sử dụng danh mục công nghệ để lưu trữ và chia sẻ thông tin sản phẩm với cả người tiêu dùng và đối tác. Sử dụng “hộ chiếu sản phẩm” kỹ thuật số này có thể giúp các thương hiệu đối phó với hàng giả, tạo sự khác biệt và xây dựng lòng trung thành bằng cách nâng cao lòng tin của người tiêu dùng, các doanh nghiệp phải liên kết với nhau theo các tiêu chuẩn chung và tham gia vào các dự án thử nghiệm trên quy mô lớn.		Khoảng 2 trong 5 lãnh đạo các hãng thời trang có kế hoạch áp dụng hộ chiếu sản phẩm trong năm 2022
	9.	Khả năng chống chịu trong không gian mạng (Cyber resilience)	Khi số hóa các doanh nghiệp thời trang đạt đến tầm cao mới, các công ty phải đối mặt với nhiều nguy cơ tấn công mạng hơn và rủi ro ngày càng tăng liên quan đến việc xử lý dữ liệu không đúng cách. Trong bối cảnh tội phạm mạng ngày càng tinh vi và áp lực của người tiêu dùng cũng như cơ quan quản lý gia tăng, các thương hiệu cần phải hành động nhanh chóng để tăng cường khả năng phòng vệ và đầu tư nhiều hơn để biến an ninh kỹ thuật số trở thành mệnh lệnh chiến lược.		53% lãnh đạo các hãng thời trang cho rằng họ có thể bị tấn công mạng trong năm 2022
	10.	Thu hút nhân tài	Cuối cùng các công ty phải làm mới các chiến lược nhân tài để có một nơi làm việc ngày càng linh hoạt, đa dạng và được số hóa.		45% nhân viên trong ngành thời trang chỉ ra “ý thức về mục đích” là một trong những lý do quan trọng để họ gắn bó với công ty

TẮC NGHẼN LOGISTIC

TÁC ĐỘNG ĐẾN NGÀNH THỜI TRANG

Bài: **VĂN PHÒNG HỘI ĐỒNG QUẢN TRỊ VINATEX**

Nguồn: Tổng hợp từ báo cáo State of Fashion 2022 của Mc Kinsey

Ngành thời trang phụ thuộc vào một mạng lưới phức tạp của các chuỗi cung ứng toàn cầu đang phải đối mặt với áp lực và gián đoạn chưa từng có. Chi phí logistic tăng cao cùng tình trạng thiếu hụt nhiều loại hàng hóa khiến tình hình trở nên phức tạp hơn, đòi hỏi các công ty thời trang phải suy nghĩ lại về chiến lược (sourcing) tìm nguồn cung ứng trong khi phải thiết lập chuỗi cung ứng tiên tiến, có tính linh hoạt cao hơn để giữ cho sản phẩm đáp ứng nhu cầu của khách hàng trong năm tới.

BÌNH THƯỜNG MỚI CHO HOẠT ĐỘNG LOGISTIC TOÀN CẦU

Hiện tại, chi phí vận chuyển một container từ Trung Quốc đến châu Âu cao hơn gấp 6 lần so với đầu năm 2019 và gấp 10 lần từ Trung Quốc đến Bồ Đào Nha. Trong điều kiện thực tế, cước vận chuyển một container 40 feet từ châu Á đến Bồ Đào Nha có giá từ 1.600 USD đến 2.100 USD vào tháng 7 năm 2019; đã tăng lên từ 21.000 USD đến 23.000 USD. Dự kiến năm 2022, giá vận chuyển có thể sẽ tiếp tục tăng và duy trì trên mức trước đại dịch.



Khoảng một nửa số doanh nghiệp toàn cầu bị ảnh hưởng bởi sự gián đoạn chuỗi cung ứng vào năm 2021, trong đó 1/8 số doanh nghiệp bị ảnh hưởng nghiêm trọng. Đây là hậu quả của sự kết hợp của các yếu tố có tính toàn cầu và địa phương, bao gồm tình trạng thiếu nguyên liệu và phụ kiện, tắc nghẽn vận chuyển, lao động thiếu hụt và chi

phí vận chuyển tăng. Phần lớn lãnh đạo các doanh nghiệp cho rằng tình trạng này chưa có dấu hiệu dừng lại, sẽ kéo dài đến năm 2022 và có thể lâu hơn nữa. Cụ thể, **87% trong số 220 giám đốc điều hành các hãng lớn trong ngành thời trang qua khảo sát của Mc Kinsey cho rằng sự gián đoạn chuỗi cung ứng sẽ tác động tiêu**

cực đến biên lợi nhuận trong năm tới.

Những thách thức về logistics thậm chí còn gia tăng trong năm 2022, với nhu cầu tăng mạnh trên toàn cầu sẽ tiếp tục tạo áp lực khó lường đối với các dịch vụ vận tải hàng hóa, cảng và nhà ga. Ngày càng có nhiều lo ngại rằng việc gia

tăng mức độ gián đoạn và tăng giá có thể kéo dài lâu hơn và có thể trở thành một “bình thường mới cho hoạt động logistic toàn cầu”.

Joseph Phi, Giám đốc điều hành quản lý chuỗi cung ứng của Li & Fung cho rằng: “Chuỗi cung ứng đang hoạt động hết công suất. Nó đang vỡ ra ở các điểm nối. Tôi cho rằng, tình trạng này sẽ tiếp tục cho đến ít nhất là nửa cuối năm 2022 thậm chí kéo dài đến năm 2023”.

[Trong báo cáo của Liên Hợp quốc tháng 11/2021 cho biết, giá cước vận tải cao đang đe dọa sự phục hồi toàn cầu, cho rằng cước vận tải cao có thể khiến chi phí nhập khẩu trên toàn cầu tăng 11%, và làm giá tiêu dùng tăng thêm 1,5% từ nay đến năm 2023.

Ảnh hưởng không chỉ dừng lại ở đó. Cước vận tải container tăng 10% khiến sản lượng công nghiệp của Mỹ và châu Âu mất đi hơn 1%.]

NGÀNH THỜI TRANG ĐỐI MẶT NHIỀU THÁCH THỨC, KẾ CẢ KHI NHU CẦU TĂNG NHANH

Sau nhiều tháng phải đóng cửa (lockdown) hoặc tuân thủ các biện pháp giãn cách xã hội, nhu cầu của người tiêu dùng đang tăng mạnh tại các thị trường như Mỹ và Anh. Tuy nhiên, chưa kịp mừng thì một số thương hiệu đã phải đối mặt với nhiều vấn đề phát sinh như việc nhận được hàng đúng hạn trước tình hình chậm trễ trong sản xuất và vận chuyển – bao gồm cả đường biển, đường hàng không và đường bộ - dẫn đến hàng tồn kho thường xuyên trong trạng thái cạn kiệt. Các nhãn hàng có hoạt động sản xuất tại các khu vực bị ảnh hưởng nặng bởi đại dịch phải đối mặt với tình trạng thiếu nhân viên và đóng cửa nhà máy. Vào tháng 8/2021, Adidas cho biết sự gián đoạn chuỗi cung ứng do Covid-19 gây ra có thể khiến công ty thiệt hại lên tới 500 triệu Euro (586 triệu USD) doanh thu.

Biểu đồ tỷ lệ tồn kho trên doanh số bán hàng của Mỹ



Nhìn biểu đồ trên có thể thấy tỷ lệ hàng tồn kho trên doanh số bán hàng ở Mỹ hiện gần mức thấp kỷ lục, do đó nhu cầu mua bổ sung hàng hóa trong nửa đầu năm tới chắc chắn sẽ cao. Sức ép lên hệ thống logistic sẽ lại xuất hiện và tình trạng tắc nghẽn, đẩy chi phí logistic lên cao sẽ còn tiếp diễn trong năm tới.

Thực tế sự bùng phát của Covid-19 cũng đã làm trầm trọng thêm tình trạng tắc nghẽn cảng và việc hạn chế nguồn cung tàu đóng mới. Thống kê trong tháng 7/2021, nguồn cung tàu container thấp hơn 11% so với tháng 9 năm ngoái. Nhu cầu bổ sung hàng tồn kho tăng cao trong bối cảnh việc vận chuyển gián đoạn khiến hàng nghìn container tắc nghẽn trên biển, hoặc kẹt trong các trung tâm vận chuyển hàng hóa hoặc tại các cảng, khiến một số doanh nghiệp phải chuyển sang vận chuyển bằng đường không và các phương án thay thế như đường sắt xuyên lục địa, dẫn đến ùn tắc cả ở các phương thức vận tải thay thế, thời gian chờ đợi lâu hơn và chi phí vận chuyển đường không và đường sắt cũng tăng.

Dự thảo quy định mới của EU về

đánh thuế biên giới carbon (carbon border tax) và khí thải từ động cơ tàu biển cũng là một thách thức mới với các hãng thời trang

Bên cạnh những khó khăn, thách thức của hệ thống logistic hiện tại, các hãng thời trang và cả các công ty vận chuyển đang phải đối mặt với một loạt các quy định mới trở thành rào cản thương mại. Trong số các quy định sắp tới đáng chú ý là đề xuất của EU về **thuế biên giới carbon** lần đầu tiên trên thế giới (trong số *Tạp chí tiếp theo chúng tôi sẽ có bài viết về đề xuất thuế biên giới carbon của EU*) và các hạn chế mới đối với khí thải từ động cơ tàu. Các nhãn thời trang phải quản lý chuỗi cung ứng để đáp ứng những quy định mới cùng với những thách thức như lệnh cấm nhập khẩu các sản phẩm có nguồn gốc bông từ khu vực Tân Cương của Trung Quốc vẫn duy trì. Việc vận chuyển giữa EU và Vương quốc Anh cũng gặp trở ngại hậu Brexit phải bổ sung thêm các lớp thủ tục giấy tờ mới gây ra sự chậm trễ trong thông quan của hải quan. Ngoài ra, căng thẳng thương mại ra giữa Mỹ và Trung Quốc chưa kết thúc luôn tiềm ẩn nguy cơ làm trầm trọng thêm tình trạng gián đoạn chuỗi cung ứng.

HÀNH ĐỘNG ỨNG PHÓ CỦA CÁC HÃNG THỜI TRANG

Các hãng thời trang không coi tăng chi phí logistic là một sự cố trong ngắn hạn và chỉ có giải pháp trong ngắn hạn, thay vào đó họ xây dựng kế hoạch cố định cho sự gia tăng của chi phí logistic. Một số hãng nhận thấy, đây cũng là cơ hội để chuyển bớt gánh nặng chi phí cho người tiêu dùng bằng cách tăng giá bán. Trong cuộc khảo sát của Mc Kinsey, 67% giám đốc điều hành thời trang dự kiến sẽ tăng giá bán lẻ vào năm 2022, với mức tăng trung bình là 3,2%, trong khi 14% giám đốc điều hành thậm chí còn kỳ vọng tăng giá hơn 10%. Tuy nhiên, 17% giám đốc điều hành dự kiến giảm giá, trong đó dự kiến giảm giá nhiều nhất là đối với nhóm hàng tầm trung.

Khó khăn khác với các hãng thời trang là khách hàng đã “quen” với việc giao hàng siêu nhanh, cả trực tuyến và tại cửa hàng, việc chậm trễ giao hàng ảnh hưởng đến sự hài lòng của họ, cũng như xu hướng tăng nhanh nhu cầu đối với vật liệu bền vững cũng gây thêm áp lực lên nguồn cung.

Về lâu dài, các thương hiệu thời trang sẽ tìm biện pháp để tối ưu hóa sản xuất, lập kế hoạch logistic, đảm bảo booking, cũng như có kế hoạch dự phòng và các nhà cung cấp thay thế nhằm đáp ứng nhanh nhu cầu và linh hoạt nhất có thể. Chính vì vậy, một số hãng lớn đã tính đến việc tự xây dựng hệ thống vận chuyển riêng vào cuối năm 2021. Các công ty như Walmart và American Eagle đã đầu tư vào các dịch vụ container chuyên dụng để tránh phụ thuộc dịch vụ vận chuyển của bên thứ ba.

Đồng thời, các thương hiệu sẽ làm việc với các nhà cung cấp của họ để mở rộng quy mô các hoạt động sản xuất gần trụ sở hoặc sản xuất ngay tại nơi đặt trụ sở. Thực tế, một

“ Khó khăn khác với các hãng thời trang là khách hàng đã “quen” với việc giao hàng siêu nhanh, cả trực tuyến và tại cửa hàng, việc chậm trễ giao hàng ảnh hưởng đến sự hài lòng của họ, cũng như xu hướng tăng nhanh nhu cầu đối với vật liệu bền vững cũng gây thêm áp lực lên nguồn cung.”

số hãng thời trang tại châu Âu đã nỗ lực dịch chuyển hoạt động sản xuất hàng dệt may từ Trung Quốc sang Thổ Nhĩ Kỳ để giảm thiểu sự chậm trễ trong giao hàng. Hơn 70% công ty có kế hoạch tăng tỷ lệ mua hàng tại các nơi sản xuất gần nước nhập khẩu và khoảng 25% dự định để tìm nguồn cung ứng ngay tại nước họ, theo khảo sát các CPO trong lĩnh vực của McKinsey năm 2021.

Giám đốc điều hành của Tập đoàn PVH - ông Stefan Larsson cho biết: “Là một ngành công nghiệp, chúng ta vẫn có thời gian giao hàng quá dài. Khả năng kết hợp tốt hơn giữa việc lập kế hoạch và mua hàng theo nhu cầu là điều mà chúng tôi đã học được khi Covid-19 xảy ra. Bài học lớn thứ hai là xây dựng khả năng phục hồi trong chuỗi cung ứng ngay bây giờ”.

Erik Nordstrom - Giám đốc điều hành tại Nordstrom cho biết: “Rất khó để lập kế hoạch luân chuyển hàng tồn kho với độ chính xác cao. Chúng tôi không kỳ vọng tình hình tắc nghẽn logistic hiện tại sẽ sớm thay đổi”. Các giải pháp thực tế đang được triển khai phổ biến bao gồm giới thiệu cách làm việc nhanh để cải thiện hiệu quả, nâng cấp hệ thống quản lý hàng tồn kho, mô

phòng lại các chuỗi cung ứng (kết hợp các giải pháp nâng cao khả năng hiển thị) và ứng dụng công nghệ như việc thiết lập bảng điều khiển phức tạp (hay còn gọi là tháp kiểm soát) chuỗi cung ứng dưới dạng số.

Các Giám đốc điều hành hãng thời trang đã chỉ ra rằng, hướng đi sắp tới sẽ tiếp tục tập trung số hóa các hoạt động của chuỗi cung ứng. Chủ tịch kiêm Giám đốc điều hành của VF Corporation, Steve Rendle nhận thấy được những cơ hội đáng kể trong việc tạo ra một chuỗi cung ứng siêu kỹ thuật số (hyper digital supply chain). Trong khi đó, Giám đốc điều hành H&M Group, Helena Helmersson cho rằng, phần lớn sự phát triển chuỗi cung ứng của công ty tập trung vào công nghệ và ưu tiên hàng đầu là tìm ra “lợi thế cạnh tranh trong bối cảnh chuỗi cung ứng đòi hỏi tốc độ, sự nhanh nhạy, hiệu quả chi phí và giá cả”.

Câu chuyện thành công của Shein – hãng bán lẻ thời trang nhanh trực tuyến của Trung Quốc mới đây đã vượt qua cả Zara và H&M trở thành nhà bán lẻ thời trang nhanh bán chạy nhất nước Mỹ với 3000 sản phẩm mới ra mắt mỗi tuần, thời gian từ khi thiết kế đến hoàn tất sản xuất chỉ 10 ngày vượt xa thương hiệu Zara khi phải cần đến 5 tuần. Có nhiều yếu tố tác động khiến Shein thành công, trong số đó phải kể đến thuật toán và khoa học dữ liệu để xác định xu hướng thời trang mới, cùng với hệ thống phần mềm quản lý chuỗi cung ứng, giám sát chặt chẽ quá trình sản xuất và chia sẻ theo thời gian thực về dữ liệu tìm kiếm của khách hàng với các nhà cung cấp để hướng dẫn thiết kế và sản xuất.

Nói tóm lại, khi áp lực ngày càng gia tăng, việc lập kế hoạch cẩn thận và tích hợp sâu hơn các yêu cầu của chuỗi cung ứng vào quá trình ra quyết định sẽ trở thành những yếu tố quan trọng trong năm tới □



VĂN HÓA QUẢN LÝ HỒ CHÍ MINH

Bài: **PGS.TS ĐẶNG QUỐC BẢO**

HAI NHIỆM VỤ CỦA NGƯỜI QUẢN LÝ

Theo Hồ Chí Minh, người quản lý có hai nhiệm vụ chủ yếu: Tu thân và xử thế. Tu thân chính là tự quản lý và xử thế là tác động đến các quan hệ người trong quá trình quản lý.

Hồ Chí Minh coi sự xử thế luôn luôn khó khăn bởi vì cuộc sống vận động không ngừng. Ngày hôm nay phức tạp hơn ngày hôm qua do quan hệ người với người rất đa dạng. Xung quanh người quản lý có năm nhân vật: đối thủ, đối tác, đồng minh, đồng chí, tri âm tâm giao. Người quản lý phải có lòng bao dung, sự tinh táo và khéo léo đưa đối thủ thành đối tác, đưa đối tác thành đồng minh, đưa đồng minh thành đồng chí, đưa đồng chí thành tri âm tâm giao theo phương châm “Sống khôn ngoan, sống bao dung, sống tử tế, sống hân hoan”. Hồ Chí Minh đã sống như vậy trong cuộc đời mình và giáo dục cho đồng chí, học trò làm theo mình.

Sự quản lý của Hồ Chí Minh nhằm làm cho con người trước việc sai, việc xấu không dám làm, không nỡ làm, không thể làm, còn trước việc đúng việc tốt thì tự giác làm, tự nguyện làm, tự tin làm, Hồ Chí Minh biết phối hợp đạo lý, công lý, pháp lý tác động đến con người để thực hiện mục tiêu trên.

QUẢN LÝ “ĐÚNG” VÀ “KHÉO”

“Đúng” và “khéo” là các từ Bác Hồ đã sử dụng nhiều lần trong chuyên luận “Sửa đổi lối làm việc”. Chuyên luận này được Người viết tại chiến khu Việt Bắc năm 1947 khi kháng chiến chống Pháp mới bùng nổ. Tác phẩm nhanh chóng trở thành cẩm nang tu dưỡng, rèn luyện cho cán bộ các cấp của Đảng và chính quyền. Ngày nay, trong sự nghiệp đổi mới, tác phẩm vẫn giữ nguyên tính thời sự.

Giáo trình quản lý hiện đại thường có lời khuyên: “Người quản lý phải chọn

được việc đúng mà làm và làm đúng, làm tốt việc đã chọn” (Right Doing – Doing Right).

Tinh tế thay ý này đã được Hồ Chí Minh nói từ năm 1947. “Đảng ta hy sinh tranh đấu, đoàn kết, lãnh đạo nhân dân, tranh lại thống nhất và độc lập. Công việc đã có kết quả về vang. Nhưng nếu mỗi cán bộ, mỗi đảng viên làm việc đúng hơn, khéo hơn thì thành tích của Đảng còn to tát hơn nữa. Cán bộ đảng viên làm việc không đúng, không khéo thì còn nhiều khuyết điểm” (Hồ Chí Minh toàn tập, tập 5, tr 272, 273).

Quản lý bất kỳ công việc gì xét cho cùng là xử lý hai phạm trù. Cái gì và cách gì, tức là chọn nội dung gì và phương pháp nào trong điều hành. Nếu hai phạm trù này đều có giá trị (+) thì mục tiêu đặt ra có kết quả. Nếu nội dung (+) mà phương pháp (-) hoặc nội dung (-) mà phương pháp (+) thì cũng không thành công. Sẽ có nhiều khuyết điểm và hạn chế nếu nội dung (-) và phương pháp (-); điều mà Bác chỉ ra là không đúng và không khéo.

Để làm việc đúng và khéo, Bác căn dặn cán bộ (tức là người quản lý) phải có lòng tự trọng và tự tin. Bác dạy: “Ai cũng phải có lòng tự trọng, tự tin. Không có lòng tự trọng, tự tin là người vô dụng” (Hồ Chí Minh toàn tập, tập 5, tr322).

Người cảnh báo mười hai bệnh mà cán bộ quản lý gặp phải sẽ hỏng việc đó là: Bệnh ba hoa, bệnh địa phương, bệnh ham danh vị, bệnh thiếu kỷ luật, bệnh cầu thả, bệnh xa quần chúng, bệnh chủ quan, bệnh hình thức, bệnh ích kỷ, bệnh hủ hóa, bệnh thiếu ngăn nắp và bệnh lười biếng.

Bác nhắc nhở: “Mắc phải một bệnh trong mười hai bệnh đó là hỏng việc. Vì vậy, chúng ta phải ráo riết dùng phê bình và tự phê bình để giúp nhau chữa cho hết những bệnh ấy” (Hồ Chí Minh toàn tập, tập 5, tr307).

Năm 1946, khi cách mạng mới giành được chính quyền, Người có những phát biểu khuyên cán bộ quản lý những việc rất tinh tế như: Người dặn: “Phải cần mà phải cần nữa” (Hồ Chí Minh toàn tập, tập 4, tr43). Người yêu cầu cán bộ quản lý vừa chăm chỉ, vừa cẩn thận trong công việc. Người lưu ý: “Tự động mà không được tự tiện”. Theo Người: “Tự động là không phải tựa vào ai là tự mình biết biến báo xoay sở, tự mình biết thực hành công tác theo nhiều hình thức mới mẻ, phong phú... Phải rèn luyện tinh thần tự động mạnh mẽ nhưng phải bỏ tính cái gì cũng tự tiện” (Hồ Chí Minh toàn tập, tập 4, tr44, 45).

Người nhắc nhở sự kết hợp: “Lãnh đạo về kỹ thuật chưa đủ. Còn phải lãnh đạo về tinh thần” (Hồ Chí Minh toàn tập, tập 4, tr170). Ý tưởng này trong quản lý hiện đại thường nói người quản lý phải có năng lực chuyên môn và năng lực liên nhân cách. Người yêu cầu cán bộ quản lý thực hiện được 3 việc: Khổ cán, hạnh cán và thực cán. Bác giải thích: Khổ cán là làm việc hết sức mình, hạnh cán là làm việc có chất lượng, thực cán là làm việc có hiệu quả, có năng suất” (Hồ Chí Minh toàn tập, tập 4, tr176).

Bác còn dặn cán bộ quản lý phải biết chừng mực (Hồ Chí Minh toàn tập, tập 4, tr405). Ngày nay sách báo quản lý hiện đại thường có lời khuyên, người quản lý phải biết “tri đồ”, “tri giới hạn”, phải ý thức “Cốc nước đã đầy chỉ thêm một giọt là tràn ly”.

QUẢN LÝ LÀ BIẾT “CÔNG THỦ VẬN TRÙ”

Trong tác phẩm Ngục trung nhật ký (Nhật ký trong tù) viết năm 1944, Bác có bài thơ Học dịch kỳ (Học đánh cờ), bài thơ ngắn chỉ có 12 câu xong có thể coi là một “Đại giáo khoa” có tính hiện đại cho người cán bộ quản lý. Hồ Chí Minh thông qua chuyện đánh cờ để nói về công việc của người quản lý với yêu cầu phải biết “Vận trù” trong tư duy hành động. Đây là nét đặc sắc của bài thơ, cũng có thể coi là minh triết của công việc quản lý.

Người quản lý phải biết kết hợp hài hòa sự trù liệu và sự vận động trong công việc. Trù liệu tốt mà không năng động thì khó thành công. Tuy nhiên, năng động mà không biết trù liệu và phán đoán thì hoạt động cũng ít kết quả.

QUẢN LÝ THEO PHƯƠNG CHÂM “DĨ BẤT BIẾN- ỨNG VẠN BIẾN”

Vận dụng điều này vào công tác quản lý giáo dục, quản lý nhà trường có thể hiểu, sự tiến bộ của nhân cách học sinh là “Dĩ bất biến”, còn phương pháp giáo dục, dạy học, phương pháp điều hành nhà trường thì phải lựa sao cho phù hợp với hoàn cảnh của học sinh, của cha mẹ học sinh, của nhân dân cộng đồng. Đó là “Ứng vạn biến”.

Tinh thần này đã được cố Thủ tướng Phạm Văn Đồng nhấn mạnh trong một lần nói chuyện với giảng viên học

viên trường Cán bộ quản lý giáo dục và đào tạo (nay là Học viện Quản lý Giáo dục): Người dạy phải coi người học là trung tâm là đối tượng. Trường lớp thì có nhiều, nhưng cái trung tâm, cái đối tượng chỉ có một. Chúng ta hãy nhớ tới một câu nói rất sâu sắc của Bác Hồ: “Dĩ bất biến - Ứng vạn biến”. Vạn biến là sự thể hiện rất khác nhau của hoàn cảnh người học. Người dạy gặp những người học trình độ cao thấp khác nhau, yêu cầu nhiều ít khác nhau, hoàn cảnh thuận lợi khó khăn khác nhau, lúc đó người dạy phải có phương pháp cho thích hợp. □

Tiến
Tân
Sử
đi,
đường
hội
nhập
vườn
xa,
đất
Hồng
Lạc
huy
hoàng
ngàn
vạn
Tết

Đón
Nhâm
Dần
đến,
cửa
đầu
tư
rộng
mở,
nước
Tiên
Rồng
rạng
rờ
triệu
nẻo
Xuân

TINH THẦN DOANH NHÂN VINATEX:

KẾ THỪA ĐỂ ĐỘT PHÁ VÀ PHÁT TRIỂN

Ở bất cứ giai đoạn nào, thúc đẩy kinh tế đất nước phát triển và tạo nên vị thế của Việt Nam trên bản đồ kinh tế thế giới là sứ mệnh, trọng trách của đội ngũ doanh nhân, cộng đồng doanh nghiệp. Với Tập đoàn Dệt May Việt Nam, chặng đường hơn 26 năm phát triển luôn có sự kế thừa của đội ngũ những nhà quản lý, lãnh đạo bản lĩnh, quyết đoán và tận tâm, tận lực...

Ở thời điểm hiện nay, quyết sách phục hồi nền kinh tế đòi hỏi cao hơn nữa vai trò “chèo lái” của đội ngũ này, đan xen giữa kinh nghiệm, tầm vóc, năng lượng và vị thế từ tinh thần doanh nhân. Đây cũng là tinh thần Vinatex trong giai đoạn phục hồi và tăng trưởng kinh tế giai đoạn 2022-2025, tầm nhìn 2030 với mục tiêu chiến lược “**Trở thành một điểm đến cung cấp giải pháp trọn gói về dệt may thời trang cho khách hàng doanh nghiệp. Từng bước vươn lên bậc thang cao hơn trong chuỗi giá trị**”...

Trước thềm Xuân mới Nhâm Dần 2022, các cán bộ quản lý thuộc Vinatex chia sẻ góc nhìn của mình về tinh thần doanh nhân Vinatex trong mạch nguồn phát triển qua mỗi thời kỳ.

ÔNG HOÀNG VỆ DŨNG - CHỦ TỊCH HĐQT TCT ĐỨC GIANG - CÔNG TY CỔ PHẦN:

“Cán bộ quản lý trong doanh nghiệp nhà nước (DNNN) là doanh nhân đặc biệt”

Tôi rời quân ngũ và về làm việc tại Liên hiệp xuất nhập khẩu may (đơn vị tiền thân của Vinatex) từ tháng 8/1987 và đến tháng 3/2018 thì được Tập đoàn cho nghỉ chế độ. Như vậy là tròn 30 năm tôi làm việc trong DNNN.

Ngày Doanh nhân Việt Nam (13/10) hằng năm, tôi được mọi người chúc mừng là một doanh nhân đúng nghĩa của nó là nhờ cả quá trình đào tạo, rèn luyện và trưởng thành trong môi trường Vinatex trong suốt 30 năm qua.

Có thể nói cán bộ quản lý trong DNNN là doanh nhân đặc biệt, vừa phải tu dưỡng mình để trở thành doanh nhân, vừa phải gương mẫu thực hiện các chủ trương chính sách của nhà nước trong quản lý kinh tế, bảo toàn vốn và thực hiện nghiêm chỉnh các trách nhiệm xã hội. Đây là những doanh nhân có đủ các phẩm chất để vượt qua mọi thử thách khắc nghiệt của thương trường.



Chính vì vậy, họ luôn là người đi đầu trong đầu tư sản xuất và công nghệ, xúc tiến thương mại và phát triển thị trường. Tôi chứng kiến các đơn vị trong Confectimex, Textimex và sau này là Vinatex là những đơn vị đi đầu về sản xuất và xuất khẩu hàng dệt may sang Liên xô và Đông Âu trước năm 1990, sau đó là vào thị trường tây Âu, Nhật rồi sau 1995 vào Hoa Kỳ. Đây chính là nòng cốt và là sự cổ vũ lớn lao cho các doanh nghiệp Việt Nam tham gia vào thị trường quốc tế có được thành công sau này.

Đặc biệt trong giai đoạn khó khăn dịch bệnh họ vẫn là những người đi đầu duy trì sản xuất, giữ an toàn sức khỏe và đảm bảo thu nhập cho người lao động cho người lao động.

Cuối cùng, có thể nói cán bộ quản lý trong các DNNN là những doanh nhân ví như những người lính được tôi luyện trong môi trường khắc nghiệt, kỷ luật và kiên định, mang trong mình ý chí sắt đá, sự sáng tạo vô biên và khát khao cống hiến vì sự nghiệp chung.

ÔNG NGUYỄN ĐỨC TRỊ - CHỦ TỊCH HĐQT TỔNG CÔNG TY DỆT MAY HÒA THỌ

“Hòa cùng thời đại/ Thọ với nhân văn”



Như chúng ta đã biết, Hòa Thọ từ một đơn vị khó khăn ở miền Trung đã vươn lên trở thành một trong những doanh nghiệp hàng đầu của Tập đoàn Dệt May Việt Nam. Để được như vậy, Hòa Thọ đã có những bước phát triển đột phá ngoạn mục mà trong đó nguồn nhân lực đóng vai trò quan trọng, quyết định

Hòa Thọ luôn xây dựng đội ngũ cán bộ có tâm, có tầm, dám nghĩ, dám làm, dám đương đầu với khó khăn thách thức, đổi mới sáng tạo.

Hòa Thọ phát huy tinh thần doanh nhân tích cực chăm lo cho người lao động, đóng góp trong công cuộc xây dựng đất nước, có trách nhiệm với môi trường, xã hội, phát triển doanh nghiệp theo hướng bền vững

Và trong mỗi hướng đi, mỗi giai đoạn, khẩu hiệu dẫn lối cho các thế hệ CBNV-NLĐ Hòa Thọ chính là: **Hòa cùng thời đại/ Thọ với nhân văn.**

Xu thế hội nhập kinh tế quốc tế đòi hỏi các doanh nghiệp phải đổi mới và nâng cao chất lượng đội ngũ cán bộ quản lý, lãnh đạo kế cận. Với tốc độ phát triển chóng mặt của khoa học, công nghệ, đặc biệt trong thời đại Cách mạng 4.0 đòi hỏi đội ngũ cán bộ lãnh đạo, quản lý, đội ngũ kế cận một mặt phải có bản lĩnh chính trị vững vàng, có phẩm chất đạo đức trước môi trường của nền kinh tế thị trường đầy rẫy những cạm bẫy khó lường, một mặt phải có năng lực nổi trội đáp ứng các yêu cầu đổi mới, bắt buộc doanh nghiệp phải:

Thường xuyên giáo dục, bồi dưỡng đối với đội ngũ cán bộ để có nhận thức đầy đủ về vai trò của mình trong sự nghiệp xây dựng và phát triển doanh nghiệp, từ đó xây dựng bản lĩnh chính trị vững vàng, ý chí quyết tâm, nâng cao năng lực, thực sự cố gắng trở thành một trong những lực lượng tiên phong trong đổi mới.

Xây dựng đội ngũ cán bộ chủ chốt, người đứng đầu các đơn vị có phẩm chất, năng lực, uy tín, ngang tầm nhiệm vụ; có kiến thức chuyên môn, nghiệp vụ và kỹ năng công tác, có tư duy đổi mới, khát vọng cống hiến, tinh thần sáng tạo, đoàn kết, ý thức tổ chức kỷ luật cao, tận tụy, trách nhiệm với công việc được giao.

Xây dựng Văn hóa doanh nghiệp đậm đà bản sắc văn hóa dân tộc Việt Nam. Thực hiện văn hóa doanh nghiệp để xây dựng đội ngũ cán bộ có phẩm chất, đạo đức, lối sống tốt; có năng lực lãnh đạo, quản lý; quan tâm đến đời sống vật chất, tinh thần của người lao động, có trách nhiệm với cộng đồng và toàn xã hội. Từ đầu năm 2020 đến nay, đại dịch Covid-19 đã và đang khiến nhiều doanh nghiệp rơi vào khủng hoảng nghiêm trọng. Tuy nhiên, Văn hóa doanh nghiệp chính là sức mạnh giúp doanh nghiệp có thể vượt qua sóng gió, đứng vững và trưởng thành.

❖ BÀ TRẦN THỊ KIM CHI, TỔNG GIÁM ĐỐC CÔNG TY CỔ PHẦN SỢI PHÚ BÀI (TỈNH THỪA THIÊN HUỆ) -

“Bản lĩnh nhà quản lý trong triển khai phương thức quản trị”

Được sự tin nhiệm từ Lãnh đạo Tập đoàn Dệt May Việt Nam và HĐQT Công ty, tôi được bổ nhiệm làm Tổng Giám đốc Công ty CP Sợi Phú Bài từ cuối tháng 01/2016. Là một phụ nữ, tôi cảm thấy tự hào và vinh dự khi tiếp quản, đảm trách công việc mới nhưng đồng thời tôi cũng rất trăn trở và lo lắng về việc làm thế nào để duy trì giữ vững Thương hiệu “Sợi Phú Bài” trên thị trường trong nước và quốc tế mà thế hệ đàn anh đi trước đã mất nhiều công sức gây dựng trong nhiều năm qua.

Để gìn giữ và phát triển vị thế của Phú Bài, Ban lãnh đạo Công ty đã đặt ra các mục tiêu thực hiện: Ổn định sản xuất, giữ vững chất lượng, sản lượng sợi, giữ khách hàng truyền thống, mở rộng thị trường. Đầu tư thay thế dần các dây chuyền thiết bị đã cũ, thay thế bằng các dây chuyền công nghệ mới, tiên tiến, tự động cao, giảm thiểu lao động. Tăng thu nhập cho người lao động, chăm lo tốt nhất về mọi mặt đời sống cho CBNV-NLĐ. Tăng doanh thu, tăng lợi nhuận, hoàn thành các chỉ tiêu cổ đông giao.

Bản thân tôi cùng đội ngũ Ban lãnh đạo Công ty đã thực hiện các phương thức quản trị theo mô hình: **Tổ chức triển khai công việc – Thực hiện công việc – Đánh giá kết quả công việc.**



Theo đó, người quản lý phải tổ chức được bộ máy cùng thực hiện công việc, xây dựng được người đứng đầu, bố trí công việc hợp lý. Giao việc, giao quyền hạn, trách nhiệm kèm theo quyền lợi cụ thể qua các chính sách về lương, thưởng, chế độ bảo hiểm, điều kiện làm việc và phúc lợi khác như đi tham quan trong nước, nước ngoài, đồng thời có xếp loại A, B, C để đánh giá kết quả công việc. Xây dựng môi trường làm việc với tinh thần tin tưởng, tôn trọng lẫn nhau, trung thực, đánh giá đúng người đúng việc, giao cho mọi người quyền tự chủ động thực hiện công việc của mình, dám nghĩ dám làm, dám chịu trách nhiệm, vượt qua những khó khăn thách thức để đạt hiệu quả công việc. Có chế độ thưởng và đãi ngộ kịp thời để khuyến khích CBNV- NLĐ phát huy hết khả năng và sức sáng tạo của mình. Luôn luôn lắng nghe, trao đổi, học hỏi kinh nghiệm.

Trong sản xuất kinh doanh, chúng tôi vận hành các phương thức quản trị:

Biện pháp sản xuất:

- ☑ Thực hiện tốt bảo dưỡng dự phòng máy móc thiết bị.
- ☑ Lựa chọn thông số công nghệ hợp lý, chú trọng công tác vệ sinh để đảm bảo chất lượng sợi.
- ☑ Khai thác tối đa tốc độ máy.
- ☑ Cân đối dây chuyền hợp lý để có hiệu quả cao.

- ☑ Phát triển mặt hàng mới, các đơn hàng sản xuất từ bông BCI, xơ tái chế...

