

Dệt may và

# THỜI TRANG

Việt Nam

ĐẶC SAN CỦA TẬP ĐOÀN DỆT MAY VIỆT NAM - VINATEX

VTGF

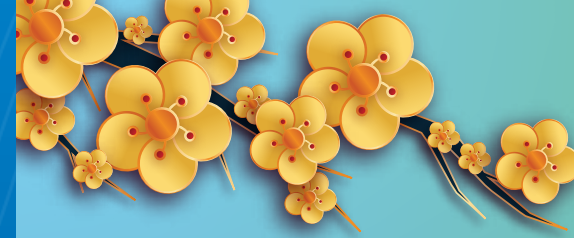
THÁNG 1+2/2025



Hành trình

30 NĂM

*Dệt tinh hoa - May gấm vóc*



# CHÚC MỪNG NĂM MỚI

*Happy new year 2025*

NBC kính chúc quý Khách hàng và Đối tác năm Ất Tỵ  
Phú quý an khang, mọi điều viên mãn,  
Xuân vui như ý, Vạn tài – Vạn lộc – Vạn bình an.



## 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    Website: [www.phubaispinning.com](http://www.phubaispinning.com)

## TỔNG CÔNG TY MAY NHÀ BÈ - CTCP

Số 4 Bến Nghé, Phường Tân Thuận Đông, Quận 7, TP.HCM, Việt Nam  
Điện thoại: (84.28) 3872 9142 - 3872 0077 \* Fax: (84.28) 3872 5107  
Email: [info@nhabe.com.vn](mailto:info@nhabe.com.vn)    Website: [www.nhabe.com.vn](http://www.nhabe.com.vn)





# CÔNG TY CỔ PHẦN DỆT MAY HUẾ

Công ty Cổ phần Dệt May Huế - HUEGATEX được thành lập từ năm 1988, chuyên sản xuất, kinh doanh, xuất nhập khẩu các loại sợi, vải dệt kim, sản phẩm may mặc với kim ngạch xuất khẩu hàng năm gần 100 triệu USD. Công ty tự hào là một trong số các doanh nghiệp dệt may Việt Nam có lợi thế cạnh tranh bằng chuỗi cung ứng Sợi - Dệt Nhuộm - May.

**1**

**SỨ MỆNH**

Cung cấp cho khách hàng những sản phẩm dệt may có chất lượng tốt nhất, đáng tin cậy nhất trong phân khúc dựa trên mô hình sản xuất xanh, công nghệ dịch vụ chuyên nghiệp, tạo sự tự tin khi đồng hành cùng Công ty.

**2**

**TẦM NHÌN**

Trở thành đối tác chiến lược của các thương hiệu thời trang lớn. Đáp ứng được những yêu cầu cao nhất của khách hàng. Có hiện trường quản trị tổng trường bền vững. Tham gia sâu rộng vào chuỗi cung ứng của Tập đoàn Dệt May Việt Nam và toàn cầu.

**3**

**GIÁ TRỊ CỐT LÕI**

Khách hàng là trọng tâm trong hoạch định chính sách và chiến lược. Làm đúng ngay từ đầu. Chuyển nghiệp minh bạch, trách nhiệm trong tất cả các hoạt động. Tuân thủ các chuẩn mực quốc tế.



# TỔNG CÔNG TY CỔ PHẦN DỆT MAY HÒA THỌ

Địa chỉ: 36 Ông Ích Đường, phường Hòa Thọ Đông, quận Cẩm Lệ, TP. Đà Nẵng  
Điện thoại: (+84) 2363 846 290 Fax: (+84) 2363 846 216  
Email: office@hoatho.com.vn Website: www.hoatho.com.vn

*Hòa cùng thời đại,  
Thọ với nhân văn*



Không chỉ là một hệ thống cung ứng Sợi - May lớn nhất khu vực miền Trung, Hòa Thọ còn giữ vai trò nòng cốt, trong các hoạt động của Vinatex và Vitas, tích cực đóng góp to lớn vào ngành Dệt May Việt Nam trong nhiều thập kỷ qua với quy mô lớn.

Tổng diện tích	Thiết bị may mặc	Nhân sự
<b>25ha</b>	<b>10.500</b>	<b>11.000</b>
Cọc sợi	Sản phẩm may	Sản lượng
<b>73.600</b>	<b>23,35 triệu/năm</b>	<b>18.200 tấn sợi/năm</b>

## NGÀNH DỆT NHUỘM

Công ty có 1 nhà máy Dệt Nhuộm được trang bị máy móc hiện đại từ Mỹ, Châu Âu và Nhật Bản; sản xuất các loại vải single polyester filament, polyester filament cải spandex 5%-12%, vải interlock, vải dệt từ sợi recycled..... Năng lực sản xuất đạt **1.500** tấn vải/năm.

## NGÀNH SỢI

Công ty có 1 nhà máy Sợi được trang bị 4 dây chuyền thiết bị nhập khẩu từ Đức, Thụy Sĩ, Nhật Bản; sản xuất các loại sợi nổi cọc dệt thoi và dệt kim, sợi đơn, sợi xe, sợi compact, sợi thường, sợi tái chế, sợi viscose với chỉ số từ 16 đến 50. Năng lực sản xuất đạt hơn **10.000** tấn sợi/năm. Nguồn nguyên liệu được nhập khẩu từ Mỹ, Brazil, Australia...

## NGÀNH MAY

Công ty có 5 nhà máy May, 82 chuyền may, được trang bị các máy móc hiện đại nhập khẩu từ Đài Loan, Nhật Bản,... được vận hành bởi hơn 4000 lao động có trình độ tay nghề cao với năng lực sản xuất hơn **30** triệu sản phẩm/năm gồm Polo shirt, T-shirt, jacket, quần dài, sleepwear, bra, váy,...

Trụ sở chính: số 122 Dương Thiệu Tước phường Thủy Dương, thị xã Hương Thủy, TP Huế  
Nhà máy May 4: Lô CN 12 - 5, CN 12 - 6, KCN Phú Đa - huyện Phú Vang - TP Huế  
Chi nhánh Quảng Bình: KCN Cam Liên - xã Cam Thủy - huyện Lệ Thủy - tỉnh Quảng Bình

(84).234.386.4337  
contact@huegatex.com.vn  
www.huegatex.com.vn





# CÔNG TY CỔ PHẦN TIÊN HƯNG

Mã số DN: 0900270351  
Tên quốc tế: TIEN HUNG JOINT STOCK COMPANY  
Tên viết tắt: TIEN HUNG.JSC  
Điện thoại: 02213 872888 | Fax: 02213 873954  
Trụ sở chính: Thị trấn Vương, huyện Tiên Lữ, tỉnh Hưng Yên.

## QUÁ TRÌNH HÌNH THÀNH

Công ty cổ phần Tiên Hưng trước đây là xí nghiệp May số 7 thuộc Công ty cổ phần may Hưng Yên nay là Tổng Công ty may Hưng Yên - CTCP. Năm 2001 Công ty CP may Hưng Yên đã khởi công xây dựng xí nghiệp may số 7 và hoàn thành giai đoạn 1 đi vào sản xuất tháng

10 năm 2002 tại thị trấn Vương, huyện Tiên Lữ. Trải qua 5 năm hoạt động sản xuất, với những thành tích cao. Đến ngày 28/1/2007 tại Đại hội đồng cổ đông thường niên Công ty CP may Hưng Yên đã biểu quyết nhất trí tách xí nghiệp may 7 thành Công ty Cổ phần Tiên Hưng.



## NĂNG LỰC SẢN XUẤT

Tổng diện tích mặt bằng: 61.000m<sup>2</sup>. Hệ thống nhà xưởng khang trang hiện đại, với 3.600 công nhân lành nghề và trên 3.000 máy may, máy chuyên dụng tiên tiến được nhập khẩu từ Nhật bản, Đức, Mỹ... với những dây chuyền công nghệ cao, trang thiết bị hiện đại. Công ty đã sản xuất và xuất khẩu nhiều chủng loại sản phẩm có chất lượng cao như: Jacket, áo lông vũ, quần âu, Tshirt, Polo - shirt, quần áo tắm... và các sản phẩm may mặc truyền thống khác.

Công ty đã được chứng nhận hệ thống quản lý chất lượng theo tiêu chuẩn ISO 9001-2000. Áp dụng hệ thống quản lý môi trường theo tiêu chuẩn ISO 14001. Áp dụng chính sách an ninh, chính sách trách nhiệm xã hội theo tiêu chuẩn SA8000. Tạo ra môi trường làm việc sạch sẽ an toàn, lành mạnh và bình đẳng cho mọi người lao động.

Công ty cổ phần Tiên Hưng sẵn sàng hợp tác liên doanh liên kết với tất cả các Công ty, các doanh nghiệp trong và ngoài nước.



## CHI TRÁCH NHIỆM XUẤT BẢN LÊ TIẾN TRƯỞNG

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, Thành viên HĐQT

Tổng Giám đốc Vinatex

**ĐẶNG VŨ HÙNG**

Thành viên HĐQT Vinatex

**PHẠM VĂN TÂN**

UV BTV Đảng ủy, Phó Tổng Giám đốc

Trưởng Ban Tuyên giáo

## PHỤ TRÁCH BIÊN TẬP

**HOÀNG MẠNH CẨM**

Phó Chánh Văn phòng HĐQT

## THƯ KÝ BIÊN TẬP

**NGUYỄN KIỀU GIANG**

## THIẾT KẾ MỸ THUẬT

**LÊ NGỌC SĨ**

## 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 47/GP - XBDS  
do Cục Báo chí, Bộ Thông tin & Truyền thông  
cấp ngày 05/4/2024



**Tập đoàn Dệt May Việt Nam**  
Kính chúc Quý vị và Gia đình một năm mới  
Mạnh khỏe - Hạnh phúc - Thành công!

**Chủ tịch HĐQT**  
Chairman of the board

Mr. Le Tien Trung

**Tổng giám đốc**  
CEO and President

Mr. Cao Huu Hieu

## THƯ NGỎ

*Bạn đọc thân mến!*

*"Tôi đọc trên đường hy vọng có  
Phủ ngát chân người đi ước ao  
Đất thuộc người làm sinh sôi đất  
Tôi thuộc người đi với gian lao"...*

Trong sự chuyển mình của mùa xuân mới, những câu thơ cuối trong bài thơ "Vị mùa xuân" của Vũ Quần Phương như nhắc nhở chúng ta biết bao nhiêu điều giá trị: có ước mơ, có sáng tạo thì chắc chắn thành công sẽ tới. Có gian lao, chăm chỉ thì sẽ có thành quả xứng đáng. Đó cũng là lời nhắn nhủ bao đời của ông cha ta gửi gắm. Và lời răn dạy ấy vẫn nguyên giá trị khi dải đất hình chữ S đang vươn mình bước vào kỷ nguyên mới- kỷ nguyên của những con người nhiệt huyết, không ngừng đổi mới, sáng tạo, thăng hoa tiến bước cùng nhân loại.

Trong mạch nguồn 30 năm xây dựng và phát triển, mảnh đất Vinatex cũng gieo mầm và gây dựng nên những người con ưu tú, kiên cường, đoàn kết, sáng tạo và không ngại đối mặt với gian khó, thử thách. Những thăng trầm của thời cuộc đã mang lại những dấu ấn vàng son, để mỗi thế hệ người Vinatex luôn cảm thấy tự hào khi là một phần ở trong đó. Kế thừa truyền thống để dệt tiếp ước mơ, may thêm kỳ vọng là chặng đường mới tự hào nhưng cũng đầy thách thức, biến động. Sóng gió ngày càng phức tạp của thị trường không làm ngã tay chèo đội ngũ những người dệt may nhiều khát vọng, bền bỉ, sáng tạo và không ngại gian lao. Để rồi sức mạnh sẽ lại hội tụ và kết nối thành chuỗi giá trị bền vững trong nền kinh tế tuần hoàn, để dệt may Việt Nam vững vàng bước vào kỷ nguyên mới cùng đất nước. Và "tinh gọn- hiệu lực- hiệu quả- đổi mới- sáng tạo" sẽ là chìa khóa mở cửa vận hội mới, mùa xuân mới của Vinatex tuổi 30 đầy sung sức.

Trân trọng cảm ơn bạn đọc đã luôn đồng hành, cộng tác và theo dõi ấn phẩm Dệt May và Thời trang Việt Nam. Năm 2025, chúng tôi sẽ tiếp tục nỗ lực, đổi mới, sáng tạo để sản xuất những ấn phẩm chứa đựng thông tin hữu ích, khách quan và mang đậm màu sắc văn hóa Vinatex đến với bạn đọc.

*Trân trọng cảm ơn!*

**BAN BIÊN TẬP**



# MỤC LỤC

10

THÔNG ĐIỆP NĂM 2025

14

TOP CÁC SỰ KIỆN TIÊU BIỂU VINATEX NĂM 2024

16

NÂNG CAO NĂNG LỰC VINATEX TRONG CHUỖI GIÁ TRỊ DỆT MAY TOÀN CẦU, HƯỚNG ĐẾN KỶ NGUYÊN KINH TẾ TUẦN HOÀN

22

VINATEX ĐỔI MỚI, ĐÓN ĐẦU XU THẾ QUẢN TRỊ HIỆN ĐẠI

28

XÂY DỰNG MỘT CHUỖI CUNG ỨNG NỘI BỘ VỮNG MẠNH: LẤY NGÀNH MAY LÀM ĐẦU KÉO

32

NÂNG CHẤT NGÀNH SỢI- "ĐIỂM KHỞI ĐẦU" TRONG CHUỖI GIÁ TRỊ DỆT MAY

36

DỰ BÁO BỐI CẢNH KINH TẾ THỊ TRƯỜNG 2025 TÁC ĐỘNG ĐẾN DOANH NGHIỆP DỆT MAY

42

TỰ HÀO NĂM 2024, VỮNG TIN BƯỚC VÀO 2025

46

DỆT MAY VIỆT NAM VỮNG BƯỚC VÀO KỶ NGUYÊN MỚI

50

VAI TRÒ NỘI LỰC CỦA TẬP ĐOÀN DỆT MAY VIỆT NAM TRONG KỶ NGUYÊN MỚI

54

TỰ HÀO VÀ THÁCH THỨC

58

BƯỚC ĐI CHIẾN LƯỢC HƯỚNG TỚI TƯƠNG LAI BỀN VỮNG

62

MAY 10 TỰ HÀO CÙNG VINATEX - HƯỚNG TỚI KỶ NGUYÊN XANH

64

ĐỒNG HÀNH CHIẾN LƯỢC, PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG

66

KIẾN TẠO NỀN TẢNG VỮNG CHẮC CHO HÀNH TRÌNH MỘT ĐIỂM ĐẾN

68

TỐP 10 DOANH NGHIỆP CÓ QUY MÔ LỚN VÀ HIỆU QUẢ NHẤT VINATEX

74

CÂU CHUYỆN TĂNG TRƯỞNG VÀ TÍN DỤNG CÓ TÁC ĐỘNG TỚI THỊ TRƯỜNG VÀ DOANH NGHIỆP ?

78

BƯỚC ĐI CỦA VẢI CHỐNG CHÁY - SẢN PHẨM DỆT MAY ĐẦU TIÊN ĐƯỢC CÔNG NHẬN BẢN QUYỀN

82

VINATEX ĐỘT PHÁ TRONG CHIẾN LƯỢC ĐÀO TẠO PHÁT TRIỂN NGUỒN NHÂN LỰC : MỘT ĐIỂM ĐẾN- MỘT ĐỘI NGŨ

86

KHẲNG ĐỊNH GIÁ TRỊ ĐÍCH THỰC, VỮNG BỀN ĐỂ DỆT MAY "TRỞ THÀNH NGÀNH ĐƯỢC LỰA CHỌN" CỦA NGƯỜI LAO ĐỘNG

90

VINATEX TRONG MẮT ĐỐI TÁC TOÀN CẦU

96

NHÌN LẠI THỊ TRƯỜNG DỆT MAY 2024 ĐỊNH HÌNH XU THẾ 5 NĂM TỚI

98

SẢN XUẤT VÀ TIÊU DÙNG DỆT MAY BỀN VỮNG: XU HƯỚNG, THÁCH THỨC VÀ KHUYẾN NGHỊ

100

NHÂN CÁCH CON NGƯỜI TRONG BỐI CẢNH HIỆN ĐẠI QUA LỜI DẠY CỦA CHỦ TỊCH HỒ CHÍ MINH

104

CẢM XÚC 2024

106

LÒNG LẦY LỄ PHỤC CỦA NỮ QUÝ TỘC TRIỀU NGUYỄN

110

ĐÓN TẾT VIỆT CÙNG THỜI TRANG VINATEX

116

LỰA MÃ CHÂU VÀ KHÁT VỌNG HỒI SINH

120

XUÂN KHÁT VỌNG TRONG SẮC MÀU THỔ CẨM

124

TRUYỆN NGẮN: HẠT NÀO CŨNG NÀY XANH CHỐI

128

THƠ

130

ĐẶC SẮC GỐM VIỆT NGÀN NĂM

134

TẾT RỘN RÀNG TẠI LÀNG MAY VÂN TỬ

136

NĂNG LƯỢNG VÀ ẤM ÁP NGÀY XUÂN

Phát huy sức mạnh nội sinh, hội tụ nguồn nhân lực chất lượng cao, xây dựng vị thế bền vững trong chuỗi giá trị dệt may toàn cầu. Đổi mới, sáng tạo, phát triển sản phẩm khác biệt cao trên nền khoa học công nghệ tiên tiến, chuyển dịch mạnh mẽ vào kỷ nguyên kinh tế tuần hoàn.



# Thông điệp 2025

Bài: **TS. LÊ TIẾN TRƯỜNG**  
Bí thư Đảng ủy- Chủ tịch HĐQT Vinatex

Năm 2024 qua đi tiếp tục khẳng định tính chất bất định khó dự báo của thị trường, 6 tháng đầu năm thị trường tuy có khá hơn nhưng vẫn là mạch trầm lắng khó khăn của 2023 kéo dài thi trong 6 tháng cuối năm đơn hàng vào Việt Nam tăng đột biến do những biến động chính trị bất ngờ tại các quốc gia cạnh tranh.

Năm 2024 cũng cho thấy những dự báo theo 3 kịch bản khác nhau của chúng ta là khá sát thực tế diễn ra. Với việc được rà soát tại các hội thảo hàng tháng, chúng ta đã có những điều chỉnh rất linh hoạt, kịp thời theo thị trường, nhằm đúng các khu vực có tiềm năng khai thác, cũng như hạn chế tối đa thiệt hại do đơn giá và sức ép cầu thấp tạo ra. Trên nền tảng của sự chuẩn bị kỹ lưỡng phương án ứng phó

với các kịch bản khác nhau, chúng ta đã hoàn thành vượt mức nhiệm vụ đặt ra năm 2024, với sự tăng trưởng hiệu quả hợp nhất đạt trên 40% là mức tăng rất cao trong bối cảnh thị trường khó khăn, tổng cầu tiếp tục thấp. Ngành May đã tiếp tục khẳng định là nguồn lực quan trọng nhất của Tập đoàn, đem lại sự ổn định cả về tài chính và lao động, tăng trưởng hiệu quả ở nhiều doanh nghiệp mạnh đạt trên 50% so với 2023. Ngành Sợi tuy còn khó khăn, kinh doanh dưới giá thành nhưng đã giảm được trên 85% thiệt hại so với 2023, bước đầu tìm ra đường đi của mình trong giai đoạn mới.

Trong khó khăn của thị trường và cạnh tranh đã cho chúng ta được bài học lớn, tương ứng với chủ trương 5 kiên định và tinh thần kiên cường, dũng cảm, sáng tạo, đoàn kết đã được triển khai trong 3 năm qua.

01

Chỉ có tự lực, tự cường, phát huy mọi nguồn sức mạnh nội sinh mới giúp chúng ta đứng vững, tin tưởng vào hệ thống trong thử thách cam go. Không thể trông chờ bất cứ sự hỗ trợ nào từ bên ngoài để giúp Tập đoàn chúng ta vượt khó.

02

Chủ động, sáng tạo, linh hoạt không ngừng trên nền tảng công tác dự báo ngày càng có chất lượng tốt hơn, bám sát diễn biến của thị trường và đối thủ là cách thức quan trọng nhất để tồn tại.

03

Hình thành đội ngũ nhân sự của chung Tập đoàn có chất lượng cao, có sự đan xen giữa các thế hệ, trong đó trọng dụng lực lượng trẻ làm mũi nhọn đột phá. Trong điều kiện nhân lực giỏi hết sức khan hiếm, việc huy động và sử dụng chung nhân lực chất lượng đã giải quyết được khó khăn ở nhiều khu vực trong Tập đoàn. Mỗi liên kết hữu cơ giữa các đơn vị thành viên trong Tập đoàn được nâng cao.

04

Chấp nhận thách thức, thử nghiệm vào các khu vực sản xuất các sản phẩm mới, ứng dụng công nghệ mới, tìm thị trường mới cho Tập đoàn.

05

Nâng cao hình ảnh một Tập đoàn lớn có trách nhiệm, hướng vào sản phẩm dệt may xanh trong tương lai. Luôn thực hiện tốt mọi cam kết để trở thành đối tác tin cậy trong các chuỗi cung ứng toàn cầu.

Năm 2025 là năm có nhiều dấu mốc quan trọng với đất nước, 80 năm thành lập nước và đặc biệt hơn với quan điểm định hướng "đất nước bước vào kỷ nguyên mới, kỷ nguyên vươn mình của dân tộc", năm diễn ra đại hội Đảng các cấp, đòi hỏi mọi ngành, mọi người đều phải có ý thức vươn lên mãnh liệt. Với Vinatex

sẽ là năm kỷ niệm 30 năm thành lập, là năm bắt đầu nhiệm kỳ mới của HĐQT Tập đoàn, nhiệm vụ đặt ra là cần trả lời câu hỏi kỷ nguyên mới của Vinatex là gì? Vinatex sẽ vươn mình như thế nào cho xứng đáng với đất nước và dân tộc?.

Có thể tạm thời định nghĩa kỷ nguyên mới của Vinatex phải là kỷ nguyên của phát triển bền vững trên cả 4 trụ cột môi trường- xã hội - quản trị và tài chính (ESGF), có vị thế vững chắc trong các chuỗi cung ứng dệt may toàn cầu, sở hữu những sức mạnh cạnh tranh riêng thông qua ứng dụng công nghệ mới và sản phẩm đặc biệt, có văn hoá doanh nghiệp kết hợp chọn lọc giữa truyền thống nhân văn của các thế hệ đi trước và khoa học, hiện đại hướng đến người lao động của hôm nay.

Cũng có thể bước đầu định hình các giải pháp để Vinatex "vuôn mình" trong kỷ nguyên mới là:

Tiếp tục phát huy sức mạnh nội sinh tiềm tàng của từng doanh nghiệp, trong định hướng phải tổng hợp được thành sức mạnh chung toàn Tập đoàn. Ý chí chiến lược cấp Tập đoàn phải lan toả thành hành động cụ thể ở cấp doanh nghiệp. Liên kết cả chiều dọc và chiều ngang trong các doanh nghiệp trong và ngoài Tập đoàn là nhiệm vụ chung của tất cả các cấp quản lý. Hình thành năng lực cạnh tranh cấp Tập đoàn trong giai đoạn mới là cơ sở quan trọng nhất để đối diện với thách thức của thị trường. Cũng là điều kiện số một để chúng ta gia nhập các chuỗi cung ứng toàn cầu với vị thế cao.

Thu hút, đãi ngộ và sử dụng chung một cách có hiệu quả nguồn lực con người chất lượng cao. Tạo lực kéo tất cả các doanh nghiệp cùng tiến bộ, không chờ đợi việc phát triển nguồn nhân lực ở từng doanh nghiệp trong điều kiện cạnh tranh trên thị trường lao động rất cao, nhân lực giỏi khan hiếm.

Đẩy nhanh tốc độ đổi mới phương thức quản trị thông qua chuyển đổi số và áp dụng các mô hình quản trị doanh nghiệp tốt nhất đang có trong Tập đoàn đến tất cả các doanh nghiệp.



Nghiên cứu phát triển sản phẩm mới, thị trường ngách, tạo những giá trị riêng ngoài sản xuất hàng dệt may thông thường, tự xây dựng rào cản công nghệ và thị trường để bảo vệ sự bền vững của Tập đoàn. Từng bước cân bằng giữa khu vực sản xuất cạnh tranh cao với khu vực có giá trị sáng tạo lớn.

Ứng dụng công nghệ tự động hoá, trí tuệ nhân tạo để giảm sự phụ thuộc vào lao động, đưa giá trị của một người lao động trong ngành dệt may theo kịp bước tiến của kinh tế cả nước

Gìn giữ truyền thống đoàn kết, chia sẻ, tương thân tương ái giữa các doanh nghiệp trong Tập đoàn, bên cạnh đó xây dựng bổ sung các nét văn hóa hiện đại về đổi mới sáng tạo, đề cao nhân tài, và chấp nhận rủi ro có cân nhắc.



Nguyễn Xuân Dương

Thị trường sẽ luôn cạnh tranh, thách thức của 2025 cũng sẽ không ít hơn các năm vừa qua. Kinh tế toàn cầu còn nhiều bất định, sự phục hồi trở lại của các đối thủ cạnh tranh sau một năm bất ổn sẽ đưa nguồn cung trở lại rất lớn. Nhưng với những giá trị "bất biến" mà Vinatex đã và đang xây dựng, với chiến lược rõ ràng, cùng sự quyết tâm, tự lực, tự cường của cả hệ thống, chúng ta tự tin bước vào 2025, năm đầu tiên của chặng đường mới mà Vinatex nhất định phải tiến bước cùng đất nước trong kỷ nguyên mới. □

# TOP SỰ KIỆN TIÊU BIỂU

## 01.

### Sản xuất vải chống cháy, tìm cơ hội tại thị trường gạch

Tập đoàn Dệt May Việt Nam (Vinatex) và Tập đoàn Coats (Vương Quốc Anh) đã thực hiện Lễ ký kết biên bản ghi nhớ hợp tác trong sản xuất vải và trang phục chống cháy. Đây là bước đi thử nghiệm để nghiên cứu và tìm kiếm thị trường gạch, một hướng đi thoát khỏi khu vực sản xuất dệt may thông thường ngày càng cạnh tranh gay gắt, mở ra hướng đi mới cùng Tập đoàn Coats với doanh thu năm 2025 dự kiến là 4 triệu USD.

## 02.

### Khai trương Trung tâm Phát triển sản phẩm và Kinh doanh thời trang Vinatex

Việc thành lập Vinatex PD&B là bước đi mới của Vinatex, hướng tới việc hướng dẫn các doanh nghiệp chuyển đổi sang tự sản xuất, thiết kế (ODM). Với các đơn vị sản xuất nguyên phụ liệu, sự phát triển của Trung tâm PD&B cũng là bước tiến quan trọng giúp cho việc sản xuất các mặt hàng vải dệt thoi, dệt kim có thể bước chân ra ngoài thế giới.

## 03.

### Hoàn thành vượt mức kế hoạch SXKD - tăng thu nhập người lao động

Năm 2024, ngành Dệt May Việt Nam nói chung và Tập đoàn Dệt May nói riêng phải đối mặt với nhiều khó khăn, thách thức do thị trường đem lại. Trong bối cảnh đó, lãnh đạo Tập đoàn đã kịp thời dự báo và đưa ra các giải pháp bám sát diễn biến thị trường. Kết quả, doanh thu của Tập đoàn ước đạt 17.554 tỷ đồng, bằng 99,7% so với năm 2023; Lợi nhuận hợp nhất ước đạt 747,3 tỷ đồng, bằng 138,8% so với năm 2023; Thu nhập bình quân đạt 10,2 triệu đồng/người/tháng, tăng 22,9% so với năm 2023.

## 04.

### Đổi mới đánh giá hoạt động người đại diện thông qua đối thoại tại đơn vị

Tổ chức 3 đoàn công tác làm việc trực tiếp tại 19 đơn vị thành viên để phân tích hoạt động người đại diện thông qua việc điều hành hoạt động của đơn vị (Quản trị chung, thị trường, sản xuất, tài chính và nhân lực). Có thư quản lý để ghi nhận đóng góp của Tập đoàn và khuyến nghị cải thiện.

## 05.

### Cập nhật thông tin thị trường từ các hội thảo, ấn phẩm chuyên đề

Định kỳ hàng tháng Vinatex cung cấp các thông tin nghiên cứu thị trường thông qua các cuộc hội thảo, trong các cuộc họp sơ kết, tổng kết và gửi bài, video qua email. Nhiều hội thảo do trực tiếp lãnh đạo Tập đoàn, các chuyên gia hàng đầu về kinh tế trình bày và cập nhật những thông tin mới nhất về thị trường để các doanh nghiệp thành viên chủ động ứng phó trước những biến động khó lường do thị trường mang lại.

Lần đầu tiên, Vinatex xây dựng và phát hành ấn phẩm về thị trường, định hướng xây dựng kế hoạch 2025 gửi đến các doanh nghiệp trong hệ thống với những nội dung phân tích chuyên sâu về thị trường nguyên liệu, kinh tế thế giới và Việt Nam, dự báo thị trường dệt may năm 2025, các yếu tố đầu vào và mục tiêu SXKD năm 2025; từ đó đưa ra các lưu ý với doanh nghiệp trong xây dựng kế hoạch năm.

# VINATEX NĂM 2024

## 06.

### Quy tụ nhiều doanh nghiệp tham gia Triển lãm Quốc tế ngành Công nghiệp Dệt May - Thiết bị & Nguyên phụ liệu tại TP Hồ Chí Minh và Hà Nội

Triển lãm trưng bày những xu hướng, công nghệ mới nhất trong sản xuất nguyên liệu dệt may và các loại vải đa dạng, đồng thời tập trung vào các thương hiệu uy tín trong nước và quốc tế về thiết bị, máy móc dệt may. Triển lãm đón tiếp hơn 20.000 lượt khách tham quan thương mại, mang lại cơ hội để các doanh nghiệp tìm kiếm đối tác, mở rộng thị trường, cập nhật thông tin, học hỏi kinh nghiệm cũng như nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp tại Việt Nam.

## 07.

### “Xanh hóa và phát triển bền vững” trong Lao động sáng tạo ngành Dệt May Việt Nam

Ngày hội Lao động sáng tạo ngành Dệt May Việt Nam năm 2024 diễn ra với các nội dung bảo vệ để tài giải pháp, trưng bày các mô hình, mẫu vật sáng tạo với chủ đề “Xanh hóa và phát triển bền vững”, triển lãm ảnh về để tài Lao động sáng tạo, khen thưởng các tập thể/cá nhân lao động sáng tạo tiêu biểu. Từ hơn 1.700 sáng kiến được ứng dụng, làm lợi gần 58 tỷ đồng tại cấp cơ sở, đã chọn lựa ra 73 để tài lọt vào vòng chung khảo để tổ chức bảo vệ, giới thiệu, chia sẻ tại Ngày hội.

## 08.

### Âm vang thanh âm trên đường tơ - sông lụa

Tổ chức thành công Hội diễn văn nghệ ngành Dệt May Việt Nam tại 3 miền gồm những ca khúc mới sáng tác về ngành với sự tham gia biểu diễn của gần 1.200 đoàn viên công đoàn đến từ các CDCS. Qua đó, mỗi cán bộ, đoàn viên, CNLD dệt may hôm nay và mai sau luôn sáng mãi niềm tin, tình yêu công đoàn, lòng yêu nghề, mến nghiệp; để giai điệu tự hào về Công đoàn Việt Nam, về ngành Dệt May Việt Nam mãi mãi ngân vang trên đường tơ sống lụa.



## 09.

### Làm tốt các hoạt động xã hội từ thiện vì cộng đồng, chăm lo người lao động

Quyên góp, hỗ trợ NLD và đồng bào bị ảnh hưởng bởi bão lũ với số tiền thu được là 4,65 tỷ đồng; tổ chức “Hành trình đỏ” Bắc, Trung, Nam hiến máu tình nguyện, với sự hưởng ứng của 1.250 đoàn viên, NLD, tiếp nhận 1.200 đơn vị máu; cùng nhiều hoạt động vì cộng đồng, an sinh xã hội khác như phụng dưỡng mẹ Việt Nam Anh hùng, nuôi trẻ mồ côi, hỗ trợ đồng bào khó khăn...

Tổ chức Chương trình “Tết Sum vầy - Ngày hội công nhân - Phiên chợ nghĩa tình”. Có trên 1.990 cán bộ, đoàn viên, NLD được Công đoàn ngành tặng quà Tết bằng tiền và hiện vật; có 655 NLD được hỗ trợ tấm vé nghĩa tình về quê đón Tết; có 129 gian hàng ưu đãi giảm giá, gian hàng 0 đồng, lợi ích mang đến cho NLD trên 4,5 tỷ đồng (chưa bao gồm các hoạt động chăm lo ở cấp cơ sở).



## NÂNG CAO NĂNG LỰC VINATEX TRONG CHUỖI GIÁ TRỊ DỆT MAY TOÀN CẦU

# HƯỚNG ĐẾN KỶ NGUYÊN KINH TẾ TUẦN HOÀN

Bài: CAO HỮU HIẾU

Phó Bí thư Đảng ủy, Tổng Giám đốc Vinatex

Từ nay đến năm 2030, ngành dệt may chuyển dần trọng tâm sang phát triển bền vững, kinh doanh tuần hoàn. Từ năm 2030 – 2045, phát triển hiệu quả, bền vững theo mô hình kinh tế tuần hoàn. Hoàn thiện chuỗi giá trị trong nước và tham gia ở vị trí có giá trị cao trong chuỗi cung ứng toàn cầu. Sau 30 năm vững bước khẳng định uy tín và thương hiệu ở thị trường trong nước và quốc tế, Tập đoàn Dệt May Việt Nam (Vinatex) cũng đang chuẩn bị những hành trang cốt lõi để nâng cao năng lực trong chuỗi giá trị dệt may toàn cầu.



### NHỮNG NẮC THANG TĂNG TRƯỞNG

Tập đoàn Dệt May Việt Nam, sau 30 năm hình thành và phát triển, đã hoàn thành xuất sắc nhiệm vụ với vai trò là hạt nhân của ngành Dệt May Việt Nam. Các chiến lược đầu tư và phát triển của Tập đoàn qua các giai đoạn đã phát huy tác dụng mạnh mẽ, minh chứng tính đúng đắn của các quyết sách này, phù hợp với mục tiêu của từng giai đoạn, cụ thể:

Giai đoạn 1995- 2005: Thành lập Tổng Công ty Dệt May Việt Nam, hoạt động theo cơ chế thị trường. Giai đoạn này tập trung xây dựng nền tảng sản xuất và kinh doanh, từng bước tham gia sâu hơn vào chuỗi cung ứng toàn cầu.

Giai đoạn 2005- 2015: Chuyển đổi thành mô hình công ty mẹ - con, Tập đoàn Dệt May Việt Nam chính thức vận hành như một tập đoàn kinh tế đa ngành. Nhiều dự án đầu tư chiến lược trong các lĩnh vực sợi, dệt, nhuộm, may mặc và đào tạo nhân lực được triển khai hiệu quả, giúp nâng cao năng lực cạnh tranh toàn diện.

Giai đoạn 2015 - nay: Tập đoàn được Chính phủ cổ phần hóa, Nhà nước nắm giữ 53,49% phần vốn tại Công mẹ Tập đoàn. Đặc biệt, ngày 3/1/2017, Tập đoàn chính thức niêm yết 500 triệu cổ phiếu trên sàn UPCOM, trở thành tập đoàn nhà nước đầu tiên niêm yết tại đây. Điều này đánh dấu bước ngoặt trong việc áp dụng các quy chuẩn quản trị minh bạch, nâng cao hiệu quả hoạt động và giá trị thương hiệu.

Chính những chiến lược mục tiêu này đã giúp Vinatex có những bước tiến vượt bậc. Năm 2024, Vinatex đạt tổng sản lượng sản xuất công nghiệp gần 40 nghìn tỷ đồng, tổng doanh thu hợp cộng hơn 43 nghìn tỷ đồng, kim ngạch xuất khẩu chiếm khoảng 5% tổng kim ngạch xuất khẩu toàn ngành, bảo đảm việc làm, đời sống cho hơn 62 nghìn lao động với mức thu nhập bình quân 10 triệu đồng/người/tháng. So với năm 1995, tổng giá trị sản xuất công nghiệp tăng hơn 13 lần, tổng doanh thu tăng hơn 9 lần; kim ngạch xuất khẩu tăng hơn 5 lần; thu nhập bình quân của người lao động tăng 12,5 lần.

### CÒN ĐÓ NHIỀU THÁCH THỨC

Mặc dù đã thể hiện vị thế vững chắc trong chuỗi sản xuất dệt may toàn cầu nhưng việc nâng cao vị thế của Vinatex trong chuỗi giá trị vẫn còn nhiều hạn chế, với những nguyên nhân cả khách quan và chủ quan. Các hoạt động sản xuất chính của Vinatex thiếu sự kết nối với nhau và với chuỗi giá trị, cụ thể:

**Ngành sợi**

Sản phẩm sợi của Tập đoàn chưa đa dạng về chủng loại, chất lượng các sản phẩm sợi tập trung ở phân khúc sản phẩm cấp thấp, trung bình nên chưa đáp ứng được nhu cầu của doanh nghiệp dệt may hàng cao cấp đòi hỏi nhiều loại nguyên liệu sợi khác nhau với các loại nguyên liệu đầu vào đặc biệt, thiết bị sản xuất hiện đại. Do hoàn toàn phụ thuộc nguồn bông nhập khẩu nên biến động phức tạp của giá bông trên thị trường thế giới ảnh hưởng lớn tới hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp sợi.

**Ngành dệt**

Ngành dệt có vị trí rất quan trọng đối với ngành may nói riêng và tổng thể ngành dệt may nói chung nhưng hiện nay ngành này chưa thể hiện được vai trò đó, và mối liên kết dệt may còn nhiều hạn chế. Sự kém phát triển của ngành dệt, đã tạo thành “nút thắt cổ chai” kìm hãm sự phát triển của ngành may, khiến giá trị gia tăng và sự chủ động của ngành may thấp.

Xuất phát từ quy mô nhỏ, công nghệ lạc hậu, và các quy định chặt về môi trường làm cho chi phí sản xuất khâu dệt, nhuộm lên cao, và khó cạnh tranh so với các nước khác, đặc biệt là Trung Quốc và Đài Loan.

**Ngành may**

Đây là lĩnh vực chiếm tỷ trọng lớn nhất trong chuỗi sản xuất của Vinatex với lợi thế nhiều năm kinh nghiệm và đội ngũ NLD có tay nghề cao. Tuy nhiên, cũng giống với hiện trạng toàn ngành, đa số các doanh nghiệp may trong Tập đoàn thực hiện theo phương thức FoB chỉ định, là phương thức có giá trị gia tăng tương đối thấp. Nguyên nhân một phần là do sự kém phát triển của ngành dệt, khiến đa số doanh nghiệp may không chủ động được nguồn nguyên liệu, phải nhập khẩu vải theo chỉ định. Các sản phẩm may mặc có chi phí vải chiếm đến 70-80% giá thành, phần giá trị gia tăng còn lại rất nhỏ.

