Dệt may & THỜI TRANG Việt Nam

ĐẶC SAN CỦA TẬP ĐOÀN DỆT MAY VIỆT NAM - VINATEX

VTGF

THÁNG 10/2022

KỲ VỌNG 2023

HUGACO

TỔNG CÔNG TY MAY HƯNG YÊN - CÔNG TY CỔ PHẦN

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

Merriman
cảm nhận sự tinh tế

THỜI TRANG CÔNG SỞ CAO CẤP
MERRIMAN

Hotline: 18001760
Website: www.merriman.com.vn
Fanpage: fb.com/thoitrangnammerriman

Dệt may & THỜI TRANG Việt Nam

CHỊU TRÁCH NHIỆM XUẤT BẢN
LÊ TIẾN TRƯỜNG
Bí thư Đảng ủy, Chủ tịch HĐQT Vinatex

HỘI ĐỒNG CỐ VẤN
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
PHẠM VĂN TÂN
UV BCH Đảng bộ, Phó Tổng Giám đốc,
Phụ trách Ban Tuyên giáo - Truyền thông

PHỤ TRÁCH BIÊN TẬP
VƯƠNG ĐỨC ANH
Chánh Văn phòng HĐQT

THƯ KÝ BIÊN TẬP
NGUYỄN KIỀU GIANG

THIẾT KẾ MỸ THUẬT
VƯƠNG NGUYỄN

Thông tin liên hệ
Địa chỉ: 25 Bà Triệu - Q. Hoàn Kiếm - Hà Nội
Điện thoại: 024. 38257700
Email: bantgtt@vinatex.com.vn

In tại: *Công ty TNHH IN&TM Trường Xuân*
Giấy phép xuất bản: Số 59/GP - XBĐS
do Cục Báo chí cấp

THƯ NGỎ

Bạn đọc thân mến!

Những chao đảo của nền kinh tế thế giới đã xoáy sâu vào mỗi doanh nghiệp. Các tổ chức quốc tế liên tiếp hạ dự báo tăng trưởng toàn cầu năm 2022 so với dự báo đưa ra trước đó. Đi qua 3/4 chặng đường sản xuất kinh doanh với nhiều thăng trầm, sóng gió nhưng vẫn có những thành công nhất định, doanh nghiệp dệt may Vinatex vững vàng trước khó khăn với những định hướng sắc bén và năng lực sẵn có.

Tiềm lực này tiếp tục tạo đà cho các doanh nghiệp giữ vững thành quả sản xuất kinh doanh trong quý 4 năm 2022 và quan trọng hơn là nắm bắt được xu thế thị trường để xây dựng kế hoạch hành động cho năm 2023 với kỳ vọng đón bắt được các cơ hội mới.

Lúc này đòi hỏi bản lĩnh, sự nhạy bén, linh hoạt và cả dũng cảm trong điều hành của các nhà quản lý - doanh nhân thời đại mới. Bởi chỉ khi nỗ lực vươn lên tầm cao mới, doanh nghiệp mới sớm hóa giải được khó khăn để đứng vững và phát triển trên thị trường nhiều biến động.

Trân trọng cảm ơn!

BAN BIÊN TẬP

Bìa 1: Kỳ vọng 2023

Tháng 10 2022

MỤC LỤC

GÓC NHÌN
7 Thư Chúc Mừng Ngày Phụ nữ Việt Nam (20/10/2022) của Tổng Giám đốc Tập đoàn Dệt May Việt Nam
8 Khép kín chuỗi các chương trình đào tạo quản lý chung của tập đoàn: Hướng tới mô hình người lãnh đạo đóng vai trò khai vấn
12 Chương trình Đào tạo Cán bộ cấp cao mới bổ nhiệm tại Tập đoàn và các doanh nghiệp thành viên
15 Nhìn lại 9 tháng 2022: Kiên định mục tiêu chiến lược là giải pháp trọng tâm để tiếp tục vượt qua thách thức
18 Linh hoạt gỡ khó, quyết tâm cán đích 2022
22 Tận dụng lợi thế để tạo đà cho năm 2023
28 Dự báo kinh tế vĩ mô toàn cầu: Con sóng lạm phát liệu có nhấn chìm nền kinh tế thế giới?
40 Ý kiến chuyên gia

DỆT MAY
32 Dự báo thị trường dệt may 2023
36 Bangladesh với mục tiêu 100 tỷ USD xuất khẩu vào năm 2030
42 Đánh giá tác động của kinh tế tuần hoàn với kinh doanh dịch vụ hàng tiêu dùng: Kịch bản nào tối ưu?
44 Phát triển kinh tế tuần hoàn trên toàn bộ chuỗi giá trị
48 Chỉ số đánh giá phát triển bền vững: 3 trụ cột tiến tới kinh tế tuần hoàn
51 Hoa nở trên con đường gấm vóc
56 Công ty CP Dệt lụa Nam Định: Xây dựng lợi thế từ chuỗi cung ứng

TIN TỨC - SỰ KIỆN
64 Bản tin Vinatex
66 Bản tin Công đoàn

THỜI TRANG VÀ CUỘC SỐNG
68 Swan love: Nàng thơ ngọt ngào cho ngày Phụ nữ
72 Ý - Pháp - Monaco: Hành trình của những di sản. Bài 2: Những "mảnh ghép" lãng mạn của vùng Địa Trung Hải
76 "Tiếp đất" giải pháp cần làm khi căng thẳng

Thư Chúc Mừng

NGÀY PHỤ NỮ VIỆT NAM (20/10/2022) CỦA TỔNG GIÁM ĐỐC TẬP ĐOÀN DỆT MAY VIỆT NAM

Thân mến gửi các chị em đồng nghiệp trong Tập đoàn Dệt May Việt Nam!

Thay mặt Lãnh đạo Tập đoàn và toàn thể nam đồng nghiệp, tôi xin gửi những lời chúc tốt đẹp nhất đến các chị, các em nhân dịp kỷ niệm ngày Phụ nữ Việt Nam 20/10.

Tại Tập đoàn Dệt May Việt Nam (Vinatex), chị em phụ nữ chiếm đa số và ngày càng có những đóng góp quan trọng trong thành quả của Tập đoàn. Là người công tác hơn 20 năm tại Vinatex, có cơ hội được làm việc cùng nhiều nữ đồng nghiệp, tôi luôn trân trọng và xin ghi nhận sự tận tâm, nhiệt huyết với công việc, sự chân thành, tình cảm với đồng nghiệp của các chị em. Bên cạnh những đức tính truyền thống của Phụ nữ Việt Nam như kiên nhẫn, chịu khó, cẩn thận, chu đáo,... vốn rất phù hợp với đặc thù sản xuất của ngành dệt may là những công việc mang tính chất lặp lại, đòi hỏi sự kiên nhẫn, tỉ mỉ, khéo léo; các chị em còn phát huy những ưu điểm riêng có nhạy bén, sáng tạo và không ngừng học hỏi để hoàn thiện bản thân. Giỏi việc nước, đảm việc nhà, ngoài hoàn thành xuất sắc công việc ở đơn vị, các chị em còn mang những trọng trách lớn với gia đình, là người vợ, người mẹ, nhen thắp ngọn lửa tình yêu ấm áp. Chắc chắn các chị phải mang trong mình nội lực mạnh mẽ lắm mới có thể cùng lúc đảm nhận tốt đến như vậy hai vai trò song song với gia đình và xã hội.

Trong những năm vừa qua, kết quả sản xuất kinh doanh của Tập đoàn có nhiều khởi sắc: năm 2021, lần đầu tiên lợi nhuận của toàn Tập đoàn cán mốc 1.500 tỷ; 9 tháng đầu năm 2022 kết quả sản xuất kinh doanh đạt và vượt mức kế hoạch đề ra, ở đó có phần đóng góp không nhỏ của các chị em. Quý 4 năm nay, dự báo tình hình thị trường sẽ vô cùng bất lợi, ảnh hưởng tiêu cực đến hoạt động sản xuất kinh doanh của ngành. Một lần nữa, chúng ta cần sự chung tay, đoàn kết của tất cả người lao động trong Tập đoàn, trong đó có các chị em, để vượt qua giai đoạn khó khăn này, cùng nhau đạt đến những thành công mới.

Với truyền thống văn hoá được vun đắp qua bao thế hệ, Tập đoàn Dệt May Việt Nam luôn tự hào với đội ngũ cán bộ công nhân viên chức lao động nữ vừa giỏi nghề vừa nhân văn, các chị em luôn là nguồn động lực, là tấm gương vượt khó để chúng tôi - những người vẫn được mệnh danh là "phái mạnh" - phải nhiệt huyết, trí tuệ hơn nữa, xây dựng Tập đoàn ngày càng vững mạnh, đời sống CBCNV ngày càng được cải thiện và tạo cơ hội để chị em phát triển nghề nghiệp, đóng góp nhiều hơn nữa vào sự nghiệp của Tập đoàn.

Một lần nữa, tôi xin gửi lời cảm ơn chân thành đến các chị em. Chúc các chị em luôn mạnh khoẻ, hạnh phúc và mãi là hình ảnh tượng trưng cho cái đẹp cùng những điều ngọt ngào trong cuộc sống!

TỔNG GIÁM ĐỐC

Cao Hữu Hiếu

KHÉP KÍN CHUỖI CÁC CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO QUẢN LÝ CHUNG CỦA TẬP ĐOÀN

HƯỚNG TỚI MÔ HÌNH NGƯỜI LÃNH ĐẠO ĐÓNG VAI TRÒ KHAI VẤN

Bài: **Ông LÊ TIẾN TRƯỜNG**
Bí thư Đảng ủy, Chủ tịch HĐQT Vinatex
Chủ tịch Hội đồng trường ĐH Công nghiệp Dệt May Hà Nội

Tháng 10 này, Tập đoàn Dệt May Việt Nam (Vinatex) khai giảng khoá đào tạo cho cán bộ cấp cao (từ PTGĐ, GĐĐH, KTT tại doanh nghiệp thành viên) mới được bổ nhiệm với thời gian 10 ngày tập trung. Chương trình được thiết kế với 50% thời lượng cho các chuyên đề về pháp luật, tài chính, nhân sự…, 50% thời gian còn lại là các cuộc làm việc thực tế tại 3 DN đang có hệ thống quản trị được đánh giá là hiệu quả của Tập đoàn.

Ông LÊ TIẾN TRƯỜNG
Bí thư Đảng ủy, Chủ tịch HĐQT Vinatex

TIẾP MẠCH XÂY DỰNG MÔI TRƯỜNG HỌC TẬP

Với việc đưa chương trình cán bộ cấp cao vào đào tạo, hệ thống đào tạo nội bộ về quản trị chung (general management) của Vinatex gồm đào tạo cán bộ trẻ (young talent program); đào tạo cán bộ trung cấp (giám đốc, phó giám đốc đơn vị trực thuộc các công ty thành viên của Tập đoàn, trưởng phó phòng tại đơn vị thành viên Tập đoàn) và nay là đào tạo cán bộ cao cấp đã được khép kín. Đây là nỗ lực rất cao của lãnh đạo Tập đoàn, các ban chức năng mà chủ chốt là Ban Quản lý Nguồn nhân lực và Đại học Công nghiệp Dệt May Hà Nội để vừa xây dựng chương trình - nội dung đào tạo, vừa trực tiếp soạn bài, đứng lớp và quan trọng nhất là bước đầu xây dựng được môi trường học tập, văn hoá học tập trong toàn Tập đoàn.

Điểm riêng có trong các chương trình đào tạo của Vinatex là sự kết hợp hài hoà giữa nhắc lại và cập nhật lý thuyết, lý luận với việc phân tích các mô hình hiệu quả và kém hiệu quả trong thực tế hoạt động tại Tập đoàn. Có sự kết hợp giữa giảng viên chuyên nghiệp cấp cao của các tổ chức đào tạo lớn và các nhà quản lý kinh nghiệm của Vinatex. Lần đầu tiên, lãnh đạo Tập đoàn và các DN tham gia trực tiếp giảng dạy nhiều nội dung, thiết kế thành chuỗi hoàn chỉnh, thành chủ đề, chứ không phải là các buổi nói chuyện mang nhiều tính ngẫu hứng. Điều quan trọng nhất là nỗ lực trang bị tư duy tự giải bài toán của đơn vị mình, mà không phải copy các mô hình thành công đã có của đơn vị bạn. Lãnh đạo là giảng viên bước đầu thực hành rõ rệt hơn vai trò người khai vấn của mình. Với nội hàm của người khai vấn là người giúp gợi mở vấn đề, đối thoại, hỗ trợ để nhân viên học cách thích ứng với môi trường thay đổi liên tục, sẵn sàng giải phóng năng lượng và chấp nhận đổi mới có cam kết. Quá trình đào tạo thiết kế dựa trên cách tiếp cận lãnh đạo là người khai vấn và tìm kiếm sự khai vấn trong phê bình.

LÃNH ĐẠO TRONG VAI TRÒ NGƯỜI KHAI VẤN

Trong quá khứ, nhìn chung mọi người đều bắt đầu sự nghiệp bằng một công việc chuyên môn cụ thể về kỹ thuật, chức năng… Làm tốt công việc này, với những đóng góp được ghi nhận sẽ có các bước thăng tiến, và cuối cùng trở thành người quản lý con người. Do vậy, tiêu chuẩn cũ của nhà quản lý là biết rõ những gì cần phải làm, có thể dạy người khác cách làm và đánh giá được hiệu suất của họ. Chỉ huy và kiểm soát là chức năng cốt lõi của nhà quản lý kinh điển, mục tiêu rất cụ thể là hướng dẫn, phát triển nhân viên hiểu được cách thức doanh nghiệp vận hành, tiếp tục tạo ra thành công cho DN.

Tuy nhiên, ngày nay khó có thể thực hiện theo cách đó; thay đổi nhanh chóng, liên tục và đột phá trở thành tiêu chuẩn mới. Mọi thành công trong quá khứ không còn là chỉ dẫn đảm bảo cho tương lai. Các nhà quản lý thế kỷ 21 đơn giản là không (chính xác là không thể) có được tất cả các lời giải đúng. Do vậy, mô hình chỉ huy và kiểm soát với một chỉ huy toàn tài, cùng với giám sát quá trình chặt chẽ, đang phải lùi dần và thay thế bởi một mô hình trong đó lãnh đạo là người hỗ trợ, hướng dẫn phương pháp, cách tiếp cận để nhân viên tuỳ tình hình thực tế đưa ra giải pháp linh hoạt. Một cách ngắn gọn nhất, lãnh đạo trở thành người "khai vấn - gợi mở vấn đề, trao đổi làm rõ, gợi ý, hướng dẫn tiếp cận xử lý vấn đề". Một nhà quản lý khai vấn là người đưa ra câu hỏi thay vì đưa ra câu trả lời, hỗ trợ nhân viên thay vì phán xét họ, tạo điều kiện cho họ phát triển thay vì chỉ định những việc họ phải làm. Khai vấn ở một góc nhìn khác lại mang ý nghĩa không chỉ chia sẻ kinh nghiệm của mình, hỗ trợ tư vấn cho nhân viên, mà còn góp phần khai phá ra các thế mạnh tiềm năng của nhân viên để tối đa hoá hiệu suất của chính họ.

Các phong cách khai vấn

Nhiều thông tin đưa vào hơn	**1 - chỉ đạo**	**4- tình thế**
Ít thông tin đưa vào hơn	**2- tự thân**	**3- phi chỉ đạo**
	Ít năng lượng kéo ra hơn	nhiều năng lượng kéo ra hơn

Người ta phân chia các phong cách khai vấn của lãnh đạo thành 4 nhóm:

1 Khai vấn chỉ đạo, là các lãnh đạo có kinh nghiệm rất sẵn lòng chia sẻ với nhân viên, tuy nhiên chủ yếu lại là chỉ dẫn cách làm. Điều này có mặt tích cực là nếu nhân viên học tập cẩn thận, cũng có thể có nhanh các kinh nghiệm thực tiễn. Tuy nhiên vì là cách thụ động và đã có cả giải pháp nên thường có ít thông tin đưa vào và cũng không khơi dậy (kéo ra) được nguồn năng lượng tiềm tàng của nhân viên.

2 Khai vấn tự thân, khi có một nhóm nhân viên tốt, có khả năng làm việc hiệu quả, năng suất thì nhà quản lý cần để cho họ chủ động làm việc.

3 Khai vấn phi chỉ đạo, là cách gợi mở, thảo luận, không có kết luận. Nhân viên tự đối đầu với tình hình, thử thách. Đây là cách rất khó vì phần lớn lãnh đạo, nhà quản lý quen khai vấn kiểu chỉ đạo.

4 Khai vấn tình thế, là cách khai vấn cân bằng nhất, tuỳ tình thế để khai vấn chỉ đạo hay phi chỉ đạo. Tuy nhiên, cần có sự chuẩn bị, nhà quản lý phải tập với phong cách phi chỉ đạo trước, đến khi thành bản chất mới áp dụng được khai vấn tình thế.

Rèn luyện năng lực phê bình - đổi mới - cải tiến trong đội ngũ

Rõ ràng, để thực hiện được phương thức đào tạo và tiếp cận công việc mang tính chất gợi mở, đặt vấn đề, hướng dẫn từ lãnh đạo khai vấn thì một phần quan trọng là năng lực tiếp nhận của cả lãnh đạo và nhân viên, mà ở đây trung tâm là khả năng phê bình, tiếp nhận phê bình, tạo niềm tin trong tổ chức. Khi còn nghi ngờ, mọi người có xu hướng giả định điều tồi tệ nhất, thậm chí còn quăng những lời khuyên hữu ích vào "sọt rác". Nếu không rèn luyện được kỹ năng tiếp nhận phê bình xu thế sẽ mặc nhiên quay lại hướng chỉ đạo - kiểm soát của lãnh đạo và chỉ biết thực hiện ở nhân viên mà chúng ta đã xác định là không còn phù hợp với môi trường biến động nhanh trong kinh doanh hiện nay.

6 BƯỚC ĐỂ TIẾP NHẬN PHẢN HỒI TỐT HƠN, XÂY DỰNG MÔI TRƯỜNG CÔNG VIỆC CÓ TƯƠNG TÁC

Tiếp thu phản hồi, nhất là trái chiều chưa bao giờ là dễ dàng. Ngay cả khi chúng ta nhận thức đó là điều cần cho sự phát triển cá nhân mình, và có niềm tin ở thiện chí của người phản hồi thì phản hồi vẫn có thể kích nổ tâm lí tiêu cực, cảm thấy mình bị đánh giá sai, bị lợi dụng… Người phản hồi có thể giỏi, có thể dở, phản hồi có thể đúng có thể sai, tuy nhiên, nếu xác định mục tiêu trung tâm là phát triển năng lực cá nhân thì cần tiếp tục khai vấn sâu hơn từ lãnh đạo, từ đồng nghiệp và kể cả nhân viên để tự tích luỹ năng lực phân tích, hình thành khả năng tạo đột phá. Trong thời đại thông tin và biến động nhanh như hiện nay, không thể có cách nào học hết mọi vấn đề, đào tạo chính yếu là tạo ra năng lực tiếp nhận và phân tích các phản hồi. Nó đã và đang trở thành năng lực gốc cho phát triển cá nhân.

1. ***Nắm rõ khuynh hướng phản ứng của mình trước các phản hồi***

Cần tự xác định lại khuynh hướng cá nhân của mình khi nhận các phản hồi: tức giận không tiếp nhận; lập tức phân bua, phản ứng ngược; im lặng tiếp nhận nhưng không quan tâm xem xét; bình tĩnh xem xét gạn lọc các phản hồi có ý nghĩa. Việc xác định khuynh hướng cá nhân nhằm rèn luyện cho mình khả năng bình tĩnh đón nhận phản hồi, lựa chọn thời điểm phù hợp nghiên cứu các phản hồi, tiếp cận tích cực với quan điểm phản hồi là thiện chí.

2. ***Tách bạch "vấn đề" khỏi "người phản hồi"***

Về mặt tâm lý, con người có những thiên kiến nhất định với các nhân sự khác, có người thân thiện, tin cậy; có người ít quan hệ, không hiểu nhau; có người là cảm giác không thân thiện. Chính vì vậy, khi tiếp nhận các nguồn phản hồi thường bị lấn át bởi ấn tượng về người phản hồi, trước khi xem xét đến nội dung phản hồi. Trong quá trình học tập và tự rèn luyện, một nội dung quan trọng đó là luôn phải tách bạch "vấn đề" ra khỏi "người phản hồi", đảm bảo một thái độ trung thực, vô tư khi tiếp nhận ý kiến khác.

3. ***Nghiêng về hướng khai vấn***

Với cán bộ quản lý, biết cách đặt vấn đề, lật đi lật lại vấn đề, tìm các cách tiếp cận khác nhau, biết đánh giá tác động trung-dài hạn của các quyết định là kỹ năng then chốt. Chính vì vậy, trong phản hồi và tiếp nhận phản hồi luôn cần duy trì được nghiêng về hướng khai vấn, tạo môi trường thảo luận, đặt câu hỏi gợi mở để huy động được sự tham gia của cấp dưới.

4. ***Phân tích phản hồi***

Kỹ năng phân tích phản hồi là kỹ năng tiếp theo cần rèn luyện sau khi đã hoàn tất tương đối các kỹ năng về tâm lý cá nhân trong công việc. Phân tích phản hồi chỉ hiệu quả khi dựa trên hiểu biết sâu sắc về vấn đề mình đặt ra, hiểu cả các vấn đề còn ẩn sau mệnh đề chính, có như vậy mới có thể phân tích và tìm ra phản hồi hiệu quả từ các nguồn.

5. ***Yêu cầu và điều hướng phản hồi***

Xác định được khâu còn hạn chế của chính mình, khâu mong đợi có nhiều phản hồi tích cực để hoàn thiện, qua đó điều hướng hay tạo sự tập trung của các phản hồi vào khu vực này. Thậm chí có thể đặt yêu cầu phản hồi về các nội dung cụ thể.

6. ***Thực hành nhỏ***

Sau phân tích phản hồi, phải mạnh dạn lựa chọn các phản hồi nhỏ để thử nghiệm. Đó cũng là cách để ta tin hơn ở phản hồi và các cá nhân góp ý cho ta.

Rõ ràng việc học và rèn luyện kỹ năng của cán bộ quản lý cấp cao, tham gia điều hành chung có rất nhiều khác biệt so với đào tạo chuyên môn cụ thể hay đào tạo quản lý cấp trung, những người vẫn dùng chuyên môn là chính. Cán bộ quản lý cấp cao bắt buộc phải thành thục kỹ năng đặt vấn đề, kỹ năng gợi mở, phân tách và xác định phạm vi vấn đề phù hợp nguồn lực hiện có. Đồng thời cán bộ quản lý có kỹ năng tiếp nhận, điều chỉnh và áp dụng các phản hồi có ý nghĩa. Lãnh đạo là người kiến tạo môi trường học tập, văn hoá khai vấn trong tổ chức, và là người giữ cho tổ chức mình luôn là một tổ chức học tập. Will Rogers (1879-1935) diễn viên hài nổi tiếng của Mỹ thập niên 20-30 thế kỷ 20 có một câu nói nổi tiếng "A man only learns in two ways, one by reading, and the other by association with smarter people" – (người ta có 2 cách học, 1 là đọc sách, 2 là chơi với người giỏi hơn mình). Lãnh đạo phải kết hợp nhuần nhuyễn và sử dụng cả 2 phương pháp đó.❑

CHƯƠNG TRÌNH

ĐÀO TẠO CÁN BỘ CẤP CAO

MỚI BỔ NHIỆM TẠI TẬP ĐOÀN VÀ CÁC DOANH NGHIỆP THÀNH VIÊN

Tập đoàn Dệt May Việt Nam quyết định tổ chức Chương trình Đào tạo Cán bộ cấp cao mới bổ nhiệm tại Tập đoàn và các doanh nghiệp thành viên, thông tin cụ thể như sau:

1. MỤC TIÊU:

- ✓ Trang bị kiến thức và thông tin định hướng chính thức của Tập đoàn về chiến lược phát triển, mô hình hoạt động;
- ✓ Trang bị kiến thức tối thiểu đảm bảo các cán bộ mới được bổ nhiệm hiểu và làm đúng trong các lĩnh vực chuyên môn khác ngoài chuyên môn sâu của mình;
- ✓ Trang bị kiến thức cơ bản về Luật doanh nghiệp, Luật chứng khoán và các vấn đề cần quan tâm trong khi ra quyết định điều hành;
- ✓ Trang bị, cung cấp năng lực đảm bảo nắm bắt được toàn bộ quá trình hoạt động trong doanh nghiệp, từ tài chính, sản xuất, nhân lực, thị trường.

2. ĐỐI TƯỢNG ĐÀO TẠO:

- Cán bộ mới được bổ nhiệm giai đoạn 2018-2022, chức danh từ Phó ban chức năng trở lên tại Tập đoàn và từ cấp GĐĐH, Phó TGĐ, Kế toán trưởng tại các đơn vị thành viên.

3. NỘI DUNG, PHƯƠNG PHÁP ĐÀO TẠO:

Tổng số học viên được triệu tập: 51 người, chia làm 2 lớp

Đào tạo lý thuyết 05 ngày, học tập trung cả 02 lớp – Trực tiếp tại Văn phòng Tập đoàn: đào tạo các chuyên đề liên quan đến:

- Chiến lược phát triển của Tập đoàn Dệt May Việt Nam;
- Quy chế quản lý của Tập đoàn: các quy chế về tài chính, nhân sự, quy chế hoạt động của HĐQT, Ban Kiểm soát;
- Quy định về Quản lý Người đại diện vốn, Đánh giá Người đại diện, Quy chế Đánh giá tín nhiệm doanh nghiệp;
- Các vấn đề về pháp luật trong doanh nghiệp: Luật doanh nghiệp, Luật chứng khoán…
- Đọc và phân tích báo cáo tài chính doanh nghiệp;
- Hệ thống báo cáo của doanh nghiệp với Tập đoàn;

- Đào tạo thực tế tại doanh nghiệp 05 ngày, chia 02 lớp (Lớp 1: 26 học viên, lớp 2: 25 học viên) – Trực tiếp tại các doanh n ghiệp: TCT CP Dệt May Hòa Thọ, CTCP Dệt May Huế, CTCP Sợi Phú Bài.

Tại đây, học viên trao đổi, học hỏi thực tế về:

1. Quản trị sản xuất nhà máy sợi, dệt nhuộm, may dệt thoi, may dệt kim;
2. Quản trị nhân lực tại doanh nghiệp
3. Quản trị đơn hàng, khách hàng
4. Quản trị chi phí
5. Kinh nghiệm thực tế trong quản trị hàng ngày tại doanh nghiệp theo ba mô hình quy mô: Tổng Công ty; Công ty có chuỗi sản xuất sợi – dệt – may; Công ty chuyên sợi
6. Xây dựng văn hóa doanh nghiệp

4. GIẢNG VIÊN:

- ✓ Lãnh đạo Tập đoàn;
- ✓ Lãnh đạo các doanh nghiệp miền Trung;
- ✓ Giảng viên trường Đại học Công nghiệp Dệt May Hà Nội;
- ✓ Chuyên gia bên ngoài.

5. KẾ HOẠCH THỰC HIỆN:

Dự kiến học từ cuối tháng 10/2022 – 11/2022.

NHÌN LẠI 9 THÁNG 2022

KIÊN ĐỊNH MỤC TIÊU CHIẾN LƯỢC LÀ GIẢI PHÁP TRỌNG TÂM ĐỂ TIẾP TỤC VƯỢT QUA THÁCH THỨC

Bài: **Ông LÊ TIẾN TRƯỜNG**
Bí thư Đảng ủy, Chủ tịch HĐQT Vinatex

9 tháng đầu năm 2022, ngành dệt may và Tập đoàn Dệt May Việt Nam đã trải qua nhiều cung bậc cảm xúc trái ngược nhau. Không khí hồ hởi phấn khởi quay lại sau sự tàn phá rất nặng nề của dịch Covid-19, cùng với một dự báo thị trường tươi sáng, đơn hàng và thoả thuận đơn hàng liên tiếp xác lập những kỷ lục mới về tăng trưởng. Lần đầu tiên chúng ta có tốc độ tăng trưởng quý 1 lên trên 40%, 6 tháng trên 35%, gấp 2 lần mức tăng chung của thị trường. Nhiều đơn vị có thỏa thuận đơn hàng đến hết tháng 9 ngay từ quý 1. Vinatex cũng đạt những mốc cao mới, trong 6 tháng đã hoàn thành kế hoạch lợi nhuận cả năm, riêng quý 2 là kỷ lục mới về lợi nhuận trước thuế của một quý đạt trên 600 tỷ đồng, vượt kỷ lục cũ trên 500 tỷ đồng của quý 4/2021.

Tuy nhiên, những dự cảm về thị trường bất ổn đã thấy ngay từ tháng 2 khi xung đột Nga - Ucraina xảy ra, cùng với nó là tin tức lạm phát lên cao ở các thị trường chính Mỹ, Nhật, liên minh Châu Âu, lãi suất FED liên tục lên cao. Đến quý 3, mọi dự báo trên thế giới đều ngược chiều hoàn toàn, giảm tới 75% so với tốc độ tăng trưởng dự báo năm nay khi chúng ta lập kế hoạch kinh doanh. Lạm phát cao nhất 40 năm, lãi suất cao nhất 30 năm, các đồng tiền mất giá so với USD bình quân 10-15%, kể cả với đồng nhân dân tệ.

Thị trường xoay chiều chỉ trong 2 tháng, đơn hàng quý 3, 4/2022 trở nên thiếu nghiêm trọng nhất là trong phân khúc hàng hoá cơ bản như dệt kim, sơ mi, quần âu. Đơn giá xuống thấp cả do cầu thấp và do tương quan tỷ giá Việt Nam đồng giảm nhẹ hơn các đồng tiền khác từ 7-10%. Ngành sợi, ngành chủ lực tại các đơn vị chi phối của Tập đoàn rơi vào trạng thái trầm lắng, thiếu hợp đồng, giá sợi rất thấp có thời điểm chỉ tương đương giá bông nguyên liệu. Các tín hiệu xấu của thị trường đã thể hiện rõ trong kết quả quý 3, với doanh thu hợp nhất của Tập đoàn dự kiến chỉ đạt 4.600 tỷ đồng, tuy vẫn cao hơn cùng kỳ 15%, nhưng đã thấp hơn bình quân doanh thu quý 1 và 2 gần 10%, trong khi theo thông lệ quý 3 có doanh thu bằng 110% quý 2, cho thấy thực tế đơn hàng và đơn giá đã tạo ra suy giảm doanh thu ~20% trong quý 3.

Về hiệu quả còn cho thấy sự sụt giảm mạnh hơn, nếu bình quân quý 1+2 lợi nhuận hợp nhất một quý đạt ~450-500 tỷ đồng, thì quý 3 chỉ ghi nhận mức lãi hợp nhất dự kiến ~200 tỷ, giảm trên 50% so với đầu năm, chỉ tương đương mức của những quý dịch Covid - 19 đang ở đỉnh điểm.

Nhìn về thị trường quý 4, tín hiệu chung là tiếp tục một quý khó khăn, lãi suất FED dự báo lên 4.4% như kế hoạch vào cuối năm, cầu chắc chắn vẫn ở xu hướng thu hẹp, ảnh hưởng cả đến đơn hàng năm 2023. Tình hình vĩ mô toàn cầu chưa ổn định, xác suất xảy ra khủng hoảng hoặc suy giảm mạnh đều đang tăng làm cho kế hoạch kinh doanh quý 1,2 năm 2023 đáng lẽ đến thời điểm thương thảo thì cũng đang bị tạm thời chậm lại. Giải quyết tồn kho, kéo dài thời hạn thanh toán, giảm giá mua, đặt đơn hàng nhỏ lẻ đang là hành động chủ đạo trên thị trường của các hãng thời trang và bán lẻ. Dự báo quý 4 sẽ tiếp tục ở mức như quý 3 dù cho quý 4 luôn là quý có doanh thu, hiệu quả cao nhất trong năm do tính mùa vụ.

Với dự kiến này, Tập đoàn vẫn hoàn thành vượt mức các chỉ tiêu năm 2022, đặc biệt là hiệu quả có thể vượt kế hoạch đại hội đồng cổ đông 25%, nhưng chỉ tương đương 97% năm 2021. Vấn đề quan ngại nhất chính là kế hoạch kinh doanh 2023 ở điều kiện tình hình thị trường lạnh và nhiều bất định.

Trong bối cảnh đó, lãnh đạo Tập đoàn đề nghị các doanh nghiệp triển khai một số giải pháp lớn sau:

1. ***Một là,*** kiên định mục tiêu chiến lược một điểm đến, tích cực củng cố và phát triển vị trí trong các chuỗi cung ứng, thể hiện năng lực là một thành viên tích cực có trách nhiệm trong chuỗi. Các dự báo đều cho thấy, xu thế lựa chọn một điểm đến đặt hàng của các khách hàng ngày càng gia tăng để giảm rủi ro đứt gãy chuỗi cung ứng cũng như gián đoạn logistic. Các thành viên trong chuỗi dù thị trường trầm lắng cũng sẽ suy giảm ít hơn so với các nhà sản xuất ngoài chuỗi, chỉ thực hiện một công đoạn theo hình thức gia công.

2. ***Hai là,*** dự báo cho thấy tốc độ suy giảm hàng phổ thông cao hơn hàng cao cấp, thậm chí hàng siêu cao (luxury) còn không giảm. Chính vì vậy, đảm bảo chất lượng tốt nhất, giao hàng đúng hẹn, sản xuất được đơn hàng nhỏ, nhiều mẫu kỹ thuật phức tạp là cách tiếp cận nhằm hạn chế suy giảm đơn hàng trong thời gian tới.

3. ***Ba là,*** gia tăng tỷ lệ sản phẩm có nguồn gốc tái chế, làm chủ công nghệ sản xuất các sản phẩm có hàm lượng nguyên liệu tái chế ngày càng cao. Nhận định chung cho thấy trong thời gian tới trên 50% nguyên liệu cho ngành dệt may sẽ có nguồn gốc tái chế, đây là thách thức về công nghệ, thiết bị mà nhà sản xuất muốn có đơn hàng phải vượt qua bao gồm nhưng không giới hạn ở năng lực thiết bị, công nghệ, thiết kế sản phẩm, nhân lực mới…

4. ***Bốn là,*** tiếp tục kiên định mục tiêu chuyển đổi số hệ thống quản lý. Đây là yêu cầu bức thiết của thị trường đòi hỏi các thành viên muốn tham gia một chuỗi cung ứng phải sử dụng chung một "ngôn ngữ" quản trị, chia sẻ thông tin trực tuyến với họ mà không có hệ thống số hoá thì không thể đáp ứng được.

5. ***Năm là,*** tiếp tục đẩy mạnh đào tạo cán bộ, trong ngắn hạn bù lấp chất lượng nhân lực thiếu, nhưng quan trọng hơn là trang bị kiến thức, kỹ năng tương thích với môi trường kinh doanh đang chuyển đổi.

6. ***Sáu là,*** tiết kiệm mọi chi phí không tạo ra giá trị gia tăng thông qua rà soát, hợp lý hoá. Thận trọng trong quản trị nguồn lực tài chính khi điều kiện thị trường nhiều bất định, có thể thay đổi rất nhanh trong một thời gian ngắn theo các chiều kích ngược nhau.