Biện pháp kinh doanh:

- ☑ Duy trì thị trường truyền thống, tìm kiếm mở rộng thị trường.
- ☑ Giao đúng hàng, đúng chất lượng, đúng thời gian, làm tốt chế độ hậu mãi sau bán hàng.
- ☑ Nhân viên kinh doanh phải hoàn thiện cân đối dây chuyền sản xuất, tính toán sản lượng để nhận đơn hàng phù hợp, có hiệu quả cao.

Vừa qua, được sự chỉ đạo của Tập đoàn Dệt May Việt Nam, Công ty đã hoàn tất công tác đầu tư xây dựng Nhà máy Sợi mới 3 vạn cọc sợi và chính thức đưa Nhà máy Sợi mới với công nghệ tiên tiến, tự động hóa cao vào vận hành khai thác từ tháng 10/2021 với sản lượng khoảng 500- 550 tấn/tháng, sử dụng khoảng 130 lao động, tiết kiệm khoảng 50% lao động so với nhà máy 3 vạn cọc cũ.

Trong bối cảnh sản xuất kinh doanh gặp nhiều khó khăn do tác động của dịch bệnh nhưng với tinh thần đoàn kết và quyết tâm cao của tập thể CBNV-NLĐV, Công ty đã và đang vượt qua thử thách và duy trì khá ổn định các chỉ tiêu SXKD, tạo công ăn việc làm cho gần 900 lao động với thu nhập bình quân hơn 9 triệu đồng /người/tháng. Điều này tạo đà cho đơn vị tiếp tục có bước phục hồi và phát triển trong năm mới 2022.

❖ ÔNG NGUYỄN HÙNG QUÝ - TGD CÔNG TY TNHH TỔNG CÔNG TY DỆT MAY MIỀN NAM - VINATEX (VSC):

“Dũng mãnh trong tư duy, sáng tạo và hành động”

Là người lãnh đạo với vai trò là Tổng Giám đốc của Công ty, cá nhân tôi nhận thấy vai trò của người lãnh đạo là cực kỳ quan trọng. Nếu ví một doanh nghiệp như một con thuyền thì người lãnh đạo chính là người thuyền trưởng dẫn dắt, chèo lái con tàu vượt qua mọi giông bão, khó khăn để về đến đích.

Nhìn lại khoảng thời gian vừa qua, chúng ta có thể thấy gần 02 năm qua tất cả các doanh nghiệp “điều đứng” trước làn sóng Covid-19. Hàng loạt các doanh nghiệp thua lỗ, đóng cửa, người lao động mất việc làm... Giờ đây, khi chúng ta đang trong quá trình “bình thường hóa” nhưng tàn tro của đại dịch để lại cũng đã khiến cho một số doanh nghiệp không thể vực dậy. Tuy nhiên, từ “tàn tro” ấy chúng ta vẫn thấy vẫn có một số “mầm xanh” vươn mình lớn dậy một cách đầy mạnh mẽ. Có không ít những doanh nghiệp dệt may đã hồi phục đầy “ngạo mạn” trong lúc mọi thứ vẫn còn nhiều khó khăn. Tại sao giữa những khó khăn chống chọi lại có thể đứng vững và vươn mình lớn dậy như thế? Theo tôi đó chính là nhờ sự xây dựng và định hướng phát triển đúng đắn của người lãnh đạo. Trong khi mọi người đang lo lắng, bi quan, thì những người lãnh đạo lại



là những người phải làm việc với 200% năng suất. Từ các cuộc họp chỉ đạo, xây dựng mô hình sản xuất an toàn, hiệu quả, xây dựng chuyển đổi số để thích ứng tình hình mới, động viên người lao động...

Có thể nói đó là sự chuẩn bị cho tất cả các phương án, để khi mọi thứ "bình thường hóa", doanh nghiệp có thể nhanh chóng bắt được nhịp theo những gì đã hoạch định. Một người lãnh đạo có tư duy mới, sáng tạo mới, xây dựng những định hướng đúng đắn chính là yếu tố quyết định đến thành công của một doanh nghiệp. Trong làn sóng dịch thứ 4 vừa qua, chúng ta sẽ thấy rõ vai trò và tầm quan trọng của người lãnh đạo. Có một câu mà tôi vẫn hay nói với tất cả những người lao động của mình, nhất là trong lúc dịch bệnh bùng phát mạnh mẽ tại khu vực phía Nam, nơi mà các Nhà máy của VSC bị ảnh hưởng nặng nề nhất. Đó là: "Trong lúc khó khăn chúng ta phải dũng mãnh trong tư duy, sáng tạo và hành động. Chúng ta cần mạnh mẽ hơn nữa, mạnh khỏe để có kháng thể tốt vượt qua virus Sars-Covi-2. Mạnh mẽ để không lùi bước trước bất kỳ khó khăn nào, để khi trở lại bình thường, chúng ta sẽ trở thành những thành viên kiên cường nhất, không gì không vượt qua được".

Có thể nói, đến thời điểm này, khi mọi thứ đã dần ổn định lại, tôi và tất cả những người lao động đều thấy rằng điều đó là hoàn toàn đúng. Chính vì những lý do trên, đối với tôi người lãnh đạo là cực kỳ quan trọng, đặc biệt là trong việc xây dựng, định hướng và sự phát triển của doanh nghiệp.

❖ ÔNG PHẠM MINH ĐỨC - CHỦ TỊCH, TGD CÔNG TY CỔ PHẦN MAY NAM ĐỊNH:

"Đón nhận lời khuyên, tư vấn từ các thế hệ lãnh đạo đi trước luôn là bài học hữu ích cho doanh nhân trẻ"

Khi nhận được quyết định cử ra tiền tuyến, điều hành doanh nghiệp với tuổi đời còn trẻ, tôi không cảm thấy quá lo lắng vì tôi biết rằng đằng sau mình vẫn có sự ủng hộ, tin tưởng và hỗ trợ hết mình của các đồng chí lãnh đạo Vinatex. Chỉ có một chút áp lực khi bắt đầu vì khối lượng công việc quá lớn, nhưng mọi việc sau đó thì cũng đi vào quỹ đạo phát triển tốt.

Tôi nghĩ rằng, đối với cán bộ điều hành trẻ, việc biết tận dụng sự nhiệt huyết, quyết liệt và đôi khi liều lĩnh của tuổi trẻ với học tập kinh nghiệm từ các thế hệ tiền bối trong định hướng con đường đi của doanh nghiệp, mô hình kinh doanh, đối nhân xử thế là yếu tố cốt lõi dẫn dắt đến thành công mà không phải chịu quá nhiều rủi ro, mạo hiểm cho cả doanh nghiệp và cá nhân người quản lý. Nó giống như khi chúng ta giao một chiếc xe công suất lớn cho một anh thanh niên trẻ tuổi, muốn chiếc xe có thể khai thác tối đa tốc độ của nó mà không gặp sự cố nghiêm trọng thì người thanh niên đó biết phát huy sự máu lửa của tuổi trẻ cùng với kinh nghiệm lựa chọn con đường tốt, kinh nghiệm vận hành tốt của những người đã từng trải nghiệm chiếc xe này.

Bản thân tôi cũng đã tận dụng tối đa mọi cơ hội được làm việc với các đồng chí lãnh đạo tiền bối để học hỏi, biến những kiến thức ấy thành của mình và ứng dụng nó trong cách định hướng mô hình kinh doanh, kỹ năng quản lý, quản trị nhân sự, đối nội đối ngoại... tại May Nam Định. Đến nay sau hơn 6 năm điều hành công ty, những kinh nghiệm quý giá này vẫn đang phát huy hiệu quả rất tốt, mọi chỉ số từ doanh thu, kinh doanh FOB, ODM, nội địa, thu nhập của người lao động đến công nghệ sản xuất đều phát triển vượt bậc và đổi mới toàn diện so với trước đây. Vì thế, việc liên tục đón nhận những lời khuyên, tư vấn từ các thế hệ đi trước sẽ luôn là bài học hữu ích cho các lãnh đạo trẻ, trong đó có tôi.

Ở vai trò lãnh đạo một doanh nghiệp, để vận hành được tổng thể, hài hòa cả 3 mục tiêu lợi nhuận cho chủ doanh nghiệp – đời sống, thu nhập, việc làm cho người lao động – bảo vệ môi trường, đóng góp cho xã hội đòi hỏi doanh nghiệp phải có nội lực mạnh, bền vững, hiệu quả cao. Nếu không thì sẽ dẫn đến tình trạng phải lựa chọn, đánh đổi, thậm chí là không đủ lực mà được chọn bất cứ cái gì.

Thực tế tại công ty May Nam Định chúng tôi thường đặt ra tương đối nhiều mục tiêu hàng năm, có những mục

tiêu chung như doanh thu lợi nhuận, thu nhập và cả các mục tiêu riêng cho từng bộ phận xí nghiệp. Hầu hết các mục tiêu ấy đều rất cao, có những giám đốc/trưởng phòng phải nhận 20 đến 30 nhiệm vụ trong năm với yêu cầu rất rõ ràng khi nào phải hoàn thành và chất lượng công việc ra sao.

Trong bối cảnh như vậy, vị trí lãnh đạo phải đóng vai trò hết sức quan trọng trong việc đề ra mục tiêu dựa trên tinh thần chỉnh sửa những gì còn yếu kém, phát huy nhanh và mạnh những gì đang là lợi thế của công ty. Mặt khác, người lãnh đạo cũng phải đóng vai trò trung tâm kết nối anh em, hỗ trợ tối đa để họ hoàn thành nhiệm vụ được giao.

Với tinh thần như thế, chúng tôi cùng đồng lòng đi lên và những mục tiêu tăng trưởng lợi nhuận hay nâng cao đời sống, thu nhập cho người lao động sẽ đến một cách tự nhiên và nó chính là kết quả của hàng loạt những hành động quyết liệt, cụ thể và chi tiết mà chúng tôi đang nỗ lực vận hành.



❖ BÀ NGUYỄN TỔ TRANG - GIÁM ĐỐC CÔNG TY CP VINATEX PHÚ HƯNG (TỈNH THỪA THIÊN HUẾ):

"Tạo ra sự bứt phá để tiếp tục phát triển"

Được bổ nhiệm làm Giám đốc công ty khi tuổi đời còn khá trẻ, thuận lợi lớn nhất của tôi là sự kế thừa và tiếp nối thành quả để lại của thế hệ đi trước cùng với đó là sự tin tưởng và tín nhiệm của lãnh đạo Tập đoàn và lãnh đạo Công ty. Người trẻ ít kinh nghiệm và sự va vấp thất bại là không tránh khỏi nhưng khi họ có một điểm tựa tinh thần họ sẽ nhanh chóng lấy lại cân bằng, đứng dậy và tiếp tục sứ mệnh của mình.

Tuy ở vị trí này khi còn khá trẻ nhưng bản thân tôi đã có gần 11 năm trong ngành Sợi trải qua nhiều vị trí công



tác, nên cũng đã trang bị cho mình được hành trang nhất định để điều hành công việc. Dưới góc nhìn của người trẻ, tôi thấy đây là vùng đất còn rất mới, còn nhiều điều có thể khai phá, làm mới; phát huy năng lượng, dám nghĩ dám làm hơn, cố gắng trau dồi tích lũy kiến thức, kinh nghiệm và nắm bắt cơ hội không bỏ lỡ ngay khi nó đến. Phải luôn đánh giá năng lực nội tại của đơn vị và nếu thấy cơ hội đến và nó khả thi thì đừng để nó tuột mất.

Làm sao để tiếp tục tạo ra sự bứt phá, khác biệt và lối đi mới đưa doanh nghiệp tới nấc thang phát triển cao hơn một cách bền vững trong bối cảnh cạnh tranh và nhiều thách thức như hiện nay là điều tôi luôn trăn trở khi nắm giữ vị trí điều hành. Theo tôi có một số nội dung trọng điểm cần phải thực thi như: Ứng dụng chuyển đổi số vào công tác quản trị sản xuất kinh doanh, điều này cho phép đơn vị có đầy đủ dữ liệu để quản trị một cách hiệu quả và giảm thiểu được chi phí lao động. Lấy con người làm chiến lược trọng tâm, phát triển đào tạo nội bộ ngay chính trong đơn vị, coi trọng đào tạo thực tiễn là chính, tập hợp và khai thác được trí tuệ tập thể cũng như tạo điều kiện để mỗi cá nhân có thể phát huy cao nhất khả năng và sở trường của mình để tạo ra giá trị cho công ty. Bản thân đội ngũ lãnh đạo phải luôn hiểu và đánh giá được giá trị của doanh nghiệp mình, nhận diện cơ hội và nắm bắt cơ hội để phát triển đơn vị mạnh hơn bền vững hơn.

Vinatex Phú Hưng vừa khánh thành Nhà máy Sợi 2,28 vạn cọc, dự kiến sẽ đạt công suất khoảng 6.000 tấn/năm, giúp tăng gấp đôi năng lực sản xuất của đơn vị lên khoảng 12.000 tấn/năm. Đây cũng là dự án trọng điểm nhằm sản xuất mặt hàng Sợi recycle thân thiện với môi trường... Tuy nhiên, theo quy luật cạnh tranh các đơn vị phải không ngừng mở rộng và phát triển, do đó với khoảng 4,44 vạn cọc sợi thì Phú Hưng vẫn phải tiếp tục mở rộng năng lực và quy mô để có thể cạnh tranh được với các đối thủ trên thị trường, để không bị "tụt hậu", từng bước vươn lên và trở thành một trong những đơn vị sản xuất Sợi lớn của hệ thống Vinatex. Điều này đòi hỏi đội ngũ lãnh đạo phải luôn sắc bén, đặt niềm tin vào sự đổi mới của đơn vị và niềm tin vào sự đồng hành của người lao động.

KIỀU GIANG - CAO NAM (ghi)

TÌM HƯỚNG ĐI VỮNG CHẮC ĐỂ TỪNG BƯỚC VƯƠN LÊN THANG BẬC CAO HƠN CỦA CHUỖI GIÁ TRỊ NGÀNH

Bài: **VĂN PHÒNG HĐQT VINATEX**

Trước những thách thức và sự thay đổi liên tục của thị trường Dệt May thế giới, Tập đoàn Dệt May Việt Nam (Vinatex) đang nỗ lực củng cố vị thế và tìm hướng đi vững chắc cho sự phát triển bền vững trong quá trình tiếp tục hội nhập, tham gia sâu vào chuỗi cung ứng dệt may toàn cầu. Đó là, Vinatex hướng tới sẽ trở thành một điểm đến (one-stop) 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.

Dệt may được coi là một trong những lĩnh vực quan trọng của nhiều nền kinh tế, quy mô thương mại của thị trường dệt may chiếm từ 8-8,8% tổng thương mại toàn cầu, tính theo giá trị đạt khoảng 1.400-1.550 tỷ USD. Việt Nam là quốc gia có quy mô lớn thứ 2 thế giới sau Trung Quốc về xuất khẩu dệt may. Quy mô ngành đã gia tăng 40 lần trong 30 năm qua. [1]

Ngành Dệt May Việt Nam có giá trị xuất khẩu lớn thứ hai trong tổng kim ngạch xuất khẩu cả nước (chiếm 12-16% tổng kim ngạch xuất khẩu của cả nước), riêng giai đoạn 2007-2020 đã gia tăng về giá trị tuyệt đối thêm 30 tỷ USD nhờ có sự hội nhập sâu vào nền kinh tế thế giới khi trở thành thành viên WTO (2007) và các FTA như CPTPP (2015), EVFTA (2018). Dự kiến kim ngạch xuất khẩu cả năm 2021 đạt

39 tỷ USD cao hơn 8,2% so với năm 2020, tương đương mức kim ngạch đạt được vào năm 2019 thời điểm trước khi có dịch bệnh Covid-19.

CÁC THÁCH THỨC VÀ SỰ THAY ĐỔI CỦA THỊ TRƯỜNG

Vinatex ra nhập thị trường xuất khẩu giai đoạn 1995-2001 bằng lợi thế về giá gia công các sản phẩm may mặc. Do điều kiện giá lao động Việt Nam còn rất thấp so với các quốc gia sản xuất dệt may thời gian đó như Hàn Quốc, Đài Loan, Thái Lan, Malaysia, Trung Quốc. Chiến lược lúc đó dựa trên lợi thế tự nhiên là chi phí thấp, nhất là chi phí lao động. Do vậy ngành May là ngành sử dụng nhiều lao động có lợi thế cạnh tranh so sánh lớn nhất. Cả Tập đoàn tập trung phát triển xung quanh ngành May, mở rộng quy mô may gia công. Đem lại việc làm và thu nhập có cải thiện

cho người dân, nhưng tỷ lệ giá trị gia tăng rất thấp. Trung bình chỉ bằng 20% kim ngạch xuất khẩu tính đủ.

Giai đoạn 2001-2007, FDI bắt đầu đầu tư vào Việt Nam trong ngành May và nhiều ngành khác, cạnh tranh lao động, chi phí lao động tăng nhanh, biên lợi nhuận ngành May bắt đầu thu hẹp. Cùng với đó là sự xuất hiện tham gia vào thị trường của một số quốc gia có chi phí lao động thấp hơn Việt Nam như Cambodia, Ấn độ và nhất là Bangladesh. Lợi thế cạnh tranh về chi phí lao động cả trên phương diện quốc gia và phương diện ngành đều suy giảm.

Giai đoạn 2007-2015, Việt Nam tham gia hội nhập quốc tế sâu rộng, tuy vậy các hiệp định mới đều có các quy định ngày càng chặt chẽ hơn về quy tắc xuất xứ. Trong đó FTA với Nhật Bản và EVFTA là xuất xứ 2 công

đoạn (tức là may và dệt vải phải ở Việt Nam), CPTPP là 3 công đoạn (phải làm từ sợi ở Việt Nam). Việc thiếu hụt nguồn cung nguyên liệu trong nước sẽ làm cho lợi ích thuế của các hiệp định đều khó được tận dụng.

Giai đoạn 2015 đến nay, áp lực từ chuyển đổi công nghệ mới – công nghệ 4.0 có thể cải thiện được năng suất đột biến, một lần nữa làm cho lợi thế chi phí lao động tiến dần đến triệt tiêu. Trong bối cảnh đó, tái xem xét chiến lược phát triển doanh nghiệp, danh mục đầu tư của Vinatex là thiết yếu và mang tính cấp bách.

VỊ THẾ CỦA VINATEX VÀ MỤC TIÊU HƯỚNG TỚI

Hiện nay, Vinatex là doanh nghiệp sản xuất quy mô lớn nhất của ngành dệt may Việt Nam với gần 50 công ty thành viên, trên 150.000 lao động. Sản xuất ở tất cả các khâu của ngành dệt may từ kéo sợi, dệt vải, nhuộm hoàn tất, may mặc và phân phối trong nước. Cùng với nó là hệ thống viện nghiên cứu, trường đại học và bệnh viện. Với kim ngạch xuất khẩu gần 4 tỷ USD năm 2020 [2], Tập đoàn hiện đang chiếm 10% kim ngạch xuất khẩu dệt may cả nước trong khi chỉ chiếm khoảng 7% lực lượng lao động của ngành.

Trong 5 năm 2015-2020, Vinatex và các đơn vị thành viên đã đầu tư mở rộng thêm nhà máy Sợi. Trong nửa cuối của giai đoạn này, mặc dù gặp nhiều khó khăn thách thức từ cuộc chiến tranh thương mại Mỹ Trung và sự khởi phát dịch bệnh Covid- 19 vào đầu năm 2020, nhưng Vinatex đã đạt được những thành công nhất định, khẳng định tính đúng đắn trong định hướng phát triển và là bước khởi đầu quan trọng trong việc hiện thực hoá các mục tiêu trong thời gian sắp tới.

Hiện nay, doanh nghiệp May chiếm trên 50% tổng số doanh nghiệp có vốn đầu tư của Vinatex. Tuy nhiên, trong tương lai cạnh tranh ngành may ngày càng khó khăn, vị thế cạnh tranh có nhiều thách thức. Xác định được việc đầu tư vào sản xuất nguyên liệu, vật liệu phụ trợ là điều quan trọng trong việc tạo nền tảng cho sự phát triển bền vững, để có thể

tận dụng hưởng lợi về thuế các Hiệp định thương mại FTA với các sản phẩm phải xuất phát từ sợi và vải trở đi; cũng là bước tạo lập nguồn nguyên liệu đầu vào vốn đang phụ thuộc từ bên ngoài mà chủ yếu là nhập khẩu. Hơn nữa, hiện nay phần lớn các khách hàng có xu hướng quan tâm đến các nhà sản xuất cung ứng được cả nguyên liệu để thực hiện đơn hàng may. Đặc biệt với ngành Dệt kim, do đặc điểm của sản phẩm nên khách hàng thường tìm đến những nơi cung ứng sản phẩm đầu cuối.

Để nắm bắt cơ hội, vượt qua các thách thức và phát triển bền vững, Vinatex thực hiện xây dựng định hướng và đưa ra một kế hoạch chi tiết phát triển có ý nghĩa hết sức quan trọng. Đó là chú trọng đầu tư cho công nghệ sản xuất, xây dựng nguồn lực trên nền tảng sẵn có nhằm tăng tính chủ động, gia tăng hiệu quả trong chuỗi giá trị để cắt giảm chi phí, rút ngắn thời gian đáp ứng yêu cầu của khách hàng. Trong đó, phần cung ứng sợi và vải cần vận hành hiệu quả để đảm bảo giá thấp, chất lượng ổn định, liên kết chia sẻ để phối hợp với các đơn vị May trong chuỗi cung ứng để gia tăng hiệu quả, đồng thời tăng cường nghiên cứu phát triển để tạo ra sự khác biệt trong sản phẩm, từ đó cung cấp những nguyên liệu thay thế, thân thiện với môi trường, đột phá đi vào thị trường ngách.

- Đối với ngành Sợi: tập trung đổi mới công nghệ sợi theo hướng sản xuất xanh, tái chế. Theo đó, sản phẩm của Vinatex hướng tới là sợi cao cấp, dùng cho dệt kim và dệt thoi.

Tận dụng năng lực cạnh tranh sẵn có làm khâu chủ động dẫn hướng cho liên kết chuỗi nội bộ. Phát triển ngành sợi với các doanh nghiệp quy mô lớn, tập trung, ứng dụng công nghệ tự động hoá cao, sản phẩm chuyên biệt.

- Ngành Dệt Nhuộm: Hoàn thiện công nghệ dệt, nhuộm hoàn tất theo hướng tiết kiệm tài nguyên, thân thiện với môi trường. Nghiên cứu phát triển các sản phẩm vải đặc biệt cung cấp cho thị trường ngách như vải chống cháy, vải kỹ thuật... Phát triển ngành sản xuất gia dụng để hoàn thiện thực đơn sản phẩm mang tính trọn gói với nhu cầu của thị trường. Trước mắt trong 5 năm tới tập trung phát triển ngành Dệt kim, do đặc điểm của sản phẩm dệt kim nên khách hàng thường tìm đến những nơi cung ứng sản phẩm đầu cuối. Lấy dệt kim cơ bản làm trung tâm; Tạo chuỗi Sợi – Dệt Kim là phần chi phối của Tập đoàn từ đó cung ứng sang May theo chỉ định của khách hàng;

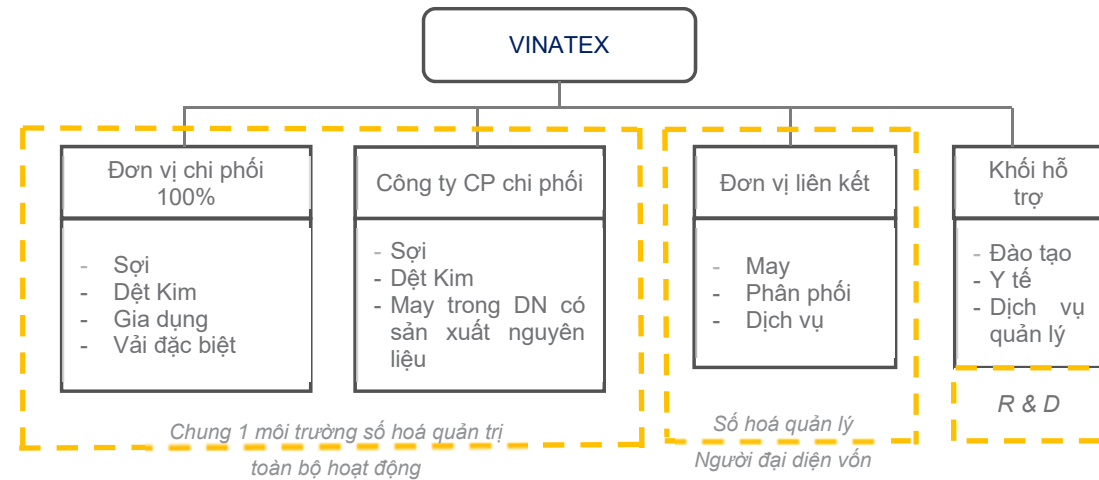
- Đối với ngành May: tập trung lựa chọn sản phẩm theo hướng: (i) Đơn hàng kỹ thuật khó để tận dụng kỹ năng tay nghề của lao động, đồng thời là lợi thế so với Bangladesh, Cambodia; (ii) Đơn hàng quy mô vừa và nhỏ là lợi thế của nhiều doanh nghiệp quy mô vừa trong Vinatex, độ linh hoạt cao; (iii) Đơn hàng của các thương hiệu cao, đòi hỏi trách nhiệm xã hội chuẩn mực là rào cản phi tài chính ngăn chặn các đối thủ trên thị trường.

Lưu đồ chuỗi cung ứng của Vinatex



Theo Trade map

Mô hình hướng tới sau quá trình chuyển đổi số



XÁC ĐỊNH TRỌNG TÂM THỰC HIỆN

Thứ nhất là cần phải hoàn thiện hệ thống doanh nghiệp sợi, dệt nhuộm hoàn tất, phụ liệu, may, đơn vị hỗ trợ cung ứng nguồn nhân lực, đào tạo nghiên cứu phát triển.

Thứ hai là sản xuất với quy mô lớn để phục vụ khách hàng doanh nghiệp dựa trên lợi thế của thiết bị công nghệ công nghiệp, phương pháp quản trị công nghiệp hiện đại... Ưu tiên đầu tư vào các vùng kinh tế trọng điểm với quy mô đủ lớn, tạo lợi thế nhờ quy mô kinh tế.

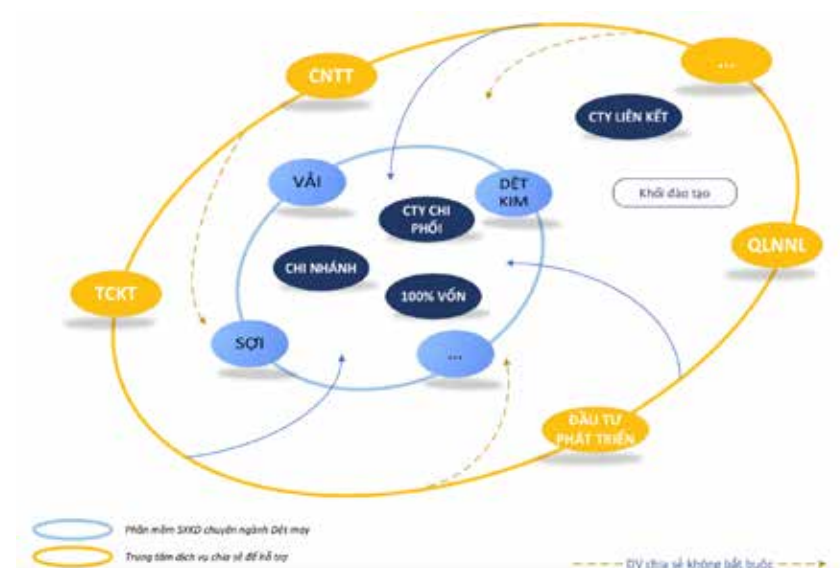
Thứ ba là nâng cao vị thế trong chuỗi giá trị về công tác thiết kế sản phẩm để có thể cung ứng sản phẩm trọn gói từ thiết kế, hoàn thiện các trung tâm thiết kế đã có trong chuỗi và từng bước ra mắt từng nhóm thương hiệu, triển khai từ nội địa ra quốc tế.

Trong giai đoạn 2021-2025 lại là giai đoạn bùng nổ của kinh tế số, chuyển đổi số, công nghiệp 4.0 có nguy cơ làm cho các doanh nghiệp của Vinatex dù đã định vị đúng nhưng không có đủ "vũ khí" để cạnh tranh trong điều kiện mới. Chính vì vậy, đây lại là giai đoạn triển khai gấp rút các chiến lược thành

phần mới bổ sung vào bức tranh hoàn thiện về chiến lược cấp Tập đoàn và các doanh nghiệp chủ lực đó là:

- Chuyển đổi số trong sản xuất kinh doanh; Tạo dữ liệu số; Hội nhập vào môi trường kinh doanh số của chuỗi cung ứng toàn cầu.
- Nâng cao tỷ lệ ứng dụng công nghệ 4.0 trong thiết bị sản xuất, cải thiện năng suất, chất lượng, điều kiện làm việc, hướng tới sản xuất xanh – thông minh.
- Chiến lược về con người – đáp ứng yêu cầu mới

Mô hình vận hành



Nguồn báo cáo tài chính vinatex

Tuy vẫn đang tiếp tục chiến lược kinh doanh cốt lõi là sản xuất dệt may, nhưng điều kiện mới của thị trường và áp lực của khoa học công nghệ đã và đang làm thay đổi các yếu tố đầu vào của triển khai chiến lược. Chính vì vậy, xác lập bước đi với những lựa chọn công cụ chính xác vào thời điểm này là nhân tố quyết định đến khả năng phát triển bền vững của Vinatex trong 10 năm tới.

CÔNG TY CỔ PHẦN ĐỒNG PHÚ BÌNH

Trụ sở chính: Số 10 Phan Trung, P. Tân Tiến, Tp. Biên Hòa, T. Đồng Nai
Tel: 02513 822 248 * **Fax:** 02513 823 441
Văn phòng: Cụm công nghiệp Phú Cường, xã Phú Cường, huyện Định Quán, tỉnh Đồng Nai.
Tel: 02513 630 086 * **Fax:** 02513 639 797

NGÀNH, NGHỀ KINH DOANH:

- Đầu tư xây dựng và kinh doanh kỹ thuật hạ tầng khu công nghiệp, khu đô thị.
- Xây dựng công trình dân dụng, công trình kỹ thuật.
- Mua bán trang thiết bị, phụ liệu ngành công, nông nghiệp.

Chúc Mừng Năm Mới
 XUÂN NHÂM DẦN 2022



CỤM CÔNG NGHIỆP PHÚ CƯỜNG

Quy mô: 44,5 ha CCN và 4 ha nhà ở công nhân & dịch vụ.

Vị trí: Nằm trên tuyến QL 20 TP.HCM - Đà Lạt, tại xã Phú Cường, huyện Định Quán, tỉnh Đồng Nai, cách ngã 3 Dầu Giây khoảng 17 km.

Điều kiện dân cư - xã hội: CCN Phú Cường nằm trong khu vực dân cư của 2 huyện Định Quán và Thống Nhất. Lực lượng lao động trẻ dồi dào có thể đáp ứng đủ nhu cầu lao động của CCN.

Giao thông: Tiếp giáp QL 20 về phía Đông, đường liên huyện Thống Nhất Định Quán chạy dọc ranh về phía Nam.

Tổng mức đầu tư hạ tầng CCN Phú Cường khoảng 137 tỷ đồng và đã ký hợp đồng thuê đất với 06 Doanh nghiệp, 05 DN đi vào hoạt động tạo công ăn việc làm cho khoảng 5.500 ngàn lao động.

Bắt đầu hành trình chuyển đổi TỪ BÁN SẢN PHẨM DỆT MAY SANG BÁN GIÁ TRỊ (VALUE BASED SELLING)

Bài: **ĐẶNG HUYỀN - THĂNG LONG**



Chúng ta đã nhận ra rằng, thị trường sản xuất các sản phẩm dệt may là thị trường cạnh tranh rất khốc liệt, trong khoảng 15 năm trở lại đây, giá gia công hàng hoá dệt may trên thế giới gần như không tăng nếu tính trên USD. Dư địa từ năng suất, cải tiến kỹ thuật, đầu tư thiết bị tự động hoá cao hơn cũng ngày càng hẹp đi với yêu cầu ngày càng cao trong chất lượng cuộc sống của người Việt Nam. Xu thế này là tất yếu của một nền kinh tế tăng trưởng mạnh hàng đầu thế giới như Việt Nam. Đã đến lúc chúng ta cần có thêm những tiếp cận mới về phương diện chiến lược marketing để vượt qua xu hướng đầy thách thức này.

TẠO DỰNG VỊ THẾ MỚI, HÌNH ẢNH MỚI VỚI CHUỖI CUNG ỨNG

Trong 5 năm trở lại đây, quan điểm về chuỗi cung ứng toàn cầu đã trở nên là quan điểm chi phối hoạt động của ngành dệt may thế giới. Tham gia được vào chuỗi cung ứng trở thành mục tiêu cũng là giải pháp căn cơ để duy trì sự phát triển bền vững của ngành dệt may. Tuy vậy, nghiên cứu một cách sâu sắc các tiêu chí để gia nhập chuỗi cung ứng, đáp ứng yêu cầu của chuỗi cung ứng chưa được chúng ta xem xét một cách khoa học và thấu đáo. Phải chăng tham gia chuỗi chỉ dựa trên các năng lực căn bản là năng lực sản xuất; giá thành cạnh tranh; thời gian giao hàng; chất lượng sản phẩm? Có lẽ cách tiếp cận đó chưa toàn diện và cũng dễ bị thay thế, bị sao chép, khó duy trì được trong dài hạn vị trí nhà cung cấp tin cậy trong chuỗi cung ứng toàn cầu.

Trong giai đoạn 2022-2025, Tập đoàn Dệt May Việt Nam xác định là giai đoạn

PHỤC HỒI SAU ĐẠI DỊCH, tuy nhiên có phải chỉ là phục hồi sản xuất theo cách truyền thống, hay chúng ta vừa phục hồi vừa điều chỉnh cả chiến lược, bước đi. Để sau giai đoạn phục hồi chúng ta có được cả vị thế mới, cách tiếp cận mới, hình ảnh mới với chuỗi cung ứng. Chúng ta vừa xác định mục tiêu chiến lược điều chỉnh từ “doanh nghiệp hàng đầu trong ngành dệt may khu vực” sang mục tiêu “**một điểm đến cung ứng giải pháp trọn gói cho khách hàng doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng toàn cầu**”.

Vậy “một điểm đến” này cần có nội hàm như thế nào để đáp ứng các yêu cầu cạnh tranh mới? Quan điểm phát triển nền tảng - hay triết lý cho mục tiêu chiến lược một điểm đến này là gì?

Điểm xuất phát của mục tiêu một điểm đến chắc chắn là chúng ta phải có chuỗi cung ứng hoàn chỉnh, mỗi khâu đều đủ năng lực cạnh tranh để

kết nối vào chuỗi không làm phá vỡ giá trị toàn chuỗi. Tuy nhiên, với nguồn lực có hạn, sản phẩm của ngành dệt may lại rất đa dạng về nguyên liệu, triển khai phát triển sản xuất nguyên liệu chắc chắn câu hỏi lớn nhất là sản xuất mặt hàng gì? Phục vụ cho phân khúc nào của thị trường cho phù hợp năng lực của Tập đoàn tại thời điểm hiện nay? Trong chuỗi sản xuất sợi - dệt kim/dệt thoi - hoàn tất - may chọn khâu nào để đột phá trong hình thành chiến lược mới?

Lịch sử phát triển 26 năm qua của Tập đoàn gắn liền với vai trò trọng yếu của ngành May. Ngành May tiên phong trong tạo việc làm, xử lý khó khăn của ngành dệt, tạo lợi nhuận và tạo nguồn ngoại tệ cho doanh nghiệp. Ngành May với tính chất hội nhập sâu, cạnh tranh khốc liệt đã là cửa mở, là mô hình mẫu mực cho cả Tập đoàn phát triển theo hướng hội nhập kinh tế quốc tế. Ngành May có vai trò chủ đạo trong hình thành vị thế quốc gia

có quy mô xuất khẩu dệt may lớn thứ 2 trên thế giới cho Việt Nam. Hiện nay, ngành May của Tập đoàn vẫn là những cái tên được lựa chọn ưu tiên của các khách hàng danh tiếng như sản xuất tại Việt Tiến, Hoà Thọ, Dệt May Huế, May 10, Nhà Bè, Đức Giang, Hưng Yên. **Khâu cuối cùng** trong chuỗi sản xuất dệt may mà Tập đoàn có vốn đã được khẳng định từ sớm là khâu hấp dẫn với người mua hàng toàn cầu, nhưng sức hút đó đang giảm dần do sự cạnh tranh của các quốc gia có thu nhập thấp.