**Hoạt động marketing và phân phối**

Đa phần các doanh nghiệp trong Vinatex vẫn phải nhận đơn hàng thông qua các nhà cung cấp khu vực hoặc thông qua các văn phòng đại diện ở Việt Nam của các nhà mua hàng lớn, rất ít doanh nghiệp ký hợp đồng trực tiếp với các nhà bán lẻ để cung cấp sản phẩm của mình. Nói cách khác, phần lớn các doanh nghiệp vẫn thiếu liên kết với những người tiêu dùng sản phẩm cuối cùng mà chỉ thực hiện các hợp đồng sản xuất cho các nhà mua hàng lớn.



**KIẾN ĐỊNH CHIẾN LƯỢC “MỘT ĐIỂM ĐẾN CUNG CẤP TRỌN GÓI SẢN PHẨM THỜI TRANG XANH”**

Sau 30 năm phát triển, Vinatex đã hoàn thành sứ mệnh của mình với những dấu ấn riêng. Ban đầu là đảm bảo an sinh xã hội và việc làm với thu nhập đủ sống cho đội ngũ lao động đông đảo. Sau đó là gây dựng vị thế vững chắc trong chuỗi cung ứng dệt may toàn cầu, cải thiện đời sống cho người lao động với mức thu nhập cạnh tranh, điều kiện làm việc hiện đại, môi trường xanh- sạch- đẹp. Để tiếp tục có những bước phát triển đột phá trong giai đoạn tiếp theo, Vinatex cần đặt trọng tâm là nâng cao vị thế trong chuỗi giá trị và kiên định chiến lược “Một điểm đến cung cấp trọn gói sản phẩm thời trang Xanh”.

Mỗi doanh nghiệp trong đường đua chạm đích tăng trưởng và nâng cao năng lực đều có những lối đi riêng. Tuy nhiên, để chiến lược “Một điểm đến” nổi dài đến mỗi doanh nghiệp, tạo chuỗi giá trị dệt may bền vững trong kỷ nguyên mới thì cần triển khai quyết liệt và đồng bộ các giải pháp sau:



**Tăng cường năng lực cạnh tranh Tập đoàn:**  
 Trước tiên, từng đơn vị cần hoàn thiện và nâng cao năng lực cạnh tranh của chính mình, tích cực tham gia vào chuỗi cung ứng dệt may, tăng khả năng cung ứng, sự ổn định về nguồn vốn, phát triển bền vững, tuân thủ các cam kết về môi trường, lao động, từng bước xây dựng thương hiệu cho các mặt hàng xuất khẩu. Bên cạnh đó, Vinatex hướng đến xây dựng sức mạnh tổng thể của toàn hệ thống. Đây là cơ sở quan trọng nhất để đối diện với thách thức của thị trường, cũng là điều kiện số một để gia nhập sâu hơn vào chuỗi cung ứng toàn cầu với vai trò và vị thế ngày càng cao.

**Tăng cường năng lực ngành dệt nhuộm:**  
 Cần cải thiện năng lực sản xuất vải, đảm bảo giải quyết “nút thắt cổ chai” trong chuỗi cung ứng. Điều này sẽ tăng cường khả năng cạnh tranh cho ngành may - chính là lĩnh vực có vai trò đầu kéo của cả hệ thống sản xuất. Bên cạnh đó, giải pháp này cũng giúp hoàn thiện chuỗi sản xuất cân bằng cho Tập đoàn, hướng tới thực hiện thành công mục tiêu Một điểm đến.

**Phát triển sản phẩm đột phá:** Không chỉ dừng lại ở sản xuất truyền thống, doanh nghiệp cần tập trung vào những sản phẩm có giá trị gia tăng cao, khai phá các thị trường ngách để tạo dựng dấu ấn riêng trong ngành, từng bước cân bằng giữa khu vực sản xuất cạnh tranh cao với khu vực có giá trị sáng tạo lớn. Cần thiết hình thành các Trung tâm phát triển sản phẩm theo ngành và vùng địa lý để bám sát thực trạng sản xuất, đảm bảo phát triển sản phẩm thành công với năng lực tại chỗ.

**Chuyển dịch ngành may sang các phương thức sản xuất có giá trị gia tăng cao hơn:**  
 Hiện nay, nếu với phương thức gia công, ngành may chủ yếu dựa vào lợi thế cạnh tranh duy nhất là lao động. Tuy nhiên, lợi thế này đang mất dần khi chi phí nhân công tại Việt Nam hiện nay cao hơn các nước lân cận trong khi năng suất lại không cao hơn. Vì vậy, cần nghiên cứu rất kỹ thực trạng của ngành may trong Tập đoàn, từ đó đề ra các chiến lược đầu tư bài bản cả về thiết bị công nghệ lẫn nguồn lực con người, nhằm từng bước chuyển dịch phương thức sản xuất kinh doanh từ hình thức gia công sang FOB, ODM... nâng cao giá trị gia tăng trong xuất khẩu dệt may.



**Ứng dụng công nghệ hiện đại:** Đẩy mạnh tự động hóa và áp dụng trí tuệ nhân tạo nhằm giảm bớt sự phụ thuộc vào lao động thủ công, đồng thời nâng cao năng suất lao động và giá trị NLD.

**Quản lý và phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao:** Đẩy mạnh thu hút, đãi ngộ và khai thác hiệu quả nhân tài, tạo môi trường làm việc hấp dẫn và mang tính cạnh tranh. Bên cạnh đó, cần tập trung đào tạo các kỹ năng cần thiết phục vụ mục tiêu phát triển dài hạn, đặc biệt các kiến thức kỹ năng về marketing, thiết kế sản phẩm, hình thành và liên kết chuỗi phân phối...

**Đổi mới quản trị thông qua chuyển đổi số:** Đây là yếu tố sống còn trong việc nâng cao hiệu quả vận hành. Vinatex đang tích cực áp dụng những mô hình quản trị tiên tiến nhất vào toàn hệ thống doanh nghiệp để đảm bảo tính kịp thời, chính xác, minh bạch.



**Nâng tầm giá trị văn hóa doanh nghiệp:** Vinatex luôn đề cao sự đoàn kết, chia sẻ và hỗ trợ lẫn nhau trong toàn hệ thống. Các đơn vị cần phát triển văn hoá doanh nghiệp dựa trên các giá trị cốt lõi, đó là công bằng, minh bạch, nhân văn, khuyến khích đổi mới sáng tạo, tôn vinh nhân tài và sẵn sàng đối diện những thách thức mới. Chính những giá trị văn hoá này sẽ đảm bảo mối quan hệ hài hòa giữa doanh nghiệp với NLD, đồng thời khơi gợi lòng tự hào, gắn bó của NLD với doanh nghiệp, từ đó sẽ tạo sự ổn định, kích thích sự sáng tạo và cống hiến của NLD.

Có thể thấy, sau khoảng 30 năm kể từ thời điểm Việt Nam mở cửa nền kinh tế, ngành dệt may đã có những bước tiến vượt bậc. Những năm 1990, kim ngạch xuất khẩu (KNXK) dệt may của Việt Nam chỉ khoảng hơn 1 tỷ USD thì đến 2024 KNXK ước đạt gần 44 tỷ USD, tăng khoảng 10% so với năm 2023, kim ngạch nhập khẩu (KNNK) ước đạt 25 tỷ USD, tăng 14,79%; xuất siêu 19 tỷ USD, tăng 6,93% so với năm 2023. Các thị trường nhập khẩu truyền thống đều tăng, trong đó, tăng cao nhất là Hoa Kỳ với kim ngạch ước đạt 16,71 tỷ USD, tăng 12,33% so với năm 2023; Nhật Bản ước đạt 4,57 tỷ USD, tăng 6,18%; EU ước đạt 4,3 tỷ USD, tăng 7,66%; Hàn Quốc ước đạt 3,93 tỷ USD, tăng 10,36%...

Như vậy, chỉ sau 3 thập kỷ, từ một nước gần như không có vị trí trên bản đồ dệt may thế giới, Việt Nam vươn lên trở thành quốc gia xuất khẩu dệt may lớn thứ ba thế giới, đóng vai trò quan trọng trong các ngành kinh tế xuất khẩu chủ lực của đất nước. Tuy nhiên, để tạo được cho mình những chuỗi giá trị bền vững thì ngành Dệt May Việt Nam nói chung và Vinatex nói riêng cần có những bước đi chiến lược rõ mục tiêu, trọn giải pháp, tinh nguồn lực. Chuỗi giá trị được định vị trong kỷ nguyên kinh tế tuần hoàn không thể nằm ngoài xu thế đổi mới, sáng tạo và hội nhập toàn cầu. Ở đó, mỗi doanh nghiệp thành viên là một mắt xích quan trọng để bồi đắp vào mạch nguồn tăng trưởng chung của toàn hệ thống. Hào khí 30 năm tiếp tục được vươn lên mạnh mẽ trong năm 2025, tầm nhìn 2030-2045 để Vinatex vững vàng sứ mệnh “May tinh hoa gấm vóc- Dệt kỷ nguyên thịnh vượng”, hội tụ nguyên khí từ đội ngũ những người dệt may đoàn kết, kiên cường, trọng tình, ngày một tinh tú để thích ứng và quyết định tầm nhìn mới, vận hội mới. □



Giáp	Thìn	Qua	Dục	Ngang	Quyết	Chi	Át	Tỵ	Đén	Trên	Dưới	Chung	Lòng	Vị	Thé	Non	Sông	Vươn	Đỉnh	Mới
------	------	-----	-----	-------	-------	-----	----	----	-----	------	------	-------	------	----	-----	-----	------	------	------	-----

Nguyễn Xuân Dương

# VINATEX

## ĐỔI MỚI, ĐÓN ĐẦU

### xu thế Quản trị hiện đại

Bài: PHẠM VĂN TÂN

Phó Tổng Giám đốc thường trực Vinatex



Ông Phạm Văn Tân

Điều quan trọng nhất hiện nay với doanh nghiệp là làm thế nào để kích lệ toàn thể công ty đoàn kết và nỗ lực hướng đến việc xây dựng và thực hiện mục tiêu chung của tổ chức. Thách thức này trở nên phức tạp hơn trong bối cảnh thế giới ngày càng biến động khó lường, với mức độ phức tạp vượt xa năng lực tư duy hiện tại của đội ngũ nhân sự. Đây chính là lý do chúng ta cần tái thiết một môi trường làm việc, nơi mọi người đều thấu hiểu rõ ràng mục tiêu của tổ chức, nhiệm vụ cần thực hiện và các giải pháp đang được triển khai. Những giải pháp này không phải lúc nào cũng sẵn sàng, mà cần sự liên tục tư duy, đóng góp ý tưởng và truyền đạt để tìm kiếm cách thức thực

hiện hiệu quả. Khi giải pháp đã được xác định, việc triển khai cần được tổ chức chặt chẽ, đồng thời duy trì tinh thần hành động linh hoạt, điều chỉnh kịp thời để phù hợp với thực tế.

#### HÀNH ĐỘNG ĐỂ CÓ GIẢI PHÁP TỐI ƯU

Để có một môi trường làm việc “hội tụ” như mong muốn, chúng ta cần:

##### ❖ Hiểu mục tiêu và sáng tạo trong giải pháp:

Trong thế giới hiện đại, thông tin không còn là thứ khan hiếm; điều thiếu hụt chính là những bộ lọc hiệu quả để chọn lọc thông tin cần thiết, phù hợp với nhu cầu của cá nhân hoặc doanh nghiệp (đây là lý do Google Search có thể thống trị thế giới). Hơn thế nữa, ngay cả khi đối mặt với

những vấn đề phức tạp đòi hỏi sự am hiểu chuyên sâu, AI ngày nay đã dần thay thế vai trò của các chuyên gia để cung cấp kiến thức cần thiết. Thách thức còn lại nằm ở việc tìm ra giải pháp tổ chức và triển khai phù hợp, nhằm thực hiện những thay đổi cần thiết.

##### Áp dụng tư duy tối thiểu trong doanh nghiệp

Tư duy tối thiểu là điều mà mỗi chúng ta cần luôn ghi nhớ để tập trung và tránh xa những sự sao nhãng không cần thiết. Vậy với một doanh nghiệp, tư duy tối thiểu cần được thể hiện vào các nhiệm vụ, chỉ tiêu nào?



Chỉ tiêu sản xuất kinh doanh (SXKD)	Các nhiệm vụ quản trị
<p>Điều cốt lõi đối với bất kỳ doanh nghiệp nào chính là lợi nhuận. Lợi nhuận được tạo nên từ những nguồn doanh thu cụ thể, và chúng ta cần xác định rõ các nguồn doanh thu đó cũng như cách thức để đạt được chúng. Chỉ tiêu SXKD cần được thể hiện dưới dạng các cột mốc, bởi việc thiết lập những mục tiêu không chỉ giúp chúng ta phấn đấu mà còn thúc đẩy nỗ lực vượt qua những giới hạn đã đặt ra.</p> <p>Bên cạnh đó, ngân sách cũng đóng vai trò quan trọng. Khi nói đến ngân sách, điều chúng ta cần ghi nhớ chính là bottom line – chỉ tiêu lợi nhuận. Đây không chỉ là con số mà còn là áp lực và định hướng mà mọi cá nhân trong công ty cần luôn ý thức rõ. Từ việc phân tích đến thực hiện, lợi nhuận phải trở thành tôn chỉ cho mọi hoạt động, giúp chúng ta tiến gần hơn đến mục tiêu chung.</p>	<p>Đi cùng với chỉ tiêu SXKD là những nhiệm vụ quản trị. Những nhiệm vụ này có thể bao gồm việc xây dựng hệ thống vận hành hiệu quả hơn, đầu tư mở rộng hoặc đầu tư chiều sâu nhằm tối ưu hóa hoạt động.</p> <p>Để triển khai các nhiệm vụ quản trị một cách hiệu quả, điều quan trọng là phải mô tả rõ ràng và ngắn gọn. Một cách tiếp cận khả thi là áp dụng phương pháp viết User Story trong Agile, giúp mọi người dễ dàng hiểu rõ nhiệm vụ cần làm. Đặc biệt, trước khi bắt đầu, cần xác định một cách cụ thể như thế nào là hoàn thành nhiệm vụ (Definition of Done).</p> <p>Khi mô tả các nhiệm vụ này, cần trả lời hai câu hỏi quan trọng:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sau khi hoàn thành, hệ thống của chúng ta sẽ thay đổi như thế nào?</li> <li>2. Làm thế nào để biết rằng nhiệm vụ đã được hoàn thành đúng mục tiêu?</li> </ol> <p>Sự rõ ràng này không chỉ giúp các cá nhân hoặc nhóm làm việc có định hướng cụ thể mà còn đảm bảo rằng nhiệm vụ sẽ được thực hiện đúng cách và đạt hiệu quả cao nhất.</p>

Như vậy, tư duy tối thiểu là kim chỉ nam để doanh nghiệp tập trung vào những điều cốt lõi, từ việc đạt được chỉ tiêu SXKD đến thực hiện các nhiệm vụ quản trị. Chỉ khi luôn bám sát vào những mục tiêu rõ ràng và định hướng đúng đắn, chúng ta mới có thể tạo ra giá trị bền vững và hướng tới sự phát triển lâu dài.

##### Các thành viên chung mối liên hệ

Tư duy tối thiểu giúp chúng ta loại bỏ những gánh nặng không cần thiết khi phải đi trên những con đường dài. Tuy nhiên, tinh thần đội nhóm cũng giữ vai trò không kém phần quan trọng. Trên hành trình đó, để hoàn thành nhiệm vụ, chúng ta cần mang theo đầy đủ các công cụ cần thiết. Với một cá nhân, điều này có thể là quá sức hoặc vượt quá khả năng. Điều này cho thấy tầm quan trọng của việc nhận thức rõ mối liên kết giữa các thành viên trong tổ chức. Sự phối hợp hiệu quả giữa các đội nhóm và phòng ban chính là điều kiện tối thiểu cần có để hoàn thành mục tiêu chung.

Sức mạnh tập thể trong một doanh nghiệp được tạo nên từ sự sáng tạo, động lực mạnh mẽ và khả năng tương tác giữa các phòng ban, đội nhóm. Trách nhiệm lâu dài của các nhà quản trị chính là tìm kiếm những cách thức phối hợp hiệu quả nhất, giúp phát huy tối đa sức mạnh đội nhóm, không chỉ sau khi đã xác định mục tiêu mà còn trong cả quá trình hình thành mục tiêu của tổ chức.

Bên trong mỗi phòng ban và đội nhóm, sự tự do và sáng tạo cần được khuyến khích và phát triển. Những ý tưởng sáng tạo không

chỉ tạo ra giá trị tức thời mà còn mở ra tiềm năng cho tương lai. Điều này giúp hình thành các luồng tư duy mới, mang lại sức sống và đổi mới cho tổ chức – được ví như những “ngôi sao mai” của doanh nghiệp.

Tuy nhiên, đổi mới sáng tạo cần được định hình trong khuôn khổ của tổ chức, với tôn chỉ là “Lợi ích tối đa cho doanh nghiệp”. Mọi cá nhân trong tổ chức cần hiểu và gắn bó với mục tiêu chung, để các nỗ lực sáng tạo không chỉ mang tính cá nhân mà còn đóng góp trực tiếp vào sự phát triển bền vững của doanh nghiệp.



**❖ Doanh nghiệp cần xây dựng một môi trường hành động nhanh và phối hợp nhịp nhàng như một dàn nhạc**

Nhân sự chính là tài sản lớn nhất và là chìa khóa vận mệnh của mọi doanh nghiệp. Khi nói về nhân sự, chúng ta cần chú trọng hai yếu tố: chất lượng nhân sự và cơ chế vận hành. Sau khi xác định được mục tiêu và chiến lược, thách thức lớn nhất của các nhà quản trị là tìm kiếm đúng người để trao quyền, giúp họ thực hiện những kế hoạch đã đề ra. Trong bối cảnh hiện nay, không chỉ ngành dệt may mà hầu hết các ngành nghề và quốc gia đều đối mặt với bài toán “săn nhân tài.”

Như cuốn sách “**Từ Tốt đến Vĩ Đại**” đã chỉ ra: “Con người đi trước, công việc theo sau,” nghĩa là doanh nghiệp cần ưu tiên tìm kiếm những nhân sự phù hợp trước khi triển khai các nhiệm vụ quan trọng.

Khi đã có người phù hợp, việc tiếp theo là xây dựng một môi trường và cơ chế vận hành hiệu quả. Doanh nghiệp cần trả lời rõ ràng câu hỏi: “Khi thực hiện nhiệm vụ, ai là người sẽ nhận báo cáo kết quả hoặc đưa ra quyết định?” Sự rõ ràng và mạch lạc tưởng như đơn giản, nhưng đây lại là vấn đề phổ biến trong các tổ chức hiện nay.

Hệ thống quản trị truyền thống theo kiểu kim tự tháp đã bộc lộ

hiều nhược điểm, đặc biệt ở các tầng nấc trung gian, làm giảm khả năng phối hợp giữa các bộ phận. Khi các cá nhân trong tổ chức nắm rõ mục tiêu và thời gian thực hiện, việc khuyến khích họ tự giác, tự quản, và tự động hoàn thành nhiệm vụ cần được xây dựng thành văn hóa tổ chức. Đây chính là văn hóa quản lý dựa trên kết quả đầu ra thay vì kiểm soát hành vi thực hiện.

Một hệ thống vận hành hiệu quả cần đảm bảo thông tin chiến lược và thông tin phản hồi được truyền đi nhanh chóng, đồng bộ, và đến đúng người nhận. Tương tự như trong một trận chiến, lệnh tấn công từ chỉ huy cần đến mọi binh sĩ ngay lập tức để tất cả có thể hành động cùng lúc, tạo nên sức mạnh tổng lực dẫn đến chiến thắng.

Tóm lại, để xây dựng một doanh nghiệp hoạt động hiệu quả và phối hợp như một dàn nhạc giao hưởng, chúng ta cần tập trung vào việc:

- Tìm kiếm nhân sự phù hợp.
- Đưa ra cơ chế phối hợp hợp lý.
- Giảm thiểu tầng nấc trung gian.
- Xác định rõ thẩm quyền và quy trình ra quyết định.
- Xây dựng hệ thống truyền thông nhanh chóng và khoa học.

Khi đạt được những yếu tố trên, doanh nghiệp sẽ tạo ra một môi

trường hành động nhanh, phối hợp tốt và tối ưu hóa sức mạnh tập thể để hướng tới thành công.

**CẢI THIỆN CHẤT LƯỢNG CÔNG VIỆC TRONG BỐI CẢNH HIỆN NAY**

Trong môi trường hiện nay, khi khối lượng công việc và mức độ phức tạp ngày càng gia tăng, việc chỉ dành một khoảng thời gian ngắn để suy nghĩ và xử lý công việc sẽ khó đạt được chất lượng mong muốn. Để giải quyết vấn đề này, cần xây dựng một phương thức làm việc cho phép lưu giữ và tổ chức lại các thông tin trao đổi, giúp nhân viên dễ dàng bắt nhịp và tư duy khi quay lại công việc. Chúng tôi gọi đó là “luôn sống với công việc”, một cách tiếp cận giúp nhân viên làm việc kỹ lưỡng và tập trung hơn.

Bên cạnh đó, cần xây dựng và duy trì một môi trường làm việc mà ở đó:

- Cái đúng được lắng nghe và triển khai. Đây là nền tảng để nhân viên có thể phản biện một cách tích cực, nâng cao chất lượng công việc.
- Ý kiến phản hồi được chuyển đến lãnh đạo cao nhất theo thời gian thực, kể cả từ những cấp thấp nhất trong tổ chức. Điều này không chỉ thúc đẩy sự minh bạch mà còn giúp các quyết định được đưa ra nhanh chóng và chính xác.

Đồng thời, để nâng cao chất lượng công việc, cần chú trọng vào việc tối ưu hóa thời gian 24 giờ của mỗi cá nhân giữa công việc và đời sống riêng. Sự cân bằng này chính là yếu tố cốt lõi giúp tổ chức phát triển bền vững và đi xa hơn.

Cuối cùng, việc kết nối công việc giữa văn phòng và khi công tác bên ngoài cần được chú trọng. Điều này đòi hỏi sự hỗ trợ từ công nghệ hiện đại, bởi trong bối cảnh hiện nay, việc chỉ làm việc tại văn

phòng đã trở nên lỗi thời. Một hệ thống hỗ trợ làm việc từ xa hiệu quả sẽ giúp duy trì tiến độ công việc mà không bị gián đoạn bởi khoảng cách địa lý, đồng thời đáp ứng tốt hơn các yêu cầu của công việc hiện đại.

Như vậy, cải thiện chất lượng công việc đòi hỏi sự kết hợp giữa phương thức làm việc linh hoạt, môi trường phản biện tích cực, sự cân bằng giữa công việc và cuộc sống, cùng với việc áp dụng công nghệ tiên tiến. Đây chính là những yếu tố giúp tổ chức không chỉ thích nghi mà còn vượt qua thách thức hiện nay.

**QUY HOẠCH HOẠT ĐỘNG CỦA CÁC DOANH NGHIỆP THEO MÔ HÌNH TRUNG TÂM TRÁCH NHIỆM**

Quy hoạch hoạt động của một doanh nghiệp nên được xây dựng dựa trên mô hình Trung tâm trách nhiệm, chia doanh nghiệp thành các đơn vị hoặc bộ phận nhỏ hơn tùy theo loại trách nhiệm, sứ mệnh, mục tiêu của mỗi đơn vị. Đây là phương pháp quản lý hiện đại, giúp doanh nghiệp vận hành hiệu quả hơn thông qua việc đo lường, đánh giá và kiểm soát hiệu suất của từng trung tâm.



Các loại Trung tâm trách nhiệm	Trách nhiệm chính	Chỉ tiêu đánh giá	Ví dụ
1. Trung tâm chi phí (Cost Center)	Quản lý việc triển khai các nhiệm vụ được giao và kiểm soát chi phí phát sinh.	Đánh giá việc thực hiện các nhiệm vụ và so sánh chi phí thực tế với ngân sách dự kiến.	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Bộ phận nghiên cứu phát triển sản phẩm mới trong giai đoạn đầu.</li> <li>* Bộ phận tài chính kế toán đảm bảo quản lý chi tiêu theo ngân sách và giám sát hiệu quả hoạt động.</li> <li>* Bộ phận nhân sự quản lý tuyển dụng, theo dõi trả lương, thưởng.</li> </ul>
2. Trung tâm doanh thu (Revenue Center)	Tạo ra doanh thu cho doanh nghiệp.	So sánh doanh thu thực tế với mục tiêu đặt ra.	Bộ phận bán hàng, marketing.
3. Trung tâm lợi nhuận (Profit Center)	Quản lý cả chi phí và doanh thu để tối đa hóa lợi nhuận.	Lợi nhuận thực tế so với kế hoạch.	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Các chi nhánh hoặc đơn vị kinh doanh độc lập.</li> <li>* Các nhà máy phụ thuộc như xưởng sản xuất được giao giá CM làm cơ sở tính doanh thu và quản lý chi phí sản xuất.</li> <li>* Các bộ phận kinh doanh có mục tiêu cụ thể.</li> </ul>
4. Trung tâm đầu tư (Investment Center)	Quản lý tài sản và vốn đầu tư	Các nhiệm vụ đầu tư và chi phí thực hiện so với kế hoạch.	Các dự án đầu tư chiến lược.

**Lợi ích của mô hình Trung tâm trách nhiệm**

- ✓ Phân quyền rõ ràng: Xác định rõ trách nhiệm và quyền hạn của từng bộ phận.
- ✓ Tăng tính minh bạch: Dễ dàng đánh giá hiệu quả công việc của từng trung tâm.
- ✓ Thúc đẩy hiệu suất: Tạo động lực khi mỗi đơn vị được đánh giá độc lập.
- ✓ Cải thiện quản lý: Lãnh đạo có thể tập trung vào các chỉ số cụ thể để đưa ra quyết định chiến lược.

**Thách thức cần lưu ý**

- ❖ Xung đột mục tiêu: Mục tiêu của từng trung tâm có thể mâu thuẫn với mục tiêu tổng thể của doanh nghiệp.
- ❖ Khó khăn trong đánh giá: Các trung tâm như chi phí hoặc đầu tư khó đo lường hiệu suất một cách trực tiếp.
- ❖ Yêu cầu về hệ thống: Cần xây dựng hệ thống quản lý ERP để vận hành và hệ thống E-office để có thể quản lý được các nhiệm vụ.

Mô hình Trung tâm trách nhiệm không chỉ giúp tối ưu hóa nguồn lực mà còn tạo cơ sở để doanh nghiệp nâng cao năng lực cạnh tranh, bằng cách tập trung vào các chỉ số quan trọng phù hợp với từng loại trách nhiệm. Điều này đảm bảo một quy trình vận hành hiệu quả, minh bạch và linh hoạt trước những thách thức của thị trường.

**ỨNG DỤNG PHƯƠNG PHÁP QUẢN LÝ MỚI**

**Agile** là phương pháp quản lý linh hoạt, tập trung vào việc chia nhỏ các nhiệm vụ lớn thành các chu kỳ ngắn (Sprint) kéo dài từ 1 đến 4 tuần. Mục tiêu của Agile là tăng cường sự cộng tác, phản hồi nhanh chóng, và cải tiến liên tục thông qua các cuộc họp định kỳ và giao tiếp minh bạch giữa các thành viên.

Đặc điểm chính:

**User Story:** Mô tả nhiệm vụ từ góc nhìn người sử dụng, giúp tập trung vào giá trị mang lại. Ví dụ: "Là một quản lý sản xuất, tôi muốn theo dõi tỷ lệ lỗi theo thời gian thực để nhanh chóng phát hiện và xử lý sự cố."; "Là một nhân viên bán hàng, tôi cần cập nhật trạng thái đơn hàng nhanh chóng để đáp ứng nhu cầu khách hàng kịp thời".

**Definition of Done:** Xác định tiêu chí hoàn thành rõ ràng, đảm bảo chất lượng đầu ra. Ví dụ: "Báo cáo tỷ lệ lỗi được tự động cập nhật trên hệ thống ERP."; "Trạng thái đơn hàng được hiển thị đầy đủ và chính xác trên E-Office."; "Các bên liên quan đã kiểm tra và xác nhận tính chính xác của kết quả."; "Đào tạo nhân sự liên quan và đảm bảo họ sử dụng được hệ thống mới".

**Sprint:** Các chu kỳ làm việc ngắn để hoàn thành từng phần nhỏ của nhiệm vụ lớn.

Ví dụ: Tối ưu hóa quy trình sản xuất.

- Tuần 1: Thu thập dữ liệu từ các khâu sản xuất và đánh giá hiện trạng.

- Tuần 2: Thiết kế báo cáo năng suất trên ERP.
- Tuần 3: Đào tạo đội ngũ sử dụng tính năng báo cáo.
- Tuần 4: Triển khai thử nghiệm và điều chỉnh.

**Họp định kỳ:** Daily Standup (họp nhanh), Sprint Review (đánh giá kết quả), và Retrospective (rút kinh nghiệm).

Xác định nhanh nhóm làm việc và họp định kỳ: Nhóm làm việc: Bao gồm nhân viên sản xuất, IT, quản lý và một đại diện lãnh đạo.

Họp định kỳ:

✓ Họp ngắn hàng ngày (Daily Standup): Báo cáo tiến độ, chia sẻ khó khăn, kế hoạch trong ngày.

✓ Họp cuối Sprint: Đánh giá kết quả Sprint, rút kinh nghiệm, chuẩn bị cho Sprint tiếp theo.

**Cải tiến liên tục:** Đánh giá và điều chỉnh linh hoạt để phù hợp với mục tiêu và nhu cầu.

Agile giúp tăng tốc độ triển khai, cải thiện chất lượng và đảm bảo khả năng thích ứng với thay đổi trong công việc.

**OKR (Objectives and Key Results)** là một phương pháp quản lý mục tiêu, giúp tổ chức và cá nhân tập trung vào những ưu tiên quan trọng nhất.

Thành phần chính:

**Objective (Mục tiêu):**

✓ Mục tiêu lớn, rõ ràng, truyền cảm hứng và có ý nghĩa.

✓ Trả lời câu hỏi: "Chúng ta muốn đạt được điều gì?"

**Key Results (Kết quả chính):**

✓ Các kết quả cụ thể, đo lường được, để đánh giá tiến độ hoàn thành mục tiêu.

✓ Trả lời câu hỏi: "Làm thế nào để biết chúng ta đã đạt được mục tiêu?"

Đặc điểm nổi bật:

- Chu kỳ ngắn hạn: Thường áp dụng theo quý hoặc tháng để duy trì động lực và điều chỉnh linh hoạt.
- Tập trung: Giúp đội nhóm và cá nhân chỉ tập trung vào một số ít mục tiêu quan trọng nhất.
- Định hướng đổi mới: Mục tiêu thường thách thức và khuyến khích sáng tạo.
- Đánh giá linh hoạt: Tiến độ được đo lường, không yêu cầu hoàn thành 100% để được xem là thành công (thường đạt 60-70% đã là tốt).

Ví dụ: OKR đạt mục tiêu lợi nhuận 400 tỷ đồng

Objective:

Đạt lợi nhuận 400 tỷ đồng trong năm 2025 thông qua tối ưu hóa hoạt động sản xuất và mở rộng thị trường.

Key Results:

Tăng doanh thu từ xuất khẩu lên 15% trong các thị trường chủ chốt như Mỹ và EU.

Cải thiện năng suất lao động của các nhà máy lên 10% thông qua đầu tư công nghệ và tự động hóa.

Giảm tỷ lệ hàng lỗi xuống dưới 3% thông qua cải tiến quy trình sản xuất.

Cắt giảm 5% chi phí sản xuất trên mỗi sản phẩm thông qua tối ưu chuỗi cung ứng và quản lý nguyên liệu.

**NỀN TẢNG VẬN HÀNH CỦA CÁC TRUNG TÂM TRÁCH NHIỆM**

Trong doanh nghiệp dệt may, việc tối ưu hóa hoạt động sản xuất và quản trị là yếu tố sống còn để tăng lợi nhuận và cạnh tranh hiệu quả. Sự tích hợp giữa ERP (Enterprise Resource Planning), E-Office giúp doanh nghiệp không những quản lý toàn diện từ khâu sản xuất đến quản trị chiến lược, mà còn hỗ trợ các phương pháp triển khai khoa học. Vai trò của từng thành phần trong hệ thống:

**ERP - Quản lý hoạt động cốt lõi trong sản xuất dệt may**

✓ Quản lý quy trình sản xuất: Theo dõi từ nhập nguyên phụ liệu, đến các khâu của từng lĩnh vực sản xuất sợi, dệt, nhuộm, may mặc, kiểm soát chất lượng, đến bàn giao sản phẩm cho khách hàng.

✓ Quản lý chuỗi cung ứng: Đảm bảo nguyên vật liệu, phụ kiện luôn sẵn sàng để đáp ứng kế hoạch sản xuất.

✓ Theo dõi thời gian thực: Báo cáo chi tiết về chi phí, năng suất, tỷ lệ hàng lỗi, và tiến độ sản xuất.

✓ Quản lý tồn kho: Tự động hóa việc nhập, xuất kho nguyên liệu và sản phẩm hoàn thiện, giảm thiểu tồn kho dư thừa.



Trong bối cảnh cạnh tranh ngày càng gay gắt của thị trường dệt may toàn cầu, việc áp dụng các giải pháp công nghệ tiên tiến như ERP kết hợp E-Office là chìa khóa để doanh nghiệp Việt Nam tạo dựng lợi thế cạnh tranh. Bằng việc chuẩn bị kỹ lưỡng về công nghệ, con người, quy trình và văn hóa, doanh nghiệp không chỉ tối ưu hóa hoạt động sản xuất, nâng cao hiệu quả quản lý, mà còn tạo ra một nền tảng vững chắc cho sự đổi mới và phát triển bền vững. Đây chính là con đường ngắn nhất để doanh nghiệp dệt may Việt Nam vươn tầm quốc tế. □

**E-Office - Hệ thống quản lý công việc được phân thành 2 cụm nội dung**

✓ Hệ thống quản lý nhiệm vụ: bao gồm các mục tiêu SXKD và các nhiệm vụ quản trị được chia nhỏ thành từng quý và tháng. Các nhiệm vụ này được theo dõi và phân bổ cho cá nhân hoặc nhóm cá nhân thực hiện và được theo dõi trên các công cụ quản lý công việc.

✓ Kênh xử lý các nhiệm vụ: là sự kết nối giữa dữ liệu được lưu trữ với hệ thống nhiệm vụ để tạo thành các kênh làm việc.

## XÂY DỰNG MỘT CHUỖI CUNG ỨNG NỘI BỘ VỮNG MẠNH

# Lấy ngành May LÀM ĐẦU KÉO

Bài: **NGUYỄN ĐỨC TRỊ**  
Phó Tổng Giám đốc Vinatex



Ông Nguyễn Đức Trí

Trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế và xu hướng phát triển bền vững, ngành Dệt May Việt Nam đang chứng kiến những bước chuyển mình mạnh mẽ về tư duy và hành động. Là một trong những đơn vị tiên phong, Tập đoàn Dệt May Việt Nam (Vinatex) đã khẳng định vai trò dẫn dắt của mình suốt hơn ba thập kỷ qua, vươn lên trở thành một trong những Tập đoàn kinh tế chủ lực của đất nước. Với sứ mệnh đổi mới không ngừng và dẫn đầu trong lĩnh vực dệt may, việc xây dựng một chuỗi cung ứng nội bộ vững mạnh, lấy ngành May làm đầu kéo hoạt động, chính là chiến lược cốt lõi và mang tính sống còn trong giai đoạn phát triển mới của Vinatex.

## "TRÁI TIM" CỦA CHUỖI CUNG ỨNG NỘI BỘ VINATEX

Trong chuỗi cung ứng của Vinatex, với ưu thế về quy mô, năng lực sản xuất vượt trội và khả năng đáp ứng linh hoạt nhu cầu thị trường, ngành May không chỉ tạo ra giá trị gia tăng cao mà còn đóng vai trò then chốt trong việc xây dựng nền tảng vững chắc, dẫn dắt và thúc đẩy sự phát triển đồng bộ của các ngành liên quan như Sợi, Dệt và Nhuộm.

Với đặc thù tiếp cận trực tiếp với thị trường quốc tế, ngành May là bộ phận quan trọng giúp Tập đoàn Dệt May Việt Nam mở rộng thị phần toàn cầu. Từ vai trò là đầu ra của chuỗi cung ứng, ngành May không chỉ phản ánh hiệu quả sản xuất mà còn quyết định giá trị

cuối cùng của sản phẩm dệt may. Trong chuỗi giá trị này, ngành May đã trở thành đầu kéo, tạo động lực cho ngành Sợi và ngành Dệt tăng trưởng. Điều này đặc biệt quan trọng trong bối cảnh thị trường ngày càng yêu cầu cao về chất lượng, tính bền vững và khả năng đáp ứng nhanh. Sự phối hợp đồng bộ giữa ngành May với ngành Sợi và ngành Dệt là yếu tố nền tảng để xây dựng chuỗi cung ứng nội bộ vững chắc. Ngành Sợi cung cấp nguyên liệu đầu vào, ngành Dệt chuyển hóa nguyên liệu này thành vải chất lượng cao, và cuối cùng ngành May hoàn thiện sản phẩm đáp ứng thị trường. Mô hình này không chỉ giúp tối ưu hóa chi phí sản xuất mà còn giảm sự phụ thuộc vào nguồn nguyên liệu nhập khẩu, từ đó tăng tính tự chủ cho Tập đoàn.

Trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế sâu rộng, các Hiệp định Thương mại Tự do (FTA) như EVFTA, CPTPP hay RCEP mang lại nhiều cơ hội nhưng cũng đặt ra thách thức về nguồn gốc xuất xứ. Việc xây dựng một chuỗi cung ứng nội bộ khép kín với ngành May làm trung tâm giúp Tập đoàn Dệt May Việt Nam đáp ứng yêu cầu khắt khe về quy tắc xuất xứ, từ đó tận dụng tối đa ưu đãi thuế quan và nâng cao năng lực cạnh tranh trên thị trường quốc tế. Có thể thấy, ngành May không chỉ là đầu kéo chiến lược mà còn là "trái tim" của chuỗi cung ứng nội bộ trong Tập đoàn Dệt May Việt Nam. Với vai trò dẫn dắt, ngành May đã thúc đẩy sự phát triển của ngành Sợi và ngành Dệt, tạo thành một chuỗi liên kết bền vững, hiệu quả và



có khả năng cạnh tranh cao trên thị trường quốc tế.

Tuy nhiên, việc xây dựng chuỗi cung ứng nội bộ vững chắc đòi hỏi sự phối hợp nhịp nhàng giữa ngành May, Sợi và Dệt. Vinatex đã triển khai các dự án lớn nhằm phát triển toàn diện các mắt xích trong chuỗi giá trị, từ sản xuất sợi, dệt nhuộm đến may hoàn thiện. Sự kết nối này giúp tối ưu hóa chi phí sản xuất, giảm thiểu rủi ro và tăng cường tính đồng bộ trong chất lượng sản phẩm.