Đây là thời điểm đang chuẩn bị cho kế hoạch kinh doanh 2023, lãnh đạo Tập đoàn đề nghị từng doanh nghiệp đánh giá chi tiết, tiếp cận thông tin tin cậy với các thị trường và khách hàng của mình nhằm nhận diện sát nhất tình hình một cách khoa học, đồng thời chuẩn bị ngay giải pháp khắc phục các thiếu hụt của tệp khách hàng, thị trường hiện hữu. Quan điểm chung là nhận diện đúng tình hình nhưng đề ra kế hoạch khả thi với quyết tâm cao, duy trì tốc độ phát triển của doanh nghiệp. Cần tránh rơi vào xây dựng kế hoạch phòng thủ dẫn tới nếu thị trường xoay chiều thì không đủ nguồn lực đáp ứng. Chúng ta tin tưởng rằng với phương pháp chuẩn bị từ sớm, từ xa, tiếp cận khoa học, thận trọng nhưng quyết tâm cao, cùng với bài học kinh nghiệm quản trị trong biến động thời gian qua, chúng ta nhất định vượt qua thử thách thị trường đưa Tập đoàn tiếp tục phát triển đúng định hướng chiến lược đã đặt ra.❑

LINH HOẠT GỠ KHÓ, QUYẾT TÂM CÁN ĐÍCH 2022

Bài: Ông CAO HỮU HIẾU
Tổng Giám đốc Vinatex

Chúng ta đã đi được ba phần tư quãng đường "gập ghềnh" của năm 2022, kết quả sản xuất kinh doanh đến thời điểm này rất đáng tự hào, là sự cố gắng của toàn thể cán bộ công nhân viên trong toàn hệ thống Vinatex. Một phần tư chặng đường còn lại thực sự khó khăn, nhưng với sự đoàn kết, trí tuệ, linh hoạt, chủ động, quyết đoán, chúng ta có thể tin tưởng rằng sẽ cán đích kế hoạch đề ra. Đồng thời, cũng với tinh thần đó, chúng ta sẽ tiếp tục vững bước sang năm 2023, một năm được dự báo là đầy khó khăn, thử thách, nhưng chắc chắn cũng sẽ không thiếu những cơ hội.

Ông Cao Hữu Hiếu
Tổng Giám đốc Vinatex

THỊ TRƯỜNG ĐẢO CHIỀU, DOANH NGHIỆP KHÓ

9 tháng đầu năm 2022, tăng trưởng kinh tế Việt Nam đạt mức 8,83%, lạm phát bình quân được kiểm soát ở mức 2,73%. Đồng thời, đảm bảo ổn định vĩ mô và các cân đối lớn của nền kinh tế, đây là một thành công, được các tổ chức tài chính quốc tế đánh giá cao.

Kim ngạch xuất khẩu 9 tháng cả nước đạt 282,52 tỷ USD, tăng 17,3% so với cùng kỳ năm trước. Có thể nói nền kinh tế trong 9 tháng qua có nhiều điểm sáng, tuy nhiên chúng ta cần nhận diện các khó khăn, thách thức đang và sẽ phải đối mặt. Đó là hệ lụy của dịch Covid-19; khủng hoảng Nga-Ukraine; Fed và Ngân hàng trung ương các nước liên tục tăng lãi suất với mức cao làm cho đồng USD tăng giá rất mạnh so với các đồng tiền khác trên thế giới, tác động tiêu cực đến tỷ giá, lãi suất, giá trị đồng tiền Việt Nam.

Kim ngạch xuất khẩu toàn ngành dệt may Việt Nam 9 tháng năm 2022 ước đạt 35 tỷ USD, tương đương bình quân mỗi tháng đạt 3,7 - 3,8 tỷ USD, nhưng dự kiến 3 tháng cuối năm bình quân chỉ xuất khẩu được khoảng 3,1 - 3,2 tỷ USD/tháng do lo ngại lạm phát, tồn kho tăng cao tại nhiều thị trường lớn. Dù vậy, chúng ta cũng kỳ vọng ngành dệt may vẫn có cơ hội cán đích mục tiêu xuất khẩu 43 - 44 tỷ USD trong cả năm.

Đối với Tập đoàn Dệt May Việt Nam, trong 9 tháng qua là giai đoạn những thuận lợi và khó khăn đan xen. Bất ổn về thị trường do dịch bệnh Covid-19 và cuộc xung đột Nga – Ukraine gần như không làm ảnh hưởng đến hoạt động sản xuất kinh doanh 6 tháng đầu năm của Tập đoàn. Kết quả sản xuất kinh doanh 6 tháng rất thuận lợi với doanh thu và lợi nhuận hợp nhất đã vượt kế hoạch cả năm. Tuy nhiên, ngay từ những tháng đầu của quý 2, Lãnh đạo Tập đoàn cũng đã nhận định, dự báo tình hình thị trường sẽ diễn biến xấu trong nửa cuối năm 2022, đặc biệt là quý 4 và đã có những định hướng cho các đơn vị sản xuất từ khá sớm. Đây là một trong những yếu tố giúp kết quả sản xuất kinh doanh 9 tháng năm 2022 vẫn tương đối khả quan. Doanh thu hợp nhất 9 tháng ước

Công nhân Nhà máy Sợi Vinatex Nam Định

đạt khoảng 14.000 tỷ đồng, bằng 79% kế hoạch, lợi nhuận hợp nhất trước thuế ước đạt 1.150 tỷ đồng, cao hơn 24% so với kế hoạch. Tuy nhiên, ngay trong tháng 9, những dự báo thị trường bất lợi trước đó đã thực sự xảy ra và ảnh hưởng trực tiếp tới hầu hết các doanh nghiệp trong Tập đoàn. Vì vậy, hoạt động sản xuất kinh doanh trong quý 4 chắc chắn sẽ vô cùng khó khăn.

Với ngành Sợi, ba tháng cuối năm sẽ đối mặt với những diễn biến rất bất lợi. Ngay từ đầu năm, khi cuộc xung đột Nga-Ukraine xảy ra khiến tình hình thế giới bất ổn, giá dầu tăng đột biến thì giá bông nguyên liệu và giá sợi thành phẩm đã có những diễn biến trái chiều. Giá bông nhập khẩu tại thị trường Việt Nam liên tục tăng, giá bông tháng 9 tăng khoảng 46% so với thời điểm đầu năm 2022. Trong khi giá sợi xuất khẩu trung bình của Việt Nam có xu hướng giảm mạnh từ cuối tháng 5 năm 2022, hiện ở quanh mức 2,8 USD/kg sợi, giảm 15% so với thời điểm đầu năm 2022. Đỉnh điểm là thời điểm tháng 9 năm 2022, giá bông đưa vào sản xuất tại các đơn vị trong Tập đoàn và giá bán sợi trung bình đã ngang bằng nhau, doanh nghiệp lỗ toàn bộ phần biến phí. Dự báo, trong các tháng cuối năm 2022, giá bông đưa vào sản xuất tại các đơn vị vẫn tiếp tục cao do đã mua tại thời điểm giá bông đang đạt đỉnh, trong khi tình hình thị trường sợi vẫn ảm đạm. Các đơn vị sản xuất sợi gần như chắc chắn phải lường trước khả năng lượng sợi tồn kho tăng cao, lỗ rất sâu, các đơn vị phải cân nhắc giảm sản xuất hoặc dừng sản xuất có lựa chọn.

Các đơn vị sản xuất may cơ bản thuận lợi trong 9 tháng, xuất khẩu tăng mạnh so với cùng kỳ. Tổng KNXK hàng may mặc của Tập đoàn đạt 1.401 triệu USD, tăng 27% so với cùng kỳ năm 2021. Tuy nhiên, từ tháng 8 đơn hàng may giảm xuống do cầu thế giới giảm, đặc biệt là tại 2 thị trường Mỹ và EU là những thị trường chính của dệt may Việt Nam, giá giảm khoảng 30%, tiến độ cung ứng nguyên phụ liệu chậm dưới tác động của chính sách Zero-Covid của Trung Quốc, khủng hoảng logistics, lao động biến động… Thị trường may được dự báo sẽ trầm lắng hết quý 4 và kéo dài sang năm 2023. Dự kiến quý 4, doanh thu ngành may sẽ chững lại, chỉ bằng 20% kim ngạch xuất khẩu dự kiến cả năm (1.765 triệu USD).

Bên cạnh đó, thị trường tài chính tiền tệ cũng ảnh hưởng khá tiêu cực đến hoạt động sản xuất kinh doanh của các doanh nghiệp. Mặc dù, tỷ giá USD/VND tiếp tục tăng khoảng 15 điểm lên quanh mức 23.715 VNĐ/USD, mất giá 3,8% so với đồng USD, nhưng đây là mức thấp nhất trong các quốc gia xuất khẩu dệt may, đồng nghĩa với việc các DN xuất khẩu dệt may Việt Nam mất lợi thế cạnh tranh về giá. Dự báo trong những tháng cuối năm 2022, tỷ giá USD tiếp tục tăng khoảng 4% so với đầu năm (lên mức 23.900-24.000 VNĐ/USD). Lãi suất cho vay đồng USD cuối năm 2022 cũng được dự báo tăng 0,5 – 1%, đưa lãi suất cho vay ngắn hạn lên 5 – 5,5%. Lãi suất cho vay đồng Việt Nam kỳ hạn 6 tháng hiện nay của các NHTM đang giao dịch quanh mức 8,5 – 9%, cuối năm 2022 dự kiến cũng sẽ tăng thêm 0,5%-1% so với hiện nay, duy trì ở mức khoảng 9% đến 10%. Với mức tăng tỷ giá và lãi suất như hiện nay, dự tính chi phí tài chính của các doanh nghiệp Tập đoàn trong năm 2022 tăng khoảng 100 tỷ so với 2021.

NỖ LỰC ỨNG PHÓ

Trước những nhận định không mấy khả quan như vậy, các doanh nghiệp trong Tập đoàn cần thận trọng nhưng cũng phải hết sức bình tĩnh để có thể ứng biến nhịp nhàng với tình hình biến động của thị trường. Trong quý 4 năm 2022, các giải pháp điều hành sản xuất kinh doanh cần linh hoạt, trọng tâm với các lưu ý sau:

- Giữ vững lực lượng lao động, đảm bảo các điều kiện tốt nhất để có thể triển khai sản xuất trong mọi tình huống;
- Tăng cường sự phối hợp giữa các đơn vị trong Tập đoàn, sử dụng sản phẩm của nhau để hoàn thiện chuỗi cung ứng trọn gói của Tập đoàn, đồng thời giúp tiêu thụ sản phẩm, giảm tồn kho tại các đơn vị;
- Nhanh chóng hoàn thiện hệ thống quản trị trên nền tảng số của Tập đoàn, đáp ứng nhu cầu quản trị nhanh chóng, tức thời;
- Duy trì và ổn định chất lượng sản phẩm: Trong những thời điểm thị trường khó khăn như hiện nay, chất lượng luôn là một trong những tiêu chí hàng đầu của khách hàng khi lựa chọn nhà cung cấp;
- Bố trí sản xuất linh hoạt, tận dụng tối đa các đơn hàng, kể cả các đơn hàng ngắn để đảm bảo duy trì sản xuất và giữ chân người lao động;
- Cân đối lượng tồn kho và tiêu thụ để đảm bảo dòng tiền, đặc biệt là các doanh nghiệp sản xuất sợi;
- Chuẩn bị sẵn sàng các nguồn lực để có thể tổ chức sản xuất chủ động ngay khi thị trường có các tín hiệu khởi sắc.

Sản phẩm dệt may là một trong những nhu cầu thiết yếu của con người, cũng giống như nhu cầu về lương thực. Việc sản xuất kinh doanh sản phẩm dệt may đôi khi cũng mang tính chất mùa vụ, việc được mùa mất giá và ngược lại không còn quá xa lạ với các doanh nghiệp sản xuất. Bên cạnh đó, các thông số thị trường không bao giờ là bất biến, bất cứ một yếu tố nào đó thay đổi cũng sẽ kéo theo những hệ quả đối với kết quả sản xuất kinh doanh. Là người quản lý trong lĩnh vực sản xuất, chúng ta cần phải biết nắm bắt, tận dụng tốt những cơ hội thị trường, nhưng đồng thời cũng phải biết dũng cảm chấp nhận những tình huống khó khăn, tiêu cực. Điều quan trọng là chúng ta có đầy đủ thông tin cần thiết để ra quyết định một cách nhanh chóng, kịp thời, chính xác; có đầy đủ nguồn lực để triển khai nhiệm vụ ngay cả trong những điều kiện bất thường; có hệ thống quản trị chặt chẽ, linh hoạt để có thể thay đổi tức thời kế hoạch sản xuất theo các yếu tố thị trường. Và trong những giai đoạn thị trường khó khăn như hiện nay, điều quan trọng nhất là chúng ta cần một người quản lý thông minh, quyết đoán và dám chịu trách nhiệm.

Trong quý 4 tới, Lãnh đạo, Cơ quan điều hành và các Ban chức năng của Tập đoàn sẽ tiếp tục đồng hành cùng các doanh nghiệp để quyết tâm giữ vững những thành quả đã đạt được, đảm bảo mức rủi ro thấp nhất, hoàn thành tốt kế hoạch sản xuất kinh doanh năm 2022. Các ban Kinh doanh cũng cần phát huy tốt hơn nữa vai trò của mình trong việc cung cấp đầy đủ, kịp thời thông tin thị trường; tư vấn cho các doanh nghiệp về công nghệ, mặt hàng ưu tiên sản xuất; điều phối việc sản xuất và tiêu thụ sản phẩm trong chuỗi cung ứng của Tập đoàn.❑

> “Trong những giai đoạn thị trường khó khăn như hiện nay, điều quan trọng nhất là chúng ta cần một người quản lý thông minh, quyết đoán và dám chịu trách nhiệm.

TẬN DỤNG LỢI THẾ ĐỂ TẠO ĐÀ CHO NĂM 2023

(PV ghi tại Hội nghị sơ kết 9 tháng, triển khai kế hoạch Quý 4/2022 và dự báo tình hình sản xuất kinh doanh năm 2023 của BTV, CQĐH Vinatex)

ÔNG ĐẶNG VŨ HÙNG - THÀNH VIÊN HĐQT VINATEX:

Tận dụng nguồn lực, hệ thống đã đầu tư để tăng liên kết cùng hướng về thị trường, khách hàng

Kết quả của năm 2022 nhìn vào tổng thể thấy khả quan nhưng thực tế ngành Sợi đang có những khó khăn khi chuỗi đang xây dựng là hướng tới một ngành dệt kim chủ lực. Trong khi thị trường đi xuống thì khách hàng vẫn lựa chọn những doanh nghiệp có chuỗi cung ứng trọn gói. Vì vậy, chúng ta cần phải xây dựng chuỗi cung ứng với những doanh nghiệp mạnh trong Tập đoàn như Dệt May Huế, Hanosimex, Hòa Thọ… để kết nối với vải. Hiện tại, chúng ta vẫn còn hạn chế trong lĩnh vực thị trường, vì vậy cần có chiến lược, đầu tư thực sự thì mới có thể an toàn hơn.

Mặt hàng dệt kim như đồ mặc ở nhà, bộ đồ ngủ, thời trang, đồng phục… có thị trường rất rộng và tốc độ giảm rất nhanh nhưng quay lại cũng vậy. Quý 3/2022, mặt hàng dệt kim giảm mạnh nhất lên tới 70-80% nhưng có thể cuối quý 4 sẽ quay trở lại. Vì vậy chúng ta cần có chuỗi cung ứng để sẵn sàng đáp ứng nhanh cho khách hàng. Các tập đoàn bán lẻ lớn trên thế giới trong quí II vừa qua đã phải giảm giá rất sâu để giảm hàng tồn và tập trung vào mặt hàng thiết yếu, lợi nhuận có thể mất đi từ 85-90%. Tuy nhiên, những thương hiệu cao cấp lại ít bị ảnh hưởng hơn. Trong phân khúc cao, thấp, trung bình chúng ta cũng có cơ cấu trong hệ thống may mặc để giúp hoạt động ổn định khi không dồn vào bất kỳ phân khúc nào. Trong năm 2023, nhiều nhà bán lẻ đã yêu cầu các nhà cung ứng đóng hàng để lấy.

Các doanh nghiệp đa dạng mặt hàng như Hòa Thọ sẽ bị tác động ít hơn so với các doanh nghiệp chỉ làm một mặt hàng hoặc chỉ phát triển trong một thị trường hẹp. Năm 2022, hệ thống bán lẻ phụ thuộc chủ yếu vào công nghệ và người mua không phải theo ý của mình mà mua theo gợi ý. Các hệ thống bán lẻ có hệ thống trao đổi và phản hồi với người tiêu dùng để họ có thể hỏi về dữ liệu màu sắc, phong cách, kiểu dáng và cả loại vải sử dụng. Vì vậy các doanh nghiệp cũng cần phải đầu tư mạnh về công nghệ để trở thành đối tác của các khách hàng lớn. Các nhà cung ứng đang đòi hỏi phải có kết nối với hệ thống của họ trên nền tảng số và như vậy thì chu kỳ phát triển sản phẩm sẽ rút ngắn lại. Trước đây để hoàn thành một mẫu sẽ mất khoảng 3 tuần bây giờ khách hàng muốn rút xuống còn 5-7 ngày.

Các doanh nghiệp May cần đầu tư vào các phòng phát triển, sản xuất mẫu để nắm kịp xu thế kỹ thuật số. Trong thời gian tới, những nền tảng này sẽ được tích hợp lên hệ thống đánh giá thương hiệu. Các nhà bán lẻ muốn giữ được khách hàng phải đáp ứng và đưa ra những cải tiến nhanh nhất trên nền kỹ thuật số. Công nghệ mô phỏng sản phẩm được đa số các nhà bán lẻ có thương hiệu đang đi theo hướng này. Dần dần họ sẽ chọn lọc ra các nhà cung ứng có nền tảng chuỗi kết hợp.

Vấn đề tiếp theo là thân thiện với môi trường từ xơ sợi… Ngành Sợi cần có những doanh nghiệp đầu tư vào xơ tái chế. Việc đầu tư lớn về công nghệ tái chế đòi hỏi các doanh nghiệp may mặc của Tập đoàn phải hình thành chuỗi hoạt động lúc đó mới thúc đẩy việc đầu tư vào phát triển nguyên liệu.

Kế hoạch SXKD đặt ra cho năm 2023 cần có những nhìn nhận và định hướng cụ thể. Chiến lược đầu tư phải được vận hành một cách tốt nhất. Các doanh nghiệp trong nước cần cùng nhìn nhận và kết hợp lại trong hoạt động để tận dụng được những nguồn lực, hệ thống đã đầu tư tăng tính liên kết cùng hướng về thị trường, khách hàng đem lại hiệu quả song hành trong thời gian tới.

ÔNG PHẠM VĂN TÂN - PHÓ TỔNG GIÁM ĐỐC THƯỜNG TRỰC VINATEX:

Doanh nghiệp cần nâng cao năng lực về quản trị dòng tiền

Sau 24 năm, lần đầu tiên Nhật Bản nâng lãi suất đồng Yên sau cuộc khủng hoảng tài chính năm 1998 để hỗ trợ tỷ giá, cùng với đó chính sách nới lỏng tiền tệ giai đoạn Covid-19 và khủng hoảng xung đột Nga – Ukraine có xu hướng gia tăng dẫn đến khả năng suy thoái kinh tế trên toàn cầu. Lạm phát tại Mỹ, EU cao nhất trong 40 năm qua... là một trong những yếu tố "bất lợi" của các nền kinh tế trên thế giới, dự báo một "bức tranh" ảm đạm của quý 4/2022 và năm 2023.

Trong phiên họp ngày 21 và 22/9 của FED, các thành viên FOMC đánh giá về chính sách tiền tệ với dự báo kết thúc 2022 mức lãi suất sẽ ở khoảng 4,3% - 4,5%, với dự báo mức cao nhất là 4,7% - 4,9% trong năm 2023. Cùng với đó là nhận định rủi ro suy giảm GDP của Mỹ tiếp tục tăng lên, lạm phát có thể "đạt đỉnh" vào quý 4/2022. Năm 2023, tăng trưởng của quốc gia này có thể dưới 2% với biên độ rộng, thậm chí có thể xảy ra tăng trưởng âm. Điều này có thể dẫn tới những dự báo không mấy "khả quan" về tỷ lệ thất nghiệp tại Mỹ có thể gia tăng trong năm 2023, xoay quanh ngưỡng 4%. Những yếu tố này khiến FED phải đưa ra các chính sách tiền tệ thắt chặt hơn nữa nhằm đạt mục tiêu lạm phát năm 2023 ở ngưỡng 2%.

Tại Việt Nam, ngay sau cuộc họp của FED tăng 0,75 điểm lãi suất, Ngân hàng Nhà nước lập tức tăng lãi suất tái cấp vốn lên 5%/năm, tái chiết khấu lên 3,5%/năm và mức lãi suất tối đa áp dụng đối với tiền gửi không kỳ hạn và có kỳ hạn dưới 1 tháng là 0,5%/năm; với tiền gửi có kỳ hạn từ 1 tháng đến dưới 6 tháng là 5,0%/năm... khiến cho các ngân hàng trong nước đồng loạt tăng thêm 1% lãi suất cho vay từ tháng 10/2022, với lãi suất không kỳ hạn của các ngân hàng lần đầu tiên chạm ngưỡng 7%. Cùng với lãi suất tiền vay tăng, giá bán trung bình các thiết bị, hãng máy sản xuất sợi đều tăng từ 15 – 20% so với đầu năm

2021, thời gian giao hàng cũng tăng thêm trung bình khoảng 2 lần, cao nhất 24 – 25 tháng (trước đó là 12-14 tháng).

Nhiều khó khăn "bủa vây" liên quan đến chi phí vận hành, tỷ lệ biến động lao động của các DN cũng tăng từ 28% năm 2021 lên khoảng 30% của năm 2022. Cùng với đó, thu nhập bình quân của người lao động tăng khoảng 12%, từ 8,09 triệu đồng/người/tháng năm 2019 lên 9,6 triệu/người/tháng cũng khiến cho DN tăng thêm "gánh nặng" vào chi phí vận hành của doanh nghiệp.

Nhiều khả năng "dư âm" của 2022 sẽ kéo sang 2023 với nhiều dự báo về lãi suất cho vay VNĐ sẽ tăng thêm 0,5 - 1% ở mức 10% - 11%. Lãi suất cho vay đồng USD cuối năm 2022 tăng 0,5-1%, khiến lãi suất vay ngắn hạn lên 5% - 5,5%. Tỷ giá đồng USD tiếp tục tăng, đạt mức 1 USD ~ 24.300 VNĐ, tỷ giá EUR/USD khoảng 0,95.

Giá nguyên phụ liệu có thể vẫn ở mức cao, trong đó giá xơ có thể chưa giảm ngay do tác động của giá dầu vẫn neo cao; Giá điện dự kiến tăng 6-8% so với năm 2022, chi phí tiền lương có thể tiếp tục tăng khoảng 5% và 10% (đối với đơn vị có tỷ lệ biến động lao động cao) so với năm 2022.

Do đó, năm 2023 các DN cần phải đảm bảo khả năng thanh toán trong các hoạt động, tận dụng tối đa room tín dụng để thương lượng với các tổ chức tín dụng nhằm có được ưu đãi về lãi suất vay. Cùng với đó là nâng cao năng lực quản trị nội bộ về quản trị dòng tiền (tồn kho và phải thu), quản trị tài sản và hiệu quả nhằm "tiết kiệm" tối đa chi phí vận hành, gia tăng về biên lợi nhuận.

Với các DN giao dịch, mua hàng hay vay bằng đồng USD, cần liên kết hệ thống để cân đối, tích trữ và chuẩn bị nguồn USD trả nợ trong điều kiện tỷ giá USD tăng cao hoặc chủ động liên kết giữa các đơn vị có nhu cầu mua bán đồng USD qua ngân hàng để được tỷ giá có lợi nhất; Tiếp tục tìm các giải pháp tín dụng và phân tích lựa chọn đồng tiền thanh toán mua thiết bị đảm bảo tính chất ngắn hạn và dài hạn.

ÔNG NGUYỄN ĐỨC TRỊ - PHÓ TỔNG GIÁM ĐỐC VINATEX:

Đa dạng hóa thị trường là yêu cầu bắt buộc

Ngành Sợi xác định khó khăn còn kéo dài không những trong quý 4/2022 mà sang cả quý 1, 2/2023. Trước tình hình hết sức khó khăn, theo định hướng chỉ đạo của Cơ quan điều hành Tập đoàn, ngành Sợi sẽ quyết tâm, hạn chế tối đa thua lỗ trong quý 4 để đảm bảo giữ lợi nhuận toàn bộ DN sợi đạt 37 tỷ đồng.

Ban SXKD Sợi đã đưa ra các giải pháp trọng tâm là: Tiếp tục phát huy năng lực, lợi thế của từng đơn vị như Phong Phú, Việt Thắng… để tạo ra lợi thế nhất định. Qua kết quả chung có thể thấy, những đơn vị làm thị trường tốt thì có hiệu quả tốt hơn và hạn chế tối đa lỗ trong thời gian đi xuống. Bên cạnh đó là đẩy mạnh phương thức bán hàng, giảm tối đa tồn kho và cân đối nguồn tiền. Phát huy khả năng phân tích của các nhóm về thị trường, kịp thời có những dự báo để từ đó đưa ra những quyết sách cho việc mua bông, xơ, bán sợi.

Trong tình hình như vậy, việc đa dạng hóa thị trường là yêu cầu bắt buộc vì khi chỉ lệ thuộc vào 1 thị trường, DN sẽ gặp rất nhiều khó khăn. Cần cân đối lại cơ cấu sản xuất của ngành Sợi trong thời gian này. Phải giữ vững được người lao động để khi thị trường sáng trở lại sẽ đảm bảo lực lượng để sản xuất…

Đối với ngành May hiện nay, thông tin cho biết thị trường sẽ xấu đến quý 1/2023 và khả năng sẽ kéo sang tận quý 2. Việc tăng lãi suất, lạm phát tại các quốc gia sẽ không dừng lại trong quý 1/ 2023. Đối với những doanh nghiệp tốt có thị trường và khách hàng thì vẫn giữ được một lượng nhất định. Trong tháng 8,9 vừa qua, chúng tôi đã làm việc với rất nhiều khách hàng, họ đều nhận định thị trường đang rất khó nhưng sẽ không từ bỏ thị trường Việt Nam.

Đối với Việt Nam, kim ngạch xuất nhập khẩu của Việt Nam dự kiến đạt 800 tỷ USD trong năm 2022 sẽ kéo theo những khách hàng có điều kiện đến với Việt Nam. Đối thủ của Việt Nam là Bangladesh thì logictics còn kém phát triển nên đây cũng là những điểm sáng mà chúng ta không nên quá lo lắng.

Với các giải pháp cho ngành May thì Hòa Thọ và Dệt May Huế đang tập trung rất nhiều cho giải pháp thị trường. Bên cạnh các dự báo của Tập đoàn thì các doanh nghiệp đã nâng cao tầm dự báo, đánh giá, phân tích thị trường để đưa ra những dự báo chính xác. Khai thác thêm nguồn khách hàng từ Tập đoàn, hội chợ, các chương trình xúc tiến thương mại… Xây dựng đội ngũ nắm vững công tác thị trường, đối với những doanh nghiệp lớn, mạnh cần phải có đội ngũ làm thị trường thật tốt tại các thị trường chính như Mỹ, EU, Nhật...

Khai thác nguồn nguyên liệu để đáp ứng các FTA và yêu cầu của khách hàng, xây dựng hệ thống quản trị ngành May tiên tiến trong đó số hóa và liên kết được với khách hàng thì mới có thể phát triển bền vững. Xây dựng công tác quản trị rủi ro; đồng thời phải có những nhà máy tiên tiến, hiện đại, xanh, năng suất cao và bảo vệ môi trường. Hiện nay, Hòa Thọ và Dệt May Huế đang xây dựng những trung tâm định hướng phát triển mới của ngành May và dự kiến đưa vào hoạt động trong tháng 10 này.

ÔNG LÊ TRUNG HẢI - PHÓ TỔNG GIÁM ĐỐC VINATEX:

Nâng chất lượng, tiêu chuẩn sản phẩm để giữ chân khách hàng

Thị trường hiện nay cho thấy một số nhận định.

Thứ nhất: Khách dệt kim đa phần giảm sản lượng. Vì giảm sản lượng nên họ co nhà cung ứng lại và làm thế nào để chúng ta có thể lọt vào các nhà cung ứng trong 70% sản lượng của họ là một vấn đề cần suy nghĩ đối với các doanh nghiệp thuộc Tập đoàn.

Thứ hai: Khi khách hàng giảm sản lượng thì sẽ rút ngắn chuỗi cung ứng và thực tế FDI đã có kế hoạch giảm khoảng 3.000 lao động từ giờ cho đến cuối năm nay và chúng ta cần có chính sách để đối phó.

Thứ ba: Vì giảm sản lượng nên chất lượng bị siết rất chặt. Vì vậy, chúng ta phải nâng chất lượng, tiêu chuẩn lên để giữ chân được khách hàng.

Thứ tư: Vấn đề ảnh hưởng không nhỏ đến doanh nghiệp dệt kim đó là thời gian thanh toán có thể lên đến 120 ngày. Do đó, các công ty cần chuẩn bị để đảm bảo duy trì được hoạt động.

Thứ năm: Là khả năng phá sản của các tập đoàn. Một dự báo của Tạp chí lớn tại Mỹ, châu Âu chuyên ngành về kinh tế đã nêu rõ 100 tập đoàn có khả năng phá sản trong năm 2023. Cho nên, chúng ta cần lập kế hoạch theo những dự báo hiện nay, cập nhật thêm theo từng tháng vì tình hình đang có những chuyển biến rất nhanh để đưa ra những đối sách kịp thời về mặt tài chính và các hoạt động khác.

Nguy cơ tiếp theo đối với các doanh nghiệp Việt Nam là lượng tiền rút ra sẽ dẫn đến lạm phát tăng vì vậy việc tăng lãi suất sẽ là rất nhanh. Vì vậy, dòng tiền của các đơn vị cần phải chuẩn bị như thế nào nhất là đối với các doanh nghiệp sợi.

Cuối cùng, chúng ta cần phải xem lại tối ưu hóa lợi thế của mình vì theo dự báo của thị trường vì vàng có thể sẽ tăng giá, lãi suất ngân hàng sẽ tăng, chúng ta cần chuẩn bị, rà soát lại tất cả để vượt qua giai đoạn thử thách này.

ÔNG NGUYỄN SONG HẢI - PHÓ TỔNG GIÁM ĐỐC VINATEX:

Tái cấu trúc và đổi mới định hướng theo xu hướng chung là xanh và tái chế

Những thuận lợi của 9 tháng năm 2022 đã ở sau lưng và trước mắt là hết sức khó khăn. Đối với mặt hàng dệt kim sau thời gian dịch bệnh, làm việc online ở nhà nhu cầu tăng lên nên chúng ta chưa dự báo được. Trong khi đó các khách hàng lại mua số lượng quá lớn nên khi dịch bệnh kết thúc mặt hàng dệt kim đã giảm đột ngột và các khách hàng phải thuê thêm kho chứa hàng…

Theo nhận định nếu sớm thì tháng 2,3 còn nếu không phải tháng 5,6 năm 2023, thị trường mới phục hồi. Như vậy, vải dệt kim phải tháng 2 mới phục hồi và sợi thì phải tháng 7,8 sang năm mới có thể có nhu cầu trở lại và ngành Sợi xác định còn khó khăn gần 1 năm nữa và phải chờ 10 năm nữa mới có những kết quả như 6 tháng đầu năm nay.

Năm 2023 có thể nói là năm thử thách khó khăn nhất của giai đoạn 2020 – 2025. Đối với ngành dệt kim của Vinatex cần phải tái cấu trúc và đổi mới định hướng theo xu hướng chung là xanh và tái chế. Nếu chỉ làm theo các đơn hàng truyền thống thì sẽ không thể tồn tại và phát triển được.

Trong thời gian vừa qua, qua làm việc với các đối tác thì từ tháng 11 này sẽ có đơn hàng đầu tiên 500 tấn vải tái chế cho các doanh nghiệp dệt kim trong 3 tháng 11,12/2022 và tháng 1/2023. Trong năm 2023 sẽ ký hợp đồng 3.600 tấn và sau đó sẽ cung cấp vải tái chế cho khách hàng Mỹ, Nhật tổng cộng nhu cầu khách hàng có thể đặt 12.000 -15.000 tấn/năm. Nếu đáp ứng được yêu cầu và tham gia chuỗi cung ứng vải tái chế thì ngành dệt kim mới có hy vọng tiếp tục phát triển.

Đối với ngành vải dệt kim trong năm 2023, theo nhận định sẽ thuận lợi hơn vì năm 2022 đã xuống quá thấp. Các khách hàng lớn đang đợi dịp Noel và năm mới để giải phóng hết hàng tồn và bắt đầu một chu kỳ sản phẩm dệt kim mới…

ÔNG LÊ MẠC THUẤN - PHÓ TỔNG GIÁM ĐỐC VINATEX:

Đa dạng hóa khách hàng để phục hồi

Đối với ngành May phía Nam thì về thị trường ngắn hạn sẽ giảm sút nghiêm trọng có những khách hàng nguyên một quý không đặt hàng, do lượng hàng xuất quá nhiều. Lạm phát quá cao nên người tiêu dùng ưu tiên cho các chi phí ăn uống, nhà cửa và đi lại cùng với việc Fed tăng lãi suất 0,5% nên đồng tiền các quốc gia tăng cao. Cụ thể, lạm phát ở thị trường Mỹ 3,5% và do lượng mua quá nhiều nên lượng hàng tồn kho cao hoạt động của một số siêu thị lớn giảm xuống trầm trọng. Thị trường châu Âu đồng Euro, Bảng Anh đang mất giá một số thương hiệu nhỏ đang phải tái cấu trúc, những thương hiệu lớn thì giảm đơn hàng do tồn kho quá nhiều. Đa số khách hàng đã tạm dừng một mùa không đặt hàng do lượng hàng tồn nhiều. Bối cảnh đó đã ảnh hưởng rất nhiều đến tình hình hàng hóa quý 4/2022 của Việt Nam.

Việc kiểm soát tín dụng cũng có khó khăn, mặc dù Nhà nước đã nới room nhưng các doanh nghiệp không thể tiếp cận được dẫn đến tình trạng không thể làm được những đơn hàng FOB phải thương lượng qua làm CMT nhưng có

những khách hàng không chấp nhận. Cùng với đó là những chính sách nhập khẩu của khách hàng liên tục thay đổi. Hiện nay, đến 80% các nhãn hàng trên thế giới có chính sách tăng lãi suất nên các khách hàng có xu hướng đẩy lùi thanh toán.

Dự báo tình hình năm 2023, chiến tranh Nga – Ukraine sẽ diễn biến khó lường và có thể gây ra vô vàn khó khăn cho nền kinh tế thế giới. Theo thống kê, EU giá nguyên liệu thường chiếm 2% GDP thì bây giờ lại chiếm 12%. Khủng hoảng lương thực và lạm phát trên thế giới sẽ còn tăng trong đó, Mỹ đã suy thoái về mặt kỹ thuật.

Về tương quan lãi suất và lạm phát, sau khi Fed tăng lãi suất buộc lãi suất các nước phải tăng theo nên người dân ít mua sắm hơn nên phía cung sẽ khó khăn. Lãi suất ngân hàng thương mại tăng dẫn đến chi phí vốn đối với các hãng bán lẻ tăng. Khủng hoảng ảnh hưởng đến người nghèo nhiều hơn những người giàu. Một số thương hiệu lớn đối với thị trường Mỹ thì đơn hàng sẽ giảm từ 18 – 20% và các nhãn cấp thấp sẽ giảm rất sâu. Trong đó có những thương hiệu không giảm và doanh nghiệp nào tận dụng thì cần tập trung vào khai thác như Nhà Bè sẽ được tăng thêm năng lực.