Trong 7 năm qua, Tập đoàn đã tập trung đầu tư cả Sợi mới và đầu tư thay thế nâng cấp các nhà máy cũ, đến 2021 các doanh nghiệp Tập đoàn chi phối đã sở hữu gần 600.000 cọc sợi trong đó gần 300.000 cọc sợi là đầu tư mới trong 5 năm trở lại với công nghệ, thiết bị, quản trị ở nhóm các nhà máy cao nhất ngành sợi thế giới. Hiệu quả ngành Sợi được cải thiện nhờ chương trình tập trung chuẩn hoá quản trị, sau đó là số hoá nhà máy sợi đã cơ bản đưa cả 11 công ty sợi do Tập đoàn chi phối về chung mặt bằng về năng lực cạnh tranh. Đến 2021, nhóm ngành Sợi đã thực sự đủ lớn để mời gọi đối tác và đang đem lại hiệu quả khá tốt trong kinh doanh sợi xuất khẩu. **Khâu đầu tiên** của chuỗi sản xuất dệt may đã được định vị mới và có vị thế cạnh tranh.

Tuy nhiên, cả 2 khâu đầu và cuối của chuỗi sản xuất của Tập đoàn đang cạnh tranh đơn độc, chỉ dựa vào giá trị của riêng khâu mình làm ra. Chưa có giá trị mang tính tổng hợp của toàn chuỗi sản xuất. Vậy muốn kết nối được cả khâu dệt, nhuộm, hoàn tất vào hệ thống giá trị chung ta cần giải pháp gì?

Đầu tư năng lực sản xuất, sản xuất tốt theo chuẩn mực, tuân thủ các điều kiện môi trường... chỉ là điều kiện cần của quá trình này. Quan trọng nhất là chúng ta cần lựa chọn triết lý kinh doanh, triết lý về giá trị doanh nghiệp đóng góp vào chuỗi cung ứng. Giá trị này lại được thể hiện xuyên suốt qua từng khâu của quá trình sản xuất, **giá trị phải là sợi dây vô hình** nối các doanh nghiệp ở các bước sản xuất sợi - dệt, nhuộm - may lại với nhau.

Nhận diện khó khăn của thị trường dệt may

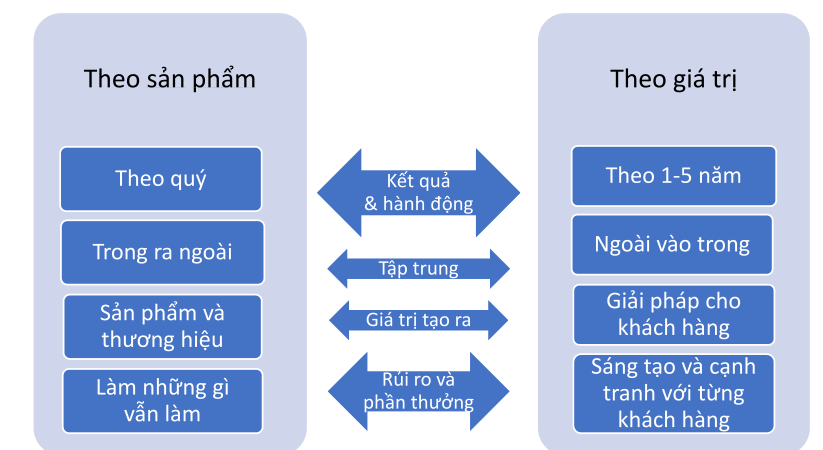


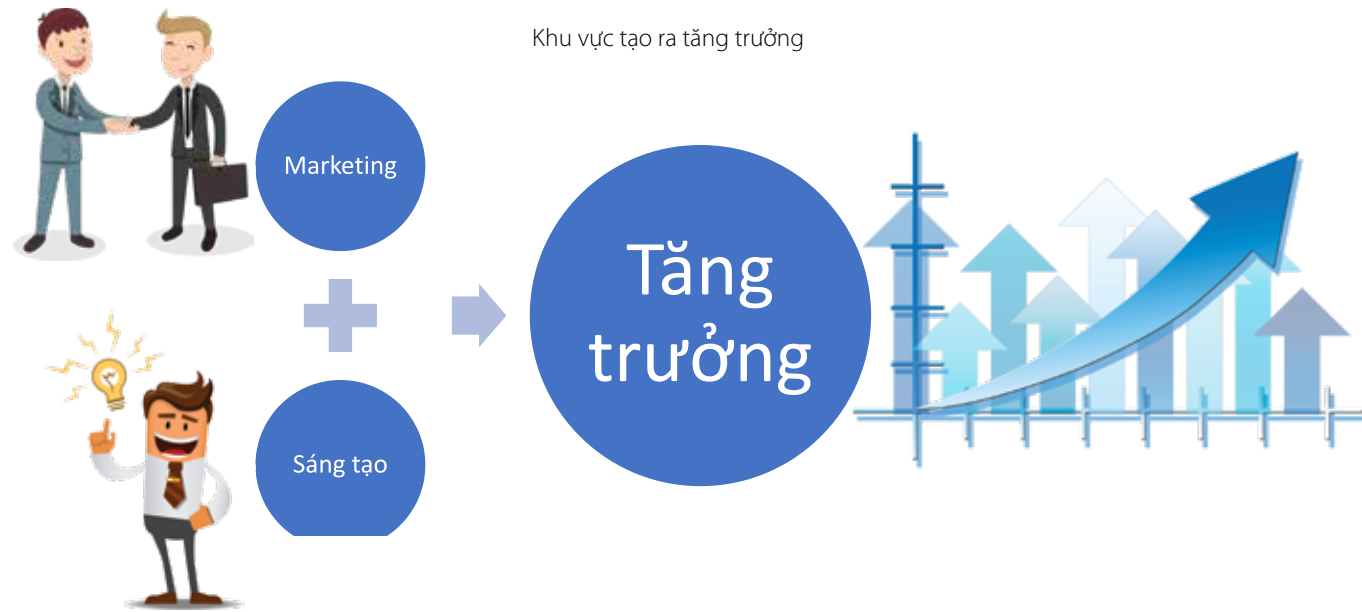
Kinh doanh dựa trên giá trị (value-based selling) và sự khác biệt với kinh doanh dựa trên sản phẩm (product-based selling)

Mô hình kinh doanh dựa trên giá trị (value – based selling)



Sự khác biệt giữa kinh doanh theo sản phẩm và theo giá trị





Từ các lưu đồ này có thể thấy đặc điểm của bán hàng theo giá trị là sự gắn bó chặt chẽ của nhà sản xuất với khách hàng. Khái niệm cạnh tranh với từng “khách hàng” chứ không phải cạnh tranh với đối thủ cạnh tranh cho thấy người bán hàng theo giá trị phải đem lại giá trị riêng cho từng khách hàng. Quá trình bán hàng là quá trình cạnh tranh với doanh nghiệp mua hàng để họ chấp thuận sản phẩm, nhưng là chấp nhận giá trị bên trong sản phẩm, vì thế nó lâu dài.

Mô hình kinh doanh theo giá trị (value-based selling) gồm 7 thành phần có thể tóm tắt như sau:

- Chiến lược tạo giá trị cho khách hàng: xác định khu vực, phân khúc giá trị khách hàng cần nhưng chưa được phục vụ hoặc chưa thoả mãn để tập trung tạo giá trị của mình.
- Bản chào và sáng tạo: đưa ra được thông điệp với ý tưởng sáng tạo độc đáo của sản phẩm dịch vụ. Có thể nói là khâu quan trọng nhất trong 7 khâu của chuỗi các hoạt động phục vụ bán hàng theo giá trị.
- Bán hàng dựa trên giá trị: người bán hàng là “đại sứ giá trị” của sản phẩm. Người bán hàng hiểu rõ kinh doanh của khách hàng,

ngành, nguy cơ và thách thức. Có năng lực thảo luận và chứng minh giá trị sản phẩm mang lại, có khả năng điều chỉnh giá trị sản phẩm cung ứng cho hoàn toàn thoả mãn khách hàng.

- Quản lý khách hàng trọng yếu (key account management): quản lý chặt chẽ với nguồn lực được cung ứng tương ứng. Đảm bảo phục vụ tốt nhất yêu cầu của nhóm khách hàng 20% nhưng chiếm 80% doanh thu.
- Quản lý kênh phân phối: kênh phân phối trong phương thức bán hàng theo giá trị không phải là một đối tượng quản trị chi phí phân phối mà nó cần thành là đối

tác, thậm chí thành viên của chuỗi cung ứng.

- Định giá bán theo giá trị: là chiến lược cân đong kỹ lưỡng giá trị mình có thể mang lại cho khách hàng, từ sản phẩm, dịch vụ, các giá trị gia tăng khác... Qua đó có hình ảnh tổng hợp về giá trị để xác định giá bán.
- Ở trung tâm của mô hình chính là tổ chức phát triển lấy giá trị làm trung tâm. Là nơi người đứng đầu tổ chức tập trung vào nghiên cứu tạo giá trị, tạo sự phối hợp giữa các bộ phận tạo nên giá trị cao hơn. Theo dõi mối quan hệ giữa các bộ phận bên trong và khách hàng.

Tóm tắt mô hình kinh doanh dựa trên giá trị

Chiến lược giá trị cho khách hàng	• Xác định đúng phân khúc phục vụ vì không thể phục vụ cả thị trường
Sáng tạo, nghiên cứu phát triển	• Là nhân tố lõi để khách hàng trở thành đối tác. Họ mua giá trị ưu việt do doanh nghiệp làm ra
Bán hàng dựa trên giá trị	• Người bán hàng là đại sứ “giá trị”
Quản trị khách hàng trọng yếu (KAM)	• Tập trung phục vụ khách hàng lớn đem lại hiệu quả cao
Quản trị kênh phân phối	• Đối tác chiến lược trong phân phối
Chính sách giá dựa trên giá trị	• Thoát ly giá bán = giá thành + Lợi nhuận định mức • Giá bán = Số tiền khách hàng sẵn sàng chi trả để sử dụng giải pháp của nhà sản xuất



BẮT ĐẦU HÀNH TRÌNH MỚI NHƯ THẾ NÀO?

Trước hết cần sự thống nhất nhận thức về quan điểm chiến lược Vinatex cung cấp các giải pháp cho ngành Dệt May thời trang, chứ không kéo dài chiến lược bán sản phẩm sợi, vải hay may mặc cụ thể. Hoạt động trên cơ sở trở thành thành viên của các chuỗi sản xuất, có tính ổn định lâu dài, đòi hỏi sự hiểu biết sâu giữa các khâu, và vì thế sản phẩm của khâu trước mang sang khâu sau có tính đặc thù, có giá trị chuyên biệt. Là sự phối hợp cùng nghiên cứu phát triển để tạo ra sản phẩm cuối cùng có ưu thế trên thị trường, cùng xây dựng giá trị chung trên cơ sở thương hiệu và giá trị sản phẩm đầu cuối, qua đó sẽ chia sẻ giá trị chung cho mỗi khâu của chuỗi. Hình thành gói giá trị của mỗi doanh nghiệp thành viên.

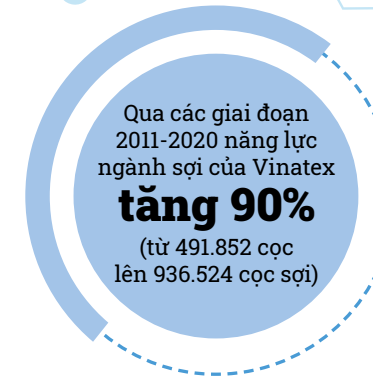
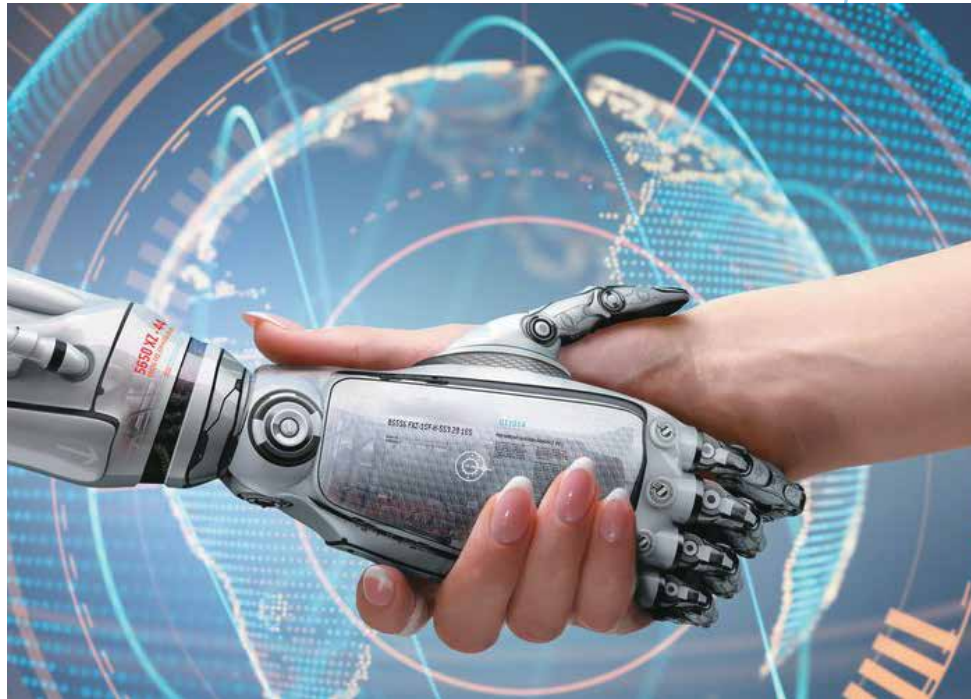
Với Vinatex, chúng ta đang dần chuyển đổi vào con đường này, đã có những thành công nhất định ở quy mô còn nhỏ trong liên kết chuỗi sản xuất từ sợi của Vinatex đến sản phẩm may cuối cùng của FDI, phân phối trực tiếp đến thị trường Mỹ. Tuy vậy, con đường chiến lược này còn cần phải rất nhiều nỗ lực, để tóm gọn lại doanh nghiệp muốn bán hàng dựa trên giá trị (value – based selling) cần dựa trên 3 nguyên tắc cơ bản:

1. Làm tốt trước, làm rẻ sau: kiên định với cam kết chất lượng trong chuỗi, đạt độ tin cậy tuyệt đối là tiên quyết. Trên cơ sở đó mới tập trung “làm rẻ” nhưng vẫn tốt.
2. Doanh thu trước, chi phí sau: kiên định việc quyết tâm được làm, có hợp đồng trước. Rà soát, tối ưu chi phí sau.
3. Nếu có ý kiến khác, cần quay lại 2 nguyên lý 1, 2 □

Chỉ có quyết tâm cao, kiên định mục tiêu và cam kết chặt chẽ mới có khả năng đưa chúng ta bước vào mô hình kinh doanh dựa trên giá trị, bởi vì giá trị hình thành từ cả một quá trình, có cả tài sản hữu hình là sản phẩm, nhưng quan trọng hơn là tài sản vô hình – niềm tin của khách hàng sẽ là bảo chứng cho sự phát triển bền vững của chúng ta



Ông BUI THANH HUNG
Trưởng Ban Đầu tư & Phát triển Vinatex



SỐ HÓA NGÀNH SỢI NĂM 2021: ĐÒN BẨY PHÁT TRIỂN CHO NĂM 2022

Bài: **BUI THANH HUNG**
Trưởng Ban Đầu tư & Phát triển Vinatex

Thương hiệu Sợi của Vinatex ngày càng định hình rõ nét trên thị trường trong nước và thế giới. Số hóa ngành Sợi là một trong những đòn bẩy quan trọng để Vinatex nâng cao hơn nữa năng lực sản xuất cả về chất và lượng.

NHỮNG BƯỚC ĐI VỮNG CHẼ

Hiện nay, Tập đoàn Dệt May Việt Nam đang quản lý 11 đơn vị sản xuất Sợi, đó là các chi nhánh của Tập đoàn và các đơn vị Tập đoàn đang chi phối, có năng lực là 58 vạn cọc sợi. Năng lực hiện tại toàn ngành sợi Việt Nam có khoảng 10 triệu cọc sợi, trong đó khối FDI chiếm 60%, khối tư nhân chiếm 30% và khối các công ty cổ phần có vốn nhà nước chiếm 10%.

Qua các giai đoạn 2011-2020, năng lực ngành sợi của Vinatex tăng 90% (từ 491.852 cọc lên 936.524 cọc sợi)

Các doanh nghiệp đã theo đúng

chủ trương của Tập đoàn, từng bước thay thế máy móc thiết bị có trình độ công nghệ thấp, sử dụng nhiều lao động sang việc lựa chọn những đời máy móc thiết bị có trình độ công nghệ cao hơn, tự động hóa từng phần, giảm lao động, tiết kiệm năng lượng, nâng cao năng suất chất lượng sản phẩm. Thông qua việc đầu tư các thiết bị có trình độ công nghệ cao, mức độ tự động hóa cao, cùng với việc phát triển nguồn nhân lực và trình độ quản lý, các doanh nghiệp sản xuất sợi của Vinatex đã ngày càng lớn mạnh cả về lượng và chất. Thị trường của các doanh nghiệp đã ngày càng đa dạng, chất lượng Sợi đã ngày càng khẳng định

thương hiệu Sợi của Vinatex trên thị trường trong nước và thế giới.

Trong những năm vừa qua, dưới sự chỉ đạo sát sao của Lãnh đạo Tập đoàn về mọi mặt, trong đó tập trung định hướng đầu tư chiến lược, thay đổi cơ cấu thiết bị, công nghệ sản xuất, định hướng thị trường, tập trung tái cơ cấu, nâng cao trình độ quản lý cho các bộ máy thông qua các khóa đào tạo nội bộ và đào tạo thông qua các công ty tư vấn chiến lược, có thể nói ngành sợi của Vinatex đã có những bước đi vững chãi, thực sự lớn mạnh trong những năm vừa qua.

Bên cạnh các thành công của ngành Sợi, vẫn còn đó các hạn chế của hệ thống cần phải được nhanh chóng giải quyết: Các doanh nghiệp sản xuất Sợi đa phần vẫn sản xuất các mặt hàng tương đối giống nhau, cùng cung cấp vào các thị trường giống nhau, cạnh tranh lẫn nhau. Công tác quản trị sản xuất, kinh doanh chưa đồng bộ trong các đơn vị chi phối của Tập đoàn. Có doanh nghiệp quản trị tốt, có định hướng chiến lược rõ ràng, quản trị các lĩnh vực đồng bộ và minh bạch. Có những doanh nghiệp quản trị chưa tốt, hoạch định chưa rõ ràng, kết quả sản xuất kinh doanh chưa tốt.

4 TRỤ CỘT PHÁT TRIỂN

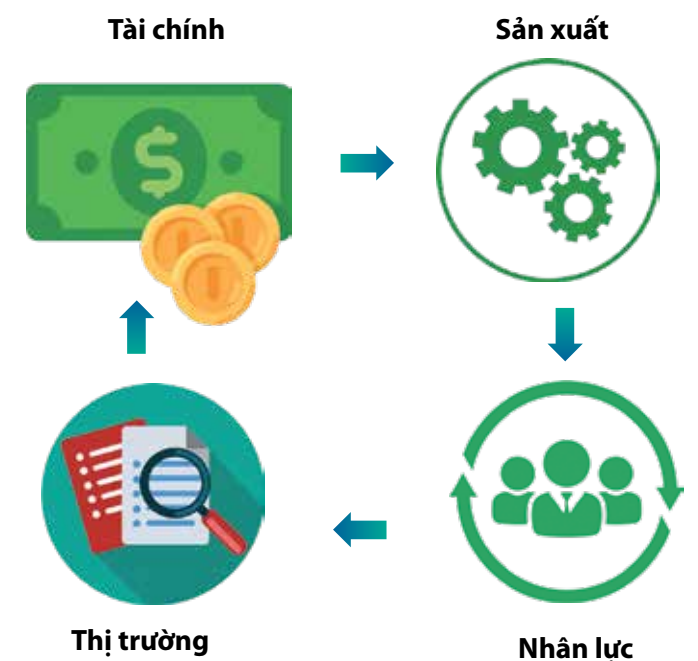
Cùng với sự gia tăng năng lực của hệ thống sản xuất Sợi, các công ty Sợi lại phân tán về mặt địa lý khắp các miền Bắc, Trung, Nam. Điều này khiến Vinatex phải đối mặt với nhiều thách thức trong hoạt động quản trị hệ thống.

Cần phải xác định điểm cân bằng cho 4 trụ cột: **Tài chính-Sản xuất-Nhân lực-Thị trường** cho hoạt động sản xuất Sợi của các công ty.

- *Tài chính* phải lành mạnh, đủ sức khỏe để đảm bảo công ty hoạt động ổn định. Thực tế hiện nay một số công ty đang khó khăn về nguồn vốn, mất cân đối nguồn vốn.

- *Sản xuất* phải quản trị thật tốt, tiết giảm chi phí tối đa, phát huy tối đa năng lực sản xuất. Thực tế một số công ty quản trị sản xuất chưa tốt, chi phí cao, chưa phát huy tối đa năng lực

- *Nguồn nhân lực* phải có đủ trình độ quản lý, được đào tạo chuyên sâu,



đảm đương được công việc trong mọi tình huống. Thực tế hiện nay đội ngũ quản lý nhân sự của hệ thống Tập đoàn đang mỏng, chưa được đào tạo chuyên sâu, chưa đủ khả năng đảm nhận khối lượng công việc lớn và làm việc từ xa.

- Thị trường **các công ty trong hệ thống cần phải được định hướng chiến lược tạo thành** một chuỗi cung ứng toàn diện: Sợi - Dệt nhuộm - May đến khách hàng.

Thực tế, muốn có được hệ thống quản trị Sợi đồng bộ của hệ thống Vinatex, chúng ta sẽ phải “hóa giải” các khó khăn một cách quyết liệt, sáng tạo và hiệu quả.

Vấn đề cấp bách đặt ra là chúng ta cần phải thay đổi thói quen cũ đã ăn sâu vào tiềm thức nhất là các cán bộ quản lý các cấp, xác định vai trò sống còn của yêu cầu đổi mới trong công tác quản trị. Cần nhận diện đầy đủ sự không đồng đều về chất lượng nhân sự của hệ thống; Sự chưa đồng bộ về hệ thống phần cứng và công cụ quản lý: Trang thiết bị mạng máy tính, Internet, các hệ thống phần mềm quản lý của các doanh nghiệp sản xuất sợi trong hệ thống của Tập đoàn...

CHUYỂN ĐỔI SỐ ĐỂ ĐỘT PHÁ

Đứng trước các thách thức, Lãnh đạo Tập đoàn nhận thấy trước mắt cần phải xây dựng được một hệ ĐIỀU HÀNH SẢN XUẤT SỢI, khi hệ điều hành sản xuất này phát triển tốt sẽ tập trung triển khai HỆ ĐIỀU HÀNH ĐỒNG BỘ khác để quản trị tập trung.

Với sự quyết tâm của hệ thống, bắt đầu từ tháng 12/2020, Ban chỉ đạo chuyển đổi số do Phó Tổng Giám đốc Vinatex Phạm Văn Tân trực tiếp chỉ đạo đã triển khai thí điểm xây dựng hệ điều hành sản xuất sợi tại nhà máy sợi Đồng Văn - TCTCP Dệt May Hà Nội (Hanosimex).

Hanosimex là một Tổng Công ty sản xuất nhiều ngành trong đó có Sợi và May. Ban lãnh đạo công ty đã xác định sản xuất Sợi là cốt lõi của Tổng công ty, chiếm tỷ trọng lớn trong

Mục tiêu HỆ ĐIỀU HÀNH SẢN XUẤT SỢI phải đảm bảo được các yếu tố:

- ✓ Giảm thiểu các khâu ghi chép
 - ✓ Đưa các vấn đề phức tạp lên cho máy tính xử lý
 - ✓ Quản trị theo thời gian thực các nội dung cần quản lý:
- + Thực hiện kế hoạch sản xuất
 - + Quản lý sản lượng hệ thống
 - + Quản trị chất lượng hệ thống
 - + Truy xuất nguồn gốc sản phẩm
 - + Quản lý hoạt động xuất nhập tồn kho nguyên liệu và kho thành phẩm
 - + Quản trị các chi phí sản xuất

doanh thu cũng như chi phí hàng năm nên sẽ là nơi được chọn làm đột phá trong công cuộc chuyển đổi số của Hanosimex.

Ngay khi xác định được mục tiêu và điểm đột phá, Ban lãnh đạo Hanosimex cùng phối hợp với các đơn vị liên quan: Ban chỉ đạo Chuyển đổi số của Vinatex, công ty giải pháp doanh nghiệp Hải Hòa tiến hành triển khai xây dựng hệ thống quản trị Sợi giai đoạn 1 với các mốc chính sau:

29/12/2020:

Ký hợp đồng với Công ty giải pháp doanh nghiệp Hải Hòa để xây dựng hệ thống

09/03/2021:

Triển khai thí điểm hệ thống

- Giao kế hoạch
- Phương án công nghệ
- Triển khai kế hoạch
- Quản lý kho
- Thống kê sản xuất
- Thống kê điện

15/04/2021:

Triển khai thí điểm lần 2

- Điều chỉnh cân đối chuyển
- Bổ sung mặt hàng đào

- Bổ sung kế hoạch nhập nguyên liệu theo invoice

16/05/2021:

Triển khai thí điểm lần 3

- Lô bông tương lai
- Tìm bông đáp ứng các yêu cầu về MIC, CV%Mic
- Tốc độ tìm kiếm bông

8/06/2021:

Triển khai chính thức

26/06/2021:

Hoàn thiện và nghiệm thu

Ngay từ khi bắt đầu triển khai, Ban lãnh đạo Hanosimex đã xác định việc xây dựng hệ thống quản trị Sợi là một việc khó chưa có tiền lệ nên đã thành lập tổ dự án với sự tham gia của Tổng giám đốc, các giám đốc điều hành, giám đốc/phó giám đốc nhà máy cũng như các cán bộ phụ trách có trình độ chuyên môn và tinh thần trách nhiệm cao. Đồng hành với đó, Tập đoàn Dệt May Việt Nam cũng thành lập Ban chỉ đạo dự án với sự tham gia trực tiếp của Phó TGĐ Tập đoàn để phối hợp và điều phối công việc chung.

Nhóm phát triển nhận thấy, dự phát triển của công nghệ sản xuất Sợi, của công nghệ thông tin hiện nay

cho phép Số hóa hệ thống quản trị sản xuất

Số hóa hệ thống Quản trị sản xuất sợi với mục tiêu hỗ trợ tốt nhất có thể cho các vị trí công tác của hệ thống sản xuất nhà máy Sợi Đồng Văn (các Roll công việc).

Công việc bắt đầu triển khai từ việc bắt đầu khảo sát hệ thống sản xuất, hệ thống và làm gọn các khâu, các quy trình sản xuất, mô tả kỹ lại các quy trình, các công việc của các vị trí, xây dựng các công thức phục vụ cho việc quản lý số liệu.

Trong quá trình triển khai, nhóm phát triển gặp rất nhiều khó khăn, rào cản:

- Phải chuẩn hóa lại các quy trình sản xuất, các hạng mục công việc cho đồng bộ hệ thống.

- Khâu sau phải sử dụng được số liệu của các khâu phía trước.

- Số liệu phải chính xác, rõ ràng và minh bạch.

- Khối lượng công việc của các thành viên, các Roll công việc tăng gấp 2-3 lần bình thường vì vừa phải làm công việc và đảm nhận các số liệu theo hệ thống sổ sách cũ, vừa phải cải tiến, vào số liệu cho hệ thống mới, trong

quá trình làm có lúc số liệu không khớp, các cá nhân lại phải làm lại từ đầu, ảnh hưởng đến tâm lý làm việc của các thành viên.

Tuy nhiên với sự quyết tâm, hiểu rõ tính cấp thiết và tầm quan trọng của yêu cầu số hóa ngành Sợi, sau nhiều lần thử nghiệm phần mềm Quản trị sản xuất sợi tại nhà máy sợi Đồng Văn đã hoàn thành và vận hành ổn định

Phần mềm đã thực sự phát huy tác dụng, trực tiếp mang lại hiệu quả cho người lao động trong hệ thống, giúp các thành viên trong hệ thống làm tốt hơn hệ thống hóa các cơ sở dữ liệu phục vụ cho chính công việc của mỗi cá nhân.

Ban chỉ đạo Chuyển đổi số Vinatex xác định phần mềm quản trị sản xuất sợi là “tác phẩm” đầu tay nên không tránh khỏi các thiếu sót, chưa hoàn thiện hệ thống, có thể nhìn thấy ở các khía cạnh: chưa đưa được nhiều nhất các nội dung báo cáo quản trị có thể trích xuất; chưa có đủ các giới hạn cảnh báo cho quản trị; chưa có App tích hợp trên điện thoại, máy tính bảng để thuận lợi và thân thiện với người sử dụng...

Hiện nay Ban chỉ đạo Chuyển đổi số, Ban quản lý Dự án Chuyển đổi số đã triển khai phần mềm Quản trị sản

xuất sợi đến công ty CP Dệt May Nam Định (Nhà máy Sợi Hòa Xá, nhà máy Sợi Tô Hiệu), thực tế đang vận hành khá tốt

Bắt đầu tháng 11/2021, tiếp tục ứng dụng phần mềm Quản trị sản xuất sợi tại Phú Hưng và dự kiến phát triển tiếp các Modul tiếp theo tại Phú Hưng và sẽ triển khai hoàn thiện, cải tiến các hạn chế của giai đoạn 1.

Trong kế hoạch năm 2022, dựa trên những thành công bước đầu của Phần mềm quản trị sản xuất sợi, Ban quản lý dự án Chuyển đổi số sẽ tiếp tục triển khai phần mềm quản trị Sợi thêm các modul Phát triển phần kinh doanh, quản lý đơn hàng, hợp đồng, báo cáo quản trị hệ thống, hoàn thiện hệ thống phần mềm: Quản trị sợi tại Phú Hưng và mở rộng ra các đơn vị khác trong hệ thống Tập đoàn.

Mục tiêu hướng tới là “Cung cấp nền tảng quản trị và vận hành trong hoạt động sản xuất kinh doanh Sợi - Dệt - May cho Vinatex và các đơn vị thành viên để quản trị được: Chuỗi cung ứng - Năng lực sản xuất - Hệ thống khách hàng và Quản trị hoạt động theo thời gian thực... Tranh thủ kết hợp các tài nguyên bên ngoài Tập đoàn để nâng cao cơ hội sản xuất kinh doanh cho Viantex”



■ Chuẩn hóa lại các quy trình sản xuất sợi



Bà TRẦN THU THẢO

Trưởng ban Quản lý Nguồn nhân lực Vinatex

XÂY DỰNG MÔI TRƯỜNG VĂN HÓA HỌC TẬP TẠI VINATEX GỖ NÚT THẮT VỀ NGUỒN NHÂN LỰC

Bài: **TRẦN THU THẢO**

Trưởng ban Quản lý Nguồn nhân lực Vinatex

“

Ông Lê Tiến Trường - Bí thư Đảng ủy, Chủ tịch HĐQT Viantex đã nhận định: 5 năm cấu trúc lại doanh nghiệp, thị trường, phương thức kinh doanh đang mang lại những xung lực mới cho Tập đoàn Dệt May Việt Nam. Tuy nhiên, tất cả các cấp đều nhận thức rõ, mọi tài sản cố định có thể mua, công nghệ có thể chuyển giao, nhưng con người tham gia quản lý, vận hành không thể mua, thuê sẵn trên thị trường. Nút thắt về nhân lực bây giờ là nút thắt căng thẳng nhất cần giải quyết để thúc đẩy tăng trưởng. Và, xây dựng môi trường văn hóa học tập là một trong những giải pháp then chốt mà Vinatex hướng đến để tạo đòn bẩy nâng chất và lượng nguồn nhân lực cho toàn hệ thống.

PHÁT HUY VĂN HÓA HỌC TẬP ĐỂ THÍCH ỨNG TRONG TÌNH HÌNH MỚI

Thông điệp văn hóa doanh nghiệp được Vinatex xây dựng từ nhiều năm qua là “Hiếu công việc mình làm. Yêu nghề, nhiệt huyết, có thái độ tích cực đối với công việc. Không đổ lỗi, không né tránh trách nhiệm, sẵn sàng nhận lỗi khi có sai sót. **Không ngừng học tập**, biết lắng nghe, tiếp thu ý kiến đóng góp để hoàn thiện bản thân, nâng cao chất lượng và hiệu quả công việc. Luôn đổi mới sáng tạo, làm việc có kế hoạch, tìm kiếm các giải pháp để hoàn thành nhiệm vụ được giao. Tự hào về thành tích tập thể, đoàn kết hợp tác, đồng lòng vì mục tiêu chung, nhiệm vụ chung”.

Điều đó cho thấy, các thế hệ lãnh đạo Vinatex đã đánh giá cao vai trò, tầm quan trọng của việc học tập liên tục và đưa vào hệ tư tưởng của Vinatex, là triết lý hành động tạo nên cốt lõi của

văn hóa tổ chức, bao gồm: Sứ mệnh, tầm nhìn, các giá trị cốt lõi.

Không chỉ đưa văn hóa học tập vào văn hóa doanh nghiệp, lãnh đạo cấp cao tại Vinatex luôn là người khởi xướng và đi đầu trong việc xây dựng văn hóa học tập, là một tấm gương hành động, truyền cảm hứng, khuyến khích phong trào học tập phát triển, trở thành nề nếp văn hóa, thúc đẩy quá trình học tập không ngừng từ cấp quản lý đến nhân viên.

Những năm trước đây, các chương trình đào tạo nội bộ của Vinatex được tổ chức trực tiếp tại trụ sở Tập đoàn hoặc tại một số đơn vị thành viên. Việc đào tạo trực tiếp bị hạn chế về thời gian tổ chức và số lượng học viên do các đơn vị thành viên đều ở xa, không thể bố trí cho cán bộ nghỉ việc dài ngày để tham gia học tập. Học viên cũng gặp phải những rào cản về thời gian học tập, thời gian đi lại, di chuyển.



■ Lễ bế giảng chương trình đào tạo nội bộ cho cán bộ cấp trung của Tập đoàn

Năm 2021, do dịch bệnh Covid-19 diễn biến phức tạp, nhiều thời điểm các doanh nghiệp phải chuyển sang làm việc trực tuyến và sản xuất 3 tại chỗ nên kế hoạch đào tạo trực tiếp không thể triển khai, cần thay đổi phương thức một cách linh hoạt và phù hợp. Ban lãnh đạo Vinatex đã quyết định chuyển hướng sang hình thức đào tạo trực tuyến để thích ứng với điều kiện dịch bệnh. Việc chuyển hướng này tương đối thuận lợi do Tập đoàn đã có sự đầu tư trang thiết bị, đào tạo nhân sự có năng lực về công nghệ thông tin ngay từ đầu năm 2020. Làm việc trong điều kiện bị ảnh hưởng bởi dịch bệnh đã thúc đẩy nhanh hơn tiến trình áp dụng đào tạo trực tuyến tại Vinatex để thích ứng với điều kiện “bình thường mới”.

CÁC KHÓA ĐÀO TẠO NỘI BỘ TRIỂN KHAI TRONG NĂM 2021

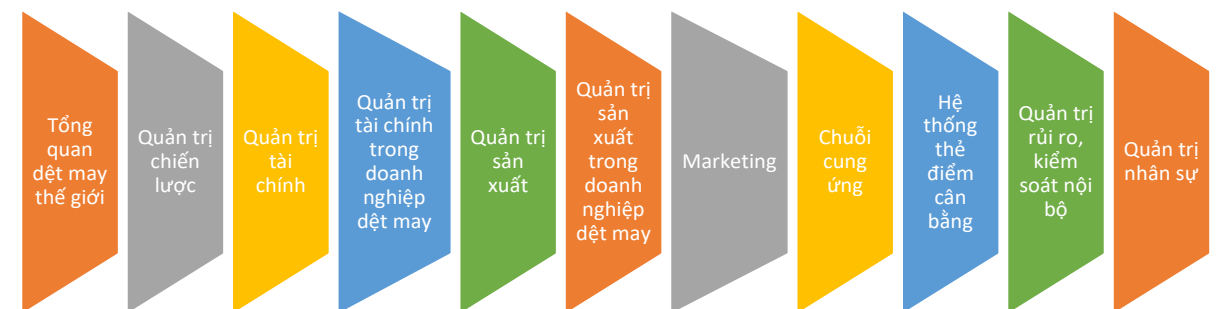
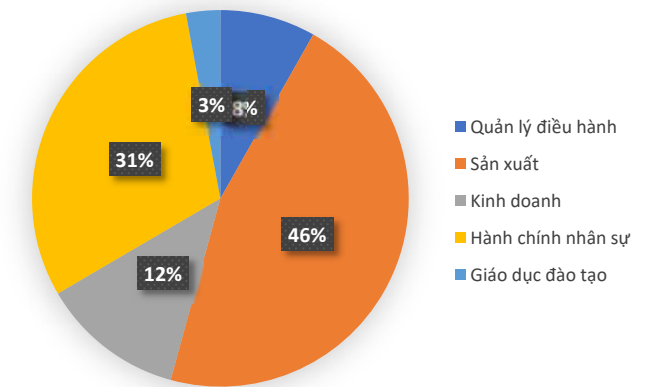
Trong chương trình đào tạo năm 2021, Ban Quản lý Nguồn nhân lực được giao triển khai 14 buổi đào tạo nội bộ trực tuyến, trong đó có 01

buổi cập nhật tình hình thị trường xuất khẩu, 01 buổi về quan điểm quản trị rủi ro do Chủ tịch Hội đồng quản trị Vinatex trực tiếp biên soạn tài liệu, giảng dạy với hơn 100 lượt học viên tham gia và 11 buổi đào tạo cán bộ quản lý cấp trung.