Tập đoàn Dệt May Việt Nam đang từng bước xây dựng một chuỗi cung ứng khép kín từ Sợi - Dệt - Nhuộm - May mặc, và Trung tâm PD&B Vinatex được xem là yếu tố then chốt trong việc hiện thực hóa chiến lược này. Trung tâm đóng vai trò là một "cầu nối chiến lược" gắn kết các doanh nghiệp trong lĩnh vực sợi, dệt và may

mặc, đảm bảo mọi mắt xích trong chuỗi cung ứng đều hoạt động đồng bộ, từ khâu sản xuất nguyên liệu đến hoàn thiện sản phẩm cuối cùng, từ đó tối ưu hóa nguồn lực nội bộ và tăng cường hiệu quả sản xuất kinh doanh... Một trong những nhiệm vụ trọng tâm của Trung tâm PD&B là nghiên cứu và phát triển các mẫu sản phẩm từ nguồn vải được sản xuất trong nước. Nhờ vào nguồn nguyên liệu chủ động, Trung tâm có thể tạo ra các mẫu thiết kế phù hợp với nhu cầu thị trường quốc tế, đồng thời đáp ứng được yêu cầu xuất xứ từ các FTA. Điều này giúp các doanh nghiệp ngành May của Tập đoàn giảm phụ thuộc vào nguồn nguyên liệu nhập khẩu, tận dụng được tối đa ưu đãi thuế quan trong các hiệp định thương mại, từ đó, thúc đẩy các doanh nghiệp Sợi, Dệt nghiên cứu, đổi mới sáng tạo để đáp ứng yêu cầu nguyên liệu đầu vào.

Cùng với vai trò của Trung tâm PD&B, Ban SXKD May cũng được xem là một nhân tố chính trong việc định hình chuỗi cung ứng nội bộ của Tập đoàn. Với nhiệm vụ dẫn dắt, thúc đẩy sản xuất và kinh doanh, Ban SXKD May hoạt động như "động cơ kéo", tạo đà phát triển cho toàn bộ hệ thống, đảm bảo các sản phẩm được sản xuất không chỉ đáp ứng được yêu cầu chất lượng mà còn đạt được các tiêu chuẩn quốc tế, từ đó gia tăng giá trị xuất khẩu. Sự phối hợp giữa Ban SXKD May và Trung tâm PD&B tạo thành một mối liên kết chặt chẽ, hướng đến mục tiêu xây dựng ngành May trở thành đầu kéo hoạt động và liên kết với ngành Sợi, Dệt tạo thành chuỗi cung ứng nội bộ vững chắc trong Tập đoàn Dệt May Việt Nam.

### VINATEX: TẦM NHÌN DÀI HẠN VÀ CHIẾN LƯỢC ĐẦU TƯ BÀI BẢN

Trong tương lai, với sự đầu tư mạnh mẽ vào công nghệ, đổi mới sáng tạo và phát triển bền vững, ngành May chắc chắn sẽ tiếp tục khẳng định vai trò trung tâm trong chuỗi giá trị, đưa Tập đoàn Dệt May Việt Nam tiến xa hơn trên bản đồ dệt may thế giới.

Bức tranh tươi sáng của ngành May hôm nay được vẽ nên từ hành trình 30 năm xây dựng và phát triển bền bỉ của Tập đoàn Dệt May Việt Nam. Những năm đầu thành lập, Tập đoàn Dệt May Việt Nam tập trung vào việc xây dựng cơ sở hạ tầng, phát triển nguồn nhân lực và mở rộng thị trường xuất khẩu. Đây là giai đoạn bản lề, tạo cơ sở cho sự chuyển mình mạnh mẽ sau này. Trong thời kỳ này, ngành May chủ yếu tập trung vào gia công xuất khẩu với các đơn hàng giá trị gia tăng thấp. Tuy nhiên, chính những kinh nghiệm tích lũy được từ giai đoạn này đã giúp Tập đoàn xây dựng nền tảng

vững chắc để chuyển sang các hình thức sản xuất tiên tiến hơn. Từ xuất phát điểm là một doanh nghiệp gia công xuất khẩu đơn thuần, Vinatex đã vươn mình mạnh mẽ, chuyển dịch sang chuỗi giá trị toàn diện với sự kết hợp hài hòa giữa Sợi, Dệt và May nhằm hiện thực hóa chiến lược Một điểm đến - Giải pháp trọn gói về dệt may và thời trang xanh. Đặc biệt, Vinatex ngày càng khẳng định vai trò là đối tác ưu tiên của các nhà sản xuất, phân phối hàng đầu thế giới, nâng cao vị thế của ngành Dệt May Việt Nam trên trường quốc tế.

Một trong những yếu tố quan trọng nhất trong hành trình này chính là tầm nhìn dài hạn và chiến lược đầu tư bài bản vào công nghệ hiện đại, từ đó nâng cao năng lực sản xuất và chất lượng sản phẩm. Vinatex đã không ngừng đổi mới để đáp ứng nhu cầu ngày càng khắt khe của thị trường trong nước và quốc tế, đồng thời củng cố thương hiệu mạnh mẽ, mang lại giá trị thực sự cho khách hàng và đối tác.



“  
*Vinatex đã không ngừng đổi mới để đáp ứng nhu cầu ngày càng khắt khe của thị trường trong nước và quốc tế, đồng thời củng cố thương hiệu mạnh mẽ, mang lại giá trị thực sự cho khách hàng và đối tác.*  
 ”

nhân lực chuyên nghiệp, giàu kỹ năng và sáng tạo, luôn sẵn sàng đổi mới với những thách thức mới. Có thể nói, tập trung đầu tư vào con người là nhân tố quyết định đến sự phát triển vượt bậc của Tập đoàn Dệt May Việt Nam. Chính nhờ sự phát triển đồng bộ giữa công nghệ và con người, Tập đoàn đã có thể duy trì vị thế cạnh tranh trong một ngành công nghiệp luôn biến động và có tính cạnh tranh cao. Đặc biệt, với chiến lược phát triển bền vững, Tập đoàn không chỉ chú trọng đến lợi nhuận mà còn quan tâm đến bảo vệ môi trường và trách nhiệm xã hội, góp phần nâng cao hình ảnh, uy tín thương hiệu, tạo ra những lợi ích thiết thực lâu dài cho cộng đồng, mang lại sự kết nối sâu sắc hơn giữa Tập đoàn với cộng đồng và người lao động. Sự kết hợp hoàn hảo giữa đổi mới sáng tạo, chiến lược dài hạn và phát triển con người đã giúp

Tập đoàn Dệt May Việt Nam vững vàng phát triển trong hành trình 30 năm qua.

Kết quả mà Tập đoàn Dệt May Việt Nam đã đạt được là minh chứng sống động cho tinh thần nỗ lực không ngừng, khả năng sáng tạo và thích ứng linh hoạt của Vinatex trước mọi biến động thời đại. Với tầm nhìn chiến lược và sự đoàn kết của toàn hệ thống, Tập đoàn không chỉ góp phần quan trọng vào sự phát triển của ngành dệt may trong nước mà còn vươn xa, khẳng định thương hiệu Việt Nam trên bản đồ quốc tế.

Nhìn về tương lai, với ngành May đóng vai trò đầu tàu cùng sự phối hợp chặt chẽ giữa các lĩnh vực, Tập đoàn Dệt May Việt Nam sẽ tiếp tục phát triển bền vững, gặt hái thêm nhiều thành tựu mới, trở thành biểu tượng tự hào của ngành Dệt May Việt Nam. □







# Nâng chất ngành Sợi “ĐIỂM KHỞI ĐẦU” trong chuỗi giá trị dệt may

Bài: NGUYỄN NGỌC BÌNH

Thành viên HĐQT, Tổng Giám đốc Tổng Công ty Cổ phần Dệt May Hòa Thọ

Tập đoàn Dệt May Việt Nam đã và đang khẳng định vị thế vững chắc của mình trong ngành dệt may, không chỉ đóng vai trò là trụ cột quan trọng của nền kinh tế đất nước mà còn là lực lượng tiên phong, dẫn dắt sự phát triển của toàn ngành. Với 30 năm hình thành và phát triển, Vinatex đã góp phần quan trọng trong việc đưa ngành Dệt May Việt Nam trở thành một trong những ngành xuất khẩu chủ lực, đóng góp tỷ trọng lớn vào kim ngạch xuất khẩu quốc gia. Là mắt xích đầu tiên trong chuỗi cung ứng của Vinatex, ngành Sợi đóng vai trò hết sức quan trọng, không chỉ ở khía cạnh sử dụng nguồn lực lớn mà còn tác động trực tiếp đến hiệu quả, tính bền vững và khả năng cạnh tranh của toàn bộ chuỗi cung ứng.

## MẮT XÍCH QUAN TRỌNG TRONG CHUỖI CUNG ỨNG NỘI BỘ

Cụ thể, ngành Sợi cung cấp nguyên liệu sợi thành phẩm, quyết định chất lượng nguyên liệu đầu vào cho ngành Dệt, tạo ra các loại vải chất lượng cao, đáp ứng được nhu cầu ngày càng đa dạng của thị trường và cũng chính là cơ sở cho ngành May sản xuất các sản phẩm may mặc cao cấp, cạnh tranh được tại các thị trường khó tính như EU, Mỹ và Nhật Bản.

Ngành Sợi góp phần quan trọng trong việc định hình xu hướng thời trang, thông qua việc phát triển các loại sợi có hiệu ứng đặc biệt, sợi đặc thù hoặc sợi ứng dụng công nghệ mới giúp ngành Dệt chủ động điều chỉnh quy trình dệt nhuộm để tận dụng tối đa tính năng của sợi, qua đó mang lại giá trị gia tăng cho cả chuỗi cung ứng. Bên cạnh đó,

ngành Sợi còn đóng vai trò quan trọng trong việc hỗ trợ ngành Dệt và May đáp ứng các yêu cầu về quy tắc xuất xứ trong các Hiệp định thương mại tự do (FTA). Việc chủ động nguồn cung sợi chất lượng cao từ nội bộ không chỉ giúp Tập đoàn Dệt May Việt Nam tận dụng được ưu đãi thuế quan mà còn giảm thiểu rủi ro từ nguồn cung bên ngoài và tạo ra sự linh hoạt trong việc điều chỉnh sản xuất, đáp ứng nhanh chóng các nhu cầu của thị trường. Có thể thấy, ngành Sợi không chỉ là điểm khởi đầu mà còn là mắt xích quan trọng trong chuỗi cung ứng nội bộ của Tập đoàn Dệt May Việt Nam. Tính liên kết chặt chẽ giữa ngành Sợi, Dệt Nhuộm và May là chìa khóa để Tập đoàn xây dựng chuỗi cung ứng nội bộ vững chắc, tạo ra sự đồng nhất khép kín theo đúng định hướng chiến lược “One-Stop shop” của Tập đoàn, từ đó củng cố thêm vị thế cạnh tranh trên thị trường trong nước và quốc tế.

Tuy nhiên, ngành Sợi trong những năm gần đây đã đối mặt với những thách thức nghiêm trọng, tính nhạy cảm với sự biến động của yếu tố vĩ mô, sự thiếu liên kết giữa các đơn vị trong chuỗi cung ứng và khác biệt trong công tác quản trị dẫn đến sự không đồng đều về quản trị và hiệu quả hoạt động giữa các đơn vị. Chính vì vậy, việc định hướng rõ ràng và triển khai các bước đi chiến lược là yếu tố then chốt giúp ngành Sợi vượt qua những thách thức hiện tại và duy trì vị thế quan trọng trong chuỗi cung ứng.

## BA TRỤ CỘT CHÍNH ĐỂ ĐỘT PHÁ

Năm 2025, ngành Sợi sẽ cạnh tranh quyết liệt về giá cả, khi chi phí chế biến ngày càng tăng cao và còn ít dư địa cắt giảm chi phí. Để đạt được các mục tiêu năm 2025 và những năm tiếp theo, ngành Sợi Vinatex cần tập trung vào ba trụ cột chính: đổi mới sản phẩm, nâng cao hiệu quả hoạt động và tăng cường quản trị chuỗi cung ứng. Các chiến lược này sẽ được triển khai thông qua các chương trình hành động cụ thể, nhằm đạt được hiệu quả tối ưu.

Yếu tố quan trọng đầu tiên là cải thiện chất lượng hoạt động và nâng cao hiệu quả sản xuất tại các đơn vị thành viên. Việc nâng cao chất lượng sản phẩm và quy trình sản xuất cần được thực hiện đồng bộ trên toàn bộ hệ thống



Ông Nguyễn Ngọc Bình

“Ngành Sợi góp phần quan trọng trong việc định hình xu hướng thời trang, thông qua việc phát triển các loại sợi có hiệu ứng đặc biệt, sợi đặc thù hoặc sợi ứng dụng công nghệ mới giúp ngành Dệt chủ động điều chỉnh quy trình dệt nhuộm để tận dụng tối đa tính năng của sợi.”



với mục tiêu để các đơn vị mạnh hỗ trợ, chia sẻ kiến thức và nguồn lực với các đơn vị còn yếu, từ đó thúc đẩy sự phát triển đồng đều trong toàn ngành theo đúng tinh thần chỉ đạo xuyên suốt của Lãnh đạo Tập đoàn Dệt May Việt Nam.

Trong bối cảnh thị trường quốc tế liên tục thay đổi và các yếu tố kinh tế, địa chính trị, xung đột quốc gia có tác động mạnh mẽ, ngành Sợi cần có những chiến lược linh hoạt trong công tác bán hàng và định hướng thị trường. Cụ thể, việc mở rộng thị trường ngoài Trung Quốc, với sự chú trọng đến các khu vực tiềm năng như Nam Mỹ, Đông Nam Á và các thị trường FDI, sẽ không chỉ giúp giảm thiểu rủi ro từ sự phụ thuộc vào một thị trường duy nhất, mà còn góp phần nâng cao vị thế cạnh tranh của ngành Sợi Vinatex trên trường quốc tế.

Bên cạnh đó, ngành Sợi Vinatex cần đẩy mạnh đầu tư vào việc nâng cấp và thay thế các máy móc, thiết bị cũ bằng các công nghệ hiện đại, tự động hóa cao, giúp giảm lao

động và cường độ lao động, từ đó nâng cao năng suất và chất lượng sản phẩm. Những hệ thống máy móc cũ, đặc biệt là các thiết bị nhập từ Trung Quốc, sẽ được thay thế bằng các thiết bị tiên tiến từ các quốc gia phát triển G7, giúp tiết kiệm chi phí vận hành và gia tăng khả năng cạnh tranh.

Một bước đi quan trọng nữa trong chiến lược của ngành Sợi là tăng cường quản trị chuỗi cung ứng. Việc xây dựng các mối quan hệ đối tác chiến lược với các nhà cung cấp trong và ngoài nước sẽ giúp đảm bảo nguồn cung nguyên liệu ổn định và với giá cả hợp lý. Cùng với đó, việc áp dụng công nghệ số và các hệ thống quản lý thông minh sẽ giúp tăng cường tính minh bạch, dự báo nhu cầu chính xác hơn, tối ưu hóa tồn kho và giảm thiểu lãng phí. Ngành cũng sẽ tiếp tục đẩy mạnh chuyển đổi số, hoàn thiện hệ thống ERP và cải thiện năng lực quản trị theo thời gian thực.

Trong dài hạn, ngành Sợi cần chú trọng đầu tư vào nghiên cứu và

phát triển (R&D) để tạo ra các sản phẩm sợi có giá trị gia tăng cao, đáp ứng nhu cầu tiêu dùng bền vững và yêu cầu ngày càng khắt khe từ các nhãn hàng quốc tế. Những sản phẩm như sợi sinh học, sợi tái chế, hoặc các loại sợi có tính năng đặc biệt như chống cháy, kháng khuẩn, chống nhăn và hút ẩm tốt sẽ là các hướng phát triển chủ lực. Việc đổi mới sản phẩm không chỉ giúp ngành Sợi nâng cao giá trị cạnh tranh mà còn góp phần xây dựng thương hiệu Vinatex là một nhà cung cấp sợi cao cấp, thân thiện với môi trường và minh bạch về nguồn gốc. Đây cũng là cơ hội để ngành Sợi hội nhập sâu hơn vào chuỗi cung ứng toàn cầu và thích ứng với xu hướng phát triển bền vững.

Với định hướng chiến lược rõ ràng và các bước đi cụ thể, ngành Sợi Vinatex sẽ quyết tâm vượt qua khó khăn thách thức, tiếp tục khẳng định vai trò cốt lõi trong chuỗi giá trị dệt may và đóng góp tích cực vào sự phát triển bền vững của toàn Tập đoàn Dệt May Việt Nam trong thời gian tới.

## HÒA MINH VÀO HÀNH TRÌNH 30 NĂM CỦA VINATEX

Là "điểm khởi đầu" trong chuỗi giá trị dệt may, ngành Sợi đã trải qua lúc thăng, lúc trầm hòa mình vào hành trình đầy tự hào của Tập đoàn Dệt May Việt Nam trong suốt 30 năm qua, chứng kiến và đồng hành cùng những bước chuyển mình mạnh mẽ của Tập đoàn. Hành trình 30 năm ấy không chỉ đơn thuần là sự phát triển về quy mô, mà còn là một minh chứng sống động về khát vọng đưa thương hiệu Việt Nam vươn xa.

Xuất phát từ một nền tảng còn nhiều hạn chế, Vinatex đã gặp phải vô vàn khó khăn từ cơ sở hạ tầng yếu kém, công nghệ lạc hậu, môi trường cạnh tranh gay gắt ngay từ những ngày đầu thành lập. Tuy nhiên, chính trong những thử thách ấy, tập thể lãnh đạo và người lao động Vinatex đã được hun đúc tinh thần bền bỉ, sáng tạo và khát khao đổi mới, từng bước đưa Tập đoàn Dệt May Việt Nam vươn lên dẫn đầu, trở thành biểu tượng mạnh mẽ trong ngành công nghiệp dệt may của đất nước. Những dấu ấn nổi bật của Vinatex không chỉ thể hiện qua các con số ấn tượng về kim ngạch xuất khẩu, mà còn nằm ở những giá trị cốt lõi mà Tập đoàn không ngừng kiến tạo. Đó là việc mang lại sinh kế ổn định



cho hàng trăm nghìn lao động trên cả nước, góp phần quan trọng vào ngân sách quốc gia và đặc biệt là nâng tầm thương hiệu "Made in Vietnam" trên thị trường quốc tế – như một biểu tượng của chất lượng, sự sáng tạo và bản lĩnh Việt Nam.

Thành công của Tập đoàn Dệt May Việt Nam trong 30 năm qua đến từ tầm nhìn chiến lược dài hạn, khả năng đổi mới sáng tạo không ngừng và sự linh hoạt trước thách thức. Vinatex đã xây dựng nền tảng vững chắc dựa trên việc phát triển chuỗi giá trị toàn diện, đầu tư vào công nghệ tiên tiến và đào tạo nguồn nhân lực. Bên cạnh đó, khả năng thích nghi với xu thế toàn cầu hóa, mở rộng thị trường xuất khẩu và cam kết phát triển bền vững gắn với trách nhiệm xã hội, môi trường

đã giúp Vinatex khẳng định vị thế hàng đầu trong ngành Dệt May Việt Nam và quốc tế.

Đặc biệt, hành trình 30 năm của Vinatex còn phản ánh sự kế thừa và phát triển qua nhiều thế hệ. Mỗi người lãnh đạo, mỗi cán bộ nhân viên, từ những người đầu tiên đến thế hệ hôm nay, đều đóng góp một phần quan trọng vào sự phát triển bền vững của Vinatex. Tất cả đều như những sợi chỉ, cùng dệt nên bức tranh đầy màu sắc của Tập đoàn Dệt May Việt Nam bằng sự kiên định và quyết tâm bút phá của toàn hệ thống. Chính sự đoàn kết, sẻ chia và khát khao cống hiến đã giúp Vinatex vững vàng vượt qua những thử thách lớn lao, ngay cả trong giai đoạn đầy biến động như đại dịch Covid -19 hay sự cạnh tranh khốc liệt trong bối cảnh toàn cầu hóa. □

*Hành trình 30 năm của Vinatex là một câu chuyện đầy tự hào, nhưng chỉ là bước khởi đầu cho những khát vọng lớn lao hơn về tương lai của ngành Dệt May Việt Nam. Với nền móng vững chắc và tinh thần tiên phong, Vinatex sẽ tiếp tục khẳng định vị thế của mình, không chỉ trong ngành dệt may mà còn như một biểu tượng của sự phát triển bền vững và trách nhiệm xã hội, góp phần mạnh mẽ vào sự thịnh vượng chung của nền kinh tế Việt Nam và nâng cao giá trị thương hiệu quốc gia trên toàn cầu.*



## DỰ BÁO BỐI CẢNH KINH TẾ THỊ TRƯỜNG 2025

# TÁC ĐỘNG ĐẾN DOANH NGHIỆP DỆT MAY

Bài: **TS. TRƯƠNG VĂN PHƯỚC**

*Nguyên quyền Chủ tịch Ủy ban Giám sát Tài chính Quốc gia*



TS. Trương Văn Phước

### TỔNG QUAN KINH TẾ VĨ MÔ TOÀN CẦU NĂM 2024

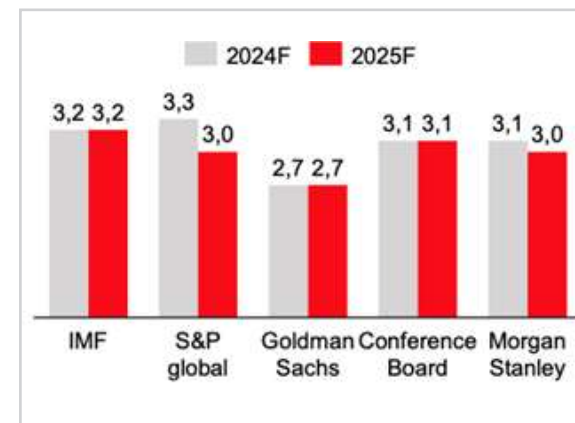
Ước tính tăng trưởng GDP toàn cầu duy trì ở mức 3,2% trong năm 2024, đây là mức tăng trưởng ổn định nhưng thấp hơn so với thời kỳ trước đại dịch. Các rủi ro như xung đột quân sự leo thang ở Trung Đông và Ukraine, chính sách bảo hộ thương mại ở Mỹ, cùng mức nợ công cao kỷ lục, dự kiến đạt 100.000 tỷ USD vào cuối năm nay, cũng là những yếu tố đáng lo ngại có thể làm giảm hiệu quả của tăng trưởng.

Nỗ lực kiểm soát lạm phát toàn cầu đã đạt được những kết quả tích cực, với mức lạm phát giảm dần từ 6,8% trong năm 2023 xuống ước tính 5,9% vào năm 2024 và dự báo tiếp tục giảm còn 4,5% vào năm

2025. Các biện pháp thắt chặt chính sách tiền tệ trên diện rộng đã giúp ngăn chặn nguy cơ suy thoái toàn cầu, đồng thời đưa lạm phát tiến gần hơn đến mục tiêu của nhiều quốc gia.

### KINH TẾ THẾ GIỚI NĂM 2025

Theo nhận định của IMF, kinh tế toàn cầu được dự báo sẽ tiếp tục phát triển ổn định dù đối mặt với nhiều thách thức. Tăng trưởng toàn cầu dự kiến đạt 3,2% vào năm 2025, tương đương mức tăng trưởng của năm 2024. Các động lực chính hỗ trợ tăng trưởng bao gồm mặt bằng lạm phát giảm, kéo theo xu hướng nới lỏng chính sách tiền tệ. Nhờ lạm phát thấp, lãi suất được kỳ vọng giảm dần, góp phần cải thiện thị trường việc làm, tăng chi tiêu tiêu dùng và thúc đẩy tổng cầu. Tuy nhiên, các nền kinh tế trên thế giới đang có sự phân hóa rõ rệt. Trong khi kinh tế Mỹ tăng trưởng nhanh chóng, nhiều khu vực khác lại chứng kiến tốc độ tăng trưởng chậm hơn.



Tại châu Âu, mặc dù đã thành công trong việc kéo lạm phát xuống nhờ chính sách tiền tệ và sự suy giảm trong sản xuất, khu vực này vẫn đối mặt với tốc độ tăng trưởng chậm. Xu hướng này đã bắt đầu từ năm 2024 và được dự báo sẽ kéo dài đến năm 2025.

Đối với Trung Quốc, tăng trưởng kinh tế năm 2024 được dự báo đạt 4,9%, thấp hơn so với năm trước. Dù chính phủ Trung Quốc đã triển khai các gói kích thích tài khóa và tiền tệ, các biện pháp thuế mà Mỹ áp đặt lên hàng hóa Trung Quốc dự kiến sẽ tiếp tục kìm hãm tăng trưởng, khiến mức tăng trưởng chỉ đạt 4,7% vào năm 2025.

Năm 2025, kinh tế thế giới sẽ đối mặt với hai thách thức lớn là xung đột địa chính trị và căng thẳng thương mại.

Xung đột tại Trung Đông và cuộc chiến giữa Nga và Ukraine được dự báo sẽ tiếp tục tác động tiêu cực

đến kinh tế toàn cầu, đặc biệt thông qua giá năng lượng. Ví dụ, nếu các xung đột này đẩy giá dầu tăng cao, lạm phát toàn cầu sẽ leo thang, kéo theo tăng trưởng kinh tế chậm lại. Điều này cũng khiến quá trình nới lỏng chính sách tiền tệ bị đình trệ hoặc diễn ra rất chậm.

Bên cạnh đó, căng thẳng thương mại cũng là một rủi ro tiềm tàng. Sự bất ổn trong chính sách thương mại, đặc biệt sau bầu cử Tổng thống Mỹ, có thể đẩy giá cả tăng cao. Thuế nhập khẩu thường được chuyển sang người tiêu dùng, dẫn đến lạm phát gia tăng. Đồng thời, các hạn chế thương mại sẽ làm giảm đầu tư xuyên biên giới, kìm hãm sự đổi mới, sáng tạo và năng suất lao động toàn cầu.

### KINH TẾ VIỆT NAM NĂM 2025

#### Những thách thức lớn đối với kinh tế Việt Nam năm 2025

Fed dự báo sẽ giảm lãi suất chậm hơn trong năm 2025, với mức cắt giảm từ 1% xuống còn 0,5%, do lạm phát cao hơn dự kiến (2,5% vào cuối năm 2025 thay vì 2,2%) và chỉ đạt mục tiêu 2% vào năm 2027. Các chính sách nhập cư, thuế và chi tiêu của Tổng thống Trump có thể đẩy lạm phát lên cao hơn, gia tăng sự không chắc chắn và buộc Fed phải thận trọng.

Đồng USD dự báo vẫn duy trì sức mạnh nhờ lãi suất cao, khiến dòng vốn tiếp tục ở lại Mỹ trong thời gian dài, tạo áp lực lớn lên các đồng tiền như Đô la Canada, Peso Mexico và các đồng tiền tại các thị



trường mới nổi, bao gồm Việt Nam. Điều này có thể khiến các dòng vốn tiếp tục ở lại Mỹ đến khi lạm phát giảm và Fed Funds Rate đạt mức 2,25%-2,5%.

Các nền kinh tế mới nổi, bao gồm Việt Nam, đối mặt với sức ép lãi suất cao, ảnh hưởng xấu đến sức cạnh tranh, đặc biệt trong bối cảnh các chính sách thuế mạnh mẽ của Chính phủ Trump buộc các quốc gia xuất khẩu lớn vào Mỹ phải điều chỉnh chiến lược ứng phó, dẫn đến sự bất ổn trong chính sách kinh tế.

### Động lực thúc đẩy kinh tế Việt Nam tăng tốc trong năm 2025

Năm 2025, Việt Nam đang tạo ra nhiều thuận lợi với “cuộc cách mạng” cải cách mạnh mẽ trong sắp xếp bộ máy, tinh giản cán bộ và tháo gỡ các điểm nghẽn thể chế, mang đến kỳ vọng lớn cho nền kinh tế trong nước và các nhà đầu tư quốc tế.

Nền tảng kinh tế - tài chính - tiền tệ được củng cố vững chắc với tăng trưởng cao, lạm phát thấp, cùng các chỉ số vĩ mô như nợ công, thâm hụt ngân sách và dư nợ tín dụng/GDP đều nằm trong ngưỡng an toàn. Những thay đổi này không chỉ giúp Việt Nam tăng sức cạnh tranh mà còn mở ra một hành trình phát triển mới đầy triển vọng.

Niềm tin của quần chúng vào Chính phủ đang được củng cố mạnh mẽ nhờ các cải cách vượt bậc

trong thể chế và pháp luật. Nhà nước tích cực kiến tạo khuôn khổ pháp lý thuận lợi, hỗ trợ người dân và doanh nghiệp phát triển bền vững. Công cuộc chống tham nhũng, tiêu cực và lãng phí đã đạt kết quả rõ nét, tạo cảm giác an tâm và tin tưởng trong xã hội.

Chính phủ không chỉ chăm lo đến tăng trưởng kinh tế và kiểm soát lạm phát, mà còn đặt ưu tiên vào phúc lợi cho người dân, thể hiện sự tận tụy và hiệu quả trong điều hành. Những bước tiến này đánh dấu một Việt Nam tự tin bước vào kỷ nguyên phát triển mạnh mẽ, bền vững và đầy hứa hẹn.

### Dự báo các chỉ tiêu kinh tế vĩ mô của Việt Nam năm 2025

Tăng trưởng GDP: Dự kiến đạt mức 6,5% - 7%, với mục tiêu phấn đấu lên đến 8%.

Lạm phát: Duy trì ở mức khoảng 4,5%.

Tỷ giá USD/VND: Dự kiến tăng khoảng 3% - 3,5%.

Lãi suất VND: Có thể tăng thêm khoảng 0,5% - 0,75%.

Thâm hụt ngân sách/GDP: Ở mức khoảng 3,6%.

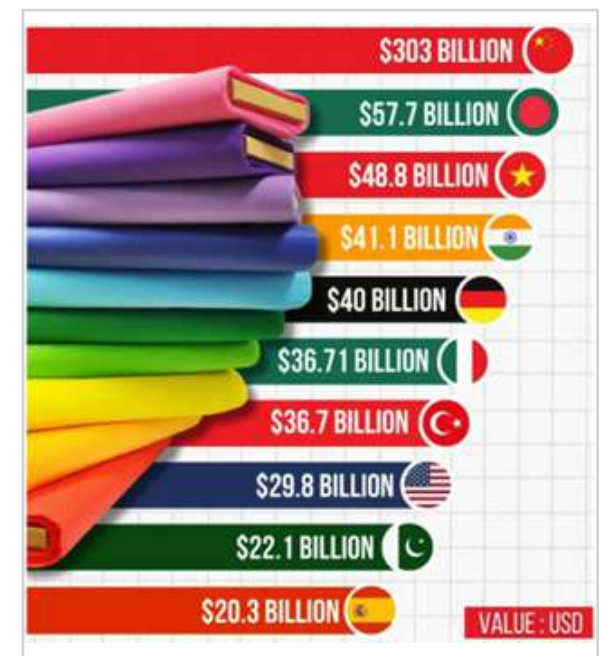
Tăng trưởng tín dụng: Được kỳ vọng đạt 15%.

Trong bối cảnh hiện tại, nền kinh tế Việt Nam đang đối mặt với nhiều thách thức đáng kể. Tín dụng có xu hướng suy giảm do thu nhập của hộ gia đình giảm, dẫn đến nhu cầu vay vốn sụt giảm. Đầu tư tư nhân cũng chững lại khi tâm lý sợ rủi ro gia tăng, không chỉ trong khu vực nhà nước mà còn ở khối tư nhân. Bên cạnh đó, kinh tế và tài chính toàn cầu ngày càng khó dự báo do sự thay đổi liên tục trong các chính sách vĩ mô, tạo thêm những bất ổn cho môi trường kinh doanh. Từ đó dẫn đến tỷ giá VND có nguy cơ mất giá nhanh hơn, trong khi lãi suất VND có khả năng chạm đáy và bắt đầu tăng trở lại trong thời gian tới.

Tuy nhiên, triển vọng kinh tế Việt Nam năm 2025 được đánh giá có nhiều điểm tích cực nhờ các yếu tố hỗ trợ quan trọng. Đầu tư công dự kiến sẽ được giải ngân nhanh hơn nhờ những thay đổi trong thể chế, tạo động lực thúc đẩy tăng trưởng. Xuất khẩu vẫn giữ được sự lạc quan bất chấp các thách thức như thuế nhập khẩu tăng và hạn chế thương mại, nhờ các Hiệp định Thương mại Tự do (FTAs) hóa giải phần nào khó khăn. Ngành du lịch đang phục hồi mạnh mẽ, đóng góp tích cực vào tăng trưởng kinh tế. Bên cạnh đó, vốn đầu tư trực tiếp và gián tiếp nước ngoài được kỳ vọng giải ngân nhanh hơn nhờ môi trường kinh doanh được cải thiện rõ rệt. Lạm phát thấp và tỷ giá hối đoái ổn định tiếp tục củng cố niềm tin của các nhà đầu tư trong và ngoài nước.

### TÁC ĐỘNG TOÀN CẦU ĐẾN NGÀNH DỆT MAY VIỆT NAM NĂM 2025

Theo Hiệp hội Dệt May Việt Nam (VITAS), xuất khẩu dệt may năm 2024 ước đạt 44 tỷ USD, tăng khoảng 10% so với năm trước. Tuy nhiên, năm 2025, ngành Dệt May Việt Nam có thể đối mặt với nhiều thách thức nếu xung đột quốc tế tiếp tục lan rộng, dẫn đến đứt gãy chuỗi cung ứng. Chính sách áp thuế của Tổng thống Trump đối với nhiều quốc gia có thể làm giảm tăng trưởng toàn cầu và kéo theo sự sụt giảm tiêu dùng. Trong bối cảnh Trung Quốc nới lỏng chính sách tiền tệ và có khả năng phá giá đồng Nhân dân tệ (CNY), ngành Dệt May Việt Nam phải tập trung phát triển bền vững, ứng dụng công nghệ để nâng cao năng lực cạnh tranh và đáp ứng các yêu cầu ngày càng khắt khe từ thị trường quốc tế.



Nguồn: bestdiplomats.org



Ngành Dệt May Việt Nam có cơ hội chiếm lĩnh thị phần tại Mỹ từ tay Trung Quốc, đặc biệt khi nước này cùng Canada và Mexico đối mặt với nguy cơ bị áp thuế xuất khẩu từ 10%-25%. Tuy nhiên, thịnh dư thương mại của Việt Nam với Mỹ, hiện đứng thứ ba thế giới, là một vấn đề cần lưu ý trước các biện pháp đối phó thương mại từ phía Mỹ. Trong khi Nhân dân tệ mất giá có thể gây khó khăn cho xuất khẩu dệt may Việt Nam sang Trung Quốc, chiếm 8,3% tổng kim ngạch, thì nhập khẩu nguyên phụ liệu từ Trung Quốc lại trở nên thuận lợi hơn. Điều này cho thấy sự phụ thuộc lớn của ngành vào nguồn cung nguyên phụ liệu nhập khẩu, khiến sản xuất dễ bị ảnh hưởng bởi đứt gãy chuỗi cung ứng và các yêu cầu truy xuất nguồn gốc ngày càng chặt chẽ.

Về tỷ giá: Năm 2024, tỷ giá VND/USD ghi nhận mức mất giá khoảng 5%, cao gấp ba lần so với bình quân 5 năm qua và được dự báo sẽ tiếp tục mất giá thêm 3% đến 3,5% trong năm 2025. Tuy nhiên, tác động tích cực của tỷ giá đến xuất khẩu sẽ bị hạn chế do đồng tiền của các đối thủ cạnh tranh cũng chịu áp lực mất giá, trong bối cảnh lãi suất USD giảm chậm và chỉ số dollar-index vẫn duy trì ở mức cao. Điều này khiến lợi thế cạnh tranh về giá cả của hàng hóa Việt Nam trên thị trường quốc tế không được cải thiện nhiều.

**Biến động tỷ giá các quốc gia xuất khẩu dệt may lớn so với USD giai đoạn 2019-2024**

Xếp hạng	Quốc gia	Cặp tỷ giá tiền tệ	Biến động tỷ giá các quốc gia so với USD giai đoạn 2019-2024
1	Trung Quốc	USD/CNY	+4,40%
2	Bangladesh	USD/BDT	+40,57%
3	Việt Nam	USD/VND	+9,57%
4	Ấn Độ	USD/INR	+19,12%
5	Đức	EUR/USD	-5,92%
6	Ý	EUR/USD	-5,92%
7	Thổ Nhĩ Kỳ	USD/TRY	+492,83%
8	Mỹ	USD/USD	-
9	Pakistan	USD/PKR	+79,84%
10	Tây Ban Nha	EUR/USD	-5,92%

Nguồn: [www.xe.com/currencycharts](http://www.xe.com/currencycharts)

Tiêu chuẩn “bền vững” (sustainability) đang trở thành yếu tố quyết định trong ngành dệt may, phản ánh nhu cầu thay đổi của người tiêu dùng và các yêu cầu pháp lý ngày càng khắt khe. Người trẻ, đặc biệt là GenZ, sẵn sàng chi trả cao hơn cho các sản phẩm thân thiện với môi trường, thúc đẩy các thương hiệu thời trang phải áp dụng công nghệ hiện đại để duy trì và mở rộng vị thế. Dự báo trong vài năm tới, khoảng 35 luật liên quan đến tiêu chuẩn bền vững sẽ được ban hành tại các thị trường lớn như Mỹ, EU, Nhật Bản, Trung Quốc và Ấn Độ. Thị trường thời trang bền vững toàn cầu, vốn đạt 7 tỷ USD năm 2023 với tốc độ tăng trưởng 8% mỗi năm, hứa hẹn nhiều tiềm năng, đặc biệt ở Bắc Mỹ và châu Âu.

Công nghệ đóng vai trò quan trọng trong xu hướng này, với blockchain hỗ trợ minh bạch chuỗi cung ứng từ nguyên liệu thô đến thành phẩm, và các giải pháp như nhuộm không cần nước hay vải hấp thụ carbon giúp giảm tác động môi trường. Xu hướng thời trang tuần hoàn yêu cầu các thương hiệu tập trung vào sản xuất quần áo sửa chữa được, vải phân hủy sinh học và tái chế. Tuy nhiên, Việt Nam còn nhiều hạn chế trong việc thực hiện các tiêu chuẩn lao động, môi trường và trách nhiệm xã hội. Để đáp ứng các yêu cầu khắt khe từ thị trường quốc tế, các doanh nghiệp dệt may cần tăng cường cam kết, cung cấp dữ liệu sản xuất minh bạch, và tận dụng lợi thế chi phí chuyển đổi thấp để nhanh chóng áp dụng công nghệ tiên tiến, tạo sức cạnh tranh bền vững trong tương lai.