Đối với châu Âu thì các khách hàng cao cấp sẽ giảm từ 20 – 25%, các khách hàng cấp thấp sẽ giảm 30%. Đối với khách hàng Nhật thì các thương hiệu như Itocho sẽ giảm và đặt hàng bên Campuchia để tận dụng giá rẻ. Dự báo các khách hàng khác sẽ giảm từ 20-30%. Việt Nam có một bất lợi là đồng tiền quá chặt trong khi các nước khác mất giá nên ảnh hưởng đến việc xuất khẩu vào các nước. Giá của Việt Nam vẫn còn cao hơn các nước khác vì không được ưu đãi

thuế quan. Mặc dù các FTA có hiệu lực nhưng sự chênh lệch trong tỷ lệ được áp dụng lại rất nhiều, nhiều chủng loại có nguyên liệu trong nước nhưng chưa được miễn thuế và những chủng loại không dùng vải trong nước lại được miễn thuế.

Phân tích sơ bộ các đối thủ cạnh tranh của Việt Nam trước hết về Trung Quốc thì đồng tiền yếu, mất giá cao nên đặt hàng từ Trung Quốc sẽ rẻ hơn so với Việt Nam. Nếu Trung Quốc nới rộng chính sách Zero covid thì không có hàng để chạy về Việt Nam. Khủng hoảng bất động sản của Trung Quốc, chính sách Zero covid cứng nhắc và phong tỏa từng phần làm thiệt hại người tiêu dùng. Tuy nhiên, Trung Quốc vẫn là nhà xuất khẩu dệt may lớn hàng đầu thế giới.

Ấn Độ đồng tiền mất giá và xuất khẩu rẻ hơn vì có nguồn nguyên liệu tại chỗ.

Myanmar do vấn đề nhân quyền của cuộc đảo chính nên có nhiều khách hàng rút khỏi đây.

Bangladesh cũng gặp phải một số vấn đề chậm lại do cuộc khủng hoảng năng lượng trong nước đe dọa làm chậm quá trình phục hồi sau đại dịch. Các khách hàng cũng đã trì hoãn đơn hàng đối với nước này. Chính phủ đã dùng các biện pháp cắt giảm năng suất để đảm bảo năng lượng dự trữ trong bối cảnh khủng hoảng năng lượng một phần do chiến tranh Nga – Ukraine mang lại. Hiện tại, Bangladesh đang rất khó khăn nhưng đây cũng là một nước rất có tiềm năng trong việc sản xuất hàng cao cấp.

Sri Lanka thiếu năng lượng trầm trọng nên cũng phải cắt giảm năng lực sản xuất.

Pakistan là nước vừa qua đã được IMF hỗ trợ tài chính và đây là quốc gia giống Nhật Bản trong việc không tăng lãi suất mà giảm lãi suất. Do đó quốc gia này phù hợp với yêu cầu để xử lý các đơn hàng nhanh.

Đánh giá trên cơ sở các thị trường, khách hàng, đối thủ cạnh tranh thì chúng tôi đưa ra các kịch bản. Trong đó, kịch bản tốt nhất là thị trường phục hồi đầu quý 2/2023. Kịch bản xấu là thị trường phục hồi cuối quý 2/2023. Với kịch bản nào thì quý 1/2023 đều vô cùng khó khăn và những mặt hàng cấp thấp thì phải cạnh tranh với Campuchia, Bangladesh… Các mặt hàng cao cấp có khả năng phục hồi nhanh hơn do đó cần tập trung chủ yếu vào các thị trường và tận dụng tối đa các thị trường khác, khách hàng khác và đa dạng hóa khách hàng để phục hồi.

ÔNG PHẠM XUÂN TRÌNH - GIÁM ĐỐC ĐIỀU HÀNH VINATEX:

Tránh bị động trong làm đơn hàng

Năm 2022, sản lượng của các doanh nghiệp đều tăng so với năm 2021, tuy nhiên do áp lực về lạm phát, đồng tiền mất giá nên thị trường tiêu dùng đã giảm sức mua, đặc biệt là đối với thị trường Nhật. Năng lực sản xuất khăn bông của Việt Nam có đối thủ cạnh tranh bây giờ là Ấn Độ, Pakistan chứ không phải Trung Quốc. Trong khi nhiều DN trong hệ thống Vinatex chưa khai thác hết công suất, chưa mở thêm được thị trường, không tăng thêm năng lực, sản phẩm mới và mất cân đối khả năng hiện có. Trong năm 2021-2022, nhiều công ty mới chỉ khai thác được khoảng 70% năng lực đang có. Trong xây dựng kế hoạch SXKD năm 2023, cần xem xét đến yếu tố này của các doanh nghiệp để nâng cao năng lực và sức cạnh tranh.

9 tháng năm 2022 với ngành Khăn có một số yếu tố ảnh hưởng làm tăng giá thành của doanh nghiệp gồm: Thu nhập của người lao động tăng trong thời gian vừa qua đã làm tăng tương đương 5% về giá thành sản xuất. Hóa chất thuốc nhuộm cũng tăng trong 6 tháng đầu năm là 12% tương đương 0,9% giá thành sản xuất. Điện tăng 6% thì giá thành tăng 1%; Hơi tăng 14% sẽ làm tăng giá thành 0,75%. Bên cạnh đó, việc khai thác không hết năng lực cũng ảnh hưởng đến việc khấu hao và đầu tư chưa kể đến việc mất khả năng cạnh tranh do tỷ giá đồng tiền của Việt Nam so với các chính sánh của các quốc gia xuất khẩu khác.

Theo đó, trong thời gian tới, chúng ta cần tập trung vào các giải pháp:

Thứ nhất: Phải đổi mới thiết bị vì ngành Khăn đang chiếm chi phí lao động lớn nhất, việc đổi mới thiết bị sẽ đem lại hiệu quả và giá trị lâu dài.

Thứ hai: Tính toán, xây dựng kế hoạch khai thác hết năng lực hiện có và bổ sung những năng lực đang khuyết thiếu.

Thứ ba: Xem xét lại các yếu tố về giá, chất lượng, tiến độ.

Xu thế mới đối với các sản phẩm dệt kim trong giai đoạn này là đại đa số khách hàng đều yêu cầu làm từ cotton tại Việt Nam do liên quan đến vấn đề xuất xứ về bông. Trong thời gian tới, các doanh nghiệp dệt kim cần chuẩn bị tốt để làm cotton tránh bị động trong việc làm hàng.❑

DỰ BÁO KINH TẾ VĨ MÔ TOÀN CẦU

Con sóng **lạm phát** liệu có **nhấn chìm NỀN KINH TẾ THẾ GIỚI**?

Bài: **VƯƠNG ĐỨC ANH**

Dự báo mới nhất của Quỹ tiền tệ quốc tế - IMF (ngày 7/10) cho rằng trong 4 năm tới (đến năm 2026) GDP toàn cầu sẽ giảm 4000 tỷ USD, tương đương GDP của cả nước Đức. Trong khi đó, báo cáo tháng 9 của Ngân hàng thế giới – World bank dự báo năm nay tăng trưởng GDP toàn cầu giảm hơn 50% so với năm 2021, ở quanh mức 2,8% và trong kịch bản xấu, nền kinh tế thế giới có thể rơi vào suy thoái trong năm 2023 và GDP toàn cầu chỉ tăng trưởng 0,5% trước khi dần hồi phục vào năm 2024.

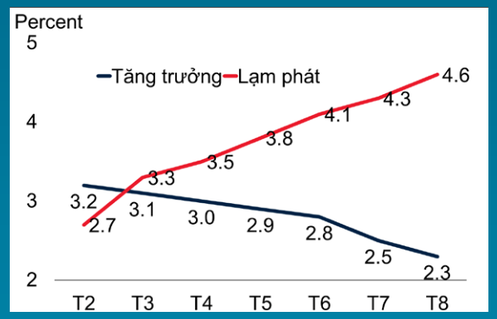
Rõ ràng Ngân hàng Trung ương và Chính phủ các nước đang đứng trước bài toán khó khi đối mặt với lạm phát cao khi chính sách tiền tệ không thắt chặt đủ sẽ khiến lạm phát vượt tầm kiểm soát nhưng thắt chặt quá mức sẽ đẩy thế giới vào suy thoái kéo dài.

BỐI CẢNH KINH TẾ VĨ MÔ THẾ GIỚI – GIAI ĐOẠN "RẤT MONG MANH"

Chỉ chưa đầy 3 năm, nền kinh tế thế giới phải đối mặt với liên tiếp các cú sốc từ dịch bệnh Covid - 19, đứt gãy chuỗi cung ứng, chiến tranh Nga-Ukraine kéo theo nhiều hệ lụy cho nền kinh tế toàn cầu. Tất cả các nền kinh tế lớn nhất thế giới đều đang giảm tốc. Khủng hoảng năng lượng ở Châu Âu do xung đột Nga-Ukraine, bất ổn thị trường bất động sản ở Trung Quốc và lạm phát cao kỷ lục ở Mỹ và Châu Âu.

Kể từ đầu năm 2022, sự suy giảm nhanh chóng của các triển vọng tăng trưởng, cùng với lạm phát gia tăng và các điều kiện thắt chặt tài chính, đã làm dấy lên cuộc tranh luận về khả năng suy thoái toàn cầu - GDP bình quân đầu người toàn cầu giảm (Hình 1)

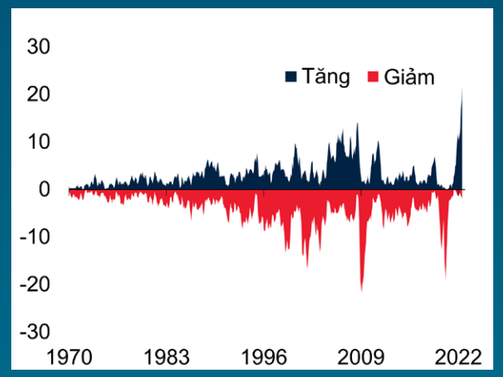
Hình 1. Biến động tăng trưởng và lạm phát toàn cầu



Diễn biến tình hình gần đây: Dự báo về tăng trưởng toàn cầu trong năm 2022 và 2023 đã bị hạ thấp đáng kể từ đầu năm. Mặc dù những dự báo này không chỉ ra một cuộc suy thoái toàn cầu vào năm 2022– 2023, nhưng kinh nghiệm từ những cuộc suy thoái trước đó cho thấy rằng ít nhất hai diễn biến – đã thành hiện thực trong những tháng gần đây hoặc có thể đang diễn ra – làm tăng khả năng suy thoái toàn cầu trong tương lai gần. Thứ nhất, mọi cuộc suy thoái toàn cầu kể từ năm 1970 đều đi trước bởi sự suy yếu đáng kể của tăng trưởng toàn cầu trong năm trước, như đã xảy ra gần đây. Thứ hai, tất cả các cuộc suy thoái toàn cầu trước đây đều trùng khớp với sự suy thoái mạnh hoặc suy thoái hoàn toàn ở một số nền kinh tế lớn.

Chính sách ứng phó của các quốc gia: Bất chấp tốc độ tăng trưởng toàn cầu đang chậm lại hiện nay, lạm phát đã tăng lên mức cao nhất trong nhiều thập kỷ ở nhiều quốc gia. Để tránh rủi ro do lạm phát cao kéo dài và trong bối cảnh tài khóa đang bị hạn chế, nhiều quốc gia đang rút các gói hỗ trợ tiền tệ và tài khóa. Do đó, nền kinh tế toàn cầu đang ở giữa một trong những giai đoạn thắt chặt chính sách tài khóa và tiền tệ đồng bộ nhất trên phạm vi quốc tế trong 5 thập kỷ qua (Hình 2).

Hình 2. Biến động lãi suất chính sách toàn cầu



Động thái các Ngân hàng Trung Ương 2022

Ngân hàng Trung ương	Lãi suất tháng 1/2022	Lãi suất tháng 9/2022	Ptd thay đổi
Cục Dự trữ Liên bang Mỹ (FED)	0,25%	3,25%	3,00%
Ngân hàng trung ương Châu Âu (ECB)	-0,50%	1,25%	1,75%
Ngân hàng trung ương Canada	0,25%	3,25%	3,00%
Ngân hàng Dự trữ Úc	0,10%	2,35%	2,25%
Ngân hàng trung ương Anh (BOE)	0,25%	2,25%	2,00%
Ngân hàng trung ương Nhật (BOJ)	-0,10%	-0,10%	0,00%
Ngân hàng Nhân dân Trung Quốc	3,85%	3,65%	-0,20%
Ngân hàng Trung ương Thái Lan	0,50%	0,75%	0,25%
Ngân hàng Trung ương Negara Malaysia	1,75%	2,50%	0,75%
Ngân hàng Trung ương Indonesia	3,50%	4,25%	0,75%
NHNN – Lãi suất chiết khấu	2,50%	3,50%	1,00%
NHNN – Lãi suất tái cấp vốn	4,00%	5,00%	1,00%

Nguồn: Các Ngân hàng Trung ương

Chỉ trong 9 tháng đầu năm, Cục Dự trữ liên bang Mỹ (FED) đã có 5 lần tăng lãi suất, đưa lãi suất từ mức 0-0,25% lên mức 3-3,25%, khu vực Châu Âu lần đầu tiên suốt 8 năm qua thay đổi chính sách lãi suất âm, tăng lãi suất lên mức 1,25% (tức tăng thêm 1,75% sau 9 tháng đầu năm 2022).

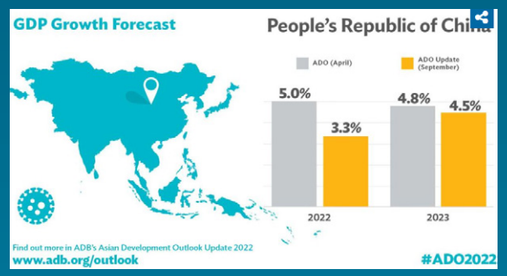
Dự kiến FED sẽ tiếp tục tăng lãi suất trong tháng 11 thêm 0,75% và tiếp tục tăng lên mức 4,6% duy trì trong năm 2023 cho đến khi lạm phát giảm về mức mục tiêu 2% (theo OECD lạm phát Mỹ dự kiến năm 2022 ở mức 7,04% và giảm xuống 3,47% trong năm 2023). Theo số liệu của Bộ Lao động Mỹ công bố ngày 7/10, số việc làm mới trong tháng 9 vẫn duy trì đà tăng tốt với 263.000 việc làm, tỷ lệ thất nghiệp giảm xuống 3,5% (thấp hơn tháng 8 ở mức 3,7% và là mức thấp trong 5 thập kỷ qua). Với thị trường việc làm vẫn duy trì tốt FED sẽ càng tự tin tăng lãi suất trong các đợt tiếp theo để kiềm chế lạm phát.

Tương tự FED, Ngân hàng trung ương Châu Âu (ECB) cũng dự kiến tiếp tục tăng lãi suất thêm 0,75%, đưa lãi suất lên mức 2% trong năm nay, mục tiêu của ECB kiềm chế lạm phát tiếp tục gia tăng và đưa lạm phát về mức

mục tiêu 2%. Theo ECB, Lạm phát dự kiến từ mức 8,1% năm 2022 xuống 5,5% năm 2023 và 2,3% năm 2024 chủ yếu phản ánh sự sụt giảm mạnh về lạm phát giá năng lượng và thực phẩm.

Nhật Bản và Trung Quốc là 2 nền kinh tế lớn duy nhất đi ngược lại xu hướng tăng lãi suất khi Nhật Bản tiếp tục duy trì chính sách lãi suất âm, Trung Quốc hạ lãi suất nhằm hỗ trợ đà phục hồi của nền kinh tế.

Theo báo cáo mới của Ngân hàng Phát triển Châu Á (ADB), tăng trưởng Trung Quốc dự kiến sẽ ở mức 3,3% trong năm 2022 (thấp hơn rất nhiều so với năm 2021 GDP Trung Quốc tăng trưởng 8,1%), trong bối cảnh các hạn chế của chính sách Zero Covid *(đây là lần đầu tiên sau 3 thập kỷ kinh tế Trung Quốc được dự báo tăng trưởng chậm hơn mức tăng trưởng chung của các nền kinh tế đang phát triển ở châu Á ở mức 4,3%)*. Dự báo năm 2023, GDP Trung Quốc sẽ tăng trưởng 4,5%.



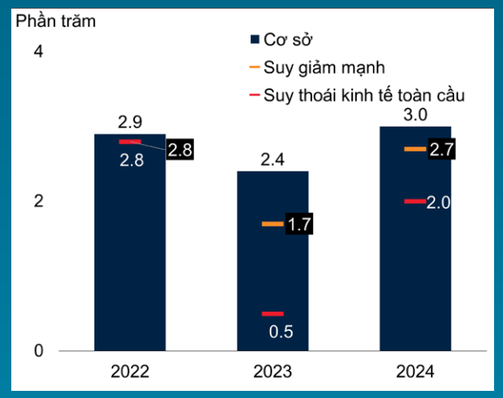
Lạm phát ở Trung Quốc được dự báo sẽ tăng tốc trong năm tới do giá lương thực cao hơn. Lạm phát Trung Quốc dự báo ở mức 2,3% trong năm 2022 và 2,5% vào năm 2023. Do giá thịt lợn tăng, lạm phát thực phẩm dự kiến sẽ tiếp tục tăng trong nửa cuối năm nay.

3 KỊCH BẢN TĂNG TRƯỞNG KINH TẾ TOÀN CẦU TRONG GIAI ĐOẠN 2022-2024

Dự báo về tăng trưởng toàn cầu đã bị hạ thấp đáng kể kể từ đầu năm nhưng vẫn được dự báo là chậm lại (slowdown) chứ không phải là suy thoái (recession). Dự báo này không hẳn là một kết quả xấu vì tốc độ tăng trưởng nhanh của năm 2021 là không bền vững, như đã được chứng minh bằng tình trạng quá nóng đã xuất hiện. Tuy nhiên, với những gì đã xảy ra trong lịch sử, sự suy yếu (weakening) gần đây của nhiều chỉ số về hoạt động toàn cầu và sự suy giảm nhanh chóng của triển vọng tăng trưởng ở các nền kinh tế lớn, cho thấy rằng những cú sốc liên tiếp và thay đổi chính sách có thể không chỉ gây ra suy giảm mạnh (downturn) mà còn dẫn đến suy thoái (recession) toàn cầu.

Trong 50 năm qua, suy thoái toàn cầu đã xảy ra khi nền kinh tế thế giới trải qua những cú sốc về nguồn cung đặc biệt lớn (cú sốc dầu mỏ năm 1973-1974; đại dịch Covid năm 2020), bất ổn tài chính, thường liên quan đến sự mất cân bằng tài chính tích lũy (1982, 1991 và 2009) , hoặc những thay đổi mạnh mẽ trong chính sách (1982). Kể từ khi nền kinh tế toàn cầu phải chịu một cú sốc nguồn cung nghiêm trọng vào đầu năm nay, rủi ro chính với triển vọng là khả năng xảy ra các điều chỉnh chính sách lớn kèm theo các căng thẳng tài chính nghiêm trọng. Cụ thể, các ngân hàng trung ương có thể phải làm nhiều hơn để giảm lạm phát xuống mức mục tiêu so với dự đoán của thị trường tài chính hiện nay, giống như ở nhiều nền kinh tế tiên tiến, mức độ thắt chặt chính sách tiền tệ vượt quá kỳ vọng trước cuộc suy thoái năm 1982. Hơn nữa, kiểu điều chỉnh chính sách sắc bén này có thể gây ra căng thẳng trên thị trường tài chính như đã xảy ra trong giai đoạn năm 1982, đánh dấu sự khởi đầu của cuộc khủng hoảng nợ kéo dài một thập kỷ ở nhiều nước đang phát triển và thị trường mới nổi (gọi tắt là EMDE)

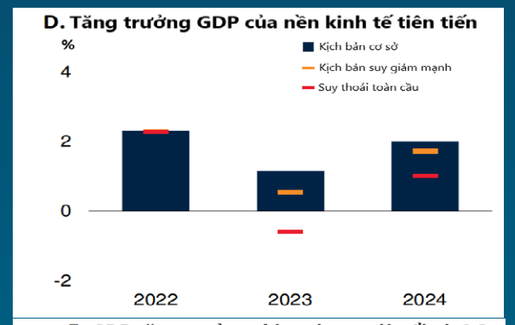
Báo cáo của Ngân hàng thế giới – World Bank trong tháng 9/2022 đưa ra 3 kịch bản tăng trưởng kinh tế toàn cầu dựa trên phản ứng chính sách tiền tệ của các quốc gia, được phân tích bằng việc sử dụng mô hình xuyên quốc gia trên quy mô lớn (Hình 0.D)

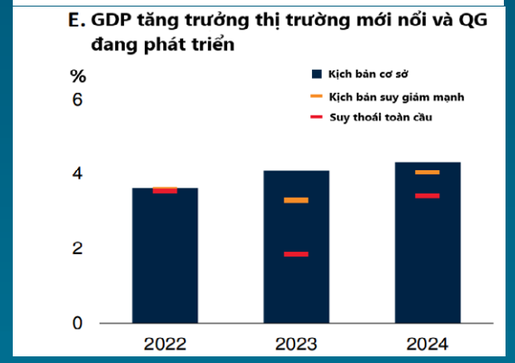


Hình 0.D. Tăng trưởng GDP toàn cầu theo các kịch bản khác nhau

Kịch bản đầu tiên là kịch bản cơ sở (Baseline), phù hợp chặt chẽ với các dự báo gần đây về tăng trưởng và lạm phát, cũng như kỳ vọng của thị trường đối với chính sách lãi suất. Theo kịch bản này giả định lãi suất ngắn hạn toàn cầu năm 2021 ở mức 1,6% và sẽ tăng lên 3,8% vào năm 2023 *(các Ngân hàng trung ương không thắt chặt chính sách tiền tệ quá mức, lạm phát giảm dần)*, tăng trưởng GDP toàn cầu năm 2022 ở mức 2,9%, giảm xuống 2,4% vào năm 2023 sau đó phục hồi tăng 3% vào năm 2024 (Hình 0.D). Lạm phát toàn cầu năm 2022 ở mức 7,7%, giảm về 4,6% năm 2023 và 3,2% vào năm 2024.

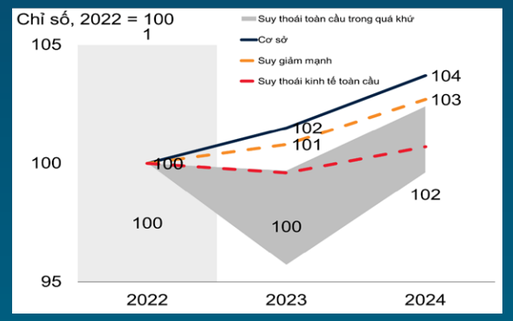
Với kịch bản cơ sở, các nền kinh tế phát triển tăng trưởng chậm lại trong năm 2023 và phục hồi tăng lại trong năm 2024 (Hình D). Ngược lại với các nền kinh tế phát triển, các nền kinh tế đang phát triển và nền kinh tế mới nổi (EMDE) vẫn duy trì tăng trưởng đều trong năm 2023 và 2024, tiếp đà phục hồi sau đại dịch Covid - 19 (Hình E). Lạm phát của nhóm EMDE được dự báo giảm nhanh từ mức 9,4% năm 2022 xuống 4,5% năm 2024.





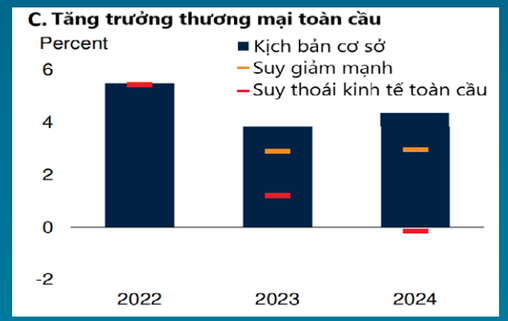
Kịch bản thứ hai: suy giảm mạnh (sharp downturn): *Kịch bản này xảy ra khi áp lực lạm phát kéo dài dai dẳng hơn và kỳ vọng lạm phát tiếp tục tăng khiến chính sách tiền tệ phải thắt chặt hơn.* Lãi suất sẽ tăng thêm 1% so với kịch bản cơ sở trong giai đoạn quý 4/2022 đến quý1/2023. Theo kịch bản này, nền kinh tế toàn cầu sẽ vẫn thoát khỏi suy thoái vào năm 2023 nhưng sẽ trải qua một đợt suy giảm mạnh toàn cầu, tăng trưởng GDP toàn cầu năm 2023 ở mức 1,7% (thấp hơn 0,7% so với kịch bản cơ sở), năm 2024 tăng trưởng 2,7% (thấp hơn 0,3% so với kịch bản cơ sở) (tính theo GDP bình quân đầu người toàn cầu năm 2023 ở mức 0,8% ngang bằng mức của giai đoạn suy giảm năm 2001). Lạm phát toàn cầu ghi nhận mức giảm mạnh hơn vào năm 2023 ở mức 4,1% (thấp hơn 0,5% so với kịch bản cơ sở phù hợp với việc thắt chặt chính sách tiền tệ hơn, tổng cầu toàn cầu giảm, giá năng lượng giảm nhanh hơn). Lạm phát toàn cầu năm 2024 ở mức 3,7% và kịch bản này đưa ra khả năng về việc thắt chặt chính sách tiền tệ vẫn không đủ để đưa tỷ lệ lạm phát trở lại mục tiêu.

Kịch bản thứ ba: suy thoái toàn cầu (recession): kịch bản này giả định rằng các nhà hoạch định chính sách ở các nền kinh tế lớn nhận thấy sự gia tăng kỳ vọng lạm phát lớn hơn so với giả định trong kịch bản thứ 2 suy giảm mạnh khiến chính sách tiền tệ tiếp tục thắt chặt hơn, lãi suất tăng thêm 1% so với kịch bản thứ 2 trong giai đoạn từ quý 1/2023 đến quý 4/2024. Theo kịch bản này, nền kinh tế toàn cầu sẽ trải qua một cuộc suy thoái trong năm 2023 với mức độ tương tự năm 1982, với tốc độ tăng trưởng GDP chỉ 0,5% trước khi phục hồi tăng trưởng 2% vào năm 2024.



Hình 0.E. GDP bình quân đầu người toàn cầu trong các kịch bản khác nhau

Thương mại toàn cầu sẽ bị ảnh hưởng nặng nề như trong các cuộc suy thoái toàn cầu trước đây, tăng trưởng thương mại giảm từ mức 5,4% năm 2022 xuống 1,2% năm 2023 (Hình C) (mức giảm của tăng trưởng thương mại toàn cầu 4,2% của năm 2023 so với năm 2022 sẽ tương đương với mức giảm mạnh 4,9% trong tăng trưởng thương mại toàn cầu đã trải qua năm 1982)



Việc thắt chặt các điều kiện tài chính toàn cầu sẽ đe doạ các nền kinh tế đang phát triển và mới nổi (EMDE) có thâm hụt tài khoản vãng lai lớn và phụ thuộc nhiều vào dòng vốn nước ngoài cũng như các nước EMDE có mức nợ chính phủ hoặc nợ tư nhân bằng ngoại tệ cao. Ngoài ra các nước EMDE xuất khẩu lớn sẽ chịu thêm tác động từ giá hàng hoá giảm do nhu cầu bên ngoài sụt giảm.

Điều này sẽ gây ra những hậu quả nghiêm trọng đối với triển vọng tăng trưởng dài hạn của các nước EMDE vốn đã bị ảnh hưởng nặng nề bởi cuộc suy thoái toàn cầu do đại dịch gây ra vào năm 2020.

Như vậy ở thời điểm hiện tại chưa thể khẳng định nền kinh tế toàn sẽ rơi vào suy thoái trong năm 2023, tuy nhiên điều chắc chắn xảy ra là các nền kinh tế lớn sẽ duy trì chính sách tiền tệ thắt chặt, Mỹ, EU sẽ tiếp tục tăng lãi suất từ quý 4/2022 và duy trì mức lãi suất cao trong năm 2023 (Mỹ ở mức 4,6%, EU ở mức 2%) cho đến khi lạm phát giảm về mức mục tiêu 2%, tăng trưởng GDP vì thế sẽ suy giảm so với năm 2022 theo các kịch bản phản ứng chính sách tiền tệ khác nhau. Chi tiêu tiêu dùng trong đó có chi tiêu cho hàng dệt may cũng sẽ không tránh khỏi suy giảm trong năm 2023.❑

DỰ BÁO THỊ TRƯỜNG DỆT MAY 2023

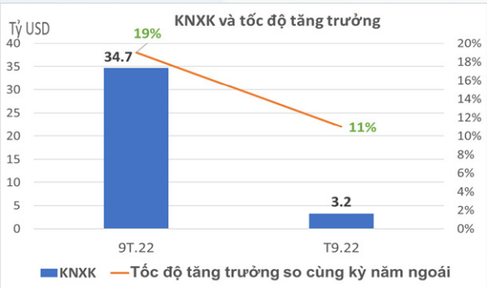
Bài: **VĂN PHÒNG HĐQT VINATEX**

2023 sẽ là năm khó khăn đối với ngành dệt may. Số liệu xuất khẩu dệt may tháng 9/2022 vừa được Tổng cục Hải quan công bố phần nào đã phản ánh tác động từ lạm phát và tồn kho cao tại các thị trường tiêu thụ dệt may lớn. Xuất khẩu đi Mỹ tháng 9 lần đầu tiên trong năm 2022 đảo chiều giảm so cùng kỳ năm ngoái. Kim ngạch xuất khẩu (KNXK) dệt may tháng 9 chỉ đạt 3,2 tỷ USD, giảm gần 30% so với tháng 8, thấp hơn ngưỡng trung bình 3,8 tỷ USD/tháng trong 8 tháng đầu năm 2022. Dự kiến quý 4, KNXK dệt may Việt Nam bình quân chỉ đạt 3,1-3,2 tỷ USD/tháng và cả năm 2022 KNXK dệt may ước đạt khoảng 44 tỷ USD.

XUẤT KHẨU DỆT MAY VIỆT NAM THÁNG 9 VÀ 9 THÁNG ĐẦU NĂM 2022

Nếu như tháng 8/2022, KNXK dệt may tăng 38% so cùng kỳ năm ngoái, đạt 4,5 tỷ USD thì tháng 9 KNXK chỉ đạt 3,2 tỷ USD, mặc dù vẫn tăng 11% so cùng kỳ năm ngoái nhưng đã thấp hơn 15% so với mức KNXK bình quân theo tháng trong 8 tháng đầu năm 2022. Luỹ kế 9 tháng 2022, KNXK dệt may Việt Nam đạt 34,7 tỷ USD, tăng 19% so cùng kỳ năm 2021, tuy nhiên tốc độ tăng trưởng xuất khẩu tháng 9 đã giảm tốc *(Hình 1)*.

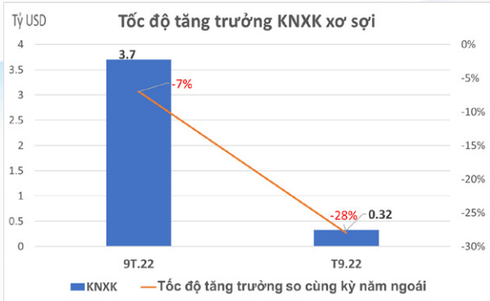
Hình 1. KNXK dệt may Việt Nam tháng 9 và 9 tháng đầu năm 2022



Nguồn: Tổng cục Hải quan

Xuất khẩu sợi tháng 9 nối tiếp đà giảm của tháng 8, KXNK sợi đạt 323 triệu USD, giảm 28% so cùng kỳ năm ngoái, luỹ kế 9 tháng 2022 KNXK xuất khẩu sợi đạt 3,7 tỷ USD, giảm 7%. Trong đó xuất khẩu sợi đi thị trường Trung Quốc tháng 9 đạt 149 triệu USD, giảm 35% so cùng kỳ năm 2021 *(Hình 2)*.

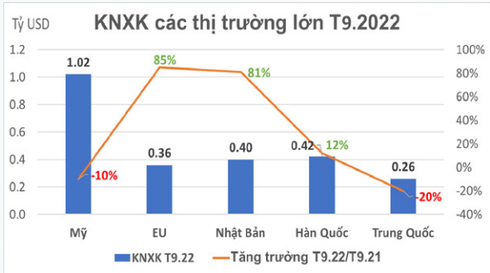
Hình 2. KNXK xơ sợi của Việt Nam tháng 9 và 9 tháng đầu năm 2022



Nguồn: Tổng cục Hải quan

Đặc biệt, tháng 9 đánh dấu lần đầu tiên trong năm 2022 xuất khẩu dệt may đi Mỹ giảm 10% so cùng kỳ năm ngoái *(Hình 3)*.

Hình 3. KNXK dệt may Việt Nam đi các thị trường chính tháng 9.2022



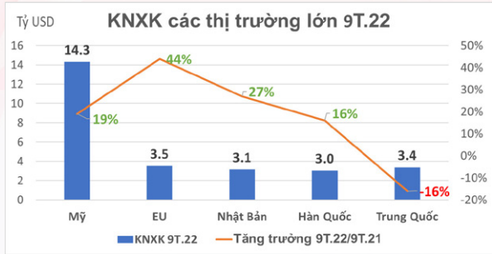
Nguồn: Tổng cục Hải quan

Luỹ kế 9 tháng năm 2022 xuất khẩu đi Mỹ đạt 14,3 tỷ USD, tăng 19% so cùng kỳ năm ngoái.

Xuất khẩu đi EU tháng 9 vẫn duy trì đà tăng tốt, tăng 85% so cùng kỳ năm 2021. Luỹ kế 9 tháng 2022, KNXK đi EU đạt 3,5 tỷ USD, tăng 44% so cùng kỳ năm ngoái và là thị trường có tốc độ tăng trưởng tương đối tốt nhất trong 5 thị trường xuất khẩu.

Như vậy về thị trường xuất khẩu 9 tháng năm 2022, xét về giá trị tuyệt đối tăng thêm so cùng kỳ năm 2021, thị trường Mỹ đứng đầu với 2,4 tỷ USD tăng thêm, thị trường EU đứng thứ 2 với 1,1 tỷ USD tăng thêm. Xét về giá trị tương đối tăng thêm (% tăng trưởng), thị trường EU dẫn đầu với mức tăng trưởng 44% so cùng kỳ năm 2021 *(Hình 4)*.

Hình 4. KNXK dệt may Việt Nam đi các thị trường chính 9 tháng 2022



Nguồn: Tổng cục Hải quan

TÌNH HÌNH XUẤT KHẨU CÁC QUỐC GIA CẠNH TRANH

Trung Quốc: 8 tháng năm 2022 KNXK dệt may của Trung Quốc đạt 220 tỷ USD, tăng 11% so cùng kỳ năm ngoái, trong đó xuất khẩu hàng may mặc đạt 118 tỷ USD, tăng 11,6% so cùng kỳ năm ngoái, xuất khẩu sợi, vải, hàng dệt đạt 102 tỷ USD, tăng 10,2% so cùng kỳ năm ngoái. Tuy nhiên xuất khẩu đi Mỹ trong tháng 8 của Trung Quốc đã giảm tốc và giảm 11% về giá trị so với trước mức của năm 2019 trước đại dịch Covid-19.

Bangladesh: KNXK dệt may của Bangladesh tháng 9 năm 2022 lần đầu tiên suy giảm so cùng kỳ năm ngoái sau 13 tháng tăng liên tiếp phục hồi sau Covid- 19, đạt 3,16 tỷ USD (tương đương Việt Nam), trong đó dệt kim đạt 1,74 tỷ USD giảm 9%, dệt thoi đạt 1,4 tỷ USD giảm 5,6%.