Khóa đào tạo cán bộ quản lý cấp trung được tổ chức vào sáng thứ 7 hàng tuần, bắt đầu từ giữa tháng 9 và kết thúc vào giữa tháng 12/2021. Chương trình đào tạo có sự tham gia chuẩn bị và thuyết giảng trực tiếp của lãnh đạo Tập đoàn; Hiệu trưởng và các giảng

viên của Trường Đại học Công nghiệp Dệt May Hà Nội; Giảng viên Viện Kinh tế và quản lý-Trường Đại học Bách Khoa Hà Nội và các chuyên gia, cán bộ quản lý của Tập đoàn.

Tham dự khóa học có hơn 300 học viên là cán bộ quản lý cấp trung (các Trưởng, phó Ban tại Cơ quan Tập đoàn; Trưởng, Phó Phòng Ban, Phó Giám đốc doanh nghiệp), cán bộ nguồn của Tập đoàn và 16 đơn vị thành viên ở khắp 3 miền Bắc, Trung, Nam, được phân bổ tại 61 điểm cầu.



11 chuyên đề đào tạo cho cán bộ quản lý cấp trung:

1	Tổng quan dệt may thế giới, vị trí của dệt may VN trong chuỗi dệt may toàn cầu, lợi thế, cơ hội thách thức của DMVN từ các FTA
2	Quản trị chiến lược
3	Tổng quan về quản trị Tài chính doanh nghiệp, các chỉ tiêu tài chính quan trọng, đọc hiểu Báo cáo tài chính, các vấn đề về dự án đầu tư mới và vận hành
4	Quản trị tài chính trong doanh nghiệp dệt may (nửa buổi về ngành sợi, nửa buổi về ngành may)
5	Quản trị sản xuất
6	Quản trị sản xuất trong ngành dệt may
7	Marketing (tập trung về chăm sóc khách hàng, xử lý khiếu nại và quan hệ với khách hàng “B to B”, các tiêu chí khách hàng đánh giá để thỏa mãn họ)
8	Quản lý chuỗi cung ứng
9	Hệ thống thẻ điểm cân bằng
10	Quản trị rủi ro, hệ thống kiểm soát nội bộ
11	Quản trị nhân sự bao gồm: Phương pháp thiết kế công việc, quy trình xử lý công việc, phương pháp và nguyên tắc đánh giá công việc

Các chuyên đề đào tạo quản lý cấp trung lẫn này làm rõ năng lực cần có của người quản lý cấp trung bao gồm cả *năng lực chuyên môn* và *năng lực quản trị*. Khó đã tạo cung cấp những kiến thức về lý luận và thực tiễn quản trị doanh nghiệp ở nhiều lĩnh vực, từ quản trị chiến lược, quản trị sản xuất, quản trị chuỗi cung ứng, quản trị tài chính, quản trị rủi ro, kiểm soát nội bộ, quản trị nhân lực và marketing.

Mục tiêu của khóa đào tạo để người quản lý cấp trung nắm được tình hình tổng quan ngành Dệt May thế giới và Việt Nam, lợi ích của các FTA; hiểu được chiến lược của doanh nghiệp để xây dựng chiến lược bộ phận, hiểu được hệ thống quản trị doanh nghiệp để xây dựng hệ thống quản lý bộ phận; biết tổ chức triển khai thực hiện chiến lược của doanh nghiệp; cập nhật thông tin về các mô hình quản trị sản xuất tiên tiến ứng dụng các thành tựu của cuộc Cách mạng công nghiệp 4.0; hiểu rõ và sẵn sàng chia sẻ với những khó khăn của doanh nghiệp để cùng hướng tới những cải thiện tốt hơn; làm cầu nối hiệu quả giữa cấp Lãnh đạo và nhân viên, truyền tải hiệu quả những ý tưởng của Lãnh đạo cho nhân viên; biết thay mặt lãnh đạo động viên, khuyến khích, tạo động lực cho nhân viên; biết phân công, phân nhiệm cho đội ngũ; chủ động giải quyết những vấn đề phát sinh trong nội bộ của mình dựa trên tầm nhìn toàn cục của doanh nghiệp chứ không chỉ dựa trên lợi ích của bộ phận.

Xuất phát từ yêu cầu thực tiễn, một Giám đốc nhà máy không chỉ cần am tường về kỹ thuật công nghệ, về sản phẩm mà còn cần khả năng quản lý tốt về các lĩnh vực kinh doanh, tài chính, nhân sự... Một trưởng phòng nhân sự không chỉ giỏi chuyên môn quản trị nguồn nhân lực mà cần có kỹ năng quản trị chi phí nhân công, chi phí tuyển dụng, đào tạo; nắm rõ quy trình sản xuất sợi, dệt, may,... để chủ trì đánh giá công việc, xây dựng hệ thống bản mô tả công việc cho công nhân,... Do vậy, việc cung cấp kiến thức đa dạng giúp người quản lý cấp trung có được tư duy, cái nhìn đa chiều về mọi lĩnh vực quản trị trong doanh nghiệp ngoài chuyên môn

hiện tại của họ. Thông qua chương trình đào tạo, người quản lý cấp trung ở các lĩnh vực khác nhau trong doanh nghiệp được tiếp cận với những kiến thức mới mẻ, có thêm động lực để duy trì việc học tập đồng thời thúc đẩy năng lực sáng tạo, thay đổi tư duy, đổi mới phương thức quản lý, phương thức làm việc thông qua những kiến thức toàn diện đó.

KẾT QUẢ THU ĐƯỢC QUA MỘT NĂM ĐÀO TẠO TRỰC TUYẾN

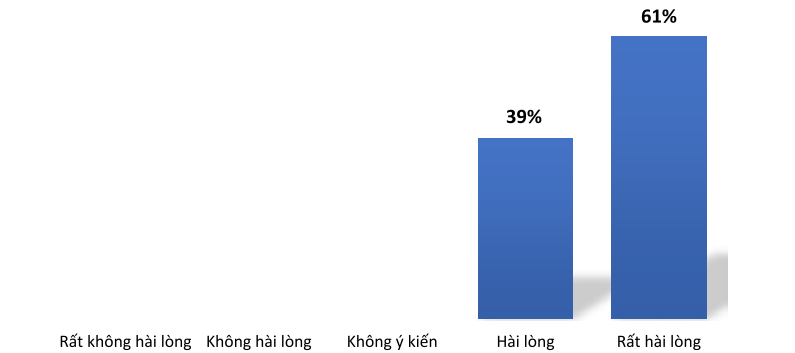
Khóa đào tạo cán bộ quản lý cấp trung là khóa đào tạo trực tuyến lớn nhất từ trước đến nay của Vinatex cả về thời lượng và số lượng học viên tham gia. Giảng viên nội bộ là các cấp lãnh đạo, quản lý tại Vinatex (Chủ tịch Hội đồng quản trị, Phó Tổng Giám đốc, một số Trưởng, Phó Ban Tập đoàn), trong đó có một số Trưởng, Phó Ban lần đầu tiên được phân công làm giảng viên nội bộ đã bước ra khỏi vùng an toàn, được chia sẻ kiến thức

Kết quả gặt hái được từ chuỗi chương trình đào tạo trực tuyến dành cho cán bộ quản lý cấp trung:

Cảm nghĩ của học viên



Mức độ hài lòng của học viên đối với các buổi đào tạo



chuyên môn, được trải nghiệm, tiếp xúc với kỹ năng đào tạo trực tuyến.

Về phía học viên là các cán bộ quản lý cấp trung tại các doanh nghiệp thì đào tạo trực tuyến cho phép người học dễ sắp xếp thời gian học tập, có thể tham gia học tập mọi lúc mọi nơi. Trong thời gian làm việc online, học viên có thể dự học tại nhà, tiết kiệm thời gian, chi phí ăn ở, đi lại. Ở các đơn vị đang thực hiện sản xuất 3 tại chỗ, học viên vẫn có thể theo học ngay tại nhà máy. Các doanh nghiệp cử học viên tham gia đào tạo cũng tiết kiệm được rất nhiều chi phí đi lại, chi phí khác cho học viên.

Đối với Vinatex - đơn vị tổ chức, việc đào tạo trực tuyến rất thuận lợi để tăng quy mô đào tạo tại cùng một thời điểm, linh hoạt về thời gian tổ chức do học viên không phải mất thời gian đi lại, không phải nghỉ việc để tham gia đào tạo, tiết kiệm chi phí tổ chức.

Những góp ý và xây dựng bài của học viên



LAN TỎA VĂN HÓA HỌC TẬP TẠI VINATEX

Trong kỷ nguyên số hiện nay, văn hoá học tập vẫn được coi là một trong 5 văn hóa đặc trưng của doanh nghiệp. Theo đó, văn hoá doanh nghiệp dù được số hoá nhưng vẫn cần giữ được 5 đặc trưng: Lấy khách hàng làm trung tâm (Customer-centric), định hướng dữ liệu (Data-driven), minh bạch (Transparent), cộng tác (Collaborative), **học tập** (Learning)¹. Kinh nghiệm thực tiễn về đào tạo và phát triển nội bộ từ các Tập đoàn lớn trên thế giới vẫn luôn quan tâm thúc đẩy văn hóa học tập: ở Google: mạng lưới học hỏi từ nhân viên đến nhân viên, ở Facebook: Văn hóa học tập là nơi ương mầm sự đổi mới, ở Microsoft: Tư duy phát triển song hành với cải thiện kỹ năng; ở Amazon: Chương trình đào tạo nhằm vào nhân viên yếu kém².

Với Vinatex, mục tiêu chiến lược là “Trở thành một điểm đến có khả năng cung ứng trọn gói nhu cầu của khách hàng doanh nghiệp trong

¹ <https://resourcesbeta.base.vn/hr/5-van-hoa-dac-trung-cua-doanh-nghiep-trong-ky-nguyen-so-463/>
² <https://resources.base.vn/hr/kinh-nghiem-trien-khai-dao-tao-noi-bo-tu-cac-cong-ty-hang-dau-thung-lung-silicon-411>

chuỗi cung ứng toàn cầu. Từng bước vươn lên thang bậc cao hơn của chuỗi giá trị về thiết kế và thương hiệu” và xây dựng nền tảng quản trị bằng công cụ chuyển đổi số để thích ứng với kỷ nguyên số. Để chuẩn bị nguồn nhân lực đủ mạnh nhằm thực hiện mục tiêu chiến lược trên thì văn hóa học tập trong doanh nghiệp tại Vinatex cần phải được tiếp tục duy trì và phát huy.

Kinh nghiệm thực tiễn từ các Tập đoàn lớn trên thế giới và tại Vinatex cho thấy, việc duy trì, phát triển văn hóa học tập trong doanh nghiệp để thích ứng sẽ giúp Vinatex xây dựng một tổ chức có khả năng phát triển năng lực một cách có hệ thống, thúc đẩy quá trình chuyển đổi liên tục và hiệu quả theo những thay đổi từ thị trường, từ chính sách quản lý trong các lĩnh vực chuyên môn, thị hiếu mới

của khách hàng và cạnh tranh ngày càng gay gắt. Từ đó tạo ra khả năng phản xạ ứng phó và thoát ra khỏi khủng hoảng khi doanh nghiệp bị tác động làm cản trở, gián đoạn, thậm chí dừng sản xuất kinh doanh như giai đoạn bùng phát dịch bệnh Covid-19.

Văn hóa học tập càng đặc biệt quan trọng đối với những doanh nghiệp quy mô lớn, sử dụng nhiều lao động như Vinatex khi vận hành và kinh doanh liên quan đến nhiều lĩnh vực phức tạp đòi hỏi kiến thức chuyên môn và rất nhiều hiểu biết riêng của các chuyên gia thực hành. Theo đó, những chương trình đào tạo, khóa học sẽ liên tục được Vinatex tạo dựng với những đổi mới trong phương thức và nội dung chuyển tải để mạch nguồn tri thức đến với cán bộ, nhân viên, người lao động một cách hữu hiệu nhất □

Duy trì và phát huy văn hóa học tập sẽ tạo nên một đội ngũ nhân sự làm việc trách nhiệm, khoa học, thiện chiến, linh hoạt, đa nhiệm với năng lực và kiến thức được cập nhật liên tục, giúp Vinatex và các doanh nghiệp thành viên sẵn sàng đương đầu với những thay đổi trong quản trị để ứng phó với những thay đổi nhanh chóng và bất định đang và sẽ diễn ra trong tương lai.



■ Lễ đón nhận Huân chương Độc lập hạng Ba

25 năm CÔNG ĐOÀN DỆT MAY VIỆT NAM

MỘT ĐỘI NGŨ, MỘT HÀNH TRÌNH

Bài: **VINH HỒNG**

Năm 2021 đánh dấu 25 năm các công đoàn cơ sở (CDCS) từ nhiều địa phương tập hợp về mái nhà Công đoàn Dệt May Việt Nam. Với truyền thống của một trong những ngành công nghiệp sớm nhất cả nước với lịch sử hơn 130 năm, bằng tinh thần đoàn kết, sáng tạo của các thế hệ cán bộ, đoàn viên, người lao động (NLĐ), Công đoàn Dệt May Việt Nam đã nỗ lực vươn lên, không ngừng đổi mới, nâng cao chất lượng hoạt động, thực hiện toàn diện, hiệu quả các chức năng, nhiệm vụ, góp phần xây dựng tổ chức vững mạnh, đưa ngành Dệt May Việt Nam phát triển bền vững.

TRƯỞNG THÀNH QUA THỜI GIAN

Ngày 14/09/1996, Công đoàn Tổng Công ty Dệt May Việt Nam (nay là Công đoàn Dệt May Việt Nam) được thành lập, nhằm mục đích tập hợp và phát huy sức mạnh NLĐ của hệ thống trong lao động sản xuất, thực hiện các chức năng nhiệm vụ của tổ chức công đoàn và các nhiệm vụ do Đảng và Nhà nước giao phó.

Đến nay Công đoàn Dệt May Việt Nam đã trải qua 5 kỳ đại hội với nhiều dấu ấn, thể hiện sự trưởng thành về mọi mặt từ tổ chức đến các chương trình hành động. Ban đầu chỉ có 58 CDCS, 87.000 đoàn viên, NLĐ, thì nay Công đoàn ngành đã có 118 CDCS với gần 125 ngàn đoàn viên, NLĐ.

10 năm đầu tiên, 100% các CDCS hoạt động trong doanh nghiệp nhà nước, quan hệ lao động có nhiều thuận lợi. Từ 2006 trở đi, các doanh nghiệp (DN) tiến hành cổ phần hóa, hiện nay 100% đơn vị là công ty cổ phần, vốn nhà nước không chi phối, trong đó có cả DN tư nhân, DN FDI, quan hệ lao động đa dạng phức tạp hơn, song vẫn luôn được xây dựng, củng cố, đảm bảo sự hài hòa, ổn định, tiến bộ.

Từ tháng 11/2007, Công đoàn Dệt May Việt Nam chuyển sang hoạt động theo mô hình Công đoàn ngành trung ương. Thực tiễn hoạt động đã khẳng định được vai trò, vị trí của một công đoàn ngành trong hệ thống.

ĐẠI DIỆN, BẢO VỆ NLĐ VÀ THAM GIA QUẢN LÝ DOANH NGHIỆP

Từ cấp ngành đến cơ sở, tổ chức công đoàn đã tham gia cùng chuyên môn trong quản lý DN bằng việc ký kết và thực thi quy chế phối hợp giữa BCH Công đoàn và Tổng Giám đốc; tham gia quản lý, cải thiện điều kiện làm việc cho NLĐ; xây dựng mạng lưới và quản lý hoạt động của đội ngũ an toàn vệ sinh viên; phối hợp tổ chức các phong trào thi đua, chăm lo đời sống vật chất tinh thần NLĐ.

Ngoài ra, công đoàn chủ động nắm bắt, đối thoại và giải quyết kịp thời các vấn đề nảy sinh, điển hình nhất là



■ Hội nghị bàn giao CD DMVN từ Công đoàn Công thương về trực thuộc Tổng Liên đoàn Lao động Việt Nam (1)

việc xây dựng, thương lượng, ký kết, triển khai, giám sát thực hiện Thỏa ước lao động tập thể cùng các chế độ chính sách trong DN. Dệt May là ngành đầu tiên trên cả nước từ 2010 đã xây dựng, thương lượng, ký kết thỏa ước lao động tập thể ngành. Thỏa ước đến nay đã qua 5 lần ký kết, thực hiện với nhiều chính sách có lợi cho NLĐ.

Công tác phổ biến chính sách pháp luật cho NLĐ cũng được quan tâm, hàng tháng Công đoàn ngành phát hành từ 2-4 bản tin tư vấn pháp luật cho CDCS và NLĐ.

Hai năm trở lại đây, trước khó khăn của dịch Covid-19, công đoàn các cấp đã đồng hành cùng DN và NLĐ vượt khó; nắm bắt, giải quyết kịp thời các vấn đề phát sinh, ổn định tình hình, xây dựng và triển khai các phương án sản xuất kết hợp với phòng chống dịch bệnh, chăm lo bảo toàn đội ngũ, đồng thời chia sẻ trách nhiệm với cộng đồng và tuyển đầu chống dịch. Công đoàn Dệt May Việt Nam đã hỗ trợ hơn 26,5 tỷ đồng để giúp đỡ các công đoàn cơ sở và NLĐ bị ảnh hưởng bởi dịch bệnh.

Chăm lo lợi ích thiết thực cho NLĐ

Trong suốt quá trình xây dựng và phát triển, công đoàn các cấp luôn quan tâm chăm lo mọi mặt cho NLĐ như cùng chuyên môn nâng cao chất lượng bữa ăn ca; tổ chức cho NLĐ thăm quan, nghỉ mát hàng năm;

quản lý và duy trì hiệu quả các thiết chế cơ sở phục vụ NLĐ như trường mầm non, điểm sinh hoạt văn hóa, ký túc xá công nhân, cửa hàng tiện ích, sân tập thể thao,...; hỗ trợ NLĐ khó khăn, bệnh tật, gia đình chính sách; hỗ trợ xây, sửa mái ấm Công đoàn; tổ chức Tết sum vầy, ngày hội công nhân, phiên chợ nghĩa tình... Những việc làm trên đã giúp NLĐ thêm yên tâm công tác, gắn bó với nghề.

TỔ CHỨC HIỆU QUẢ CÁC PHONG TRÀO THI ĐUA

Những năm qua, phong trào thi đua do công đoàn phối hợp với chuyên môn tổ chức thường xuyên được đổi mới, đi vào chiều sâu và trở thành hoạt động chủ đạo của toàn ngành như: Lao động giỏi - Lao động sáng tạo, Hội thi thợ giỏi, Giải việc nước, đảm việc nhà...; Công tác xây dựng điển hình tiên tiến được quan tâm, hình thành được giải thưởng riêng cấp ngành. Hàng năm và theo giai đoạn 5 năm, đều xét tôn vinh khen thưởng các danh hiệu. Giai đoạn 2016 đến nay, Công đoàn Dệt May Việt Nam đã xét khen thưởng cấp ngành cho: 110 lượt lao động dệt may tiêu biểu, 132 lượt lao động dệt may sáng tạo, 100 lượt cán bộ công đoàn tiêu biểu, 15 Lao động điển hình xuất sắc, 14 Tập thể điển hình xuất sắc, 112 Gia đình dệt may tiêu biểu, 39 lượt Doanh nghiệp vì Người lao động, 30 lao động nữ được nhận Giải thưởng Nguyễn Thị Sen - Giải thưởng mang tên Bà Tổ nghề may.

Từ hiệu quả của các phong trào thi đua, đã phát huy sức mạnh đội ngũ, góp phần nâng cao năng suất lao động, mang lại tốc độ tăng trưởng cao, sự phát triển bền vững cho DN và nâng cao chất lượng cuộc sống cho NLD.

ĐỐI MỚI CÔNG TÁC TUYÊN TRUYỀN GIÁO DỤC, TRUYỀN THÔNG CÔNG ĐOÀN

Công tác tuyên truyền giáo dục được tập trung vào các nội dung như: Phổ biến quán triệt nghị quyết; đào tạo, nâng cao trình độ, kỹ năng, nghề nghiệp cho NLD; tổ chức các cuộc thi chuyên đề, các hoạt động văn nghệ, thể thao. Chương trình hiến máu tình nguyện “Hành trình đỏ” được duy trì hàng năm và lan tỏa đến từng NLD.

Những năm gần đây, công tác truyền thông được Công đoàn Dệt May Việt Nam quan tâm đầu tư với việc ra mắt và khai thác nhiều kênh, phương tiện truyền thông bắt kịp xu hướng như cổng thông tin điện tử, mạng xã hội, truyền thanh, truyền hình trực tuyến... Thông qua đó, đã góp phần lan tỏa và nhân lên các giá trị văn hóa, tinh thần, tình yêu nghề mến nghiệp, niềm tự hào và gắn bó với tổ chức.

CHĂM LO CÔNG TÁC NỮ, GIA ĐÌNH VÀ TRẺ EM

Là ngành có tỷ lệ lao động nữ chiếm 2/3 trong tổng số lao động, trong những năm qua, công tác nữ, gia đình, trẻ em luôn được Công đoàn các cấp của ngành quan tâm với những nội dung thiết thực như phát động thi đua Giỏi việc nước - đảm việc nhà trong lao động nữ; tôn vinh lao động nữ hai giỏi, gia đình dệt may



■ Lễ đón nhận Huân chương Độc lập hạng Ba

Với những kết quả đạt được, 25 năm qua, Công đoàn Dệt May Việt Nam vinh dự được Đảng, Nhà nước và các cấp tặng thưởng nhiều phần thưởng cao quý:

- Huân chương Lao động hạng Nhì (năm 2000).
- Huân chương Lao động hạng Nhất (năm 2005).
- Huân chương Độc lập hạng Ba (năm 2011).
- Huân chương Lao động hạng Nhất lần thứ hai (năm 2016).
- Là đơn vị dẫn đầu khối thi đua các công đoàn ngành, tổng công ty trực thuộc TLD, được tặng Cờ thi đua của Chính phủ 2 năm 2017, 2018.
- Cờ thi đua xuất sắc của Tổng Liên đoàn lao động VN năm 2020.
- Vào đúng dịp kỷ niệm 25 năm ngày thành lập (14/9/1996-14/9/2021), Công đoàn Dệt May Việt Nam vinh dự được đón nhận: Huân chương Độc lập hạng Nhì.

tiêu biểu, trao Giải thưởng Nguyễn Thị Sen; khen thưởng, trao học bổng cho con CNLD học giỏi, sinh viên các trường trong hệ thống; tặng quà tết thiếu nhi, tết Trung thu; tổ chức tọa đàm, nói chuyện chuyên đề, tập huấn sức khỏe sinh sản, tầm soát ung thư; tặng quà các dịp 8/3, 20/10, trang bị phòng vật và trữ sữa,...

VỮNG BƯỚC TRÊN HÀNH TRÌNH MỚI

Tiếp tục đổi mới mạnh mẽ vì đoàn viên, NLD, chính là mục tiêu mà Công đoàn Dệt May Việt Nam hướng tới và kiên trì theo đuổi nhằm xây dựng tổ chức Công đoàn vững mạnh. Để làm được điều này, trên chặng đường

tiếp theo, Công đoàn Dệt May Việt Nam tập trung sức mạnh thực hiện 5 trọng tâm công tác, quyết tâm tạo nên sức sống thực sự của hoạt động công đoàn và phong trào công nhân ở mỗi cấp:

Hoàn thiện mô hình tổ chức công đoàn ngành; nâng cao chất lượng, vị trí, vai trò CĐCS, đáp ứng điều kiện hoạt động trong tình hình mới.

Xây dựng đội ngũ CNLD vững về tư tưởng chính trị, mạnh về trình độ kỹ năng, chuẩn về kỷ luật tác phong, giỏi trong lao động công tác.

Nâng cao chất lượng, hiệu quả các phong trào thi đua.

Đồng hành cùng DN chăm lo đời sống vật chất, tinh thần cho NLD; xây dựng quan hệ lao động hài hòa, ổn định, tiến bộ.

Xây dựng, lan tỏa văn hóa, nét đẹp ngành nghề và con người dệt may.

Viết tiếp những trang sử đậm màu, là trách nhiệm, là tình yêu với ngành nghề, với tổ chức. Các cấp Công đoàn cùng NLD Dệt May Việt Nam hôm nay tự hào về truyền thống và thành tích đạt được, nguyện nỗ lực hết mình, vượt lên khó khăn, thử thách, tạo thế và lực mới, thành công mới cho những bước tiến tiếp theo ở phía trước □

Ông LÊ NHO THƯỜNG - Phó Bí thư Đảng ủy Tập đoàn, Chủ tịch Công đoàn Dệt May Việt Nam: “Xây dựng được tình yêu nghề, mến nghiệp, tinh thần hăng say lao động trong cán bộ, đoàn viên, người lao động”

Với mong muốn thi đua trở thành nếp nghĩ, việc làm thường xuyên của mỗi tập thể, mỗi cá nhân, công đoàn các cấp của ngành đã phối hợp với chuyên môn, phát động và tạo nhiều cơ chế để thúc đẩy các phong trào. Những cuộc thi tay nghề, hội thi thợ giỏi được tổ chức; những ngày hội ý tưởng, ngày hội lao động sáng tạo được triển khai; những phong trào nòng cốt như luyện tay nghề thành thợ giỏi, phát huy sáng kiến cải tiến, giới việc nước đảm việc nhà, dạy tốt học tốt, năng suất - chất lượng - tiết kiệm - hiệu quả, thi đua về đích,... những tinh thần của Tháng Công nhân được đẩy lên trong cả 12 tháng mỗi năm, đã thực sự tạo nên khí thế thi đua sôi nổi, rộng khắp trong toàn hệ thống; tạo diễn đàn để khơi nguồn tư duy, thực hành nâng cao kỹ năng nghề nghiệp, đem lại những giá trị gia tăng cao; đặc biệt, giúp cán bộ, đoàn viên, NLD yêu quý và gắn bó hơn với nghề nghiệp mà mình đã lựa chọn.

Bà Nguyễn Thị Thủy – Phó Chủ tịch Công đoàn Dệt May Việt Nam:

Năm 2022, dự báo tình hình dịch bệnh còn nhiều diễn biến khó lường, Công đoàn Dệt May Việt Nam tiếp tục nỗ lực đưa ra những chương trình hoạt động thiết thực, đồng hành cùng Công đoàn cơ sở và doanh nghiệp chăm lo đời sống NLD, thực hiện tốt vai trò bảo vệ quyền và lợi ích hợp pháp của NLD. Đẩy mạnh các phong trào thi đua: phong trào thi đua sáng kiến, cải tiến kỹ thuật, thực hành tiết kiệm... nhằm mang lại hiệu quả sản xuất, nâng cao năng suất, giúp NLD nâng cao thu nhập, từ đó yên tâm gắn bó và cống hiến vì sự phát triển bền vững của DN.

Chị Trần Thị Mai - Công nhân Nhà Máy may Công ty CP Quốc tế Phong Phú:

Dịch bệnh bùng phát nhưng công ty vẫn bảo đảm việc làm, thu nhập cho chúng tôi. Trong những ngày làm việc “3 tại chỗ”, Công đoàn Dệt May Việt Nam và công đoàn cơ sở đã hỗ trợ kịp thời các khoản phụ cấp từ gói An sinh, suất ăn nhằm đảm bảo sức khỏe, thu nhập đồng viên NLD tham gia mô hình sản xuất “3 tại chỗ”. Công đoàn tích cực lo nơi ăn, chốn ở, hỗ trợ thực phẩm, sữa và thường xuyên động viên giúp công nhân vững tâm bám nhà máy. Đến nay, chúng tôi đã được tiêm 2 mũi vắc xin nên rất an tâm lao động, đồng hành với DN vượt khó; mong lãnh đạo công ty tìm kiếm thêm đối tác, có nhiều đơn hàng mới để chúng tôi có thêm việc làm, tăng thu nhập.

Chị Phan Nguyễn Thùy Trang – Bí thư Đoàn Thanh niên, Công ty CP May Bình Minh:

Trong những năm qua, Ban lãnh đạo, Công đoàn và Đoàn Thanh niên Công ty đã cùng với Công đoàn cấp trên chung tay chăm lo tốt nhất cho NLD. Trong thời gian xảy ra dịch bệnh Covid – 19, Công ty đã có những giải pháp phòng chống dịch hiệu quả, đảm bảo an toàn cho CBNV và NLD trong điều kiện vừa chống dịch, vừa sản xuất, đáp ứng thời gian giao hàng, đảm bảo thu nhập cho NLD. Bên cạnh đó, Công ty đẩy nhanh việc tiêm vắc xin cho CB-CNV và NLD, đồng thời thực hiện các gói cứu trợ, trợ cấp cho NLD, duy trì chất lượng bữa ăn góp phần nâng cao năng suất sản xuất. Tiếp tục tăng cường tuyên truyền phổ biến tới CBNV và NLD thực hiện nghiêm túc về yêu cầu phòng chống dịch... tạo niềm tin để chúng tôi yên tâm sản xuất, góp phần vào sự phục hồi và phát triển của Công ty.

Năm 2022, hy vọng dịch bệnh sớm được khống chế, Công ty có nhiều đơn hàng, đảm bảo công ăn việc làm, tăng thu nhập và đời sống người lao động ngày càng được nâng cao.

CẨM HÀ (ghi)



■ Ngày hội Lao động sáng tạo Ngành Dệt May Việt Nam lần thứ 2

TỔNG CÔNG TY MAY HƯNG YÊN - CTCP: XỨNG ĐÁNG DANH HIỆU “DOANH NGHIỆP VÌ NGƯỜI LAO ĐỘNG”

BÀI: NAM CAO – GIANG NGUYỄN

Ảnh hưởng của làn sóng dịch Covid-19 lần thứ 4 đã kéo theo đơn hàng bị sụt giảm, thậm chí lợi nhuận không cao trong 6 tháng đầu năm, nhưng lãnh đạo Tổng Công ty May Hưng Yên – CTCP (May Hưng Yên) vẫn duy trì đảm bảo tiền lương, thưởng cho hơn 2000 lao động tại Công ty Mẹ trong suốt năm 2021 với thu nhập trung bình đạt 10,5 triệu/người/tháng, giúp người lao động vững tin và yên tâm gắn bó với nghề.

MỘT NĂM VƯỢT KHÓ

Bà Phạm Thị Phương Hoa – Tổng Giám đốc Tổng Công ty May Hưng Yên cho biết, từ năm 2021 trở về trước, Tổng Công ty chỉ sản xuất các đơn hàng CMT, do đó ảnh hưởng của đợt dịch lần thứ 4 đã khiến cho 5 tháng đầu năm 2021, hoạt động sản xuất kinh doanh của đơn vị bị ảnh hưởng khá lớn. Dù rằng Tổng Công ty vẫn có các đơn hàng nhưng xét về lợi nhuận và hiệu quả thì chưa cao, thậm chí có những thời điểm chỉ hòa vốn. Điều này đã khiến May Hưng Yên trong nửa đầu năm 2021 gặp vô vàn khó khăn.

Lãnh đạo Tổng Công ty cho biết, không chỉ bị tăng cao về chi phí sản xuất khi chi phí điện, chi phí vận tải, chi phí nguyên phụ liệu đều tăng, trong khi tỷ giá bị giảm... mà các chi phí về xét nghiệm, phòng chống dịch bệnh



■ Bà Phạm Thị Phương Hoa - Tổng Giám đốc Tổng Công ty May Hưng Yên

cũng bị cũng phát sinh, khiến cho May Hưng Yên đã khó lại càng thêm khó.

Tuy nhiên, sau khi tình hình dịch bệnh trên thế giới dần ổn định, các chỉ phí đầu vào “hạ nhiệt”, từ tháng 6/2021, May Hưng Yên bắt đầu khởi sắc cho tới cuối năm và có lợi nhuận. Mặc dù vậy, lãnh đạo Tổng Công ty thừa nhận việc 5 tháng đầu năm gặp nhiều khó khăn đã ảnh hưởng không ít tới kết quả SXKD của Tổng Công ty. Theo đó, doanh thu Công ty Mẹ năm 2021 ước đạt 630 tỷ, tăng 10% so với cùng kỳ (chưa tính số liệu hợp nhất các đơn vị thành viên, liên kết). Lợi nhuận đạt 76 tỷ, tăng 5% so với năm 2020.

Trước tình hình dịch bệnh còn diễn biến khó lường, Ban lãnh đạo May Hưng Yên vẫn đề ra kế hoạch năm 2022 sẽ giữ nguyên được mức doanh thu và lợi nhuận của năm 2021, đồng thời nỗ lực tăng trưởng thêm 5% nhờ vào việc định hướng sản xuất các đơn hàng FOB cho thị trường Mỹ và Úc, tận dụng các cơ hội từ các Hiệp định FTAs. Để chuẩn bị cho các đơn hàng FOB, May Hưng Yên đã chuẩn bị sẵn sàng nhân – vật lực, cũng như điều

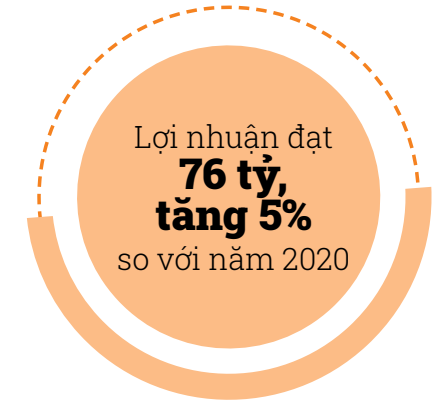
chỉnh lại dây chuyền, sản xuất thử nghiệm từ nửa cuối năm 2021. Bên cạnh đó, lãnh đạo Tổng Công ty cho biết, yếu tố con người là yếu tố “then chốt” May Hưng Yên có thể hoàn thành các chỉ tiêu và kế hoạch SXKD cho năm 2022.

NHỮNG “HẠNH PHÚC NHỎ” CỦA NGƯỜI LAO ĐỘNG

Mặc dù 5 tháng đầu năm gặp muôn vàn khó khăn, lãnh đạo May Hưng Yên vẫn đảm bảo các chế độ lương, thưởng và thu nhập cho người lao động (NLĐ) với mục tiêu không bị thấp hơn so với các năm trước. Năm 2021, thu nhập trung bình của người lao động tại Công ty Mẹ đạt 10,5 triệu/người/tháng, mức thu nhập cũng tăng với NLĐ ở các đơn vị thành viên. Năm 2022, Tổng Công ty đặt kế hoạch tăng thêm 5% thu nhập cho NLĐ. Bên cạnh đó, trong những năm qua, NLĐ tại May Hưng Yên chỉ làm 9 tiếng mỗi ngày, cũng như được nghỉ hoàn toàn vào Chủ nhật, nhưng thu nhập vẫn được duy trì, thậm chí năm sau cao hơn năm trước, điều này cho thấy lãnh đạo Tổng Công ty đã “thấu

hiếu” và quan tâm đến chất lượng sống của NLĐ cũng như những yêu cầu của khách hàng về tính chuyên nghiệp của môi trường làm việc. Nói về những tình cảm đặc biệt dành cho May Hưng Yên, chị Vũ Thị Yến- Giám đốc Xí nghiệp May 2 tâm sự: “Gắn bó với Tổng Công ty hơn 30 năm, đồng hành cùng đơn vị qua các thời kỳ khác nhau nhưng điểm chung là dù khó khăn hay thuận lợi, phát triển, Tổng Công ty đều quan tâm chăm lo đời sống việc làm, thu nhập và đảm bảo quyền lợi cho NLĐ. Thêm mỗi đơn hàng, NLĐ thêm hứng khởi, hăng say làm việc bởi họ biết luôn có sự động viên kịp thời của đơn vị, từ các xí nghiệp đến Ban lãnh đạo Tổng Công ty.