**CÁC CHÍNH SÁCH KINH TẾ CỦA VIỆT NAM NĂM 2025**

Năm 2025, Việt Nam đặt trọng tâm vào các chính sách kinh tế linh hoạt nhằm thúc đẩy tăng trưởng và củng cố vị thế trên thị trường quốc tế. Chính sách tiền tệ sẽ được nới lỏng mạnh mẽ để đạt mục tiêu tăng trưởng 8%, dù tỷ giá VND/USD dự kiến tăng và lãi suất của các ngân hàng thương mại tiếp tục nhích lên, tạo chênh lệch lớn hơn với lãi suất liên ngân hàng. Về chính sách tài khóa, nhà nước tiếp tục duy trì tài khóa mở rộng, tăng cường thu

ngân sách từ các hoạt động rủi ro cao như chuyển giá và chuyển nhượng vốn, đồng thời tập trung giảm chi thường xuyên để đầu tư phát triển các lĩnh vực trọng điểm như giao thông, giáo dục và y tế.

Bên cạnh đó, chính sách thương mại nhấn mạnh việc ứng phó với xu hướng bảo hộ thương mại, khuyến khích doanh nghiệp đầu tư công nghệ, ESG (Môi trường, Xã hội, Quản trị) và truy xuất nguồn gốc để nâng cao vị thế cạnh tranh trong chuỗi cung ứng toàn cầu. Chính sách công nghiệp hướng đến phát triển nhân lực qua liên kết giữa doanh nghiệp

và nhà trường, trong khi các tỉnh cải thiện hạ tầng và thu hút đầu tư vào lĩnh vực bán dẫn, AI.

Đồng thời, thị trường vốn được định hướng phát triển với trọng tâm vào tín chỉ các-bon, trái phiếu xanh, và nâng hạng thị trường chứng khoán, góp phần xây dựng O2 trung tâm tài chính quốc tế.

Trong ngành dệt may, Việt Nam tiếp tục hưởng lợi từ sự dịch chuyển sản xuất và chính sách thuế cao của Mỹ với Trung Quốc, dù vẫn phải đối mặt với rủi ro đứt gãy chuỗi cung ứng và biến động tỷ giá.

**Phụ lục 1: Dự báo tỷ giá một số quốc gia xuất khẩu lớn về dệt may năm 2025**

Xếp hạng	Cặp tỷ giá tiền tệ	Tỷ giá		USD tăng (+), giảm (-)
		2024	2025	
1	USD/CNY	7,30	7,50	+3,6%
2	USD/BDT	120	127	+5,8%
3	USD/VND	25.400	26.100	+3%
4	USD/INR	85	86,5	+2,4%
5	EUR/USD	1,04	0,99	-6,2%
6	USD/JPY	160	173	+8,1%
7	USD/TRY	35,5	40,6	+14,5%
8	USD/CAD	1,43	1,40	-2%
9	USD/MXN	20	22	+8,4%
10	USD/KRW	1.458	1.566	+12%

Nguồn: [coincodex.com](http://coincodex.com); [economics.td.com](http://economics.td.com)

**Phụ lục 2: Dự báo lãi suất một số quốc gia xuất khẩu lớn về dệt may năm 2025**

Xếp hạng	Quốc gia	Lãi suất (%)	
		2024	2025
1	Trung Quốc	3,1	2,7
2	Bangladesh	10,5	10
3	Việt Nam	4,5	4
4	Ấn Độ	6,5	6
5	Đức	3,15	2,15
6	Nhật Bản	0,25	0,4
7	Thổ Nhĩ Kỳ	45	30
8	Mỹ	4,5	4,0
9	Canada	3,25	2,5
10	Mexico	10	5,5

Nguồn: [tradingeconomics.com](http://tradingeconomics.com)



# TỰ HÀO NĂM 2024 VỮNG TIN BƯỚC VÀO 2025

Bài: **TS. NGUYỄN ĐỨC KIÊN**

Đại biểu Quốc hội khóa XII, XIII, XIV  
Nguyên Tổng trưởng Tổ tư vấn kinh tế của Thủ tướng

**THS. ĐOÀN NGỌC KHANH**  
Viện Chiến lược phát triển kinh tế số



Năm 2024 đã qua đi với nhiều cảm xúc vui, buồn lẫn lộn. Chưa có năm nào công tác đấu tranh phòng chống tiêu cực trong bộ máy nhà nước lại diễn ra quyết liệt và nhận được sự đồng thuận của người dân, xã hội như năm nay. Bên cạnh đó, sự ra đi của cố Tổng bí thư Nguyễn Phú Trọng, một tấm gương sáng về đạo đức cách mạng cũng đã gây nhiều quan ngại trong dư luận xã hội và bạn bè quốc tế về việc tiếp tục con đường cải cách mà Đảng đã vạch ra. Nhưng trong gian khó, sự đoàn kết nhất trí của tập thể lãnh đạo đã được thể hiện rõ trong việc chọn người kế tục công cuộc đổi mới đã được đặt ra tại Đại hội Đảng toàn quốc lần thứ XIII.

## GỠ ĐIỂM NGHỀN THỂ CHẾ TẠO BƯỚC ĐÀ MỚI

Ngay khi vừa mới đảm nhiệm cương vị người đứng đầu Đảng Cộng sản Việt Nam, Tổng bí thư Tô Lâm đã cùng tập thể Bộ Chính trị và Ban chấp hành Trung ương xác định khâu đột phá triển khai cuộc đổi mới toàn diện tổ chức bộ máy chính trị và tổ chức bộ máy nhà nước theo hướng tinh gọn, giảm đầu mối. Cùng với đó, xác định hướng đi trong kỳ nguyên mới của đất nước và dân tộc, để tiếp tục phấn đấu hoàn thành thắng lợi các mục tiêu mà Đảng đã đặt ra sau 100 năm thành lập Đảng và 100 năm nhà nước công nông. Những công việc này được thực hiện rất kịp thời, trong bối cảnh kinh tế quốc tế có nhiều biến động do ảnh hưởng từ các quyết định chính trị của các nước lớn, gây thêm nhiều khó khăn và bất định cho nền kinh tế mở của Việt Nam.



Giữa bối cảnh bộn bề đó, Chính phủ đã kiên trì thực hiện các mục tiêu đã đề ra, chọn bước đột phá là “Đầu tư công dẫn dắt đầu tư tư”. Nhờ vậy, ngay trong quá trình xây dựng, các dự án đầu tư công đã từng bước phát huy được hiệu quả, thu hút được các nhà đầu tư của các thành phần kinh tế khác tham gia vào phát triển sản xuất. Nhờ có động lực hiệu quả là đầu tư công, năm 2024 tăng trưởng kinh tế của Việt Nam đạt khoảng 7,1%, vượt xa mức dự báo ban đầu là 6 - 6,5%. Việc triển khai xây dựng và đưa vào vận hành mạch 3 đường dây 500 KV từ Quảng Trạch, Quảng Bình đến Phố Nối, Hưng Yên trong một thời gian

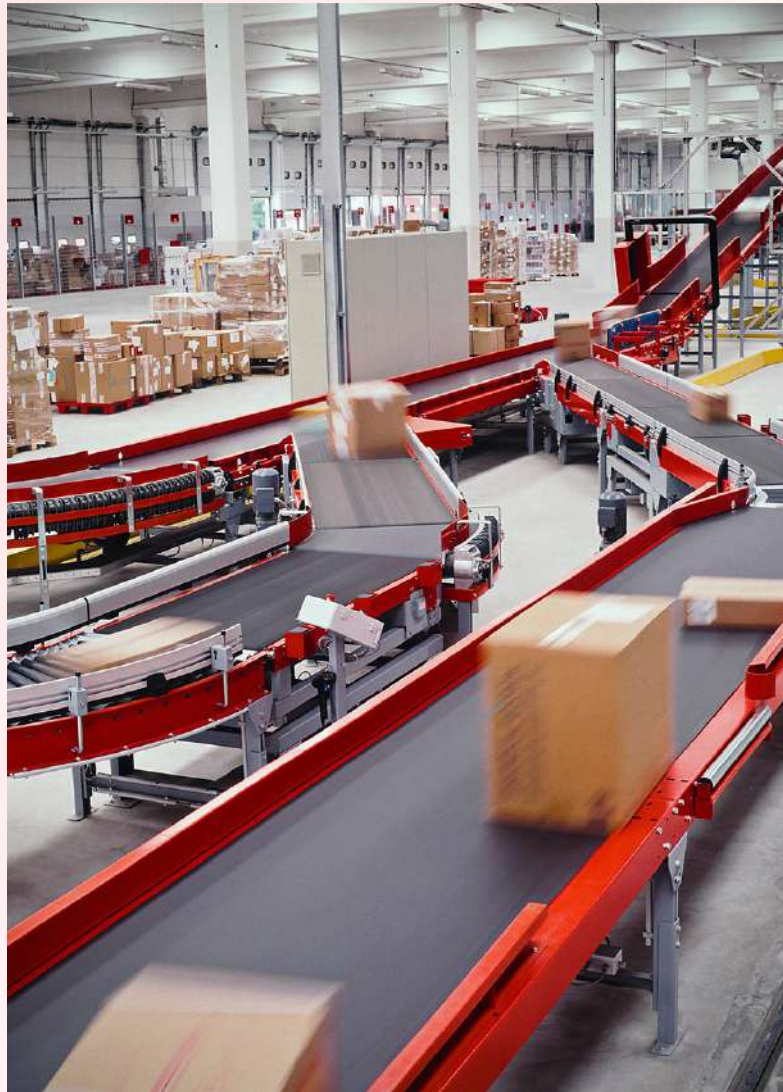
ngắn kỷ lục chỉ 7 tháng, với tổng mức đầu tư gần 1 tỷ USD, là một điểm nhấn trong việc triển khai thực hiện đầu tư công. Điều này cho thấy, nếu kịp thời tháo gỡ những điểm nghẽn về thể chế và tổ chức bộ máy, thì với nguồn lực hiện có nằm ở cả khu vực nhà nước và tư nhân, chúng ta hoàn toàn có khả năng triển khai nhanh các công trình trọng điểm để tạo động lực bứt tốc cho nền kinh tế.

Cùng với sự thay đổi nhận thức và chuyển biến hành động của khối nhà nước, khối doanh nghiệp tư nhân trong nước cũng đã có những chuyển biến tích cực. Điển hình trong lĩnh



vực dệt may, khi tình hình chính trị ở Bangladesh, Myanmar bất ổn, các doanh nghiệp dệt may trong nước đã chủ động thay đổi phương thức tiếp cận bán hàng nên đã có được nhiều đơn hàng để sản xuất đến vụ hè năm 2025. Chính nhờ có những hoạt động năng động như vậy đã góp phần giữ được việc làm, ổn định được thu nhập của người lao động, góp phần ổn định xã hội.

Sang năm 2025, việc hoàn thiện tổ chức bộ máy nhà nước sẽ tạo bước đà mới cho kinh tế xã hội Việt Nam phát triển. Theo đó, đổi mới bộ máy quản lý nhà nước được thực hiện với phương pháp hoàn toàn mới, không chỉ đồng bộ mà còn quyết liệt, làm từ trên xuống, Trung ương làm trước, địa phương làm theo. Triển khai thực hiện Nghị quyết theo phương thức này vừa rút ngắn được thời gian, vừa có mô hình thực tế để các ngành, địa phương học tập, tránh tình trạng vì sợ ảnh hưởng đến quyền lợi mà một số tổ chức, cá nhân họp bàn chỉ nêu khó khăn mà không nêu phương án thực hiện.



### MỤC TIÊU CAO CẦN ĐỘT PHÁ LỚN

Kết quả 15/15 chỉ tiêu phát triển kinh tế xã hội của năm 2024 hoàn thành đạt và vượt mục tiêu đề ra là tiền đề rất quan trọng để chúng ta vững tin bước vào năm 2025. Để tốc độ tăng trưởng kinh tế của cả kế hoạch 5 năm (2021-2025) tiệm cận được mục tiêu đề ra, thì kết quả phần đầu cho năm 2025 cũng ở mức rất cao, khoảng 8%. Với mục tiêu cao như vậy, chúng ta cần tập trung vào một số điểm đột phá lớn.

Thứ nhất, kiên quyết thực hiện tái cơ cấu nền kinh tế, để kinh tế Việt Nam sau năm 2030 phát triển bền vững dựa trên nguồn

nội lực. Trong những năm vừa qua, mặc dù tốc độ tăng trưởng đều đạt khá so với các nước trong khu vực, nhưng chủ yếu vẫn dựa vào khối doanh nghiệp FDI (hơn 70% kim ngạch xuất khẩu đến từ các doanh nghiệp FDI), số lượng doanh nghiệp Việt Nam tham gia sâu vào chuỗi cung ứng toàn cầu là rất ít. Ví dụ, đối với Samsung là đơn vị chiếm tới khoảng 20% tổng kim ngạch xuất khẩu cả nước, nhưng số lượng các doanh nghiệp Việt Nam tham gia được vào trong chuỗi là rất ít. Theo danh sách do Samsung công bố năm 2023, Samsung Electronic có 103 nhà cung cấp cốt lõi trên toàn thế giới, thì chỉ có 27 nhà cung cấp có cơ sở sản xuất tại Việt Nam. Khi nhìn số doanh nghiệp này mới

đáng giật mình: 23 doanh nghiệp Hàn Quốc, 2 doanh nghiệp Nhật Bản và 2 doanh nghiệp Trung Quốc. Như vậy, không có bất kỳ doanh nghiệp Việt Nam nào nằm trong chuỗi cung ứng cốt lõi của Samsung Electronic. Các công ty Việt Nam chỉ có thể cung ứng được trong lĩnh vực in bao bì, linh kiện nhựa. Có thể thấy doanh nghiệp Việt Nam về cơ bản chỉ tham gia được ở vòng ngoài trong chuỗi cung ứng. Nếu không tiến hành tái cơ cấu quyết liệt thì doanh nghiệp Việt Nam sẽ tiếp tục vắng mặt trong các công đoạn lõi của chuỗi cung ứng công nghiệp trên thế giới, nền kinh tế Việt Nam chỉ là phần mở rộng của chuỗi sản xuất công nghiệp Trung Quốc, Nhật Bản và Hàn



Quốc chứ không thể là một đối tác bình đẳng, độc lập.

Rõ ràng với mô hình hiện tại, giới hạn cận trên của nền kinh tế đã hình thành, Việt Nam rất khó để vượt qua bẫy thu nhập trung bình. Nghiên cứu mô hình tăng trưởng của các quốc gia có liên kết chặt chẽ với nền kinh tế Việt Nam như Nhật Bản, Trung Quốc, Hàn Quốc, thì con đường khả thi nhất mà Việt Nam có thể lựa chọn là xây dựng các doanh nghiệp lớn được Nhà nước hỗ trợ tối đa trong phạm vi các cam kết quốc tế, để thực hiện mục tiêu phát triển của đất nước.

Cần xây dựng một chiến lược phát triển gián tiếp đối với các doanh nghiệp, như nếu cam kết thực hiện đầu tư phát triển các ngành công nghiệp mũi nhọn theo định hướng của Nhà nước thì sẽ được giao triển khai xây dựng một số mảng cơ sở hạ tầng và phát triển đô thị, để từ đó doanh nghiệp Việt Nam có đủ vốn tự mình đầu tư vào các ngành và lĩnh vực Chính phủ mong muốn. Ví dụ: để thực hiện chuyển đổi số trong sản xuất công nghiệp, cần hỗ trợ doanh nghiệp ngành dệt may trong việc đào tạo tay nghề, sử dụng năng lượng tái tạo, được giao đất tại các khu công nghiệp, sau đó họ có đủ nguồn lực để đầu tư quá

trình tự động hóa, chuyển đổi số ở các khâu quản trị doanh nghiệp, sợi, dệt và nhuộm.

Thứ hai, trên cơ sở định hướng phát triển phải tiến hành rà soát và sửa đổi, bổ sung các luật có liên quan để tạo ra môi trường thông thoáng cho các doanh nghiệp triển khai thực hiện. Cần tôn trọng ý kiến của cơ sở trong quá trình xử lý các vướng mắc về thủ tục hành chính, pháp lý và bảo vệ cán bộ. Nên thực hiện nguyên tắc Chính phủ chỉ đề ra các mục tiêu mà nền kinh tế phải đạt được, còn làm như thế nào để đạt được mục tiêu đó là nhiệm vụ của doanh nghiệp, tránh tình trạng chính quyền can thiệp quá sâu vào việc quản trị doanh nghiệp, không hài hòa lợi ích của Nhà nước, lợi ích của chủ đầu tư và lợi ích của xã hội.

Thứ ba, chuẩn bị thật tốt các điều kiện để sớm khởi công các công trình trọng điểm quốc gia về đường sắt, nhất là tuyến Lào Cai - Hà Nội - Hải Phòng, Lạng Sơn - Hà Nội và Hải Phòng - Móng Cái để có thể triển khai được ngay trong năm 2025, theo mô hình chúng ta đã triển khai thành công tại mạch 3 đường dây 500 KV từ Quảng Bình ra Hưng Yên. Cần tạo điều kiện tối đa để khoản đầu tư từ ngân sách nhà nước cho ngành

đường sắt (khoảng 140 tỷ USD trong 15 năm) trở thành động lực quan trọng để các doanh nghiệp Việt Nam có thể tham gia sâu vào công đoạn cốt lõi của chuỗi sản xuất công nghiệp trên thế giới. Trong quá trình triển khai, phải lưu ý hài hòa lợi ích các bên, tránh tình trạng cơ quan quản lý nhà nước ôm đồm nhưng không làm được việc, trở thành lực cản cho quá trình phát triển.

Nếu thực hiện tốt một số gợi ý nêu trên trong năm 2025, chúng ta có thể vững bước vào kỷ nguyên mới, kỷ nguyên dân tộc phát triển nhanh, bền vững, đảm bảo độc lập tự chủ, đưa nước ta sớm trở thành quốc gia công nghiệp, có thu nhập cao vào năm 2045. □



# DỆT MAY VIỆT NAM VỮNG BƯỚC vào kỷ nguyên mới

Bài : QUANG NAM (thực hiện)

Theo chủ trương chung của đất nước khi bước vào kỷ nguyên mới, ngành dệt may sẽ có nhiều cơ hội và triển vọng cho phát triển. Do đó, đây cũng là thời điểm các DN cần có sự chuyển đổi mạnh mẽ trong sản xuất, hướng tới các mặt hàng giá trị gia tăng cao để tạo ra giá trị cho DN. Từ đó, xây dựng vị thế và triển vọng cho toàn ngành trong giai đoạn tới.

Xoay quanh những nhận định về nền kinh tế năm 2025 và triển vọng của ngành Dệt May Việt Nam, PV Đặc san Dệt May và Thời trang Việt Nam đã có trao đổi với chuyên gia kinh tế Phạm Chi Lan.

## KỶ VỌNG 2025

**Theo nhận định của bà, việc Chính phủ đặt mục tiêu tăng trưởng kinh tế 8% cho năm 2025 liệu có khả thi?**

Tôi cho rằng, lâu nay một trong những điểm nghẽn của nền kinh tế là môi trường kinh doanh chậm được cải thiện, kể cả của hệ thống các cơ quan nhà nước. Các DN phải chờ đợi lâu để xin giấy phép, xin ý kiến của nhiều bộ ngành khác nhau và ngay cả ở địa phương cũng xảy ra tình trạng này. Điều này dẫn tới số lượng DN ngừng hoạt động trong năm 2023 và 2024 là rất cao, tương đương với khoảng 90% số DN mới thành lập. Với những DN mới đăng ký, phần lớn đều chưa thể hoạt động ngay, thậm chí chưa có thị trường, điều này khiến cho tăng trưởng kinh tế bị sụt giảm trong mấy năm qua. Nguyên nhân chính của DN khi đóng cửa ngừng hoạt động phần lớn đều có nguyên nhân từ môi trường kinh doanh. Các quyết định về đầu tư mới thường bị chậm trễ, DN không thể chờ đợi

khi quyết định đầu tư theo các yêu cầu của thị trường như xanh hóa... từ chính yêu cầu của người tiêu dùng và nhà nhập khẩu hàng. Thậm chí, các DN hiện nay cần phải tuân thủ và xây dựng các chuẩn mực về ESG (môi trường- trách nhiệm xã hội- quản trị minh bạch). Những yêu cầu này, đòi hỏi các khoản đầu tư mới của DN vào con người, đào tạo lao động, thiết bị và công nghệ mới. Thậm chí, cần tới các chuyên gia trong nước và nước ngoài để tham vấn. Do đó, khi các hoạt động đầu tư lờ nhịp, các DN bị mất cơ hội thị trường thì điều tất yếu là các DN sẽ phải ngừng hoạt động.

Cùng với đó, sức mua ở thị trường toàn cầu giảm xuống rất rõ. Những năm qua,



Bà Phạm Chi Lan

Ngân hàng Thế giới (World Bank), Quỹ Tiền tệ Quốc tế (IMF) hay Tổ chức Thương mại Thế giới (WTO) đều đánh giá thị trường có tốc độ giảm sút mạnh. Nếu như trước đây, tốc độ thương mại thường cao hơn tốc độ tăng trưởng GDP trên thị trường toàn cầu, điều này tạo ra cơ hội nhất là cho các quốc gia xuất khẩu. Nhưng sau dịch Covid-19, đến nay sức mua trên thị trường vẫn chưa phục hồi so với trước đại dịch, năm 2024 một vài thị trường lớn như Mỹ mới dần hồi phục, nhất là vào nửa cuối năm. Ngay cả thị trường châu Âu, Nhật Bản cũng có sự phục hồi chậm. Điều này, gây ra ảnh hưởng ngay lập tức đến các ngành xuất khẩu của Việt Nam. Hơn nữa, 2 năm vừa qua, trong các báo cáo hàng năm của các chuyên gia, các nhóm nghiên cứu khác nhau đều đánh giá động lực tăng trưởng của nền kinh tế đạt 5-6% chủ yếu là động lực của FDI và đầu tư công. Còn động lực thứ 3 của nước ta là tiêu dùng nội địa thì mấy năm vừa rồi đều thấp, tới năm 2024 vẫn chưa đạt trở lại mức trước dịch Covid-19.

Với năm 2025, nhiều DN vẫn còn e ngại khi thị trường chưa hồi phục, nhưng tôi cho rằng, năm nay sẽ có triển vọng tốt hơn cho nền kinh tế Việt Nam. Một là, thị trường ở trên toàn cầu đang có xu hướng khôi phục tốt hơn, những tác động từ các cuộc chiến tranh Nga-Ukraine, chiến tranh ở Trung Đông đang có triển vọng về hòa bình. Cùng với đó, tiêu dùng toàn cầu đang có xu hướng tốt lên, với các nền kinh tế lớn như Châu Âu, Mỹ, khi tân Tổng

thống Donald Trump nhậm chức vào tháng 1/2025, với quan điểm "nước Mỹ trên hết" thì có thể tân Tổng thống sẽ dẫn dắt nền kinh tế Mỹ phục hồi và phát triển nhanh hơn.

Tại Việt Nam, Bộ Chính trị, Tổng Bí thư đều đưa ra những đường hướng mới và thể hiện rõ quyết tâm rất lớn về cải thiện nền kinh tế, trước hết là bằng thể chế. Tổng Bí thư Tô Lâm đã từng phát biểu "Thể chế là điểm nghẽn của điểm nghẽn", do đó với sự quyết tâm cao độ từ Trung ương tới địa phương về việc thúc đẩy cải thiện thể chế, cải thiện môi trường kinh doanh và cải thiện bộ máy thì chúng ta có thể hi vọng năm 2025, nền kinh tế sẽ có nhiều khởi sắc. Ngay từ cuối năm 2024 và đầu năm 2025, Việt Nam đã có một cuộc "cách mạng" về tinh gọn bộ máy để hiệu năng, hiệu quả, hiệu lực. Nếu như, bộ máy nhà nước thực sự được tinh gọn, thì gần như ngay lập tức môi trường kinh doanh được cải thiện, các DN được gỡ khó thì nền kinh tế năm 2025 được kỳ vọng sẽ bật lên. Tôi tin rằng, năm 2025 cũng là năm kết thúc của nhiệm kỳ 2020 - 2025, với những khó khăn do ảnh hưởng của dịch Covid-19 và những nhân tố không thuận lợi trên thị trường toàn cầu, do đó với sự quyết tâm và quyết liệt của đồng chí Tổng Bí thư, việc sắp xếp lại bộ máy phải thực hiện trong quý 1/2025 thì chúng ta sẽ có đủ thời gian để hoàn thành thắng lợi nền kinh tế năm 2025, làm tiền đề cho nhiệm kỳ 2025 - 2030.

**Theo bà, nền kinh tế Việt Nam còn phải đối mặt với những thách thức nào đang tiềm ẩn và đâu là nút thắt cần tháo gỡ?**

Theo tôi, nỗi lo lớn nhất của các DN hiện nay, kể cả vận hành trên thị trường nội địa hay thị trường toàn cầu đó là sự cạnh tranh của Trung Quốc. Các DN tại quốc gia này có sự vượt lên mạnh mẽ, bài bản, nhất là các kênh bán hàng vô cùng hiệu quả. Tôi có thể ví dụ như Temu đang rậm rịch vào thị trường Việt Nam cũng đẩy lên nỗi lo rất lớn cho thị trường trong nước. Thậm chí, cả Mỹ, châu Âu, Thái Lan... các nền kinh tế này cũng đã đặt ra các "cảnh báo" về thương mại điện tử của Trung Quốc. Tại Mỹ, quốc gia này đã bắt đầu đưa ra chính sách bãi bỏ quy định miễn thuế cho những mặt hàng, lô hàng có giá trị nhỏ (quy định De minimis). Tôi cho rằng, với Việt Nam có thể cũng cần phải xem xét lại và đã có ý kiến đề xuất về vấn đề này tại kỳ họp Quốc hội vừa rồi. Theo thống kê hàng năm, Việt Nam đang nhập vài tỷ đô la hàng từ Trung Quốc hưởng theo quy chế của thương mại điện tử không bị áp thuế. Ngoài rẻ hơn về giá cả, chất lượng tốt, giao hàng nhanh, chi phí giao hàng thấp so với Việt

“  
Nếu như bộ máy nhà nước thực sự được tinh gọn, thì gần như ngay lập tức môi trường kinh doanh được cải thiện, các DN được gỡ khó thì nền kinh tế năm 2025 được kỳ vọng sẽ bật lên.  
”



Nam, thậm chí nhiều đơn hàng còn miễn phí vận chuyển với giá trị đơn hàng chỉ vài chục nghìn. Tôi đã đi khảo sát tại TP. HCM, nhiều tiểu thương tại các chợ truyền thống có xu hướng đóng sập hàng vì khó cạnh tranh. Điều này cũng dẫn tới các DN vừa và nhỏ mất đi một kênh phân phối, trong khi tiềm lực cho thương mại điện tử của nhóm DN này còn tương đối hạn chế. Ngoài Trung Quốc, các DN của Thái Lan ngày càng xuất hiện nhiều ở Việt Nam thông qua các thương vụ M&A. Sau khi thu tóm DN nội địa, các DN của Thái Lan bắt đầu mở rộng thị phần, thị trường, phân phối, họ làm lạnh lẽ nhưng hiệu quả bởi hàng hóa của Thái Lan có độ tin cậy cao hơn, có nhiều sản phẩm tương tự với Việt Nam, nhất là trong ngành thực phẩm. Cũng nói thêm là các thị trường bên ngoài ngày càng khó tính hơn. Liên minh châu Âu (EU) đưa ra rất nhiều tiêu chuẩn mới về Xanh hóa, nguồn gốc sản phẩm, quy trình sản xuất, bao bì đóng gói, thậm chí là yêu cầu về năng lượng tái tạo.

Nhưng với kỳ vọng về đổi mới, quyết tâm và sự đồng thuận cao của Trung ương, năm 2025 chúng ta sẽ có sự thay đổi rõ nét. Điều này sẽ giúp cho các DN hoạt động tốt hơn, bởi khu vực này sẽ quyết định cho tăng trưởng kinh tế, cho thu nhập của người lao động, cũng như tăng sức mua trên thị trường.

### CẦN XÁC ĐỊNH VAI TRÒ, VỊ TRÍ CỦA DỆT MAY TRONG NỀN KINH TẾ

**Ngành Dệt May Việt Nam năm 2024 cán mốc xuất khẩu gần 44 tỷ USD, tăng khoảng 10% so với năm 2023. Tuy nhiên, tổng cầu dệt may thế giới vẫn thấp hơn khoảng 8% so với 2022. Theo bà, chúng ta nên chuẩn bị gì cho những kịch bản xấu nhất của thị trường?**

Tôi nghĩ, riêng đối với ngành dệt may thì thách thức lớn nhất cần phải tính đến, không phải chỉ của năm tới, mà cần định vị cho tương lai lâu dài. Hiện nay, xu hướng tiêu dùng thay đổi liên tục, từ vật liệu đầu vào cho đến mức độ tiêu dùng của giới trẻ, nhất là thế hệ GenZ, bởi đây là nhóm tuổi quyết định rất lớn về xu hướng tiêu dùng. Thế hệ này có xu hướng sống đơn giản hóa, thậm chí nhiều người theo phương châm tối giản, sẵn sàng trao đổi quần áo cũ với nhau khi các sản phẩm hết tính thời trang của mùa vụ. Mặt khác, thế giới đang bước vào thời kỳ già hóa dân số, cần quan tâm tới thị trường của nhóm tuổi này. Có thể khả năng tiêu dùng của nhóm tuổi người già thấp, nhưng mức chi trả của nhóm tuổi này cao hơn. Đó có thể là một thị trường ngách lớn mà lâu nay nhiều DN dệt may còn đang bỏ ngỏ.



Còn về thị trường, đối với thị trường Mỹ cần phải tính toán để có thể hợp tác với các DN ở quốc gia này về phần cung cấp đầu vào, ví dụ như nhập bông, sợi... tận dụng được sự đồng tình của Hiệp hội Dệt May Hoa Kỳ (TSA) - bởi đây là tổ chức có tiếng nói tại quốc gia này, và nếu tân Tổng thống Donald Trump có thể đe dọa đánh thuế với các mặt hàng xuất khẩu sang Mỹ, thì chúng ta có thể được coi là đối tác quan trọng của TSA.

Trong cuộc chiến tranh thương mại Mỹ- Trung trước đây, các nghiên cứu đều công nhận Việt Nam được hưởng lợi khi có sự dịch chuyển đơn hàng từ Trung Quốc sang Việt Nam. Tuy nhiên, nếu như chiến tranh thương mại có quay trở lại dưới thời của Tổng thống Donald Trump, thì Việt Nam cần đề phòng chính là các DN Trung Quốc dịch chuyển sản xuất sang Việt Nam, và điều tôi lo ngại chính là Mỹ có thể coi là Việt Nam là "đồng phạm" khi sản xuất đơn hàng cho Trung Quốc từ Việt Nam tránh thuế. Điều này có thể gây ra sự trừng phạt của "Nhà Trắng" với ngành Dệt May Việt Nam.

**Với xuất khẩu dệt may, Việt Nam là một trong những đối tác lớn nhất xuất khẩu vào thị trường này, tuy nhiên các chính sách của Hoa Kỳ gần đây có nhiều bất lợi với các DN xuất khẩu, khi kiểm tra nguồn gốc lô hàng ngày càng khắt khe hơn. Vậy theo bà, các DN dệt may tại Việt Nam cần phải lên kịch bản thế nào nếu như các chính sách bảo hộ mới của Donald Trump có thể siết chặt hơn?**

Theo tôi, cần phải minh bạch, ngay từ khâu quản trị, áp dụng ESG trong hệ thống quản trị, từ những nguyên liệu đầu cho tới sản phẩm đầu ra. Hiện, các cơ quan hữu quan, hải quan hay các nhà nhập khẩu

họ cũng đã xây dựng các hệ thống để theo dõi được quy trình của sản phẩm. Do đó, khi các lô hàng bị kiểm tra, thì việc áp dụng ESG trong sản xuất, các DN có thể chứng minh được ngay về nguồn gốc lô hàng, tránh các rủi ro đáng tiếc xảy ra. Tuy nhiên, các DN cũng cần phải xem xét kỹ lưỡng về tỷ lệ nội địa hóa trong chuỗi cung ứng để được hưởng ưu đãi từ thuế suất. Với Mỹ có thể cân nhắc nhập khẩu vải từ các nước có FTA với Mỹ ví dụ như Hàn Quốc, để minh bạch tối đa trong sản xuất. Đồng thời, tìm hiểu kỹ các đối tác, nguồn gốc rõ ràng nguyên phụ liệu, yêu cầu đầy đủ các chứng từ trước khi bắt đầu sản xuất.

### CẦN CƠ CHẾ “NUÔI DƯỠNG DOANH NGHIỆP TRONG KHỦNG HOẢNG”

**Thị trường chạm đáy, các DN dệt may nhất là DN sợi gặp khó khăn về nguồn vốn, dòng tiền, thậm chí sản xuất liên tục lỗ để duy trì việc làm cho NLĐ. Tuy nhiên, các tổ chức tín dụng không nơi bố trí nguồn vốn và dòng tiền. Theo bà, vai trò của Ngân hàng Nhà nước thế nào để hỗ trợ các DN gặp khó khăn?**

Ngân hàng Nhà nước là cơ quan quản lý đưa ra chính sách về tiền tệ, nhưng vấn đề cần phải có những chính sách khác liên quan từ Chính phủ. Cần phải có hoạch định rõ ràng, nếu vẫn coi trọng dệt may là một ngành kinh tế mũi nhọn, có đóng góp quan trọng cho kinh tế, xã hội. Tôi cho rằng, ngành dệt may cần thể hiện rõ với Nhà nước về tầm quan trọng, vị trí của ngành và tương lai của ngành. Nếu như chiến lược của Việt Nam vẫn quyết tâm giữ ngành dệt may là một ngành kinh tế chủ lực, thì Nhà nước phải có những chính sách quan trọng để giúp cho ngành

duy trì, nhất là khi có những thời điểm nhất định cần tập trung để cho các DN trong ngành vượt lên, ví dụ như: các điều kiện về tín dụng, giảm thuế, giảm lãi tín dụng. Tất nhiên các ngân hàng thương mại đều vận hành trên cơ sở rủi ro, nguyên tắc của mỗi đơn vị, nhưng ở đây cần đến vai trò của Nhà nước với những chỉ đạo, chỉ dẫn, chứ không phải cứ giảm thuế, giảm lãi chung cho các ngành như nhau.

Có thể cần có cơ chế “nuôi dưỡng doanh nghiệp trong khủng hoảng”, ví dụ tại Mỹ cuộc khủng hoảng tài chính tiền tệ năm 2008 đã ảnh hưởng rất lớn tới ngành ô tô của nước này, Mỹ đã hỗ trợ hàng tỷ đô la cho các DN lớn giúp DN vượt qua khủng hoảng. Ở đây cũng có thể áp dụng với dệt may trong giai đoạn hiện nay, nhất là đối với các DN ngành nguyên phụ liệu như ngành sợi.

Tôi vẫn nói rằng, Việt Nam rất cần công nghệ cao, nhưng đồng thời Việt Nam cũng cần những ngành khác để nuôi vài chục triệu người lao động. Hiện lao động ở Việt Nam khoảng 56 triệu lao động và tương lai mức độ tăng trưởng lao động có thể thấp đi, nhưng vẫn ở ngưỡng 60 triệu lao động. Dệt may vẫn còn nhiều dư địa để phát triển, do đó đây vẫn có thể là ngành giải bài toán việc làm cho lao động trong nước.

**Bà nhận định thế nào về vai trò của DN dệt may trong nguyên mới của đất nước, và tương lai có còn giữ vị thế ngành xuất khẩu chủ lực của cả nước hay không?**

Tôi tin kỳ nguyên mới Việt Nam sẽ có rất nhiều điều mới và ngành dệt may sẽ có sự “lột xác” của riêng mình, đó là nhà máy xanh, dây chuyền hiện đại, công nghệ mới đưa vào sản xuất, xây dựng đội ngũ thiết kế- thời trang... tạo ra giá trị gia tăng cao hơn cho ngành. Hơn hết, người Việt Nam vốn dĩ có nhiều tài năng trong lĩnh vực này, nhờ vào khả năng đổi mới, sáng tạo, cũng như nâng cấp kỹ năng tay nghề. Tôi tin rằng, theo chủ trương chung của đất nước khi bước vào kỷ nguyên mới, ngành dệt may sẽ có khởi sắc và triển vọng cho phát triển. Tiếp nối truyền thống từ khi đất nước mở cửa, ngành dệt may từ chỗ là ngành phục vụ nhu cầu trong nước, đã vươn lên đưa Việt Nam trở thành cường quốc về xuất khẩu dệt may, đặc biệt là vào các thị trường khó tính. Do đó, trong thời gian tới, ngành Dệt May Việt Nam cần viết tiếp truyền thống tự hào, với bề dày phát triển để tiếp tục là một trong những ngành kinh tế trọng điểm của Việt Nam. □

**Trân trọng cảm ơn bà!**

# Vai trò nội lực CỦA TẬP ĐOÀN DỆT MAY VIỆT NAM trong kỷ nguyên mới

(Cảm nhận về hành trình 30 năm xây dựng và phát triển của Vinatex)

Bài: TS. TRẦN VĂN



Ông bà nội tôi gốc ở thành phố Nam Định nên trong gia đình có nhiều người làm ở Nhà máy Dệt Nam Định từ thời Pháp thuộc. Cô ruột tôi là bà Trần Thị Thanh Ngân, nguyên Phó Giám đốc Nhà máy Len Xuất khẩu ở Hà Nội, sau giải phóng miền Nam 1975 làm Giám đốc Công ty Dệt Đông Nam ở thành phố Hồ Chí Minh. Vốn trưởng thành từ công nhân Nhà máy Dệt Nam Định những năm 1950, sau khi tốt nghiệp lớp bổ túc văn hóa đặc biệt (gọi là khóa đặc biệt vì chỉ dạy các

môn toán, lý, hóa, văn cho công nhân giỏi, xuất sắc được chọn lọc) trong các năm 1959 - 1961 tại Trường nghiệp vụ Bộ Công nghiệp nhẹ ở bãi Phúc Xá, Hà Nội thời Bộ trưởng Kha Vọng Cân, bà thi đậu đi Liên Xô học kỹ sư dệt tại Trường Đại học Dệt Moscow, Liên bang Nga từ năm 1962 - 1967 rồi về làm trong ngành dệt may cho đến khi nghỉ hưu.

Thế hệ của bà sản sinh ra nhiều nữ lãnh đạo các doanh nghiệp dệt may lớn của cả nước. Các bà nổi tiếng với những kỳ tích trong

sản xuất, kinh doanh cả trong thời kinh tế kế hoạch hóa tập trung, cả trong thời kỳ đổi mới. Nhiều người trở thành Chiến sĩ Thi đua toàn quốc, Anh hùng Lao động như bà Thanh Ngân nhà tôi, bà Trần Thị Đường, bà Cù Thị Hậu, bà Đào Thị Hào, bà Nguyễn Thị Tâm... Các bà rất thân nhau và hay gặp gỡ, thăm hỏi nhau mỗi khi có điều kiện, nhất là vào ngày truyền thống ngành Vinatex. Đến bây giờ, đã gần 90 tuổi nhưng bà vẫn minh mẫn và tự hào về cả cuộc đời gắn bó với ngành Dệt May Việt Nam.