Ấn Độ: Tháng 9 xuất khẩu hàng may mặc của Ấn Độ giảm 21,6% so cùng kỳ năm ngoái, đạt 1,02 tỷ USD. Đây là tháng thứ 3 liên tiếp xuất khẩu dệt may Ấn Độ ghi nhận mức tăng trưởng âm và là tháng đầu tiên xuất khẩu dệt may Ấn Độ giảm 2 con số. Xuất khẩu giảm trong tháng 9 đã kéo tăng trưởng tổng xuất khẩu hàng may mặc giảm 10,8% xuống 8,1 tỷ USD trong nửa đầu của năm tài chính 2022-23 (từ tháng 4 đến tháng 9 năm 2022, khác với Bangladesh năm tài chính từ tháng 6 năm này đến tháng 6 năm sau, năm tài chính của Ấn Độ tính từ tháng 3 năm này đến tháng 3 năm sau). Xuất khẩu sợi bông, vải và các sản phẩm từ vải dệt thủ công ghi nhận mức tăng trưởng âm trong tháng 9 năm 2022, đây là tháng giảm thứ năm liên tiếp của nhóm hàng này với mức giảm tăng dần.

Biến động tỷ giá của các quốc gia xuất khẩu dệt may trong tháng 9 và 9 tháng năm 2022

- Trong tháng 9 năm 2022, đồng tiền của các nền kinh tế mới nổi đã tiếp tục giảm giá so với Đô la Mỹ, cụ thể:

Nhu cầu đối với đồng bạc xanh của Mỹ tăng mạnh trong tháng 9 do FED tăng lãi suất lần thứ 5 trong năm nay.

Đồng Pak rupee của Pakistan mất 3,7% và đồng Nhân dân tệ của Trung Quốc giảm 3%.

Đồng Rupee của Ấn Độ mất 2,1% trong khi đồng Rupiah của Indonesia giảm 2,6% trong tháng 9.

- Trong 9 tháng năm 2022, biến động đồng tiền các nước so với đồng USD như sau:

Đồng Taka của Bangladesh mất 12%.

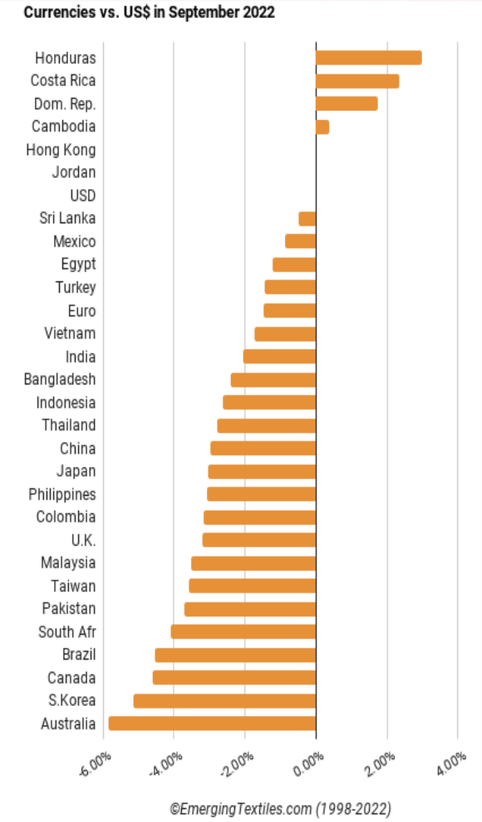
Đồng IDR của Indonexia giảm 6,7% và đồng Rupee của Ấn Độ giảm 8,7%.

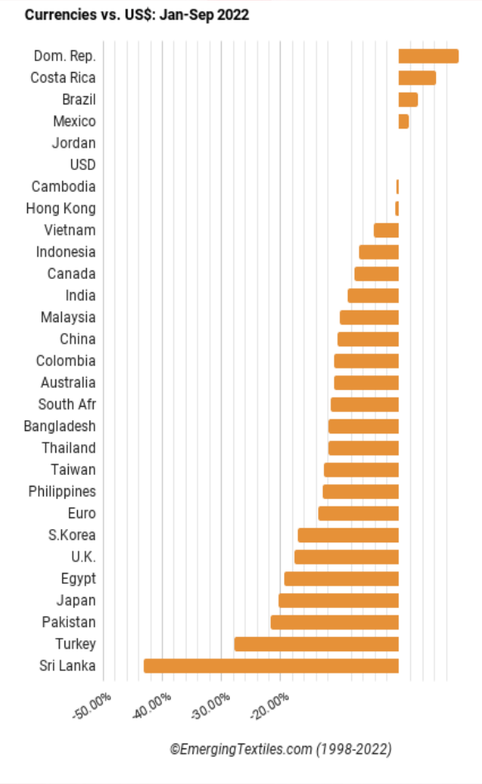
Đồng Pak rupee của Pakistan giảm 22% và đồng rupee Sri Lanka mất 43%.

Đồng Lira của Thổ Nhĩ Kỳ giảm 28%.

Mặt khác, lạm phát tăng vọt ở Pakistan, Sri Lanka và Thổ Nhĩ Kỳ, dẫn đến chi phí sản xuất cao hơn, trong khi giá nguyên liệu nhập khẩu tính theo đồng nội tệ tăng mạnh.

Trong khi đồng VND của Việt Nam chỉ giảm 4,4%, khiến hàng dệt may xuất khẩu của Việt Nam đắt hơn các đối thủ cạnh tranh chính bằng chênh lệch của độ mất giá đồng tiền của Việt Nam và các quốc gia cạnh tranh so với USD. So với bảng Anh, tiền đồng của Việt Nam thậm chí còn tăng 16,1%.





BIẾN ĐỘNG TẠI THỊ TRƯỜNG MỸ - THỊ TRƯỜNG TIÊU THỤ DỆT MAY LỚN NHẤT CỦA VIỆT NAM

Xuất khẩu dệt may tháng 9 của các quốc gia xuất khẩu dệt may lớn quay đầu giảm phản ánh đúng nhận định về tình trạng lạm phát cao khiến bộ phận người tiêu dùng thu nhập trung bình thấp cắt giảm chi tiêu mua quần áo và tình trạng tồn kho cao của các hãng bán lẻ lớn sau giai đoạn "quá mua" của 6 tháng đầu năm 2022.

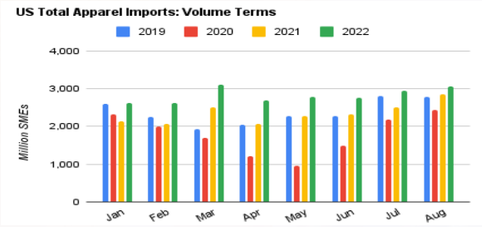
Theo dữ liệu chính thức mới nhất trên OTEXA, nhập khẩu hàng may mặc của Mỹ bắt đầu chậm lại vào tháng 8, tổng nhập khẩu dệt may của Mỹ về lượng chỉ tăng 7,6% so cùng kỳ năm ngoái, so với mức tăng 17,6% của tháng trước, mặc dù về giá trị, kim ngạch nhập khẩu vẫn tăng 28,4% so cùng kỳ năm ngoái, nhưng tốc độ tăng đã chậm hơn so với những tháng trước. Đơn giá tăng 19,3% so với cùng kỳ năm 2021. Số liệu nhập khẩu dệt may Mỹ chậm lại trong tháng 8 phản ánh tốc độ tăng trưởng chậm hơn của doanh số bán lẻ tại các cửa hàng may mặc (doanh số bán lẻ tại các cửa hàng may mặc gần như đi ngang trong tháng 8, chỉ tăng nhẹ 0,4% so với tháng trước).

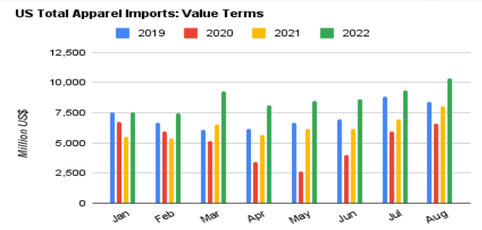
Nếu nhìn vào số liệu xuất khẩu của dệt may Việt Nam đi Mỹ trong tháng 9 quay đầu giảm 10% so cùng kỳ năm 2021, dự báo số liệu nhập khẩu dệt may của Mỹ trong tháng 9 sẽ giảm tốc mạnh, thậm chí quay đầu giảm.

Bảng 1. Số liệu nhập khẩu dệt may của Mỹ trong tháng 8 và 8 tháng đầu năm 2022

	8T.21 (Tỷ $)	8T.22(Tỷ $)	SS 8T22/8T21(Tỷ $)	SS 8T22/8T21 %
Thế giới	71.3	91.7	20.3	28.55%
Top 10 quốc gia				
Trung Quốc	18.8	23.2	4.3	23.15%
Ấn Độ	6.2	7.9	1.7	26.96%
Việt Nam	10.3	13.7	3.4	33.19%
Thổ Nhĩ Kỳ	1.8	1.9	0.05	2.87%
Mexico	2.8	3.2	0.4	14.62%
Ai Cập	0.84	1.1	0.3	36.19%
Bangladesh	4.5	6.8	2.3	51.98%
Pakistan	2.6	3.3	0.7	26.28%
Israel	0.18	0.16	0.01	-7.61%
Malaysia	0.18	0.22	0.05	30.39%

Nguồn: OTEXA





Xuất khẩu dệt may của Trung Quốc đi Mỹ trong tháng 8 đã giảm 6% và 11% về khối lượng và giá trị so với mức của tháng 8 năm 2019 trước đại dịch Covid. Nhập khẩu dệt may của Mỹ từ Trung Quốc chỉ tăng 5,1% về khối lượng trong tháng 8, từ mức 22,7% trong tháng 7; về giá trị, chỉ tăng 9,4%, từ mức 13,6% của tháng trước.

Xuất khẩu của Trung Quốc đi Mỹ dự kiến sẽ tiếp tục suy giảm sau một loạt các đợt ngừng hoạt động do chính sách Zero covid dẫn đến việc chậm trễ giao hàng.

NHẬP KHẨU QUẦN ÁO COTTON CỦA MỸ GIẢM

Do giá bông tăng mạnh trước đó, nhập khẩu hàng may mặc cotton đã giảm 2% về khối lượng trong tháng 8 (mặc dù tháng 4 vẫn tăng 26%).

Nhập khẩu hàng may mặc bằng sợi nhân tạo (MMF) tăng 13,2% về lượng và tăng 31% về giá trị. Đơn giá trung bình của quần áo cotton đã tăng 27% trong tháng 8 so với năm 2021, trong khi giá quần áo MMF chỉ tăng 15,7%. Nhập khẩu từ khu vực Nam Á tăng mạnh trong tháng 8 về khối lượng, phản ánh sự thay đổi nhu cầu của Hoa Kỳ sang khu vực này.

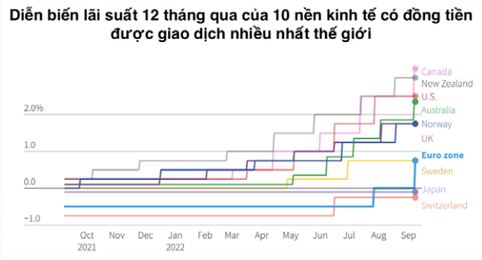
Nhập khẩu từ Sri Lanka tăng 49% về khối lượng, nhờ đồng nội tệ giảm mạnh.

Indonesia cũng đang phục hồi trên thị trường Mỹ, sau khi sụt giảm trong nhiều năm.

DỰ BÁO NHU CẦU DỆT MAY THẾ GIỚI VÀ XUẤT KHẨU DỆT MAY VIỆT NAM

Các thị trường tiêu thụ dệt may lớn như Mỹ và EU đều đang phải đối mặt với tình trạng lạm phát cao trong nhiều thập kỷ qua khiến ngân hàng trung ương các quốc gia này phải tăng lãi suất nhanh và mạnh để kiềm chế lạm phát, tăng trưởng theo đó sẽ chậm lại và nền kinh tế đứng trước rủi ro suy giảm và nặng hơn là suy thoái.

Trong bài viết dự báo kinh tế vĩ mô thế giới trong số Đặc san này chúng tôi đã trình bày nhận định của World Bank về kinh tế thế giới, theo đó tăng trưởng GDP toàn cầu năm 2022 chỉ ở mức 2,9% (chỉ bằng 50% tăng trưởng GDP toàn cầu năm 2021), đồng thời đưa ra dự báo 3 kịch bản tăng trưởng kinh tế toàn cầu, trong đó kịch bản xấu nền kinh tế toàn cầu sẽ rơi vào suy thoái trong năm 2023 với mức tăng trưởng GDP toàn cầu chỉ đạt 0,5% (tức tăng trưởng GDP toàn cầu giảm đến 90% so với tăng trưởng của năm 2021). ***Dự báo tổng cầu dệt may thế giới năm 2023 trong kịch bản cơ sở sẽ giảm về mức giữa năm 2020 và năm 2021, trước khi có sự phục hồi dần trở lại vào năm 2024.***



Với KNXK dệt may Việt Nam 9 tháng năm đạt 34,7 tỷ USD, quý 4 dự kiến mỗi tháng KNXK đạt 3,1-3,2 tỷ USD, dệt may Việt Nam dự kiến về đích năm 2022 với 44 tỷ USD kim ngạch xuất khẩu.

ĐÁNH GIÁ TRIỂN VỌNG DỆT MAY TRUNG HẠN CỦA CEO CÁC HÃNG THỜI TRANG LỚN

Mặc dù nền kinh tế thế giới đứng trước rủi ro suy thoái, nhưng kết quả phỏng vấn 34 CEO của các hãng thời trang lớn được công bố trong báo cáo Hiệp hội công nghiệp thời trang Mỹ (gọi tắt là USFIA) vào tháng 7/2022 có thấy những góc nhìn tích cực về triển vọng kinh doanh của họ và các vấn đề họ quan tâm trong trung hạn. Chúng tôi xin trích một số thông tin đáng chú ý trong báo cáo của USFIA:

Bất chấp những thách thức tài chính ngắn hạn, hầu hết các CEO được hỏi (77,4%) vẫn cảm thấy lạc quan hoặc hơi lạc quan trong 5 năm tới. Mặc dù tương đối nhiều người được hỏi cho rằng "trung lập" (tăng từ 8% lên 13%) hoặc hơi bi quan về 5 năm tới (tăng từ 8% lên 10%), nhìn chung tâm lý thị trường vẫn tốt hơn nhiều so với thời điểm bắt đầu đại dịch vào năm 2020.

Điều này phản ánh niềm tin tổng thể của các công ty thời trang vào triển vọng kinh doanh của họ vào thị trường việc làm vẫn đang duy trì tốt, gần như tất cả các CEO được hỏi (97%) dự định tăng tuyển dụng trong 5 năm tới, mức cao kỷ lục mới kể từ khi đại dịch bắt đầu.

Kế hoạch tuyển dụng của các công ty phản ánh các ưu tiên kinh doanh của họ trong 5 năm tới, dưới đây là 5 vị trí các hãng thời trang có nhu cầu tuyển dụng cao nhất trong 5 năm tới:

"Supply chain specialists – Chuyên gia về chuỗi cung ứng"

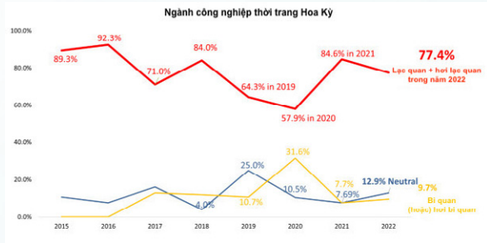
"Sourcing specialists – Chuyên gia sourcing"

"Environmental sustainability-related specialists – Chuyên gia liên quan đến phát triển bền vững môi trường"

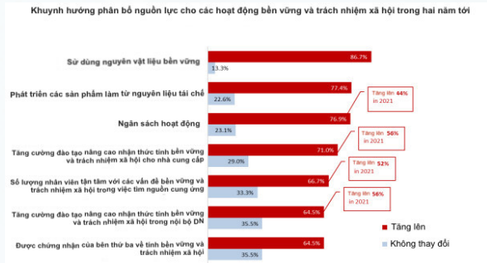
"Market analysts – Chuyên gia phân tích thị trường" và

"Trade and customs compliance specialists – Chuyên gia về tuân thủ quy định thương mại và hải quan"

Biểu đồ 1: Đánh giá của các hãng thời trang về triển vọng trong 5 năm tới



Xu hướng đầu tư nguồn lực cho việc đáp ứng các yêu cầu về phát triển bền vững



Bất chấp những bất ổn thị trường ngày càng gia tăng và nhiều thách thức kinh doanh trong năm 2022, các công ty thời trang của Mỹ vẫn cam kết thực hiện nguồn cung ứng hàng may mặc bền vững, có đạo đức và có trách nhiệm với xã hội.

Kỷ lục mới với 97% CEO được hỏi có kế hoạch phân bổ nhiều nguồn lực hơn cho tính bền vững và tuân thủ trong 2 năm tới, tăng từ 80% vào năm 2021, 70% vào năm 2020 và 63% vào năm 2019.

Trong đó khoảng 77% số CEO được hỏi có kế hoạch phân bổ thêm ngân sách hoạt động cho tính bền vững và tuân thủ, tăng đáng kể từ 44% vào năm 2021.

Khoảng 65% các hãng sẽ tăng cường phổ biến các quy định, yêu cầu về phát triển bền vững và trách nhiệm tuân thủ của các nhà cung cấp từ Tier 1, Tier 2 (quần áo, vải) và đến cả Tier 3 (sợi, chỉ, phụ kiện).❑

Ảnh minh họa

BANGLADESH VỚI MỤC TIÊU 100 TỶ USD XUẤT KHẨU VÀO NĂM 2030

Bài: **VƯƠNG ĐỨC ANH**

Năm tài chính 2021-2022 của Bangladesh kết thúc (từ tháng 6/2021 đến tháng 6/2022) đánh dấu kết quả xuất khẩu dệt may cao kỷ lục của quốc gia này với kim ngạch xuất khẩu 42,6 tỷ USD, tăng 35% so năm ngoái. Trên đà thành công, mới đây Hiệp hội các nhà sản xuất và xuất khẩu hàng may mặc Bangladesh (BGMEA) đã đặt mục tiêu dệt may Bangladesh đạt 100 tỷ USD xuất khẩu vào năm 2030 và chỉ rõ hướng đi để ngành dệt may Bangladesh đạt được mục tiêu này.

Để đạt được mục tiêu xuất khẩu 100 tỷ USD vào năm 2030, kim ngạch xuất khẩu (KNXK) dệt may Bangladesh cần duy trì tốc độ tăng trưởng 11,2%/năm (tương đương tăng thêm khoảng 7,2 tỷ USD mỗi năm). Trước mắt đến năm 2025, ngành dệt may Bangladesh đặt mục tiêu chiếm 10% thị trường may mặc toàn cầu (tăng từ mức 7% hiện tại).

Mục tiêu đầy tham vọng được đặt ra vào thời điểm nền kinh tế toàn cầu đang đứng trước nguy cơ suy thoái do tác động của đại dịch Covid-19 và cuộc chiến Nga-Ukraine vẫn tiếp diễn chưa có hồi kết.

Ngoài ra, đến năm 2026 Bangladesh thoát khỏi danh sách quốc gia kém phát triển và sẽ không được hưởng chính sách thuế nhập khẩu ưu đãi mà các nước phát triển dành cho nhóm nước đang phát triển, trong đó có EU là thị trường xuất khẩu dệt may hàng đầu của Bangladesh (riêng Anh vẫn duy trì chính sách miễn thuế đối với dệt may Bangladesh kể cả sau khi Bangladesh trưởng thành không còn trong danh sách các quốc gia kém phát triển). Khi đó hàng dệt may Bangladesh xuất khẩu vào EU có thể sẽ phải chịu thuế nhập khẩu từ 9-12% thay vì được miễn thuế như hiện tại. Tuy vậy, ngành dệt may Bangladesh vẫn tự tin với kinh nghiệm 40 năm phát triển, lực lượng lao động có tay nghề và sự hỗ trợ từ ứng dụng công nghệ, chỉ cần Chính phủ có chiến lược và chính sách hỗ trợ liên tục trong 8 năm tới, họ vẫn tự tin đạt được mục tiêu xuất khẩu 100 tỷ USD vào năm 2030.

SẢN PHẨM KHÔNG PHẢI TỪ COTTON (NON-COTTON PRODUCT), HÀNG DỆT KỸ THUẬT (TECHNICAL TEXTILE) SẼ LÀ THỨ THAY ĐỔI CUỘC CHƠI

Khi các nhà xuất khẩu đặt ra tầm nhìn, Chủ tịch Hiệp hội các nhà sản xuất và xuất khẩu hàng may mặc Bangladesh – ông Faruque Hassan đã tuyên bố rằng họ có thể đạt được mục tiêu này vì họ đang đa dạng hóa sản phẩm và thị trường, tập trung vào các sản phẩm không dùng bông. Đồng thời nâng cấp máy móc và ưu tiên mở rộng quy mô và thu hút công nhân.

Ngành dệt may Bangladesh đánh giá các sản phẩm không làm từ bông sẽ là tương lai của thời trang. Để đạt được mục tiêu về kim ngạch xuất khẩu, không có giải pháp thay thế nào là thâm nhập dần vào phân khúc này. Hiện tại khoảng 75% kim ngạch xuất khẩu của Bangladesh tập trung vào các sản phẩm từ bông, nên dư địa để phát triển phân khúc sản phẩm non-cotton còn rất lớn.

Báo cáo nghiên cứu thị trường cho thấy quy mô thị trường vải không dùng bông (non-cotton fabric) toàn cầu ước tính đạt 27,51 tỷ USD vào năm 2021 và dự kiến đạt 45,85 tỷ USD vào cuối năm 2027, với tốc độ tăng trưởng kép hàng năm (CAGR) là 7,1% trong giai đoạn 2021-2027.

Trong khi đó, một báo cáo thị trường khác cho thấy quy mô thị trường vải không dùng bông sẽ đạt 44,50 tỷ USD vào năm 2028, với tốc độ CAGR là 7,11%.

Trong ngành thời trang nhanh toàn cầu, hơn 78% mặt hàng được làm từ xơ nhân tạo (gọi tắt MMF – man made fiber) và chỉ 22% từ bông.

Nguồn: anandagroup.biz

Bangladesh thì ngược lại, họ sản xuất 74% sản phẩm từ bông và chỉ 26% là từ xơ nhân tạo. Các nhà xuất khẩu đang tăng dần sản xuất các sản phẩm từ xơ nhân tạo (MMF) và tổng hợp do nhu cầu đang tăng rất nhanh. Để đạt được mục tiêu xuất khẩu 100 tỷ USD, Bangladesh sẽ dựa nhiều vào ba sản phẩm quan trọng như hàng may mặc tầm trung (mid-range garment), sản phẩm từ xơ nhân tạo và quần áo kỹ thuật bao gồm đồng phục được sử dụng bởi các chuyên gia chăm sóc sức khỏe và các chuyên gia trong các lĩnh vực dịch vụ khác. Để tăng xuất khẩu các sản phẩm không phải từ cotton, Bangladesh phải đầu tư nhiều hơn vào lĩnh vực dệt may sơ cấp để sản xuất các loại vải và sợi theo yêu cầu. Thu hút đầu tư nước ngoài và liên doanh có thể là một công cụ hiệu quả giúp tiếp thu kiến thức, kinh nghiệm trong lĩnh vực này.

CÂN BẰNG GIỮA XUẤT KHẨU HÀNG DỆT KIM VÀ HÀNG DỆT THOI

Trong năm tài chính 2021-2022, KNXK các sản phẩm may mặc đã tăng mạnh 35,5% lên 42,6 tỷ USD, trong khi năm trước chỉ đạt 31,4 tỷ USD, đóng góp gần 82% vào tổng KNXK quốc gia. Trong số 42,6 tỷ USD KNXK nói trên, các sản phẩm dệt kim đem về 23,2 tỷ USD, tăng 37% so với mức 16,9 tỷ USD của năm tài chính trước, trong khi các mặt hàng dệt thoi thu về 19,4 tỷ USD, ghi nhận mức tăng trưởng 34%. Sản phẩm dệt kim đóng góp tốt hơn nhiều so với sản phẩm dệt thoi. Để duy trì sự tăng trưởng và đạt mục tiêu xuất khẩu 100 tỷ USD, cần phải cân bằng tỷ lệ giữa các sản phẩm dệt thoi và dệt kim. *Sản phẩm dệt kim có mức đóng góp tốt do ngành có mối liên kết chuỗi mạnh mẽ và đáp ứng được 85% đến 90% nhu cầu nguyên phụ liệu từ các nguồn trong nước*. Mặt khác, *ngành dệt thoi có thể đáp ứng khoảng 50% nguyên phụ liệu từ các nguồn trong nước*, đây là một rào cản đối với tăng trưởng. Để giảm khoảng cách giữa lĩnh vực dệt thoi và dệt kim, ngành công nghiệp này

Nguồn: anandagroup.biz

phải đầu tư mới để nâng cao năng lực cung cấp nguyên liệu thô từ các nhà máy địa phương.

HỖ TRỢ BẰNG TIỀN LÀ THỨ CẦN PHẢI CÓ

Hiệp hội các nhà sản xuất và xuất khẩu hàng may mặc Bangladesh (BGMEA) đã gửi thư tới Bộ Thương mại, yêu cầu chính sách ưu đãi 10% tiền mặt đối với việc xuất khẩu các mặt hàng may mặc không phải bông, hoặc ưu đãi tiền mặt ít nhất 5% đối với xuất khẩu kèm ưu đãi miễn thuế đối với việc nhập khẩu nguyên liệu thô để sản xuất các mặt hàng non-cotton này. Đồng thời, Hiệp hội cũng đề nghị Chính phủ phải tiếp tục các biện pháp hỗ trợ tiền mặt hiện có đối với xuất khẩu hàng may mặc.

Để đạt được mục tiêu xuất khẩu 100 tỷ USD
Dệt may Bangladesh phải kiếm được thêm 7,2 tỷ USD mỗi năm với mức tăng trưởng kim ngạch xuất khẩu hàng năm 11,2% đến năm 2030

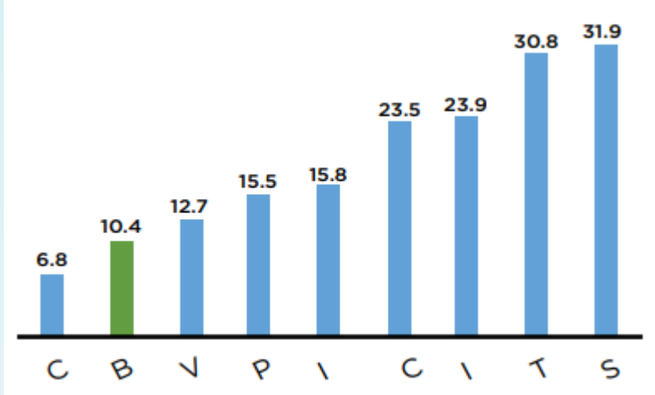
VIỆC THĂM DÒ THỊ TRƯỜNG MỚI RẤT QUAN TRỌNG

EU và Mỹ chiếm 71% kim ngạch xuất khẩu hàng may mặc của Bangladesh. Và cuộc khủng hoảng ở các thị trường này đe dọa đến tăng trưởng xuất khẩu của quốc gia này. Xuất khẩu sang các thị trường phi truyền thống hoặc thị trường mới chỉ chiếm gần 15%. Trong số các thị trường phi truyền thống, duy nhất xuất khẩu sang Nhật Bản đạt mốc tỷ USD, trong khi xuất khẩu đi Ấn Độ và Úc mới gần đạt ngưỡng tỷ USD, lần lượt ở mức 715 triệu USD và 812 triệu USD trong năm tài chính vừa qua. Hiệp hội DM Bangladesh đánh giá các thị trường tiềm năng với dệt may Bangladesh sẽ là Nhật Bản, Úc, Nga, Ấn Độ, Brazil và Malaysia. Thị trường Nam Á cũng có cơ hội phát triển vì vị trí địa lý gần, văn hóa và kiểu quần áo giống nhau. Không chỉ vậy, Bangladesh còn được hưởng các ưu đãi miễn thuế. Ngoài các thị trường này, Bangladesh cũng định hướng tập trung vào thị trường Trung Đông. So với quy mô thị trường trị giá 10 tỷ USD ở các nước vùng Vịnh, xuất khẩu của Bangladesh sang khu vực này mới chỉ đạt khoảng 367 triệu USD. Vì vậy, việc thâm nhập thị trường xuất khẩu của Các Tiểu vương quốc Ả Rập Thống nhất (UAE), Ả Rập Xê-út, Qatar, Oman, Kuwait và Bahrain sẽ là một lựa chọn tốt cho Bangladesh để mở rộng giá trị và khối lượng xuất khẩu.

CẦN CẢI THIỆN NĂNG LỰC VÀ NĂNG SUẤT

Năng lực và năng suất hiện có không đủ để đạt được mục tiêu xuất khẩu 100 tỷ USD vào năm 2030. So với các đối thủ cạnh tranh, hiện nay Bangladesh có năng suất thấp hơn 30-40% so với các đối thủ cạnh tranh

Hình trên cho thấy năng suất theo năm của người lao động giữa các quốc gia cạnh tranh xuất khẩu dệt may, năng suất của mỗi công nhân của Bangladesh một năm ở mức 10.400 USD trong khi năng suất của mỗi công nhân của Trung Quốc



Ghi chú: C: Campuchia, B: Bangladesh, V: Việt Nam, P: Pakistan, I: Ấn Độ, C: Trung Quốc, I: Indonesia, T: Thổ Nhĩ Kỳ, S: Sri Lanka

Nguồn: Tạp chí Dệt May Textile Today

một năm là 23.500 USD, cao nhất là Sri Lanka ở mức 31.900 USD.

Để duy trì khả năng cạnh tranh trên thị trường xuất khẩu toàn cầu, không có cách nào ngoài tăng năng suất. Các nhà sản xuất phải giữ chân công nhân lành nghề bằng cách cung cấp chế độ hưu trí và các lợi ích khác. Ngoài ra, tự động hóa và nâng cấp công nghệ là rất quan trọng để nâng cao năng suất. Công nhân cần được đào tạo để có khả năng vận hành công nghệ thay vì làm thủ công như trước đây.

NGHIÊN CỨU PHÁT TRIỂN (R&D) LÀ ĐIỀU PHẢI CÓ

Ngành công nghiệp thời trang nhanh thay đổi mô hình mỗi ngày. Thị hiếu của người tiêu dùng cũng thay đổi nhanh chóng. Vì vậy, những người làm trong lĩnh vực này phải có một đội ngũ chuyên trách để đối phó với xu hướng ưa thích mới và giữ chân người mua toàn cầu. Các ngành công nghiệp và giới học thuật có thể chung tay nghiên cứu và đổi mới về lĩnh vực thời trang, may mặc, nâng ngành lên một tầm cao mới.

NGƯỜI MUA CÓ VAI TRÒ QUAN TRỌNG

Các thương hiệu toàn cầu, nhà bán lẻ và người mua cũng có vai trò quan trọng giúp Bangladesh đạt mục tiêu 100 tỷ USD. Kỳ vọng người mua sẽ chủ động tăng giá mua sản phẩm để điều chỉnh giá nguyên liệu đầu vào tăng cao. Ngược lại, các nhà xuất khẩu phải đảm bảo vận chuyển hàng hóa kịp thời và đảm bảo chất lượng sản phẩm để giữ được lòng tin của người mua.

XÂY DỰNG THƯƠNG HIỆU BANGLADESH

Bangladesh có nhiều câu chuyện như tiêu chuẩn an toàn, nhà máy xanh, vận hành tốt để kể cho người mua và người tiêu dùng toàn cầu. Bangladesh chú trọng quảng bá những điểm sáng trên cho những khách hàng hiện có và khách hàng mới để giành thêm thị phần trên thị trường xuất khẩu và có được nhiều đơn đặt hàng hơn. Theo dữ liệu của BGMEA, có 165 nhà máy xanh trong lĩnh vực làm hàng may mặc đã được chứng nhận bởi Hội đồng Công trình Xanh Hoa Kỳ (USGBC). Lĩnh vực hàng may mặc của Bangladesh dẫn đầu về sản xuất xanh với 50 nhà máy thuộc loại bạch kim, 101 loại vàng, 10 loại bạc và 4 nhà máy khác được chứng nhận LEED. Cũng như Việt Nam, Bangladesh cũng có cơ hội trước xu hướng đa dạng hoá nhà cung cấp China+1 của các nhà mua hàng, thoát dần khỏi sự phụ thuộc vào Trung Quốc. Ngoài ra, cuộc khủng hoảng chính trị ở Sri Lanka, Myanmar cũng là cơ hội cho dệt may Bangladesh.❏

Ý KIẾN CHUYÊN GIA

P.V (Tổng hợp)

Thủ tướng Chính phủ Phạm Minh Chính:

"Việt Nam kiên định mục tiêu kiểm soát lạm phát, ổn định kinh tế vĩ mô, thúc đẩy tăng trưởng và bảo đảm các cân đối lớn của nền kinh tế; thực hiện chính sách tiền tệ thận trọng, chắc chắn, bảo đảm tính chủ động, linh hoạt, hiệu quả; phối hợp đồng bộ, chặt chẽ, hài hòa với điều hành chính sách tài khóa mở rộng hợp lý, có trọng tâm, trọng điểm và các chính sách khác; triển khai chương trình phục hồi và phát triển với quy mô tương đương 4% GDP; phát triển các thị trường bất động sản, thị trường vốn, thị trường lao động, thị trường khoa học công nghệ…

Thứ trưởng Bộ Công Thương Đỗ Thắng Hải:

"Về tốc độ tăng trưởng giá trị thương hiệu quốc gia, Việt Nam tiếp tục được đánh giá là điểm sáng trong bức tranh xây dựng, phát triển thương hiệu quốc gia và là thương hiệu quốc gia có tốc độ tăng trưởng giá trị nhanh nhất thế giới giai đoạn 2019-2022 (74%). Trong đó, năm 2019, giá trị thương hiệu quốc gia Việt Nam mới chỉ được Brand Finance định giá là 247 tỷ USD, năm 2020 là 319 tỷ USD tăng 29,1% so với năm 2019; năm 2021 là 388 tỷ USD tăng 21,6% so với năm 2020; thì năm 2022 đã là 431 tỷ USD tăng 11,1% so với năm 2021.

Thứ trưởng Bộ Kế hoạch và Đầu tư Trần Quốc Phương:

"Các chuyên gia cho rằng, nếu các nước kiểm soát lạm phát cao với cường độ mạnh của các nền kinh tế lớn thì dễ dẫn tới sự suy thoái. Để khắc phục tình trạng lạm phát cao và kéo theo suy thoái thì thời gian không hề ngắn. Nền kinh tế của chúng ta quy mô lớn, nhưng độ mở rất lớn nên tác động của lạm phát toàn cầu là có. Ngoài ra, chúng ta còn phải cảnh giác với những yếu tố khách quan như thiên tai, dịch bệnh. Bộ Kế hoạch và Đầu tư tham mưu và kiến nghị với Chính phủ được lựa chọn kịch bản tăng trưởng năm 2023 là khoảng 6,5%.

Trưởng đoàn giám sát của Quỹ Tiền tệ quốc tế về kinh tế vĩ mô và tài chính, tiền tệ của các nước hội viên Era Dabla-Norris:

"IMF dự báo tăng trưởng GDP của Việt Nam năm 2022 sẽ khoảng 7%-7,5%; lạm phát trung bình thấp hơn so với mục tiêu 4% và thấp so với các nước trên thế giới và khu vực; các hoạt động sản xuất kinh doanh đang phục hồi mạnh mẽ và rộng khắp

Tùy viên Nông nghiệp cao cấp, Tổng Lãnh sự quán Mỹ tại Tp. Hồ Chí Minh Benjamin Petlock:

"Việt Nam là điểm đến quan trọng của các mặt hàng nông sản Mỹ nói chung và bông Mỹ nói riêng, nên Mỹ luôn mong muốn thúc đẩy hợp tác thương mại song phương giữa hai bên, cũng như trong cộng đồng doanh nghiệp. Đặc biệt, sự tin tưởng của đơn vị sản xuất dệt may Việt Nam vào nguồn cung và nhà cung cấp bông Mỹ đã tạo động lực cho bông Mỹ ngày càng tăng cường đa dạng giải pháp minh bạch thông tin, đồng hành cùng ngành dệt may và doanh nghiệp Việt Nam.