Với lực lượng lao động đông, lao động trẻ chiếm hơn 60%, đơn vị không chỉ quan tâm chăm lo việc làm, thu nhập, nâng cao tay nghề mà còn kịp thời nắm bắt tâm tư, nguyện vọng và hoàn cảnh của NLĐ để có hướng tháo gỡ kịp thời những khó khăn, vướng mắc có thể xảy ra trong quá trình làm việc. Nhờ vậy, NLĐ ổn định tư tưởng, yên tâm làm việc, tin tưởng vào đường hướng phát triển ngày càng lớn mạnh của May Hưng Yên”. Chị Yến cho biết thêm, ngay cả những thời điểm khó khăn do ảnh hưởng của biến động thị trường,



dịch bệnh thì đơn vị vẫn chu toàn việc làm, thu nhập, đời sống cho NLĐ và đảm bảo an toàn trước tác động của dịch bệnh. Làm việc trong môi trường có điều hòa không khí, ánh sáng đảm bảo, máy móc hiện đại, không còn tăng ca cùng với tay nghề thường xuyên được nâng cao từ công tác bồi dưỡng tại chỗ nên lực lượng lao động ở Xí nghiệp May 2 luôn đảm bảo được chất lượng và yêu cầu sản phẩm. Với lực lượng lao động lành nghề, gắn bó lâu năm với Tổng Công ty, đây thực sự là khối “tài sản” lớn đóng góp vào sự tăng trưởng chung của đơn vị.

Còn chị Phạm Thị Trang, công nhân QC – Xí nghiệp may 2A bộc bạch, chị hạnh phúc vì năm 2021 mặc dù tình hình dịch bệnh phức tạp, nhưng

Tổng Công ty vẫn đảm bảo thu nhập cho chị và người lao động. “Năm 2021 là một năm đáng nhớ với tôi bởi tình hình dịch bệnh vô cùng phức tạp. Tôi chứng kiến có rất nhiều người bị thất nghiệp do ảnh hưởng của dịch bệnh, nhưng năm qua Tổng Công ty vẫn duy trì toàn bộ chế độ lương, thưởng cho tôi cũng như anh chị em trong toàn xí nghiệp. Làm việc tại Tổng Công ty 17 năm, đến giờ này khi mà nhiều người bị thất nghiệp, tôi vẫn có việc làm, đó là một hạnh phúc rất lớn đối với tôi, cũng như tôi có chi phí để trang trải cuộc sống và chăm lo cho gia đình”- Chị Trang nhấn mạnh.

Với một công nhân kỹ thuật, anh Nguyễn Văn Tuấn- Sửa chữa máy, Xí nghiệp May 2 cho biết, không chỉ ngoài đảm bảo về thu nhập, mà Tổng





■ Công nhân làm việc tại Xí nghiệp May 2 - Tổng Công ty May Hưng Yên

Công ty còn thường xuyên thay thế, đổi mới máy móc hiện đại hơn, năng suất lao động tăng cao hơn. “Xí nghiệp May 2 có 9 chuyền may với hệ thống trang thiết bị, máy móc hiện đại. Xí nghiệp bố trí 5 thợ làm công tác sửa chữa, bảo dưỡng máy thường xuyên. Việc doanh nghiệp đầu tư, trang bị máy móc hiện đại giúp công nhân đẩy nhanh tốc độ sản xuất, hạn chế sai hỏng từng chi tiết sản phẩm, nhờ vậy khách hàng rất hài lòng với sản phẩm và tính chuyên nghiệp, hiện đại nâng chuẩn các chuyền may của May Hưng Yên. Chúng tôi thường xuyên được bồi dưỡng để tiếp nhận và vận hành hiệu quả một số máy may được lập trình sẵn, sau đó hướng dẫn công nhân kỹ thuật sử dụng một cách tiện lợi nhất để đạt độ chính xác cao trong công việc”- Anh Tuấn cho biết.

ĐI SÂU VÀO NHẬN THỨC CỦA NGƯỜI LAO ĐỘNG

Trao đổi với PV, bà Phạm Thị Phương Hoa cho biết, mục tiêu trong năm 2022 của Tổng Công ty không chỉ là việc giữ vững được các chỉ tiêu của năm trước, tăng trưởng về doanh thu và lợi nhuận, đảm bảo đời sống cho NLĐ, mà công tác quan trọng nhất đó chính là đi sâu hơn vào nhận thức, định hình tư duy cho người lao động thông qua việc đào tạo và bồi dưỡng. Theo đó, năm 2021 Tổng Công ty đã liên hệ với các đơn vị đào tạo tại Hà Nội và TP. Hồ Chí Minh để cử cán bộ đi học và đào tạo tay nghề. Đây là sự đón đầu cho để từ năm 2022, May Hưng Yên có thêm nguồn cán bộ kỹ thuật vững nghề, phục vụ cho việc sản xuất các đơn hàng FOB.

“ Với lực lượng lao động đông, lao động trẻ chiếm hơn 60%, đơn vị không chỉ quan tâm chăm lo việc làm, thu nhập, nâng cao tay nghề mà còn kịp thời nắm bắt tâm tư, nguyện vọng và hoàn cảnh của NLĐ để có hướng tháo gỡ kịp thời những khó khăn, vướng mắc có thể xảy ra trong quá trình làm việc. Nhờ vậy, NLĐ ổn định tư tưởng, yên tâm làm việc, tin tưởng vào đường hướng phát triển ngày càng lớn mạnh của May Hưng Yên. ”

Bên cạnh đó, lãnh đạo May Hưng Yên bày tỏ, việc định hình lại tư duy cho NLĐ không chỉ là việc làm thường xuyên mà là một trong những nhiệm vụ quan trọng hàng đầu trong chiến lược phát triển sản xuất kinh doanh của đơn vị. Lý giải về điều này, bà Phạm Thị Phương Hoa phân tích, khi thị trường biến động kéo theo giá vật tư, vận tải có xu hướng tăng

Bà Phạm Thị Phương Hoa cho biết, mục tiêu trong năm 2022 của Tổng Công ty không chỉ là việc giữ vững được các chỉ tiêu của năm trước, tăng trưởng về doanh thu và lợi nhuận, đảm bảo đời sống cho NLĐ, mà công tác quan trọng nhất đó chính là đi sâu hơn vào nhận thức, định hình tư duy cho người lao động thông qua việc đào tạo và bồi dưỡng.

lên... tỷ giá đồng USD giảm sâu, trong khi yêu cầu về lương của NLĐ và lợi nhuận đều phải tăng thì việc đào tạo cho NLĐ để tăng năng suất chính là “con đường” duy nhất để các doanh nghiệp ngành May như May Hưng Yên hướng tới. Bên cạnh đó, việc thay đổi nhận thức cho NLĐ cũng sẽ giúp cho đội ngũ công nhân trẻ có thể gắn bó với nghề, giảm thiểu tối đa tình trạng biến động lao động như thời điểm sau Tết Nguyên đán. Để làm được điều này, May Hưng Yên sẽ từng bước đào tạo từ những cán bộ quản lý cấp trung như Chuyển trưởng, Tổ trưởng..., tiếp đó hướng tới nâng chuẩn trình độ, tay nghề cho hơn 2.000 NLĐ đang làm việc tại Tổng Công ty.

Bên cạnh công tác đào tạo, đi sâu vào nhận thức của NLĐ thì nhiều năm qua, Tổng Công ty May Hưng Yên luôn là một trong những đơn vị đi đầu tại khu vực miền Bắc với rất nhiều các hoạt động chăm lo đời sống cho NLĐ. Không chỉ xây dựng Trường mầm non và giảm 50% học phí cho gần 600 trẻ là con CBNV, Tổng Công ty còn tổ chức cho hàng trăm lao động khó khăn chỗ ở tại khu chung cư An Phú Hưng, miễn phí 3 tháng tiền nhà, điện, nước... Hàng năm, còn có rất nhiều hoạt động, ngày hội sáng tạo được tổ chức để giúp cho NLĐ đóng góp ý tưởng, sáng tạo nhằm cải tiến năng suất lao động; Bên cạnh đó, các hoạt động như “Hội thi thợ giỏi, tổ giỏi” hay phong trào “tiết kiệm điện nước” vẫn được duy trì hàng năm. Nhưng hơn hết, với việc lấy NLĐ làm trọng tâm, Tổng Công ty May Hưng Yên xứng đáng trong top đầu những doanh nghiệp hàng năm được Tập đoàn – Công đoàn Dệt May Việt Nam tôn vinh là doanh nghiệp vì người lao động □



SỨC SỐNG “MẠNH LIỆT” CỦA CÁC DOANH NGHIỆP DỆT MAY KHU VỰC NAM BỘ

Bài: CAO NAM

Trải qua làn sóng dịch Covid-19 lần thứ 4 với những khó khăn, tổn thất nặng nề, nhưng bằng sức mạnh nội tại sẵn có, cùng với sự đồng lòng quyết tâm của đội ngũ lãnh đạo và tập thể CBNV, nhiều doanh nghiệp dệt may khu vực Nam Bộ vẫn vững vàng vượt qua trong năm 2021 với những gam màu sáng, tạo đà phát triển cho năm 2022.

GIAN NAN THỬ SỨC

Có thể nói, năm 2021 được coi là năm chống chọi khó khăn đối với các doanh nghiệp dệt may, không chỉ là tình trạng dịch bệnh “căng thẳng” ở khu vực phía Nam, mà tình trạng thiếu hụt lao động, chi phí thực hiện “3 tại chỗ”, tình trạng dịch chuyển đơn hàng, ... cũng đã “bào mòn” sức sống của doanh nghiệp khu vực Nam Bộ.

Với tâm dịch 4 tỉnh TP. HCM, Long An, Bình Dương, Đồng Nai, sau đó lan rộng ra khu vực Nam Bộ, nhiều đơn

vị thành viên của Vinatex cũng đã trải qua những tháng ngày “khó khăn chống khó khăn”, mà theo như lãnh đạo của một doanh nghiệp Sợi thì những ngày tháng ấy chỉ dám miêu tả bởi 2 từ “mệt mừ”, nếu chỉ cần có 1 F0 trong Nhà máy thì mọi hoạt động phải tạm dừng và phong tỏa.

Hơn 3 tháng dịch “leo thang”, Chi nhánh Tập đoàn Dệt May Việt Nam - Nhà máy Sợi Phú Cường (Đồng Nai) cũng trải qua vô vàn “cảm xúc” mà theo bà Lê Hoàng Anh – Giám

đốc Chi nhánh cho biết nó là những tháng ngày “khốc liệt” nhất của Sợi Phú Cường. Nằm tại địa phương là tâm dịch, Sợi Phú Cường cũng có hơn 3 tháng gánh trên vai những chi phí “khổng lồ” nhưng công suất nhà máy chỉ chạy đc 40% để giữ chân đối tác. Theo lãnh đạo chi nhánh, dịch bệnh đã khiến Nhà máy phải thực hiện “3 tại chỗ” hơn 3 tháng, quãng thời gian ấy việc chăm lo chi phí cho người lao động như: chặn màn, nhà tắm, máy giặt... cũng như cung thực phẩm gặp muôn vàn khó khăn. Do là địa phương



■ Bà Lê Hoàng Anh - Giám đốc Nhà máy Sợi Phú Cường kiểm tra sợi thành phẩm

nằm trong tâm dịch, địa phương chỉ cấp giấy đi đường cho một số đối tượng chính, nên việc mua thực phẩm, nhu yếu phẩm cũng gặp tình trạng khan hiếm với chi phí đội lên cao. Đồng thời, ngoài chi phí ăn ở, chi phí test covid theo quy định “7 ngày, 5 ngày rồi 3 ngày” cũng là khoản chi phí khổng lồ.

Hơn 3 tháng “gồng mình” để sản xuất, ngay sau khi một số biện pháp nới lỏng, mỗi địa phương trong tỉnh Đồng Nai lại có quy định khác nhau về giấy đi đường, thậm chí có những xã, huyện yêu cầu có xe đưa đón công nhân. Vật lực có hạn, Sợi Phú Cường phải tính phương án 1 xe chạy 5 – 6 vòng trong ngày để đón NLĐ đi làm.

Cùng nằm trong tâm dịch với Sợi Phú Cường, Tổng Công ty CP Phong Phú (TP. Hồ Chí Minh) cũng trải qua những ngày khó khăn nhất, đặc biệt là trong Quý III/2021. Theo lãnh đạo của Tổng Công ty, dù đã lường trước được những khó khăn khi TP. HCM áp dụng Chỉ thị 16 trên toàn thành phố, nhưng những thiệt hại trong sản xuất của Tổng Công ty cũng ảnh hưởng trực tiếp đối với bức tranh SXKD của Phong Phú trong năm 2021. Theo đó, doanh thu, lợi nhuận trong các tháng 7, 8, 9 ước tính bị ảnh hưởng giảm lần lượt là 48,998 tỷ đồng và 18,572 tỷ đồng. Bên cạnh đó, trong thời gian dịch bệnh, các chi phí liên quan như chi phí vận chuyển, lưu kho, chi phí lao động, đặc biệt là lực lượng lao động 3 tại chỗ cũng tăng cao ngoài kế hoạch ước

tính khoảng 13,4 tỷ đồng. Mặt khác, do ảnh hưởng bởi các quy định hạn chế đi lại, giãn cách xã hội, tiến độ giao hàng không bảo đảm (thời gian bị trễ từ 7 ngày - 10 ngày do không book được cont và tàu) khiến đơn hàng của doanh nghiệp bị giảm mạnh gây thiệt hại đáng kể, với tổng đơn hàng bị giảm tới 42% trong Quý III.

Dù có vô vàn khó khăn như thế, nhưng “lãnh đạo” Sợi Phú Cường cho rằng, đơn vị còn may mắn khi trong khu công nghiệp có 2 doanh nghiệp may, 1 doanh nghiệp sản xuất nguyên phụ liệu đều phải đóng cửa vì có F0, thì Sợi Phú Cường vẫn được sản xuất và giữ vững “thành trì vùng xanh” giữa tâm dịch, mặc dù công suất chỉ đạt 40%.

VƯỢT LÊN SAU ĐẠI DỊCH

Làn sóng dịch thứ 4 đánh thẳng vào các trung tâm sản xuất công nghiệp lớn nhất của cả nước đã khiến cho hơn 90 nghìn doanh nghiệp rút khỏi thị trường trong 9T/2021 (theo số liệu của Tổng cục Thống kê) đã phản ánh phần nào sự khốc liệt của dịch bệnh. Nhưng may mắn, với các đơn vị trong hệ thống của Vinatex, mặc dù trải qua muôn vàn khó khăn, cùng với sức mạnh nội tại sẵn có, các DN vẫn hoàn thành kế hoạch SXKD trong năm 2021.

Với doanh thu ước đạt hơn 391 tỷ đồng, lợi nhuận ước đạt 50 tỷ đồng, Sợi Phú Cường là một trong những đơn vị top đầu trong hệ thống các đơn

vị sản xuất sợi của Vinatex có tỷ suất lợi nhuận/doanh thu, đạt 12,8%. Vượt qua không ít khó khăn, nhưng với sự nỗ lực của Ban lãnh đạo và tập thể NLĐ, Sợi Phú Cường đã có 1 năm “vượt khó” thành công. Dự báo tình hình thị trường năm 2022 sẽ không được tốt như năm 2021, Sợi Phú Cường cũng đã chuẩn bị sẵn những kịch bản nhằm thích ứng với những diễn biến của thị trường. Theo bà Lê Hoàng Anh, những năm trở lại đây việc cạnh tranh lao động với các DN Trung Quốc tại khu vực Đồng Nai là vô cùng khốc liệt, do đó xác định người lao động là trọng tâm, Sợi Phú Cường năm 2022 sẽ tiếp tục tìm các biện pháp tăng năng suất nhằm tăng thu nhập, giúp cho NLĐ an tâm, gắn bó với Sợi Phú Cường. Bên cạnh đó, ngoài đẩy mạnh công tác an sinh, Sợi Phú Cường còn xây dựng thêm tủ thuốc cho công nhân nếu nhiễm bệnh Covid-19, đưa 10 người lao động xuất sắc nhất đi du lịch nước ngoài (sẽ tổ chức lại khi dịch bệnh được kiểm soát)... nhằm đưa thương hiệu Sợi Phú Cường là điểm đến thu hút lao động hàng đầu tại khu vực Đồng Nai.

Mặc dù tổng doanh thu hợp nhất năm 2021 bị giảm so với 2020, ước đạt 1,954 tỷ đồng (bằng 79,3% so với 2020), nhưng lợi nhuận sau thuế của Tổng Công ty CP Phong Phú vẫn ước đạt 310 tỷ đồng (bằng 108,5% so với cùng kỳ). Điều này đã thể hiện phần nào những quyết sách, chiến lược của ban lãnh đạo Tổng Công ty đã giúp Phong Phú vượt qua những khó khăn để đạt được lợi nhuận tăng trong khi doanh thu bị giảm.

Mục tiêu năm 2022 của Phong Phú là lấy công tác thị trường làm trọng tâm phát triển, lãnh đạo Tổng Công ty đề ra một số nhiệm vụ trọng tâm như: tiếp tục phát triển xuất khẩu sang các thị trường truyền thống như Nhật, Hàn Quốc, ASEAN... tăng cường xuất khẩu vào các thị trường mà Việt Nam đang có lợi thế cạnh tranh như Mỹ, Úc... cũng như đặt mục tiêu thâm nhập vào chuỗi cung ứng thế giới.

Ngoài ra, với yêu cầu về thị trường ngày càng cao, Phong Phú cũng đặt ra mục tiêu nhanh chóng đào tạo, tuyển dụng để bổ sung đội ngũ cán bộ kinh



■ Công nhân làm việc tại Nhà máy May Vinatex Cần Thơ - Tổng Công ty Dệt May miền Nam Vinatex

doanh, xuất nhập khẩu có đủ tâm, đủ tầm, có kỹ năng và nghiệp vụ giỏi trong lĩnh vực trên, am hiểu quy trình công nghệ sản xuất, linh hoạt, có khả năng xử lý công việc và đàm phán với khách hàng để từng bước chiếm lĩnh và mở rộng thị trường kể cả nội địa và xuất khẩu.

Có 3 nhà máy tại Bạc Liêu, Cần Thơ và Kiên Giang, Tổng Công ty Dệt May miền Nam – Vinatex cũng là một trong những đơn vị tại Nam Bộ bị ảnh hưởng bởi làn sóng dịch Covid-19 lần thứ 4 vừa qua. Nhưng may mắn hơn khi các 4 tỉnh tâm dịch, năm 2022 Tổng Công ty Dệt May miền Nam – Vinatex (VSC) lại nhìn thấy được “cơ hội trong rủi ro” bởi làn sóng di dân vì dịch bệnh về các tỉnh thành miền Tây, nơi các nhà máy của Tổng Công ty hoạt động. Ông Nguyễn Hùng Quý – Tổng Giám đốc VSC cho biết: “Với lượng lớn người lao động đổ về miền Tây, đặc biệt là lao động có tay nghề. Đây chính là cơ hội để 3 nhà máy của VSC tại Bạc Liêu, Kiên Giang và Cần Thơ đón đầu và lên kế hoạch tăng chuyển, mở rộng năng lực sản xuất. Năm bắt được tình hình bắt đầu từ tháng 9/ 2021, VSC đã triển khai đến Ban Giám đốc nhà máy thực hiện các chính sách tuyển dụng lao động, ưu tiên lao động có tay nghề, tiếp tục nhận hồ sơ tuyển dụng lao động không có tay nghề để đào tạo,

từng bước một xây dựng lộ trình đạt số lao động mục tiêu cho năm 2022 đã được giao.”

Bên cạnh đó, lãnh đạo VSC cũng cho biết, mục tiêu của Tổng Công ty trong năm 2022 đó chính là tăng thu nhập cho người lao động nhằm hướng tới xây dựng môi trường VSC bền vững, an toàn và hiệu quả: “Điều kiện để giữ chân người lao động một cách thiết thực nhất hiện nay đó chính là “môi trường làm việc an toàn” và “nâng cao thu nhập”. Hiện VSC đã và đang xây dựng hệ thống môi trường làm việc an toàn một cách hiệu quả, cũng như chúng tôi luôn cố gắng tạo một nguồn thu nhập tốt, góp phần tạo một niềm vui cho chính những người

lao động của mình bằng cách từng bước xây dựng mục tiêu đạt năng suất “600USD/ người” bằng mọi cách để tăng thu nhập cho người lao động”, Tổng Giám đốc VSC nhấn mạnh.

Box: Bữa vầy khó khăn và thách thức, nhưng Sợi Phú Cường, Phong Phú hay VSC đều có một năm với hoạt động SXKD hiệu quả. Ngoài thuận lợi thị trường, thì điều quan trọng nhất chính là sức sống mạnh mẽ, sự quyết liệt trong tư duy của người lãnh đạo, sự đồng lòng của tập thể CBNV. Và hơn hết, sau những khó khăn, 2021 chính là bản lề để “tôi luyện” nên sự kiên cường, mạnh mẽ trong các DN dệt may khu vực Nam Bộ, tạo tiền đề cho năm 2022 phát triển, thành công và vững bước. ■



■ Công nhân làm việc tại Tổng Công ty CP Phong Phú

TỔNG CÔNG TY CP DỆT MAY HÒA THỌ:

CƠ HỘI ĐƯỢC TẠO RA TỪ THỬ THÁCH

Bài: QUÝ NGUYỄN

Để đối phó với những khó khăn do dịch Covid - 19 đem lại trong năm 2021, Tổng Công ty CP Dệt May Hòa Thọ đã chủ động xây dựng và triển khai đồng bộ các phương án, kịch bản “vừa sản xuất, vừa chống dịch” phù hợp theo từng thời điểm. Chính vì vậy, bên cạnh việc đảm bảo an toàn cho toàn thể người lao động, Tổng Công ty đã đạt được những thành tích đáng khích lệ trong hoạt động sản xuất kinh doanh.



Bà **TRẦN TƯỜNG ANH**
Phó Tổng Giám đốc

ẢNH HƯỞNG NGHIÊM TRỌNG BỞI DỊCH COVID - 19

Năm 2021, đại dịch Covid - 19 đã khiến chuỗi cung ứng toàn cầu bị đứt gãy dẫn đến giá nguyên, phụ liệu phục vụ cho sản xuất tăng cao. Điều này đã tạo ra nhiều thách thức cho hoạt động tìm kiếm, khai thác đơn hàng và ảnh hưởng đến hiệu quả hoạt động của các doanh nghiệp trong ngành dệt may nói chung và của Tổng Công CP Dệt May Hòa Thọ nói riêng.

Ngay khi dịch bùng phát tại Đà Nẵng, để đảm bảo an toàn trong công tác phòng chống dịch bệnh, chính quyền địa phương đã đưa ra các quy định nghiêm ngặt. Nhiều lao động của Tổng Công CP Dệt May Hòa Thọ

ở khu vực phong tỏa, không đi làm được, điều này đã dẫn đến thiếu hụt nguồn lao động phục vụ cho hoạt động sản xuất kinh doanh và ảnh hưởng đến đời sống, thu nhập của người lao động. Riêng trong khoảng thời gian 3 tuần thực hiện giãn cách xã hội nghiêm ngặt từ giữa tháng 8 đến đầu tháng 9, các nhà máy của Tổng Công ty chỉ được thực hiện sản xuất “3 tại chỗ” và “1 cung đường 2 điểm đến” với tối đa 30% số lượng lao động. Điều này đã bắt buộc Tổng Công ty phải sắp xếp, bố trí lại dây chuyền sản xuất để ưu tiên sản xuất các đơn hàng gấp.

Bà Trần Tường Anh - Phó Tổng Giám đốc Tổng Công CP Dệt May Hòa Thọ cho biết, việc phải giảm quy mô sản xuất đã làm phát sinh tình trạng chậm giao hàng so với kế hoạch, dẫn đến các yêu cầu phạt hợp đồng của các khách hàng gây ảnh hưởng đến hiệu quả và uy tín của Tổng Công ty. Bên cạnh đó, các tỉnh giáp ranh đều có những quy định phòng, chống dịch riêng, không thống nhất đã gây khó khăn cho người lao động khi di chuyển giữa các địa phương để đi làm. Ngoài ra, việc giãn cách xã hội đã ảnh hưởng đến việc vận chuyển hàng hóa trong và ngoài nước làm cho Công ty phát sinh thêm rất nhiều chi phí.

VƯỢT QUA KHÓ KHĂN

Ngay khi dịch Covid-19 có dấu hiệu bùng phát, Tổng Công ty CP Dệt May

Hòa Thọ đã khởi động chương trình phòng chống dịch ở mức cao nhất, lưu trữ thông tin người lao động, thực hiện khai báo y tế với tất cả cán bộ công nhân viên và khách. Bên cạnh đó, Công ty cũng đã trang bị cho người lao động các trang thiết bị cần thiết để phòng chống dịch như cồn sát khuẩn, Chloramine B, khẩu trang... và tăng cường các nội dung tuyên truyền về phòng chống dịch bệnh tại doanh nghiệp.

“Tổng Công ty CP Dệt May Hòa Thọ đã chủ động xây dựng và triển khai đồng bộ các phương án, kịch bản “vừa sản xuất, vừa chống dịch” phù hợp theo từng thời điểm. Linh hoạt bố trí, sắp xếp sản xuất phù hợp với từng giai đoạn chống dịch, đảm bảo các điều kiện sản xuất theo hình thức “3 tại chỗ” cho người lao động để sản xuất. Hiện tại, hơn 95% người lao động của Tổng Công ty đã được tiêm đủ 2 liều vắc xin phòng Covid - 19. Đối với các trường hợp không thể tiêm vắc xin vì lý do sức khỏe thì Tổng Công ty có biện pháp phòng dịch riêng để đảm bảo an toàn trong công tác phòng chống dịch bệnh”, Bà Trần Tường Anh chia sẻ.

Để đối phó với tình trạng chuỗi cung ứng toàn cầu bị gián đoạn, Tổng Công ty đã chủ động khai thác, tìm kiếm nguồn nguyên liệu mới để thay thế và cơ cấu lại nguồn cung nguyên liệu, tránh sự phụ thuộc vào một nguồn cung để hạn chế tối đa rủi ro. Đẩy mạnh hoạt động thương

mại điện tử, chuyển đổi cách thức làm việc trực tuyến nên đảm bảo mọi giao dịch với đối tác khách hàng đều xuyên suốt, không bị gián đoạn do dịch bệnh.

Bên cạnh đó, Tổng Công ty vẫn tiếp tục xây dựng và hoàn thiện các nhà máy đạt chuẩn thực chất, hướng đến các tiêu chuẩn nhà máy thông minh cho cả ngành Sợi và May, trong đó chú trọng đến các tiêu chí về trách nhiệm xã hội, tính linh hoạt trong sản xuất, kỷ luật trong thực hiện quy trình sản xuất, kiểm soát chất lượng sản phẩm, tiến độ giao hàng... để nâng cao năng lực cạnh tranh.

Chính nhờ những nỗ lực, phấn đấu, đoàn kết vượt qua khó khăn của toàn thể CBNV, người lao động mà năm 2021 Tổng Công ty CP Dệt May Hòa Thọ đã đạt được những thành tích đáng khích lệ. Trong đó, kim ngạch xuất khẩu đạt 208 triệu USD, tăng 12% so với năm 2020, đạt 101% so với kế hoạch năm 2021; Lợi nhuận đạt 140 tỷ đồng, tăng 117% so với năm 2020, đạt 200% so với kế hoạch năm 2021; Thu nhập bình quân người lao động đạt 8,6 triệu đồng/người/tháng, tăng 16% so với năm 2020, đạt 110% kế hoạch năm 2021.

QUAN TÂM, CHĂM LO SỨC KHỎE NGƯỜI LAO ĐỘNG

Trước những khó khăn do tác động tiêu cực của dịch bệnh đem lại, Công đoàn Tổng Công ty CP Dệt May Hòa Thọ đã luôn đồng hành và chia sẻ với doanh nghiệp trong công tác phòng chống dịch, chăm lo đời sống người lao động bằng những việc làm thiết thực. Thông qua hệ thống công đoàn cơ sở, Công đoàn Tổng Công ty thường xuyên tổ chức tuyên truyền, động viên, nắm bắt tâm tư, nguyện vọng của người lao động để có những kiến nghị, đề xuất kịp thời, góp phần giữ gìn Tổng Công ty an toàn, vượt qua khó khăn và dịch bệnh.

Ông Nguyễn Thanh Sơn – Chủ tịch Công đoàn Tổng Công ty CP Dệt May Hòa Thọ cho biết, trong thời gian dịch Covid-19 diễn biến phức tạp tại TP.Đà Nẵng, Tổng Công ty đã chi hơn



■ Người lao động nỗ lực, đoàn kết vượt qua khó khăn

1 tỷ đồng để tăng cường các biện pháp phòng dịch như: Lắp vách ngăn tại bàn ăn; kiểm tra thân nhiệt; cấp phát vitamin C, nước súc miệng, nước rửa tay, khẩu trang kháng khuẩn, mặt nạ chống giọt bắn, xét nghiệm Covid-19... cho người lao động.

Ngoài ra, Công đoàn Tổng Công ty còn đảm bảo các điều kiện sinh hoạt cho người lao động khi tham gia sản xuất “3 tại chỗ”. Duy trì tốt việc tổ chức ăn sáng, ăn giữa ca, chế độ nước uống giữa giờ cho công nhân ngành Sợi; tăng tiền hỗ trợ thuê nhà từ 300.000 đồng/người lên 500.000 đồng/người; hỗ trợ người lao động gián đoạn công việc do dịch 2 triệu đồng/người/tháng; trích nộp đầy đủ tiền bảo hiểm xã hội cho người lao động gần 150 tỷ đồng. Những người lao động có hoàn cảnh khó khăn đều được Tổng Công ty trợ cấp kịp thời và cho vay không tính lãi. Trong 5 năm qua, Tổng Công ty đã trợ cấp cho 1.582 lượt công nhân, hỗ trợ xây 7 căn nhà với số tiền gần 1 tỷ đồng và giải quyết cho vay 300 người từ nguồn Quỹ Ái hữu với số tiền gần 2 tỷ đồng.

“Công tác chăm sóc sức khỏe tại chỗ luôn được Tổng Công ty chú trọng. Ngoài số tiền bảo hiểm y tế trích lại để chăm lo sức khỏe ban đầu, Tổng Công ty còn mua thuốc bổ sung để chữa bệnh tại chỗ và thực hiện tốt việc khám sức khỏe định kỳ cho người lao

động. Bên cạnh đó, Tổng Công ty còn trang bị phòng lưu trữ, bảo quản sữa mẹ phục vụ cho nữ công nhân nuôi con nhỏ”, ông Sơn cho biết.

Chị Nguyễn Thị Hiền, công nhân đứng máy sợi con - Nhà máy Sợi Hòa Thọ 2 cho biết: “Khi dịch bệnh bùng phát, người lao động chúng tôi khá lo lắng. Tuy nhiên, được sự quan tâm, động viên, hỗ trợ kịp thời của lãnh đạo Công ty và tổ chức Công đoàn, đặc biệt là được tiêm đủ 2 mũi vắc xin, chúng tôi thấy yên tâm hơn khi làm việc. Đặc biệt, khi phải làm việc theo hình thức “3 tại chỗ”, mọi người đều được Công ty trang bị đầy đủ trang thiết bị sinh hoạt và hỗ trợ thêm kinh phí”.

Bên cạnh việc quan tâm, chăm lo cho người lao động, Tổng Công ty CP Dệt May Hòa Thọ còn tích cực đóng góp, ủng hộ quỹ phòng, chống dịch bệnh Covid-19 của thành phố Đà Nẵng để chung tay cùng với chính quyền thực hiện tốt công tác phòng chống, đẩy lùi dịch bệnh, khôi phục và phát triển kinh tế sau đại dịch. Tham gia cùng với chính quyền địa phương cung cấp hàng hóa thiết yếu cho dân cư vùng lân cận thông qua hoạt động của Trung tâm Thương mại Hòa Thọ để góp phần đảm bảo an sinh xã hội tại địa phương □

NGÀNH SỢI HANOSIMEX: TAO “SỨC BẬT” 2022 TỪ THÀNH CÔNG 2021

NAM CAO (Thực hiện)

“ Với những kết quả khả quan của ngành Sợi trong năm 2021, bước vào năm 2022 Tổng Công ty CP Dệt May Hà Nội (Hanosimex) tiếp tục xây dựng những kịch bản dự báo nhằm bám sát thị trường, đầu tư chiều sâu cho dây chuyền sản xuất, giúp tăng năng suất và lợi nhuận... Trước thềm năm mới Nhâm Dần, Tạp chí Dệt May & Thời trang Việt Nam đã trao đổi với ông Hồ Lê Hùng – Tổng Giám đốc Hanosimex về thành công của năm 2021 và những bước chuẩn bị cho năm 2022. ”

Năm 2021 ngành Sợi của Hanosimex đã có rất nhiều tín hiệu tích cực về SXKD, xin ông chia sẻ về những kết quả đã đạt được?

Trong 2 năm 2019 và 2020, nhìn chung ngành Sợi gặp nhiều khó khăn, đối với năm 2019 là ảnh hưởng của cuộc chiến tranh thương mại Mỹ - Trung, còn năm 2020 dư âm của chiến tranh thương mại cộng với đại dịch Covid-19 trên toàn cầu đã khiến cho nhu cầu thị trường bị giảm đi rất nhiều, do đó ảnh hưởng rất lớn đến các DN



Ông HỒ LÊ HÙNG
Tổng Giám đốc Hanosimex

sản xuất sợi trong đó có Hanosimex. Đến năm 2021, thị trường ấm lên rất nhiều, trong đó nhu cầu thị trường và giá sản phẩm đều tăng. Có thể ví trong 2 năm 2019 và 2020 ngành Sợi như một chiếc lò xo bị “nén lại”, đến 2021 thì mới bung ra, điều này đã giúp cho thị trường tương đối tốt và kéo dài cho tới hết năm.

Với Hanosimex hiện nay có 2 Nhà máy kéo sợi, 1 Nhà máy 3 vạm cộc sản xuất 100% sợi cotton và 1 nhà máy 3 vạm cộc chuyên sản xuất sợi TC và CVC. Với bối cảnh thị trường như vậy, năm 2021, cả 2 nhà máy đều phát huy được tối đa năng lực sản xuất và luôn đầy tải. Bên cạnh đó, Hanosimex cũng đã bám sát diễn biến thị trường, chốt được đơn hàng sớm và có kế hoạch sản xuất cho nhà máy trước ít nhất 1-2 tháng nhằm chủ động được các phương án sản xuất, tăng

hiệu suất thiết bị và chủ động nguồn nguyên liệu.

Từ những điều đó, năm 2021 kết quả SXKD ngành sợi của Hanosimex tương đối khả quan, với doanh thu ước đạt 897 tỷ đồng, bằng 146% so với kế hoạch (kế hoạch 2021 là 614 tỷ), bằng 163% so với cùng kỳ (năm 2020 đạt 551 tỷ); Lợi nhuận ước đạt 86,3 tỷ (kế hoạch là 12 tỷ); Tổng sản lượng sản xuất quy về chỉ số 30 ước đạt 11.905 tấn, bằng 129,6% so với năm 2020; Trong đó, xuất khẩu là 9.283 tấn (160,2% so với 2020), còn lại 2.622 tấn cho thị trường nội địa. Bên cạnh đó, doanh thu xuất khẩu ước đạt 675 tỷ (bằng 209% so với 2020), doanh thu nội địa ước đạt 222 tỷ (bằng 98,2% so cùng kỳ).



■ Nhà máy Sợi 1 - Tổng Công ty CP Dệt May Hà Nội

Về kết quả quản trị ngành Sợi, năm 2021 Hanosimex được xếp trong top đầu các đơn vị ngành Sợi của Vinatex. Với tỷ suất lợi nhuận/doanh thu là 11,6% (tính hết tháng 11/2021), và chiếm khoảng 11% doanh thu ngành Sợi của Tập đoàn. Thu nhập bình quân của người lao động ngành Sợi của Hanosimex năm 2021 vẫn được đảm bảo và tăng lên ở mức 9tr3/người/tháng.

Mặc dù năm 2021, Hanosimex bị ảnh hưởng của dịch bệnh tương đối nặng, trong đó từ cuối tháng 7 đến hết tháng 10 phải sản xuất “3 tại chỗ”, một số lượng lớn lao động bị cách ly khi dịch bùng phát tại Hà Nam. Điều này đã khiến cho Nhà máy sợi bị thiếu lao động trong tháng 10. Tuy nhiên, Ban lãnh đạo vẫn cố gắng điều tiết sản xuất để đảm bảo sản lượng và phát huy tối đa năng lực sản xuất của dây chuyền.

Vậy theo ông đâu là “bí quyết” thành công của những kết quả trên?