“

Thế hệ của bà sản sinh ra nhiều nữ lãnh đạo các doanh nghiệp dệt may lớn của cả nước. Các bà nổi tiếng với những kỳ tích trong sản xuất, kinh doanh cả trong thời kinh tế kế hoạch hóa tập trung, cả trong thời kỳ đổi mới. Nhiều người trở thành Chiến sĩ Thi đua toàn quốc, Anh hùng Lao động như bà Thanh Ngân nhà tôi, bà Trần Thị Đường, bà Cù Thị Hậu, bà Đào Thị Hào, bà Nguyễn Thị Tâm...

”



TS. TRẦN VĂN

Nhờ những câu chuyện của cô tôi những năm 1980 khi Vinatex chưa thành lập mà tôi hiểu được phần nào những khó khăn mà các DN dệt may Vinatex đã trải qua để có ngày hôm nay. Bà đã từng lo lắng, chờ đợi từng chuyến bong nhập khẩu để kéo sợi, từng chuyến xe tải chở sợi ra các nhà máy dệt phía Bắc, rồi lo từng tấn dầu diesel để phát điện, rồi giải quyết sự cố hỏng hóc, sửa chữa máy móc trong khi không có phụ tùng thay thế... Ngày đó, bà Thanh Ngân nổi tiếng nhờ kéo sợi đổi bong với Liên Xô cho toàn ngành dệt, cải tiến máy kéo sợi bông sang kéo sợi polyester để dệt vải ka-tê... Ở giai đoạn đó, làm lãnh đạo quả là thật vất vả, “trăm công, nghìn việc”, tất bật lo cho nhà máy, lo cho công nhân không kể đêm hôm, ngày nghỉ, tất cả là viết tay, chỉ đạo miệng tận nơi, làm gì đã có máy tính, điện thoại di động, xe hơi đi lại như bây giờ.



Đến nay, Tập đoàn Dệt May Việt Nam (Vinatex) đã có hàng chục thương hiệu đạt thương hiệu quốc gia Việt Nam như: Viettien (Tổng Công ty May Việt Tiến), Merriman (Tổng Công ty Cổ phần Dệt may Hòa Thọ), Mattana & Novelty (Tổng Công ty May Nhà Bè), May10 Series, May10 Suits

& Eternity GrusZ (Tổng Công ty May 10-CTCP), Mollis (Tổng Công ty Cổ phần Phong Phú)...

Chủ tịch HĐQT Vinatex Lê Tiến Trường thường kể cho chúng tôi những áp lực cạnh tranh khùng khiếp mà ngành dệt may phải vượt qua để tồn tại và tiếp tục phát triển mà chủ yếu là cạnh tranh trên thị trường thế giới thì thị trường nội địa chỉ chiếm một tỷ trọng nhỏ so với năng lực sản xuất của ngành Dệt May Việt Nam. Có lẽ, Vinatex cũng là doanh nghiệp đi đầu trong hội nhập kinh tế quốc tế bởi vì để có được thị trường xuất khẩu, mà chủ yếu lại là những thị trường cao cấp, đòi hỏi rất cao về mẫu mã, chất lượng, ngành dệt may đã phải đáp ứng hàng loạt những yêu cầu khắt khe nhất về giá cả, yêu cầu giao hàng nhanh, điều kiện lao động, môi trường, xử lý chất thải, sử dụng năng lượng tiết kiệm, hiệu quả, năng lượng xanh, thu hồi, tái chế,... chưa kể đến các hàng rào thuế quan, hàng rào kỹ thuật khác của nước nhập khẩu.

Để tồn tại, cạnh tranh và phát triển, Vinatex không ngừng đổi mới công nghệ, trang thiết bị, hợp lý hóa quy trình sản xuất, quản trị doanh nghiệp là việc làm thường xuyên của bất kỳ doanh nghiệp dệt may nào. Vinatex đã làm mọi cách để tiết kiệm từng xu (cent) trong đơn giá sản phẩm trong môi trường cạnh tranh sống còn toàn cầu, từ tự động hóa tiến tới chuyển đổi số, ứng dụng robot, trí tuệ nhân tạo AI trong sản xuất và quản trị doanh nghiệp... đến cả việc cho công nhân sử dụng xe điện để di chuyển trong xưởng,...

Một yếu tố quan trọng nữa trong sự phát triển bền vững của Tập đoàn chính là chất lượng nguồn nhân lực. Đây là vấn đề ngành luôn đặc biệt quan tâm, không



chỉ với việc đào tạo kỹ sư, quản lý chuyên ngành, công nhân lao động lành nghề mà còn chăm lo chu đáo tới an sinh phúc lợi, nghỉ ngơi, khám chữa bệnh, nhất là bệnh nghề nghiệp cho người lao động bằng các quỹ trích từ lợi nhuận của doanh nghiệp và ngành. Mới đây, tôi được biết có phương án tách Đại học Công nghiệp Dệt May Hà Nội, Bệnh viện Dệt May ra khỏi Vinatex để sáp nhập với các đơn vị khác. Điều đó thực sự không công bằng với những đóng góp của công nhân, lao động Vinatex đối với sự phát triển của đất nước và tôi hy vọng những cái đầu sáng suốt sẽ thay đổi ý tưởng “không hay” này.

Vinatex luôn nỗ lực bắt kịp với xu hướng thế giới nhờ chủ động đầu tư máy móc thiết bị hiện đại, mở rộng sản xuất, nâng cao tay nghề để nâng cao năng lực, năng suất sản xuất, tiến tới tự chủ nguồn nguyên liệu, tự thiết kế và hoàn

thành sản phẩm, chắc chắn sẽ tiếp tục là một tập đoàn kinh tế quan trọng, chủ lực của đất nước bên cạnh các ngành kinh tế động lực mới như vi mạch bán dẫn, năng lượng hydro, cơ khí chế tạo, vật liệu mới...

Còn nhiều thách thức ở phía trước như tính bất ổn của thị trường dệt may toàn cầu, nguồn cung nguyên, phụ liệu, công nghiệp hỗ trợ để đáp ứng yêu cầu xuất xứ để ưu đãi thuế từ các hiệp định thương mại tự do, sản xuất xanh, tuần hoàn để đáp ứng các tiêu chuẩn môi trường và trách nhiệm xã hội theo yêu cầu của nhân hàng... Nhưng lịch sử hào hùng 30 năm vượt khó, xây dựng và phát triển với đội ngũ lao động lành nghề và tập thể lãnh đạo đoàn kết, có tâm, có tầm chính đã kết tinh thành nội lực mạnh mẽ để Vinatex tiếp tục phát triển trong kỷ nguyên mới, kỷ nguyên vươn mình của dân tộc. □



*Hướng tới Kỷ niệm 30 năm*  
**NGÀY THÀNH LẬP**  
**TẬP ĐOÀN DỆT MAY VIỆT NAM**  
*(1995 - 2025)*

# TỰ HÀO VÀ THÁCH THỨC

Bài: **TS. LÊ QUỐC ÂN**  
Nguyên Chủ tịch HĐQT Vinatex



TS. Lê Quốc Ân

Nằm trong chủ trương của Đảng và Nhà nước muốn có một số đơn vị kinh tế nhà nước mạnh trong những lĩnh vực then chốt, ngày 7/3/1994, Thủ tướng Võ Văn Kiệt đã ký Quyết định 91-TTg quy định về việc thành lập thí điểm một số Tập đoàn kinh tế nhà nước. Tiếp theo sau đó, ngày 29/4/1995, Thủ tướng Võ Văn Kiệt đã ký Quyết định số 253-TTg thành lập Tổng Công ty Dệt - May Việt Nam (Vinatex) theo mô hình Tổng Công ty 91 trên cơ sở sáp nhập Tổng Công ty Dệt Việt Nam và Liên hiệp các Xí nghiệp May Việt Nam và một số đơn vị nghiên cứu, đào tạo chuyên ngành dệt may lúc đó còn trực thuộc Bộ công nghiệp nhẹ như Viện Nghiên cứu Dệt, Trung tâm Nghiên cứu May, Trường Đào tạo nghề Nam Định, Trường Cao đẳng Dệt May Thủ Đức...

Mong muốn của Nhà nước lúc đó là Vinatex sẽ thực hiện vai trò hạt nhân trong việc liên kết và phát triển ngành dệt may, một ngành kinh tế kỹ thuật có lợi thế xuất khẩu và sử dụng nhiều lao động có thể hỗ trợ các địa phương chuyển đổi dần một bộ phận nông nghiệp sang phát triển công nghiệp.

Vinatex ra đời trong bối cảnh ngành dệt may cả nước vẫn còn rất nhỏ bé, đầu tư nước ngoài còn khiêm tốn. Tổng kim ngạch xuất khẩu của toàn ngành lúc đó chỉ khoảng 850 triệu đô la, trong đó Vinatex chiếm 30%. Tại thời điểm đó, ngành dệt may nước ta vừa mất thị trường truyền thống là gia công cho Liên Xô và việc tiếp cận thị trường các nước tư bản phát triển vẫn còn rất mới mẻ.

## THÁO GỠ CHO NHỮNG ĐƠN VỊ KHÓ KHĂN

Vừa được thành lập, Vinatex phải đối mặt ngay với nhiều sự cố trong hoạt động: Công ty Dệt Nam Định- đơn vị lớn nhất ngành có trên 7.000 lao động, đang trên bờ vực phá sản. Tổng Giám đốc, Kế toán trưởng và nhiều cán bộ bị bắt để điều tra vì bị quy kết là tham nhũng. Một loạt các công ty thành viên quan trọng khác cũng đang rất khó khăn trong sản xuất kinh doanh: Công ty Dệt



Hòa Thọ- đơn vị lớn nhất miền Trung trên bờ vực phá sản, Công ty Dệt 8/3- đơn vị lớn nhất tại Hà Nội cũng trong tình trạng thua lỗ, Liên doanh Thăng Long- một đơn vị sản xuất vải công nghiệp liên doanh với một công ty của Pháp thua lỗ và giải thể... Nhiều doanh nghiệp quốc doanh do địa phương quản lý cũng đang đứng trước tình trạng có nguy cơ đóng cửa cũng cần có sự hỗ trợ để vượt khó. Do đó, việc đầu tiên mà Vinatex phải làm là tập trung nguồn lực tài chính, thị trường và con người trong Tổng Công ty để hỗ trợ trực tiếp, tái cơ cấu tổ chức sản xuất và ổn định tinh thần cán bộ công nhân viên cho những đơn vị này. Với những nỗ lực đó, dần dần những bế tắc khó khăn đã được khắc phục và đến nay hầu hết các doanh nghiệp ấy đã vững vàng phát triển.

## PHÁT TRIỂN CÁC THƯƠNG HIỆU DỆT MAY MẠNH NHẤT VIỆT NAM

Không ngừng đổi mới cơ chế quản lý đi kèm với việc đào tạo và tăng cường chế độ đãi ngộ cùng với trách nhiệm cho đội ngũ cán bộ; liên tục xúc tiến và mở rộng thị trường xuất khẩu đã giúp các doanh nghiệp trong Tổng Công ty từng bước ổn định và phát triển sản xuất kinh doanh. Năm 2005, Vinatex đã được Nhà nước cho hoạt động theo mô hình Tập đoàn, trong đó có nhiều Tổng Công ty mạnh với nhiều công ty con chuyên ngành sâu. Tập đoàn Dệt May Việt Nam là tổ hợp các thương hiệu sản xuất hàng dệt may xuất khẩu mạnh nhất Việt Nam, như Việt Tiến, May 10, Nhà Bè, Phong Phú, Việt Thắng, Đức Giang, Hưng Yên, Đáp Cầu, Hòa



Thọ, Đông Xuân, Hanosimex... mà hầu hết các nhà nhập khẩu hàng dệt may lớn từ Mỹ, Nhật, Hàn Quốc, Anh, Pháp, Đức... đã ưu tiên tiếp cận khi đến với thị trường Việt Nam. Tại thị trường nội địa, các thương hiệu hàng dệt may trung, cao cấp trong hệ thống Vinatex như Việt Tiến, Việt Long, Mahatan, San Sciaro, May 10, Pharon, Mattana, Novelty, Merriman, Mollis, Vietthang, Đông Xuân, DGC selection... là những thương hiệu được ưa chuộng nhất của người tiêu dùng trong nước.

**VINATEX- ĐƠN VỊ NÒNG CỐT THÀNH LẬP VÀ HỖ TRỢ HOẠT ĐỘNG CỦA HIỆP HỘI DỆT MAY VIỆT NAM (VITAS)**

Ý tưởng thành lập Hiệp hội ngành hàng dệt may cả nước- một công cụ quan trọng của ngành để xây dựng chính sách, xúc tiến thị trường, mở rộng hợp tác quốc tế và xây dựng chuỗi cung ứng- xuất phát ngay sau khi Vinatex ra đời.

Việc vận động đã được Vinatex thực hiện kiên trì từ cuối năm 1996 trên cơ sở lực lượng doanh nghiệp của Tổng Công ty Dệt May Việt Nam, các doanh nghiệp quốc doanh nòng cốt khác của các địa phương và các công ty dệt may tư nhân. Ngày 21/10/1999, Đại hội lần đầu tiên thành lập Hiệp hội Dệt May Việt Nam với gần 200 hội viên, đại diện cho trên 70% năng lực sản xuất của các doanh nghiệp dệt, may và nguyên phụ liệu Việt Nam, đã được tổ chức thành công tại Khách sạn Melia, Hà Nội. Ngay sau khi thành lập, Hiệp hội đã có nhiều hoạt động hỗ trợ tích cực cho doanh nghiệp. Một trong những dấu ấn nổi bật là hoạt động kết nối với các nhà nhập khẩu dệt may lớn của Hoa Kỳ vào cuối năm 2001 tại New York khi Hiệp hội cùng với Vinatex tổ chức cuộc triển lãm giới thiệu



hàng dệt may lần đầu tiên của ngành tại đây kết hợp với việc khai trương văn phòng Vinatex New York. Qua cuộc triển lãm này, các nhà nhập khẩu lớn như Limited Brand, JC Penny, Mast Industries, Target, Diesel, Victoria Secret... đã quyết định sẽ vào Việt Nam nghiên cứu khả năng nhập hàng dệt may vào đầu năm 2002. Hiệp hội đã tổ chức 2 cuộc triển lãm sau đó tại Hà Nội và TP Hồ Chí Minh vào tháng 4/ 2002 để đón đại diện các nhà nhập khẩu này. Nhờ đó, cùng với tác động tích cực của BTA, ngay trong năm 2002 kim ngạch xuất khẩu dệt may sang Hoa Kỳ đã đạt trên 980 triệu đô la, gấp 20 lần năm trước đó. Từ năm 2008 đến nay, năm nào Hiệp hội cũng tổ chức đoàn tham gia hội chợ Magic Show tại Las Vegas để nhận đơn hàng. Thị trường Hoa Kỳ hiện nay đã chiếm đến trên 40% tổng kim ngạch xuất khẩu của toàn ngành.

Vinatex cũng là đầu mối chính của Hiệp hội trong việc tổ chức vận động các chính sách thương mại thuận lợi, các FTA cho việc

đầu tư, sản xuất và xuất khẩu hàng dệt may vào các thị trường chủ lực như Hoa Kỳ, châu Âu, Nhật Bản, Hàn Quốc...

**VINATEX- ĐẦU MỐI TỔ CHỨC CÁC CHUỖI LIÊN KẾT VÀ CUNG ỨNG DỆT MAY**

Với mạng lưới rộng lớn của mình về sản xuất, tiêu thụ và nghiên cứu, Vinatex đã xây dựng các chuỗi cung ứng tập trung từ nghiên cứu phát triển đến sản xuất theo nhóm hàng. Khách hàng có thể đến thảo luận ý tưởng về sản phẩm với các doanh nghiệp lớn trong Vinatex và sau đó nhận mẫu đối và xúc tiến hợp đồng đặt hàng.

Vinatex đã có nhiều hoạt động cùng với Hiệp hội trong việc hình thành các chuỗi liên kết từ nghiên cứu phát triển, cung ứng nguyên vật liệu, đến sản xuất và tiêu thụ sản phẩm một cách hiệu quả. Vinatex đang thực hiện chiến lược "một điểm đến" trong tối ưu hóa việc phục vụ khách hàng. Theo đó, khách hàng chỉ

siêu chiếm 45%, tăng trên 45 lần so với thời điểm thành lập Vinatex. Nước ta đã lọt vào top 3 các nước xuất khẩu hàng dệt may lớn nhất thế giới.

Cùng với ngành dệt may, Vinatex đã từng bước cải tiến tổ chức, tiết giảm lao động, tăng cường hiệu quả sản xuất và không ngừng nâng cao đời sống người lao động. Vinatex tự hào khi thu nhập bình quân của người lao động trong các doanh nghiệp của mình thuộc nhóm cao nhất trong ngành.

Đối chiếu với chủ trương của Nhà nước khi thành lập các Tổng Công ty 91, có thể nói, đến nay Vinatex đã hoàn thành sứ mệnh lịch sử của mình. Trên cơ sở đó, Vinatex cũng đã nhận được nhiều phần thưởng cao quý của Đảng và Nhà nước: Huân chương Hồ Chí Minh năm 2005, Huân chương Sao Vàng năm 2010, Anh hùng Lao động năm 2015...

**SỨ MỆNH MỚI ĐẦY THỬ THÁCH**

Vinatex đã chính thức hoạt động theo cơ chế công ty cổ phần từ đầu năm 2015 trong bối cảnh đất nước hội nhập ngày càng sâu rộng vào thương mại thế giới và cuộc Cách mạng công nghiệp lần thứ tư đang diễn ra hết sức mạnh mẽ. Cuộc cạnh tranh về năng suất lao động và chất lượng sản phẩm dệt may trên toàn thế giới

chưa bao giờ khốc liệt như hiện nay và sẽ ngày càng khốc liệt hơn.

Bối cảnh đó buộc Vinatex cần có tầm nhìn về sứ mệnh mới của một Tập đoàn đa sở hữu vốn, tiêu biểu nhất của ngành Dệt May Việt Nam trong việc áp dụng một cách có hiệu quả công nghệ sản xuất và quản lý trên nền tảng số hóa và trí tuệ nhân tạo. Vinatex là tổ hợp sản xuất và kinh doanh sản phẩm thời trang với nhiều dòng sản phẩm chuyên môn hóa có năng suất, chất lượng, tốc độ và giá cả đáp ứng được yêu cầu của thị trường trung cao cấp tại Việt Nam và trên thế giới. Năm 2024, Vinatex có kim ngạch xuất khẩu đạt khoảng 3 tỷ USD. Hướng về năm 2030, Vinatex có kế hoạch tăng trưởng xuất khẩu bình quân mỗi năm 8% cùng với việc tiết kiệm 5% lao động.

Vinatex sẽ là hình mẫu của chuỗi cung ứng tiêu biểu nhất trong ngành dệt may thế giới đáp ứng yêu cầu cao nhất về phát triển bền vững, phát triển xanh và phát triển tuần hoàn: Hiệu quả kinh doanh tốt cùng với việc nâng cao đời sống người lao động, thực hiện trách nhiệm xã hội, bảo vệ môi trường, chống biến đổi khí hậu...

Đây là sứ mệnh đầy thách thức, nhưng với tiềm lực và trí tuệ hiện có, chắc chắn Vinatex sẽ hoàn thành một cách tốt nhất, trở thành hình mẫu tiêu biểu nhất trong ngành dệt may. □

cần liên hệ một nơi trong hệ thống để được cung ứng trọn gói từ khâu tìm nguyên phụ liệu đến khâu may mẫu, sản xuất và giao hàng theo phương thức FOB hoặc LDP.

Với hệ thống các viện Nghiên cứu, các trường đào tạo, Vinatex đã góp phần đào tạo nguồn nhân lực chuyên ngành. Vinatex còn hợp tác với Hiệp hội tổ chức định kỳ các hội chợ triển lãm công nghệ, thiết bị, nguyên phụ liệu và sản phẩm tạo điều kiện cho việc hợp tác mở rộng sản xuất và thị trường trong ngành.

**VINATEX LIÊN TỤC PHÁT TRIỂN CÙNG VỚI NGÀNH DỆT MAY VIỆT NAM**

Ngành Dệt May Việt Nam đã phát triển hết sức mạnh mẽ. Trong gần 30 năm qua năng lực sản xuất sợi đã tăng hơn 12 lần, năng lực sản xuất vải tăng khoảng 10 lần, năng lực sản xuất hàng may mặc đã tăng khoảng 40 lần. Năm 2024, dự kiến ngành có kim ngạch xuất khẩu 44 tỷ USD với giá trị xuất



# Bước đi CHIẾN LƯỢC

## HƯỚNG TỚI TƯƠNG LAI BỀN VỮNG

Bài: TS. ĐẶNG VŨ HÙNG

Thành viên HĐQT Vinatex, Chủ tịch HĐQT - TGD PPJ Group

Tập đoàn Dệt May Việt Nam (Vinatex) được thành lập từ năm 1995, khi đất nước còn nhiều gian khó, nền kinh tế vừa mới thoát khỏi giai đoạn suy thoái nghiêm trọng và đang trên đà hồi phục. Trong giai đoạn đó, Chính phủ đã thành lập một số Tổng Công ty theo mô hình tập đoàn sản xuất - kinh doanh, một bước đi mang tính thử nghiệm để thúc đẩy hiệu quả kinh tế trong khi vẫn xác lập được vai trò chủ đạo đích thực của kinh tế quốc doanh. Tổng Công ty Dệt - May Việt Nam, tiền thân của Tập đoàn Dệt May Việt Nam là một trong những tập đoàn kinh tế được khai sinh trong hoàn cảnh ấy.



TS. Đặng Vũ Hùng

Trong suốt 30 năm xây dựng và phát triển, Tập đoàn Dệt May Việt Nam đã hoàn thành xuất sắc vai trò là lá cờ đầu của ngành Dệt May Việt Nam, góp phần định hướng chiến lược của ngành và cổ vũ cho sự tăng trưởng xuất khẩu dệt may cả nước. Cùng với Hiệp hội Dệt May Việt Nam (VITAS), Tập đoàn Dệt May Việt Nam cũng giữ vững vai trò cầu nối giữa doanh nghiệp và Chính phủ cùng các bộ ban ngành hữu quan, đại diện cho tiếng nói của cộng đồng doanh nghiệp Dệt May Việt Nam.

Trong 30 năm qua, Tập đoàn Dệt May Việt Nam đã để lại nhiều dấu ấn và thành tựu nổi bật, cũng như không ngừng chuyển đổi cả về chất và lượng để phù hợp với bối cảnh kinh tế - xã hội cũng như thị trường dệt may trong nước và quốc tế. Sau 3 thập kỷ, Tập đoàn Dệt May Việt Nam đang mạnh mẽ chuyển mình để nâng cao hơn nữa hiệu quả sản xuất - kinh doanh tương xứng với tầm vóc của một tập đoàn kinh tế lớn, thực hiện chiến lược trở thành Một điểm đến cung ứng giải pháp trọn gói về dệt may và thời trang xanh trong giai đoạn 2025-2030.

### BƯỚC ĐI TẤT YẾU

Một trong những điều “bình thường mới” sau khi đại dịch COVID-19 làm đứt gãy toàn bộ chuỗi cung ứng toàn cầu, đó là các nhà mua hàng, đặc biệt đến từ các thị trường chủ lực của Việt Nam như Mỹ, châu Âu, Nhật Bản... đang cho thấy sự thay đổi trong thứ tự ưu tiên chọn lựa nhà cung ứng của mình. Các nhà cung ứng có khả năng sản xuất nhiều công đoạn, với hệ thống sản xuất, dịch vụ dệt may tập trung tại một địa điểm, đồng thời minh bạch toàn bộ quá trình sản xuất, từ nguyên liệu đến thành phẩm, đang ngày càng được ưa chuộng.

Đây không hẳn là câu chuyện mới, nhưng xu thế này ngày càng rõ rệt hơn trong một vài năm gần đây, khi mà nhu cầu làm bền vững hơn chuỗi cung ứng dệt may đang được đặt lên hàng đầu. Đây sẽ là quân át chủ bài để ngành Dệt

May Việt Nam cân bằng lợi thế cạnh tranh với các cường quốc dệt may khác, đặc biệt là đối thủ cạnh tranh trực diện Bangladesh, Pakistan, khi mà lợi thế nhân công giá rẻ đã nghiêng hẳn về bên kia cán cân.

Nhìn toàn cảnh, ngành Dệt May Việt Nam vẫn là một bức tranh rời rạc, thiếu tính liên kết theo chuỗi. Tỷ lệ xuất khẩu hàng may mặc theo phương thức CMT và FOB chỉ định vẫn đạt trên 85% trong khi các phương thức này chiếm tỉ trọng rất khiêm tốn trong chuỗi giá trị dệt may. Dịch chuyển lên các khâu ở thượng nguồn của chuỗi giá trị là xu thế cần thiết của ngành, từ đó mới có thể nâng cao sức cạnh tranh và giá trị gia tăng cho hoạt động xuất khẩu hàng dệt may của Việt Nam.

Vậy nên, việc Tập đoàn Dệt May Việt Nam đề ra chiến lược rõ ràng và hiện thực hóa trước tiên bằng



“Xu thế này ngày càng rõ rệt hơn trong một vài năm gần đây, khi mà nhu cầu làm bền vững hơn chuỗi cung ứng dệt may đang được đặt lên hàng đầu. Đây sẽ là quân át chủ bài để ngành Dệt May Việt Nam cân bằng lợi thế cạnh tranh với các cường quốc dệt may khác.”

việc thành lập Trung tâm Phát triển sản phẩm và kinh doanh hàng thời trang Vinatex (Vinatex PD&B) là một bước đi tất yếu và đúng đắn. Trong ngành Dệt May Việt Nam, đã có nhiều đơn vị thành viên của Vinatex đi theo định hướng này và đạt được những thành công bước đầu, như Việt Tiến, May 10, Nhà Bè, Hòa Thọ, Đức Giang, Thành Công... Một cái tên khác là CTCP Quốc tế Phong Phú (nay gọi là PPJ Group), hiện đã sở hữu chuỗi cung ứng hoàn chỉnh từ thiết kế trở đi cho rất nhiều dòng hàng khác nhau như dệt kim, denim, dệt thoi... Tập đoàn Dệt May Việt Nam, với lợi thế về quy mô và tiềm lực tài chính, cùng sự hậu thuẫn và tạo điều kiện từ các cơ quan hữu quan, sẽ có nhiều tiềm năng để hoàn thành mục tiêu chiến lược của mình, khi tích hợp được đủ năng lực để có thể mạnh mẽ triển khai hướng đi ấy.

### ĐÂY LÀ HƯỚNG ĐI TIẾP THEO CHO CHIẾN LƯỢC MỘT ĐIỂM ĐẾN?

Với kinh nghiệm của các doanh nghiệp hoạt động theo phương thức ODM, các nhà bán lẻ đang ngày càng ưu tiên làm việc trực tiếp với nhà sản xuất, không qua trung gian như trước đây. Đây là phương thức win-win, hai bên cùng có lợi. Nhà sản xuất sẽ có khả năng đàm phán được mức giá tốt hơn, trong khi nhà bán lẻ được trao đổi trực tiếp với những người làm ra sản phẩm để ý tưởng được truyền đạt thông suốt nhất. Đội ngũ thiết kế & phát triển sản phẩm, kết hợp với đội ngũ phát triển kinh doanh của bên cung ứng chính là một trong những người đầu tiên thực hiện việc trao đổi này, đây là bước có tính quyết định đến việc đơn hàng có được xác lập hay không. Vậy nên, yêu cầu được đặt ra đối với đội ngũ trên vô cùng lớn, không chỉ



ở khả năng thiết kế, sáng tạo đơn thuần mà còn ở sự am hiểu nhu cầu khách hàng, năng lực chuỗi cung ứng, kỹ thuật sản xuất, vốn ngoại ngữ, kỹ năng giao tiếp - đàm phán, bản lĩnh kinh doanh và cả kinh nghiệm thực chiến. Để Vinatex PD&B có thể hoạt động đúng định hướng và đạt được kỳ vọng, việc chuẩn bị một đội ngũ nhân sự đủ năng lực là việc tiên quyết nhất.

Bên cạnh yếu tố con người, công nghệ cũng là một bài toán khó. Nhà bán lẻ luôn khao khát những sự đổi mới và sáng tạo trong thiết kế - phát triển sản phẩm, và chỉ có công nghệ cùng cải tiến mới có thể giúp nhà sản xuất đáp ứng, trong khi vẫn phải đảm bảo giá thành nằm trong khung cho phép. Vinatex có nhiều lợi thế để có thể trang bị những công nghệ hiện đại nhất, tuy nhiên khi Trung tâm Vinatex PD&B đã định ra các "công thức" tối ưu cho sản phẩm, thì sự tương đồng công nghệ với các doanh nghiệp trong hệ thống được chọn để đặt hàng sản xuất lại là một câu chuyện khác.

Đây cũng là một trong những lý do để Tập đoàn Dệt May Việt Nam cân nhắc tiến thêm một bước đi khó khăn và dài hơi hơn, đó là tái cấu trúc và sắp xếp lại chuỗi cung ứng. Hiện nay, Vinatex PD&B đang hoạt động trong một chuỗi liên kết với mạng lưới các đơn vị thành viên thuộc nhiều lĩnh vực khác nhau, từ sợi - dệt - nhuộm - hoàn tất - may. Trong đó, Vinatex PD&B sẽ đóng vai trò là một đối tác phụ trách khâu phát triển sản phẩm và làm việc trực tiếp với khách hàng, và các đơn vị thành viên lại trở thành các đối tác sản xuất sản phẩm của Vinatex. Đây là bước đi phù hợp với giai đoạn khởi đầu, nhưng chưa đủ cho tương lai nếu Tập đoàn Dệt May Việt Nam quyết tâm thực hiện chiến lược Một điểm đến một cách trọn vẹn. Đó là tính khác biệt giữa "liên kết" và "sở hữu" trong chuỗi cung ứng. Việc không nắm được quyền chi phối và kiểm soát tuyệt đối trong chuỗi cung ứng có thể mang lại nhiều rủi ro, như không thể tối ưu hóa chi phí, không chủ động được năng lực sản xuất, và như

đã đề cập bên trên, có nguy cơ không đạt được tiếng nói chung về kỹ thuật và công nghệ giữa nhà thiết kế và nhà sản xuất. Rủi ro lớn nhất, đó là chuỗi cung ứng theo mô hình này không đủ mạnh và bền vững trước những biến cố của thị trường.

Trước mắt, Vinatex PD&B cần tìm kiếm các kênh khác nhau để tiếp cận và làm việc trực tiếp với các tập đoàn bán lẻ và thương hiệu của thị trường mục tiêu trong và ngoài nước. Với vị thế sẵn có của Tập đoàn, Vinatex PD&B có nhiều cơ hội để giới thiệu và quảng bá

bản thân rộng rãi hơn, nhờ vậy có thể nâng cao dần hiệu quả kinh doanh, đảm bảo cho việc nuôi dưỡng và phát triển chuỗi cung ứng. Thêm nữa, nhìn toàn cảnh chuỗi cung ứng do Tập đoàn Dệt May Việt Nam đang quản lý, năng lực sợi và may đang khá dồi dào, ngược lại lĩnh vực dệt nhuộm vẫn còn khiêm tốn. Điều này có thể tạo ra sự mất cân đối trong chuỗi cung ứng, gây ra nút thắt cổ chai tại vùng giữa của quy trình. Tập đoàn Dệt May Việt Nam có thể cân nhắc mở rộng chuỗi cung ứng, kết hợp với các nhà máy vải của các đối tác trong nước để lấp



đầy khoảng trống này, theo mô hình: Sợi Vinatex - Vải Vinatex & đối tác - May Vinatex.

Đọc theo chuỗi cung ứng này, Tập đoàn Dệt May Việt Nam cũng cần triển khai mạnh mẽ các bước chuyển đổi số toàn diện, sử dụng hệ thống ERP làm công cụ để quản trị và kiểm soát toàn chuỗi, đồng thời tạo điều kiện để khách hàng có thể truy xuất nguồn gốc, tăng thêm tính minh bạch cho sản phẩm. Xu hướng chuyển đổi xanh, ERP quản trị xanh cũng cần được lan tỏa, để tăng thêm tính bền vững cho chuỗi, gia tăng sức hấp dẫn cho thương hiệu Vinatex và hòa cùng xu thế toàn cầu. Việc tái cấu trúc chuỗi cung ứng là cả một cuộc cách mạng, tuy nhiên đây cũng là cơ hội để Tập đoàn Dệt May Việt Nam điều hướng và căn chỉnh lại cả bộ máy theo các tiêu chuẩn ESG mà thế giới đang quan tâm, xây dựng một chuỗi cung ứng mang tính tuần hoàn ngay trong nội bộ hệ thống.

Việc nâng cao năng lực của Trung tâm Vinatex PD&B và sắp xếp lại chuỗi cung ứng theo xu thế chuyển đổi kép có thể sẽ mất nhiều thời gian, cũng đòi hỏi sự đầu tư mạnh tay về tài chính và quản trị chất lượng cao, đồng thời sẽ đối mặt với nhiều rủi ro và thách thức. Tuy nhiên, với quy mô và năng lực sẵn có của Vinatex, dưới sự dẫn dắt của đội ngũ điều hành quyết liệt và giàu năng lực hiện tại, tin rằng trong tương lai, Tập đoàn Dệt May Việt Nam sẽ giữ vững vai trò người dẫn đường đáng tin cậy, để đồng hành cùng cộng đồng doanh nghiệp dệt may trong nước nâng cao vị thế trong chuỗi giá trị dệt may toàn cầu, thực hiện thành công mô hình Một điểm đến cung ứng giải pháp trọn gói về dệt may và thời trang xanh trong giai đoạn 2025-2030. □



# MAY 10 TỰ HÀO CÙNG VINATEX HƯỚNG TỚI KỶ NGUYÊN XANH

Bài: **THÂN ĐỨC VIỆT**

Tổng Giám đốc Tổng Công ty May 10- CTCP

**T**rong không khí tung bừng kỷ niệm 30 năm thành lập Tập đoàn Dệt May Việt Nam, Tổng Công ty May 10 xin được gửi lời chúc mừng trân trọng nhất đến toàn thể CBNV-NLD Vinatex! Là doanh nghiệp thành viên của “đại gia đình” Vinatex, TCT May 10 luôn tự hào khi được đồng hành cùng Tập đoàn trong suốt hành trình lịch sử vẻ vang 30 năm qua. Cùng với các doanh nghiệp trong ngành, chúng ta đã cùng nhau vượt qua nhiều khó khăn thử thách và gặt hái được những thành quả đáng tự hào.

Trong suốt quá trình hình thành và phát triển, Vinatex đã thể hiện rõ vai trò hạt nhân trong sự phát triển của ngành Dệt May Việt Nam. Từ một doanh nghiệp nhà nước, Vinatex đã trở thành một Tập đoàn năng động, sáng tạo và đổi mới.

Với tầm nhìn chiến lược, Vinatex đã tiên phong trong việc xây dựng một mô hình sản xuất bền vững, hội nhập sâu rộng vào chuỗi cung ứng toàn cầu trong giai đoạn hiện nay. Từ việc đa dạng hóa sản phẩm, nâng cao chất lượng đến việc áp dụng các công nghệ sản xuất hiện đại, đầu tư vào những khâu sản xuất nguyên liệu, sản xuất với công nghệ cao, công nghệ sạch, có khả năng thực hiện được hầu hết mọi loại đơn hàng với các cấp độ chất lượng khác nhau và nhất là đi đầu trong khâu xây dựng thương hiệu và kênh phân phối. Vinatex đã đặt ra những tiêu chuẩn mới cho ngành Dệt May Việt Nam. Phương thức kinh doanh ngày càng được đổi mới, từ gia công thuần túy, nay vươn lên các phương thức bán hàng FOB, ODM, OBM, bán hàng tự thiết kế, bán hàng thời trang... cho nhiều thị trường trên thế giới.

Vinatex đã đặt nền móng vững chắc để ngành Dệt May Việt Nam có thể cạnh tranh ngang tầm với các cường quốc dệt may trên thế giới. TCT May 10 tự hào là một phần của hành trình đó và không ngừng nỗ lực để ngày càng hoàn thiện hơn nữa trong hoạt động sản xuất kinh doanh.

Trong bối cảnh thuận lợi với các FTA đã có hiệu lực, nguồn nhân lực dệt may có tay nghề cao và uy tín của các doanh nghiệp với nhiều nhãn hàng, ngành Dệt May Việt Nam đang có nhiều cơ hội để phát triển. Tuy nhiên, những yêu cầu ngày càng khắt khe về chất lượng sản phẩm, thời gian giao hàng và các tiêu chuẩn cam kết ESG (các chỉ tiêu xanh, sản xuất tuần hoàn...) từ thị trường nhập khẩu cũng đặt ra những thách thức lớn. TCT May 10 nhận thức rõ những cơ hội và thách thức này và đang nỗ lực không ngừng để nâng cao năng lực cạnh tranh, đáp ứng nhu cầu của thị trường.

Hiện nay, số doanh nghiệp có đủ tiềm lực để xây dựng một trung tâm nghiên cứu, phát triển sản phẩm và có chuỗi cung ứng hoàn

thiện như Tập đoàn Dệt May Việt Nam tại Việt Nam là chưa nhiều. May 10 là một điển hình tiêu biểu, với hơn 30 nhà thiết kế và khoảng 200 lao động làm trong khâu thiết kế sản phẩm mới. Cùng với ứng dụng công nghệ hiện đại trong thiết kế như công nghệ 3D, AI, phòng LAB, kiểm định chất lượng sản phẩm... Bên cạnh đó May 10 vẫn tiếp tục phối kết hợp với các nhà thiết kế hàng đầu ở Ý, Pháp, Mỹ để giao thoa, hội nhập nhanh, sớm với các nhà thiết kế hàng đầu của thế giới để sản xuất các bộ sưu tập cho người Việt Nam nhưng chất lượng kiểu dáng mẫu mã ngang tầm với quốc tế.

Đến nay, thương hiệu May 10 không chỉ được người tiêu dùng trong nước biết đến mà còn giành niềm tin của đối tác nước ngoài. Hiện 80% sản lượng của May 10 dành cho xuất khẩu.

Tầm nhìn chiến lược đến năm 2030, để nâng cao năng lực cạnh tranh và giá trị gia tăng, trước xu thế phát triển bền vững, tăng trưởng xanh được các đối tác nhập khẩu lớn trên thế giới theo đuổi, May 10 xây dựng năng lực cạnh tranh bằng hình ảnh doanh nghiệp trách nhiệm với người tiêu dùng và thế giới. Tập trung cho các chỉ tiêu xanh, sản xuất sạch, nguyên liệu và sản phẩm tuần hoàn... May 10 đặt mục tiêu 100% nhà máy sản xuất xanh và hình thành chuỗi sản xuất xanh ODM.