Chủ tịch Hiệp hội Bông Mỹ Carlos Garcia:

"Việt Nam là một trong những thị trường nhập khẩu bông Mỹ lớn thứ 2 trên thế giới và cũng được xác định là thị trường quan trọng của nguồn nguyên liệu này. Năm nay, Ngày hội Cotton Day VietNam trở lại với hình thức trực tiếp có sự tham gia của nhiều chuyên gia, nhà cung cấp, đơn vị sản xuất nguyên liệu bông đến từ Mỹ nhằm cập nhật thông tin, chia sẻ xu hướng thị trường và thúc đẩy những cơ hội hợp tác trong ngành dệt may Việt Nam và bông Mỹ

Nguyên quyền Chủ tịch Ủy ban Giám sát Tài chính Quốc gia Việt Nam TS.Trương Văn Phước:

"Việt Nam phải giữ cho bằng được ổn định tỷ giá. Đây là một phòng tuyến, nếu vỡ phòng tuyến này thì lạm phát sẽ tràn vào. Thời gian vừa qua, Ngân hàng Nhà nước đã làm tốt việc này, giữ tỷ giá trung tâm khoảng 0,6 và cho thị trường dao động trong biên độ cộng trừ 3%. Như vậy là sự lan truyền của lạm phát và Việt Nam sẽ bị ngưng lại bởi phòng tuyến tỷ giá, nếu vỡ phòng tuyến này thì tỷ giá vô cùng khó khăn.

Chuyên gia kinh tế, TS. Trần Du Lịch:

"Từ nay cuối năm, về tín dụng còn khoảng 4%, phải bơm vào được những nơi cần bơm, như Nghị quyết 43 và Nghị quyết 11 của Chính phủ đã nêu. Những ưu tiên, gọi là dòng tín dụng đặc biệt, vào những lĩnh vực lan tỏa nhanh, phục hồi được, trong đó có gói (hỗ trợ lãi suất) 2%, phải bơm đúng và tác dụng nhanh.

Đánh giá tác động của kinh tế tuần hoàn với kinh doanh dịch vụ hàng tiêu dùng

KỊCH BẢN NÀO TỐI ƯU?

Rất nhiều doanh nghiệp, tổ chức, quốc gia đưa ra những khuyến cáo về việc chuyển đổi nền kinh tế tuyến tính sang nền kinh tế tuần hoàn (KTTH) mang lại tính bền vững cho hệ thống kinh tế và nhiều lợi ích về môi trường, xã hội. Nhưng tại sao các dự án triển khai KTTH vẫn chưa phổ biến? Một trong những lý do là các kịch bản KTTH có thể gặp nhiều thách thức từ góc độ kinh tế, để thúc đẩy quá trình chuyển đổi này cần có các phương pháp đánh giá tác động kinh tế, xã hội và môi trường cho mỗi kịch bản.

Bài: **NGUYỄN THANH NGÂN**

Nội dung của bài viết này mô tả một khuôn khổ (khung) đơn giản nhằm đánh giá tác động của các kịch bản KTTH ứng dụng chuyên biệt cho các loại hàng tiêu dùng có thời gian sử dụng lâu bền (durable goods). Đối tượng cụ thể của nghiên cứu này là "sử dụng máy giặt trong hộ gia đình" thông qua dịch vụ của một công ty với 4 kịch bản KTTH khác nhau, từ đó thấy được việc áp dụng khung đánh giá sẽ góp phần giảm thiểu những yếu tố gây trở ngại cho quá trình chuyển đổi sang KTTH.

4 ĐÒN BẨY CHO KỊCH BẢN KTTH

Doanh nghiệp muốn thực hiện một kịch bản KTTH *có thể áp dụng 4 đòn bẩy* chính: *Thiết kế sản phẩm tuần hoàn:* Là hình thức thiết kế sản phẩm tuần hoàn ngay từ trong tư duy để sau này có thể tái sử dụng, tân trang, tái sản xuất và tái chế sản phẩm từ đó có thể kéo dài thời gian sử dụng sản phẩm, giảm sử dụng tài nguyên, dần khép kín các vòng sản xuất.

Các mô hình kinh doanh dịch vụ: Với mô hình này, sản phẩm được thiết kế vì mục tiêu độ bền, công năng sử dụng và tuần hoàn nhằm hướng khách hàng chuyển từ hình thức sở hữu sang mô hình thanh toán dựa trên hiệu suất, khai thác các tiện ích của sản phẩm. Từ đó chuyển đổi từ mô hình kinh doanh định hướng bán hàng sang mô hình định hướng chức năng (hoặc giải pháp) và sự chuyển đổi này cần phải thiết kế lại Hệ thống Sản phẩm-Dịch vụ (PSS). PSS thường là các gói sản phẩm và dịch vụ tích hợp nhằm mục đích tạo ra giá trị và tiện ích cho khách hàng. Có 3 loại PSS chính: 1) *PSS định hướng sản phẩm:* mô hình kinh doanh vẫn chủ yếu hướng đến việc bán sản phẩm tuy nhiên sẽ bổ sung thêm một số dịch vụ như bảo trì; 2) *PSS định hướng sử dụng:* nhà cung cấp dịch vụ giữ quyền sở hữu sản phẩm và cung cấp sản phẩm thông qua hình thức cho thuê, trả cho mỗi lần sử dụng và chia sẻ dịch vụ; 3) *PSS định hướng kết quả:* khách hàng và nhà cung cấp đồng ý về nguyên tắc về một kết quả, không liên quan đến sản phẩm được xác định trước. Dịch vụ ăn uống hoặc hợp đồng trả theo kết quả là ví dụ khả thi về loại PSS thứ ba này. Mô hình kinh doanh dựa trên *PSS định hướng kết quả* là loại hiệu quả nhất để chuyển sang KTTH vì chúng thay đổi động cơ từ tối đa hóa doanh số bán sản phẩm sang tăng cường sử dụng sản phẩm.

Quản lý chuỗi cung ứng và logistic ngược: Mô hình kinh doanh tuần hoàn yêu cầu người mua sản phẩm trả lại chúng cho nhà sản xuất khi không còn sử dụng để tái sử dụng, tân trang, tái sản xuất và tái chế. Khi người dùng không còn muốn sở hữu sản phẩm, người ta cần đến dịch vụ logistics ngược. Chuỗi cung ứng ngược cấu trúc vòng mở được hiểu là cách sử dụng các nguyên vật liệu thu thập ở trên để sản xuất ra các sản phẩm khác với sản phẩm ban đầu, còn chuỗi cung ứng ngược cấu trúc vòng khép kín sẽ tạo ra sản phẩm mới nhưng có cùng chức năng với sản phẩm ban đầu. Nói chung, tái chế hoạt động theo cấu trúc vòng mở, trong khi các hoạt động tái sử dụng, tái sản xuất và tân trang lại hoạt động theo cấu trúc vòng khép kín.

Việc quản lý chuỗi cung ứng và logistic ngược này được thực hiện theo 3 quy trình: (1) thu gom, mua lại sản phẩm không còn sử dụng; (2) cải tạo, sửa chữa, tái sản xuất, tái chế chúng; (3) đưa sản phẩm sau cải tạo, tái chế quay trở lại thị trường.

Ứng dụng các công nghệ cao, số hóa vào việc thúc đẩy quá trình chuyển đổi sang KTTH. Với các sản phẩm được gắn RFID và kết nối IoT hay có thể hiểu là những sản phẩm thông minh được kết nối sẽ cho phép nhà sản xuất, người tiêu dùng, nhà cung ứng nắm được thông tin về sản phẩm một cách đầy đủ, truy xuất được nguồn gốc sản phẩm, đóng góp vào việc thu thập sản phẩm khi chúng không còn được sử dụng, quản lý được nguồn chất thải, khép kín được vòng lặp thông qua tái sử dụng, tái chế và tái sản xuất…

ĐÁNH GIÁ TÁC ĐỘNG CỦA CÁC KỊCH BẢN KTTH

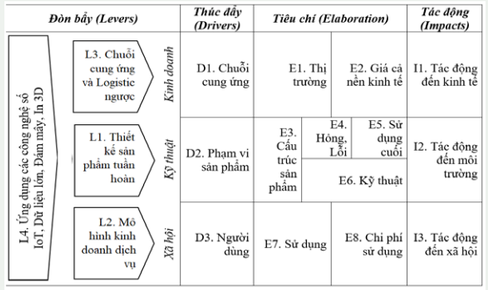
Quá trình chuyển đổi hướng tới KTTH có thể được đánh giá ở ba cấp độ: vi mô (cấp doanh nghiệp hoặc sản phẩm), trung bình (cụm hoặc các khu công nghiệp) và vĩ mô (cấp khu vực hoặc quốc gia).

Ở cấp độ vi mô, sản phẩm lựa chọn để áp dụng thí điểm mô hình KTTH là máy giặt và cung cấp dịch vụ giặt. Theo kết quả khảo sát năm 2015, thị trường EU tiêu thụ 14-15 triệu máy giặt/năm, tạo doanh thu khoảng 6 tỷ Euro/năm. Máy giặt được xếp vào danh mục hàng tiêu dùng lâu bền, tiêu thụ nhiều tài nguyên như điện, nước, chất tẩy rửa khi sử dụng. Mặc dù có tuổi thọ trung bình khoảng 12,5 năm nhưng tuổi này có thể thay đổi tùy thuộc vào chu kỳ giặt, ví dụ một máy giặt trung bình có tuổi thọ trung bình khoảng 2000 chu kỳ giặt nhưng đối với máy giặt cao cấp thì con số là có thể là 10.000. Tiêu thụ năng lượng của từng loại máy giặt cũng đã được các nhà sản xuất tối ưu tuy nhiên mỗi hộ gia đình ở EU vẫn dành khoảng 10% mức tiêu thụ năng lượng cho việc giặt giũ. Việc sản xuất ra máy giặt cũng tiêu tốn từ 70-100 kg từ hơn 20 loại vật liệu khác nhau như thép, nhựa, nhôm, thủy tinh, PP,...

Đối với máy giặt, giai đoạn sử dụng quyết định phần lớn các tác động đến môi trường và khoảng 60% tổng chi phí sở hữu. Các đặc điểm như chi phí mua máy giặt khá cao, công nghệ sử dụng tiên tiến, không đòi hỏi bảo trì và sửa chữa thường xuyên,... là những điểm rất phù hợp cho việc chuyển đổi mô hình kinh doanh từ định hướng bán hàng sang định hướng chức năng, tạo nên sản phẩm phù hợp với PSS.

Để đánh giá tác động của các kịch bản KTTH, một khung phân tích đơn giản đã được xây dựng dựa trên những nền tảng thông tin đã được cung cấp ở trên. Khung gồm 18 mô-đun, chia thành 4 nhóm: Đòn bẩy (Levers), Thúc đẩy (Drivers), Tiêu chí/khía cạnh (Elaboration) và Tác động (Impacts), mỗi mô-đun là một khối, bao gồm một hoặc nhiều phần tử và có thể được sử dụng (hoặc không) để thực hiện đánh giá.

Hình 1 – Khung phân tích



Mỗi mô-đun là một tập hợp các yếu tố đặc trưng cho các đối tượng và mối quan hệ có liên quan được xem xét để đánh giá một kịch bản KTTH. Bảng dưới đây cung cấp danh sách các yếu tố cho từng mô-đun.

Bảng 1 - Các yếu tố trong khung phân tích

Mã số	Nhóm	Tên mô-đun	Mục đích	Một số yếu tố đặc trưng
L1	Đòn bẩy (Levers)	Thiết kế sản phẩm tuần hoàn	Xác định và chọn đòn bẩy 'Thiết kế sản phẩm tuần hoàn' phù hợp với kịch bản KTTH được xem xét	- Thiết kế cho độ tin cậy - Thiết kế bền - Thiết kế cho khả năng phục vụ - Thiết kế để tiêu chuẩn hóa - Thiết kế để tháo rời - ….
L2	Đòn bẩy (Levers)	Mô hình kinh doanh phục vụ	Xác định và chọn đòn bẩy "Mô hình kinh doanh dịch vụ" phù hợp với kịch bản KTTH được xem xét	- Hợp đồng dịch vụ đầy đủ - Trả chi phí cho mỗi lần sử dụng - Cho thuê - Chia sẻ - Trả chi phí cho mỗi kết quả - ….
L3	Đòn bẩy (Levers)	Quản lý chuỗi cung ứng và Logistic ngược	Xác định và chọn đòn bẩy "Quản lý chuỗi cung ứng và Logistic ngược" phù hợp với kịch bản KTTH được xem xét	- Tái sử dụng - Cải tạo/Sửa chữa/Nâng cấp - Tái sản xuất - Tái chế - ….

L4	Đòn bẩy (Levers)	Các công nghệ số	Xác định và chọn đòn bẩy "Công nghệ số" phù hợp với kịch bản KTTH được xem xét	- Internet vạn vật (IoT) - Dữ liệu lớn (Big Data) - Điện toán đám mây (Cloud) - In 3D (3D printing)
D1	Thúc đẩy (Drivers)	Chuỗi cung ứng	Xây dựng cấu trúc của chuỗi cung ứng bao gồm số lượng, quy mô và vai trò của các nhà sản xuất, nhà bán lẻ, nhà cung cấp dịch vụ và logistic, người thu gom và người tái chế.	- Số lượng và quy mô của nhà sản xuất - Số lượng và quy mô của các nhà bán lẻ - Số lượng và quy mô của các nhà cung cấp 3PL & S - Yêu cầu lực lượng lao động (toàn thời gian)
D2	Thúc đẩy (Drivers)	Phạm vi sản phẩm	Xây dựng các loại sản phẩm đồng nhất, có các đặc tính giống nhau Xây dựng các nhóm khách hàng đồng nhất, có các đặc điểm giống nhau	- Chất lượng sản phẩm cao/thấp - Phạm vi phân khúc giá cao/thấp
D3	Thúc đẩy (Drivers)	Người sử dụng	Xây dựng các nhóm khách hàng đồng nhất, có các đặc điểm giống nhau	- Tuổi tác - Quốc tịch - Thu nhập - Sở thích -…
E1	Tiêu chí/Khía cạnh (Elaboration)	Thị trường	Mô tả lượng sản phẩm, mô tả quy mô thị trường quan tâm	- Thị trường đầu vào (bán hàng) - Thị trường đầu ra (Sản phẩm đến tay người sử dụng) - Sản phẩm cơ bản/tiêu chuẩn
E2	Tiêu chí/Khía cạnh (Elaboration)	Chi phí kinh doanh	Mô tả các chi phí đơn lẻ phát sinh trong chuỗi cung ứng	- Chi phí vật liệu - Chi phí lao động -…
E3	Tiêu chí/Khía cạnh (Elaboration)	Cấu trúc sản phẩm	Mô tả đặc điểm của sản phẩm, định mức nguyên vật liệu (BOM), thành phần vật liệu, trọng lượng, v.v.	- Thành phần nhựa - Thành phần kim loại - Thành phần điện tử -…
E4	Tiêu chí/Khía cạnh (Elaboration)	Hỏng/Lỗi	Mô tả đặc điểm của các thông số kỹ thuật có ảnh hưởng đến tuổi thọ của sản phẩm, bao gồm dữ liệu liên quan đến lỗi và bảo trì	- MTBF / MTTR của sản phẩm (thời gian trung bình sửa chữa/thời gian trung bình giữa các lần thất bại) - Thành phần MTBF / MTTR - Tuổi thọ
E5	Tiêu chí/Khía cạnh (Elaboration)	Sản phẩm hết hạn sử dụng (end-of-use)	Để mô tả những chức năng liên quan đến sản phẩm hết hạn sử dụng (sản phẩm ở cuối vòng đời)	- Tỷ lệ tái sử dụng - Tỷ lệ cải tạo/tân trang - Tỷ lệ tái sản xuất - Tỷ lệ tái chế - Tỷ lệ tiêu hủy -…
E6	Tiêu chí/Khía cạnh (Elaboration)	Kỹ thuật	Mô tả các thông số kỹ thuật liên quan đến việc sử dụng sản phẩm trong suốt vòng đời của nó	- Tiêu hao điện, nước,…theo chu kỳ -…
E7	Tiêu chí/Khía cạnh (Elaboration)	Sử dụng sản phẩm	Mô tả giai đoạn sử dụng sản phẩm	- Tần suất sử dụng - Cách sử dụng hiệu quả -…
E7	Tiêu chí/Khía cạnh (Elaboration)	Chi phí sử dụng	Mô tả các chi phí mà người dùng phải chi trả khi họ mua và hoặc truy cập vào sản phẩm / dịch vụ / giải pháp được cung cấp	- Giá sản phẩm - Phí truy cập - Chi phí tiêu hao - Chi phí dịch vụ -…
I1	Tác động	Tác động về kinh tế	Để đánh giá các tác động kinh tế chính của kịch bản KTTH được xem xét, theo các thuật ngữ khác nhau, bằng cách áp dụng một bộ chỉ số	- Tổng chi phí sở hữu của người dùng - Chi phí vòng đời sản phẩm - Tổng lợi nhuận của chuỗi cung ứng -…
I2	Tác động	Tác động về môi trường	Để đánh giá các tác động môi trường chính của kịch bản KTTH được xem xét, theo các thuật ngữ khác nhau, bằng cách áp dụng một bộ chỉ số	- Tiềm năng nóng lên toàn cầu - Tiêu thụ nguyên vật liệu - Tiêu hao -…
I3	Tác động	Tác động về xã hội	Để đánh giá các tác động xã hội chính của kịch bản KTTH được xem xét, theo các thuật ngữ khác nhau, bằng cách áp dụng một bộ chỉ số	- Số lượng việc làm mới được tạo ra - Thu nhập khả dụng của người dùng -…

Các đặc điểm của khung phân tích và cách sử dụng

Khung phân tích giúp cho việc áp dụng kết hợp 4 đòn bẩy (các mô-đun từ L1 đến L4) với việc đánh giá các tác động (mô-đun từ I1 đến I3). Người ta có thể đo lường được các tác động theo từng kịch bản so sánh chúng với nhau. Bảng 1 giúp người sử dụng hiểu về từng mô-đun và các yếu tố từ đó lựa chọn cái phù hợp cho việc đánh giá một kịch bản KTTH. Trên thực tế, khi đánh giá một kịch bản KTTH, chỉ những mô-đun có ít nhất một phần tử khác biệt so với kịch bản cơ sở sẽ ảnh hưởng trực tiếp đến việc đánh giá. Nói cách khác, nếu một mô-đun không khác biệt so với kịch bản cơ sở, thì nó không phát huy tác dụng trong đánh giá.

Khung phân tích sẽ hỗ trợ việc đánh giá trước các tác động liên quan đến các kịch bản KTTH một cách tổng thể và toàn diện, vì nó bao gồm: (i.) Các đòn bẩy định hình lại các kịch bản tuyến tính thành một kịch bản KTTH; (ii.) tất cả các khía cạnh liên ngành và các yếu tố đặc trưng; và (iii.) chuỗi cung ứng và quan điểm của người dùng. Trên thực tế, các nhà quản lý và hoạch định chính sách muốn đánh giá các tác động của một kịch bản KTTH cụ thể có sử dụng khung để xác định các yếu tố chính đặc trưng cho lĩnh vực quan tâm và phân loại chúng thông qua các mô-đun.

ỨNG DỤNG THỰC NGHIỆM

Công ty Alpha là đối tượng triển khai thực nghiệm, công ty chuyên cung cấp máy giặt, máy sấy theo mô hình kinh doanh dịch vụ thay cho mô hình bán sản phẩm truyền thống.

Alpha không bán máy giặt và máy sấy cho khách hàng mà cung cấp dịch vụ sử dụng chúng thông qua "Hợp đồng đăng ký và trả tiền theo số lần sử dụng sản phẩm". Alpha vẫn giữ quyền sở hữu và sẽ thu lại chúng khi khách hàng không còn đăng ký sử dụng. Khách hàng của Alpha sẽ được sử dụng loại máy giặt tốt tại nhà mà không phải trả chi phí ban đầu, khi không còn nhu cầu sử dụng, Alpha sẽ thu lại các thiết bị này, sửa chữa, bảo dưỡng, tân trang lại chúng để cung cấp cho khách hàng mới

Để phục vụ cho mô hình này, công nghệ IoT được ứng dụng kết nối máy giặt với internet, biến các máy giặt sấy độc lập thành các thiết bị thông minh. Alpha thu thập dữ liệu sử dụng của thiết bị và đưa ra đề xuất về cách sử dụng để giảm chi phí năng lượng và nước thông qua ứng dụng di động. Cụ thể hơn, công ty liên tục theo dõi một loạt các thông số như mức tiêu thụ điện, nước và chất tẩy rửa, khối lượng giặt và số chu trình thực hiện. Việc phân tích những dữ liệu này cho phép Alpha cải thiện khả năng hỗ trợ khách hàng nhằm giảm thiểu việc tiêu thụ tài nguyên. Dựa trên thói quen của từng người dùng cụ thể, Alpha đề xuất giải pháp sử dụng cho từng khách hàng ví dụ: thay đổi thời gian của chu kỳ giặt nhưng vẫn đảm bảo kết quả tốt nhất để giảm tiêu thụ năng lượng và nước (giảm tác động tiêu cực tới môi trường). Khách hàng nếu áp dụng đề xuất của Alpha sẽ được trao thưởng. Alpha cũng cung cấp các dịch vụ bảo trì dự phòng và dự đoán, sửa chữa, hỗ trợ kỹ thuật và nâng cấp phần mềm máy giặt miễn phí. Trên thực tế, Alpha có thể nâng cấp từ xa phần mềm kiểm soát việc sử dụng tài nguyên (năng lượng, nước, chất tẩy rửa) của từng thiết bị, do đó kết hợp các chương trình giặt cập nhật nhất và đạt được mức tiêu thụ tài nguyên thấp hơn.

Áp dụng khung phân tích đã xây dựng để đánh giá các kịch bản KTTH của Alpha ta có các đòn bẩy được xem xét ở đây là L4-Ứng dụng các công nghệ số và L2-Mô hình kinh doanh dịch vụ (trả tiền cho mỗi lần sử dụng). Khách hàng được hưởng lợi trực tiếp là không phải chi trả chi phí đầu tư thiết bị ban đầu, lợi ích gián tiếp từ việc giảm chi phí năng lượng và nước trong khi tác động đến môi trường và xã hội cũng được hưởng lợi từ việc tiết kiệm tổng mức tiêu thụ năng lượng.

Bốn kịch bản KTTH đối với Alpha được mô tả như hình dưới đây:

		Nơi cung cấp dịch vụ	
		Thị trường ngách	Thị trường châu Âu
Loại sản phẩm	Máy giặt có hiệu suất tốt nhất	**Kịch bản C** Máy giặt có hiệu suất tốt nhất sử dụng cho thị trường tiềm năng của Alpha	**Kịch bản D** Máy giặt có hiệu suất tốt nhất được sử dụng cho thị trường châu Âu
	Máy giặt của Alpha	**Kịch bản A** Máy giặt của Alpha sử dụng cho thị trường tiềm năng của Alpha	**Kịch bản B** Máy giặt của Alpha sử dụng cho thị trường châu Âu

Hình 2 – Xây dựng kịch bản

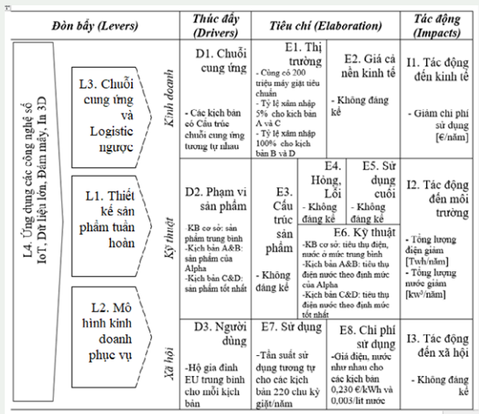
Bốn kịch bản được xác định theo: Các đặc điểm kỹ thuật của máy giặt và Quy mô thị trường có thể áp dụng mô hình kinh doanh mới. Có hai loại máy giặt một là máy giặt do Alpha cung cấp và hai là máy giặt có hiệu suất tốt nhất tại thị trường châu Âu. Hai quy mô thị trường tiềm năng bao gồm: thị trường ngách và Châu Âu. Phương án đầu tiên thể hiện thị trường tiềm năng mà Alpha hướng tới trong dài hạn (tỷ lệ thâm nhập là 5%) trong khi phương án sau xem xét việc mở rộng mô hình kinh doanh cho toàn bộ Châu Âu (tỷ lệ thâm nhập 100%), như một thước đo cho toàn bộ tiềm năng KTTH trong tương lai. Kịch bản cơ sở là thị trường châu Âu với 200 triệu máy giặt được cài đặt, các hộ gia đình sử dụng loại máy giặt trung bình với mức tiêu thụ điện nước trung bình lần lượt là 1kWh và 60 lít nước cho mỗi chu kỳ giặt, tần suất sử dụng 220 chu kỳ giặt/năm, giá điện 0,230 Euro/kWh và nước 0.003 Euro/lít nước.

Nhóm Đòn bẩy: cho mỗi kịch bản là Công nghệ số (L4), cụ thể là công nghệ IoT và mô hình kinh doanh (L2) PSS định hướng sử dụng trả chi phí cho mỗi lần sử dụng.

Nhóm Thúc đẩy: mô-đun Chuỗi cung ứng (D1) không có

sự khác biệt đáng kể. D3-Người dùng được sử dụng mô tả đặc điểm của các hộ gia đình tại EU. Mô-đun D2 làm nổi bật sự thay đổi từ việc sử dụng máy giặt loại trung bình sang máy giặt của Alpha (kịch bản A và B) hoặc dùng máy giặt loại tốt nhất (kịch bản C và D).

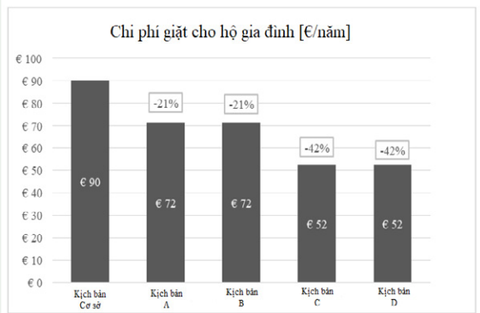
Khi thiết lập được các mô-đun Thúc đẩy thì nhóm Tiêu chí cũng sẽ được hoàn thiện. Với kịch bản A và C, tỷ lệ thâm nhập là 5% cho thấy thị trường mà Alpha hương tới trong dài hạn, trong khi kịch bản B và D tỷ lệ thâm nhập là 100% đại diện cho toàn bộ thị trường. Dự kiến bốn kịch bản không thay đổi thói quen sử dụng, vẫn là 220 chu kỳ giặt/năm/hộ gia đình (E7). Mô-đun E6 sẽ thay đổi dữ liệu kỹ thuật liên quan đến tiêu thụ tài nguyên khi sử dụng máy giặt, ở kịch bản A và B tiêu thụ trung bình 0.8kWh và 47 lít nước/chu kỳ, kịch bản C và D tiêu thụ 0.45kWh và 45 lít nước/chu kỳ. Mô-đun E8 chi phí điện và nước lần lượt là 0,230 €/kWh và 0,003 € /lít nước. Các mô-đun E2, E3, E4, E5 không có những khác biệt so với kịch bản cơ sở. Khung phân tích để đánh giá 4 kịch bản cho trường hợp của Alpha được mô tả trong hình 3.



Hình 3 – Khung phân tích cho cho các kịch bản

Khi tất cả các mô-đun Đòn bẩy, Thúc đẩy và Tiêu chí được cân nhắc, việc đánh giá tác động sẽ đơn giản và theo khung phân tích. Tác động về kinh tế thu được là các hộ gia đình được hưởng lợi gián tiếp từ việc giảm chi phí năng lượng và nước, trong khi môi trường và xã hội nói chung có thể hưởng lợi từ việc tiết kiệm tổng mức tiêu thụ năng lượng và nước. Trong toàn bộ hệ thống kinh tế, các chi phí dự kiến tiết kiệm được sẽ được mô tả như trong các bảng và hình dưới đây.

Cụ thể hơn, với việc cung cấp máy giặt hiệu suất tốt nhất (kịch bản C và D), người dùng có thể đạt được mức giảm chi phí giặt tối đa là 40€ mỗi năm, tức là giảm 40% đối với trường hợp cơ sở. Kết quả này cho thấy rằng mô hình mà Alpha đang cung cấp chỉ đạt được 50% mức giảm chi phí (tức là tiết kiệm 20€ mỗi năm thay vì 40€), đây chính là tiềm năng để Alpha có thể tiếp tục khai thác.



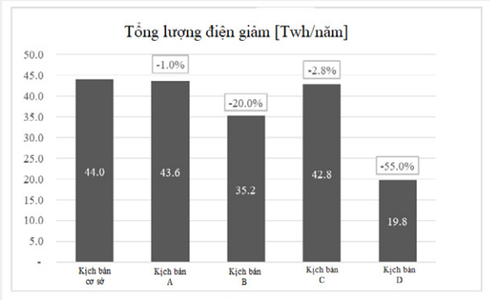
Hình 4 – Mức tiết kiệm chi phí giặt cho một hộ sử dụng

Từ quan điểm chung, việc hướng tới kịch bản KTTH tối ưu sẽ đạt được mức tiết kiệm năng lượng và nước tối đa là 24,2 Twh và 0,66 Km³ mỗi năm, tương ứng là 55% và 25% so với trường hợp cơ sở (kịch bản D). Kết quả cũng cho thấy khả năng mở rộng của mô hình kinh doanh của Alpha từ thị trường ngách sang thị trường châu Âu là xu hướng phù hợp.

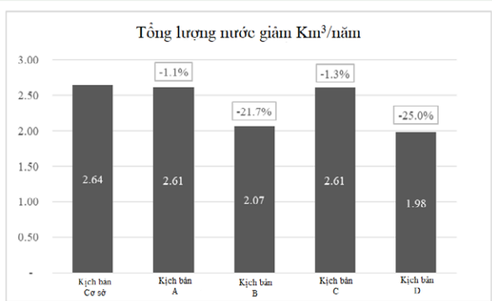
Bảng 2 – Ứng dụng thực nghiệm

Yếu tố	Mô-đun	Kịch bản cơ sở	Kịch bản A	Kịch bản B	Kịch bản C	Kịch bản D
Tỷ lệ thâm nhập thị trường [%]	E1. Thị trường	100%	5%	100%	5%	100%
Số máy giặt cơ sở được lắp đặt [WMs]	E1. Thị trường	200,000,000	200,000,000	200,000,000	200,000,000	200,000,000
Tần suất sử dụng [chu kỳ/năm]	E7. Sử dụng	220	220	220	220	220
Tiêu thụ điện [kwh/chu kỳ]	E6. Kỹ thuật	1.00	0.80	0.80	0.45	0.45
Tiêu thụ nước [lit/chu kỳ]	E6. Kỹ thuật	60	47	47	45	45
Giá điện [€/kwh]	E8. Chi phí sử dụng	0.23	0.23	0.23	0.23	0.23
Giá nước [€/lit]	E8. Chi phí sử dụng	0.003	0.003	0.003	0.003	0.003
Chi phí của người sử dụng [€/năm]	I1. Tác động đến kinh tế	90.20	71.50	71.50	52.47	52.47
Tổng tiêu thụ điện [Twh/năm]	I2. Tác động đến môi trường	44.00	43.56	35.20	42.79	19.80
Tổng tiêu thụ nước [Km^3/năm]	I2. Tác động đến môi trường	2.64	2.61	2.07	2.61	1.98

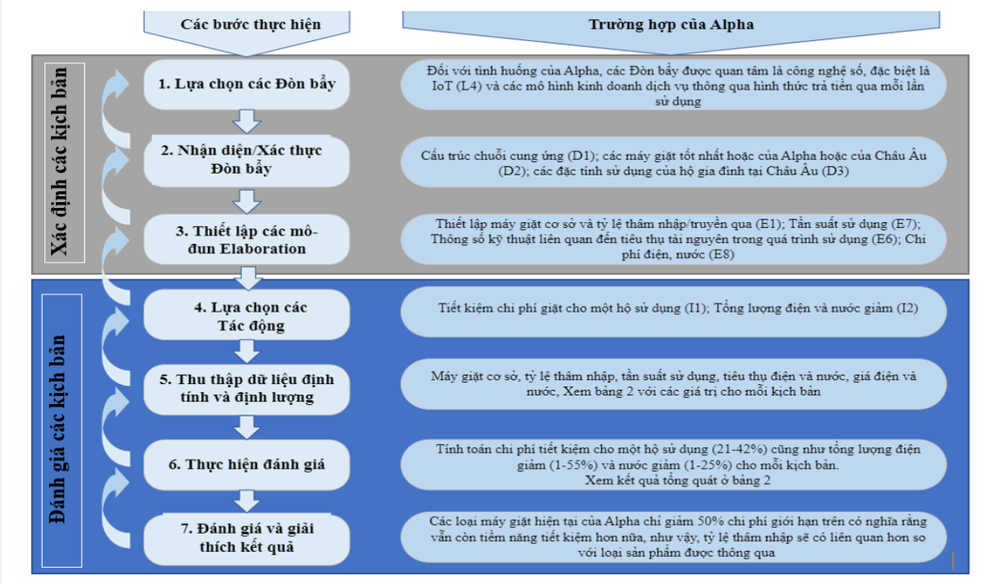
Yếu tố	Mô-đun	Kịch bản cơ sở	Kịch bản A	Kịch bản B	Kịch bản C	Kịch bản D
Δ Tổng chi phí của người sử dụng [€/năm]	I1. Tác động đến kinh tế	-	- 18.70	- 18.70	- 37.73	- 37.73
Δ Tổng tiêu thụ điện [Twh/year]	I2. Tác động đến môi trường	-	- 0.44	- 8.80	- 1.21	- 24.20
Δ Tổng tiêu thụ nước [Km^3/year]	I2. Tác động đến môi trường	-	- 0.03	- 0.57	- 0.03	- 0.66
Δ Chi phí của người sử dụng [%]	I1. Economic impact	-	- 20.7 %	- 20.7 %	- 41.8 %	- 41.8 %
Δ Tổng tiêu thụ điện [%]	I2. Tác động đến môi trường	-	- 1.0 %	- 20.0 %	- 2.8 %	- 55.0 %
Δ Tổng tiêu thụ nước [%]	I2. Tác động đến môi trường	-	- 1.1 %	- 21.7 %	- 1.3 %	- 25.0 %



Hình 5 – Tiết kiệm điện



Hình 6 – Tiết kiệm nước



Hình 7 – Các bước ứng dụng khung phân tích

Để giúp cho việc sử dụng khung phân tích một cách đơn giản, các bước thực hiện được mô tả như trong hình 7, trong đó người ta cung cấp một lưu đồ cũng như ứng dụng cụ thể trong trường hợp của Alpha

Việc áp dụng mô hình KTTH cần tư duy hệ thống nên cần phải phát triển các khung phân tích và hệ thống để hỗ trợ trong việc đánh giá tác động. Khung phân tích sẽ hỗ trợ đánh giá trước ở cả cấp độ vĩ mô và vi mô theo cách liệu kịch bản KTTH đó có thể có tác động tích cực hay tiêu cực đối với tất cả các bên liên quan. Kết quả đánh giá cho biết đòn bẩy nào giúp chúng ta thu được những lợi ích phù hợp nhất, hỗ trợ cho việc ra quyết định chiến lược của doanh nghiệp cũng như hoạch định chính sách.❑

https://www.researchgate.net/publication/327467581_Assessing_the_impacts_of_circular_economy_a_framework_and_an_application_to_the_washing_machine_industry

Phát triển KINH TẾ TUẦN HOÀN TRÊN TOÀN BỘ CHUỖI GIÁ TRỊ

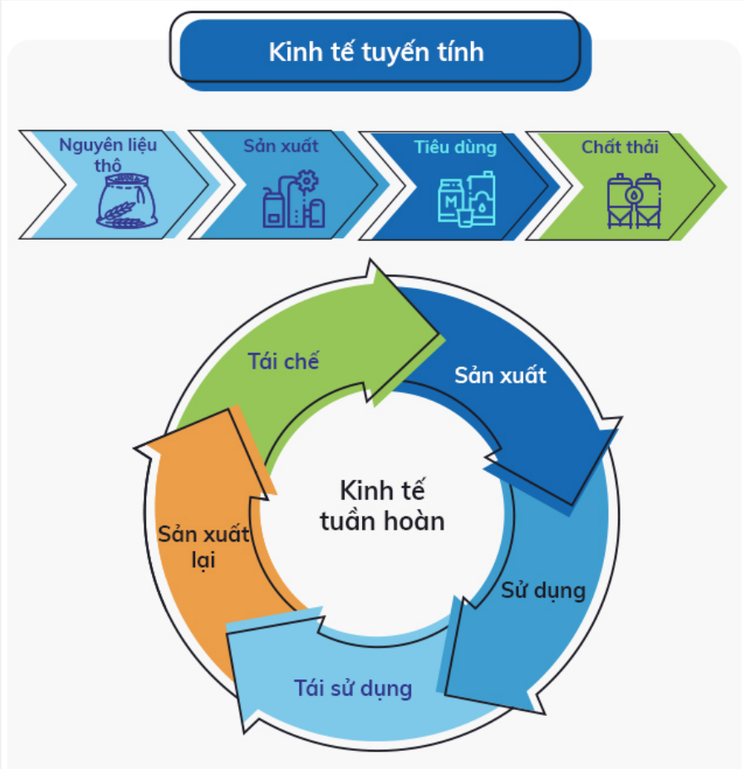
Bài: **ĐẶNG BÁ NAM**

Kinh tế tuần hoàn là một chiến lược kinh tế quan trọng không thể thiếu trong việc bảo tồn môi trường, tập trung vào các hoạt động bao gồm: các vấn đề về chất thải và quản lý chất thải sau khi tiêu thụ. Ngoài mục đích tăng hiệu quả của sản phẩm hoặc bao bì thì việc tái sử dụng không làm ảnh hưởng tới môi trường và xã hội hiện nay mà còn đóng góp nhiều giá trị. Do vậy, một nền kinh tế sạch - kinh tế tuần hoàn để phát triển bền vững là xu hướng thiết yếu.