Thứ nhất, vẫn là bám sát thị trường, nhất là thị trường nguyên liệu (bông, xơ) và sợi. Khi theo dõi diễn biến, cần có những dự đoán và chia sẻ với đồng nghiệp trong ngành, nhất là các DN trong Ban SXKD Sợi của

Tập đoàn để có những quyết định mua được nguyên liệu có giá tốt nhất. Theo tôi, Ban SXKD Sợi của Tập đoàn có vai trò vô cùng quan trọng trong việc chia sẻ, kết nối thông tin và hỗ trợ lẫn nhau về diễn biến thị trường và nguồn nguyên liệu. Hiện trong ngành Sợi, chi phí nguyên liệu chiếm đến 70-75% giá thành, do đó doanh nghiệp có “thắng” được hay không chính là nhờ vào việc giá nguyên liệu tốt hay không. Bên cạnh đó, phải tính toán việc mua nguyên liệu phù hợp với nhu cầu sản xuất của từng doanh nghiệp.

Với thị trường đầu ra, theo dõi và cập nhật tình hình cung cầu thị trường để điều chỉnh giá bán, cũng như lựa chọn

mặt hàng để tối ưu hóa năng lực sản xuất của từng doanh nghiệp, cũng như giảm chi phí sản xuất/kg sợi. Điều này sẽ giúp các DN tăng được hiệu quả và giá bán ở mức tốt nhất.

Thứ hai, là việc ổn định được lao động. Để làm được điều này, các DN có những chính sách điều tiết tiền lương, thu nhập sao cho hợp lý nhất nhằm giữ chân được NLĐ.

Thứ ba, cần đổi mới năng lực thiết bị và lựa chọn mặt hàng sao cho tối ưu nhất để đảm bảo sản xuất có hiệu quả tốt nhất.

Thứ tư, tập trung và tìm các giải pháp để ổn định được chất lượng sản phẩm, giữ uy tín và tạo sự tin tưởng





■ Công nhân làm việc tại Nhà máy Sợi 1 - Hanosimex

với khách hàng, từ đó mới có thể đàm phán được mức giá tốt.

Thứ năm, với thị trường hiện nay cần phải xem xét và đánh giá khách hàng nhằm bảo đảm độ tin cậy trong hợp tác kinh doanh và thanh toán.

Cuối cùng, cần phải tính toán các biện pháp nhằm tiết giảm chi phí tiêu hao nguyên liệu và điện, tăng hiệu suất của thiết bị...vv...

Năm 2022 được dự đoán bức tranh ngành Sợi sẽ khó ổn định hơn, vậy Hanosimex đã chuẩn bị như thế nào nếu như giá Sợi xuất khẩu xấu đi, thưa ông?

Vào giai đoạn cuối năm 2021, thị trường Sợi bắt đầu có nhiều dấu hiệu không ổn định và an toàn. Điều này được thể hiện ở giá nguyên liệu như bông tăng rất nhanh, mạnh và kéo dài. Với giá bông tăng cao, sẽ tiềm

ẩn nhiều nguy cơ cho SXKD, bởi khi giá bông giảm thì chắc chắn giá sợi cũng sẽ giảm theo, trong khi nguồn nguyên liệu các DN đã phải chuẩn bị trước đó ít nhất 3 tháng với giá mua cao. Điều này dẫn tới giá bán sản phẩm bị giảm, các DN vẫn phải sản xuất với giá bông cao đã nhập trước đó. Tôi cho rằng, điều này vô cùng “nguy hiểm”, tiềm ẩn nhiều rủi ro, ảnh hưởng trực tiếp tới kết quả SXKD.

Để giảm thiểu rủi ro, với Hanosimex vẫn đang thực hiện bám sát thị trường, chốt đơn hàng nguyên liệu tới đâu thì có kế hoạch sản xuất và bán hàng tới đó. Đồng thời, lựa chọn các đối tác tin cậy để giao dịch, bởi khi thị trường xấu đi thì rất cần các đối tác vẫn cam kết thực hiện hợp đồng đã ký trước đó. Một vấn đề nữa mà Hanosimex đang thực hiện chính là việc mua nguyên liệu “vừa đủ” và không dự trữ quá nhiều, để để

phòng trường hợp thị trường bị biến động thì ảnh hưởng sẽ không bị kéo theo quá dài.

Nếu như thị trường ngành sợi xấu đi trong năm 2022, chắc chắn không chỉ riêng Hanosimex, mà các DN khác cũng sẽ phải tính toán lại kịch bản thị trường, cân đối giữa thị trường xuất khẩu và thị trường nội địa nhằm ổn định và cân bằng năng lực sản xuất của các nhà máy.

Là đơn vị có chuỗi cung ứng hoàn thiện trong hệ thống của Vinatex, định vị của thương hiệu Hanosimex sẽ như thế nào khi HĐQT Vinatex đã chuyển mục tiêu trở thành “Một điểm đến - Nhà cung ứng trọn gói nhu cầu khách hàng về dệt may và thời trang”, thưa ông?

Ngoài ngành Sợi, Hanosimex còn có ngành May, do đó Tổng Công ty cũng sẽ phải cân đối, tập trung phát triển đồng đều cả 2 ngành để có thể “đi bằng cả 2 chân”. Đồng thời với các công ty con có ngành Dệt Nhuộm, sẽ phải liên kết chặt chẽ hơn trong hệ thống. Với ngành May, năm 2022 Hanosimex sẽ phát triển các đơn hàng FOB nhằm phát huy được thế mạnh của Hanosimex là cung cấp trọn gói từ Sợi – Dệt – Nhuộm và May. Đồng thời, Hanosimex cũng sẽ là một trong những đơn vị có thể đáp ứng và liên kết với các doanh nghiệp khác trong chuỗi cung ứng của Tập đoàn.

Trân trọng cảm ơn ông về buổi trò chuyện!



TRƯỜNG CAO ĐẲNG CÔNG NGHỆ TP. HỒ CHÍ MINH

Địa chỉ: 586, Kha Vạn Cân, Phường Linh Đông, TP.Thủ Đức, TP.HCM
Điện thoại: 028.38966927 – 028.38970160 - Fax: 028.38960561
Hotline: 0976 079 447
Email: vanphongvetc@gmail.com - tuyensinhvetc@gmail.com
Website: www.vetc.edu.vn
Fanpage: www.facebook.com/tuyensinhvinatex

Chúc mừng
Năm mới
2022



CÔNG TY CỔ PHẦN TIỀN HƯNG KHI NGƯỜI LAO ĐỘNG LÀ TRỌNG TÂM

BÀI: QUANG NAM

Định hướng “lấy con người làm trọng tâm” được HĐQT và Cơ quan điều hành của Công ty CP Tiên Hưng (tỉnh Hưng Yên) đặt ra, bên cạnh mục tiêu tăng trưởng SXKD đã giúp doanh nghiệp tăng trưởng “thần tốc” chỉ trong vòng 3 năm, với số lượng lao động tăng gấp rưỡi, cũng như doanh thu năm 2021 đạt hơn 30 triệu USD.



■ Ông Phạm Tuấn Anh – Tổng Giám đốc Công ty CP Tiên Hưng

Năm 2021 được coi là năm khó khăn chung của các doanh nghiệp, không chỉ riêng dệt may. Với lực lượng lao động đông đảo, việc đảm bảo đời sống cho NLĐ, chế độ lương thưởng... là điều mà rất nhiều doanh nghiệp trăn trở khi làn sóng dịch Covid-19 thứ 4 bùng phát. Hiện không ít doanh nghiệp dệt may luôn trong tình trạng “khát” lao động, cũng như bị cạnh tranh lao động gay gắt. Lâu nay, có không ít quan điểm cho rằng, các doanh nghiệp dệt may có mức thu nhập thấp, cũng như phải làm tăng ca và thêm giờ. Tuy nhiên, đó là câu chuyện của nhiều năm trước đây, bởi hầu hết

các doanh nghiệp hiện nay đều hiểu rất rõ về việc làm sao để giữ chân người lao động (NLĐ), khi nguồn cung lao động phổ thông không còn dồi dào như trước.

Thực tế tại một số khu vực phía Bắc hay khu vực miền Nam, nhiều đơn vị đã phải tính đến phương án tăng lương, giảm giờ làm, cải tiến máy móc để tăng năng suất lao động nhằm bù chi phí sản xuất. Trải nghiệm tại Công ty CP Tiên Hưng (Tiên Hưng), PV Tạp chí Dệt May & Thời trang đã ghi nhận được thực tế này từ những con số ấn tượng cũng như những “điểm nhấn” về thu nhập và chăm lo đời sống cho NLĐ.

NHỮNG ĐIỂM SÁNG ẤN TƯỢNG

Tính đến thời điểm hiện tại, tổng số lao động của Tiên Hưng là 3.600 người, trong đó số lượng tuyển vào cho năm 2021 khoảng 1.000 lao động, năm 2020 khoảng 500 lao động. Chỉ trong khoảng 2 năm, Tiên Hưng đã tăng số lượng công nhân lên gấp đôi để tăng năng suất và kịp các đơn hàng xuất khẩu.

Nói về lý do tăng nhanh số lượng lao động, ông Phạm Tuấn Anh – Tổng Giám đốc Công ty CP Tiên Hưng cho rằng, năm 2020 mặc dù tình hình xuất khẩu bị ảnh hưởng nặng nề của đại dịch Covid-19, nhưng Hội đồng quản

trị và cơ quan điều hành vẫn quyết định đầu tư 200 tỷ để xây dựng cơ sở, tăng năng lực sản xuất. Tuy nhiên, TGD Tiên Hưng nhận định rằng đây cũng là một trong những quyết định “mạo hiểm” của Ban lãnh đạo công ty, bởi năm 2020, doanh nghiệp chứng kiến sự sụt giảm nghiêm trọng về đơn hàng từ các nhà cung cấp do ảnh hưởng của dịch bệnh.

Tổng giám đốc Tiên Hưng nhận định, đây được coi là năm “bản lề” và là “phép thử” giúp Tiên Hưng đánh giá, nhận định trong việc xây dựng đội ngũ công nhân lành nghề. Với khoảng hơn 2.000 lao động có sẵn và tuyển dụng thêm 500 lao động mới, năm 2020 Tiên Hưng đã có những bước chuẩn bị từ việc xây dựng đội ngũ cán bộ kỹ thuật cứng nhằm đào tạo tại chỗ. Do đó, việc tuyển thêm 1000 lao động mới trong năm 2021, công ty không bị mất quá nhiều thời gian để đào tạo, công nhân có thể làm việc ngay.

Ghi nhận thực tế tại doanh nghiệp, hiện có không ít lao động trẻ. Nhiều bạn cho biết, từ ý định vào làm việc một thời gian để có thêm thu nhập nhưng chỉ trong thời gian ngắn làm

việc tại Tiên Hưng đã thay đổi lại suy nghĩ ban đầu và quyết định gắn bó lâu dài với doanh nghiệp.

Theo lãnh đạo công ty, dự kiến tổng thu nhập bình quân của người lao động năm 2021 đạt khoảng từ 10 – 11 triệu đồng/người/tháng. Có những tháng cao điểm, mức thu nhập có thể cao hơn, bởi cách tính lương của Tiên Hưng hiện nay vẫn dựa trên năng suất và sản phẩm đầu ra. Nhưng để có được mức thu nhập cao như vậy, chắc chắn Tiên Hưng phải có không ít những “bí quyết” trong việc tìm kiếm đơn hàng, tăng năng suất lao động, cũng như giữ chân NLĐ.

Ông Phạm Tuấn Anh cho biết, năm 2021 doanh thu của Tiên Hưng đạt khoảng hơn 30 triệu USD (khoảng 904 tỷ đồng). Lợi nhuận đạt trên 90 tỷ đồng, tăng 20% so với cùng kỳ. Hiện, các đơn hàng của Tiên Hưng đã lấp đầy hết Quý III/2022 và công ty đang tiếp tục đàm phán cho các tháng tiếp theo. Nhưng với một doanh nghiệp chuyên làm hàng CMT như Tiên Hưng, thì con số trên thực sự “ấn tượng”. Bởi nó không chỉ phản ánh về đơn hàng của doanh



■ Khuôn viên “xanh” của Tiên Hưng, với cảnh-tin phục vụ trà, cà phê và nước hoa quả cho NLĐ.



■ Nhà máy được lắp điều hòa, sắp xếp quy trình gọn gàng và tối ưu hóa năng suất.



■ Nhà ăn được sửa chữa khang trang, gọn gàng.



■ Máy cắt tự động và trải vải tự động được Tiên Hưng đầu tư.

ngiệp trong năm, mà nó còn phản ánh về hiệu suất và năng suất lao động của đơn vị.

LỢI ÍCH “KÉP” TỪ VIỆC TĂNG LƯƠNG, GIẢM GIỜ LÀM

Lý giải về định hướng “lấy con người làm trọng tâm”, lãnh đạo công ty cho biết đây cũng chính là quan điểm xuyên suốt của HĐQT và cơ quan điều hành nhằm hướng tới một Tiên Hưng “đáng sống, đáng làm việc” đối với tất cả CBNV-NLĐ.

Để làm được điều này, không chỉ có thu nhập của NLĐ được đảm bảo, mà việc xây dựng nên một môi trường làm việc thật “xanh – sạch – đẹp” cho người lao động cũng là một trong những nhiệm vụ hàng đầu mà Tiên Hưng đang hướng đến. Không chỉ phủ xanh khuôn viên toàn nhà máy bằng các loại hoa và cây xanh, Tiên Hưng còn là một trong những đơn vị đầu tiên lắp toàn bộ hệ thống điều hòa trung tâm cho toàn bộ phân xưởng, với hơn 8.000 mét vuông/sàn.

Bên cạnh đó, kể từ khi đảm nhận chức vụ Tổng Giám đốc từ năm 2018, ông Phạm Tuấn Anh đã tiến tới việc giảm giờ làm, đồng thời duy trì cho công nhân nghỉ trưa khoảng 1 tiếng. Theo lãnh đạo công ty, những điều này sẽ giúp NLĐ có thời gian nghỉ ngơi, tái tạo sức lao động. Thậm chí, khi công nhân được nghỉ ngơi cuối tuần và nghỉ trưa, năng suất lao động sẽ tăng lên đáng kể so với việc làm thêm giờ.

Bên cạnh việc giảm thời gian làm thêm nhưng thu nhập vẫn được đảm bảo, Tiên Hưng còn có không ít các mô hình như: phát sữa nhập khẩu hàng tuần tới tận bàn làm việc cho NLĐ; xây dựng phòng y tế khang trang hiện đại, có đội ngũ y tế trực trực; đầu tư máy vắt sữa và tủ trữ sữa cho lao động nữ đang trong thời gian nuôi con; hàng tuần sẽ có giao lưu văn nghệ, chúc mừng sinh nhật cho NLĐ được tổ chức cố định vào thứ 7 hàng tuần. Thậm chí, công

ty đã “chịu chi” khi đầu tư hệ thống âm thanh tốt nhất để lắp tại nhà máy, giúp công nhân có thể giao lưu hết mình trong giờ giải lao. Bên cạnh đó, hàng tháng NLĐ sẽ được công ty tổ chức “bữa ăn đặc biệt”, với giá trị bữa ăn khoảng 60 – 70 nghìn đồng/người (chưa bao gồm chi phí nhân công, điện, gas...).

Lãnh đạo công ty chia sẻ, hiện chi phí tiền ăn ca của Tiên Hưng hiện nay cao hơn một chút so với mặt bằng các doanh nghiệp trên địa bàn, với chi phí thực phẩm cho bữa ăn khoảng 18 nghìn đồng/người/bữa (chưa bao gồm gạo, gia vị, điện, gas, nhân công...). Bên cạnh đó, công ty cũng thường xuyên tổ chức các buổi họp tới từng cấp tổ, có sự tham dự của TGD để lắng nghe tâm tư và nguyện vọng của công nhân. Ông Phạm Tuấn Anh cho biết: “Quan điểm của tôi là công nhân có nhu cầu gì thì sẽ giải quyết ngay”.

Năm 2022, lãnh đạo doanh nghiệp đặt ra mục tiêu, ngoài việc đánh giá thị trường, tìm kiếm đơn hàng để đảm bảo SXKD, thì công tác chăm lo đời sống NLĐ vẫn phải được đảm bảo. Theo đó, Tiên Hưng đặt ra mục tiêu thu nhập của NLĐ sẽ tăng khoảng 3 - 5%, đồng thời sắp xếp lại dây chuyền để phát triển và sản xuất các đơn hàng FOB. Bên cạnh đó, tiếp tục tuyển thêm khoảng 3 - 5 chuyên (tương ứng khoảng 300 - 500 lao động) để tăng quy mô sản xuất. Tuy chưa có kế hoạch mở rộng nhà máy, nhưng năm 2022 Tiên Hưng đặt ra mục tiêu đổi mới dây chuyền, thiết bị để tăng năng suất lao động, sản xuất chuyên sâu các mặt hàng theo từng tổ để tối ưu hóa năng suất và chi phí. Đồng thời, tiếp tục phát huy thông điệp “lấy con người làm trọng tâm”, cử lao động đi đào tạo chuyên sâu hơn từ cấp Tổ trưởng, từng bước xây dựng một môi trường làm việc đáng sống, cũng như thay đổi nhận thức của NLĐ đối với các doanh nghiệp thâm dụng lao động như doanh nghiệp may □



* Chị Nguyễn Thị Nhân- Công nhân Xưởng May:

Hơn 10 năm làm việc tại Công ty, tôi cảm nhận rõ nét sự thay da, đổi thịt của đơn vị, từ việc làm, thu nhập đến môi trường, điều kiện làm việc. Máy móc được Công ty trang bị hiện đại, giúp chúng tôi hợp lý hóa sản xuất, nâng hiệu suất lao động. Các nhà xưởng giờ đều được trang bị hệ thống điều hòa không khí, tạo điều kiện để người lao động làm việc trong môi trường thoáng khí, mát mẻ. Hiệu suất tăng trong khi không phải ca kíp, làm thêm giờ khiến chất lượng sống của người lao động ngày một cải thiện. Ngoài thu nhập ổn định (khoảng 10 triệu đồng/tháng), đảm bảo được nhu cầu cuộc sống, chúng tôi còn được Công ty chăm lo cả về tinh thần qua các hoạt động tập thể, văn hóa văn nghệ; chúng tôi được chia sẻ tâm tư, nguyện vọng qua các buổi trao đổi trực tiếp với Lãnh đạo Công ty... Đặc biệt, công nhân lao động còn được uống sữa bổ sung thêm năng lượng làm việc. Chúng tôi rất phấn khởi và yên tâm làm việc trong môi trường xanh- sạch- an toàn, hướng đến người lao động. Mỗi ngày đi làm, nghe tiếng máy chạy đều trong nhà xưởng, chúng tôi hiểu và trân trọng sự nỗ lực không ngừng của Ban lãnh đạo Công ty và mong rằng, Công ty sẽ ngày một phát triển bền vững, là nơi chúng tôi hạnh phúc đến mỗi ngày.

K.G (ghi)

Chị Nguyễn Thị Mai- Công nhân Xưởng May:

Công nhân chúng tôi hay nói vui đến Công ty May Tiên Hưng làm việc như lạc vào khu sinh thái, được bao quanh bởi hoa lá, cây xanh và một không gian mở. Mở từ cảnh quan đến tình người. Sau những giờ làm việc khẩn trương để đảm bảo chất lượng và tiến độ sản phẩm, chúng tôi có quãng thời gian nghỉ trong một không gian thân thiện và nhiều năng lượng, điều mà hẳn là nhiều người còn ngỡ ngàng khi nói về lao động ngành Dệt May. Quan tâm đến chất lượng làm việc và chất lượng sống của người lao động, Công ty chú trọng từ những “chi tiết” nhỏ như bàn máy được thiết kế rộng rãi để thêm chỗ cho công nhân để sản phẩm và thao tác may thoải mái hơn; những khẩu hiệu ngắn gọn, gần gũi; những hướng dẫn kỹ thuật dễ hiểu... gần ngay tại các chuyên may hỗ trợ và tạo động lực, khí thế làm việc mỗi ngày cho chúng tôi.

Đặc biệt, trong những thời điểm dịch bệnh bùng phát thì công tác phòng, chống dịch nghiêm ngặt, đồng bộ của Công ty đã thực sự tạo lập một vùng “xanh” để người lao động yên tâm phát huy sức lao động sáng tạo trong công việc và sản xuất.

K.G (ghi)

CÔNG TY CP VINATEX HỒNG LĨNH: ĐI LÊN TỪ GIAN KHÓ

Bài: **XUÂN QUÝ**

Với phương châm “Lấy chất lượng sản phẩm để thuyết phục khách hàng”, Công ty CP Vinatex Hồng Lĩnh (tỉnh Hà Tĩnh) đã từng bước khẳng định được vị thế trong chuỗi cung ứng và là bạn hàng tin cậy với các khách hàng trong và ngoài nước.



KHÓ KHĂN NGAY TỪ KHI THÀNH LẬP

Dự án Nhà máy Sợi Hồng Lĩnh được thành lập năm 2009, đúng thời điểm nền kinh tế đang gặp khó khăn do suy thoái toàn cầu, tưởng chừng như không thể thực hiện được, nhưng bằng sự quyết tâm của lãnh đạo Tập đoàn Dệt May Việt Nam, Dự án đã được tái cấu trúc lại vào tháng 10/2011. Đến tháng 4/2013 một phần dự án hoàn thành và đưa vào hoạt động SXKD thương mại với 13.248 cọc sợi cũ được điều chuyển từ Hanosimex về. Dự án Nhà máy Sợi Hồng Lĩnh quy mô 39.216 cọc sợi được hoàn thành vào tháng 9/2015.

Quá trình phát triển của Công ty có thể chia thành 2 giai đoạn:

Giai đoạn đầu tiên: Từ năm 2015 - 2017, Công ty tiếp tục đầu tư để hoàn thiện toàn bộ nhà xưởng. Đây là giai đoạn Công ty còn đang khó khăn về nguồn vốn nên trang thiết bị được đầu tư chủ yếu được sản xuất ở Trung Quốc, có công nghệ thấp.

Giai đoạn thứ 2: Từ năm 2018 - 2020, khi đã có tích lũy, Công ty tập trung

đầu tư chiều sâu để thay thế các thiết bị cũ, lạc hậu bằng các thiết bị hiện đại của Nhật, Ấn Độ.

Ông Nguyễn Trí Sơn - Tổng Giám đốc Công ty CP Vinatex Hồng Lĩnh chia sẻ: “Có thể nói Công ty CP Vinatex Hồng Lĩnh đã gặp phải những khó khăn, trắc trở ngay từ khi thành lập Dự án. Đặc biệt, trong năm 2020 và quý I năm 2021 chịu ảnh hưởng lớn của đại dịch Covid-19, thị trường sợi bị thu hẹp và có nhiều biến động khó lường đã ảnh hưởng sâu rộng đến hoạt động SXKD của Công ty. Giá bán Sợi luôn trong xu hướng giảm nên số lượng hàng tồn kho ngày càng tăng cao”.

Từ quý 2/2021 nhu cầu sợi trong và ngoài nước tăng cao, thị trường Sợi sau một thời gian dài giảm sâu đã biến động tăng mạnh. Năm bắt thời cơ này, Công ty đã huy động tối đa thiết bị, nguồn lực để tăng năng suất, sản lượng nhằm đáp ứng nhu cầu thị trường. Tuy nhiên, đợt dịch Covid lần thứ 4 bùng phát tại Việt Nam đã tiếp tục đem lại những khó khăn cho Công ty CP Vinatex Hồng Lĩnh.

Ông Nguyễn Trí Sơn cho biết, khi tình hình SXKD và thị trường đang rất

thuận lợi thì tình hình dịch bệnh tại địa phương có những diễn biến phức tạp nên toàn bộ Công ty phải tạm ngừng sản xuất theo chỉ thị 16 từ ngày 17/8 - 23/8/2021. Đến ngày 24/8, Công ty mới được chính quyền địa phương cho phép hoạt động trở lại với tổng số lao động làm việc theo hình thức “3 tại chỗ” không quá 40%. Việc phải tạm dừng sản xuất và chỉ được phép hoạt động không quá 50% công suất theo hình thức “3 tại chỗ” trong tháng 8 đã làm giảm sản lượng khoảng 240 tấn sợi gây thiệt hại cho Công ty khoảng hơn 2 tỷ đồng...

Bên cạnh đó, dịch Covid- 19 đã tác động rất lớn đến chuỗi cung ứng toàn cầu, giá cước vận chuyển tăng cao, giá Container vận chuyển đường biển tăng kỷ lục gấp 10 lần, thiếu vỏ Container để vận chuyển ảnh hưởng rất lớn đến hoạt động sản xuất kinh doanh của Công ty.

CHUYỂN MÌNH VƯỢT LÊN

Trong năm 2021, vượt qua những khó khăn, thách thức do dịch bệnh mang lại, Công ty CP Vinatex Hồng Lĩnh đã đạt và vượt các chỉ tiêu, kế hoạch đề ra tại Đại hội đồng cổ đông thường niên với các chỉ tiêu:

Doanh thu SXCN: 467 tỷ đồng bằng 100% kế hoạch

Sản lượng sản xuất: 6.860 tấn sợi bằng 90% kế hoạch

Lợi nhuận trước thuế: 36 tỷ đồng bằng 180% kế hoạch

Thu nhập bình quân: 8 triệu đồng/người/tháng bằng 100% kế hoạch.

Theo ông Nguyễn Trí Sơn, có được những thành tích trên là nhờ sự chỉ đạo kịp thời và sát sao của lãnh đạo Tập đoàn Dệt May Việt Nam, Tổng Công ty Dệt May Miền Bắc và sự quyết tâm, đồng sức, đồng lòng của tập thể CBCNV, NLD toàn Công ty. “Với phương châm “Lấy chất lượng sản phẩm để thuyết phục khách hàng”, Công ty CP Vinatex Hồng Lĩnh đã từng bước khẳng định được vị thế trong chuỗi cung ứng và là bạn hàng tin cậy với các khách hàng trong và ngoài nước, kể cả thị trường khó tính như Nhật Bản, Hàn Quốc...”- Ông Sơn nhấn mạnh.

Hiện tại, Công ty đã có đơn hàng đến hết quý 1/2022, tuy nhiên, trước những biến động của thị trường và dịch Covid - 19 chưa có dấu hiệu kết thúc thì rủi ro vẫn còn rất lớn. Vì vậy, để hoàn thành các chỉ tiêu trong năm 2022 về doanh thu hơn 500 tỷ đồng, lợi nhuận hơn 20 tỷ đồng, Công ty CP Vinatex Hồng Lĩnh đã đề ra các giải pháp sau:

- Cấu trúc lại hệ thống quản lý, xây dựng hệ thống phần mềm để hỗ trợ điều hành quản trị dây chuyền sản xuất, vận hành sản xuất linh hoạt đáp ứng nhu cầu thị trường trong thời gian ngắn hạn.
- Bám sát diễn biến thị trường, dự đoán xu hướng biến động về nhu cầu và giả cả để đưa ra các quyết định kịp thời trong việc đàm phán và tiếp nhận đơn hàng nhằm đảm bảo đạt hiệu quả SXKD cao nhất.
- Quan tâm các giải pháp nâng cao chất lượng sản phẩm, dù phân khúc thị trường ở cấp độ nào thì sản phẩm của Công ty phải đạt chất lượng vượt trội so các đơn vị sản xuất cùng phân khúc đó.

- Chú trọng hơn nữa công tác đào tạo và tuyển dụng nguồn nhân lực, đặc biệt là đội ngũ kỹ thuật - nghiệp vụ có trình độ cao đáp ứng nhu cầu công việc.

- Chuẩn bị các điều kiện để khi thuận lợi sẽ tiến hành đầu tư thêm 1 nhà máy sợi có công nghệ hiện đại với quy mô 3 vạn cọc.

CHĂM LO NGUỒN LỰC NGƯỜI LAO ĐỘNG

Trong điều kiện SXKD gặp nhiều khó khăn do ảnh hưởng của dịch bệnh Covid - 19, Công ty vẫn đảm bảo việc làm và duy trì thu nhập bình quân 8 triệu đồng/người/tháng, các chế độ chính sách liên quan đến người lao động đều được giải quyết kịp thời, thỏa đáng. Hiện tại, khi địa phương còn chưa tiêm đủ Vắc xin phòng Covid - 19 cho người dân thì 100% NLD của Công ty đã được tiêm đủ 2 mũi.

Ông Nguyễn Giang Nam- Chủ tịch Công đoàn Công ty CP Vinatex Hồng Lĩnh cho biết, để chăm lo cuộc sống NLD ở lại theo hình thức “3 tại chỗ” khi dịch bệnh bùng phát, Công ty đã trang bị đầy đủ trang thiết bị sinh hoạt, bố trí nơi lưu trú sạch sẽ, an toàn. Ngoài ra, lãnh đạo Công ty và cán bộ Công đoàn cùng ở lại với công nhân để động viên họ yên tâm sản xuất, hoàn thành tốt công việc, đảm bảo thu nhập. Cán bộ Công đoàn trực 24/24 để theo dõi sức khỏe công nhân, xuống xưởng trực tiếp hỏi thăm tình hình việc làm, đời sống, đồng thời, tuyên truyền để NLD nêu cao tinh thần phòng dịch.

“Để kịp thời động viên, hỗ trợ NLD làm việc theo hình thức “3 tại chỗ” trong đợt dịch vừa qua, Công đoàn Công ty đã hỗ trợ thêm tiền ăn 60.000 đồng/ngày/lao động, Công

đoàn Dệt May Việt Nam cũng hỗ trợ 20.000 đồng/ngày/lao động. Tất cả NLD phải nghỉ việc vì liên quan đến dịch bệnh đều được Công ty hỗ trợ thêm về thu nhập để đảm bảo cuộc sống. Bên cạnh đó, Công ty còn tạo điều kiện và hoàn thiện các thủ tục để những NLD phải nghỉ việc 14 ngày được hưởng các chính sách hỗ trợ của Nhà nước. Đến nay, Công ty CP Vinatex Hồng Lĩnh đã có 247 lao động được nhận tiền hỗ trợ theo Nghị quyết 68 của Chính phủ với số tiền 257 triệu đồng”- ông Nguyễn Giang Nam chia sẻ.

Chị Lê Thị Thủy, công nhân sợi con cho biết: “Khi Công ty phải tổ chức sản xuất theo hình thức “3 tại chỗ” vì dịch bùng phát, mọi người đều rất lo lắng vì lần đầu tiên phải ở lại trong nhà máy. Nhưng với sự quan tâm, chia sẻ và động viên của lãnh đạo Công ty và Công đoàn đã giúp chúng tôi yên tâm hơn để làm việc. Trong tình hình dịch bệnh hiện nay, nhiều lao động đang không có việc làm thì chúng tôi vẫn có việc làm, thu nhập và sự chăm lo của Công ty là rất may mắn”.

Ngoài ra, Công đoàn Công ty còn tổ chức thăm hỏi NLD ốm đau, hoặc gia đình có hoàn cảnh khó khăn, tặng quà nhân dịp lễ, tết và thường xuyên tổ chức các hoạt động văn hoá, văn nghệ, thể thao, ... Những việc làm trên đã giúp NLD có những phút giây thư giãn sau những giờ lao động mệt nhọc để họ yên tâm sản xuất, gắn bó lâu dài với doanh nghiệp.

Bên cạnh việc chăm lo, bảo vệ quyền, lợi ích hợp pháp, chính đáng của NLD, Công đoàn còn phối hợp với lãnh đạo Công ty phát động và tổ chức các phong trào thi đua như: “Lao động giỏi, lao động sáng tạo với năng suất, chất lượng và hiệu quả”; “Phát huy sáng kiến, cải tiến kỹ thuật”; “Xanh - sạch - đẹp, bảo đảm an toàn vệ sinh lao động”... Các phong trào thi đua được cụ thể hóa vào công tác trọng tâm phù hợp với nhiệm vụ sản xuất, qua đó, phát huy sự sáng tạo, tinh thần làm chủ trong công việc, nâng cao chất lượng, hiệu quả hoạt động sản xuất, kinh doanh của Công ty



ĐÓN TẾT LỊCH LÂM

Bài: QUANG NAM



“

Không phải là những trang phục cầu kỳ, bắt mắt cho những buổi party cuối năm vì ảnh hưởng của dịch bệnh, những bộ sưu tập (BST) của các thương hiệu thuộc Vinatex như: TCT May 10, TCT CP Dệt May Hòa Thọ, TCT Đức Giang... hướng đến sự lịch lãm, trang trọng cho những sản phẩm thời trang Tết 2022. Các sản phẩm đều có tính “hữu dụng” cao, vừa có thể diện khi gặp gỡ bạn bè, vừa có thể kết hợp làm thời trang công sở.

”



Chào Xuân Nhâm Dần 2022, cùng điểm qua những BST lịch lãm, thời trang đến từ một số thương hiệu nội địa trong hệ thống của Vinatex, để độc giả có thêm những “gợi ý” cho set đồ Tết thêm ấn tượng.

“SYMPHONY NO.10” 2022 – Nét cổ điển trong trang phục hiện đại

“Symphony No.10” 2022 là BST mới nhất của Tổng Công ty May 10 – CTCP ra mắt người tiêu dùng nội địa trong dịp Tết Nguyên Đán 2022 này. Đúng như tên gọi, “Symphony No.10” như một bản nhạc giao hưởng được đúc kết, giao thoa giữa nét đẹp hiện đại và quá khứ. Được các NTK lấy cảm hứng từ hình ảnh của những loại nhạc cụ truyền thống và hình ảnh cung đình triều Nguyễn. Phom dáng được lấy từ hình ảnh trang phục cổ truyền Việt Nam và hình dáng, chi tiết, kết cấu của các loại đàn cổ truyền như đàn bầu, đàn tỳ bà... Tuy được lấy cảm hứng từ văn hóa cổ truyền, nhưng xuyên suốt BST vẫn mang “hơi thở” và phong cách thời trang hiện đại, phù hợp xu hướng.

Với các thiết kế dành cho phái đẹp, vẫn có những nét phóng khoáng, cuốn hút, có phần sexy với những chi tiết cắt khoét sâu, phối lưới trong suốt, các khoảng cắt hở được đan dây tạo những khoảng hở lấp ló quyến rũ. Ngoài những chi tiết thủ công được đan kết bằng tay, BST còn sử dụng hình ảnh các loại đàn truyền thống tạo thành họa tiết in lên các trang phục kết hợp với tên thương hiệu May 10 xuất hiện trên từng họa tiết, giúp những bộ cánh không quá “xưa cũ” mà vẫn rất hiện đại, trẻ trung.

BST còn mang đến nhiều cung bậc cảm xúc, đến với những thăng trầm của từng giai điệu qua từng bộ trang phục, mỗi sản phẩm sẽ mang lại dấu ấn riêng trong lòng mỗi người xem. Nó mang màu sắc của một lễ hội, một không khí tươi vui hoài cổ đón chờ một năm 2022 đầy hy vọng.





“INTO THE BLUE” – Nét lịch lãm từ thương hiệu Merriman

Thương hiệu Merriman của Tổng Công ty CP Dệt May Hòa Thọ mang đến những hình ảnh quý ông, quý cô lịch lãm cho BST mới nhất của mình. Không quá chú trọng vào câu chuyện, niềm cảm hứng trong từng sản phẩm, Merriman chú trọng hơn vào chất liệu và trải nghiệm của người tiêu dùng. Vẫn là những dòng sơ mi trên nền chất liệu cotton, bamboo mềm mượt, nhưng BST lần này được thiết kế với những họa tiết bắt mắt và hiện đại hơn, cùng màu sắc tươi sáng. Đặc biệt, màu xanh blue được sử dụng xuyên suốt trong suốt BST như mong muốn về một cuộc sống trong lành, khỏe mạnh và yên bình sau đại dịch, gợi mở ra hình ảnh tương lai tươi sáng hơn.



Bên cạnh dòng sơ mi chủ đạo, thì quần tây, áo khoác blazer của Merriman năm nay cũng đa dạng hơn về màu sắc, khách hàng sẽ tìm thấy những mẫu blazer, vest có thiết kế caro – sọc ẩn vô cùng sang trọng và tinh tế. Với sản phẩm quần khaki chống nhăn, đây là một trong những sản phẩm là thế mạnh của thương hiệu Merriman. Một chiếc quần cơ bản với những gam màu trung tính sẽ giúp bạn dễ dàng kết hợp với những trang phục khác. Bên cạnh đó, dòng sản phẩm này đã được xử lý để giúp chống nhăn với công nghệ cao cấp giúp người mặc luôn tự tin, thoải mái trong mọi cử động.

Một điểm đặc biệt trong BST lần này là sự xuất hiện của dòng công sở nữ với các sản phẩm sơ mi, quần tây, chân váy, bộ vest. Đây là những mẫu công sở cơ bản nhất cũng là mẫu mang lại tính ứng dụng cao nhất và được may trên nền chất liệu bamboo spandex cao cấp, co giãn thoải mái cho người dùng, mềm mượt không gây kích ứng cho da, cộng với công nghệ may hiện đại tiên tiến áp dụng trên phom dáng đã được Merriman nghiên cứu phù hợp với dáng người phụ nữ Việt Nam. Để tăng thêm phần điệu đà nữ tính, các quý cô công sở có thể kết hợp bộ suit cùng khăn quàng cổ, nơ, cavat có họa văn độc đáo, lạ mắt.