Với sự ra đời của Trung tâm Vinatex PD&B để hiện thực hóa mục tiêu chiến lược trở thành “một điểm đến” và sự vào cuộc quyết liệt của HĐQT Tập đoàn, May 10 sẽ luôn đồng hành, chia sẻ để tạo thành một chuỗi liên kết mạnh mẽ, nâng cao năng lực cho các DN trong nước chuyển dịch từ phương thức CMT sang FOB và ODM, OBM và tận dụng được lợi thế từ các FTA thế hệ mới. □







# ĐỒNG HÀNH VỚI CHIẾN LƯỢC PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG

Bài: NGUYỄN HỒNG LIÊN  
Tổng Giám đốc Công ty CP Dệt May Huế (Huegatem)

Công ty CP Dệt May Huế đã có 36 năm định hình phát triển. Từ một nhà máy sợi chỉ có 17 ngàn cọc sợi, đơn vị đã vươn lên trở thành một địa chỉ sản xuất xuất khẩu có uy tín với thị trường đang cải cách mở cửa. Song phải đến khi gia nhập Tập đoàn Dệt May Việt Nam, có được những lợi thế hỗ trợ và cơ hội đầu tư, tiếp sức, Huegatem mới vượt lên, trở thành một doanh nghiệp có nguồn lực sản xuất chất lượng, thương hiệu trải rộng ra nhiều thị phần khu vực và thế giới, chinh phục và đảm bảo uy tín với nhiều thương hiệu thời trang lớn.

30 năm đồng hành với chiến lược của Tập đoàn, với vị thế một thành viên tích cực, đến nay, Huegatem tự hào nhìn lại những thành quả đạt được. Công ty đã nâng quy mô mang tầm vóc một trung tâm Dệt May lớn của khu vực miền Trung và cả nước, vốn điều lệ 200 tỷ đồng, hội tụ 4 thành viên sản xuất kinh doanh, gồm nhà máy Sợi có hơn 44.600 cọc sợi, với công nghệ tiên tiến, bình quân sản lượng trên 10.800 tấn sợi/năm; nhà máy Dệt - Nhuộm với công nghệ sản xuất của Đức, Thụy Sĩ, Đài Loan, sản lượng vải dệt kim đến 1.500 tấn/năm; cùng 5 nhà máy May có 80 chuyên may sản lượng đạt hơn 20 triệu sản phẩm/năm; và xí nghiệp Cơ điện, đơn vị hậu cần kỹ thuật; tạo việc làm, thu nhập ổn định cho gần 5.000 lao động, nộp ngân sách gần 60 tỷ đồng mỗi năm. Doanh thu SXKD hàng năm của Công ty đã đạt đến mốc xấp xỉ 2.000 tỷ đồng/năm, lợi nhuận vượt mốc 100 tỷ đồng/năm. Từ nhóm doanh nghiệp chất lượng trung bình với nhiều hạn chế ở cả quy mô doanh nghiệp, đội ngũ quản trị và hiệu quả sản xuất kinh doanh, 19 năm sau khi cổ phần hoá, Công ty CP Dệt May Huế đã trở thành một thành viên trong nhóm các doanh nghiệp có đóng góp lớn cho Tập đoàn Dệt May Việt Nam và kinh tế tỉnh Thừa Thiên Huế.

Năm 2024, trong bối cảnh kinh tế suy thoái, Huegatem vẫn đạt doanh thu trên 1.950 tỷ đồng (vượt 101,6% so với kế hoạch năm), trong đó kim ngạch xuất khẩu tính đủ đạt 109,7 triệu đô la Mỹ.

Tổng thể qua năng lực này, Huegatem là đơn vị có lợi thế trong định hướng phát triển mô hình sản xuất khép kín, phù hợp chiến lược Một điểm đến cung ứng giải pháp trọn gói về dệt may và thời trang xanh của Vinatex trong giai đoạn 2025-2030.

Huegatem là một trong số ít đơn vị có khả năng tự chủ cung ứng một phần nguyên liệu cho ngành may, nhất là may xuất khẩu. Với đội ngũ nhân sự cán bộ quản lý, kỹ thuật giỏi chuyên môn, giàu kinh nghiệm, lực lượng công nhân lành nghề ở cả 4 ngành sản



xuất Sợi - Dệt - Nhuộm - May, đủ để doanh nghiệp tự tin phát triển, mở rộng quy mô khi có yêu cầu từ Tập đoàn và cơ hội từ thị trường kinh doanh. Doanh nghiệp đang tiếp tục đầu tư, phát triển, kiên định với mục tiêu trở thành đối tác chiến lược của các thương hiệu thời trang lớn, đáp ứng những yêu cầu cao nhất của khách hàng, có hệ thống quản trị hiện đại, phát triển bền vững, tham gia sâu rộng vào chuỗi cung ứng của Tập đoàn Dệt May Việt Nam cũng như chuỗi cung ứng dệt may toàn cầu.

Trong hoạch định phát triển từ mốc kỷ niệm 30 năm, Tập đoàn Dệt May Việt Nam đã định vị giá trị thương hiệu lớn, đầu tư phát triển bền vững với tiêu chí "may tinh hoa gấm vóc, dệt kỹ nguyên thịnh vượng".

Đặt cạnh những thành viên đàn anh đi trước và có lợi thế phát triển thị trường, Huegatem chỉ là hạt nhân nhỏ bé, cùng góp sức vào chiến lược tăng tốc của Tập đoàn và toàn ngành. Chính định hướng xây dựng tạo chuỗi cung ứng khép kín trong hoạt động đầu tư ngành dệt may của Tập đoàn đang tạo nên cơ hội tốt cho Huegatem định dạng những hướng đi của mình.

Doanh nghiệp cần cùng Tập đoàn tham gia vào thị trường quốc tế sâu rộng, khai thác những lợi thế từ các hiệp định thương mại quốc gia đã ký với các nước, để tiếp cận thêm những thị trường mới, xây dựng, củng cố tốt hơn các tiêu chuẩn sản xuất, sản phẩm, những yêu cầu về nguồn gốc, xuất xứ hàng hóa, đáp ứng tốt tiêu chí xuất khẩu toàn diện của ngành Dệt May Việt Nam.

Doanh nghiệp sẽ vận dụng những điều kiện tốt nhất có được, từ thành quả cuộc Cách mạng công nghiệp 4.0 để đầu tư đổi mới công nghệ, máy móc, thiết bị, nỗ lực tăng năng suất lao động, chất lượng thành phẩm, có thể cạnh tranh và phát triển bền vững cả về thị trường nội địa lẫn xuất khẩu. □

# KIẾN TẠO NỀN TẢNG VỮNG CHẮC CHO HÀNH TRÌNH MỘT ĐIỂM ĐẾN

Bài: **NGUYỄN TỔ TRANG**

Tổng Giám đốc Công ty CP Vinatex Phú Hưng

30 năm xây dựng và phát triển, Vinatex đã trở thành trụ cột vững chắc của dệt may Việt Nam nói riêng và là điểm cầu quan trọng của dệt may thế giới nói chung.

**T**rong suốt chặng đường 30 năm, Vinatex đã từng bước khẳng định vai trò Công ty mẹ trong việc định hướng, dẫn dắt các đơn vị thành viên. Tập đoàn đã tạo được kênh giao tiếp hiệu quả thông qua việc sử dụng một “ngôn ngữ chung”, là nền tảng kết nối và phát huy được sức mạnh của Vinatex, đưa Vinatex và các đơn vị thành viên phát triển ở tầm vóc cao hơn trong sự hội nhập sân chơi dệt may quốc tế.

Thuộc thế hệ đi sau, chỉ mới được đồng hành cùng với Vinatex 1/3 hành trình trong chặng đường 30 năm của Tập đoàn, nhưng Vinatex Phú Hưng may mắn được diu dắt phát triển dưới sự định hướng đúng đắn của Công ty mẹ, được thừa hưởng những thành quả mà các thế hệ lãnh đạo Vinatex đi trước dày công gây dựng, đặc biệt là được nuôi dưỡng trong nền văn hóa Vinatex tương thân tương ái, cởi mở, hội nhập. Để từ đó, những niềm tin được trao đi, những quả ngọt được gặt hái, những thế hệ trẻ được tiếp nối văn hóa chung Vinatex, để trở thành đơn vị sợi vững mạnh trong hệ thống Tập đoàn.

Trên hành trình 30 năm kiến tạo giá trị cho xã hội, Vinatex đưa ra định hướng và mục tiêu dài hạn khi trở thành một điểm đến



Bà Nguyễn Tố Trang

cung ứng giải pháp thời trang xanh trọn gói. Thời trang xanh là con đường không hề dễ dàng và không có bước chân của những ai làm nửa vời. Trong quá trình xanh hóa đó, mỗi mắt xích trong chuỗi cung ứng đóng vai trò vô cùng quan trọng, mà nhãn hàng là người tiên phong, dẫn dắt và nhà máy sợi là tiền phương thực hiện việc chuyển đổi nguyên liệu “xanh đúng nghĩa” sang thành phẩm đầu tiên phục vụ cho quá trình sản xuất xanh tại những mắt xích tiếp theo. Hiểu rõ bản chất của ngành dệt may - thời trang phải mang đến sự bền vững cho cuộc sống con người, cũng là bày tỏ sự biết ơn thiên nhiên đã ban tặng những nguyên liệu quý giá mà ngàn đời không thể thay thế bởi bất cứ sản phẩm man-made nào, nhiệm vụ của mỗi một đơn vị sản xuất là tìm kiếm được sứ mệnh để phát triển mà không tổn hại đến mẹ thiên nhiên.

Với vai trò là một đơn vị trực thuộc Tập đoàn, hướng đến sứ mệnh, định hướng chung của Tập đoàn, Vinatex Phú Hưng xác định rõ vai trò và nhiệm vụ của một đơn vị kinh doanh sản xuất sợi trong giai đoạn 2025 - 2030 như sau:

- 01** Theo đuổi định hướng đúng đắn của Tập đoàn về sản xuất xanh bền vững. Vinatex Phú Hưng phấn đấu trở thành mắt xích quan trọng trong chuỗi cung ứng giải pháp thời trang xanh trọn gói của Tập đoàn.
- 02** Thực hiện đầu tư nghiên cứu và phát triển sản phẩm, đổi mới sản xuất để đáp ứng “đúng” tiêu chuẩn xanh hóa của dệt may toàn cầu. Vinatex Phú Hưng từng bước tuân thủ các cấp độ theo lộ trình xây dựng chuẩn quốc tế của dệt may xanh, thời trang xanh.
- 03** Quản trị sản xuất theo chiều sâu: cải tiến liên tục quy trình sản xuất dựa trên sự nâng cấp công nghệ và đầu tư thiết bị bổ sung nhằm gia tăng hiệu quả sản xuất kinh doanh; cấu thị - nâng cao chất lượng với mục tiêu hướng đến sự hoàn hảo trong chất lượng sợi. Hoàn thiện cơ sở vật chất, nâng cao trình độ sản xuất, sẵn sàng đáp ứng sản xuất chuyển đổi linh hoạt với nguồn nguyên liệu xanh đa dạng nhưng đồng nhất về chất lượng sợi thành phẩm.
- 04** Đẩy mạnh công tác nghiên cứu thị trường, phát triển các sản phẩm có tính chuyên biệt, tấn công vào các thị trường ngách để tìm kiếm kênh khách hàng, thị trường mới phù hợp với quy mô hiện tại của đơn vị, đồng thời gia tăng lợi nhuận so với mặt hàng phổ thông.
- 05** Cuối cùng, lấy con người làm trọng tâm trong chiến lược phát triển; lấy quản trị nguồn nhân lực làm điều kiện tiên quyết, nền tảng vững chắc để phát triển bền vững.

30 năm trong một đời người hữu hạn là độ tuổi chín muồi cho sự trưởng thành. 30 năm của Vinatex là sự khởi đầu vững chắc cho một tương lai dài và rộng. Nhìn lại 30 năm xây dựng và phát triển, Vinatex không đơn thuần là câu chuyện thành công của một Tập đoàn tiến thân là doanh nghiệp nhà nước, mà còn là minh chứng cho khả năng vươn lên mạnh mẽ của doanh nghiệp Việt Nam trong

tiến trình hội nhập quốc tế sau những bước chuyển mình lịch sử. Hành trình này chứa đựng những bài học quý giá về tầm nhìn chiến lược, sức mạnh đoàn kết và tinh thần đổi mới không ngừng, kiến tạo nền tảng vững chắc cho tương lai phát triển bền vững của Vinatex. “Dệt gấm vóc non sông - May hào khí Lạc hồng”, Vinatex vinh quang thẳng lợi xứng đáng tầm vóc nước nhà Việt Nam. □



# DOANH NGHIỆP CÓ QUY MÔ LỚN VÀ HIỆU QUẢ NHẤT VINATEX



## TỔNG CÔNG TY CP PHONG PHÚ



VỐN ĐIỀU LỆ

746,7  
tỷ đồng



% VỐN TẬP ĐOÀN

50,10%



LAO ĐỘNG BÌNH QUÂN

1.970  
người



DOANH THU

NĂM 2024	NĂM 2025
2.550 tỷ đồng	2.600 tỷ đồng



THU NHẬP BÌNH QUÂN NLĐ

NĂM 2024	NĂM 2025
11,9 triệu đồng	12,3 triệu đồng



LỢI NHUẬN TRƯỚC THUẾ

NĂM 2024	NĂM 2025
352 tỷ đồng	355 tỷ đồng



## TỔNG CÔNG TY CP DỆT MAY HÒA THỌ



VỐN ĐIỀU LỆ

360  
tỷ đồng



% VỐN TẬP ĐOÀN

61,87%



LAO ĐỘNG BÌNH QUÂN

9.752  
người



DOANH THU

NĂM 2024	NĂM 2025
4.945 tỷ đồng	5.050 tỷ đồng



THU NHẬP BÌNH QUÂN NLĐ

NĂM 2024	NĂM 2025
10,5 triệu đồng	11,2 triệu đồng



LỢI NHUẬN TRƯỚC THUẾ

NĂM 2024	NĂM 2025
313 tỷ đồng	350 tỷ đồng



## TỔNG CÔNG TY CP MAY VIỆT TIẾN



**441**  
tỷ đồng



**30,4%**



**4.313**  
người



NĂM 2024	NĂM 2025
<b>9.460</b> tỷ đồng	<b>9.600</b> tỷ đồng



NĂM 2024	NĂM 2025
<b>12,2</b> triệu đồng	<b>12,2</b> triệu đồng



NĂM 2024	NĂM 2025
<b>270</b> tỷ đồng	<b>280</b> tỷ đồng



## TỔNG CÔNG TY MAY 10 – CTCP



**317,51**  
tỷ đồng



**32,21%**



**7.100**  
người



NĂM 2024	NĂM 2025
<b>4.600</b> tỷ đồng	<b>5.055</b> tỷ đồng



NĂM 2024	NĂM 2025
<b>9,8</b> triệu đồng	<b>9,8</b> triệu đồng



NĂM 2024	NĂM 2025
<b>125</b> tỷ đồng	<b>135</b> tỷ đồng



## CÔNG TY CP DỆT MAY HUẾ



**200,963**  
tỷ đồng



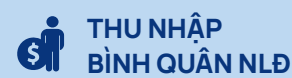
**60,86%**



**4.289**  
người



NĂM 2024	NĂM 2025
<b>1.950</b> tỷ đồng	<b>2.070</b> tỷ đồng



NĂM 2024	NĂM 2025
<b>8,9</b> triệu đồng	<b>9,4</b> triệu đồng



NĂM 2024	NĂM 2025
<b>128</b> tỷ đồng	<b>140</b> tỷ đồng



## TỔNG CÔNG TY MAY HƯNG YÊN - CTCP



**195,117**  
tỷ đồng



**35,01%**



**1.860**  
người



NĂM 2024	NĂM 2025
<b>673,498</b> tỷ đồng	<b>616</b> tỷ đồng



NĂM 2024	NĂM 2025
<b>11,6</b> triệu đồng	<b>11,6</b> triệu đồng



NĂM 2024	NĂM 2025
<b>72</b> tỷ đồng	<b>60</b> tỷ đồng



### TỔNG CÔNG TY MAY NHÀ BÈ – CTCP



VỐN ĐIỀU LỆ

200  
tỷ đồng



% VỐN TẬP ĐOÀN

25,2%



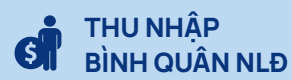
LAO ĐỘNG BÌNH QUÂN

2.661  
người



DOANH THU

NĂM 2024	NĂM 2025
2.876 tỷ đồng	3.126 tỷ đồng



THU NHẬP BÌNH QUÂN NLD

NĂM 2024	NĂM 2025
10,4 triệu đồng	10,4 triệu đồng



LỢI NHUẬN TRƯỚC THUẾ

NĂM 2024	NĂM 2025
65 tỷ đồng	72 tỷ đồng



### CÔNG TY CP PHÁT TRIỂN HẠ TẦNG DỆT MAY PHỔ NỔI



VỐN ĐIỀU LỆ

80  
tỷ đồng



% VỐN TẬP ĐOÀN

51%



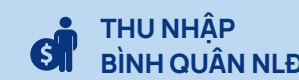
LAO ĐỘNG BÌNH QUÂN

73  
người



DOANH THU

NĂM 2024	NĂM 2025
213 tỷ đồng	215 tỷ đồng



THU NHẬP BÌNH QUÂN NLD

NĂM 2024	NĂM 2025
14,7 triệu đồng	15,9 triệu đồng



LỢI NHUẬN TRƯỚC THUẾ

NĂM 2024	NĂM 2025
29,4 tỷ đồng	25 tỷ đồng



### TỔNG CÔNG TY VIỆT THẮNG – CTCP



VỐN ĐIỀU LỆ

210  
tỷ đồng



% VỐN TẬP ĐOÀN

46,93%



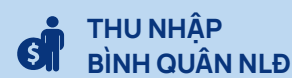
LAO ĐỘNG BÌNH QUÂN

913  
người



DOANH THU

NĂM 2024	NĂM 2025
1.106 tỷ đồng	1.200 tỷ đồng



THU NHẬP BÌNH QUÂN NLD

NĂM 2024	NĂM 2025
11,17 triệu đồng	11,2 triệu đồng



LỢI NHUẬN TRƯỚC THUẾ

NĂM 2024	NĂM 2025
31 tỷ đồng	38 tỷ đồng



### CÔNG TY TNHH TỔNG CÔNG TY DỆT MAY MIỀN NAM



VỐN ĐIỀU LỆ

191,301  
tỷ đồng



% VỐN TẬP ĐOÀN

100%



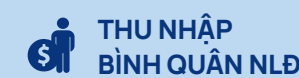
LAO ĐỘNG BÌNH QUÂN

2.500  
người



DOANH THU

NĂM 2024	NĂM 2025
621 tỷ đồng	660,4 tỷ đồng



THU NHẬP BÌNH QUÂN NLD

NĂM 2024	NĂM 2025
8 triệu đồng	8,2 triệu đồng



LỢI NHUẬN TRƯỚC THUẾ

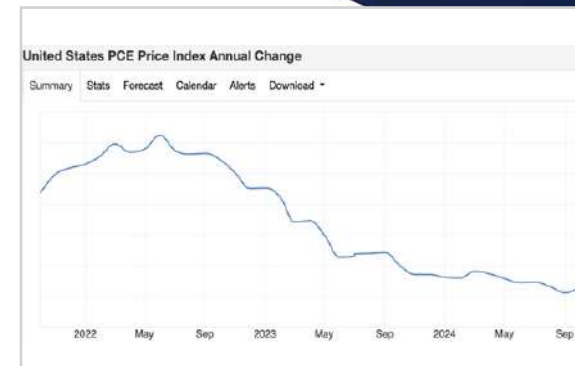
NĂM 2024	NĂM 2025
12,7 tỷ đồng	20 tỷ đồng

# CÂU CHUYỆN TĂNG TRƯỞNG VÀ TÍN DỤNG CÓ TÁC ĐỘNG TỚI THỊ TRƯỜNG VÀ DOANH NGHIỆP ?

(Bài viết thể hiện quan điểm cá nhân của GS.TS Quách Mạnh Hào, Đại học Lincoln, Vương quốc Anh. Sáng lập QMV Group)

## KINH TẾ TOÀN CẦU

Đặc trưng của chính sách tiền tệ toàn cầu trong năm 2024 là sự chuyển dịch từ thắt chặt kiểm chế lạm phát sang hết thắt chặt thúc đẩy nền kinh tế hoạt động bình thường. Năm 2025, xu thế này sẽ tiếp diễn, mức độ mạnh yếu của chính sách tùy thuộc vào tương quan giữa số liệu lạm phát và việc làm. Hầu hết các NHTW lớn trên thế giới đều hướng tới mức lạm phát dài hạn bình thường là 2%. Hiện tại, lạm phát đang trên đà giảm nhưng những diễn biến mới nhất cho thấy các NHTW e ngại lạm phát chưa đạt 2% một cách bền vững.



Đồ thị: Lạm phát PCE tại Mỹ. Nguồn: Trading Economics

### The Fed projects higher growth, inflation, and interest rates

FOMC median projection, December vs. September SEP, %

Variable	2024	2025	2026	2027	Longer-run
<b>Change in real GDP</b>	2.5 ↑	2.1 ↑	2.0	1.9 ↓	1.8
September	2.0	2.0	2.0	2.0	1.8
<b>Unemployment rate</b>	4.2 ↓	4.3 ↓	4.3	4.3 ↑	4.2
September	4.4	4.4	4.3	4.2	4.2
<b>PCE inflation</b>	2.4 ↑	2.5 ↑	2.1 ↑	2.0	2.0
September	2.3	2.1	2.0	2.0	2.0
<b>Core PCE inflation</b>	2.8 ↑	2.5 ↑	2.2 ↑	2.0	2.0
September	2.6	2.2	2.0	2.0	2.0
<b>Federal funds rate</b>	4.4	3.9 ↑	3.4 ↑	3.1 ↑	3.0 ↑
September	4.4	3.4	2.9	2.9	2.9

Source: Federal Reserve, Data as of December 18, 2024.

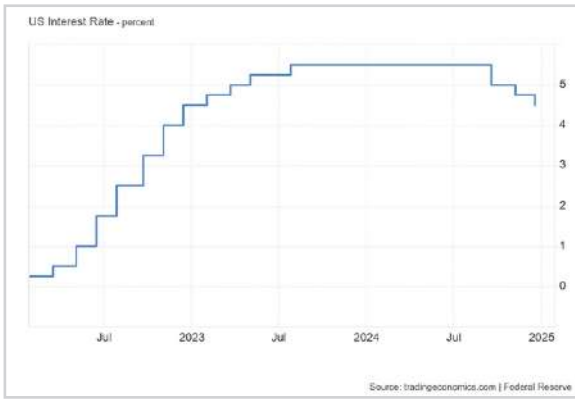
Biểu đồ: Fed dự báo kinh tế, lạm phát, lãi suất cao hơn, kỳ họp tháng 12 so với tháng 9/2024. Nguồn: JP Morgan.

Diễn giải chỉ tiêu theo cột ngoài cùng bên trái: Change in real GDP = Thay đổi GDP thực; Unemployment rate = Tỷ lệ thất nghiệp; PCE Inflation = Lạm phát PCE; Core PCE Inflation = Lạm phát PCE cơ bản; Federal funds rate = Lãi suất của Fed.

Trong bối cảnh chung đó, nền kinh tế lớn nhất thế giới, Mỹ, được quan tâm và có sức ảnh hưởng tới chính sách tiền tệ của các quốc gia khác trong đó có Việt Nam, còn có sự kiện chính trị quan trọng là sự chuyển giao quyền lực giữa chính quyền cũ và chính quyền mới. Trọng tâm trong chính sách của chính quyền mới là sự bảo hộ kinh tế và việc làm nội địa, thể hiện ở việc giảm thuế trong nước, hạn chế nhập cư và áp thuế cao với hàng hóa nhập khẩu. Ví dụ, chính quyền mới được cho là sẽ áp đặt mức thuế lên tới 60% đối với hàng hoá từ Trung Quốc và mức 10%-20% đối với hàng hoá nhập khẩu nói chung, trong khi hiện tại mức thuế trong khoảng 0-25%. Mục tiêu của chính quyền mới ngoài việc bảo hộ mậu dịch trong nước còn nhằm tạo lợi thế trong các đàm phán

Chính sách lãi suất của Fed có thể dẫn tới việc các NHTW lớn trên thế giới sẽ có xu hướng giảm chậm lãi suất nhằm duy trì một sự cân bằng về tỷ giá hối đoái. Đặc biệt với Việt Nam, chúng ta đã duy trì một chính sách tiền tệ lỏng lẻo với 4 lần cắt giảm lãi suất nửa đầu năm 2023, thì điều này đồng nghĩa với việc chúng ta đã, đang và sẽ tiếp tục chịu sức ép lớn về tỷ giá đồng Việt Nam. Điều này là do chính sách lãi suất của Fed dẫn tới tương quan giá trị đồng đô la Mỹ cao hơn, thế

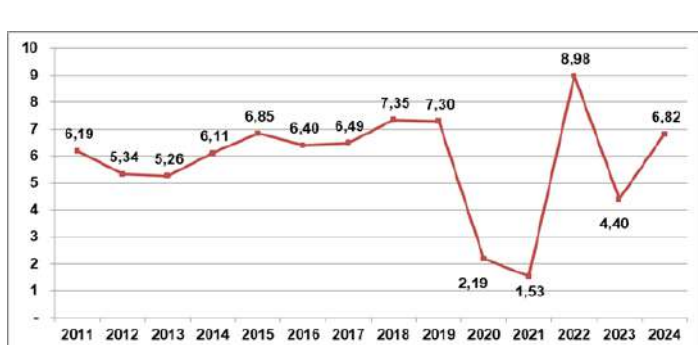
hiện qua chỉ số DXY, còn chính sách bảo hộ và sức ép sử dụng đồng đô la Mỹ trong các giao dịch kinh tế quốc tế của chính quyền Trump sẽ dẫn tới nhu cầu đồng đô la Mỹ tăng cao hơn. Sức ép tỷ giá với Việt Nam dẫn tới việc NHNN đứng trước một lựa chọn khó khăn, hoặc là tăng lãi suất để bảo vệ tỷ giá nhưng lại mâu thuẫn với khuyến khích tăng trưởng kinh tế, hoặc là tiếp tục can thiệp thị trường tiền tệ và hối đoái nhằm cố gắng tỷ giá nhưng sẽ chỉ giải quyết được bài toán mang tính thời điểm.



Đồ thị: Fed giảm lãi suất chậm. Nguồn: Trading Economics

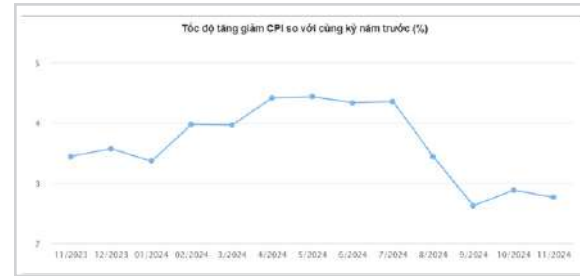
## KINH TẾ VIỆT NAM

Năm 2024 là một năm thành công trong điều hành kinh tế của Việt Nam. Tăng trưởng GDP đến hết quý 3/2024 đạt 6,82% so với cùng thời kỳ năm trước, trong đó Quý 1 tăng 5,66%, Quý 2 tăng 6,93% và Quý 3 tăng 7,40% so với cùng kỳ năm trước. Số liệu này cho thấy kinh tế Việt Nam đang tăng trưởng trở lại so với thời kỳ trước đại dịch. Dự báo tăng trưởng kinh tế cả năm 2024 của Việt Nam có thể đạt trên 7%, cao hơn so với mục tiêu 6-6,5% do Quốc hội thông qua hồi đầu năm.



Đồ thị: Tăng trưởng GDP 3 quý so với cùng kỳ năm trước qua các năm. Nguồn: GSO

Ở khía cạnh giá cả và lạm phát, tính đến tháng 11/2024, chỉ số CPI tăng 2,77% so với cùng kỳ năm trước còn bình quân 11 tháng năm 2024 tăng 3,69%. Số liệu này đồng nghĩa với lạm phát năm 2024 nhiều khả năng sẽ dưới 4%, thấp hơn so với mục tiêu 4,5% mà Quốc hội thông qua. Lạm phát cơ bản, thường là biểu hiện của xu hướng giá, dao động trong khoảng 2,5-3% trong một năm qua, cho thấy sự ổn định của xu hướng giá và sự tin cậy của kỳ vọng lạm phát dưới 4%.



Đồ thị: Tốc độ tăng CPI hàng tháng so với cùng kỳ năm trước. Nguồn: GSO

Về các biểu hiện của hoạt động kinh tế, chỉ số sản xuất công nghiệp dao động ổn định quanh 10% so với cùng kỳ năm trước còn chỉ số bán lẻ hàng hóa có biên dao động rộng hơn, trung bình ở mức 8,5% tính đến tháng 11/2024. Số liệu cho thấy nền kinh tế vẫn chưa thực sự trở lại so với thời kỳ trước đại dịch, đặc biệt là cầu yếu - thể hiện qua bán lẻ hàng hóa khi đó trung bình trong khoảng 10-12%.

Chính sách tiền tệ, trong đó có lãi suất điều hành và tăng trưởng tín dụng, đã đóng vai trò quan trọng trong việc đạt các mục tiêu kinh tế năm 2024. Việc duy trì chính sách tiền tệ lỏng thể hiện qua lãi suất chính sách thấp nhằm phục vụ tăng trưởng trong năm 2024 trong bối cảnh sức ép tỷ giá liên tục xảy ra đã không hề dễ dàng. Tăng trưởng tín dụng đạt mục tiêu 15% thì đến đầu tháng 12/2024 đạt 12,5% cho thấy tín dụng vẫn "chạy tốt" mặc dù trong tình huống khó khăn phải đảm bảo cả mục tiêu ổn định tỷ giá. Nói cách khác, NHNN đã linh hoạt điều hành chính sách tiền tệ, vừa đáp ứng yêu cầu tăng trưởng, vừa đảm bảo ổn định tiền tệ.

## NĂM 2025, DỰ BÁO VÀ TÁC ĐỘNG

Với đà phục hồi kinh tế năm 2024, Quốc hội đặt chỉ tiêu tăng trưởng năm 2025 ở mức 6,5-7% và lạm phát dưới 4,5%. Các tổ chức trong nước và quốc tế cũng đưa ra các mức dự báo tăng trưởng cao hơn, chẳng hạn ADB dự báo 6,6%, Standard Chartered 6,7%, Vietcap 7,2% và HSBC 6,7% còn Chính phủ

phần đầu đạt tăng trưởng trên 8%. Năm 2025 cũng là năm cuối cùng trong chiến lược kinh tế 5 năm 2020-2025 nên nhiều khả năng các chính sách kinh tế và tiền tệ sẽ ưu tiên tăng trưởng, nhằm tạo tiền đề cho chiến lược 5 năm kế tiếp với kỳ vọng tăng trưởng kinh tế cao hơn lên đến 2 con số.

Tuy nhiên, những dự báo và mong muốn nêu trên cần phải đặt trong bối cảnh triển vọng kinh tế thế giới và trong nước. Bối cảnh lớn của nền kinh tế toàn cầu là hồi phục và bình thường hóa chính sách tiền tệ. Tuy nhiên, trong khi tiến độ hồi phục kinh tế đang có xu hướng tốt hơn, việc đó đối với chính sách tiền tệ lại chậm hơn. Việt Nam hưởng lợi từ sự hồi phục của kinh tế thế giới, nhưng lại gặp bất lợi trong việc chính sách tiền tệ bình thường hóa chậm.

Sự hồi phục của nền kinh tế toàn cầu, cùng với việc chính quyền mới tại Mỹ bảo hộ kinh tế nội địa, có thể tạo ra các e ngại về chiến tranh thương mại mới, sẽ dẫn tới việc Việt Nam được hưởng lợi từ hàng hóa xuất khẩu và làn sóng đầu tư trực tiếp nước ngoài mới. Triển vọng tích cực đó liệu có được chuyển dịch thành lợi thế thực tế hay không lại phụ thuộc vào nền kinh tế nội địa có tăng trưởng đủ nhiều để nắm bắt cơ hội đó hay không và điều này chịu tác động lớn từ chính sách tiền tệ và chính sách tài khóa.

Chính sách tiền tệ thể hiện qua hai chính sách cơ bản là lãi suất điều hành và tăng trưởng tín dụng. Lãi suất điều hành được duy trì ở mức thấp trong gần hai năm qua và khó có thể giảm thêm, trong khi sức ép tỷ giá và tăng trưởng kinh tế đồng nghĩa với mặt bằng lãi suất sẽ phải cao hơn. Thực tế, trong giai đoạn cuối năm 2024, tỷ giá liên tục chịu sức ép, lãi suất liên ngân hàng ở mức cao và các ngân hàng thương mại đã tăng lãi suất huy động thêm ít nhất 1% ở kỳ hạn 1 năm so với giữa năm 2024. Với những diễn biến hiện tại từ thị trường thế giới, sức ép tỷ giá đồng Việt Nam sẽ tiếp tục cao ít nhất trong nửa đầu của năm 2025, tạo ra sức ép rất lớn đối với NHNN trong việc nâng lãi suất điều hành. Standard Chartered dự báo việc này sẽ xảy ra vào Quý 2 năm 2025 với mức tăng 0,5%.

Tăng trưởng tín dụng năm 2025 được đặt ra ở mức 15%, tương đương với năm 2024. Thực tế tăng trưởng tín dụng năm 2024 có yếu tố "chạy kế hoạch" vào cuối mỗi quý, nghĩa là có hiện tượng các ngân hàng thương mại cố gắng đẩy tín dụng đạt chỉ tiêu kế hoạch vào cuối mỗi quý rồi thu hồi lại sau đó, chủ yếu để không bị mất chỉ tiêu cho năm kế tiếp. Điều này có nghĩa là đà phục hồi của nền kinh tế toàn cầu và nội địa sẽ dẫn tới tăng trưởng tín dụng có



khả năng thực chất hơn, hỗ trợ cho mục tiêu tăng trưởng, mặc dù mặt bằng lãi suất có thể cao hơn. Đây có thể là điều tích cực trong chính sách tiền tệ mặc dù có thể không phải là điều mà các nhà đầu tư thị trường tài sản mong muốn.

Nếu giả định nền kinh tế tiếp tục như hiện tại, có thể hình dung chính sách tiền tệ đã đạt tới giới hạn trong sự tác động lên nền kinh tế. Bởi vậy, một động lực quan trọng khác của tăng trưởng là chính sách tài khóa, trong đó đầu tư công đóng vai trò chủ đạo. Nhưng năm 2024, giải ngân đầu tư công tính đến tháng 11/2024 mới chỉ đạt 73,5% kế hoạch và dự kiến có thể đạt 80% kế hoạch cả năm. Điều này có nghĩa là vẫn tồn tại một khoảng trống trong tổng cầu của nền kinh tế cần được lấp đầy. Việc này có thể được thực hiện bởi chính sách tài khóa - đầu tư công, vì chính sách tiền tệ chỉ tạo ra bối cảnh thuận lợi. Đó có lẽ là lý do Chính phủ đặt mục tiêu giải ngân đầu tư công 790 triệu tỷ đồng (tương đương 30,8 tỷ USD) năm 2025, tăng 2% so với kế hoạch đầu năm 2024 và tăng 18% so với kế hoạch điều chỉnh cả năm 2024.

Với những đánh giá nêu trên, chúng ta có thể kỳ vọng sự lấn át của đầu tư công so với khu vực tư nhân ít nhất nửa đầu năm 2025. Việc mặt bằng lãi suất tăng lên sẽ không phải là điều thuận lợi với các thị trường tài sản như chứng khoán hay bất động sản, nhưng đó là hệ quả của nền kinh tế tăng trưởng. Sự trở lại của nền kinh tế toàn cầu dẫn tới kỳ vọng lớn cho các doanh nghiệp chế biến chế tạo trong lĩnh vực xuất khẩu, trong đó có dệt may, sản phẩm nông nghiệp, thủy sản, cao su hay dầu khí. Bên cạnh đó, các ngành có triển vọng tích cực từ việc đẩy mạnh đầu tư công là xây dựng, sản phẩm và dịch vụ công nghiệp, giao thông, hay hạ tầng. □



# BƯỚC ĐI CỦA VẢI CHỐNG CHÁY

## sản phẩm dệt may đầu tiên

# ĐƯỢC CÔNG NHẬN BẢN QUYỀN

Bài: PHẠM XUÂN TRÌNH  
Giám đốc Điều hành Vinatex

“Trở thành Một điểm đến cung cấp trọn gói sản phẩm thời trang Xanh”, việc phát triển sản xuất xanh, sản xuất tuần hoàn là mục tiêu phát triển quan trọng của Tập đoàn Dệt May Việt Nam. Công tác nghiên cứu áp dụng công nghệ tiên tiến, thân thiện môi trường, phát triển sản phẩm mới mang tính an toàn và bền vững được chú trọng nhằm nâng cao năng lực, đồng thời thoát khỏi khu vực sản xuất dệt may thông thường, hiện đã quá khốc liệt cạnh tranh về giá cả.



### NHẬN DIỆN THÁCH THỨC

Ngành Dệt May Việt Nam trong những năm gần đây luôn phải ứng phó với những thách thức về mức tiêu thụ càng ngày càng giảm, giá bán sản phẩm thấp và sự cạnh tranh gay gắt của các đối thủ... Sự chuyển dịch không tích cực này xuất hiện từ sau khi xảy ra đại dịch Covid - 19 khiến sức tiêu thụ tại các thị trường nhập khẩu giảm, kinh tế trì trệ, lạm phát gia tăng cùng với đó là ảnh hưởng từ chiến tranh, thiên tai, lũ lụt và sự phá giá đồng tiền của các nước xuất khẩu dệt may để dành thị phần.

Bên cạnh đó, sự phát triển nhanh của khoa học kỹ thuật đã giúp công nghệ dệt may và thiết bị dệt may bước sang một giai đoạn sản xuất mới với năng suất cao. Điều này đã tạo nên lợi thế và sự chênh lệch cho các nước có năng lực đầu tư đổi mới thiết bị công nghệ so với các nước chậm phát triển và công nghệ lạc hậu.

Từ xưa đến nay, nguyên liệu chính dùng để sản xuất dệt may trên toàn thế giới vẫn tập trung vào hai loại chính đó là sợi polyester và bông vải (chiếm đến trên 90%), phần còn lại là các loại sợi đặc biệt dùng trong công nghiệp, nông nghiệp, cầu đường và đặc thù khác.