Coca-Cola là một trong điển hình thực hành kinh tế tuần hoàn nhằm mục tiêu hướng đến phát triển bền vững.

XU HƯỚNG TẤT YẾU ĐỂ PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG

Nền kinh tế tuần hoàn khác với nền kinh tế truyền thống theo mô hình tuyến tính. Nó không tính đến việc xử lý chất thải rắn và chất thải lâu dài. Đặc biệt là rác thải điện tử thường được chôn lấp hoặc đốt bỏ sau khi sử dụng. Việc này khiến các nhà sản xuất hoặc nhập khẩu các sản phẩm EU phải chịu hậu quả nặng về chất thải và xử lý chất thải sau khi tiêu thụ những sản phẩm ấy.



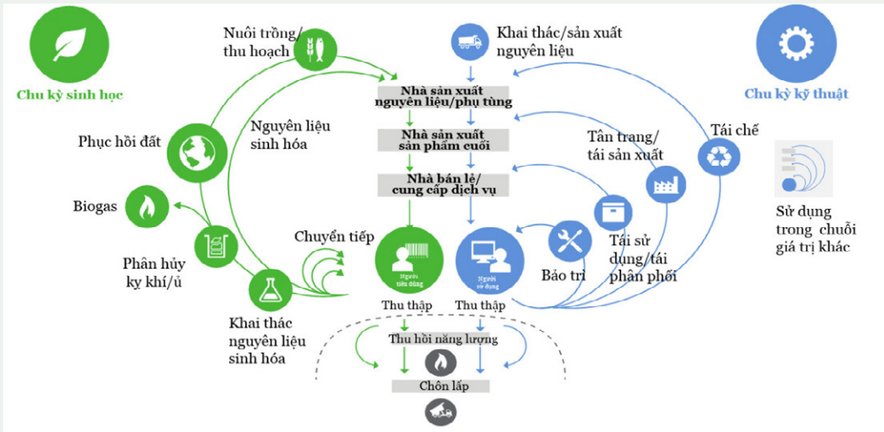
Hình 1. Kinh tế tuần hoàn và kinh tế tuyến tính

Khái niệm Kinh tế tuần hoàn được hình thành dựa trên các nguyên tắc:

- **Xử lý và nâng cao vốn tự nhiên**: Quản lý tài nguyên một cách hợp lí sẽ giúp lựa chọn tài nguyên thông minh thông qua việc triển khai các công nghệ hiệu quả và tái tạo, cũng như tính sẵn có của các nguồn lực. Ngoài ra, nền kinh tế tuần hoàn sẽ giúp tăng cường vốn tự nhiên bằng cách quản lý nguồn lực trong hệ thống và tạo điều kiện thích hợp cho việc cải thiện chất lượng đất.
- **Tận dụng các nguồn lực để tối đa hóa lợi ích:** Thông qua luân chuyển sản phẩm, linh kiện và đối tượng để có được lợi ích cao nhất. Điều này sẽ dẫn đến việc tái sản xuất, đổi mới để duy trì dòng chảy của các nhân tố và đối tượng trong nền kinh tế.
- **Duy trì hiệu quả của hệ thống:** Thông qua thiết kế để tránh các yếu tố tiêu cực từ bên ngoài ảnh hưởng tới sản phẩm bằng các nguyên tắc sau:

  + Giảm các tác động tiêu cực đến lợi ích con người như lương thực, giao thông, nhà ở, giáo dục và y tế…

  + Quản lý các tác động tiêu cực từ việc sử dụng các nguồn lực dẫn đến ô nhiễm đất, không khí, tiếng ồn và biến đổi khí hậu.



Hình 2. Sơ đồ hệ thống kinh tế tuần hoàn (Ellenmacarthurfoundation, 2017)

7 TRỤ CỘT CỦA NỀN KINH TẾ TUẦN HOÀN

1. Thứ nhất: Vật liệu được sử dụng với giá trị cao trong một thời gian liên tục, điều này rất quan trọng vì một số sản phẩm khi không sử dụng có thể rất khó tháo gỡ ra, ví dụ như máy giặt, lốp xe, nệm hay là những sản phẩm khác. Doanh nghiệp cần có một nền kinh tế tuần hoàn, để khi người tiêu dùng ngừng sử dụng sản phẩm, thì sản phẩm đó sẽ tạo ra một sản phẩm mới mà không bị vứt bỏ hoàn toàn.

2. Thứ 2: Tất cả năng lượng đều dựa trên các nguồn tái tạo, năng lượng là một nguồn tài nguyên quan trọng không thể thiếu trong sản xuất hàng hóa, vì vậy các hệ thống tư duy không chỉ nghĩ về cách tái chế mà phải nghĩ ra một hệ thống sử dụng năng lượng hiệu quả và tiết kiệm.

3. Thứ 3: Bảo tồn đa dạng sinh học là ưu tiên hàng đầu trong nền kinh tế tuần hoàn. Với môi trường tự nhiên, đặc biệt là các môi trường tự nhiên nguyên sơ, không bị xâm phạm hoặc phá hủy cấu trúc do các hoạt động vô ý của con người thì bảo tồn đa dạng sinh thái là một trong những nhân tố cốt lõi để phục hồi lại các tài nguyên của thiên nhiên.

4. Thứ 4: Văn hóa xã hội con người được bảo tồn, để luôn có nguồn lao động sản xuất tại địa phương, doanh nghiệp phải bảo tồn văn hóa và tín ngưỡng của người dân địa phương.

5. Thứ 5: Sức khoẻ, lợi ích của nhân loại và hệ sinh thái được hỗ trợ. Quá trình sản xuất sản phẩm thải ra chất độc, gây tác động tiêu cực cho thiên nhiên và các sinh vật có nguy cơ tuyệt chủng. Các chất độc hại và nguy hiểm được giảm thiểu và kiểm nghiệm qua các chu trình được kiểm soát chặt chẽ, và cuối cùng sẽ được xử lý một cách an toàn.

6. Thứ 6: Các hoạt động của con người tạo ra giá trị xã hội, một số giá trị không thể đo lường được chẳng hạn như niềm tin tôn giáo, cảm xúc của nhân viên là yếu tố quan trọng trong việc tạo ra nền kinh tế tuần hoàn.

7. Thứ 7: Hệ thống kinh tế luôn có khả năng thích ứng và phục hồi. Nền kinh tế tuần hoàn được coi là một quá trình khá phức tạp, khi có một hoặc nhiều lỗi không thành công, thì phải có các biện pháp thay thế để giữ cho hệ thống luôn luôn hoạt động.

Nhiều quốc gia trên thế giới đang điều chỉnh theo hướng kinh tế tuần hoàn với hy vọng giải quyết được cuộc khủng hoảng tài nguyên. Việc thực hiện một nền kinh tế hiện đại còn vấp phải những hạn chế sau:

1) Người tiêu dùng không ưa chuộng các sản phẩm và dịch vụ có ảnh hưởng tới môi trường và các sản phẩm đã qua sử dụng;

2) Chi phí phục vụ sản xuất cao và rủi ro liên quan đến việc thay đổi cơ cấu kinh doanh;

3) Nguồn cung cấp năng lượng sạch không đủ;

4) Năng lực của công nhân lành nghề không đồng đều.

Chuyển đổi sang nền kinh tế tuần hoàn đòi hỏi sự hợp tác của cả công chúng, doanh nghiệp và người tiêu dùng. Thay đổi phải đến từ sự hỗ trợ của cả Chính phủ (từ trên xuống) thay đổi hành vi của doanh nghiệp và người tiêu dùng (từ dưới lên). Ngoài ra, thông tin và nhận thức rất quan trọng trong việc chuyển đổi nền kinh tế mới hiện nay.

Hơn nữa, với tác động tích cực đến môi trường và tài nguyên thiên nhiên, tất cả các nước tham gia cũng sẽ được hưởng lợi từ tăng trưởng kinh tế. Bao gồm: tạo việc làm (đặc biệt là trong lĩnh vực công nghiệp), công nghệ, quản lý chất thải và ngành hậu cần. Đối với lĩnh vực sản xuất theo hướng phát triển kinh tế tuần hoàn, nó sẽ giảm chi phí và tăng doanh thu từ công nghệ sử dụng nguyên liệu thô hiệu quả hơn. Nền kinh tế tuần hoàn cũng đi kèm với các cơ hội đầu tư vào các lĩnh vực kinh doanh mới, như dịch vụ vận chuyển và phân phối, kinh doanh tái chế chất lượng cao, kinh doanh tái sản xuất, kinh doanh nhiên liệu sinh học. Người dân sẽ thấy được những lợi ích tích cực đến từ nền kinh tế tuần hoàn như giúp chất lượng cuộc sống được cải thiện, nhu cầu về thực phẩm tăng lên và điều kiện môi trường được cải thiện. Người tiêu dùng sẽ có thu nhập ngày một cao hơn bởi bởi chi phí hàng hóa và dịch vụ hợp lí.

NGHIÊN CỨU ĐIỂN HÌNH VỀ COCA-COLA

"Coca-Cola" là một loại nước giải khát đẳng cấp thế giới với 128 năm tuổi. Đối tác Châu Âu của Coca-Cola (CCEP) đã đưa ra chiến lược đóng gói bền vững tại Anh để tăng 50% lượng nhựa tái chế trong chai PET (rPET) nhằm tránh ảnh hưởng tới môi trường. Vào ngày 12/7/2017, công ty đã làm việc với các đối tác địa phương và quốc gia để tái chế tất cả các bao bì của mình, nhằm đảm bảo rằng "Không có bao bì nào kết thúc bằng chất thải và bao bì cần được tái chế". Theo CCEP, chỉ 57% chai nhựa được tái chế mỗi năm. Nhưng chiến lược mới của công ty sẽ là chìa khóa cho việc tái chế và tái sử dụng bao bì đồ uống ở Anh. CCEP có kế hoạch tăng lượng nhựa tái chế chai PET trong ba năm tới. Để đạt được mục tiêu này, công ty sẽ tiếp tục là đối tác lâu dài với Clean Tech, công ty có nhà máy sản xuất chai nhựa tái chế lớn nhất và sáng tạo nhất ở Châu Âu đặt tại Lincolnshire. CCEP cho biết họ sẽ tái chế các chai nhựa đã qua sử dụng và đưa chúng trở lại kệ hàng như một phần của bao bì mới chỉ trong sáu tuần.

Một biện pháp khác trong chiến lược này là phát động chiến dịch thương hiệu Coca-Cola nhằm truyền tải tầm quan trọng của việc tái chế đến 35 triệu người tiêu dùng, chỉ hàng triệu bảng Anh để khuyến khích tái chế nhiều hơn. Chiến dịch có các chương trình quảng cáo "Câu chuyện tình yêu", là câu chuyện của hai chai nhựa được tách ra và quay lại với nhau. Công ty cho biết họ sẽ "đưa thông điệp tái chế mới một cách rõ ràng» lên bao bì của công ty trong năm nay, bên cạnh đó vẫn giữ nguyên chương trình dán nhãn tự nguyện. Ngoài ra, CCEP sẽ thử nghiệm "Chương trình tái chế và thưởng chai" để khuyến khích người tiêu dùng tái chế. Việc làm này sẽ giúp chương trình thu hút được nhiều người chơi với những giải thưởng hấp dẫn và đẩy mạnh tuyên truyền các biện pháp bảo vệ môi trường thông qua việc tái chế sản phẩm. CCEP cũng cho biết họ sẽ thúc đẩy cải cách tái chế ở Anh bằng cách làm việc với các đối tác khác. Điều này bao gồm việc chính phủ phải cải thiện hệ thống tái chế bao bì hiện tại.

Công ty có quyền yêu cầu tăng gấp đôi số lượng vật liệu có thể tái chế được sử dụng trong chai nhựa, cho thấy họ muốn trở thành một nhân tố đóng một vai trò tích cực trong việc hỗ trợ nền kinh tế tuần hoàn của Anh.

CCEP giám sát từng bước của chuỗi cung ứng và sản xuất, đồng thời đảm bảo rằng mỗi bước sử dụng các nguồn lực có sẵn:

Bước 1. Sản xuất: CCEP đảm bảo rằng bao bì đồ uống có thể tái chế 100% và sử dụng nguyên liệu và năng lượng một cách tối thiểu nhất để sản xuất sản phẩm.

Bước 2. Phân phối: CCEP có một đội xe tải trên đường phố Anh mỗi ngày. Bất cứ khi nào có thể, họ cam kết giảm tiêu thụ năng lượng và phát thải carbon dioxide được sử dụng trong quá trình phân phối.

Bước 3. Ảnh hưởng đến hành vi của người tiêu dùng: Coca-Cola Anh khuyến khích mọi người tái chế lon và chai rỗng tại nhà và trên đường đi thông qua việc dán nhãn rõ ràng, khởi động các chương trình nâng cao nhận thức đặc biệt với các công ty bán đồ uống, thông qua việc đầu tư và cải thiện các cơ sở tái chế tại địa phương.

Bước 4. Tái sử dụng: CCEP tái chế bao bì sản phẩm như thủy tinh, nhôm và polyethylene terephthalate (PET) để mang lại tuổi thọ lâu hơn cho lon và chai. Điều này hoàn thành vòng kết nối, từ sản xuất đến người tiêu dùng và quay lại vòng tuần hoàn một lần nữa. Các vật liệu như nhôm có thể được tái chế, chất lượng được duy trì, nhưng PET vẫn là sản phẩm có chất lượng cao nhất và đây cũng chính là lí do mà mọi cải tiến của CCEP luôn được mọi người ưa chuộng.

LỢI ÍCH CỦA VIỆC THÚC ĐẨY NỀN KINH TẾ TUẦN HOÀN:

01 Giảm nhu cầu về nguồn nguyên liệu tinh khiết: Các nguồn tài nguyên luôn có hạn và việc sử dụng mỗi ngày sẽ dẫn đến cạn kiệt...

02 Quá trình sản xuất sạch sẽ đảm bảo vệ sinh an toàn thực phẩm: Tạo ra một sản phẩm từ nguyên liệu tái chế sẽ hiệu quả hơn là việc tạo ra một sản phẩm từ nguyên liệu thuần túy. Mỗi chiếc lon hoặc chai làm bằng nhôm hoặc nhựa tái chế sẽ thân thiện với môi trường hơn. Điều này dẫn đến lượng khí thải carbon dioxide thấp hơn và ít ảnh hưởng tới môi trường hơn.

03 Là một tấm gương xanh: Những lợi ích của kinh tế tuần hoàn rất dồi dào, nhưng cách duy nhất để hoạt động hiệu quả là mọi công ty và cá nhân phải tham gia vào hệ thống. Mỗi công ty được thêm vào danh sách của nền kinh tế tuần hoàn đều là những tấm gương xanh để những công ty khác noi theo. Rất nhiều người đã ủng hộ cho việc phát triển này trên toàn thế giới.

https://www.academia.edu/36711582/CIRCULAR_ECONOMY

CHỈ SỐ ĐÁNH GIÁ PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG:

3 TRỤ CỘT TIẾN TỚI KINH TẾ TUẦN HOÀN

Bài: **ĐỖ PHƯƠNG NGA**

Châu Âu đã đề xuất Chiến lược phát triển bền vững và tuần hoàn; Mỹ đã thông qua Dự luật giảm lạm phát liên quan đến khí hậu, thuế và chăm sóc sức khoẻ; Đức đã ban hành Luật Nghĩa vụ thẩm định doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng... Điều này cho thấy, Kinh tế tuần hoàn (KTTH) đã trở thành mô hình kinh tế của tương lai, một xu thế tất yếu trong tương lai gần.

NGUYÊN TẮC XÂY DỰNG BỘ CHỈ SỐ

Dệt may luôn được coi là một trong những ngành công nghiệp gây ô nhiễm và sử dụng nhiều tài nguyên nhất. Khâu trồng bông và sản xuất dệt nhuộm tiêu tốn một lượng lớn nước sạch, khoảng 93 tỷ mét khối/ năm và chiếm 4% lượng khai thác nước ngọt trên toàn thế giới; sản xuất dệt may cũng sử dụng nhiều năng lượng không tái tạo để vận hành các thiết bị, lò hơi..; bên cạnh đó, dệt may cũng là ngành sử dụng nhiều hoá chất trên toàn chuỗi sản xuất của mình, 20% ô nhiễm nước công nghiệp toàn cầu là phát sinh từ các hoạt động xử lý hàng dệt nhuộm. Sản xuất hàng dệt may cũng tiêu tốn năng lượng để vận hành nhiều loại thiết bị, tạo ra hơi và nhiệt cho các quy trình xử lý. Ngành Dệt May đã phát thải 3,3Gt khí CO2 quy đổi và chiếm 6,7% tổng phát thải này của toàn cầu.

Tuy nhiên, theo đánh giá của Ngân hàng thế giới trong một báo cáo gần đây thì ngành dệt may là một trong những ngành có cơ hội sớm cải thiện được dấu chân các-bon và môi trường. Người tiêu dùng tại các thị trường xuất khẩu lớn của Việt Nam như Hoa Kỳ hoặc EU ngày càng ưa chuộng sản phẩm xanh, đòi hỏi các quy trình sản xuất phải sạch hơn và hàng hoá thân thiện với môi trường hơn. Chính vì vậy, dệt may là một trong những ngành sản xuất công nghiệp được các quốc gia đưa vào đối tượng điều chỉnh đầu tiên đối với xu thế KTTH.

Đứng trước bối cảnh này, nhiều doanh nghiệp hết sức lo lắng, lúng túng trong việc đánh giá hiện trạng cũng như khả năng đáp ứng của doanh nghiệp mình trong việc tiến tới KTTH, cũng như khó khăn trong việc xác định con đường phải đi nếu không muốn bị đào thải trong chuỗi cung ứng toàn cầu theo xu hướng KTTH.

Gần đây, một nhóm tác giả từ Đại học Sao Paulo (Brazil) đã có nghiên cứu đáng chú ý mang tên ***"Các chỉ số kinh tế tuần hoàn có cân nhắc đến tính bền vững và các mô hình kinh doanh"***, tập trung giải quyết các vấn đề nêu trên. Đây là một nghiên cứu khám phá, dựa trên phương pháp tiếp cận giả thuyết - suy luận, với phương pháp nghiên cứu kết hợp cả lý thuyết và thực nghiệm.

Nhóm nghiên cứu đã xác định yêu cầu quan trọng đối với bộ chỉ số là phải đảm bảo các nguyên tắc chính của KTTH, đáp ứng các đặc điểm và nhu cầu cụ thể của từng mô hình kinh doanh tuần hoàn (KDTH), đồng thời phải có khả năng áp dụng dễ dàng. Bên cạnh đó, nhóm nghiên cứu cũng xây dựng các ma trận để đánh giá mức độ liên kết đa chiều mạnh hay yếu giữa các yếu tố, bao gồm:

- Ba nhóm chỉ số theo ba trụ cột: Môi trường (trên khía cạnh vật chất), Kinh tế và Xã hội;

- Sáu nguyên tắc KTTH theo tiêu chuẩn BS 8001:2007;- Sáu mô hình kinh doanh KDTH theo tiêu chuẩn BS 8001:2007.

Trên cơ sở phân tích trên, 18 chỉ số đã được lựa chọn để nghiên cứu. Các chỉ số được nhóm lại theo trụ cột Môi trường, Kinh tế và Xã hội. Thêm vào đó, một vài chỉ số cũng được thiết lập thêm chỉ số phụ để làm rõ khả năng ứng dụng của chúng. Cụ thể như sau:

Trụ cột môi trường tập trung vào các chỉ số:

1. Giảm sử dụng nguyên vật liệu: chỉ số này được xác định bằng cách đo lường lượng nguyên vật liệu, hóa chất, tài nguyên… đã được giảm sử dụng trong suốt quá trình sản xuất cũng như trên một đầu sản phẩm như: giảm nguyên liệu, nước, năng lượng; giảm lượng CO2,…

2. Khả năng tái tạo: xác định bằng tỷ lệ phần trăm của các nguồn năng lượng tái tạo so với tổng năng lượng được sử dụng trong quá trình sản xuất hoặc trong một sản phẩm.

3. Khả năng tái chế: là tỷ lệ phần trăm vật liệu tái chế có trong thành phần của sản phẩm và tỷ lệ phần trăm sản phẩm có thể được tái chế sau khi sử dụng.

4. Giảm sử dụng các chất độc hại: định lượng việc giảm sử dụng các chất độc hại theo danh mục RoHS (Restriction of Certain Hazardous Substances – các chất độc hại cần hạn chế).

5. Tái sử dụng: xác định lượng nguyên liệu được tái sử dụng trong toàn chuỗi cung ứng cũng như trên một sản phẩm.

6. Tái sản xuất: định lượng sản phẩm được tái sản xuất.

7. Tân trang: định lượng số lượng các chi tiết (hoặc các thành phần) của sản phẩm có thể được phục chế lại mà không nhất thiết phải trải qua tất cả các giai đoạn tái sản xuất.

8. Tuổi thọ của sản phẩm: xác định khả năng kéo dài tuổi thọ của sản phẩm. Số liệu này có thể thu được từ thông tin người tiêu dùng hoặc từ chính hệ thống thông tin của công ty như: tuổi thọ trung bình, thời hạn cần bổ sung, thay thế hoặc mua mới sản phẩm.

9. Cấu trúc và sự đa dạng của các bên có liên quan trong chuỗi sản xuất của công ty: đây là một chỉ số định tính. Chỉ số này được xác định bằng các thông tin như cấu trúc của công ty, các hoạt động kinh doanh hợp tác hay cộng sinh giữa công ty với những công ty khác có liên quan trong chuỗi cung ứng, vị thế của các bên liên quan trong chuỗi giá trị tuần hoàn.

Trụ cột tài chính tập trung vào các nội dung sau:

10. Kết quả tài chính:

Giảm chi phí: Giá trị (được tính thành tiền) mà mô hình KDTH thu được nhờ giảm các chi phí liên quan đến nguyên liệu, năng lượng…

Khả năng tạo doanh thu: Chỉ tiêu này có thể được đo lường bằng (i) Lợi thế cạnh tranh: thị phần của mô hình KDTH so với các đối thủ cạnh tranh (ii) Rủi ro: vạch ra những rủi ro liên quan đến các mô hình KDTH (iii) Doanh thu mới: các khoản thu mới từ mô hình KDTH.

Khả năng sinh lời: Lợi nhuận ròng của tỷ suất lợi nhuận trên tài sản (ROA) và tỷ suất lợi nhuận trên vốn chủ sở hữu (ROE)

11. Các mức thuế và quy định: là chỉ số định tính, nhằm mục đích xác định các mốc thuế hoặc quy định hỗ trợ cho mô hình KDTH.

12. Đầu tư tuần hoàn: định lượng các khoản đầu tư cho hoạt động đổi mới mô hình kinh doanh, bao gồm cả chi phí quản lý và vận hành, bảo trì…

Trụ cột xã hội bao gồm các chỉ tiêu:

13. Khả năng tạo việc làm: số lượng việc làm mới phát sinh từ mô hình KDTH

14. Thu nhập do việc làm mới tạo ra: Giá trị thu nhập (tính bằng tiền) do công việc mới tạo ra từ mô hình KDTH.

15. Nhân lực tham gia trong mô hình tuần hoàn: tỷ lệ vị trí công việc trong công ty có liên quan đến KDTH.

16. Tư duy của khách hàng: bao gồm các chỉ số định tính, xác định các đặc điểm của tập khách hàng, các lợi ích được tạo ra cho khách hàng, cung cấp các thông tin giúp khách hàng đưa ra quyết định mua hàng…

17. Sự tham dự của các bên trong quá trình ra quyết định: mô tả một cách định tính các bên liên quan tham gia vào mô hình kinh doanh chung và những người tham gia hiệu quả vào việc ra quyết định của tổ chức.

18. Thay đổi về tư duy/ Văn hóa: mô tả quá trình thay đổi văn hóa và tư duy do việc thực hiện mô hình KDTH trong công ty.

CƠ HỘI BỀN VỮNG TỪ ÁP DỤNG CHỈ SỐ DỄ HIỂU, DỄ SỬ DỤNG

Bộ chỉ số này đã được áp dụng tại ba doanh nghiệp Brazil trong đó có Malwee – một Tập đoàn sản xuất dệt may lớn, giúp phát hiện những đổi mới mà doanh nghiệp có được nhờ áp dụng KTTH, điều mà các chỉ số thông thường không đo lường được. Đồng thời, việc áp dụng các chỉ số này cũng giúp các công ty chủ động trong việc xây dựng mô hình KDTH, xác lập chiến lược, chuỗi giá trị, chuỗi cung ứng... Trong trường hợp cụ thể của Công ty Malwee, các kết quả phản hồi cho thấy Malwee có các hoạt động mang tính tuần hoàn như: sử dụng chất thải bông làm nguyên liệu thô cho một công đoạn sản xuất khác, mang tính chất đầu vào tuần hoàn cho sản xuất; chất thải tạo ra được tái chế và họ đang phát triển các dự án để khép kín chu trình; tăng tuổi thọ cho thiết bị thông qua quá trình tái sản xuất... Như vậy, mô hình tuần hoàn của Malwee được xếp vào nhóm phục hồi và kéo dài vòng đời sản phẩm, đồng thời nhóm cũng đưa ra những kết quả để công ty tham khảo trong việc áp dụng các chỉ số KTTH.

Trong một cuộc khảo sát vào năm 2017 của trường Quản lý MIT Sloan với 60.000 doanh nghiệp trên toàn cầu, kết quả cho thấy 90% giám đốc điều hành coi trọng tính bền vững, trong đó 60% đã xây dựng chiến lược bền vững và 50% các tổ chức đã thay đổi mô hình kinh doanh của họ để đáp ứng các cơ hội bền vững. Như vậy, các doanh nghiệp đã và đang nhận thức rất rõ tầm quan trọng của việc thực hiện các mô hình KDTH . Việc áp dụng các chỉ số đề xuất trong nghiên cứu sẽ giúp cải thiện hiệu quả của công ty theo các nguyên tắc của KTTH và tính bền vững. Các chỉ số này cũng có thể sử dụng để phân tích và đánh giá hiệu quả mô hình KDTH hiện tại của doanh nghiệp, đánh giá các mục tiêu KTTH đã đạt được và cải thiện lợi nhuận cho tất cả các bên liên quan tham dự vào chuỗi cung ứng.

Các chỉ số hoàn toàn mới được trình bày trong nghiên cứu này có những ưu điểm vượt trội so với các chỉ số trong các tài liệu trước đây, đó là: có định dạng đơn giản và trực quan, dễ hiểu và dễ sử dụng; có thể áp dụng trong nhiều ngành nghề với các loại hình kinh doanh khác nhau; bao gồm tất cả các nguyên tắc KTTH nhưng lại không hạn chế phạm vi của KTTH như các chỉ số thông thường khác. Hy vọng, với những chỉ dấu này, các doanh nghiệp dệt may Việt Nam sẽ dần dần làm quen với các khái niệm của KTTH, đồng thời có những điều chỉnh phù hợp trong mô hình kinh doanh để từng bước tiếp cận với sản xuất tuần hoàn bền vững.❑

www.elsevier.com/locate/jclepro

Họa nở trên con đường Gấm vóc

QUANG NAM – THANH THÚY

Thuộc "phái yếu", ngoài công việc, sự nghiệp còn phải chăm lo và vun vén cho gia đình, nhưng những "nữ tướng" của ngành dệt may luôn là nhân tố đóng góp cho sự thành công của doanh nghiệp. Vượt qua những "rào cản" mặc định về việc phụ nữ là lãnh đạo so với nam giới, những người phụ nữ ấy là hình ảnh về sự thành công, minh chứng vai trò của phụ nữ trong công tác điều hành với một ngành đông lao động như dệt may.

Nhân ngày Doanh nhân Việt Nam (13/10) và Ngày Phụ nữ Việt Nam (20/10), PV Đặc san Dệt May & Thời trang Việt Nam đã có buổi trò chuyện với những nữ doanh nhân, cũng là nữ lãnh đạo của Tổng Công ty CP Dệt May Nam Định; Tổng Công ty CP Dệt May Hà Nội (Hanosimex); Tổng Công ty CP Dệt May Hòa Thọ và Tổng Công ty May Nhà Bè – CTCP để hiểu hơn về công việc, công tác điều hành của những "nữ thuyền trưởng" trong các đơn vị thành viên của Tập đoàn Dệt May Việt Nam.

CHỊ HOÀNG THÙY OANH - PHÓ TỔNG GIÁM ĐỐC TỔNG CÔNG TY CP DỆT MAY HÒA THỌ:

XÂY DỰNG HÌNH ẢNH LÃNH ĐẠO ĐỦ "TÂM" VÀ "TẦM"

20 năm gắn bó với Hòa Thọ, trưởng thành từ vị trí chuyên viên, Phó trưởng phòng, Trưởng phòng, Giám đốc Điều hành và nay là Phó Tổng Giám đốc, điều mà chị Hoàng Thùy Oanh "tâm đắc" nhất chính là Hòa Thọ đã mang tới cho chị cũng như đội ngũ CBNV-NLĐ ở đây một môi trường lành mạnh, an toàn, bền vững và cơ hội phát triển bản thân. Ở vị trí quản lý của một Tổng Công ty lớn như Dệt May Hòa Thọ, cùng với đó là ngành May có đặc thù đông lao động, các nhà máy, xí nghiệp đặt tại nhiều khu vực… với chị Oanh, đó chỉ là một trong những khó khăn bước đầu. Sản xuất kinh doanh ngành May, ngoài tính chất các mặt hàng khác nhau, làm thế nào để khai thác đơn hàng hiệu quả cũng là điều mà các lãnh đạo như chị chú trọng. Với Hòa Thọ, còn đặc thù hơn khi là một Tổng Công ty lớn nhất khu vực miền Trung của Vinatex với gần 20 xí nghiệp, công ty thành viên. Chị Oanh cho biết: "Doanh nghiệp càng lớn thì rủi ro trong công tác điều hành càng cao", do đó làm sao để hạn chế rủi ro nhất trong công việc là điều cần chú ý. Bên cạnh đó, với nhiều nhà máy tại nhiều tỉnh thành, chắc chắn người làm công tác điều hành như chị phải di chuyển nhiều, yếu tố về sức khỏe cũng cần phải lưu tâm. "Bật mí" về những bí quyết của bản thân, chị cho rằng việc quan tâm sức khỏe là một trong những ưu tiên để có thể đảm bảo công việc được thông suốt.

Chị Oanh bộc bạch: "May mắn trong giai đoạn 2016 – 2017 được tham gia khóa đào tạo và tập huấn về quản trị rủi ro của Tập đoàn, tôi đã có thêm kiến thức trong công tác điều hành, biết đánh giá được nguy cơ rủi ro, đồng thời đưa ra được các giải pháp nhằm hạn chế rủi ro. Nhờ đó, trong suốt quá trình đảm nhận vị trí lãnh đạo ngành May của Tổng Công ty, tôi luôn chú trọng đến việc đánh giá, rà soát nguy cơ từ đó nhận diện được những biến động của thị trường nhằm xây dựng giải pháp cũng như kiểm soát các rủi ro".

Đóng góp lớn trong hoạt động sản xuất kinh doanh của Dệt May Hòa Thọ, tuy nhiên ngành May quý IV/2022 được dự báo có nhiều khó khăn trước những biến động khó của thị trường. Với chị, đó không chỉ là thử thách cho riêng bản thân với vai trò là "tổng tư lệnh" ngành May mà còn là một thách thức cho toàn bộ tập thể. Riêng bản thân chị, ngoài việc chỉ đạo phòng kinh doanh dồn nhân lực tìm kiếm đơn hàng, nếu như diễn biến xấu hơn dự báo, các Nhà máy của Tổng Công ty cần chuyển đổi mặt hàng để duy trì và ổn định sản xuất. Điều quan trọng nhất với ngành May theo chị đó chính là việc chăm lo cho NLĐ không để xảy ra biến động về lao động, tổ chức tốt quản trị sản xuất, quản trị dòng tiền và hàng tồn kho... để đảm bảo hoàn thành kế hoạch SXKD năm 2022. Nhưng hơn hết là công tác dự báo, xây dựng tốt kế hoạch năm 2023 trước nhiều diễn biến bất lợi của thị trường.

Nữ lãnh đạo của Dệt May Hòa Thọ chia sẻ bí quyết để có thể dung hòa được công việc và gia đình chính là tổ chức các hoạt động kết nối các thành viên trong gia đình, xây dựng tính tự lập cho các con. Luôn được gia đình chia sẻ, khích lệ nên chị có thời gian dành cho công việc, nhất là những khoảng thời gian cao điểm trong sản xuất của ngành May.

Từ quá trình trưởng thành của bản thân và những kinh nghiệm tích lũy được, chị Hoàng Thùy Oanh cho rằng, người quản lý cần là một "tấm gương" phản chiếu giúp nhân viên học hỏi, xây dựng hình ảnh đủ "tâm" và "tầm" để các thế hệ đi sau làm điểm tựa. Hơn hết, một người quản lý giỏi sẽ là người có các thế hệ tiếp theo thành công. Nhưng với các bạn trẻ, cũng cần phải có tính kỷ luật, có mục tiêu phấn đấu, tự trau dồi kiến thức tổng hợp xung quanh các công việc được giao... lúc đó mới có cơ hội để phát triển và đảm nhận những vị trí cao hơn trong công việc.