“COVER ME” – BST hướng tới thời trang bền vững

HeraDG – thương hiệu thời trang nữ của Tổng Công ty Đức Giang – CTCP cũng là một trong những thương hiệu nổi bật của thị trường nội địa. Tập trung vào phân khúc khách hàng trung và cao cấp, các sản phẩm của HeraDG đều mang đến hình ảnh của người phụ nữ trẻ trung, hiện đại và gợi cảm.

Với BST “Cover Me”, HeraDG đặt trọng tâm vào chất liệu vải recycled polyester, được sản xuất từ loại sợi tái chế, thân thiện và an toàn với môi trường. Trong xu hướng chung của ngành công nghiệp dệt may thế giới trong những năm tiếp theo, sợi recycled là một trong những xu hướng phát triển bền vững và được đồng ý người tiêu dùng đón nhận, nhờ đó giúp “xanh hóa” ngành dệt may. Và “Cover Me” ra đời từ chính xu hướng thời trang bền vững ấy. Những sản phẩm trong BST có độ bền cao, giữ ấm tốt, siêu mềm nhẹ, vừa an toàn cho môi trường, vừa có khả năng chống bụi bẩn, chống bám mốc và bảo vệ sức khỏe người sử dụng. Vải tái chế không những có ý nghĩa tích cực với môi trường mà còn có thể tái tạo lại liên tục nhiều lần mà không suy giảm chất lượng.



Đồng thời, HeraDG cũng khởi động hành trình thiện nguyện “Đồng ấm yêu thương” cùng BST “Cover Me”. Khi khách hàng mang áo phao cũ tới hệ thống các cửa hàng của HeraDG sẽ được giảm trực tiếp 30% trên giá sản phẩm, đồng thời sản phẩm cũ sẽ được HeraDG làm mới, đóng gói và gửi tặng trẻ em vùng cao trong mùa Đông năm nay. Với chương trình “thu cũ đổi mới”, HeraDG mong muốn lan tỏa thông điệp sống tích cực, nâng cao ý thức trách nhiệm của doanh nghiệp với môi trường và cộng đồng. Bên cạnh đó, với những chiếc áo phao ấm cho các em nhỏ vùng cao, đây chắc chắn sẽ là những niềm vui ý nghĩa nhất cho các em khi dịp Tết Nguyên đán đang cận kề □



Hà Nội chờ đón Tết, hoa chen người đi...

Bài: HOÀNG ANH

“Thong thả tản bước dưới làn mưa Xuân rơi nhẹ, chẳng đủ ướt tóc, nhưng sao thấy thấm dẫm cả tâm hồn của người con Hà Nội. Hoa đào, hoa mai, hoa tươi... tô điểm cho sắc Xuân Hà thành thêm huyền bí. Chợt văng vẳng đâu đây giai điệu du dương mà trầm ấm: “Cành hoa tím tím bé xinh xinh báo xuân nong/Rừng đào phong kín cánh mong manh hé hoa lòng/Hà Nội chờ đón tết, hoa chen người đi, liễu rủ... mà chi”. Chợt nhớ Đoàn Chuẩn, người nhạc sĩ lãng tử, hào hoa đã mang đến cho người yêu nhạc những giai điệu da diết, dịu êm.”

“Đêm tân xuân Hồ Gươm như say mê. Chuông reo ngân, Ngọc Sơn sao uy nghi. Ngàn phía đến lễ đền. Chạnh lòng tôi nhớ đến người em...” Hẳn là phải lắng đọng cảm xúc lắm, yêu đời và yêu người lắm, người nhạc sĩ tài hoa này mới viết lên những ca từ đẹp đến thế, dạt dào đến thế.

Đoàn Chuẩn là một trong số những nhạc sĩ sáng tác không nhiều, chỉ vào khoảng hơn 10 ca khúc. Nhưng “quý hồ tinh, bất quý hồ đa”, không có ca khúc nào dở, thậm chí có những bài rất hay. Hầu như tất cả ca khúc của Đoàn Chuẩn đều viết về mùa thu, chỉ có ca khúc “Gửi người em gái” là viết về mùa xuân - một cái Tết Hà Nội cách đây hơn 50 năm...

“Gửi người em gái” là một trong những sáng tác cuối cùng của Đoàn Chuẩn, với cái tên ban đầu là “Gửi người em gái miền Nam” được viết vào mùa xuân năm Bính Thân (1956) và tài tử Ngọc Bảo đã hát trên Đài tiếng nói Việt Nam. Trong bài hát này, Đoàn Chuẩn mượn bối cảnh thời cuộc để gửi gắm tình cảm dạt dào của mình về một mối tình mê đắm.

Sinh năm 1924 tại Cát Hải (Hải Phòng), mẹ của Đoàn Chuẩn là một góa phụ trẻ nhưng rất nổi tiếng bởi “một tay gây dựng cơ đồ”: chủ hãng nước mắm nổi tiếng Vạn Văn (dưa La, cà Láng, nem Báng, tương Bần, nước mắm Vạn Văn, cá rô Đầm Sét). Thời trai trẻ, “Đoàn công tử” ăn chơi nức tiếng phố biển và Hà thành. Nhạc sĩ Phạm Duy kể lại khi mới ngoài 20 tuổi, ông đã nhiều lần thấy công tử họ Đoàn lái xe Ford mui trần kiểu Vedette màu trắng đi học đàn tại Hà Nội.



Đam mê âm nhạc, Đoàn Chuẩn học Tây Ban cầm với nhạc sĩ Nguyễn Thiện Tư (tác giả ca khúc Giáo đường im bóng) và học Hạ Uy cầm với William Chấn. Tài hoa và lãng tử, sau những cuộc tình đắm say, nhạc sĩ đã cho ra đời những nhạc phẩm bay bổng như: Thu quyến rũ, Gửi gió cho mây ngàn bay, Cánh hoa duyên kiếp, Lá thư..., những ca khúc chỉ sử dụng gam trưởng (majeur) đã khiến ông được người đời xưng tụng là “Ông vua nhạc tình”.

Nhân vật đã khiến Đoàn Chuẩn viết Gửi người em gái là con gái đầu lòng của một công chức hỏa xa. Kháng chiến, cha nàng là tự vệ thành Hà Nội. Rồi nàng (khi ấy mới 12 tuổi) theo cha rút ra chợ Đại. Ở chợ Đại được ít lâu nàng lại phải trở về Hà Nội để cùng mẹ chăm sóc 5 đứa em. Cô bé tuổi dậy thì ấy đã phải làm thuê, đánh máy chữ, đan áo len... nhưng bù lại nàng có một vẻ đẹp kiều sa và một giọng hát mê hồn. Chính giọng hát này đã khiến Đoàn Chuẩn ngất ngây khi chứng kiến nàng đoạt giải nhất cuộc thi hát do Đài Pháp Á tổ chức, và dù đã vào tuổi “tam tuần” nhưng chàng vẫn quyết định tìm gặp nàng. Vậy là tài tử, giai nhân cứ quấn quýt lấy nhau. Chàng giúp nàng học nhạc, giúp nàng hát phụ diễn trước mỗi suất chiếu phim ở rạp chiếu bóng

“**Nhạc sĩ Đoàn Chuẩn đã về với thiên thu nhưng những gì ông để lại - tuy không nhiều - đã có thể trở thành những tình khúc bất tử, trong đó có hơn 10 bài mùa thu và một mùa xuân duy nhất, thật đẹp, thật lãng mạn...**”

Hà Nội, nàng đã hát rất hay những Lá thư, Đường về Việt Bắc, Chuyển bến... Biết bao thanh niên Hà thành mê đắm nàng nhưng con tim tơ non ấy đã dành trọn cho chàng nghệ sĩ. Rồi cha nàng mất ở vùng tự do, chú nàng cũng là bộ đội đã cho người vào thành đón nàng ra vùng tự do vào cuối mùa xuân 1954. Những ngày tháng tiếp theo là những chuỗi ngày đau đớn, cô đơn đến xót xa của Đoàn Chuẩn... Giải phóng Thủ đô, họ vui mừng gặp lại nhau, tình yêu như đậm đà thêm sau những tháng ngày xa cách. Tuy nhiên, ngày vui ngắn chẳng tày gang, cái tin nàng đã có người dạm hỏi khiến chàng đau đớn, hụt hẫng.

Chàng bất lực nhìn “tà áo xanh” xa rời khỏi tầm tay mình. Nỗi đau cũng là

niềm cảm hứng miên man để chàng sáng tác liên tiếp những tình khúc: Tà áo xanh, Lá đổ muôn chiều, Vàng phai mấy lá, Chiếc lá cuối cùng... Và nhất là “Gửi người em gái” với những cung bậc da diết trong một mùa xuân cô đơn. Mỗi ca từ là nỗi nhớ nhung da diết của nhạc sĩ với mỹ nữ: “Tôi có người em gái tuổi chớm dâng hương, mắt nồng rợn ý yêu thương. Đôi mắt em nói nhiều, tha thiết như dáng Kiều, ôi tình yêu... Em tôi đi màu son trên đôi môi. Khăn san bay là lời trên vai ai. Trời thả gió trăng hiền. Hà Nội thêm dáng những nàng tiên...”. Cái đẹp ấy cứ theo mãi trái tim nồng ấm của người nghệ sĩ, để rồi tiếc nuối theo ông đến tận cuối ca khúc: “Người đi trong dạ sao đành. Đường quen lối cũ, ân tình nghĩa xưa?”

Nhạc sĩ Đoàn Chuẩn đã về với thiên thu nhưng những gì ông để lại - tuy không nhiều - đã có thể trở thành những tình khúc bất tử, trong đó có hơn 10 bài mùa thu và một mùa xuân duy nhất, thật đẹp, thật lãng mạn... Nhẹ bước trong sắc xuân Hà thành nghìn năm tuổi, thấy tình xuân và tình người dường như hòa quyện trong sự giao hòa của trời đất, thấy “Hà Nội đón tết...” thật ý nghĩa và bình yên □



Xuân dệt may

Búp non đậu nhánh hoa đào
Én dang cánh rộng đón chào tiết xuân
Chồi xanh nẩy lộc tằn ngần
Nắng lung linh toả đường trần thênh thang.

Vườn sau cúc rộ hoa vàng
Bên hiên thược dược màu loang tím chiều
Hong nhung e ấp mĩ miều
Quất, đào... khoe sắc liêu xiêu nắng trời

Tiếng thoi đưa dệt gọi mời
Tơ lụa rạng ngời tha thướt hát ca
Xuân dệt may phổ phồn hoa
Rót từng ánh mắt giao hòa thời trang

PHI ĐIỆP



Ký ức lời ru

Tôi về tìm lại lời ru
Mẹ ru thuở trước để bù tuổi thơ
Con cò, con vạc ngu ngơ
Cánh mềm cũng đậu đầu ngơ lộn ao

Lời ru êm dịu ngọt ngào
Vọng theo tôi mãi tiếng rao “bà còng”
“Bà đi qua quãng đường cong”...
“Cái tôm, cái tép” thật lòng chữ nhân

Chênh chao lời mẹ ru xuân
Chà lam, bánh bóng mẹ phần cho con
Chợ quê nhộn nhịp sù sùng non
Gió hiu hiu lạnh làm con nhớ đời

Xuân nay ở chốn xa vời
Lòng con ghi nhớ những lời mẹ ru!
Bài ca vọng mãi nghìn thu
Bao la lòng mẹ chín chu rạng ngời!

TRƯƠNG ĐAN PHONG

Tình Xuân

Nở nhiều lên hoa đào ơi
Cho xuân tươi thắm đất trời tương tư
Xuân hồng gói lẫn trong thư
Tặng em xa nhớ ngón từ mộng mơ

Mùa xuân đến tự bao giờ
Mãi mê ngày tháng ai ngờ đã xuân
Nhà nhà con cháu quây quần
Vui xuân mà thấy tinh thần khỏe ra
Áo lụa phảng phất gần xa
Lạc vào vũ điệu mượt mà tình xuân
Thời trang hơi thở ấm dần
Dịu dàng nâng nhẹ gót xuân êm đềm

KIẾU NGUYỆT LINH



Tác giả **Nguyễn Xuân Dương**
Chủ tịch HĐQT
Tổng công ty May Hưng Yên - CTCP

Thấm tình nhân loại

Chống dịch chẳng đường nhìn lại
Nặng sâu nghĩa bạn tình đời
Triệu liều vắc xin gửi tặng
Ám tình nhân loại người ơi!

Bữa ăn “không đồng” suốt tháng
Thâu đêm ca trực - ngủ ngời
Cả nước chung lòng gắng sức
Lặng thầm gom những niềm vui.

Cứu người - hiểm nguy đâu sợ!
Giúp nhau - nào kể ít nhiều
Bao gương cụ già, con trẻ
Đốc lòng xây quỹ thương yêu.

“Nhà nghèo hiểu lòng con hiếu
Nước loạn biết dạ tôi trung”
Năm châu gặp thời dịch bệnh
Hiếu thêm: đâu những tấm lòng!

Chống dịch đâu còn biên giới
Yêu thương nào kể màu da
Đồng bào, hòa trong nhân loại
Nâng lòng, nâng bước chân xa.



Hoa xuyên chi

Năm mươi năm về trước
Mẹ lên rừng khai hoang
Xe vượt đèo hỏn hển
Xuyên chi ngơ ngác vàng

Mẹ lặn đá tria bắp
Tôi chân mòn leo nương
Xuyên chi vàng mái giậu
Dung dăng vui lối trường

Xuyên chi cùng tôi lớn
Trắng nương, vàng hiên nhà
Xa rừng tôi về phố
Mộng vẫn vàng nhụy hoa

Mộc Châu ngày trở lại
Chân dùng dăng bước đi
Hoa rừng thành hoa phố
Vẫn thắm màu Xuyên Chi!

Mộc Châu - Mùa hoa xuyên chi

Thu Tây hồ

In trời, vàng lá điểm
Loang hồ, xanh mờ sương
“Vọng Ba Lâu” trở lại
Niềm vui hoà vãn vương

Liên Trì sen phai sắc
Trấn Quốc chuông chậm rên
Giữa hai bờ hư thực
Bao nỗi chìm nhớ quên!

Lối xưa đi mòn đá
Sóng nay thức bạc đầu
Hồ xanh in mây trắng
Lắng muôn đời trong nhau

1. Đêm 29 Tết, tôi và bé An bu quanh nong xem U tôi và chị Quỳnh gói bánh. Đây là cái Tết tản cư đầu tiên. Chúng tôi rời làng Thanh đi bộ mất bốn ngày ba đêm thì tới vùng rừng Yên Thế. Anh Lễ chắc thích rừng lắm nên anh hay vào rừng bắt kẻ đêm ngày. Có lẽ từ nhỏ sinh ra ở vùng đồng bằng nên anh thêm rừng. Đêm nay cả nhà háo hức gói bánh, vậy mà anh vẫn vào rừng. Hơn hai chục lá dong rừng gói bánh chưng Tết này cũng do anh Lễ mang ở rừng về.

- Cu Bình mang cho U mấy hột muối!

- U sai tôi.

Tôi khệ nệ bung vai muối nhỏ từ chái bếp ra:

- Trời ơi là cái thằng đàn. - U mắng.
- Gói có năm cái bánh chưng cả thầy

mà mầy bê ra cả vai muối? U bảo mang mấy hột thôi cơ mà.

- Thì U cứ nhón mấy hột đi rồi con lại bê vai vào. - Tôi xì mặt.

Nhà năm người, gói năm cái bánh chưng, thế là mỗi người được một cái, tôi nhắm nhanh trong đầu. Nhưng như vậy cũng có nghĩa là tết này thầy tôi không về. Từ ngày thầy tôi theo Việt Minh đi làm cách mạng, thầy ít về lắm, vì nhà tôi bị tội Việt gian theo dõi. Có khi thầy về lúc nào, mấy đứa trẻ chúng tôi cũng không được biết. Có ai hỏi về thầy tôi, chúng tôi thường nói thầy mất tích rồi. Đây là U dặn chúng tôi nói thế.

Chiến tranh loạn lạc, bom đạn giặc vãi nhiều hơn thóc giống, đói vàng mắt. Chỗ gạo nếp gói bánh chưng đêm nay, U mang ở dưới xuôi lên từ hôm

đi tản cư, thỉnh thoảng lại phải mang ra hong và nhặt mọt. Thế mà vẫn phải dọn thêm hai bơ ngô vào gạo mới đủ gói năm cái bánh. Không có tiền mua thịt lợn làm nhân, u lọc thịt con sóc rừng anh Lễ bẫy được để thay thế.

Vậy mà cũng đủ háo hức tởm chết. Tôi ngồi sán lại âu thịt sóc rang mặn, canh không cho bé An thò tay nhón trộm.

Nhوائے cái đã gói xong năm cái bánh chưng vuông chẵn chẵn, lạt giang trắng xanh nổi bật trên lá dong xanh đậm. Tôi chẳng thấy gì đẹp hơn thế. U nhẹ nhàng nâng từng cái bánh, đặt vào thúng, úp cái rổ lên.

Rồi U lấy con dao bầu, chém ngang dọc, ngược xuôi tới tấp xung quanh thúng bánh:

- Chém cha con ma rừng. Mày chớ đụng vào bánh nhà bà. Bánh này là bánh vàng bánh bạc, dành cúng ông cha trước, con cháu hưởng lộc sau. Mày mà lén phéng lại gần, bà chặt đứt chân mày.

Ba chị em tôi đứng tránh ra, xem U chém ma. Phải thế thôi, cả năm mong chờ cái bánh chưng Tết, không thể để ma rừng vấy nát được.

Hồi mới lên núi rừng Yên Thế, U tôi dựng nhà ven đường, làm quán bán bánh đúc, nước chè. U tôi quấy bánh đúc ngon có tiếng ở làng Thanh, bánh đúc mềm giòn đủ độ, ăn vừa ngậy vừa bùi, bê ra cầm không dính tay, chấm tương Bần hay chan canh cua ngon xoắn lưỡi.

Thế mà khi lên đây, nổi bánh đúc U nấu đêm trước, múc ra bát, ra đĩa để đầy một nong cho nguội, sáng hôm sau đem ra bán, bánh đúc đã thiu, vữa nát toét không ăn nổi. Mấy lần như thế, U bị lỗ vốn nặng, sau có người dân trong vùng mách là ma vậy, U mới nghĩ ra chiêu chém ma. Từ đó, bánh đúc nấu xong, múc ra bát đĩa là U lấy dao bầu ra chém.

"Chém cha con ma rừng...". Chúng tôi thích thú xem U chém ma. Chém mà dẻo như múa vậy. Quả nhiên bánh đúc không bị vữa nữa.

Nhưng con ma này cũng thù dai. Có hôm anh Lễ săn được gà rừng, về chặt ra rang lưng nổi đất. Chúng tôi ăn dè còn hơn nửa để trên bếp. Sáng



hôm sau, con ma tinh quái lật úp nổi đất, thịt vùi trong tro, chị Quỳnh phải nhặt rửa kỹ từng miếng mà sau đó thịt ăn nhạt thêch.

2. Sáng Ba mươi Tết, núi rừng mờ mịn sương và lạnh tái tê. Gió u u lợt qua vách liếp khiến hai hàm răng tôi va lập cập. Tôi nhảy tưng tưng cho nóng người, giục U bắc nồi bánh chưng. U cẩn thận đặt từng cái bánh vào nổi đồng điệu, màu đồng ánh lên lấp lánh từ miệng nổi trông thật đẹp. Cái nổi đồng điệu to này là món tài sản U tôi quý nhất, quý hơn cả mạng sống của U. Hôm nhà tôi trúng bom Mỹ cháy bùng bùng, U cả gan lao vào lửa chỉ để cứu cái nổi đồng điệu ra, tóc U cháy mất phần nửa đặn ấy, giờ không chịu mọc lại, khiến U luôn phải bịt khăn, kể cả ngày nóng. Tóc thì mất, nhưng U tự hào vì cứu được cái nổi đồng điệu to nhất làng.

Đặt nổi bánh lên bếp, U ra nhìn trời, tịnh không thấy ông mặt trời đâu. U đoán chừng tám giờ sáng.

- Nung bánh chừng mười hai tiếng là chín đến. - U nói - Nếu không phải dọn ngô vào gạo thì còn vớt bánh sớm hơn.

Tôi với bé An sán gần bếp lửa, háo hức nhìn những lưỡi lửa vàng cam liếm quanh nổi đồng điệu. Cái nổi to thật, giá có đến ba chục bánh vẫn vừa. Hôm chạy tản cư, u bỏ bé An ngồi lọt thỏm trong nổi, đặt một bên quang gánh, bên kia là cái thúng gạo, quấy đi suốt bốn ngày ba đêm lên Yên Thế. Bé An ngủ ngoẻo đầu miệng nổi. Khổ nhất là một đêm nghỉ lại ven đường, trời đổ mưa. U con tôi

chồm dậy, áo mưa rải dưới đất nằm giờ che trên đầu. U hai tay căng hai góc, chị Quỳnh với anh Lễ mỗi người túm một góc áo mưa dăng lên làm mái lều, đứng suốt đêm che cho tôi và bé An khỏi ướt. Thế mà rồi vẫn ướt ráo cả. Sau đặn ấy, lên Yên Thế, bé An ốm liên ba tháng, tưởng chết! Rừng thiêng nước độc. U bảo thế.

3. Hai đứa ranh có tránh ra không? Củi rơi vào đầu bây giờ. Chị Quỳnh gắt.

Quỳnh đặt ạch ôm củi khô gần nổi bánh chưng, làm tro bếp bay xao lên. Lửa cháy to, nổi đồng điệu sôi ùng ục. Bụng tôi cũng réo ùng ục. Đói quá. Từ sáng tới giờ tôi chỉ được ăn ba nhánh khoai lang sống bằng con giun thần. Khoai U trồng ven đường cứ còi cọc sao ấy, củ không to được. Tôi lên mót trộm củ để ăn rồi lại lấp đất vào. Bữa trưa U cho tôi nửa bát cám nấu với rau rừng, vừa đắng vừa tắc cổ chịu không nuốt nổi, dù đói cồn ruột.

Quỳnh cời bớt than hồng ra, dẫn thêm củi vào. Những lưỡi lửa lè dài thêm, liếm lem lem quanh nổi, má bé An cũng đỏ rực hơi lửa.

- Mày đốt vừa thôi không cháy nhà con. - U gắt. - Nổi bánh bây giờ chỉ cần lửa liu riu là đủ.

Nhưng Quỳnh không nghe, vẫn tấy máy bỏ củi vào bếp liên tục. Củi do chị ấy kiếm về mà. Rừng không thiếu củi. Nhà chúng tôi ven đường, nhưng sau lưng là núi, là rừng. Cứ mở mắt ra là Quỳnh đi kiếm củi, xếp đồng phía chái nhà cao gần tới nóc. Có hôm Quỳnh mãi theo củi, bị ma rừng bắt. Lúc con ma theo Quỳnh về nhà, trông dữ như beo,

xộc vào bếp bốc thịt gà rừng tươi U vừa ướp muối, ăn sống. Anh Lễ tiếc củi, cả tháng trời anh mới săn được con gà rừng tinh ranh, thế mà giờ con ma cứ bốc từng vốc bỏ vào miệng nhai nuốt như beo ăn, anh liền nhảy vào đám túi bụi. Con ma ngã ngựa rồi chồm dậy đuổi theo anh Lễ giành lại cái nổi thịt. Một cuộc hỗn chiến loạn xạ ngẫu. May mà U về kịp, U quăng túm tôi khắp nhà, lòi dao bầu chém loạn xạ. Quỳnh ngã lăn ra đất gãy đành đạch. Miệng sùi bọt. Con ma đã bỏ đi. Sau đặn ấy, lần nào đi rừng kiếm củi, Quỳnh cũng đeo một củ tỏi vào người để xua ma.

4. Rừng đã tối đen mà U vẫn chưa cho rụi lửa, vớt bánh. U bảo:

- Một giờ nữa mới vớt bánh. Chúng mày có khác gì lũ ma đói không. Ngồi bầu nổi bánh mặt nẻ toác ra rồi. Mà bánh vớt xong còn thấp hương các cụ. Qua giao thừa mới được ăn nghe không?

Mặt bé An xì ra, nó giậm chân:

- Ừ ừ, giả cho con cái bánh của con. Con không cho thấp hương đâu. Thấp hương cái bánh của U ý.

Chả là bé An đòi đánh đấu cái bánh to nhất của nó bằng một cái móc lật buộc. Người bé nhất mà xỉ phần cái bánh to nhất.

- Con này hỗn! - U gắt - Cái Quỳnh trông em đứng để nó dúi đầu vào lửa. Thằng Lễ lên giúp U sắp bàn thờ chuẩn bị cúng giao thừa.

Nào có gì nhiều mà cúng: một bát cơm trắng, bát canh măng rừng, chè củ mài, nửa con thỏ rừng gác bếp khô cong queo.

- Bánh chín rồi. Vớt bánh ra thôi. - Quỳnh reo lên.

Rừng đêm hút gió vi vút, dưới ánh lửa bếp ấm áp, chị Quỳnh soi một thanh củi cháy bùng cho U cầm móc kéo một cái bánh lên xem thử. Bánh chưng nở căng, góc vuông tròn đầy, bốc khói trắng thơm ngào ngạt. Tôi hít căng lồng ngực mùi hương ngon lành ấy.

U cầm thanh củi từ tay Quỳnh:

- Con ra vách liếp mang cái mẹt lại đây đựng bánh, nhanh lên.

Quỳnh quày quả quay đi. Tôi và bé An

Truyện ngắn

TẾT Ở RỪNG YÊN THẾ

Tác giả: KIỀU BÍCH HẬU

vẫn nhìn cái bánh kê miệng nổi không chớp mắt.

- U ơi, cứu con! – Tiếng Quỳnh thét thất thanh.

U tôi đánh rơi cái bánh tằm vào nồi. Tôi quay lại nhìn trong ánh lửa, một con trăn loang lổ quấn chân chị tôi như một dải khăn hoa, cái đầu nó ngóc lên, phì phì. Tôi rụng rời tay chân, không biết nên chạy, hay làm gì, tôi cứ đứng trăn nhìn Quỳnh ngã vật ra. Miệng Quỳnh há to, nhưng không kêu ra tiếng.

Vừa lúc ấy, anh Lễ lao vụt qua chỗ tôi như chó săn mồi. Anh vung cái riêu bỏ củi lên. Tôi hoảng quá nhắm tịt mắt lại, tiếng bé An khóc ré lên. Tay bé túm chặt lưng quần tôi.

Khi mở mắt, tôi kịp thấy anh Lễ đắc thắng cầm con trăn giơ lên cao, cái đầu nó lủng lẳng gần đứt, chị Quỳnh ngồi bệt trên nền bếp gục đầu khóc rưng rức.

U tôi quỳ bên, sờ nắn chân tay chị:

- Có đau không con, cử động tay chân U xem. Rồi, không gãy cái gì là may. Giống trăn rừng thấy lửa ấm nên mò vào đấy mà.

Anh Lễ ném con trăn xuống gần chân tôi, làm bé An lại khóc thét.

Anh cười hì hà:

- May quá, giờ thương cho ta ăn Tết to rồi. U ơi, da trăn U để làm cho con cái bao giắt dao đi rừng. Thịt nấu cháo, làm ruốc, còn đầu gác bếp ăn dần.

Lễ đã trở thành thợ săn thực thụ rồi. Núi rừng Yên Thế đã biến anh ấy thành một người giỏi giang như vậy. Trước đây ở làng Thanh, anh ấy chỉ đánh bọ với lũ tôm cá hiền lành thôi. Tôi nhìn anh ngưỡng mộ. Ước gì mấy năm nữa, lớn hơn một chút, tôi cũng giỏi được như anh.

5. U tôi chống gối đứng lên:

- Con Quỳnh khóc thế đủ rồi. Đứng dậy vớt bánh chưng với U rồi còn giúp thằng Lễ làm thịt con trăn.

Nghe nói đến bánh chưng, bé An ngừng khóc. Chúng tôi quay lại với nồi bánh. Ở hay, nồi bánh chưng đầu rồi?

- U ơi, mất nồi bánh chưng rồi! – Tôi kêu thất thanh.

Năm mẹ con đứng như trời trồng. Mãi vật lộn với con trăn rừng, tới khi chúng tôi quay lại, thì nồi bánh chưng đã biến mất.

Củi lửa vẫn cháy ầm sục, nhưng nồi bánh chưng thì không còn. Tôi hít sâu, mùi thơm ngon của bánh chín vẫn còn thoảng trong bếp.

- Đi tìm bánh, mau lên! – U tôi kêu. – Thằng trộm không thể khuôn cái nổi chạy xa được. Vừa mới ở đấy thôi mà.

- Để con đốt đuốc đi.

Anh Lễ lấy thanh củi dài, chắc, quấn giẻ vào một đầu, tẩm dầu tây lên rồi moi lửa. U tôi, tất cả chúng tôi đi theo anh.

Gió rừng bùa vây chúng tôi, ù ù đe dọa. Ngọn đuốc trong tay anh Lễ chực tắt.

Phía đường cái không có dấu vết. Anh Lễ quay người đi về phía rừng. Vẫn theo anh, nhưng tôi bắt đầu run. Tôi linh cảm có chuyện chẳng lành. Nhưng tôi không dám ở lại nhà một mình. U tôi công bé An, theo sát anh Lễ. Tôi chạy vượt lên, đi giữa U và chị Quỳnh. Đi đầu dễ bị hổ vồ, đi sau dễ bị ma bắt, mà tôi thì chưa sẵn sàng cho cả hai việc ấy.

Càng đi sâu vào rừng càng lạnh hơn. Tôi có cảm giác sau mỗi gốc cây, tán lá là một đôi mắt rình mò chúng tôi. Chỉ có tiếng gió rít u u trong tán lá và tiếng tim tôi đập như trống dồn. Rừng sắp nuốt chửng mẹ con tôi bằng cái lưới tham lam và lạnh buốt. Anh Lễ đột nhiên rút phắt con dao đi rừng ra.

- U ơi, về thôi, chẳng có bánh thì đừng. – Tiếng Quỳnh khe khẽ sát lưng tôi. – Con hãi lắm U ơi.

- Nhưng mà còn cái nổi đồng điệu của U? – Giọng cương quyết, U dừng lại trao bé An cho chị Quỳnh công.

- Để U. – U giằng lấy dao đi rừng từ tay anh Lễ, tiến lên phía trước. Đột nhiên U rẽ sang hướng trái, lách vào sau gốc cây đại thụ, Lễ bám sát U.

- Tránh ra con. – U kêu lên.

Chúng tôi nghe thấy tiếng dao cắt

gió veo veo. Ánh thép loang loáng sau gốc cây. U đang chém ma rồi. Tôi nép sát vào anh Lễ và ngọn đuốc, mong bớt run.

Véo, ục! Gió lạnh thốc vào chúng tôi, đập tắt ngọn đuốc.

- U ơi. – Chúng tôi cùng hoảng hốt gào lên trong bóng tối.

Nhưng lạ chưa, khi cơn gió vụt qua, tôi có cảm giác một làn hơi ấm tỏa lên từ dưới chân. Rồi tôi nghe tiếng bé An thút thít khóc.

- Đừng sợ. – Tiếng anh Lễ. – Anh đốt lửa lên ngay.

Ánh đuốc bùng lên. Tôi nhìn xuống nơi làn hơi ấm tỏa lên.

Bánh chưng. Nồi bánh chưng của nhà tôi đây rồi.

- Bánh. – Tôi hét lên vui mừng. – U ơi, bánh!

U tôi cầm con dao rừng tiến lại gần, cúi xuống. Làn hơi nước trắng xóa, ấm áp, thơm mùi bánh tỏa lên từ miệng nổi đồng điệu.

- Ơn trời, bánh còn nguyên. Chắc con ma đói chưa kịp làm gì.

U với Quỳnh khiêng nồi bánh về. Tôi phải công bé An, anh Lễ đi sau chặn hậu. Chợt U tôi đặt nồi bánh xuống.

- Gì thế U? – Quỳnh đành hạ tay xuống, nhưng vẫn không buông nồi bánh, hỏi:

U lấy ra một tấm bánh, mang đến một gốc cây, đặt xuống.

- Sao U để bánh đấy? – Anh Lễ ngạc nhiên.

- Để cúng cho con ma. – U nói. – Tội nghiệp nó tết nhất mà vẫn bị đói.

Anh Lễ lắc đầu. Chúng tôi chẳng biết nói sao, im lặng đi tiếp về nhà. Đúng lúc ấy bé An mới nói:

- Đây là cái bánh của U. Bánh của em vẫn ở trong nồi, nhì?

- Đúng rồi, đây là cái bánh của U. – U tôi nói, bật cười to.

Rừng đêm giao thừa bỗng ấm áp lạ thường ☐



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.



ĐẾ VƯƠNG NƯỚC VIỆT VÀ MỘT SỐ GIAI THOẠI LIÊN QUAN ĐẾN HỔ

Bài: LÊ THÁI DŨNG

Con hổ được mệnh danh là “chúa sơn lâm”, đại diện cho sức mạnh, sự uy vũ cho nên thường được dùng để chỉ trong việc binh nhung, võ nghệ thí dụ như hổ trưởng, hổ tướng, hổ phù, hổ môn... Là một loài vật được con người khiếp sợ mà tôn thờ cho nên văn hóa, lịch sử có rất nhiều câu chuyện, giai thoại, sự kiện liên quan đến con hổ, trong đó có những giai thoại ly kỳ, thú vị gắn với một số vị vua Việt Nam.

BỐ CÁI ĐẠI VƯƠNG PHÙNG HƯNG ĐÁNH HỔ GIÚP DÂN

Phùng Hưng có tên tự là Công Phấn, xuất thân từ dòng dõi cự tộc, hào trưởng đất Đường Lâm (nay thuộc làng Đường Lâm, TX. Sơn Tây, Hà Nội). Ông là người lãnh đạo cuộc khởi nghĩa lật đổ ách đô hộ của nhà Đường vào mùa hạ năm Tân Mùi (791), giành lại nền độc lập cho đất nước, được dân chúng suy tôn là Bố Cái đại vương.

Phùng Hưng khi còn là hào trưởng đã từng diệt hổ dữ giúp dân lành nhưng trong chính sử chỉ ghi ngắn gọn là ông “có sức khỏe, có thể vật trầu, đánh hổ” (*Đại Việt sử ký toàn thư*). Chuyện kể rằng một dạo, vùng Đường Lâm bỗng xuất hiện một con hổ dữ gây hại rất nhiều cho người và gia súc; phường săn đã được huy động tìm cách diệt hổ nhưng không được bởi đó là con hổ rất tinh khôn.

Để diệt hổ dữ cứu dân lành, Phùng Hưng đã nghĩ ra kế hay, ông làm một bù nhìn bằng rơm rồi đặt ở nơi hổ thường xuất hiện. Khi thấy có dáng người, con hổ liền lao đến cắn xé nhưng đó chỉ là rơm với rơm. Tiếp đó Phùng Hưng lại đặt một bù nhìn rơm khác ở đúng chỗ đó; sau nhiều lần bị mắc lừa, con hổ không còn chú ý đến người rơm nữa. Một hôm Phùng Hưng cỡi trâu, đóng khố, trát bùn kín khắp người để làm mất đi mùi hơi người; sau đó ông tới nơi thường đặt bù nhìn rơm. Khi con hổ xuất hiện, lúc nó đi

qua thì bất ngờ Phùng Hưng xông tới quặp chặt lấy cổ hổ, sau một hồi vật lộn, lựa thế thuận lợi ông đã giáng một cú đấm cực mạnh làm vỡ sọ con hổ.

Danh tiếng vị hào trưởng Đường Lâm một mình đánh chết hổ dữ ngày càng bay xa khiến anh hùng, nghĩa sĩ khắp nơi nô nức tìm đến tỏ lòng khâm phục và kết thân. Đây chính là cơ hội thuận lợi để Phùng Hưng liên kết, chuẩn bị lực lượng cho cuộc khởi nghĩa lật đổ ách đô hộ của quân Đường sau này.



■ Tranh Phùng Hưng đánh hổ (Ảnh minh họa)

MAI THỨC LOAN ĐÁNH HỔ CỨU MẸ

Mai Thúc Loan tên thật là Mai Phụng, tự là Thúc Loan, quê ở làng Mai Phụ, xứ Thiên Lộc, thuộc Hoan Châu (nay thuộc xã Mai Lâm, huyện Thạch Hà, tỉnh Hà Tĩnh). Sau gia đình ông di cư về vùng Ngọc Trường, đất Sa Nam, cũng thuộc Hoan Châu (nay là làng Ngọc Trừng, xã Nam Thái, huyện Nam Đàn, Nghệ An) và sinh ra Mai Thúc Loan ở đây.