Ngành Dệt May Việt Nam tuy đã vươn lên nằm trong top 3 thế giới với kim ngạch xuất khẩu hàng năm đạt trên 40 tỷ USD. Tuy nhiên, ngành vẫn còn đối diện với những khó khăn, thách thức (ngoại trừ các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài) về vốn đầu tư, chuỗi cung ứng, khả năng cạnh tranh về công nghệ, thiết bị cũng như điều kiện về môi trường.

Ở thị trường xuất khẩu, ngành Dệt May Việt Nam phải chịu áp lực cạnh tranh với các nước xuất khẩu dệt may hàng đầu thế giới như Trung Quốc, Ấn Độ, Bangladesh... Trong nước, toàn ngành còn phải đối đầu với những khó khăn về sự thiếu hụt nguồn nhân lực, tiền lương, giá điện, nước liên tục tăng, yêu cầu về xử lý nước thải cao, chi phí logistics ngày càng cao.

### HƯỚNG ĐI MỚI, SẢN PHẨM MỚI

Đối diện với những khó khăn, nhiều năm qua, Tập đoàn Dệt May Việt Nam đã không ngừng tìm hướng đi mới trong chiến lược phát triển ngành của mình. Bên cạnh việc tổ chức sản xuất linh hoạt, đầu tư nâng cấp dây chuyền sản xuất hiện đại cho các mặt hàng truyền thống, Tập đoàn đã tập trung nghiên cứu để tìm ra các sản phẩm mới, khác biệt có giá trị





gia tăng cao, đòi hỏi kỹ thuật cao,... để xâm lấn vào thị trường ngách nhiều tiềm năng.

Sau một thời gian nghiên cứu và phát triển, sản phẩm vải chống cháy Vinatex đã chính thức được giới thiệu trên thị trường. Sản phẩm được sản xuất theo dây chuyền khép kín từ xơ cho đến may mặc trên dây chuyền sản xuất vải dệt thoi của Tổng Công ty CP Dệt May Nam Định.

Để sản xuất được vải chống cháy thì sợi phải được sản xuất từ xơ aramid là một loại xơ tổng hợp chịu được nhiệt độ cao (meta - aramid) và chịu mài mòn, ma sát, cường lực cao (para - aramid)... kết hợp với một số thành phần khác như chất chống tĩnh điện anti static, modal acrylicLeocell. Với chiều dài sợi từ 38 mm cho đến 51 mm và nhiều thành phần trong sợi (thành phần nhỏ nhất chỉ vài phần trăm) đòi hỏi phải có những máy móc đặc biệt như cân định lượng trộn đều và kéo trên máy sợi đặc thù.

Vải sau khi dệt xong phải được nhuộm trên máy cao áp với nhiệt độ trên 130°C với sự chọn lọc hóa chất thuốc nhuộm nghiêm ngặt từ châu Âu để đảm bảo an toàn cho người sử dụng cũng như môi trường (điều khoản quốc tế 120).

Sau hơn 9 tháng, đội ngũ kỹ thuật của Vinatex đã cùng với chuyên gia của tập đoàn Coats thiết lập được quy trình sản xuất, quy trình công nghệ, lựa chọn thiết bị và tiến hành sản xuất theo đơn đặt hàng. Tại các hội chợ chuyên ngành chống cháy ở thành phố Hồ Chí Minh và Dubai, vải và sản phẩm may mặc chống cháy của Vinatex cũng được trưng bày để giới thiệu đến khách tham quan.

Để làm hài lòng tất cả các khách hàng, vải chống cháy của Vinatex đang hướng đến những tiêu chuẩn sau:



“ Với niềm tin và kinh nghiệm của chuyên gia Tập đoàn Coats khi đánh giá về dây chuyền sản xuất vải chống cháy và đội ngũ kỹ thuật tại Nam Định, ngày 04/12/2024, Vinatex và Coats đã xây dựng kế hoạch đến năm 2030 đạt 40 triệu USD cho sản phẩm vải chống cháy được sản xuất từ xơ cho dòng dệt thoi. ”








Mới đây, những mét vải, những bộ quần áo đầu tiên đã được kiểm định và xuất khẩu, cung ứng đến tay người tiêu dùng. Tất cả các sản phẩm này đều được khách hàng phản hồi về bộ phận bán hàng và dịch vụ khách hàng là đáp ứng về tiêu chuẩn, yêu cầu kỹ thuật, tạo cảm giác mềm mại an toàn. Qua đó, những sản phẩm chống cháy của Vinatex đã thể hiện được trách nhiệm của nhà sản xuất và xác lập được niềm tin đối với người tiêu dùng.

Với niềm tin và kinh nghiệm của chuyên gia Tập đoàn Coats khi đánh giá về dây chuyền sản xuất vải chống cháy và đội ngũ kỹ thuật tại Nam Định, ngày 04/12/2024, Vinatex và Coats đã xây dựng kế hoạch đến năm 2030 đạt 40 triệu USD cho sản phẩm vải chống cháy được sản xuất từ xơ cho dòng dệt thoi (chưa tính sản phẩm cho dòng dệt kim khoảng 30% và dòng vải chống cháy được bao phủ bằng hóa chất cũng như các loại vải thời trang chống cháy khác).

Với những bước đi thận trọng về thị trường, khả năng sản xuất, năng lực thiết bị, Vinatex quyết định

trong năm 2025 sẽ đầu tư để đáp ứng các yêu cầu kỹ thuật như máy xé trộn định lượng nhiều thành phần, máy kéo sợi đặc thù 51mm, dây chuyền xe sợi và dệt vải chuyên dùng tách biệt, máy nhuộm cao áp chuyên nhuộm vải ở nhiệt độ cao, máy định hình và chống co cũng như thiết bị thí nghiệm, đồng thời nâng cao năng lực quản lý, ứng dụng kỹ thuật số, các phần mềm truy suất nguồn gốc sản phẩm, đảm bảo chất lượng.

Những thành công bước đầu trong việc ứng dụng nguyên liệu vào việc sản xuất vải chống cháy cho thị trường đặc thù đã mở ra một hướng phát triển mới trong chiến lược phát triển lâu dài của Vinatex. Đây chính là niềm khích lệ to lớn với quá trình làm việc nỗ lực, sáng tạo của đội ngũ kỹ thuật Vinatex. Hy vọng trong tương lai gần những sản phẩm vải chống cháy được sản xuất từ Vinatex và Coats Việt Nam sẽ khẳng định được vị thế của mình trên bản đồ cung cấp vải chống cháy của thế giới. □

<p>Tiêu chuẩn OEKO-TEX 100.</p>	<p>NFPA 2112: Tiêu chuẩn chống cháy nổ trên quần áo bảo vệ nhân viên công nghiệp khỏi cháy nổ.</p>	<p>ASTM F1506: Tiêu chuẩn cho quần áo bảo hộ chống cháy và chống hồ quang điện dành cho công nhân tiếp xúc với ngọn lửa và hồ quang điện.</p>	<p>ISO 11612: Quần áo bảo hộ - quần áo chống nhiệt và ngọn lửa.</p>
			
			
<p>NFPA: Phòng cháy chữa cháy vùng hoang dã.</p>	<p>NFPA2113: Tiêu chuẩn về lựa chọn chăm sóc sử dụng và bảo vệ quần áo chống cháy.</p>	<p>EN ISO 1149: Tính chất tĩnh điện của vải và vật liệu của quần áo bảo hộ.</p>	



## VINATEX ĐỘT PHÁ TRONG CHIẾN LƯỢC ĐÀO TẠO PHÁT TRIỂN NGUỒN NHÂN LỰC

# Một điểm đến

# Một đội ngũ

Bài: **BAN QUẢN LÝ NGUỒN NHÂN LỰC VINATEX**

Việc hình thành và củng cố một đội ngũ nhân lực xuất sắc, bản lĩnh, có trí tuệ, thấu hiểu văn hóa tổ chức và được tôi luyện khi còn rất trẻ sẽ là nền tảng để đưa doanh nghiệp vượt qua những điều kiện thị trường khó khăn để thực hiện thắng lợi chiến lược phát triển trong dài hạn của doanh nghiệp cũng như của Tập đoàn Dệt May Việt Nam. “Một điểm đến-Một đội ngũ” sẽ là nét văn hóa chung để hiện thực hóa chiến lược "Một điểm đến cung ứng giải pháp dệt may thời trang Xanh" và đưa Vinatex vươn mình trong kỷ nguyên mới.

Năm 2024 đánh dấu sự biến động về lao động rất lớn đối với ngành dệt may. Đa số các đơn vị đều có tỷ lệ biến động lao động chiếm đến 15-20%, tổng số lao động toàn Vinatex giảm khoảng 7% so với năm 2023. Trong khi đó, với sự cạnh tranh khốc liệt trên thị trường lao động, công tác tuyển dụng lao động mới, đặc biệt là những lao động có trình độ,

có kinh nghiệm càng trở nên khó khăn hơn bao giờ hết. Sự mâu thuẫn giữa nhu cầu nhân lực và khả năng tuyển dụng cho thấy, không thể trông chờ vào các yếu tố từ bên ngoài, giải pháp cần tập trung đó là sử dụng hiệu quả nhất nguồn nhân lực hiện có. Nguồn nhân lực ấy cần có “điểm tựa” từ công tác đào tạo nội bộ.



có cùng cách thức tư duy và cùng phương pháp làm việc.

- Bước đầu hình thành Văn hóa học tập tại Vinatex, không chỉ khuyến khích học tập không ngừng mà từng cá nhân trong Tập đoàn khởi phát mong muốn chia sẻ và được chia sẻ kiến thức. Vì vậy, đã xây dựng được đội ngũ giảng viên nội bộ có kỹ năng, kiến thức và tâm huyết với hoạt động đào tạo.
- Chương trình đào tạo thể hiện hiệu quả thông qua sự trưởng thành của các học viên. 32% các chương trình hành động tại đơn vị được đánh giá ở mức Tốt trở lên; 35% học viên được Huấn luyện viên đánh giá khả năng cải thiện năng lực ở mức Tốt. Từ đó, trong năm 2023-2024, 43 học viên Young Talent đã được bổ nhiệm vào các vị trí quản lý từ cấp trung trở lên tại đơn vị, chiếm tỷ lệ 29%.

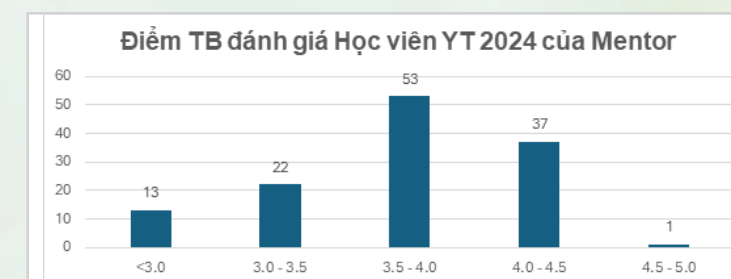
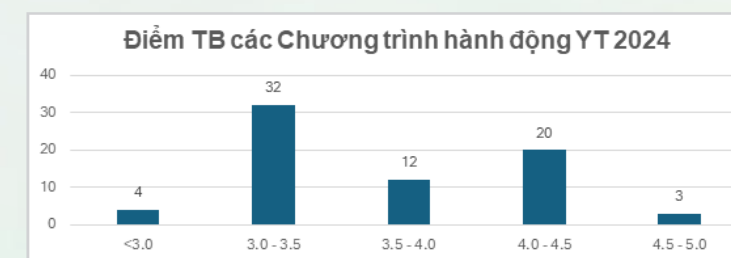
### NỐI DÀI CHUỖI ĐÀO TẠO

Trong giai đoạn 2021-2024, các khóa đào tạo liên tiếp được tổ chức nhằm khép kín chuỗi đào tạo của Tập đoàn, từ đào tạo cán bộ trẻ tiềm năng (Young Talent) đến đào tạo cán bộ cấp trung và cao cấp. Các hoạt động đào tạo giai đoạn này có thể chia thành hai chương trình lớn:

- Chương trình đào tạo về kỹ năng: giúp trang bị cho đội ngũ cán bộ quản lý tư duy quản trị sáng tạo, linh hoạt, tiên tiến; giúp cán bộ trẻ có tư duy về định hướng phát triển nghề nghiệp cá nhân và nhận thức rõ vai trò và nhiệm vụ của bản thân trong sự vận hành hệ thống.
- Chương trình đào tạo kiến thức: trong năm 2024, Tập đoàn Dệt May Việt Nam tập trung đào tạo chuyên môn nghiệp vụ, trong đó đặc biệt chú trọng đào tạo quản trị sản xuất trực tiếp tại nhà máy.

Đánh giá về các khóa đào tạo này, có thể thấy rõ một số hiệu quả bước đầu như sau:

- Nội dung đào tạo hoàn toàn phù hợp với yêu cầu của hoạt động sản xuất kinh doanh giai đoạn này, đó là ứng phó linh hoạt với những biến động của thị trường, đặc biệt là vượt qua những tình huống chưa có tiền lệ.
- Giúp xây dựng một đội ngũ cán bộ tại các đơn vị khác nhau trong hệ thống Tập đoàn nhưng lại



### TĂNG TỐC ĐỂ “TINH GỌN- HIỆU QUẢ”

Các chương trình đào tạo nối dài đã từng bước định vị được mục tiêu xây dựng đội ngũ nhân sự lớn mạnh trong toàn hệ thống. Tuy nhiên, thực tiễn cho thấy, các hoạt động đào tạo chưa phát huy được hiệu quả một cách dài hạn và có hệ thống, chưa định vị được đội ngũ cán bộ có năng lực để đưa vào quy hoạch và xác định lộ trình đào tạo tiếp theo để hình thành đội ngũ cán bộ kế cận tại Tập đoàn. Hiệu quả của đào tạo phụ thuộc rất nhiều vào sự quan tâm, sát sao và sự cởi mở trong tư duy của lãnh đạo đơn vị. Trong tình hình đội ngũ cán bộ hiện nay thiếu cả về số lượng và chất lượng, thiếu cán bộ kế cận trong khi năng lực cạnh tranh của ngành dệt may còn thấp khiến Tập đoàn khó thu hút được nguồn lao động chất lượng

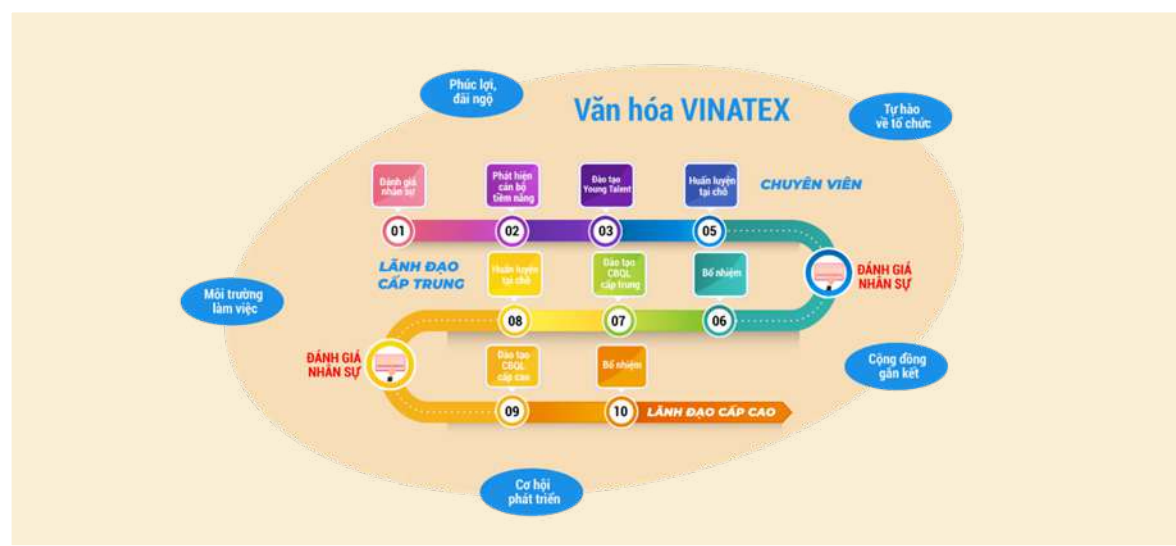
cao từ bên ngoài, việc hình thành nên những định hướng, quy định chung trong toàn hệ thống Tập đoàn là cần thiết để có thể thu hút, đãi ngộ và sử dụng chung một cách có hiệu quả nguồn lực con người chất lượng cao, không trông chờ vào việc phát triển nguồn nhân lực đơn lẻ tại từng doanh nghiệp. Hoạt động đào tạo tại Tập đoàn phải tạo lực kéo cho công tác đào tạo tại tất cả các đơn vị thành viên.

Với định hướng như vậy, bộ phận đào tạo xác định, hoạt động đào tạo trong giai đoạn tiếp theo (i) *vấn tiếp tục lấy đào tạo nội bộ làm nòng cốt*; (ii) *kết hợp đào tạo tập trung với huấn luyện trực tiếp tại đơn vị*; (iii) *hoạt động đào tạo liên tục và có hệ thống, theo chuỗi lập lại Đánh giá – Đào tạo – Huấn luyện – Bổ nhiệm*; (iv) *đào tạo hiệu quả phải được đặt trong môi trường Văn hóa doanh nghiệp với những giá trị tiên tiến, nhân văn*; (v) *đánh giá hiệu quả hoạt động đào tạo để liên tục cải thiện*.

chuẩn hóa khung năng lực trong phạm vi toàn Tập cho các vị trí quản lý, đặc biệt là các cấp lãnh đạo từ giám đốc nhà máy trở lên. Đây là thước đo quan trọng, làm cơ sở để tuyển dụng nhân sự cũng như xây dựng chương trình đào tạo cán bộ lãnh đạo – quản lý tương lai.

## 2. Đổi mới phương thức đào tạo

Các phương thức đào tạo sẽ được cải tiến, sử dụng các công cụ tiên tiến, bao gồm công cụ phân tích nhu cầu đào tạo, công cụ theo dõi tiến trình học viên qua hệ thống các bài kiểm tra, các kênh phản hồi liên tục và hệ thống kiểm soát sau đào tạo. Mô hình đào tạo không chỉ tập trung vào lý thuyết mà còn hướng đến việc ứng dụng thực tế, đảm bảo rằng kiến thức và kỹ năng học được có thể áp dụng ngay vào công việc.



Để đáp ứng mục tiêu phát triển nguồn nhân lực cho năm 2025 và giai đoạn đến năm 2030, việc xây dựng kế hoạch đào tạo bài bản, có chiến lược dài hạn mang tính đột phá và tinh linh hoạt cao là điều cần thiết. Các chương trình đào tạo cần được thiết kế cụ thể với các mục tiêu rõ ràng, từ đó nâng cao chất lượng nguồn nhân lực và bảo đảm sự bền vững trong công tác đào tạo.

## 1. Định hướng đào tạo chuẩn hóa và hệ thống trong toàn Tập đoàn

Mục tiêu xây dựng một đội ngũ nhân sự đồng đều, chuẩn hóa về kiến thức và kỹ năng ở tất cả các cấp độ trong Tập đoàn. Điều này sẽ tạo ra một đội ngũ có thể luân chuyển và sử dụng chung giữa các đơn vị trong toàn hệ thống Tập đoàn. Bước đầu tiên là cần

## 3. Chuẩn hóa phương pháp đánh giá nhân viên

Căn cứ trên khung năng lực đã được chuẩn hóa, cần xác định các tiêu chí đánh giá cụ thể đối với những vị trí cán bộ quản lý cốt lõi. Kết hợp giữa phương pháp Đánh giá 360 độ và phỏng vấn 1-1, giúp đánh giá toàn diện và chính xác hơn cả về năng lực và mức độ cam kết, mong muốn cống hiến cho tổ chức của nhân viên. Qua đó, Tập đoàn có thể phát hiện sớm những cán bộ tiềm năng để tiếp tục bồi dưỡng, đào tạo và bổ nhiệm vào các vị trí quan trọng.

## 4. Chú trọng đào tạo cán bộ trẻ

Cán bộ trẻ tiềm năng sau đào tạo cần được tin tưởng trao các cơ hội thử sức tại các vị trí quản lý phù hợp, được lãnh đạo trực tiếp hướng dẫn, kèm cặp và tạo

điều kiện để thể hiện hết năng lực sáng tạo của mình - đây cũng là cách thức đào tạo hiệu quả nhất, giúp cán bộ trẻ thỏa sức sáng tạo, tìm ra những phương thức làm việc mới, đồng thời nhanh chóng phát triển năng lực, đáp ứng yêu cầu đối với nhiệm vụ quản lý.

## 5. Lãnh đạo đóng vai trò khai vấn

Lãnh đạo đơn vị sẽ đóng vai trò quan trọng trong việc định hướng và hoạch định chiến lược nhân sự. Lãnh đạo cấp cao cần được đào tạo thành thực các kỹ năng đặt vấn đề, kỹ năng gợi mở, dẫn dắt để cán bộ tiềm năng tiếp tục phát triển năng lực của bản thân, là cơ sở để tạo ra đội ngũ kế cận giỏi.

## 6. Xây dựng các giá trị văn hóa doanh nghiệp

Đào tạo cần được kết hợp với việc xây dựng văn hóa doanh nghiệp vững mạnh, với các giá trị nhân văn, công bằng và minh bạch, phát triển văn hóa học tập mạnh mẽ trong toàn Tập đoàn, khuyến khích việc chia sẻ kiến thức và kinh nghiệm giữa các nhân viên. Điều này không chỉ tạo ra một môi trường làm việc tích cực, thúc đẩy sự hợp tác và kết nối giữa các bộ phận mà còn tạo nên sự gắn kết và cam kết lâu dài của nhân viên với Tập đoàn.

## 7. Phát triển các chương trình đào tạo gắn với chiến lược SXKD của Tập đoàn trong giai đoạn mới

Nội dung các chương trình đào tạo cần đảm bảo các nguyên tắc: chú trọng phát triển năng lực lãnh đạo, phù hợp với các mục tiêu chiến lược của Tập đoàn đồng thời có thể tùy chỉnh linh hoạt để đáp ứng yêu cầu trong từng giai đoạn và đối tượng đào tạo khác nhau.

## ĐÀO TẠO CHUYÊN SÂU LÝ THUYẾT, CHUYÊN BIỆT THỰC HÀNH

Để phát triển các chương trình đào tạo gắn với chiến lược SXKD của Tập đoàn trong giai đoạn mới, các chương trình đào tạo năm 2025 tập trung vào một số chuyên đề trọng tâm gồm:

*Để thực hiện các mục tiêu chiến lược trong giai đoạn 2025-2030, Tập đoàn cần tiếp tục đầu tư mạnh mẽ vào công tác đào tạo và phát triển nguồn nhân lực. Việc xây dựng một đội ngũ nhân lực chất lượng cao, có khả năng thích ứng và đổi mới sáng tạo sẽ giúp Tập đoàn vững bước tiến về phía trước, sẵn sàng đối mặt với mọi thử thách, đồng thời tận dụng tối đa các cơ hội phát triển trong tương lai. □*

**Đào tạo đội ngũ nhân sự cấp cao để nâng cao chất lượng quản trị:** Mục tiêu quan trọng trong kế hoạch đào tạo sắp tới là nâng cao năng lực quản lý của đội ngũ lãnh đạo. Các chương trình đào tạo sẽ tập trung vào các kiến thức chuyên sâu về quản trị chiến lược, lãnh đạo và quản lý chuỗi cung ứng. Đặc biệt, các khóa học gắn với thực tiễn SXKD sẽ giúp các nhà quản lý nắm bắt các xu hướng mới trong ngành, từ đó cải thiện khả năng ứng phó với những biến động không ngừng của thị trường.

**Đào tạo năng lực phát triển sản phẩm mới và đổi mới sáng tạo:** Để duy trì sự cạnh tranh trên thị trường, việc nghiên cứu, phát triển sản phẩm mới và đổi mới sáng tạo trong hoạt động sản xuất là nhiệm vụ quan trọng. Các chương trình đào tạo chuyên biệt sẽ tập trung vào việc phát triển các kiến thức chuyên sâu và kỹ năng cần thiết để có thể đáp ứng nhiệm vụ này.

**Đào tạo về chuyển đổi số và công nghệ mới:** Các chương trình đào tạo chuyên sâu sẽ giúp cán bộ, nhân viên làm quen với các công cụ quản lý công việc trên nền tảng số và phần mềm quản lý tài chính, nhân sự. Việc sử dụng các công cụ số hóa sẽ giúp đưa ra quyết định nhanh chóng và chính xác, từ đó tối ưu hóa chi phí, gia tăng hiệu quả công việc và tiết kiệm thời gian.

**Đào tạo về quản trị năng lượng và sản xuất xanh:** Trong bối cảnh bảo vệ môi trường đang là vấn đề cấp bách toàn cầu, việc đào tạo về tiết kiệm năng lượng và bảo vệ môi trường trong sản xuất ngày càng trở nên quan trọng. Các chương trình đào tạo về sản xuất xanh sẽ giúp cán bộ, nhân viên hiểu rõ các nguyên lý và giải pháp tiết kiệm năng lượng, từ đó giúp Tập đoàn giảm thiểu chi phí và bảo vệ môi trường.

**Đào tạo quản trị chuỗi cung ứng và tối ưu hóa chi phí:** Một yếu tố quan trọng trong chiến lược phát triển dài hạn là tối ưu hóa chuỗi cung ứng. Các chương trình đào tạo sẽ giúp đội ngũ nhân viên quản lý và tối ưu hóa quy trình sản xuất, giảm thiểu chi phí trong chuỗi cung ứng, từ đó giúp Tập đoàn duy trì sự ổn định và phát triển bền vững.

**KHẲNG ĐỊNH GIÁ TRỊ ĐÍCH THỰC, VỮNG BỀN ĐỂ DỆT MAY**

# “TRỞ THÀNH NGÀNH ĐƯỢC LỰA CHỌN”

## CỦA NGƯỜI LAO ĐỘNG

Bài: **PHẠM THỊ THANH TÂM**

Ủy viên BCH Tổng LĐLĐVN, Chủ tịch Công đoàn DMVN

Giá trị đích thực của một ngành nghề được hiểu là những yếu tố cốt lõi, bền vững, mang lại ý nghĩa lâu dài cho cả người làm nghề và xã hội. Những giá trị này không chỉ được đo lường bằng lợi ích kinh tế hay danh tiếng mà còn liên quan đến sự đóng góp, ảnh hưởng tích cực của ngành nghề đó đối với sự phát triển của xã hội, sự phát triển cá nhân của người làm nghề. Giá trị đích thực ấy có thể được nhìn nhận qua các yếu tố: Sự đóng góp xã hội, sự phát triển cá nhân, đạo đức nghề nghiệp, tính bền vững, văn hóa doanh nghiệp, những cảm nhận hạnh phúc. Dệt May là một nghề có truyền thống lâu đời, một trong những ngành công nghiệp đầu tiên của đất nước và đang ngày càng phát triển mạnh mẽ trong chuỗi cung ứng toàn cầu. Việc khẳng định những giá trị dệt may đích thực là cần thiết để mỗi thành viên không chỉ tự hào theo một cách thông thường, mà quan trọng hơn là tiếp tục theo đuổi, vun đắp, để làm dày hơn, sâu sắc thêm những giá trị đích thực đó.



Từ những trải nghiệm, quan sát, đúc kết của một người gắn bó và trưởng thành lên từ cơ sở, có thể thấy những giá trị dệt may được hình thành từ chính hoạt động thực tế của của ngành và có thể khái quát lại trên các khía cạnh sau:

### ĐÓNG GÓP CHO XÃ HỘI

Có thể thấy, đóng góp đầu tiên của dệt may chính là giải quyết nhu cầu căn bản nhất của con người đó là việc mặc. Nói cách khác, dệt may góp phần làm đẹp cho đời, làm đẹp cho xã hội, tạo nên dáng vóc Việt Nam, tâm hồn Việt Nam thông qua những trang phục Việt được hình thành qua các thời kỳ.

Thứ hai, một trong những yếu tố quan trọng nhất khiến ngành dệt may trở thành một ngành nghề hấp dẫn là khả năng tạo ra cơ hội việc làm rộng lớn, đem lại



việc làm đáng tin cậy. Với sự phát triển của ngành công nghiệp này, hàng triệu NLD, đặc biệt là lao động nữ, đã tìm được việc làm, mang lại thu nhập ổn định và cải thiện đời sống. Như vậy, với việc sử dụng lượng lao động lớn, dệt may là ngành đông lao động nhất trong các ngành trên cả nước, góp phần quan trọng trong tạo việc làm, phát triển kinh tế địa phương, thúc đẩy tiêu dùng, phát triển cơ sở hạ tầng và đây chính là yếu tố quan trọng góp phần an sinh xã hội, phát triển bền vững.

Thứ ba, dệt may là ngành đóng góp chủ đạo về kim ngạch xuất khẩu cho đất nước, qua đó, góp phần thúc đẩy tăng trưởng kinh tế, cải thiện cán cân thanh toán và ổn định đồng nội tệ, nâng cao năng lực cạnh tranh quốc gia, đảm bảo an ninh kinh tế và chính trị.

### TẠO RA SỰ PHÁT TRIỂN CHO MỖI CÁ NHÂN

Giá trị đích thực của dệt may không chỉ dừng lại ở tạo việc làm, sản xuất hàng hóa, mà còn nằm ở khả năng giúp NLD phát triển bản thân, nâng cao năng lực thích ứng và đạt được những thành công.

Do nhu cầu thị trường và xu hướng thời trang thay đổi liên tục, tính chất công việc của ngành đòi hỏi sự khéo léo, sáng tạo, NLD dệt may buộc phải có khả năng thích nghi nhanh chóng với các thay đổi trong quy trình sản xuất và yêu cầu sản phẩm. Bởi vậy, những năm qua, Tập đoàn, Công đoàn DMVN và các doanh nghiệp đều rất coi trọng công tác đào tạo, phát triển kỹ năng cho NLD, từ đào tạo nghề, phổ biến thao tác, cách làm tiến bộ đến đào tạo chuyên môn, nghiệp vụ, tài năng trẻ, cán bộ quản lý,... Qua đó, chất lượng nhân sự đã có nhiều cải thiện, đáp ứng yêu cầu ngày càng cao của thị trường. Việc đầu tư vào đào tạo không chỉ giúp nâng cao chất lượng sản phẩm mà còn tạo

ra một đội ngũ lao động có năng lực và tay nghề cao, đồng thời làm tăng giá trị của ngành dệt may trong mắt NLD, tăng vị thế của ngành trong chuỗi cung ứng.

Bên cạnh đó, việc tạo môi trường thi đua, chia sẻ những phương pháp hay, những cách làm tốt, xây dựng các điển hình tiên tiến luôn được các cấp ủy đảng, chuyên môn và các đoàn thể quan tâm thúc đẩy. Bởi vậy, NLD dệt may có nhiều cơ hội phát huy kiến thức, kinh nghiệm, kỹ năng, tay nghề, óc sáng tạo để đạt được sự thăng hoa trong nghề nghiệp, trở thành những người thợ lành nghề, cao hơn là trở thành những bàn tay vàng, hạt nhân lao động sáng tạo tiêu biểu qua các phong trào luyện tay nghề, các cuộc thi thợ giỏi, phong trào phát huy sáng kiến cải tiến. Đặc biệt hơn nữa, có thể trở thành những chuyên gia, nhà quản lý trên các lĩnh vực của nghề từ sợi đến dệt, nhuộm hoàn tất, may mặc, hay trở thành những nhà thiết kế, tạo mẫu uy tín,... Một nghề mang lại cơ hội thăng tiến, sự sáng tạo, môi trường làm việc lành mạnh để NLD được phát huy những đam mê và trưởng thành trong công việc, chính là nghề nghiệp có giá trị đích thực với NLD.

### GIÁ TRỊ ĐẠO ĐỨC NGHỀ NGHIỆP

Đạo đức nghề nghiệp của doanh nghiệp dệt may và những người làm dệt may chính là việc tạo ra những sản phẩm chất lượng cao, đảm bảo quyền lợi của người tiêu dùng; tuân thủ nghiêm các quy định của pháp luật, đóng góp đầy đủ các nghĩa vụ với Nhà nước; là sự chia sẻ tương trợ lẫn nhau giữa các doanh nghiệp trong hệ thống về nhân sự, tài chính, kinh nghiệm, giải pháp,... để giúp nhau vượt khó, ổn định và phát triển; là việc đặt NLD ở vị



trí trung tâm trong sự phát triển của doanh nghiệp để không ngừng cải thiện điều kiện làm việc, nâng cao chất lượng cuộc sống, đầu tư các thiết chế cơ sở nhằm đem lại cho NLD những giá trị thụ hưởng thiết thực; là việc nắm bắt và chia sẻ kịp thời với những NLD có hoàn cảnh khó khăn, bị bệnh hiểm nghèo, giúp NLD có thêm nghị lực để vươn lên trong cuộc sống; là những trách nhiệm với cộng đồng xã hội mà các doanh nghiệp chung vai san sẻ, giúp các địa phương và đồng bào thoát nghèo, khắc phục rủi ro, nâng cao dân trí.

Đạo đức này được các cấp của hệ thống duy trì thực hiện trong nhiều năm qua, tạo nên sự tin tưởng, gắn bó giữa doanh nghiệp,

tổ chức công đoàn và NLD, rộng hơn là lan tỏa những giá trị tốt đẹp trong cộng đồng xã hội.

### PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG

Dệt may không chỉ mang lại những lợi ích về mặt kinh tế mà còn về mặt môi trường và xã hội. Những năm qua, các doanh nghiệp của hệ thống không ngừng nỗ lực thực hành kinh doanh có trách nhiệm. Việc ứng dụng công nghệ hiện đại được gắn chặt với cải thiện điều kiện làm việc cho NLD và các yêu cầu về bảo vệ môi trường được ưu tiên sử dụng, các vấn đề về kiểm soát phát thải độc hại được quan tâm đầu tư, tuân thủ thực hiện,... Tất cả những điều này đều hướng tới một ngành dệt may với



những sản phẩm xanh, đảm bảo mục tiêu phát triển bền vững, không gây tổn hại cho tài nguyên thiên nhiên, con người, hay môi trường sống.

Với NLD, khi được làm việc trong một môi trường an toàn, đảm bảo cho sức khỏe và nhận thấy công việc của mình không chỉ mang lại thu nhập mà còn góp phần bảo vệ môi trường, họ sẽ càng tự hào và yên tâm khi gắn bó lâu dài với ngành.

### XÂY DỰNG VĂN HÓA DOANH NGHIỆP TÍCH CỰC, HẠNH PHÚC

Không chỉ mang lại việc làm, các doanh nghiệp dệt may còn không ngừng cải thiện điều kiện làm việc, tiền lương, thu nhập, các phúc lợi tập thể; nâng cao đời sống văn hóa tinh thần cho NLD; tổ chức nhiều hoạt động tập thể sôi nổi, gắn kết; vinh danh, biểu dương những nhân tố điển hình; xây dựng các chính sách, chế độ thưởng phù hợp với kết quả công việc, khuyến khích sự nỗ lực và sáng tạo của NLD. Thông qua đó, mang lại sự phấn khởi, hạnh phúc, tự hào của NLD đối với nơi họ công tác, với công việc họ làm, giúp NLD có thêm động lực để làm việc chăm chỉ, trách nhiệm và sáng tạo hơn.

Việc xây dựng văn hóa doanh nghiệp tích cực luôn là những thực hành tốt của dệt may, có rất nhiều doanh nghiệp thực sự văn hóa, văn minh, nghĩa tình, trách nhiệm khi mà ở những nơi đó, NLD không chỉ là những người làm công ăn lương thuần túy, mà còn là những cá nhân có giá trị và đóng góp cho sự phát triển chung; nơi mà văn hóa ứng xử được thực hành một cách cởi mở, tôn trọng lẫn nhau; nơi mà những giá trị tinh thần chung được đề cao nhưng cũng quan tâm đến tính cá nhân, sự khác biệt; nơi mà mỗi cá nhân không ngừng nỗ lực để hiểu việc mình làm, giỏi việc mình làm, yêu việc mình làm, tự hào vì thành quả tập thể, không đổ lỗi và học tập, cải tiến liên tục.

Những điều này, góp phần tạo nên doanh nghiệp dệt may tích cực, trong đó có sự hài lòng và những cảm nhận hạnh phúc của mỗi NLD với tư cách vừa là chủ thể đóng góp, vừa là đối tượng thụ hưởng. Đây cũng luôn là cơ sở để doanh nghiệp đo lường và tiến hành các hoạt động cải cách nhằm mang lại những giá trị tốt hơn. Một môi trường làm việc công bằng, cởi mở, tôn trọng sự sáng tạo của NLD sẽ tạo ra một sức hút lớn đối với những người đang tìm kiếm một công việc ổn định và triển vọng.

Như vậy, có thể thấy dệt may có tiềm năng to lớn để trở thành một ngành nghề được lựa chọn của NLD. Tuy nhiên, để ngành phát triển bền vững và hấp dẫn hơn, các doanh nghiệp dệt may cần tiếp tục khẳng định những giá trị đích thực và vững bền để gia tăng các chỉ số hài lòng và hạnh phúc, nhất là cơ hội việc làm ổn định, chế độ đãi ngộ hợp lý, môi trường làm việc thân thiện, quan tâm đào tạo và phát triển kỹ năng cho NLD,... Khi những giá trị này được thực hiện đầy đủ và không ngừng được cải thiện, dệt may sẽ không chỉ là một ngành nghề mưu sinh, mà còn là một ngành nghề đáng tự hào, nhiều tiềm năng và được NLD tin tưởng lựa chọn. □

### THƠ THẮP LỬA

Muốn thơ là cánh én bay  
 Tin yêu trái nước non này thành xuân  
 Bàn xa cho đến phố gần  
 Việc hay, người tốt thơ cần nêu gương  
 Nghĩa vun đầy bởi yêu thương  
 Đòi thêm sức mạnh nhờ đường kết liên  
 Thi nhân lấy chữ thay tiền  
 Dem chân, thiện, mỹ thấp lên soi đường.

Nguyễn Xuân Dương

# VINATEX TRONG MẮT đối tác toàn cầu

Bài: NHÓM PV

Trong hành trình 30 năm xây dựng và phát triển, sự lớn mạnh của Vinatex có sự đồng hành của các đối tác nước ngoài. Với mục tiêu xây dựng chuỗi cung ứng dệt may trên toàn cầu, VINATEX rộng mở hợp tác với các đối tác, khách hàng quốc tế nhằm đẩy mạnh cơ hội đầu tư, xây dựng mối quan hệ hài hòa, phát triển bền vững.

## Ông Takafuji Yasuharu

Tổng Giám đốc Prominent (Việt Nam) Co.,Ltd -  
Tập đoàn ITOCHU



Kỳ vọng tiếp tục duy trì mối quan hệ hợp tác lâu dài với VINATEX và mở rộng sang các lĩnh vực mới

Mối quan hệ giữa VINATEX và ITOCHU sau một thời gian dài hợp tác đã trở nên sâu sắc và chặt chẽ. Chúng tôi rất hân hạnh khi khoản đầu tư và nỗ lực của ITOCHU đã đóng góp phần nào cho sự phát triển của VINATEX và giúp Tập đoàn khẳng định vị thế dẫn đầu trong ngành Dệt May Việt Nam.