Năm 2022, Hòa Thọ đặt mục tiêu doanh thu 4.200 tỷ đồng, tăng trưởng 9% so với cùng kỳ, tới năm 2025, ngành May Hòa Thọ đạt 185 chuyền may, đó là một thách thức cho chị - nữ quản lý của ngành. Nhưng với sự quyết tâm đồng lòng của toàn bộ CBNV-NLĐ, cùng với đó là sự linh hoạt trong công tác điều hành, chắc chắn Hòa Thọ sẽ là một trong những "trụ cột" của Vinatex tại khu vực miền Trung, tiếp tục là cánh chim đầu đàn của ngành Dệt May Việt Nam trong thời gian tới.

CHỊ NGUYỄN THỊ KHÁNH- PHÓ TGĐ TỔNG CÔNG TY CP DỆT MAY NAM ĐỊNH, GIÁM ĐỐC CÔNG TY CP MAY 1 – DỆT NAM ĐỊNH:

TRONG KHÓ KHĂN VẪN TÌM RA CƠ HỘI PHÁT TRIỂN

Thập niên 10 của thế kỷ 21, các doanh nghiệp FDI "ồ ạt" đầu tư vào Việt Nam, DN nội địa gặp muôn vàn khó khăn và thách thức trong bối cảnh cạnh tranh ngày càng gay gắt. Trong tình hình đó, cùng với các DN dệt may trong nước, May 1 – Dệt Nam Định cũng phải đối diện với nhiều nguy cơ khi nhà xưởng đang trong tình trạng xuống cấp, công nhân tuổi đời cao, thiết bị đã cũ… khả năng cao bị mất khách hàng, mất lao động… Lằn ranh giữa thách thức và cơ hội đòi hỏi ban lãnh đạo công ty phải dám làm, dám đổi mới để đưa ra những quyết định khả thi nhằm "vực dậy" một đơn vị truyền thống của Tổng Công ty CP Dệt May Nam Định.

Trước bối cảnh nhiều khó khăn "bủa vây", cùng với những người đồng nghiệp tâm huyết, gắn bó với công ty, sự hỗ trợ nguồn lực của Tổng Công ty và niềm tin của khách hàng và người lao động, Giám đốc Nguyễn Thị Khánh nhận nhiệm vụ với tâm thế khẩn trương xây dựng lộ trình và tái cấu trúc toàn bộ May 1. Hơn 8 năm gây dựng lại thương hiệu, bộ máy tổ chức, quản trị và đầu tư, hình hài của May 1 đã dần định hình, toàn bộ khuôn viên, nhà xưởng của May 1 được "khoác" lên mình bộ áo mới, hiện đại và khang trang hơn, cùng với đó máy móc thiết bị cũng dần được đầu tư đồng bộ... Với vai trò "chèo lái", Giám đốc Nguyễn Thị Khánh đã cùng với cộng sự phát huy sức mạnh tập thể, nhân lên sức lao động sáng tạo và tinh thần người lao động dệt may ở cái nôi của nghề để đưa May 1 vượt qua khó khăn, gỡ những nút thắt về công nghệ, khách hàng để tiếp cận và đáp ứng được yêu cầu mới của thị trường. Ở những thời khắc thăng trầm, để cùng công ty đưa ra được quyết sách cho sự vực dậy và phát triển của một doanh nghiệp, với các doanh nhân nam đã là một thách thức. Nhưng có lẽ thách thức này trở nên "nặng" hơn nhiều với các lãnh đạo nữ. Có những hi sinh thầm lặng, ẩn sau đó là sức mạnh của ý chí quyết tâm, của tâm nguyện nỗ lực hết mình vì sự sống còn của doanh nghiệp, sự ổn định đời sống việc làm của người lao động…

Trung tuần tháng 9 vừa qua, May 1 vừa đạt chứng nhận của Hugo Boss – một thương hiệu thời trang cao cấp với rất nhiều quy định khắt khe của nhãn hàng. Đơn hàng đầu tiên với 50 nghìn sản phẩm giúp công ty duy trì được guồng máy trong những tháng cuối năm, cũng như chạy chuyền trong thời gian tới. Chị kể, để có được chứng nhận của Hugo Boss là cả một quá trình rất dài, từ việc họ cho sản xuất thử, cho tới đánh giá các quy định, quy trình nghiêm ngặt về cơ sở vật chất, thiết bị và nhân lực. Có được đánh giá của Hugo Boss, May 1 có thêm cơ hội để mở rộng sản xuất kinh doanh. Mặc dù ngành May đang trải qua những tháng vô cùng khó khăn, đơn hàng giảm sút cả về quy mô và số lượng, nhưng May 1 vẫn duy trì được đơn hàng đến hết năm 2022.

Giám đốc May 1 – Dệt Nam Định chia sẻ, trong khó khăn vẫn có những cơ hội, đó là việc hiểu rõ được thế mạnh của DN, tận dụng được lợi thế sẵn có, đồng thời có sự chuẩn bị về nhà xưởng, máy móc, nguồn lực để khi cơ hội đến có thể bật "roda" tăng tốc. Tuy nhiên, chị cũng bày tỏ nữ lãnh đạo thường sẽ khó hơn nam giới trong công tác điều hành vì ngoài vai trò lãnh đạo còn đảm đương thiên chức của người phụ nữ. Do đó, để có thể hoàn thành tốt vai trò "thủ lĩnh", ngoài sự giúp sức của đồng nghiệp, chị em rất cần có sự động viên tinh thần, ủng hộ từ gia đình. Là thành viên trong gia đình có 3 thế hệ gắn bó với Dệt May Nam Định, chị Khánh cảm thấy mình may mắn vì được thừa hưởng nét đẹp truyền thống nghề cũng như luôn được gia đình hậu thuẫn, ủng hộ nên trong hoàn cảnh nào chị cũng giữ được cho mình bản lĩnh và sự "tỉnh táo" để toàn tâm, toàn ý với công việc, sẵn sàng tâm thế đưa ra những quyết sách kịp thời.

May 1 – Dệt Nam Định đã có bước chuyển trong những năm gần đây, nhưng chị Khánh vẫn luôn đau đáu, trăn trở trước bộn bề công việc còn phải làm trong việc tái cấu trúc và hoàn thiện bộ máy hoạt động, quản lý, đầu tư công nghệ của đơn vị... Ở vai trò nữ lãnh đạo của Tổng Công ty, chị còn giành tâm sức để phát triển ngành May với mong muốn cùng các đơn vị xây dựng ngành May của Dệt May Nam Định lớn mạnh hơn nữa, tiệm cận với các đơn vị trong Tập đoàn.

CHỊ LÊ THỊ THU HƯỜNG, GIÁM ĐỐC ĐIỀU HÀNH, KẾ TOÁN TRƯỞNG TỔNG CÔNG TY CP DỆT MAY HÀ NỘI (HANOSIMEX):

"DĨ BẤT BIẾN, ỨNG VẠN BIẾN"

Trên cương vị là Giám đốc điều hành, Kế toán trưởng Tổng công ty CP Dệt May Hà Nội (Hanosimex), chị Lê Thị Thu Hường đã chủ động tham mưu với HĐQT, Cơ quan điều hành, đường lối chiến lược trong sản xuất kinh doanh, thực hiện các quy trình trong hoạt động đảm bảo đúng quy định và hiệu quả.

Trong công tác kế toán tài chính, có thời điểm công ty gặp rất nhiều khó khăn, mất cân đối dòng tiền, chị Thu Hường đã mạnh dạn tham mưu Ban lãnh đạo kết nối với các ngân hàng vay USD với mức lãi suất thấp với tình hình tỷ giá ổn định, vay VND khi tỷ giá biến động, được hỗ trợ chính sách, sử dụng các sản phẩm phái sinh của ngân hàng và linh hoạt trong xử lý dòng tiền. Đồng thời, đề xuất thoái vốn tại các đơn vị thành viên kinh doanh không hiệu quả, cắt giảm bớt các định mức chi tiêu, sử dụng nguồn tiền có hiệu quả... Từ những cách làm này đã góp phần giúp Hanosimex có thêm dòng tiền để sử dụng cho các hoạt động ngắn hạn, xử lý phần nào việc mất cân đối cũng như tái cơ cấu sản xuất trong giai đoạn khó khăn.

Chị Thu Hường chia sẻ, khi dịch bệnh Covid-19 bùng phát, Hanosimex cũng gặp vô vàn những khó khăn như các doanh nghiệp khác. Mục tiêu của đơn vị đặt lên hàng đầu là người lao động ổn định thu nhập, không phải cắt giảm nhân công. Chị tham mưu Ban lãnh đạo nên "dĩ bất biến, ứng vạn biến", linh hoạt trong sử dụng dòng vốn…

Vào thời điểm dịch bệnh Covid-19 kéo dài, phức tạp và căng thẳng, chị vận động người lao động sử dụng số tiền trong quỹ hoạt động chung hỗ trợ cho những công nhân có hoàn cảnh khó khăn. Để đảm bảo sản xuất kinh doanh không bị đứt gãy do Covid-19, chị và Ban Lãnh đạo Tổng công ty cùng người lao động không ngại khó thực hiện sản xuất "3 tại chỗ" tại khu vực Đồng Văn, Nam Đàn, Nghi Lộc. Chăm lo, đảm bảo nguồn thu nhập và động viên tinh thần cho người lao động luôn là niềm trăn trở của vị nữ lãnh đạo Hanosimex.

Nỗ lực và linh hoạt ứng phó với những khó khăn, năm 2020, đơn vị duy trì được sản xuất, đảm bảo người lao động không bị ngừng việc, nghỉ việc. Tiếp tục thực hiện vừa phòng chống dịch vừa duy trì sản xuất kinh doanh, đảm bảo ổn định sản xuất, bảo vệ sức khỏe người lao động và giữ vững lực lượng lao động, năm 2021 là năm kết quả sản xuất của Hanosimex khởi sắc, trong đó mảng tài chính đóng góp không nhỏ vào kết quả chung, mức thưởng hoàn thành nhiệm vụ cho cán bộ công nhân viên còn cao hơn so với các năm trước đó.

Hanosimex hiện có nhà máy ở 3 khu vực: Đồng Văn, Nam Đàn và Nghi Lộc thuộc 2 tỉnh Hà Nam, Nghệ An. Mỗi địa phương đều có những nét văn hoá, tác phong lao động, thói quen riêng. Chính vì vậy, chị Thu Hường cùng Ban lãnh đạo, công đoàn Tổng công ty quan tâm tìm hiểu, nắm bắt tâm lý, đặc thù người lao động từng địa phương, từ đó uyển chuyển trong điều hành. Chị

cho biết: Việc nắm bắt được tâm lý, đặc trưng riêng về văn hóa, tạo điều kiện cho người lao động vừa làm tốt công việc ở doanh nghiệp, vừa tham gia những hoạt động phong trào là "kênh" nâng cao đời sống tinh thần cho công nhân lao động. Qua đó, lao động yên tâm gắn bó, ngày công lao động đảm bảo, thu nhập ổn định và doanh nghiệp thực hiện sản xuất đúng kế hoạch.

Cùng với thực hiện nhiệm vụ chuyên môn, tham gia điều hành, chị Hường còn đảm nhiệm các nhiệm vụ trong công tác đảng và công tác công đoàn. Nắm bắt hoạt động công đoàn cơ sở thành viên, chị Hường chủ động chia sẻ, hướng dẫn và vận động công nhân viên, người lao động tích cực học tập nâng cao trình độ chuyên môn, nghiệp vụ, kỹ năng nghề.

Nhằm gắn kết người lao động ở các bộ phận và tôn vinh, khích lệ sự cố gắng của công nhân nữ, vì sự tiến bộ của phụ nữ trong thời đại mới, chị đã chỉ đạo tổ chức các phong trào như: hội thi nấu ăn nhân ngày 8/3, hội thi pha chế nước hoa quả nhân ngày Phụ nữ Việt Nam 20/10, hội thi thể thao nhân ngày thành lập Tổng công ty 21/11… Hằng năm, phối hợp với các bộ phận chuyên môn tổ chức cho người lao động đi thăm quan, dã ngoại, tổ chức các hoạt động thi đố vui, bốc thăm trúng thưởng.

Ông Đặng Ngọc Quân - Giám đốc điều hành, Chủ tịch Công đoàn Hanosimex chia sẻ: Là một nhà lãnh đạo nữ, chị Lê Thị Thu Hường luôn có những cách làm mềm dẻo, uyển chuyển nhưng hiệu quả để động viên, chia sẻ kịp thời với người lao động trong công ty, khéo léo quy tụ sự đoàn kết của các tập thể, phát huy tinh thần sáng tạo, hoàn thành tốt nhiệm vụ sản xuất kinh doanh.

Niềm hạnh phúc, điểm tựa tinh thần của gia đình chị Thu Hường là hai cô con gái ngoan ngoãn, trưởng thành. Con gái lớn của chị sau khi tốt nghiệp đại học đang bắt đầu xây dựng sự nghiệp. Cô con gái thứ hai vừa được tuyển thẳng vào trường Đại học Ngoại thương. Niềm vui này góp phần bồi đắp thêm động lực để "nữ tướng" phát huy thế mạnh, bản lĩnh của mình trong sự nghiệp phát triển ngành dệt may.

CHỊ PHẠM THỊ PHƯƠNG THẢO, GIÁM ĐỐC KHU 2, TỔNG CÔNG TY MAY NHÀ BÈ – CTCP:

"ĐỊA CHỈ" GỬI GẮM SÁNG KIẾN CỦA NGƯỜI LAO ĐỘNG

Sinh ra từ đất dệt Nam Định, chị Phạm Thị Phương Thảo, Giám đốc khu 2, Tổng Công ty May Nhà Bè-CTCP (May Nhà Bè) được công nhân lao động trìu mến gọi là "địa chỉ" tin cậy để người lao động gửi gắm sáng kiến trong sản xuất. Không chỉ là người lãnh đạo hoàn thành tốt nhiệm vụ mà chị còn là tấm gương "giỏi việc nhà".

Để khuyến khích người lao động cải tiến chính khâu làm việc của mình, chị Phương Thảo luôn tiên phong với những giải pháp điều hành, quản lý và cải tiến sáng tạo trong sản xuất để cùng tập thể đạt kết quả sản xuất kinh doanh cao hằng năm. Trên cơ sở đó, chị tham mưu và cùng Ban Lãnh đạo, Công đoàn Tổng công ty xây dựng quy chế thi đua và được sửa đổi vào quý I hằng năm. Nội dung thi đua là thực hiện đúng nội quy kỷ cương, nâng cao năng suất, chất lượng sản phẩm và có sáng kiến cải tiến trong quy trình sản xuất. Đây là những tiêu chí chính khích lệ người lao động tự nguyện phấn đấu, hình thành tác phong công nghiệp, mạnh dạn đề xuất những sáng kiến.

Khi thực hiện thi đua tốt, người lao động sẽ có tiền thưởng. Riêng sáng kiến, được Ban cải tiến ghi nhận, dù rất đơn giản, nhưng đem lại giá trị trong quá trình sản xuất cũng được trao thưởng ngay. Dựa trên tiêu chí giá trị sáng kiến mang lại, người lao động được nhận thưởng từ 200 nghìn đồng đến 2 triệu đồng/01 sáng kiến.

Chính nhờ khuyến khích người lao động tự nghiên cứu, tìm giải pháp nâng cao chất lượng và năng suất từ chính mỗi vị trí đã tạo khí thế thi đua sôi nổi ở từng chuyền sản xuất. Chị Phương Thảo chia sẻ: "Khuyến khích, động viên người lao động tích cực tham gia thi đua trong sản xuất chính là một trong những nội dung của học tập và làm theo tư tưởng, đạo đức, phong cách Hồ Chí Minh của Tổng Công ty May Nhà Bè - CTCP. Đồng thời, công khai, minh bạch trong khen, thưởng những sáng kiến của mỗi người càng tạo được môi trường làm việc hấp dẫn, khiến người lao động thêm gắn bó và cống hiến nhiều hơn với doanh nghiệp. Đây cũng chính là một giải pháp góp phần tăng thêm thu nhập cho người lao động."

Tạo được không khí thi đua sôi nổi ở từng chuyền sản xuất, trong 03 năm (từ năm 2019 đến 2021, thời điểm dịch bệnh Covid-19 bùng phát mạnh) đơn vị khu 2 do chị Phương Thảo quản lý đã có được 06 sáng kiến mang lại hiệu quả, tăng năng suất và tiết kiệm sức lao động, được Tổng công ty ghi nhận, khen thưởng và động viên với số tiền là 12 triệu đồng.

Niềm hạnh phúc của chị Phương Thảo và tập thể người lao động khu 2 còn được Tổng Công ty khen thưởng đơn vị hoàn thành xuất sắc năm 2019, thưởng danh hiệu thi đua cho 390 lao động, thưởng Chuyền hoàn thành và cá nhân tiêu biểu với tổng số tiền hơn 536 triệu đồng; năm 2020 khen thưởng nhiều cá nhân tiêu biểu và trao tặng danh hiệu thi đua cho 202 lao động với hơn 57 triệu

đồng; năm 2021 trao thưởng danh hiệu thi đua cho 244 lao động với tổng số tiền là 51 triệu đồng.

Cùng với những trăn trở, làm sao để người lao động có thêm thu nhập, chị Thảo còn quan tâm, xây dựng môi trường làm việc thoáng mát, xanh sạch đẹp, an toàn cho người lao động, góp phần nâng cao hiệu quả và năng suất, chất lượng sản phẩm của May Nhà Bè.

Quản lý gần 70% lao động nữ, thấu hiểu đời sống và tâm tình của "phái yếu", chị Phương Thảo thường xuyên nắm bắt tâm tư, nguyện vọng chị em. Đặc biệt, với những lao động nữ không may gặp rủi ro, bị bệnh hiểm nghèo… chị kịp thời động viên, chia sẻ và tìm giải pháp giúp đỡ tốt nhất. Chị chủ động đưa ra những ý kiến cùng với Ban lãnh đạo, công đoàn đơn vị cải thiện đời sống vật chất, tinh thần, chăm sóc sức khỏe, vệ sinh an toàn cho người lao động. Chính vì vậy, người lao động luôn tin tưởng, gắn bó và đồng hành với từng giai đoạn xây dựng và phát triển của May Nhà Bè.

Với những nỗ lực và cố gắng của bản thân trong suốt thời gian công tác tại Tổng công ty May Nhà Bè, chị Phương Thảo đã nhận được nhiều khen thưởng và danh hiệu: đảng viên hoàn thành xuất sắc nhiệm vụ, cá nhân tiêu biểu, cá nhân điển hình tiên tiến, đoàn viên có thành tích trong phong trào "Giỏi việc nước, đảm việc nhà"; được nhận Bằng khen "Học tập và làm theo tư tưởng, đạo đức, phong cách Hồ Chí Minh giai đoạn 2016-2020" của Công đoàn Dệt May Việt Nam trao tặng; được Tập đoàn Dệt May Việt Nam tặng Bằng khen "Có thành tích xuất sắc trong phong trào thi đua lao động sản xuất và thực hiện nhiệm vụ công tác khác".

Chị Phương Thảo có được thời gian và tâm huyết với nghề, với May Nhà Bè còn bởi sự ủng hộ, hỗ trợ và động viên chân thành của gia đình. Có những giai đoạn khó khăn, đặc biệt là thời điểm đại dịch Covid-19 bùng phát, chị phải căng mình lo cho đơn vị, cho người lao động nhưng vẫn luôn nhận được sự chia sẻ và khích lệ của người thân. Ở khu dân cư, hằng năm gia đình chị đều được bình xét là gia đình văn hóa.❑

Công ty CP Dệt lụa Nam Định:

XÂY DỰNG LỢI THẾ TỪ CHUỖI CUNG ỨNG

Bài: **NAM CAO**

Với lợi thế từ chuỗi cung ứng Sợi – Dệt – Nhuộm hoàn chỉnh, Công ty CP Dệt lụa Nam Định (Dệt lụa Nam Định) đã xây dựng các sản phẩm vải cao cấp và được khách hàng tại Nhật Bản đón nhận, trở thành đối tác trong nhiều năm. Thừa hưởng công nghệ và kỹ thuật từ Nhật Bản, Dệt lụa Nam Định đang nỗ lực xây dựng nhiều loại vải mới cho thị trường nội địa để đáp ứng các yêu cầu cao hơn về xuất xứ cho doanh nghiệp may trong nước.

DUY TRÌ VÀ ỔN ĐỊNH ĐƠN HÀNG

Trước những khó khăn chung của thị trường, Dệt lụa Nam Định cũng bị ảnh hưởng không nhỏ tới tình hình sản xuất kinh doanh của đơn vị. Ông Đào Văn Phương – Tổng Giám đốc Công ty CP Dệt lụa Nam Định cho biết, mặc dù thị trường năm 2022 có rất nhiều khó khăn, nhưng bằng sự linh hoạt trong công tác điều hành, dự kiến năm 2022, doanh thu của công ty vẫn duy trì được như năm 2021 (ước khoảng 450 tỷ đồng), cổ tức dự kiến chia 20%.

Ông Phương cho biết, vì lợi thế sẵn có của Dệt lụa Nam Định là khách hàng truyền thống của Nhật Bản với mặt hàng là vải cao cấp may áo vest, cho nên mặc dù quý IV/2022 dự báo thị trường gặp nhiều khó khăn, nhưng công ty vẫn đảm bảo được việc làm cho người lao động, hiện đơn hàng gần như đã lấp đầy quý I/2023. "Kế hoạch năm 2023 của Dệt lụa Nam Định sẽ là nghiên cứu một số sản phẩm vải mới cho thị trường nội địa bên cạnh các mặt hàng vải đồng phục đang là thế mạnh. Đây là những sản phẩm cao cấp, đa dạng mẫu mã, giá trị cao và có chất lượng tốt… mà trước đây các DN may chỉ có thể nhập ở thị trường nước ngoài. Bên cạnh đó, công ty cũng sẽ tập trung vào công tác đầu tư, đổi mới thiết bị, đưa các thiết bị mới vào dây chuyền sản xuất… nhằm hạ giá thành sản phẩm, đưa sản phẩm của Dệt lụa Nam Định có khả năng cạnh tranh với các loại vải nhập khẩu"- Tổng Giám đốc Dệt lụa Nam Định chia sẻ.

Theo lãnh đạo công ty, với tâm thế sẵn sàng ứng biến với các diễn biến của thị trường, đồng thời với lợi thế của thương hiệu Dệt lụa Nam Định trong nhiều năm, Ban lãnh đạo công ty dự kiến phát triển các sản phẩm mới cho thị trường ngách vào năm 2023, đồng thời đầu tư các công nghệ khó, đặc thù… mà hiện nay các DN sản xuất vải "ngại" đầu tư do cản trở về kinh phí và thị trường đầu ra. Ngoài khách hàng truyền thống tại Nhật, Dệt lụa còn liên doanh với một đơn vị tại Nhật Bản, sản xuất các loại vải theo kỹ thuật và công nghệ của đối tác với sản lượng khoảng 8.000 tấn/năm.

Do đó, trong quá trình mở rộng thị trường tại nội địa, bước đầu Dệt lụa Nam Định đã được Tổng Công ty Đức Giang - CTCP và một số doanh nghiệp may trong nước đặt vải sản xuất đồng phục, veston…

Không chỉ duy trì được đơn hàng, mở rộng được sang thị trường nội địa, Dệt lụa Nam Định còn mạnh dạn đầu tư công nghệ để xanh hóa và sản xuất tuần hoàn. Hiện công ty đã đầu tư khoảng 11 tỷ đồng điện áp mái với công suất 1 Mb. Đồng thời, hệ thống xử nước thải của công ty cũng đã được hoàn thiện kể từ khi di dời Nhà máy Nhuộm ra khu công nghiệp, thời gian tới đây Dệt lụa Nam Định sẽ đầu tư mới hệ thống nước thải theo công nghệ RO, tiến tới tái sử dụng lại nguồn nước trong quá trình nhuộm và tuần hoàn hệ thống xử lý nước trong khâu nhuộm hoàn tất. Bên cạnh đầu tư mới hệ thống xử lý nước thải, công ty còn nghiên cứu và đầu tư hệ thống tự động pha hóa chất thuốc nhuộm với công nghệ hiện đại nhất hiện nay. Điều này không chỉ giúp tối ưu hoạt động sản xuất mà còn giảm lượng nước hóa chất sử dụng, giúp tiết kiệm chi phí nguyên vật liệu… Với tính toán của công ty khi đưa hệ thống này vào sử dụng đã giảm trên 10% hóa chất nhuộm dư thừa so với quy trình hiện nay. Bên cạnh đó, công ty cũng đã đầu tư hệ thống lò hơi theo công nghệ mới nhằm giảm điện năng. Năm 2022, kinh phí đầu

tư chiều sâu của công ty khoảng 40 tỉ đồng.

XÂY DỰNG THƯƠNG HIỆU TỪ LỢI THẾ CHUỖI

Hiện Dệt lụa Nam Định có quy mô 5 nhà máy, với 1 nhà máy kéo sợi công suất 1.000 tấn/năm; 1 nhà máy kéo sợi và pha lông cừu với công suất 800 tấn/năm theo công nghệ với liên doanh nước ngoài; 1 nhà máy dệt; 1 nhà máy nhuộm có hệ thống xử lý nước thải riêng và 1 chi nhánh của công ty tại Hà Nội. Với lợi thế từ hệ thống chuỗi khép kín và thế mạnh sẵn có, ngoài việc phát triển thị trường ngách, công ty còn tiếp tục nghiên cứu và đưa các sản phẩm vải mới như: CVC, CV, vải pha lông cừu, cotton… bên cạnh sản phẩm truyền thống là vải đồng phục chất lượng cao, điều này không chỉ giúp hệ thống các nhà máy nâng thêm công suất, mà còn đưa Dệt lụa Nam Định vào chuỗi cung ứng tại thị trường nội địa.

Với việc Trung Quốc áp dụng chính sách "zero covid", chuỗi cung ứng bị ảnh hưởng nặng nề, các DN may phụ thuộc nhiều vào nguồn hàng vải, nguyên phụ liệu từ Trung Quốc đã kéo chuỗi cung ứng dịch chuyển sang các quốc gia láng giềng và Việt Nam cũng là một trong những quốc gia được hưởng lợi. Tìm ra được "cơ hội" từ trong những thách thức, Dệt lụa Nam Định đã tập trung sản xuất các các mặt hàng vải mẫu, cung cấp và chào mời cơ hội hợp tác với các DN ngành may. Ông Đào Văn Phương hi vọng, trong thời gian tới Dệt lụa Nam Định sẽ có thêm khách hàng mới bởi công ty cam kết về tiến độ giao hàng, bảo hành về chất lượng sản phẩm, chi phí giá bạn

cạnh tranh cũng như mẫu mã các sản phẩm ngàng càng đa dạng…

Tuy nhiên, cũng giống như các DN dệt may khác, câu chuyện về nguồn lực lao động cũng là một trong những "nút thắt" mà Dệt lụa Nam Định gặp phải khi quy mô và thị trường ngày càng mở rộng. Tổng Giám đốc Dệt lụa Nam Định bày tỏ công ty đang rất cần có đội ngũ cán bộ quản lý từ cấp trung bên cạnh đội ngũ công nhân kỹ thuật.

Mong muốn của đơn vị trong thời gian tới là được hỗ trợ và tham gia các chương trình đào tạo của Tập đoàn Dệt May Việt Nam nhằm xây dựng, đào tạo nguồn nhân lực chất lượng cao. Bên cạnh việc tuyển dụng và đào tạo từ hệ thống các cơ sở giáo dục, công ty còn xây dựng cơ chế "đặt hàng" nhằm chuẩn bị tốt nhất cho các thế hệ đội ngũ kế cận. Tuy nhiên đó là bài toán dài hạn, trong ngắn hạn với việc thiếu đội ngũ cán bộ quản lý cấp trung và cao, công ty đã lựa chọn nhân sự nội bộ và tự đào tạo, điều này giúp giải quyết câu chuyện về nhân lực trong ngắn hạn, phù hợp với sự phát triển chung của toàn công ty.

Nhìn nhận được điểm "mạnh" của doanh nghiệp, Dệt lụa Nam Định đã có hướng đi chuyên biệt trong việc xây dựng các sản phẩm "đặc thù" cho các thị trường khó tính bậc nhất là Nhật Bản. Đưa chúng tôi đi tham quan Nhà máy Se sợi, Phó Tổng Giám đốc Đào Xuân Nghĩa cho biết hệ thống máy ống dùng cho sản phẩm sợi lông cừu là hệ thống duy nhất được lắp đặt và vận hành tại miền Bắc, phục vụ riêng cho thị trường xuất khẩu. Tới đây, Dệt lụa Nam Định sẽ nâng công suất để đón đầu "làn sóng", phát huy lợi thế từ chuỗi cung ứng, đưa các sản phẩm dệt may Việt Nam trọn gói tới gần hơn tới khách hàng.

Dây chuyền kéo sợi lông cừu hiện đại nhất khu vực miền Bắc

CHỊ PHẠM THỊ KIM THANH - CÔNG NHÂN ĐỨNG MÁY NHÀ MÁY DỆT, CÔNG TY CP DỆT LỤA NAM ĐỊNH

Làm công việc đứng máy dệt đã hơn 20 năm, trong quá trình làm việc, tôi thường xuyên rèn luyện tay nghề, nỗ lực đảm bảo năng suất và chất lượng sản phẩm tốt nhất. Tôi hiểu rõ, khi sản phẩm mình làm ra tốt, đơn hàng của công ty đáp ứng yêu cầu của khách hàng thì thu nhập của bản thân sẽ tăng theo. Hiện nay, thu nhập bình quân của tôi được gần 9 triệu đồng/tháng. Với mức thu nhập này, khéo chi, cuộc sống gia đình cũng ổn định. Đặc biệt, trong giai đoạn dịch bệnh Covid-19 bùng phát, công ty vẫn đảm bảo đủ việc làm, thu nhập cho người lao động nên chúng tôi rất yên tâm làm việc. Chúng tôi luôn được công ty đồng hành, chăm lo điều kiện làm việc và đời sống nên luôn khắc phục khó khăn để hoàn thành tốt công việc.

Hằng năm, Ban lãnh đạo và công đoàn công ty tổ chức cho người lao động đi du lịch, được tổ chức sinh nhật theo tháng, các ngày lễ, Tết được nghỉ theo qui định, cuối năm được nhận các khoản thưởng… Đối với chị em phụ nữ, dịp kỷ niệm ngày Phụ nữ Việt Nam 20/10 hằng năm cũng được công ty và công đoàn tổ chức cho đi du lịch. Trong hơn 20 năm gắn bó với công ty, tôi luôn tích cực tham gia các phong trào thi đua và được chọn thi tay nghề giỏi cấp cơ sở, cấp ngành. Đồng thời, tôi cũng đề xuất những sáng kiến mới nhằm nâng cao năng suất, chất lượng sản phẩm. Tôi cũng hướng dẫn, chia sẻ cách làm, kỹ năng của mình với các bạn trẻ để năng suất và chất lượng sản phẩm của nhà máy luôn đạt hiệu suất cao nhất.

ANH ĐỖ KIM ANH - CÔNG NHÂN NHÀ MÁY DỆT, CÔNG TY CP DỆT LỤA NAM ĐỊNH

Tôi vào làm ở nhà máy Dệt gần 6 năm. "Làm bạn" với 12 máy dệt mỗi ngày, để đảm bảo chất lượng sản phẩm, tôi thường xuyên kiểm tra các máy. Khi phát hiện lỗi thuộc về công việc của người công nhân đứng máy, tôi sẽ chủ động xử lý, đảm bảo máy hoạt động thông suốt. Với những lỗi phức tạp như: máy chảy dầu hay đứt sợi quá nhiều, tôi sẽ kịp thời báo lên bộ phận trực để hỗ trợ kỹ thuật, không làm ảnh hưởng đến công suất chạy máy.

Để tiếp cận được công nghệ mới, công ty đã tạo điều kiện cho tôi tham gia khóa học tại trường cao đẳng Công nghiệp dệt. Nhờ vậy, tay nghề và kỹ năng làm việc, tiếp xúc với máy móc, thiết bị hiện đại của người lao động được nâng lên rõ rệt. Hiện nay, thu nhập của tôi được gần 8 triệu đồng/tháng. Với mức thu nhập ổn định, các điều kiện về phúc lợi cho người lao động tốt, tôi yên tâm làm việc tại đây.❏

K.GIANG - T.THÚY *(ghi)*

BẢN TIN VINATEX

tháng 10/2022

VINATEX DỰ BÁO TÌNH HÌNH SẢN XUẤT KINH DOANH NĂM 2023

Ngày 30/9, tập thể Ban Thường vụ Đảng ủy và Cơ quan điều hành Tập đoàn Dệt May Việt Nam (Vinatex) đã tổ chức Hội nghị sơ kết 9 tháng, triển khai kế hoạch Quý 4 năm 2022 và dự báo tình hình sản xuất kinh doanh năm 2023 với sự tham dự của các thành viên trong BTV, CQĐH và trưởng các ban chức năng thuộc Tập đoàn.

Đây là bước đầu tiên của công tác chuẩn bị xây dựng kế hoạch kinh doanh năm tới trong điều kiện thị trường rất bất định, cầu thế giới suy giảm. Hội nghị đã nghe báo cáo kết quả SXKD 9 tháng, triển khai kế hoạch Quý 4 năm 2022 do ông Cao Hữu Hiếu- Phó Bí thư Đảng ủy, Tổng Giám đốc Tập đoàn trình bày. Theo đó, Tập đoàn vẫn giữ vững được thành quả SXKD 06 tháng và gia tăng trong 9 tháng năm 2022. Lợi nhuận hợp nhất ước đạt 1.150 tỷ đồng, đạt 124% kế hoạch năm, tăng 25% so với cùng kỳ, trong đó công ty chi phối đóng góp 60%. Dự kiến doanh thu đạt kế hoạch năm, lợi nhuận tăng 40% so với kế hoạch Đại hội đồng cổ đông đã thông qua.