Truyền rằng vì nhà nghèo nên từ thuở nhỏ Mai Thúc Loan đã phải làm việc giúp cha mẹ đỡ đần việc nhà. Một lần cùng mẹ vào rừng kiếm củi, bất ngờ có một con hổ lớn lông vàng chồm ra ngoạm lấy cổ bà mẹ định tha đi; cậu bé họ Mai nghe tiếng thét của mẹ liền lao đến dang tay chém mạnh một nhát rìu vào đầu hổ, con hổ dữ tuy bị

chém đòn thí mạng phải buông mỗi nhưng vẫn nhảy tới tát mạnh vào kẻ tấn công. Mai Thúc Loan nhanh nhẹn tránh được rồi dồn sức dùng rìu chém tiếp một nhát, con hổ bạt vía cụp đuôi bỏ chạy vào rừng với vết máu từ vết thương lớn trên người.

Người mẹ thoát khỏi nanh vuốt của hổ nhưng vì vết thương trên cổ quá nặng nên đã qua đời, Mai Thúc Loan trước đã mồ côi cha nay mất cả mẹ, may mắn là một người bạn của cha tên là Đinh Thế đã cứu mang, nuôi dạy ông, đến khi Mai Thúc Loan trưởng thành đã gả con gái là Đinh Thị Ngọc Tô. Chính người vợ này và gia đình bà sau này đã giúp đỡ Mai Thúc Loan rất nhiều trong việc chuẩn bị lực lượng đẩy cờ khởi nghĩa.



■ Mai Thúc Loan đánh hổ cứu mẹ (Ảnh minh họa)

LÊ ĐẠI HÀNH VÀ NGÔI MỘ HỔ TÁNG PHÁT ĐẾ VƯƠNG

Lê Đại Hành tên húy là Lê Hoàn xuất thân ở chốn bình dân sau làm tướng quân thời Đinh Tiên Hoàng Đế, vì có công nên ông được giữ chức Thập đạo tướng quân đứng đầu lực lượng quân đội của nước Đại Cổ Việt. Tháng 7 năm Canh Thìn (980) Lê Hoàn được triều thần tôn lên ngôi thay cho vua nhà Đinh lúc bấy giờ là Đinh Toàn còn quá nhỏ tuổi, lập ra nhà Tiền Lê.

Bên cạnh những diễn biến chính trị phức tạp lúc đó đã dẫn đến việc thành lập vương triều mới, thì đối với dân gian, chuyện Lê Hoàn lên ngôi Hoàng đế là do nhờ vào ngôi mộ phát đế vương của gia đình ông. Ở xã Liêm Cẩn, huyện Thanh Liêm, tỉnh Hà Nam có ngôi đền thờ Lê Hoàn, cách đó không xa là ngôi mộ tổ, theo truyền thuyết là mộ ông nội Lê Hoàn bị hổ đánh chết rồi đem táng ở đây.

Truyền rằng ông nội Lê Hoàn là Lê Lộc nhà nghèo, vợ mất sớm nên ông phải làm nghề câu cá, đơm đó nuôi cậu con trai và một con hổ nhỏ. Con hổ ông nuôi ngày một lớn, nó rất tinh khôn, ngày ngày quanh quẩn trông coi nhà cửa và canh đơm, đó cho chủ. Một hôm ông Lê Lộc đi thăm bạn,



■ Tượng thờ vua Lê Đại Hành (Ảnh minh họa)

mải vui nên quá chén đến tận đêm khuya mới trở về, đến chân núi Bồng Văng thì cởi áo lội xuống be bờ ngăn nước. Con hổ vì không nhận được hơi chủ, tưởng kẻ gian trộm đồ lấy cá nên nó chồm ra và chết người. Khi biết vì lầm mà hại chết chủ, nó mang xác Lê Lộc đem lên núi Côi giấu, sau một đêm mới đùn thành ngôi mộ, sau gọi là Mả Giấu hoặc mộ hổ táng. Theo phong thủy đây là kiểu đất rất đẹp có mạch phát đế vương nhưng chỉ được ba đời vì thế núi không cao.

Sau này, Tiến sĩ triều Lê sơ và đồng thời là nhà sử học danh tiếng tên là Lê Tung từng qua đây và có làm bài thơ “Lê gia hổ táng mộ” (Mộ hổ táng nhà họ Lê) như sau:

Thiên lý giang hồ đáo thử hương,
Lâm trung ẩm ước bích viên tường.
Công ngu tầm thực Bồng sơn giản,
Hổ táng phong trung Bắc lĩnh cương.
Hậu phát cát tường sinh tướng sủng,
Kế vị hoàng đế hiển thân phượng.
Tứ quan bất kiến hà cao hậu,
Tam đại do truyền cổ thuyết chương.

Nghĩa là:

Sông hồ ngàn dặm tới nơi đây,
Thấp thoáng tường rêu dưới bóng cây.
Khe nước núi Bồng đi đổ đổ,
Táng trên non Bắc hổ mang thầy.
Điểm lành sinh cháu ra làm tướng,
Ngôi đế nhiều mưu việc khéo thay.
Sách nói ba đời còn rõ rệt,
Thì ra bốn mặt thiếu cao dày.

TRUYỀN KỲ LÝ THẦN TÔNG HÓA HỔ

Lý Thần Tông tên húy là Lý Dương Hoán, được bác là Lý Nhân Tông nhận làm con nuôi và lên ngôi kế vị ngày 12 tháng 12 năm Đinh Mùi (1127). Tương truyền kiếp trước của vua là nhà sư Từ Đạo Hạnh.

Theo sách *Việt điện u linh*, Từ Đạo Hạnh kết bạn với nhà sư Nguyễn Minh Không và nhà sư Giác Hải. Có lần Từ Đạo Hạnh làm phép giả hóa hổ dọa hai bạn khi họ đến xã Ngại Cầu (thuộc Từ Liêm, Hà Nội ngày nay), không ngờ Nguyễn Minh Không nhận ra được mới nói rằng: "Nếu muốn vậy, sau này chắc sẽ phải chịu quả báo như thế". Từ Đạo Hạnh hối hận nói rằng nếu phải chịu quả báo này, thì nhờ bằng hữu lúc đó hãy tới cứu giúp. Sư Nguyễn Minh Không bèn nhận lời.

Sau khi Lý Nhân Tông mất, Hoàng Thái



■ Tượng thờ vua Lý Thần Tông ở chùa Thầy (Ảnh minh họa)

tử (tức là hậu thân của Từ Đạo Hạnh thác sinh) nổi ngôi, trở thành vua Lý Thần Tông. Năm Lý Thần Tông 21 tuổi, bỗng nhiên mắc bệnh lạ, tâm thần rối loạn, trên người mọc lông, ngồi xổm chụp người, cuồng loạn, găm gừ, gào thét, tiếng kêu đau đớn như tiếng cọt găm rú, nghe rất là kinh khiếp, đáng sợ. Triều đình phải làm cũi vàng nhốt

vua vào đó rồi cho người đi tìm các danh y trong nước về kinh chữa bệnh cho vua, đến kể hàng ngàn hàng vạn nhưng đều chịu khoanh tay, bất lực.

Sau nghe danh tiếng nhà sư Nguyễn Minh Không, triều đình mời ông về triều. Ông sai nấu vạc dầu sôi, lấy 100 cây kim găm vào thân vua và cầm càn hoè nhúng vào dầu sôi, rầy đều khắp mình nhà vua. Lạ thay, chỉ trong nháy mắt lông lá trên người Lý Thần Tông tự nhiên rụng hết, chẳng còn tiếng găm gừ, cũng không còn run sợ như lúc trước. Nét mặt nhà vua tươi tỉnh dần lên, giọng nói cũng trở lại bình thường, thân thể hoàn phục như cũ. Sau đó, Lý Thần Tông ban thưởng nhiều của cải, đất đai và phong cho Minh Không làm quốc sư, sử chép danh hiệu là Lý triều Quốc sư.

CON HỔ DƯỚI GỐC QUẾ VÀ CHUYỆN RA ĐỜI CỦA LÊ THÁI TỔ

à người lãnh đạo cuộc khởi nghĩa Lam Sơn lật đổ ách đô hộ của giặc Minh xâm lược và sáng lập ra vương triều Hậu Lê, xung quanh cuộc đời và sự nghiệp của vua Thái Tổ Lê Lợi được bao phủ bằng nhiều huyền tích trong đó có câu chuyện ly kỳ về sự ra đời của nhà vua.

Theo sách *Đại Việt thông sử*, Lê Thái Tổ tên thật là Lê Lợi, sinh giờ Tý, ngày 6 tháng 8 năm Ất Sửu (1385). Truyền rằng ở thôn Như Áng, gần nhà vua "có một cây quế, dưới cây quế có con hổ xám thường xuất hiện, nhưng nó hiền lành, vẫn thường thân cận với người mà chưa từng hại ai. Từ khi Hoàng đế ra đời, thì không thấy con hổ ấy đâu nữa. Người ta cho đó là một sự lạ.

Ngày Hoàng đế sinh thì trong nhà có hào quang đỏ chiếu sáng rực và mùi thơm ngào ngạt bay khắp làng. Khi lớn lên, ngài thông minh dũng lược, độ lượng hơn người, vẻ người tươi

đẹp hùng vĩ, mắt sáng mồm rộng; sống mũi cao. Xương mi mắt gồ lên; bả vai bên tả có 7 nốt ruồi, bước đi như rồng như hổ; tiếng nói vang vang như tiếng chuông. Các bậc thức giả biết ngay là một người phi thường".

Một tài liệu được ghi chép sớm hơn, được viết ngay dưới thời Lê Thái Tổ ở ngôi đó là sách *Lam Sơn thực lục*, trong sách đoạn viết: "Nguyên xưa lúc nhà vua chưa sinh, ở xứ Du Sơn trong làng, dưới cây rừng quế, thuộc thôn sau Như Áng, thường có con hổ đen, thân nhau với người, chưa hề làm hại ai! Đến giờ Tý ngày mồng 6 tháng 8 năm Ất Sửu sinh ra nhà vua, từ đó không thấy con hổ đâu! Người ta cho là chuyện lạ.

Lúc sinh Nhà vua có ánh sáng đỏ đầy nhà, mùi hương đầy xóm. Lúc nhỏ, tinh thần và vẻ người coi rất mạnh mẽ, nghiêm trang; mắt sáng; miệng rộng; mũi cao; mặt vuông; vai trái có



■ Tượng hổ đá tại khu vực lăng vua Lê Thái Tổ (Ảnh minh họa)

bảy nốt ruồi; đi như rồng; bước như hổ, tóc, lông đầy người, tiếng vang như chuông; ngồi như hùm ngồi! Kẻ thức giả biết là bậc người cực sang! Kịp khi lớn, thông minh, khôn, khỏe, vượt hẳn bọn tầm thường" □



TỔNG CÔNG TY MAY ĐÁP CẦU

Địa chỉ: Khu 6, Phường Thị Cầu, Thành phố Bắc Ninh, Tỉnh Bắc Ninh

Điện thoại: 024 (222) 3827063 - 3821745

Fax: 024 (222) 3821745

Tổng Công ty May Đáp Cầu (DAGARCO) là doanh nghiệp trực thuộc Tập đoàn Dệt May Việt Nam (Vinatex), được thành lập ngày 2-2-1967.

DAGARCO hiện có hệ thống quản lý chất lượng ISO 9001: 2000 và thực hiện chuyên môn hóa sản xuất các mặt hàng, cũng như duy trì hệ thống các tiêu chuẩn trách nhiệm xã hội: SA-8000, Better work, Wrap.

DAGARCO chuyên sản xuất các sản phẩm may mặc: các loại Jacket, áo khoác lông vũ, áo vest, sơ mi nam, nữ, quần âu, áo váy, quần áo dệt kim, nỉ, đồng phục trẻ em và người lớn, quần áo thể thao v.v...

Năng lực sản xuất DAGARCO là 35.000.000 sản phẩm/năm (quy đổi áo sơ mi chuẩn).

DAGARCO đang sử dụng gần 6.000 thiết bị may của các nước tiên tiến trên thế giới như Mỹ, Nhật, CHLB Đức...

có nhiều thiết bị hiện đại chuyên dùng như: hệ thống máy trải vải tự động, máy cắt tự động, máy trần khổ rộng, máy bỏ túi tự động, hệ thống là form quần áo và Jacket, hệ thống thiết kế mẫu bằng máy vi tính...

DAGARCO có 3 xí nghiệp thành viên và 3 công ty con với tổng số 4.050 cán bộ, công nhân viên.

Sản phẩm của DAGARCO đã xuất khẩu và có uy tín trên thị trường của 28 nước trên thế giới như Mỹ, Nhật, CHLB Đức, Tây Ban Nha, Pháp, Đan Mạch, Thụy Điển, Thụy Sĩ, Hàn Quốc, Hongkong, Đài Loan, Australia...

DAGARCO sẵn sàng hợp tác liên doanh với các bạn hàng trong và ngoài nước để đầu tư và sản xuất kinh doanh hàng may mặc.

Chúc Mừng Năm Mới
2022





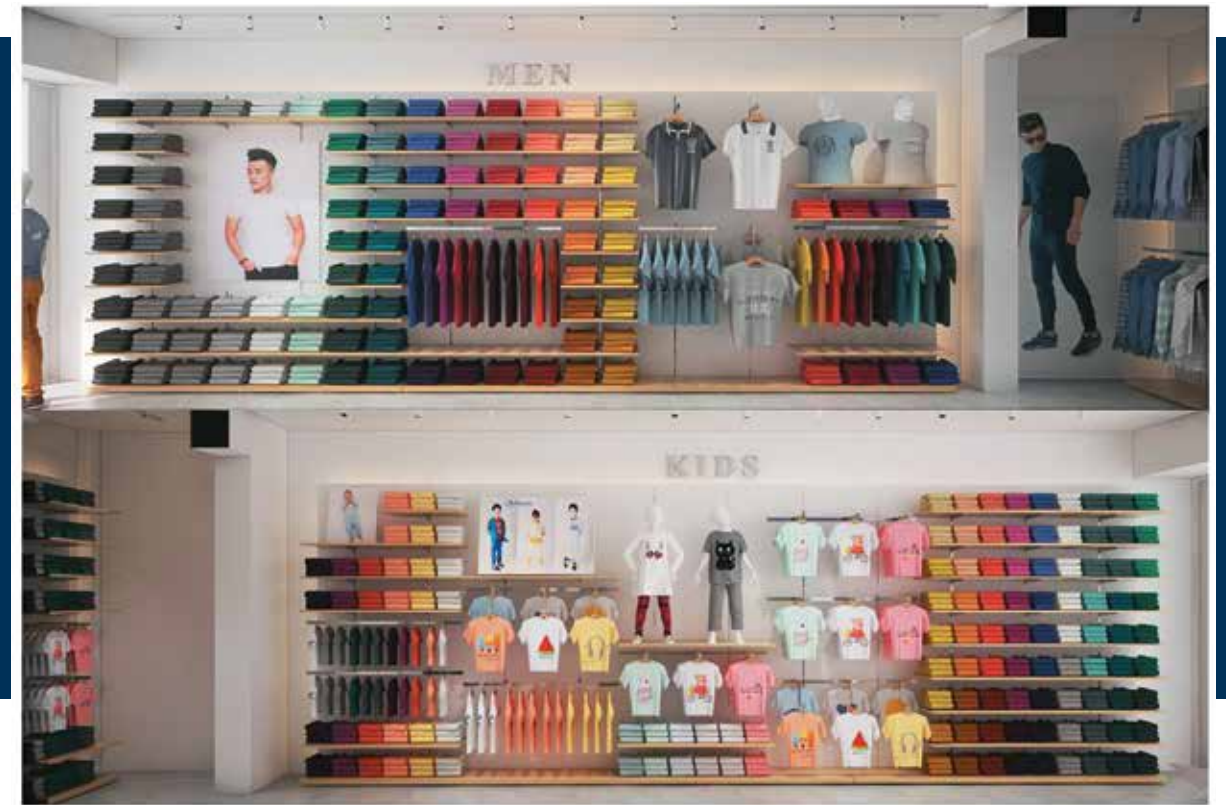
CHÀO MỪNG DIỆN MẠO MỚI » CỬA CỬA HÀNG DỆT KIM ĐÔNG XUÂN TẠI 67 NGÔ THÌ NHẬM

Trải qua hơn 60 năm thành lập và phát triển, Công ty TNHH MTV Dệt kim Đông Xuân (tiền thân là Nhà máy Dệt kim Đông Xuân) tự hào là đơn vị sản xuất và cung cấp các sản phẩm dệt kim chất lượng cao, an toàn cho sức khỏe và thân thiện với môi trường.



Những ngày đầu thành lập, nhà máy chỉ gồm có 04 phân xưởng, 380 lao động, 180 máy dệt may với công suất 1 triệu sản phẩm/ năm, các mặt hàng sản xuất lúc bấy giờ chủ yếu phục vụ lực lượng vũ trang như: áo mặc lót Đông Xuân, áo chống rét cào bông Đông Xuân, dây đai quần dưng, dây đeo bi-đồng nước, dây băng đạn, dây túi lựu đạn, túi com, thắt lưng đai, găng tay, tất chống muỗi, màn cá nhân...

Theo thời gian cùng với sự phát triển của khoa học – công nghệ, công ty đã không ngừng phát triển, nâng cấp hệ thống máy móc, thiết bị để mở rộng quy mô sản xuất, phát triển đa dạng sản phẩm về mẫu mã cũng như đảm bảo an toàn với sức khỏe người sử dụng. Đặc biệt, vào năm 2020, khi thế giới chịu ảnh hưởng nghiêm trọng của dịch bệnh Covid-19, Dệt kim Đông Xuân đã nghiên cứu và sản xuất dòng sản phẩm khẩu trang vải đạt chuẩn kháng giọt bắn và kháng khuẩn, giúp người dân bảo vệ sức khỏe và chung tay giúp Việt Nam thực hiện các biện pháp phòng chống dịch bệnh.



Cùng với sự phát triển của công ty, không thể không nhắc đến cửa hàng giới thiệu và bán sản phẩm Đông Xuân tại địa chỉ 67 Ngô Thị Nhậm (Q. Hai Bà Trưng, TP. Hà Nội). Được xây dựng vào thập niên 1950, đến nay cửa hàng vẫn giữ lại những nét kiến trúc cổ kính nguyên bản. Có lẽ khi nhắc đến cửa hàng 67 Ngô Thị Nhậm, thế hệ 6x, 7x vẫn còn nhớ nhiều kỷ niệm để kể cho con cháu nghe.

Với định hướng luôn đổi mới, phát triển để hội nhập toàn cầu hóa, cũng như mong muốn tăng cường trải nghiệm mua sắm cho khách hàng, Ban Lãnh Đạo công ty đã quyết định nâng cấp, cải tạo cửa hàng giới thiệu sản phẩm tại 67 Ngô Thị Nhậm với diện mạo sang trọng, hiện đại hơn. Công ty mong muốn sự thay đổi này sẽ đáp ứng nhu cầu mua sắm của khách hàng, đưa thương hiệu Đông Xuân tới đa dạng đối tượng khách hàng hơn, đặc biệt là khách hàng trẻ.

Trong tháng 12/2021, Đông Xuân vui mừng tổ chức lễ chào mừng diện mạo mới với nhiều chương trình khuyến mại đặc biệt, thu hút đông đảo khách hàng tới thăm quan, mua sắm. Sự hiện diện của quý khách hàng là niềm vinh dự của toàn thể công ty.

Ban lãnh đạo công ty xin gửi lời cảm ơn chân thành tới quý khách hàng đã luôn tin tưởng và ủng hộ thời trang Dệt Kim Đông Xuân.

Trân trọng !





1. LỊCH SỬ HÌNH THÀNH VÀ PHÁT TRIỂN:

Tổng Công ty Việt Thắng là đơn vị thành viên của Tập đoàn Dệt May Việt Nam được xây dựng từ năm 1960 và đưa vào hoạt động từ năm 1962, do một số nhà tư bản trong nước và nước ngoài góp vốn với tên gọi Việt Mỹ kỹ nghệ dệt sợi công ty (VIMYTEX), chuyên sản xuất sợi – dệt và in nhuộm hoàn tất Công ty được Nhà nước tiếp quản, quốc hữu hóa, giao cho Bộ Công nghiệp nhẹ tiếp nhận, quản lý và duy trì các hoạt động sản xuất kinh doanh cho đến nay. Công ty được cổ phần hóa, chuyển thành Công ty cổ phần Dệt Việt Thắng với 52,3 % vốn Nhà nước. Ngày 29/06/2009, Công ty cổ phần Dệt Việt Thắng được chuyển đổi thành Tổng Công ty Việt Thắng – CTCP, hoạt động theo mô hình công ty mẹ, công ty con.

2. NGÀNH, NGHỀ KINH DOANH:

- Sản xuất, mua bán sản phẩm bông, xơ, sợi, vải, sản phẩm may mặc.
- Mua bán máy móc thiết bị, phụ tùng, hoá chất, nguyên vật liệu ngành công nghiệp, ngành xây dựng.
- Xây dựng dân dụng, công nghiệp. Kinh doanh bất động sản.
- Lắp đặt máy móc thiết bị ngành công nghiệp.
- Kinh doanh vận tải hàng hoá bằng ô tô.



TỔNG CÔNG TY DỆT MAY MIỀN BẮC – VINATEX

Địa chỉ: Lô 02-09A, Tầng 3 tòa nhà ICT, KCN Hoàng Mai, Q. Hoàng Mai, TP. Hà Nội

Email: support@vina-vnc.com

Phone: +84 (04)7300 0806

TẦM NHÌN – SỨ MỆNH

Tầm nhìn: Tổng Công ty Dệt May Miền Bắc – Vinatex sẽ hướng tới trở thành doanh nghiệp hàng đầu về cung cấp giải pháp may mặc trọn gói tại Việt Nam, một đơn vị nòng cốt của Tập đoàn Dệt May Việt Nam trong cả lĩnh vực Dệt thời và Dệt kim.

Sứ mệnh: Đem đến sự thành công cho khách hàng và người tiêu dùng thông qua các sản phẩm chất lượng và giải pháp may mặc hiệu quả.

ĐỊNH HƯỚNG PHÁT TRIỂN

- Kết nối năng lực của từng Công ty/ đơn vị riêng lẻ nhằm tạo ra sức mạnh tập trung, hình thành các trung tâm/chuỗi sản xuất liên tục Sợi - Dệt - Nhuộm - May, chuyên môn hóa sâu theo từng dòng sản phẩm.
- Phát huy tối đa thế mạnh của từng Công ty/đơn vị
- Quy hoạch - định hướng đầu tư theo tầm nhìn và định hướng chiến lược xuyên suốt tránh sự chồng chéo, thiếu đồng bộ.

ĐƠN VỊ THÀNH VIÊN

- Tổng Công ty CP Dệt May Hà Nội (Hanosimex)
- Công ty TNHH MTV Dệt 8-3
- Công ty CP Vinatex Hồng Lĩnh
- Nhà máy May Tuyên Quang
- Nhà máy May Quảng Bình



TỔNG CÔNG TY VIỆT THẮNG - CTCP
VIETTHANG CORPRATION

Địa chỉ: 127 Lê Văn Chí, P. Linh Trung, TP. Thủ Đức, TP HCM, Việt Nam
Điện thoại: 028 3896 9337 * Fax: (+84- 28) 38 969 319



Chúc mừng
năm mới
2022

Merriman
cảm nhận sự tinh tế



CÔNG TY CỔ PHẦN MAY BÌNH MINH

BINH MINH GARMENT JOINT STOCK COMPANY



1) THÔNG TIN CÔNG TY

- Tên doanh nghiệp: **CÔNG TY CỔ PHẦN MAY BÌNH MINH**
BINH MINH GARMENT JOINT STOCK COMPANY
- Người đại diện pháp luật: Ông **VŨ QUỐC HẢO**
Chức vụ: **Tổng Giám Đốc**
- Địa chỉ: 440 Nơ Trang Long, Phường 13, Quận Bình Thạnh, TP. Hồ Chí Minh
- Điện thoại: (028) 3553 3358 - (028) 3553 1367
- Fax: (028) 3553 3348
- Website: www.bmig.com.vn; www.gendai.com.vn
- Trở thành nhà sản xuất hàng may mặc chuyên nghiệp **45 năm** kể từ năm 1977 tại Việt Nam
- Quy mô công ty: Công ty sở hữu hơn **2.800** máy may và các loại máy khác, diện tích sản xuất trên **50.000 m²** và khoảng **2.000** nhân viên, trong đó có hơn 200 nhân viên nghiệp vụ chuyên quản lý đơn hàng, thiết kế, kiểm soát chất lượng và bán hàng...

2) CHI NHÁNH CÔNG TY / XÍ NGHIỆP TRỰC THUỘC

- Xí nghiệp Minh Quân:** 37 Hiệp Bình, P. Hiệp Bình Chánh, Q. Thủ Đức, TPHCM
- Chi nhánh Bình Dương:** KCN Dệt may Bình An, Bình Thắng, TP. Dĩ An, Tỉnh Bình Dương
- Chi nhánh Hà Nội:** - Xí nghiệp Minh Hà - Thôn Dền, Xã Di Trạch, Huyện Hoài Đức, TP. Hà Nội
- Xí nghiệp Yên Lạc - Thị trấn Yên Lạc, Tỉnh Vĩnh Phúc
- Xí nghiệp Ba Vi - Xã Thụy An, Ba Vi, TP. Hà Nội
- Chi nhánh Hải Phòng:** Xí nghiệp Minh Hải - Thôn 3, Xã Cổ Am, Huyện Vĩnh Bảo, TP. Hải Phòng

3) LĨNH VỰC KINH DOANH

May mặc xuất khẩu

- Đặc biệt sản xuất chuyên Áo sơ mi, theo công nghệ - tiêu chuẩn Nhật Bản.
- Các dòng hàng:
 - * KNITTED ITEM:** T-shirts, Polo-shirt, Jogging suit, Sportwear, Pants, etc.
 - * WOVEN ITEM:** Shirts, Ladies's blouse, Jacket, Uniform, Pants, Shorts, etc

Năng lực sản xuất

Men's/ Women's shirts	900,000 pcs/year
Pants other (Knit)	2,500,000 pcs/year
Sport wear	1,000,000 pcs/year
Polo/ T-shirt	600,000 pcs/year
Jacket	100,000 pcs/year

Thị trường xuất khẩu

Sản phẩm được xuất khẩu sang các thị trường: **Nhật Bản (70%), Mỹ (25%) và EU, các thị trường khác (5%).**

Thương hiệu nội địa

Thời trang nam thương hiệu **Gendai**
(Tham gia thị trường: 28/09/2012)

- Sản phẩm:** mặt hàng may mặc Thời trang công sở cho phái nam
- Công nghệ:** Nhật Bản
- Năng lực sản xuất:** 25,000 pcs/ year



GET IN TOUCH

www.bmig.com.vn



www.gendai.com.vn



THỜI TRANG CÔNG SỞ CAO CẤP
MERRIMAN

Hotline: 18001760

Website: www.merriman.com.vn

Fanpage: fb.com/thoitrangnammerriman



Thách Thức

Dịch Covid19 vừa qua là một thách thức với nhiều doanh nghiệp nhưng đó cũng là cơ hội mà Donagamex nhận thấy để có thể đóng góp những giá trị tốt nhất của mình cho cộng đồng trong những lúc khó khăn nhất. Đại dịch kéo dài đã ảnh hưởng nghiêm trọng tới mọi mặt đời sống, kinh tế - xã hội, để vượt qua thử thách này, nhiều doanh nghiệp trong đó có DONAGAMEX đã và đang nhanh chóng chuyển đổi mô hình, tổ chức lại sản xuất, kinh doanh nhằm thích ứng với đại dịch toàn cầu.

Sản phẩm chất lượng

Trong những năm gần đây, Donagamex đã nghiên cứu và cho sản xuất sản phẩm y tế, đồ bảo hộ đạt level 4, đạt chuẩn Châu Âu, được kiểm chứng chất lượng kỹ càng, ngoài ra còn có các loại khẩu trang ứng dụng công nghệ cao với chất liệu vải kháng khuẩn, vải lọc,... tùy theo nhu cầu của người tiêu dùng



Áo khoác chuyên dụng



Đồ bảo hộ y tế



Khẩu trang y tế

Điểm sáng

Trong qua trình dịch bệnh diễn ra, có nhiều hạn chế và khó khăn trong việc xử lý công việc, Donagamex vẫn cố gắng tìm ra các cách để duy trì trao đổi thông tin và làm việc từ xa giữa các bộ phận và nhân viên với nhau.



Bước 1. Tổ chức 1 nhóm tập trung xử lý các vấn đề liên quan đến Covid



Bước 2. Phổ biến thông tin và công tác phòng chống dịch đến từng cán bộ công nhân viên.



Bước 3. Duy trì giao tiếp liên tục với khách hàng để hỗ trợ tối đa



Bước 4. Bảo đảm quyền và lợi ích của các cổ đông



Bước 5. Chủ động trong công tác hỗ trợ cộng đồng...

Thông tin liên hệ

Email: donagamex@donagamex.com.vn

Hotline: 0813933203

Facebook: <https://www.facebook.com/Donagamex/>



ARDILLA - LUÔN THEO BƯỚC CON TỪ NHÀ ĐẾN TRƯỜNG

Mặc dù mới ra đời được 5 năm, thương hiệu thời trang trẻ em Ardilla của Công Ty Cổ Phần May Nam Định đã dần khẳng định được vị thế trên thị trường nội địa. Với chiến lược phát triển đa dạng chủng loại sản phẩm theo định hướng của Công Ty, hiện nay sản phẩm của Ardilla đã đáp ứng được cho các bé nam - nữ độ tuổi từ 2 đến 15 với đủ 4 mùa Xuân - Hạ - Thu - Đông và trong hầu hết các môi trường hoạt động như thời trang mặc nhà, đi học, đi chơi...



Ưu tiên đặt chất lượng lên hàng đầu và bằng hơn 60 năm kinh nghiệm may hàng xuất khẩu, sản phẩm của Ardilla đã được người tiêu dùng trong nước tin dùng và đánh giá cao về chất liệu, đường kim mũi chỉ, khách hàng luôn cảm nhận được sự trau chuốt của những người thợ may lành nghề trong từng sản phẩm của Ardilla.

Cùng với sự sáng tạo của đội ngũ thiết kế, sản phẩm của Ardilla đã tạo ra sự khác biệt, một phong cách riêng và rất phù hợp với văn hóa, khí hậu Việt Nam.

Với sự ủng hộ của người tiêu dùng như hiện nay, chúng tôi tin rằng trong tương lai không xa Ardilla sẽ là thương hiệu thời trang trẻ em hàng đầu Việt Nam và luôn mang đến sự an tâm cho các bậc cha mẹ khi lựa chọn sản phẩm của Ardilla.



CÔNG TY CỔ PHẦN MAY NAM ĐỊNH

Địa chỉ: Lô H1+H5, Đường Phạm Ngũ Lão, KCN Hòa Xá, P. Mỹ Xá, TP. Nam Định
Showroom: 193 Giảng Võ, P. Cát Linh, Q. Đống Đa, TP. Hà Nội.

☎ 0243 682 4108

📘 facebook.com/ardilla.com.vn/

📞 0904 885 368

🌐 <https://ardilla.com.vn/>

CÔNG TY CỔ PHẦN TIỀN HƯNG

Mã số DN: 0900270351

Tên quốc tế: TIEN HUNG JOINT STOCK COMPANY

Tên viết tắt: TIEN HUNG.JSC

Điện thoại: 02213 872888 | Fax: 02213 873954

Trụ sở chính: Thị trấn Vương, huyện Tiên Lữ, tỉnh Hưng Yên.

QUÁ TRÌNH HÌNH THÀNH

Công ty cổ phần Tiên Hưng trước đây là xí nghiệp May số 7 thuộc Công ty cổ phần may Hưng Yên nay là Tổng Công ty may Hưng Yên – CTCP. Năm 2001 Công ty CP may Hưng Yên đã khởi công xây dựng xí nghiệp may số 7 và hoàn thành giai đoạn 1 đi vào sản xuất tháng 10 năm 2002 tại thị trấn Vương, huyện Tiên Lữ. Trải qua 5 năm hoạt động sản xuất, với những thành tích cao. Đến ngày 28/1/2007 tại Đại hội đồng cổ đông thường niên Công ty CP may Hưng Yên đã biểu quyết nhất trí tách xí nghiệp may 7 thành Công ty Cổ phần Tiên Hưng.



NĂNG LỰC SẢN XUẤT

Tổng diện tích mặt bằng: 61.000m². Hệ thống nhà xưởng khang trang hiện đại, với 3.600 công nhân lành nghề và trên 3.000 máy may, máy chuyên dụng tiên tiến được nhập khẩu từ Nhật bản, Đức, Mỹ... với những dây chuyền công nghệ cao, trang thiết bị hiện đại. Công ty đã sản xuất và xuất khẩu nhiều chủng loại sản phẩm có chất lượng cao như: Jacket, áo lông vũ, quần âu, Tshirt, Polo - shirt, quần áo tắm... và các sản phẩm may mặc truyền thống khác.

Công ty đã được chứng nhận hệ thống quản lý chất lượng theo tiêu chuẩn ISO 9001-2000. Áp dụng hệ thống quản lý môi trường theo tiêu chuẩn ISO 14001. Áp dụng chính sách an ninh, chính sách trách nhiệm xã hội theo tiêu chuẩn SA8000. Tạo ra môi trường làm việc sạch sẽ an toàn, lành mạnh và bình đẳng cho mọi người lao động. Công ty cổ phần Tiên Hưng sẵn sàng hợp tác liên doanh liên kết với tất cả các Công ty, các doanh nghiệp trong và ngoài nước.



CÔNG TY CỔ PHẦN DỆT MAY HUẾ

122 Dương Thiệu Tước, P. Thủy Dương, TX. Hương Thủy, Tỉnh Thừa Thiên Huế

(84) 234.3864337 - (84) 234.3864957

(84) 0234.3864.338

Huegatem.com.vn

Công ty Cổ phần Dệt May Huế (Huegatem) là thành viên của Tập đoàn Dệt May Việt Nam. Công ty chuyên sản xuất, kinh doanh, xuất nhập khẩu các sản phẩm sợi, vải dệt kim, hàng may mặc với doanh thu hàng năm gần 1.800 tỷ đồng, trong đó xuất khẩu hơn 70%.

1. Nhà máy Sợi: Được trang bị đồng bộ 04 dây chuyền thiết bị nhập khẩu từ Đức, Thụy Sĩ, Nhật Bản với hơn 4,9 vạn cọc sợi, sản lượng hàng năm trên 10.800 tấn sợi, trong đó chủ yếu là các loại sợi CVC, TC, Cotton chải thô và chải kỹ chỉ số từ Ne20 đến Ne40.

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

3. Nhà máy May: với 5 nhà máy May trực thuộc gồm 86 chuyền may, được trang bị các máy may hiện đại nhập khẩu từ Nhật Bản, Đài Loan và dây chuyền cắt, trải vải tự động năng suất cao, sản xuất các sản phẩm chính là áo T- shirt, Polo- shirt, áo Jacket, quần short, quần áo trẻ em và các loại hàng may mặc khác làm từ vải dệt kim và dệt thoi. Sản lượng hàng năm của nhà máy đạt hơn 20 triệu sản phẩm.

Sản phẩm của chúng tôi hiện nay đang được xuất khẩu sang Mỹ, Nhật Bản, EU, Đài Loan, Hàn Quốc (đối với hàng may mặc); Thổ Nhĩ Kỳ, Bồ Đào Nha, Nam Mỹ, Hàn Quốc, Nhật Bản (đối với sản phẩm sợi) và được bán rộng rãi trên thị trường nội địa. Sản phẩm Công ty nhiều năm được bình chọn hàng Việt Nam chất lượng cao, giải thưởng sao vàng đất Việt và các giải thưởng khác.



Chúng tôi có một đội ngũ cán bộ quản lý, cán bộ kỹ thuật và công nhân lành nghề, tạo ra sản phẩm đáp ứng mọi yêu cầu của khách hàng. Công ty đang áp dụng hệ thống Quản lý Chất lượng theo Tiêu chuẩn quốc tế ISO 9001: 2015. Bên cạnh đó, chúng tôi cũng được chứng nhận tuân thủ các tiêu chuẩn trách nhiệm xã hội trong sản xuất hàng may mặc của các khách hàng lớn tại như Perry Ellis, Kohl's, Target, Walmart, Sanmar, New Balance... đồng thời, đạt chứng nhận của Tổ chức công nhận trách nhiệm xã hội trong sản xuất toàn cầu (WRAP) cho thị trường Mỹ, chứng nhận BSCI cho thị trường EU và chương trình hợp tác chống khủng bố của hải quan Hoa Kỳ và Hiệp hội Thương mại (C-TPAT).

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

Chúc Mừng
Năm Mới
XUÂN NHÂM DẦN 2022