Sau báo cáo của Tổng giám đốc, các đại biểu đã nghe báo cáo dự báo thị trường tài chính tiền tệ và ảnh hưởng cụ thể, định lượng đến Vinatex do Phó Tổng Giám đốc thường trực Phạm Văn Tân trình bày; báo cáo dự báo kinh tế thế giới, mô hình tính toán dự báo tổng cầu dệt may của ông Vương Đức Anh - Chánh văn phòng HĐQT Tập đoàn. Các thành viên trong Cơ quan điều hành: ông Nguyễn Song Hải Phó Tổng Giám đốc, ông Lê Trung Hải - Phó Tổng Giám đốc, ông Lê Mạc Thuấn - Phó Tổng Giám đốc, ông Nguyễn Đức Trị- Phó Tổng Giám đốc, ông Phạm Xuân Trình - Giám đốc điều hành đã sôi nổi tham gia đóng góp ý kiến nhằm nhận diện bức tranh 2023 từ lĩnh vực mình phụ trách như: nhu cầu các mặt hàng chính, dự kiến của các nhãn hàng trên thế giới từ trung bình đến cao cấp, thị trường xơ, bông, sợi, thị trường hàng dệt kim, dệt thoi, gia dụng, các chuỗi cung ứng mà Vinatex đang tham gia; các nội dung về sản phẩm tuần hoàn có tỷ lệ tăng dần… Ngoài ra, hội nghị còn được nghe tham luận từ trưởng các ban chức năng về: dự báo tỉ giá, lãi suất quý 4/2022, cả năm 2023 và khuyến nghị đối với các doanh nghiệp; tình hình lao động, thu nhập năm 2022 và khuyến nghị xây dựng kế hoạch tiền lương, thu nhập năm 2023…

Kết luận Hội nghị, ông Lê Tiến Trường- Bí thư Đảng ủy, Chủ tịch HĐQT Vinatex đã đưa ra 3 kịch bản dự báo về tình hình xuất khẩu năm 2023, theo đó kịch bản tốt sẽ là 6 tháng đầu năm 2023 bình quân xuất khẩu như Quý 4/2022, 6 tháng cuối năm đạt bình quân như 8 tháng đầu năm 2022; kịch bản trung bình (cơ sở) 9 tháng bình quân xuất khẩu như Quý 4/2022, còn Quý 4/2023 đơn hàng trở lại như 8 tháng đầu năm 2022; kịch bản xấu cả năm 2023 đơn hàng chỉ bình quân xuất khẩu như 4 tháng cuối năm 2022.❑

VINATEX GIỮ VỮNG HOẠT ĐỘNG SXKD TRONG QUÝ 4

Ngày 11/10/2022, Tập đoàn Dệt May Việt Nam (Vinatex) tổ chức Hội nghị trực tuyến BCH mở rộng sơ kết công tác Đảng và SXKD 9 tháng đầu năm, triển khai nhiệm vụ công tác 3 tháng cuối năm 2022, dự báo tình hình, định hướng kế hoạch năm 2023. Thay mặt BCH Đảng bộ Vinatex, đồng chí Trần Thị Thu Thảo - UV Ban Thường vụ đã trình bày Báo cáo sơ kết công tác Đảng 9 tháng năm 2022. Theo đó, Đảng ủy Vinatex đã tập trung lãnh đạo, chỉ đạo, triển khai tốt công tác xây dựng Đảng và thực hiện nhiệm vụ chính trị SXKD. Công tác giáo dục chính trị tư tưởng được triển khai sâu rộng, bám sát các nội dung, nhiệm vụ. Công tác kiểm tra, giám sát đã chủ động và đi vào trọng tâm, trọng điểm. Về nhiệm vụ 3 tháng cuối năm, Đảng ủy Vinatex sẽ ban hành Chương trình hành động thực hiện NQTW 5, thực hiện công tác tuyên truyền, triển khai các nghị quyết, chỉ thị, kết luận, quyết định, quy định của Đảng. Tăng cường công tác tuyên truyền Học tập và làm theo tư tưởng, đạo đức, phong cách Hồ Chí Minh. Tiếp tục chỉ đạo cấp ủy cơ sở rà soát quy hoạch cấp ủy; xây dựng quy hoạch nhiệm kỳ 2025-2030. Thực hiện các thủ tục về bàn giao, tiếp nhận tổ chức Đảng sau khi Đảng ủy Khối và Ban Tổ chức TW phê duyệt Đề án. Chỉ đạo cấp ủy cơ sở tổ chức đại hội chi bộ trực thuộc nhiệm kỳ 2022-2025. Tuyên truyền những kết quả đạt được trong phục hồi và phát triển kinh tế, xã hội, bảo đảm an sinh xã hội, đấu tranh phòng chống tham nhũng, tiêu cực. Theo ông Cao Hữu Hiếu-Tổng Giám đốc Vinatex, quý 4 năm 2022, bối cảnh kinh tế Việt Nam và thế giới vẫn còn nhiều khó khăn, trong đó giá bông bước vào mùa vụ mới với sản lượng tăng nhưng mức tiêu thụ là yếu tố hỗ trợ giá giảm. Trong thời gian tới, ngành Sợi cần triển khai các giải pháp để duy trì kết quả SXKD, ngành May tích cực tìm kiếm đơn hàng đảm bảo sản xuất ổn định, bám sát kế hoạch sản xuất để linh hoạt trong chuẩn bị nguyên phụ liệu.

Phát biểu kết luận Hội nghị, đồng chí Lê Tiến Trường-Bí Thư Đảng ủy, Chủ tịch HĐQT Vinatex cho biết, 9 tháng đầu năm Đảng bộ Tập đoàn đã hoàn thành tốt, đúng tiến độ các chương trình công tác xây dựng Đảng. SXKD vẫn tiếp tục đạt hiệu quả tuy nhiên lợi nhuận quý 3 đã giảm 50% so với bình quân của quý 1,2. Thị trường gặp nhiều khó khăn nhưng các doanh nghiệp thuộc Tập đoàn đã chủ động kiểm soát tình hình, giảm thiểu tác động tiêu cực, công tác điều phối của Công ty mẹ đã phát huy hiệu quả. Trong quý 4, Đảng bộ Tập đoàn cần tập trung chỉ đạo các chi bộ hoàn thành đại hội trước ngày 30/11/2022, hoàn thành các nhiệm vụ xây dựng Đảng năm 2022 và chuẩn bị sơ kết giữa nhiệm kỳ 2020-2025. Tổ chức Công đoàn chuẩn bị sớm các chương trình chăm lo cho người lao động trong dịp Tết Nguyên đán Quý Mão. Giữ vững hoạt động SXKD quý 4 và các thành quả đã đạt được trong 3 quý đầu năm và tập trung đảm bảo việc làm cho người lao động. Xúc tiến sớm các chương trình, kế hoạch kinh doanh, khách hàng trọng điểm của năm 2023. Dự kiến và có giải pháp phòng ngừa các tình huống tiêu cực của thị trường và các biến động khó dự báo của thị trường tài chính, lãi suất. "Cùng với đó chúng ta cần kiên trì định hướng sản xuất theo chuỗi nâng cao tỷ lệ sản phẩm xanh. Kiên trì bám sát khách hàng, bám sát thị trường, phản ứng linh hoạt với thị trường và đảm bảo việc làm cho người lao động. Kiên trì bảo vệ nguồn lực doanh nghiệp, bồi dưỡng sức chống chọi của doanh nghiệp trong bối cảnh khó khăn có thể kéo dài"- Chủ tịch Lê Tiến Trường nhấn mạnh.❑

CHƯƠNG TRÌNH THIỆN NGUYỆN "HẠNH PHÚC LÀ SẺ CHIA" TẠI HUYỆN VĨNH LỢI, TỈNH BẠC LIÊU

Ngày 24/9, Tập đoàn Dệt May Việt Nam (Vinatex), Hiệp hội Dệt May Việt Nam (Vitas), Công đoàn Dệt May Việt Nam và Bệnh viện Chợ Rẫy phối hợp tổ chức Chương trình thiện nguyện "Hạnh phúc là sẻ chia" tại huyện Vĩnh Lợi, tỉnh Bạc Liêu.

Chương trình bao gồm các hoạt động: Thăm hỏi 10 Mẹ Việt Nam Anh Hùng, tri ân các gia đình thương binh, liệt sĩ, gia đình có công với đất nước. Tặng 500 suất quà bao gồm nhu yếu phẩm, sản phẩm dệt may hỗ trợ gia đình CNLĐ Nhà máy Vinatex Bạc Liêu và nhân dân trên địa bàn huyện có hoàn cảnh đặc biệt khó khăn. Bệnh viện Chợ Rẫy – một trong những Bệnh viện hàng đầu cả nước cử 25 y bác sĩ cùng với hệ thống trang thiết bị chuyên ngành (máy siêu âm, điện tim, điện não...) để thăm khám, chẩn đoán phát hiện sớm các nguy cơ bệnh lý, đồng thời tổ chức phát thuốc cho thân nhân CBCNV Nhà máy và nhân dân địa phương. Khởi công xây dựng cây cầu dân sinh mang tên Phong Phú, có chiều rộng 3,5m, trọng tải 2,5 tấn, đạt chuẩn Nông thôn mới. Cây cầu đi vào hoạt động sẽ mang lại nhiều ý nghĩa thiết thực cho đời sống nhân dân địa phương, giúp người dân đi lại, giao thương thuận tiện, nhanh chóng, giúp các cháu đi học dễ dàng, an toàn. Tổng chi phí cho các hoạt động trên là 1,5 tỷ đồng, được đóng góp bởi 27 tổ chức, doanh nghiệp và đơn vị trong và ngoài ngành Dệt May Việt Nam.

"Hạnh phúc là sẻ chia" là chương trình thiện nguyện được phát động và tổ chức thường niên bởi Vinatex, Vitas, Công đoàn Dệt May Việt Nam và Bệnh viện Chợ Rẫy với mong muốn được đồng hành, san sẻ cùng NLĐ, đồng bào có hoàn cảnh khó khăn tại các địa phương trên cả nước. Chương trình đã trở thành nét đẹp, nét văn hóa của ngành Dệt May trong phát huy truyền thống "tương thân tương ái", "uống nước nhớ nguồn" của toàn dân tộc Việt Nam.❑

BẢN TIN CÔNG ĐOÀN

TẬP HUẤN NGHIỆP VỤ CHO CÁN BỘ CÔNG ĐOÀN CƠ SỞ NĂM 2022 TẠI KHU VỰC PHÍA NAM

Trong 2 ngày 7-8/10, Công đoàn Dệt May Việt Nam đã tổ chức Hội nghị tập huấn nghiệp vụ cho cán bộ công đoàn cơ sở năm 2022 tại khu vực phía Nam.

Những nội dung được Công đoàn Dệt May Việt Nam lựa chọn tập huấn lần này đều là những nội dung hết sức cần thiết, cấp thiết cho đội ngũ cán bộ công đoàn cơ sở như: Các quy định về thu, chi, quản lý tài chính, tài sản tại CĐCS, phần mềm Kế toán CĐCS; Hướng dẫn Đại hội công đoàn các cấp; Hướng dẫn sử dụng phần mềm quản lý đoàn viên công đoàn; Quản lý văn thư trên phần mềm Voffice và báo cáo số liệu thống kê trên phần mềm tổng hợp báo cáo. Theo kế hoạch trong thời gian tới, Công đoàn Dệt May Việt Nam sẽ tổ chức Hội nghị tại miền Trung và miền Bắc.❑

ĐÀO TẠO "NÂNG CAO TRÌNH ĐỘ, KỸ NĂNG NGHỀ NGHIỆP CHO ĐOÀN VIÊN VÀ NGƯỜI LAO ĐỘNG" NĂM 2022

Sau 2 năm gián đoạn do dịch bệnh, Chương trình đào tạo "Nâng cao trình độ, kỹ năng nghề nghiệp cho đoàn viên và người lao động" đã được Công đoàn Dệt May Việt Nam tái khởi động trong nửa cuối năm 2022. Đây là hoạt động triển khai một trong 5 Chương trình công tác lớn của Đại hội V nhiệm kỳ 2018-2023, đó là: "Đẩy mạnh phong trào học tập, nâng cao trình độ, kỹ năng nghề nghiệp cho đoàn viên và người lao động", đã và đang thu hút được sự quan tâm và hưởng ứng của các CĐCS, doanh nghiệp và NLĐ.

Mục đích của Chương trình là hỗ trợ các doanh nghiệp tổ chức các lớp đào tạo, nâng cao trình độ, kỹ năng nghề nghiệp cho đoàn viên và người lao động, góp phần tăng năng suất lao động, giúp doanh nghiệp tăng hiệu quả sản xuất kinh doanh, người lao động ổn định việc làm và đảm bảo thu nhập; đồng thời nâng cao khả năng thích ứng của người lao động thời kỳ hậu Covid-19 và sự tác động của cuộc Cách mạng Công nghiệp 4.0; thúc đẩy phong trào học tập, trau dồi kĩ năng nghề nghiệp, phát huy sức sáng tạo, sự thích nghi, sẵn sàng chuyển đổi nghề của người lao động.

Công đoàn Dệt May Việt Nam hỗ trợ chi phí đào tạo, phí tổ chức, quản lý lớp học, giáo trình, tài liệu học tập trên cơ sở ký kết hợp đồng với 02 trường trong hệ thống là Đại học Công nghiệp Dệt May Hà Nội và Trường Cao đẳng Công nghệ TP.HCM. Nội dung đào tạo được thực hiện dựa trên kết quả khảo sát nhu cầu của từng đơn vị, bảo đảm thiết thực, hiệu quả, tập trung vào việc nâng cao năng lực, chuyên môn, tay nghề, kỹ năng làm việc của đoàn viên, người lao động, bao gồm: (1) Đào tạo đoàn viên, công nhân lao động có trình độ, tay nghề phù hợp, có khả năng phát triển, đảm nhiệm công việc Quản lý tổ sản xuất ngành may (60 tiết); (2): Đào tạo đoàn viên, công nhân lao động có trình độ, tay nghề phù hợp, có khả năng phát triển, đảm nhiệm công việc Kỹ thuật chuyền ngành may (60 tiết).

Các đơn vị triển khai Chương trình bao gồm: Công ty CP May Việt Thịnh, Tổng Công ty CP Dệt May Hòa Thọ, Công ty CP Dệt May Nha Trang; Công ty CP Dệt May – Đầu tư – Thương mại Thành Công, Công ty CP Dệt May Huế; Tổng Công ty CP Dệt May Hà Nội, Tổng Công ty May 10 - CTCP với tổng số 14 lớp và 460 học viên.❑

NGÀY HỘI "HIẾN MÁU TÌNH NGUYỆN" NĂM 2022

Ngày 30/9, tại Tp. HCM, Tập đoàn Dệt May Việt Nam (Vinatex), Công đoàn Dệt May Việt Nam (Công đoàn DMVN), Hiệp hội Dệt May Việt Nam (Vitas) phối hợp với Bệnh viện Chợ Rẫy tổ chức Ngày hội "Hiến máu tình nguyện" năm 2022. Với chủ đề "Giọt hồng yêu thương", chương trình thu hút sự tham gia của hơn 500 cán bộ, đoàn viên, CNVCLĐ ngành Dệt May Việt Nam.

Phát biểu tại chương trình, Lãnh đạo Công đoàn DMVN biểu dương tinh thần trách nhiệm đối với cộng đồng, xã hội, tính nhân văn, tương thân tương ái của hơn 500 cán bộ, đoàn viên, CNVCLĐ ngành Dệt May Việt Nam. Đây cũng là hoạt động thường niên của Vitas – Vinatex và Công đoàn DMVN thực hiện liên tục từ năm 2010 đến nay.

Với thông điệp "Một giọt máu cho đi – Một cuộc đời ở lại", gần 480 đơn vị máu (350 ml/đơn vị máu) thu nhận được sẽ góp phần khắc phục tình trạng khan hiếm máu trong điều trị các bệnh nhân tại bệnh viện, đem lại sự sống cho người bị mắc bệnh hiểm nghèo.

Tham gia chương trình lần này có những người hiến máu nhiều lần, điển hình như chị Nguyễn Thị Thu Trang, Coast Phong Phú 33 lần; anh Nguyễn Văn Tú, Công ty CP Liên Phương 73 lần. Ngày hội "Hiến máu tình nguyện" là hoạt động hưởng ứng chương trình "Hành trình đỏ" của Tổng Liên đoàn Lao động Việt Nam phát động.❑

NBC ĐỒNG HÀNH CÙNG CHƯƠNG TRÌNH "MẸ ĐỠ ĐẦU– KẾT NỐI YÊU THƯƠNG"

Vừa qua, trong chương trình "Mẹ đỡ đầu – Kết nối yêu thương", Tổng Công Ty CP May Nhà Bè (NBC) đã tặng quà và trao sổ tiết kiệm trị giá 50 triệu đồng cho các trẻ em mồ côi do Covid-19 đến từ các tỉnh Bình Thuận, Ninh Thuận, Long An, Tây Ninh, Sóc Trăng và TP.HCM.

Chương trình "Mẹ đỡ đầu – Kết nối yêu thương" được tổ chức bởi Ban Công tác phía Nam (Trung ương Hội LHPN Việt Nam), Công ty CP Du lịch Hoà Bình Việt Nam, Hãng Phim trẻ TP.HCM. Tại Chương trình, Ban tổ chức đã bố trí một "gian hàng yêu thương" với những món quà gồm sách, balô, nón bảo hiểm, tập vở, dụng cụ học tập, sữa… để các em được cầm giỏ, xếp hàng và tự tay chọn lựa những món quà mà mình yêu thích.

Không chỉ là một trong những doanh nghiệp hàng đầu của ngành Dệt May Việt Nam trong lĩnh vực sản xuất kinh doanh, NBC còn luôn quan tâm đến công tác từ thiện xã hội, chia sẻ trách nhiệm với cộng đồng, công nhân các địa bàn khó khăn ở vùng sâu, vùng xa và biển đảo...❑

TRỢ CẤP GIA ĐÌNH CBNV BỊ ẢNH HƯỞNG BỞI CƠN BÃO SỐ 4

Ngày 30/9, đại diện Ban Lãnh đạo và Công đoàn Công ty CP Dệt May Huế đã đến thăm và trao trợ cấp cho các gia đình CBNV-NLĐ có hoàn cảnh khó khăn, bị ảnh hưởng nặng nề bởi cơn bão số 4 vừa qua. Cụ thể, trao 02 suất quà, mỗi suất 4 triệu đồng cho các gia đình có nhà bị hử hỏng nặng, 01 suất quà trị giá 2 triệu đồng cho gia đình có người thân bị thương và 01 suất trị giá 2 triệu cho gia đình có gia súc bị chết.

Các phần hỗ trợ tuy không nhiều song sự quan tâm kịp thời của các cấp đã phần nào động viên, khích lệ người lao động vượt qua khó khăn trước mắt để ổn định công việc và cuộc sống.❑

HeraDG

LOVE SWAN

Nàng thơ ngọt ngào cho ngày Phụ nữ

Khoác lên mình những trang phục nữ tính, trang nhã
từ Bộ sưu tập "Swan Love" của HeraDG,
các quý cô hóa những "nàng thơ" quyến rũ và ngọt ngào.
Một item lý tưởng cho buổi hẹn hò, gặp gỡ
trong ngày tôn vinh phụ nữ Việt.

Lấy cảm hứng từ sự hóa thân mềm mại và đậm chất thơ "Vũ điệu thiên nga" – một hình ảnh kinh điển của nghệ thuật múa ballet thế giới, BST "Swan Love" của HeraDG – thương hiệu thời trang nữ của Tổng Công ty Đức Giang – CTCP mang đến hình ảnh cổ điển, thanh lịch nhưng vẫn đầy chất tinh tế và chuẩn mực cho những quý cô ngọt ngào.

Những chiếc đầm cocktail, đầm chữ A… được thiết kế tỉ mỉ và cầu kỳ trong phom dáng và thiết kế, đã mang đến sự cuốn hút rất riêng biệt khiến "cánh mày râu" không thể rời mắt. Những khoảng hở có chút "hờ hững" vẫn đầy ý nhị đang mang đến một "nàng thơ" với vẻ đẹp tri thức, toát lên từ thần thái của các quý cô.

Trong thế giới của "Swan Love", hình ảnh thế giới cổ tích đầy lãng mạn hiện lên gợi nhớ về hình ảnh thướt tha trong cách giải phóng cơ thể của nghệ thuật múa ballet. Nếu ai yêu thích bộ môn nghệ thuật này, chắc hẳn đã từng nghe tới hoặc từng xem vở nhạc kịch "Hồ thiên nga" kinh điển, đọng lại ký ức ngọt ngào về một miền cổ tích của tuổi thơ biết bao thế hệ. Từ ký ức rực rỡ ấy, "Swan Love" đã đưa vào những bộ trang phục một tinh thần lãng mạn, ngao du chất chứa nét yêu kiều, quyến rũ.

Với đường may cầu kì, tỉ mỉ lấy điểm nhấn vào các chi tiết cách điệu, BST mang đến cho mỗi trang phục hình ảnh rực rỡ trên nền chất liệu tối giản, không có các hoạt tiết đặc trưng. Đó cũng là cách những NTK của HeraDG chăm chút cho từng trang phục nhằm giúp tôn vinh vẻ đẹp của những quý cô trong thời khắc giao mùa, một vẻ đẹp giản đơn nhưng đầy ấn tượng.

Ra mắt BST ngay đầu tháng 10, HeraDG mong muốn tôn vinh vẻ đẹp của người phụ nữ ngay trong tháng kỷ niệm của người phụ nữ Việt. Đó là tinh thần của những buổi hẹn hò lãng mạn, những bữa tiệc bên công ty và đồng nghiệp, hay chỉ đơn giản là một item đi làm công sở trong khoảnh khắc giao mùa.

Nếu chưa biết diện gì trong ngày 20/10, quý cô thử trải nghiệm cảm xúc và các cung bậc của thời trang mùa Thu tại các showroom của HeraDG trên toàn quốc để lựa chọn một bộ trang phục trong BST "Swan Love" mới. Chắc hẳn đây sẽ là một trải nghiệm thời trang đầy thú vị, tôn vinh vẻ đẹp tri thức nhưng vẫn pha nét quyến rũ, mơ màng.❑

Ý - Pháp - Monaco:
HÀNH TRÌNH CỦA NHỮNG DI SẢN

BÀI 2: NHỮNG "MẢNH GHÉP" LÃNG MẠN CỦA VÙNG ĐỊA TRUNG HẢI

Bài: **NAM CAO**

Rời Rome – thành phố của những di sản, đoàn tham quan tiếp tục di chuyển trên "cung đường" vàng, đi tới những địa danh đẹp nhất của vùng Địa Trung Hải, là Venice – thành phố của những kênh đào, là Verona – thành phố của tình yêu, là Cannes – thành phố của điện ảnh. Những mảnh ghép ấy đã khắc họa nên một bức tranh về những nét kiến trúc, ẩm thực, con người đặc trưng của vùng đất Địa Trung Hải.

NHỮNG THÀNH PHỐ "TÌNH YÊU" CỦA NƯỚC Ý

Những ngày tham quan ở thủ đô Rome và Thành quốc Vatican đã đọng lại nhiều kỷ niệm và dư âm về vùng đất của những di sản, cái nôi của đế chế La Mã cổ đại. Rời Rome, đoàn tham quan ghé thăm Florence – thành phố đỉnh cao của kiến trúc Phục Hưng. Sẽ thật luyến tiếc khi tới Ý mà không ghé thăm Florence, thành phố của nghệ thuật, kiến trúc và ẩm thực. Đứng trên quảng trường Michelangelo phóng tầm mắt về thành phố, thời gian nơi đây gần như ngưng đọng. Hơn 500 năm qua cảnh quan dường như nguyên vẹn. Đó là cảm xúc được ngược về quá khứ, trải nghiệm sự huy hoàng của thời kỳ Phục Hưng với những kiến trúc, nghệ thuật còn được lưu giữ.

Dạo quanh những con đường đá xanh, len lỏi qua những con phố và tiến tới trung tâm của Florence, chúng tôi dành thời gian để tham quan Nhà thờ Florence với mái vòm Brunelleschi tráng lệ, một trong những mái vòm lớn bậc nhất thế giới; Nhà rửa tội Baptistery of San Giovanni – một kiệt tác của kiến trúc thời Phục Hưng; Ponte Vecchio – cây cầu với những cửa hàng truyền thống, một trung tâm mua sắm "thu nhỏ" được xây dựng từ thời Trung Cổ; Piazza della Signoria – trung tâm chính trị của thành phố từ thời Trung Cổ và duy trì cho đến đến ngày nay…

Sẽ thật là thiếu sót khi tới Florence mà không dành thời gian tham quan các bảo tàng, một trong số đó là phòng trưng bày Uffizi – nơi chiêm ngưỡng một số kiệt tác nghệ thuật vĩ đại nhất như: "The Birth of Venus" của Botticelli, "The Annunciation" của Leonardo Da Vinci, hoặc "Tondo Doni" của Michelangelo… Không chỉ có kiến trúc, nghệ thuật, Florence còn nổi tiếng với ẩm thực đặc trưng của vùng Tuscany – nơi được mệnh danh là "thủ phủ" của ẩm thực nước Ý với rượu vang, bít tết, pappa col pomodoro (súp cà chua và bánh mì)…

Nếu như Florence là thành phố của kiến trúc Phục Hưng thì Venice nổi tiếng với cái tên đầy mỹ miều "thánh địa tình yêu của nước Ý". Chẳng ngoa khi ai tới nước Ý xinh đẹp cũng chỉ mong một lần được đặt chân tới Venice, thành phố nổi độc đáo nhất thế giới. Được xây dựng cách đây 2.000 năm trên hơn 100 hòn đảo lớn nhỏ, kết nối với nhau bởi 444 cây cầu, Venice còn được gọi là thành phố kênh rạch, thành phố của những cây cầu… điều này khiến nó trở thành một kỳ quan kiến trúc tuyệt vời.

Sự lãng mạn của Venice nằm ở thuyền gondola - phương tiện giao thông đặc trưng nhất của Venice. Ngồi trên những chiếc gondola, đi dọc những dòng kênh xanh ngắt, du khách không chỉ được chiêm ngưỡng những kiến trúc độc đáo của thành phố nổi, đâu đó trên những khung cửa sổ là những giàn hoa đủ sắc màu, chạy dài trên những dãy nhà ống đặc trưng, một vẻ đẹp giản dị, thanh bình nhưng mang đậm nét lãng mạn của Ý. Bước chân len lỏi qua những con ngõ nhỏ, cảm giác như lạc lối trong mê cung ở Venice là một trải nghiệm không thể nào quên. Tất cả các con hẻm nhỏ, đều đổ về quảng trường San Macco, công trình được mệnh danh là "Đại sảnh lễ hội đẹp nhất châu Âu" – nơi hàng năm sẽ diễn ra lễ hội carnival rực rỡ sắc màu.

Trong những ngày ở Ý, đoàn còn tham quan Verona – thành phố của tình yêu vĩnh cửu với câu chuyện tình bất hủ về chàng Romeo và nàng Juliet. Ghé thăm một trong "tứ đại" kinh đô thời trang của thế giới – Milan, để chiêm ngưỡng những khu hàng hiệu xa xỉ tại Galleria Vittorio Emanuele II. Khu trung tâm mua sắm được thiết kế như một khách sạn 5 sao xa xỉ, luôn lọt top những khu mua sắm đẹp nhất thế giới. Cạnh Galleria Vittorio Emanuele II là Đại quảng trường Piazza del Duomo có từ thời trung cổ, trung tâm quảng trường là Nhà thờ Duomo – một trong những nhà thờ lớn và đẹp nhất thế giới, mất gần 3 thế kỷ để hoàn thiện với lối kiến trúc Gothic đặc trưng.

Thành phố cảng Genoa xinh đẹp là "lời tạm biệt" đất nước Ý xinh đẹp. Trái tim của thành phố là quảng trường Piazza De Ferrari với đài phun nước hùng vĩ. Ghé Genoa chắc chắn không thể bỏ qua ngôi nhà đã sinh ra Christopher Columbus – nhà hàng hải vĩ đại, người tìm ra Châu Mỹ. Ngoài ra, tới Genoa du khách còn được chiêm ngưỡng những kiến trúc nhà đầy sắc màu, cảng du thuyền tấp nập đặc trưng của vùng Địa Trung Hải.

MIỀN NAM XINH ĐẸP CỦA NƯỚC PHÁP

Rời Ý, cung đường tới Nice và Cannes – những thành phố biển xinh đẹp của nước Pháp là một trong những "điểm nhấn" đầy thú vị của hành trình. Đó là những khu nhà vùng nông thôn đặc trưng của miền Bắc nước Ý với những vườn oliu sai trĩu quả, chạy ngút tầm mắt. Đâu đó trên cung đường, ẩn nấp trên các sườn núi là những lâu đài tráng lệ – chứng tích của lịch sử Châu Âu huy hoàng.

Sẽ chẳng ngoa khi nói rằng Nice là một trong những thành phố quyến rũ của vùng Địa Trung Hải. Nice được du khách gọi bằng cái tên thân mật Nice la Bella (thành phố Nice xinh đẹp), một vẻ đẹp lôi cuốn, riêng biệt, cổ kính. Thành phố được chia ra làm 2 khu vực chính, khu phố cổ và khu phố mới. Rảo bước trong phu khố cổ với những con phố hẹp, các công trình được sơn màu vàng, đỏ và thổ hoàng mang đậm phong cách của Ý. Những khu phố cổ của Nice còn có rất nhiều quán bar, café, bàn ghế phủ ngoài hè phố, không khí luôn nhộn nhịp và sôi động cả ngày lẫn đêm.

Ghé Nice, chắc chắn không thể bỏ qua Quảng trường Massena - trung tâm là Đài phun nước với bức tượng thần Apollo được điêu khắc bởi nghệ nhân Jaume Plensa cao 7m. Các tòa nhà cổ quanh quảng trường đều được sơn đỏ nổi bật với những cánh cửa chớp màu xanh. Đây còn là nơi nghệ sĩ đường phố thể hiện những ca khúc bất hủ, những điệu nhảy sôi động… khiến du khách thường nán lại hòa nhịp cùng đám đông.

Cách quảng trường khoảng 200m là bãi biển Baie de Anges xinh đẹp có chiều dài gần 7km. Đặc trưng của bãi biển Baie de Anges không chỉ là làn nước xanh ngọc bích, mà bãi biển còn được tạo nên bởi những viên sỏi và đá cuội có nguồn gốc từ sông Paillon và sông Va. Dọc ven bãi biển là con đường đi bộ Promenade des Anglais với hàng cọ trải dài ngút mắt, xung quanh là những khách sạn, quán café sang trọng, một địa điểm "check in" tuyệt vời mà bất cứ ai tới Nice cũng phải lấy điện thoại lưu giữ một vài bức ảnh.

Cách thành phố Nice khoảng chừng 20km là Thân Vương quốc Monaco – quốc gia nhỏ bé thứ 2 thế giới với diện tích chỉ vỏn vẹn khoảng 3 cây số vuông. Mặc dù nhỏ bé nhưng Monaco lại chứa định những điều "phi thường" khi đây là quốc gia được biết đến với những triệu phú, sòng bài, du thuyền, siêu xe xa xỉ… nơi quy tụ của giới siêu giàu trên thế giới.

Ở Monaco, sẽ chẳng có gì ngạc nhiên khi cứ 3 người dân thì có 1 người là triệu phú. Tới Monaco chắc chắn phải ghé thăm casino Monte Carlo đầy hào nhoáng, nơi "vung tiền" của những đại gia trên thế giới. Ở đường tấp nập siêu xe, dưới bến cũng nhộn nhịp du thuyền, những chiếc du thuyền xa hoa neo đậu san sát, thậm chí có những chiếc du thuyền cứ ngỡ chỉ xuất hiện trong những bộ phim của giới siêu giàu cũng có mặt tại đây. Monaco được ví như "thiên đường" của giới đại gia, quý tộc trên khắp thế giới với những cuộc ăn chơi giải trí, nghỉ dưỡng, hưởng thụ xa hoa… Ngoài casino, khách sạn sang trọng nơi đây còn có các trung tâm thương mại, cửa hàng thời trang danh tiếng, nơi bày bán những món hàng hiệu đẳng cấp quốc tế và là một trong những nơi cho ra mắt sớm nhất các mẫu mã thời thượng.

Tuy chỉ có 3km vuông, nhưng Monaco cũng có những khu phố cổ với các ngôi nhà được sơn gam màu nóng ấm, những con ngõ nhỏ hẹp san sát – một nét đặc trưng của kiến trúc vùng Địa Trung Hải. Trung tâm của khu phố cổ là Cung điện Monaco – nơi sinh sống của Thân vương Monaco. Từ đây có thể phóng tầm mắt ra xa chiêm ngưỡng toàn bộ đất nước Monaco xinh đẹp nằm ôm sát trọn vẹn bờ biển. Choáng ngợp trong khung cảnh ấy là những nhà cao tầng xếp chồng lớp, những du thuyền neo đậu trắng xóa cả mặt biển.

Hành trình di sản khép lại tại thành phố điện ảnh Cannes, nơi những minh tinh thế giới quy tụ trong Liên hoan phim Cannes diễn ra hàng năm. Sải bước trên đại lộ La Croisette ven biển tuyệt đẹp của thành phố, với bãi cát trắng mịn, hàng cọ xanh mát, xung quanh là các công trình khách sạn, giải trí hạng sang, sẽ thấy Cannes xứng tầm là một thành phố nghĩ dưỡng. Cũng chính trên đại lộ này, tọa lạc tòa nhà mang tên Cung lễ hội và Đại hội, là nơi diễn ra Liên hoan phim Cannes hàng năm và nhiều liên hoan, hội nghị lớn khác.

Sự nổi tiếng của Cannes cũng chính là hình ảnh những minh tinh màn bạc của khắp thế giới tề tựu, sải bước trên thảm đỏ mỗi dịp Liên hoan phim. Là ước mơ của rất nhiều người Việt có thể một lần "check in" tại thành phố xinh đẹp này, để cảm nhận hương vị, dư âm của nền điện ảnh thế giới.❑

PHONG ĐỘ NHÀ QUẢN LÝ

Đơn vị Nghiên cứu lâm sáng Đại học Oxford (OUCRU) Việt Nam đã đưa ra một số "Việc cần làm khi căng thẳng". Trong đó, có "tiếp đất" - một trong những phương pháp giúp giải tỏa căng thẳng, góp phần đem lại hiệu quả, nâng cao chất lượng công việc và cuộc sống của bạn tươi đẹp hơn.

Ảnh minh họa

"TIẾP ĐẤT"
GIẢI PHÁP CẦN LÀM KHI CĂNG THẲNG

Với mỗi vị trí, để làm tốt thì luôn cần sự tập trung và trách nhiệm, thường xuyên suy nghĩ về giải pháp, chất lượng và có góc nhìn theo hướng tích cực. Cuộc sống và công việc khi có những áp lực, căng thẳng là điều hiển nhiên. Đây cũng là dịp rèn luyện "bản lĩnh" của mỗi người, nhất là người lãnh đạo. Khi căng thẳng, bực dọc với sản phẩm kém chất lượng của cấp dưới, bạn hãy hít thật sâu, thật chậm và thở ra càng chậm càng tốt. Làm đi làm lại phương pháp này từ 5 đến 7 phút. Cách này không chỉ giúp bạn bình tĩnh mà còn làm lá phổi của mình sạch hơn.

Cùng với hít, thở thật chậm, khi thực hiện phương pháp "tiếp đất", bạn nhớ chầm chậm ấn đôi bàn chân trần xuống, ngón chân bấm chặt vào nền, có thể dang hai cánh tay ra, hoặc siết chặt đôi bàn tay vào nhau. "Tiếp đất" không làm "cơn bão" cảm xúc biến mất, mà chỉ giữ bạn an toàn hơn, cho đến khi "bão" đi qua. Tinh thần và tâm trạng ổn định, sẽ làm hạn chế sự nóng tính không đáng có trong xử lý công việc. Sau khi "tiếp đất" bạn hãy tập trung vào công việc, sự điều hành sẽ tốt hơn.

Hạn chế căng thẳng cũng giúp bạn hướng về các giá trị của bản thân; xây dựng mẫu người mình mong muốn. Khi bạn điều hành hiệu quả và gắn kết với đồng nghiệp trong bất kỳ hoạt động nào, bạn cũng cảm thấy hài lòng, thoải mái tinh thần hơn.

Đồng thời, đồng nghiệp cũng hạn chế bị áp lực, căng thẳng từ chính lãnh đạo trực tiếp của mình. Tinh thần và trách nhiệm trước công việc được nâng lên. Chính những ứng xử văn minh nơi làm việc đã và đang góp phần xây dựng văn hóa doanh nghiệp.

"Tiếp đất" không chỉ đơn thuần là giúp bạn giải tỏa căng thẳng trong cuộc sống, nâng cao hiệu quả công việc mà còn xây dựng môi trường làm việc chuyên nghiệp, tập thể đoàn kết.❑

www.orangeneedles.com

ORANGE NEEDLES • FOR THE SEWING MACHINE •

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.

Phu Bai Spinning
SỢI PHÚ BÀI

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

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 Sỹ, 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 chi 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.
- **Chi số:** Ne 20 ~ 45.
- **Thu nhập người lao động bình quân:** 9 triệu/người/tháng.

MAY10
GARMENT 10 CORPORATION - JSC
Sai Dong - Long Bien - Ha Noi - Viet Nam
Tel: (844) 3827 6923 / Fax: (844) 3827 6925
Web: www.garco10.com.vn
GARCO10