Với hai lần đầu tư lớn, hiện nay ITOCHU nắm giữ 13% cổ phần tại VINATEX, điều này cho thấy sự cam kết lâu dài và mong muốn làm sâu sắc hơn nữa mối quan hệ hợp tác. Nhờ việc tiếp cận công nghệ sản xuất và mạng lưới của VINATEX, ITOCHU đã thiết lập lợi thế cạnh tranh tại thị trường Việt Nam, cung cấp sản phẩm chất lượng cao với chi phí cạnh tranh, đồng thời mở rộng xuất khẩu sang Nhật Bản và các thị trường quốc tế.

Tập đoàn Dệt May Việt Nam là doanh nghiệp dệt may hàng đầu tại Việt Nam. Việc tận dụng mạng lưới và công nghệ sản xuất của Tập đoàn giúp chúng tôi không chỉ nâng cao khả năng cạnh tranh mà còn xây dựng chuỗi cung ứng bền vững.

Sự tập trung của VINATEX vào sản xuất xanh, tuần hoàn, và các sản phẩm chất lượng cao đã gây ấn tượng mạnh với chúng tôi. Đặc biệt, những đột phá về công nghệ và phương thức sản xuất của VINATEX đã đáp ứng yêu cầu ngày càng khắt khe của các thị trường quốc tế, từ EU đến Mỹ.

Với tầm nhìn dài hạn, ITOCHU không chỉ kỳ vọng tiếp tục duy trì mối quan hệ hợp tác hiện tại mà còn mở rộng sang các lĩnh vực mới. Một số định hướng cụ thể bao gồm:

**Phát triển bền vững:** Phát triển các nguyên liệu bền vững, như sợi tái chế, sợi tre, cây gai dầu, RENU... Những sản phẩm thân thiện với môi trường không chỉ đáp ứng nhu cầu thị trường mà còn giúp tăng cường khả năng cạnh tranh toàn cầu. Ngoài ra, chúng tôi cũng đề xuất triển khai các dự án cung cấp tấm pin mặt trời cho các nhà máy của VINATEX, đóng góp vào chiến lược phát triển kinh doanh bền vững.

**Đa dạng hóa thị trường:** Một trong những kế hoạch trọng điểm là thúc đẩy kinh doanh các thương hiệu của ITOCHU tại Việt Nam. Bằng cách này, cả hai bên có thể khai thác tiềm năng của thị trường nội địa và đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của người tiêu dùng.

**Tăng cường hợp tác chiến lược:** Việc trao đổi thông tin chặt chẽ và phối hợp chiến lược để nắm bắt xu hướng thị trường và tạo ra giá trị mới là vô cùng quan trọng. Để tiếp tục phát triển bền vững và duy trì vị thế dẫn đầu, trong giai đoạn 2025-2030, chúng tôi khuyến nghị phía Tập đoàn nên tập trung vào những lĩnh vực quan trọng như:

• **Khác biệt hóa nguyên liệu và sản phẩm:** Phát triển các nguyên liệu có công năng đặc biệt (kháng khuẩn, chống tia cực tím) và sợi tự nhiên chất lượng cao; Xây dựng chuỗi cung ứng bền vững, nâng cao uy tín trên thị trường quốc tế thông qua việc đảm bảo truy xuất nguồn gốc.

• **Đổi mới công nghệ:** Áp dụng công nghệ AI và IoT vào các nhà máy thông minh để tối ưu hóa quy trình sản xuất; Triển khai công nghệ nhuộm thân



thiện với môi trường và các phương pháp giảm tiêu thụ nước.

• Đa dạng hóa sản phẩm: Tập trung phát triển sản phẩm tuần hoàn, sử dụng nguyên liệu tái chế; Mở rộng thị phần tại thị trường mới nổi ASEAN, châu Âu, và Bắc Mỹ với các sản phẩm phù hợp nhu cầu địa phương.

• Nâng cao năng lực nghiên cứu và phát triển (R&D): Đầu tư vào nghiên cứu nguyên liệu mới và cải tiến công nghệ sản xuất, đồng thời xây dựng một hệ thống phát triển sản phẩm nhanh chóng dựa trên nhu cầu của khách hàng; Phát triển nguồn nhân lực

đạt tiêu chuẩn quốc tế, đặc biệt là đội ngũ quản lý và chuyên gia kỹ thuật.

ITOCHU cho rằng, các quy định về sản phẩm thân thiện với môi trường và minh bạch trong chuỗi cung ứng sẽ ngày càng khắt khe hơn. Tuy nhiên, điều này cũng mở ra cơ hội cho VINATEX. Thắt chặt quy định là cơ hội để các công ty có hệ thống sản xuất bền vững như Tập đoàn VINATEX khẳng định vị thế cạnh tranh, đồng thời đáp ứng được các tiêu chuẩn quốc tế, giúp thu hút sự ủng hộ của người tiêu dùng và cạnh tranh trên toàn cầu như một thương hiệu đặt "bền vững" lên hàng đầu.



## Ông Nishant Manuja

Tổng Giám đốc COATS Việt Nam, Campuchia, Thái Lan

### Hợp tác dựa trên sự tin tưởng, hiệu suất vượt trội, chia sẻ những thực hành tốt nhất

COATS Group, một trong những tập đoàn hàng đầu thế giới về sản xuất chỉ may, đã bắt đầu hợp tác với VINATEX từ 35 năm trước thông qua liên doanh với Tổng Công ty Phong Phú – đơn vị thành viên của VINATEX. Đây là một trong những liên doanh thành công nhất của COATS Group. Hợp tác này được xây dựng dựa trên sự tin tưởng, hiệu suất vượt trội, và việc chia sẻ những thực hành tốt nhất.

Phong Phú nói riêng và VINATEX nói chung không chỉ là đối tác quan trọng trong việc cung ứng các loại chỉ xám chất lượng cao mà còn là nhân tố then chốt giúp COATS duy trì chất lượng và đáp ứng nhu cầu của các khách hàng cao cấp tại Việt Nam. Hợp tác này không chỉ mang tính chiến lược cho COATS mà còn góp phần khẳng định vai trò của Việt Nam như một trung tâm quan trọng trong ngành dệt may và da giày toàn cầu.

Là một trong những Tập đoàn chủ chốt trong ngành dệt may, VINATEX đã không ngừng hướng tới phát triển bền vững thông qua việc đổi mới công nghệ sản xuất, phương pháp sản xuất, và các sản phẩm sáng tạo. Những nỗ lực này nhằm đáp ứng các yêu

cầu ngày càng khắt khe từ thị trường, đặc biệt là trong việc cung cấp các sản phẩm thân thiện với môi trường và tuân thủ các nguyên tắc kinh tế tuần hoàn.

Trong tương lai gần, COATS và VINATEX đang chuẩn bị mở rộng hợp tác sang các lĩnh vực mới. Một trong những dự án đáng chú ý nhất là phát triển dòng sản phẩm vải và trang phục chống cháy. Chúng tôi đang hợp tác chặt chẽ với VINATEX trong dự án chiến lược này, tận dụng chuyên môn, kinh nghiệm từ Mỹ và châu Âu để hỗ trợ VINATEX thâm nhập vào lĩnh vực này. Dòng sản phẩm chống cháy không chỉ là một phân khúc đang tăng trưởng nhanh mà còn đáp ứng các tiêu chuẩn an toàn ngày càng nghiêm ngặt trên toàn cầu. COATS và VINATEX sẽ đóng vai trò quan trọng trong việc phát triển phân khúc này, mang lại giá trị lớn cho khách hàng và góp phần cải thiện an toàn lao động trên toàn cầu.

Để đảm bảo thành công, cả hai Tập đoàn cần chuẩn bị kỹ lưỡng về công nghệ, nhân lực, và khả năng tuân thủ các tiêu chuẩn quốc tế. Dự án này hứa hẹn sẽ là bước đột phá, mở ra một giai đoạn phát triển mới cho cả hai bên.



## Ông Shiraki

Tổng Giám đốc Công ty Ogaran

### Sự quan tâm của người tiêu dùng đối với môi trường sẽ trở thành giá trị của doanh nghiệp mang tính toàn cầu

Nhân dịp kỷ niệm 30 năm thành lập VINATEX, chúng tôi xin gửi lời chúc mừng tới VINATEX. Chúng tôi rất hân hạnh khi mối quan hệ hợp tác giữa hai Tập đoàn đã và đang đóng góp cho sự phát triển bền vững của ngành Dệt May Việt Nam.

Năm 2015, nhân dịp kỷ niệm 20 năm thành lập VINATEX, Tập đoàn đã ký kết quan hệ hợp tác chiến lược với ITOCHU- Tập đoàn Dệt May hàng đầu Nhật Bản. Điều này mở ra hy vọng mới cho việc chuyển dịch sản xuất từ Trung Quốc sang Việt Nam. Trước đó, từ năm 1987, Ogaran đã hợp tác với Công ty Dệt kim Đông Xuân (DOXIMEX) và Liên hiệp XNK ngành May- tiền thân của VINATEX, đồng hành trong các dự án hợp tác kỹ thuật và đổi mới công nghệ. Chúng tôi hy vọng khi chuỗi giá trị nội địa được củng cố, VINATEX sẽ tiếp tục dẫn dắt trong ngành dệt may bền vững.

Ngày càng nhiều người tiêu dùng đặt sự quan tâm vào tính bền vững không chỉ trong sản phẩm mà còn cả các quy trình sản xuất. Để hợp tác phát triển bền vững, Ogaran đưa ra một số khuyến nghị:

Phát triển hệ thống sản xuất bền vững: Xây dựng chuỗi cung ứng nguyên liệu tái chế và thân thiện với môi trường thay vì phụ thuộc vào nhập khẩu; Tăng cường truy xuất nguồn gốc và hiển thị lộ trình sản xuất minh bạch.

Hướng đến quy chuẩn toàn cầu: Tuân thủ quy định của các thị trường tiên phong như EU và Mỹ, tập trung vào các quy tắc về an toàn hóa chất và nguyên liệu xanh.

Bên cạnh đó, tôi cho rằng, VINATEX nên tiếp tục phát huy vai trò hướng dẫn trong việc kết nối các công ty con, giúp tăng cường sự hợp tác và tối ưu hóa chuỗi cung ứng xanh, từ đó tạo ra lợi thế cạnh tranh toàn cầu.



Việc chia sẻ thông tin thường xuyên, nhất là trong bối cảnh nhu cầu ngày càng cao tại thị trường Nhật Bản và quốc tế là vô cùng cần thiết. Công ty chúng tôi đã có mối quan hệ hợp tác bền vững trong suốt 36 năm qua với DOXIMEX là công ty con của VINATEX, chúng tôi xây dựng mối quan hệ tin cậy giữa hai công ty thông qua việc cử chuyên gia kỹ thuật sang làm việc để phát triển sản phẩm mới, nâng cao chất lượng cũng như tiến hành cải tiến nhằm nâng cao mức độ tin cậy của sản phẩm sản xuất tại Việt Nam đối với khách hàng của chúng tôi. Chúng tôi hy vọng tiếp tục nhận được sự hợp tác từ VINATEX để có thể thành công và mở rộng sản xuất hơn nữa trong tương lai.

Đồng thời, ngoài việc sản xuất xuất khẩu sang thị trường Nhật Bản, chúng tôi cũng muốn hai công ty cùng nhau phát triển sản phẩm đáp ứng nhu cầu tiêu dùng tại Việt Nam và sau khi gạt hái được thành công, chúng tôi sẽ tiến tới phát triển sản phẩm có thể bán ra thị trường khác ngoài Việt Nam.



## Ông Jatin Paul

Giám đốc điều hành của WFX

### Chuyển đổi số là bước đi chiến lược để VINATEX chinh phục những thách thức trong tương lai

Chuyển đổi số (CDS) giúp tự động hóa các quy trình thủ công, giảm thiểu sai sót và tăng khả năng theo dõi công việc theo thời gian thực. DN có thể tận dụng tối đa nguồn lực, giảm lãng phí nguyên liệu và thời gian, từ đó nâng cao chất lượng sản phẩm và hiệu quả sản xuất kinh doanh.

Một điểm quan trọng khác là tăng cường tính minh bạch trong chuỗi cung ứng. Người mua hiện nay, đặc biệt từ các thị trường EU, Anh, Mỹ và Nhật Bản đều yêu cầu sự rõ ràng về nguồn gốc và quy trình sản xuất của sản phẩm. CDS cho phép DN thuộc VINATEX cung cấp thông tin truy xuất nguồn gốc một cách nhanh chóng và chính xác, tạo niềm tin lớn hơn với khách hàng.

Với thế mạnh sẵn có trong ngành dệt may, WFX mang đến kiến thức chuyên sâu về ngành, cùng kinh nghiệm từ các quốc gia như Indonesia, Sri Lanka, Ấn Độ, và châu Phi. Nhờ vào điều này, WFX có thể đề xuất các giải pháp chuyên biệt để tối ưu hoá hoạt động, giảm thiểu sai sót, và tăng tính minh bạch cho các DN thuộc VINATEX. Các giải pháp bao gồm:

**Thông tin minh bạch:** Cung cấp thông tin nhanh chóng, chính xác về nguồn gốc nguyên liệu, quy trình sản xuất.

**Tăng hiệu quả hoạt động:** Tự động hóa quy trình thủ công, tối ưu hoá tài nguyên.

**Hỗ trợ bền vững:** Giảm lãng phí nguyên liệu, khí thải carbon, đáp ứng xu hướng kinh tế xanh.

WFX sẽ trở thành đối tác chuyển đổi số chiến lược của VINATEX, hỗ trợ Tập đoàn trong việc đạt các mục tiêu quan trọng về hiệu quả hoạt động, minh bạch chuỗi cung ứng và bền vững.

Trong năm 2025, WFX sẽ bắt đầu với một công ty thí điểm thuộc VINATEX, triển khai các giải pháp chuyển

đổi số tích hợp. Quá trình này sẽ được theo dõi, đánh giá kỹ càng để từng bước nhân rộng cho các đơn vị thành viên khác trong Tập đoàn đến năm 2030.

Hành trình chuyển đổi số sẽ được WFX và VINATEX xây dựng dựa trên các mục tiêu chung. Trước hết, thành lập hệ thống số hóa chuẩn mực nhằm nâng cao tính đồng bộ giữa các đơn vị trong Tập đoàn. Tiếp đến là sự cam kết, tích cực tham gia vào công cuộc CDS thành công trên toàn Tập đoàn từ Ban lãnh đạo các cấp. Từ đó, từng bước mở rộng quy mô, xây dựng khả năng triển khai CDS đồng bộ cho các đơn vị trên toàn Tập đoàn.

Để hiện thực hóa các mục tiêu chung, tôi cho rằng chiến lược hợp tác lần này cần xác định mục tiêu cụ thể. Hai bên sẽ thống nhất các tiêu chí thành công, lập kế hoạch chi tiết với cột mốc rõ ràng. Sau đó, đội ngũ chuyển đổi số của WFX sẽ phối hợp chặt chẽ với đội IT của Vinatex để đảm bảo triển khai hiệu quả. Cuối cùng là đào tạo nhân sự, chúng ta cần đảm bảo toàn bộ nhân viên hiểu rõ mục tiêu và tham gia tích cực vào dự án...

Việc áp dụng CDS không chỉ giúp VINATEX nâng cao hiệu quả hoạt động mà còn tạo lợi thế cạnh tranh vượt trội. Từ việc tăng niềm tin của khách hàng đến việc cải thiện khả năng kiểm soát dữ liệu và chuỗi cung ứng, VINATEX sẵn sàng trở thành một đối thủ mạnh mẽ trong ngành dệt may toàn cầu.



## Ông Rolf Zimmermann

Giám đốc kinh doanh khu vực châu Á - Thái Bình Dương và châu Phi của Tập đoàn Rieter

### Đổi mới công nghệ hướng tới phát triển bền vững trong ngành dệt may

Tập đoàn Rieter, nhà cung cấp hàng đầu thế giới về máy móc và thiết bị kéo sợi, đã đồng hành cùng VINATEX từ những năm 90 của thế kỷ 20. Chúng tôi bắt đầu hành trình với các dự án tại Công ty Dệt Nha Trang và Công ty AGTEX (X28). Qua nhiều thập kỷ, mối quan hệ đối tác được củng cố thông qua các đơn hàng từ các công ty thành viên khác của VINATEX.

Gần đây, Rieter đã ký kết thỏa thuận hợp tác với VINATEX, bao gồm các chương trình đào tạo tại Đại học Công Nghiệp Dệt May Hà Nội và cấp học bổng cho sinh viên. Đây là minh chứng rõ nét cho cam kết phát triển nhân lực và nâng cao kiến thức trong ngành kéo sợi của Rieter.

Trong suốt quá trình hợp tác, Rieter ấn tượng bởi sự cởi mở và tinh thần đổi mới của VINATEX. Tôi nhận thấy các công ty thành viên thuộc VINATEX rất nhanh chóng tiếp nhận công nghệ mới. Những nhà máy hiện đại và hệ thống phần mềm quản lý mà chúng tôi giới thiệu đã được áp dụng rộng rãi.

Một trong những thách thức lớn mà VINATEX phải đối mặt là sự thiếu hụt các cơ sở đào tạo chuyên sâu trong lĩnh vực sản xuất sợi, dệt và nhuộm. Mục tiêu của chúng tôi là nâng cao kiến thức và kỹ năng của quản lý và các bên liên quan trong toàn bộ chuỗi dệt may, đặc biệt tập trung vào công đoạn kéo sợi, là công đoạn Rieter cung cấp kiến thức chuyên môn sâu rộng. Mặc dù hiện tại chúng tôi đang hoạt động mà không có trung tâm đào tạo chuyên sâu, nhưng chúng tôi được trang bị đầy đủ và sẵn sàng hỗ trợ các thành viên của Tập đoàn. Chúng tôi cam kết cung cấp đào tạo thực hành trực tiếp tại các nhà máy, sử dụng công nghệ mới nhất. Phương pháp tiếp cận này cho phép trải nghiệm học tập tùy chỉnh, tức là chúng tôi có thể giải quyết các yêu cầu cụ thể của từng khách hàng thông qua việc đào tạo trực tiếp tại các nhà máy. Người tham gia có thể áp dụng ngay các kỹ năng mới trong môi trường của họ. Bên cạnh đó, chúng tôi cũng có đại diện khu vực là Công ty TNHH Kỹ Thuật ILLIES Việt Nam sẽ hỗ trợ khách hàng về khía cạnh kỹ thuật, công nghệ...

Tháng 1/2025, Rieter sẽ khai trương trung tâm đào tạo tại Thụy Sĩ, nơi khách hàng có thể thử nghiệm và phát triển sản phẩm mới. Điều này sẽ giúp giảm thời gian và chi phí nghiên cứu, đồng thời hỗ trợ VINATEX nâng cao năng lực sản xuất.

Tôi mong rằng, VINATEX, với vị thế là Tập đoàn lớn, sẽ tiếp tục hỗ trợ các doanh nghiệp trong ngành sợi cải thiện quy trình và tháo gỡ khó khăn trong việc xin cấp phép hoạt động.

Hiện nay, dù bông và polyester vẫn là nguyên liệu truyền thống, nhu cầu về xơ tự nhiên đặc thù như xơ chuỗi và xơ gai đang gia tăng trong ngành thời trang. Tuy nhiên, các nguyên liệu này vẫn chưa phổ biến do chi phí cao và sản lượng thấp. Tôi nghĩ, nhu cầu tái chế sợi thực tế hơn phát triển xơ tự nhiên. Rieter hiện đang tập trung phát triển máy móc tiết kiệm năng lượng và hỗ trợ quy trình tái chế.

Bên cạnh đó, tự động hóa và số hóa trong sản xuất là vô cùng thiết yếu, đặc biệt với máy UNiBlend A 81 - công nghệ pha trộn chính xác nhất thế giới, cho phép pha trộn chất lượng cao nhằm đáp ứng các yêu cầu đa dạng của thị trường.

Tính bền vững sẽ là yếu tố quyết định trong chuỗi cung ứng dệt may. Rieter cam kết đồng hành cùng VINATEX trong việc giải quyết những thách thức về sản lượng và chất lượng trong các công đoạn dệt kim, dệt thoi, nhuộm và hoàn tất. Rieter khuyến nghị, VINATEX cần tăng cường nghiên cứu và đầu tư vào các quy trình sau công đoạn kéo sợi để nâng cao hiệu quả và khả năng cạnh tranh. Đồng thời Tập đoàn nên đặt hàng tập trung để tối ưu chi phí và đảm bảo các đơn vị thành viên nhận được thiết bị với giá ưu đãi.

Mối quan hệ hợp tác giữa Rieter và VINATEX không chỉ thể hiện sự đồng hành trong đổi mới công nghệ mà còn là cam kết phát triển bền vững cho ngành Dệt May Việt Nam. Với sự hợp tác từ Rieter, VINATEX sẽ tiếp tục khẳng định vị thế của mình để hướng tới những thành tựu to lớn hơn trong tương lai. □



# NHÌN LẠI THỊ TRƯỜNG DỆT MAY 2024

## ĐỊNH HÌNH XU THẾ 5 NĂM TỚI

Bài: HOÀNG MẠNH CẨM  
NGUYỄN TRỌNG NGHĨA

### NHÌN LẠI KẾT QUẢ NGÀNH DỆT MAY VIỆT NAM NĂM 2024

Năm 2024, kim ngạch xuất khẩu dệt may Việt Nam ước đạt gần 44 tỷ USD, tăng khoảng 10% so với cùng kỳ. Tất cả các thị trường xuất khẩu chính của chúng ta đều tăng trưởng, trong đó thị trường Mỹ, EU, ASEAN tăng trên 11%. Đáng chú ý nhất là Canada lọt top thị trường xuất khẩu tỷ đô của Việt Nam với kim ngạch 11 tháng đạt 1,12 tỷ USD, tăng 11% so cùng kỳ. Thặng dư thương mại ngành dệt may trong 11 tháng 2024 đạt 16,5 tỷ USD trên tổng số 24,3 tỷ USD thặng dư thương mại cả nước (chiếm 68%) cũng là điểm sáng của hoạt động xuất khẩu cả nước.

Với mức tăng trưởng xuất khẩu dệt may 2 con số trong năm nay, Việt Nam là nước có tốc độ tăng trưởng cao nhất so với các đối thủ cạnh tranh, trong khi Ấn Độ ước cả năm tăng 5,8% (đạt 36 tỷ USD), Trung Quốc ước cả năm đạt 297 tỷ USD, tăng 2%, Bangladesh chưa có thông báo chính thức về việc khôi phục dữ liệu sau bê bối sai lệch số liệu xuất khẩu, tuy nhiên ước tính cả năm đạt khoảng 33 tỷ USD, giảm khoảng 5% so với năm 2023.

Có được kết quả này, bên cạnh các yếu tố chủ quan do năng lực sản xuất tốt, đáp ứng các yêu cầu đơn hàng nhỏ, nhanh, phức tạp đồng thời tuân thủ được các quy định về lao động, phát triển bền vững thì còn có sự hỗ trợ của các yếu tố khách quan. Đầu tiên, là sự phục hồi nhu cầu tại các thị trường chính như Mỹ, EU tốt hơn so với dự báo hồi đầu năm sau khi nới lỏng chính sách tiền tệ, hàng tồn kho cải thiện tốt với kết quả kinh doanh cũng ghi nhận tích cực ở hầu hết các nhãn hàng. Thứ hai, xuất khẩu dệt may Việt Nam hưởng lợi từ việc đơn hàng dịch chuyển khỏi Trung Quốc do siết chặt lao động cưỡng bức, Myanmar, Indonesia, đặc biệt là Bangladesh do bất ổn về chính trị xã hội. Thứ ba, Việt Nam có lợi thế xuất khẩu hơn khi 6 tháng đầu năm Việt Nam đồng mất giá 4,65% so với đồng USD, đồng thời giá cước vận tải giảm từ đỉnh giữa tháng 7.



### NĂNG LỰC CẠNH TRANH CỦA DỆT MAY VIỆT NAM

Phân tích năng lực cạnh tranh của các quốc gia xuất khẩu dệt may chính từ báo cáo khảo sát của Hiệp hội công nghiệp thời trang Mỹ (USFIA) năm 2024 cho thấy:

(i) **Giá:** Việt Nam không có lợi thế cạnh tranh về giá khi so với Trung Quốc và Bangladesh.

(ii) **Liên kết theo chiều dọc:** Việt Nam xếp sau Trung Quốc, Ấn Độ và Thổ Nhĩ Kỳ do phụ thuộc vào nguyên liệu thô nhập khẩu và quy mô ngành nhuộm còn hạn chế, chưa hấp thụ được hết đầu ra của ngành sợi.

(iii) **Tốc độ giao hàng:** Việt Nam nhỉnh hơn so với Bangladesh, Ấn Độ nhưng vẫn xếp sau Trung Quốc do cơ sở hạ tầng Logistics vẫn còn hạn chế

(iv) **Tính linh hoạt và đáp ứng nhanh yêu cầu:** Việt Nam nhỉnh hơn so với Bangladesh do bắt đầu có lợi thế cạnh tranh hơn nhờ năng lực tổ chức sản xuất.

(v) **Trách nhiệm xã hội:** Việt Nam đang được đánh giá tuân thủ trách nhiệm xã hội tốt trong top các quốc gia xuất khẩu dệt may lớn, xếp trên Ấn Độ, Bangladesh và Trung Quốc.

Như vậy, Việt Nam được đánh giá có lợi thế về tốc độ giao hàng, tính linh hoạt và đáp ứng nhanh yêu cầu, tuân thủ trách nhiệm xã hội tuy nhiên kém cạnh tranh hơn so với đối thủ về mặt bằng giá và liên kết theo chiều dọc.

Nếu xét về hiệu quả giá trị xuất khẩu/lao động, Việt Nam với lực lượng lao động khoảng 2,6 triệu trong ngành dệt may, giá trị xuất khẩu/lao động đạt 17 nghìn USD/người, đứng thứ 2 trong nhóm các nước xuất khẩu dệt may, chỉ xếp sau Trung Quốc gần 37 nghìn USD/người (8 triệu lao động trong ngành dệt may tạo ra trên 290 tỷ USD xuất khẩu); bỏ xa các quốc gia còn lại như Bangladesh 7,5 nghìn USD/lao động (4,5 triệu lao động tạo ra 33-34 tỷ USD KNXX), Ấn Độ 2,5 nghìn USD/lao động (14,6 triệu lao động tạo ra 36 tỷ USD).

### NHẬN ĐỊNH XU THẾ CỦA THỊ TRƯỜNG 5 NĂM TỚI

Diễn biến những năm vừa qua cho thấy, thị trường dệt may sẽ luôn bất định và bị ảnh hưởng bởi các yếu tố khách quan từ kinh tế vĩ mô, xung đột địa - chính trị, biến đổi khí hậu, ... tuy nhiên sẽ có các xu thế định hình ngành dệt may trong các năm tới, cụ thể như sau:

(i) **Bền vững và kinh tế tuần hoàn:** Người tiêu dùng và các thương hiệu ngày càng ưu tiên tính bền vững do sự quan tâm về môi trường và các quy định của chính phủ hướng tới nền kinh tế tuần hoàn. Do đó, sẽ có sự gia tăng về nhu cầu hàng dệt may bền vững, sử dụng sợi tái chế, bông hữu cơ và các vật liệu phân hủy sinh học.

(ii) **Tự động hóa và số hóa:** Trong 5 năm tới, các công nghệ tiên tiến sẽ tiếp tục định hình ngành công nghiệp này, tập trung vào cải thiện hiệu quả, giảm chi phí, nâng cao tính bền vững và đáp ứng nhanh hơn nhu cầu thị trường. Các ứng dụng của robot kết hợp với AI trong cắt, may và đóng gói, dây chuyền sản xuất thông minh ứng dụng IoT sẽ được ứng dụng rộng rãi. Công nghệ 3D printing, nhuộm không dùng nước, sợi sinh học sẽ tiếp tục được thúc đẩy...

(iii) **Cá nhân hóa:** nhờ có sự trỗi dậy của các mô hình thực tế ảo và dữ liệu lớn, cho phép khách hàng tự thiết kế, cá nhân hóa sản phẩm mình sẽ chọn. Xu hướng này phản ánh nhu cầu của người tiêu dùng hiện đại về các sản phẩm độc đáo, phù hợp với phong cách cá nhân, kích thích và giá trị bền vững.

(iv) **Reshoring & nearshoring:** các công ty/nhà sản xuất sẽ ưu tiên di chuyển/thiết lập lại cơ sở sản xuất gần với thị trường tiêu thụ chính giúp giảm thời gian giao hàng, chi phí vận chuyển và lượng khí thải carbon.

(v) **Thay đổi chính sách và quy định:** Sự thay đổi chính sách và quy định sẽ là yếu tố quyết định trong việc xuất nhập khẩu hàng dệt may, ảnh hưởng trực tiếp đến cách thức hoạt động của các chuỗi cung ứng toàn cầu, chiến lược sản xuất của doanh nghiệp trong tương lai.

### MỘT SỐ KHUYẾN NGHỊ CHÍNH SÁCH

Để ngành Dệt May Việt Nam có thể phát triển bền vững trong giai đoạn tới với mức tăng trưởng 2 con số, cần một số chính sách hỗ trợ sau:

#### Chính sách tín dụng

Nới lỏng điều kiện cấp tín dụng hoặc cấp các khoản vay lãi suất thấp cho các doanh nghiệp dệt may phục hồi sau giai đoạn khó khăn.

#### Chính sách đầu tư

Do đặc thù ngành gắn chặt với thị trường, cần đơn giản hóa thủ tục đầu tư để rút ngắn thời gian đưa vào sản xuất thực tế, chiếm lĩnh thị trường.

Hỗ trợ đầu tư phát triển các cụm công nghiệp khép sợi - dệt - nhuộm - hoàn tất giúp khép kín chuỗi cung ứng, chi phí logistics, tối ưu hóa quy trình sản xuất.

#### Chính sách thương mại

Hướng dẫn, hỗ trợ doanh nghiệp tận dụng ưu đãi thuế quan thông qua các FTAs.

Tham gia đàm phán cấp Chính phủ để hỗ trợ sản phẩm dệt may tại các thị trường lớn, khắt khe như Mỹ, EU.

#### Chính sách hỗ trợ đổi mới công nghệ và chuyển đổi xanh

Cung cấp hỗ trợ tài chính, phát triển các công cụ như tín dụng xanh, ưu đãi thuế cho doanh nghiệp đầu tư vào công nghệ sản xuất xanh, tuần hoàn; các công nghệ hiện đại, tiết kiệm năng lượng, và giảm phát thải.

Ưu tiên hỗ trợ các doanh nghiệp dệt may sử dụng năng lượng tái tạo như điện mặt trời, điện gió trong sản xuất.

#### Phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao, thúc đẩy nghiên cứu và phát triển

Hỗ trợ các cơ sở đào tạo xây dựng chương trình đào tạo về công nghệ sản xuất hiện đại, sản xuất xanh để phục vụ nhu cầu nhân lực cho thời gian tới.

Tạo cơ chế, chính sách thuận lợi cho việc thu hút nhân tài, lao động kỹ thuật chất lượng cao.

Khuyến khích và hỗ trợ nghiên cứu phát triển vật liệu bền vững như sợi sinh học, sợi tái chế gốc cellulose. □

# SẢN XUẤT VÀ TIÊU DÙNG DỆT MAY BỀN VỮNG XU HƯỚNG, THÁCH THỨC VÀ KHUYẾN NGHỊ

Bài: HOÀNG MẠNH CẨM

Ngành dệt may sử dụng khái niệm “bền vững” để cân bằng nhu cầu của người tiêu dùng và nhà sản xuất với mục tiêu giảm thiểu tác động tiêu cực đến con người, và môi trường. Tuy nhiên, sự gia tăng mạnh mẽ của thời trang nhanh đã dẫn đến hệ lụy lớn cho môi trường và thậm chí là cả các vấn đề về xã hội. Các doanh nghiệp đang nỗ lực tìm giải pháp bền vững như tái chế, tái sử dụng, và áp dụng công nghệ xanh tuy nhiên vẫn còn rất nhiều thách thức phía trước.

## THÁCH THỨC VỚI PHÁT TRIỂN DỆT MAY XANH

### Lựa chọn nguyên liệu thân thiện môi trường

Việc sử dụng các loại sợi thân thiện môi trường, có gốc cellulose như bông hữu cơ, lanh, gai dầu và đang gia tăng, mở ra cơ hội thay thế sợi tổng hợp không thể tái chế. Tuy nhiên, sợi tổng hợp như polyester, nylon và acrylic hiện đang chiếm ưu thế trên thị trường, gây ô nhiễm vi nhựa đáng kể. Các nguyên liệu thân thiện môi trường vẫn gặp những khó khăn như nguồn cung cấp chưa ổn định và số lượng hạn chế, giá cả không cạnh tranh, khó khăn về công nghệ xử lý để gia tăng tiêu chuẩn như độ bền, khả năng co giãn...

### Yêu cầu sử dụng năng lượng tái tạo

Ngành dệt may hiện phụ thuộc nhiều vào nhiên liệu hóa thạch như dầu mỏ và khí tự nhiên, gây ô nhiễm không khí và suy thoái tài nguyên. Do nguồn tài nguyên này khan hiếm và không bền vững, nhiều doanh nghiệp trong ngành đã chuyển sang sử dụng các nguồn

năng lượng tái tạo như năng lượng mặt trời, sinh khối (biomass), khí thiên nhiên và khí hóa lỏng (LPG).

### Giảm thiểu hóa chất và nước thải độc hại trong quá trình dệt - nhuộm - hoàn tất

Nhiều hóa chất trong quy trình dệt, nhuộm (như thuốc nhuộm azo, formaldehyde, hoặc chất trợ nhuộm) có tính năng vượt trội, nhưng lại độc hại và khó tìm được các giải pháp thay thế an toàn với chi phí hợp lý. Các loại hóa chất thân thiện với môi trường thường đắt đỏ hơn và yêu cầu thay đổi quy trình sản xuất, dẫn đến tăng chi phí sản xuất. Việc đầu tư vào hóa chất thân thiện và hệ thống xử lý nước thải làm tăng chi phí sản xuất, ảnh hưởng đến khả năng cạnh tranh, đặc biệt khi đối đầu với “các đối thủ không tuân thủ quy định” do có lợi thế ở các quốc gia còn “lỏng lẻo” về mặt luật pháp.

### Rào cản tài chính đối với dệt may xanh

Một trong những rào cản chính là chi phí đầu tư ban đầu để chuyển sang các phương pháp bền vững, bao gồm việc

nâng cấp máy móc, áp dụng công nghệ mới và đào tạo lại lao động. Ngoài ra, các vật liệu và quy trình bền vững có thể có chi phí cao hơn so với các phương án truyền thống, ảnh hưởng đến khả năng cạnh tranh của sản phẩm dệt may bền vững trên thị trường. Thêm vào đó, sự không chắc chắn về nhu cầu của người tiêu dùng đối với các sản phẩm thân thiện với môi trường có thể gây rủi ro cho các công ty đầu tư vào tính bền vững.

### Hạn chế công nghệ và cơ sở hạ tầng trong sản xuất dệt may bền vững

Việc áp dụng công nghệ xanh như tiết kiệm nước và sử dụng nguồn năng lượng tái tạo gặp khó khăn vì cần đầu tư ban đầu lớn và chi phí cao so với biên lợi nhuận mang lại. Hơn nữa, việc xây dựng hoặc nâng cấp nhà máy để phù hợp với công nghệ tiên tiến tốn kém và mất thời gian. Thu gom, phân loại và xử lý chất thải dệt may đòi hỏi cơ sở hạ tầng và logistics, điều này không phải khu vực nào cũng có.

### Nhận thức của người tiêu dùng

Ngành thời trang đã bắt đầu chú trọng đến tính bền vững, nhưng mức độ nhận thức của người tiêu dùng về các sản phẩm bền vững vẫn chưa rõ ràng. Mặc dù người tiêu dùng có xu hướng mua sản phẩm bền vững, thiếu hiểu biết về sản phẩm bền vững thực sự và tác động của ô nhiễm là rào cản lớn. Các nhãn hiệu chứng nhận hữu cơ có thể thu hút người tiêu dùng, nhưng người tiêu dùng ít quan tâm đến các thực hành của thương hiệu mà chủ yếu quan tâm đến giá cả, chất lượng và giá trị của sản phẩm.

### Thách thức về chính sách và quy định

Hiện không có một cơ quan lập pháp duy nhất ở cấp độ toàn cầu, cũng như thiếu sự hợp tác liên chính phủ, nên cũng không có bất kỳ quy định thống nhất nào liên quan đến tính bền vững của ngành dệt may. Các chính sách, quy định và sáng kiến vẫn chỉ dừng ở các quốc gia/khu vực riêng lẻ mà thiếu đi sự đồng nhất về cách áp dụng, các tiêu chí đánh giá. Doanh nghiệp sản xuất xuất khẩu hàng dệt may phải đáp ứng các quy định khác nhau theo từng thị trường.



## MỘT SỐ KHUYẾN NGHỊ

### Tập trung vào nghiên cứu và phát triển để đổi mới công nghệ sản xuất bền vững

Phát triển các công nghệ sản xuất dệt may bền vững là cần thiết để giảm thiểu tác động tiêu cực đến môi trường, đặc biệt là nước, hóa chất và phát thải carbon. Một số sáng kiến đổi mới đã được áp dụng để tăng cường tính bền vững trong sản xuất dệt may như sử dụng nguyên liệu tự hủy sinh học (bông hữu cơ hoặc sợi gốc cellulose) thay vì nhựa tái chế do các sản phẩm từ nhựa tái chế vẫn tạo ra rác thải khó phân hủy sau người dùng cuối. Việc sản xuất trang phục không đường may 3D giúp giảm thời gian sản xuất, thời gian giao hàng, chi phí lao động và tiêu thụ năng lượng tới 30%, đồng thời giảm thiểu chất thải trong quá trình cắt mẫu.

### Tăng cường hợp tác trong chuỗi cung ứng

Sự hợp tác trong chuỗi cung ứng là một trong những yếu tố quyết định với hiệu quả, tính bền vững và sự đổi mới của ngành dệt may. Trong đó, các nhà sản xuất sợi giữ vai trò chiến lược để đảm bảo nguồn cung cấp ổn định các nguyên liệu thô chất lượng cao. Việc hợp tác với các công ty công nghệ cho phép sử dụng các kỹ thuật sản xuất tiên tiến như in 3D giúp cải thiện tính cá nhân hóa sản phẩm và giảm thiểu chất thải. Quan hệ đối tác với các nhà cung cấp dịch vụ hậu cần giúp tăng cường phân phối và vận chuyển, rút ngắn thời gian chờ đợi và tác động đến môi trường. Hợp tác chặt chẽ với các nhà bán lẻ cũng cải thiện thông tin thị trường, dịch vụ khách hàng, dự báo nhu cầu và quản lý hàng tồn kho bằng cách cho phép các doanh nghiệp phản hồi tốt hơn với thị hiếu của khách hàng.

### Thiết kế chính sách hỗ trợ

Chính phủ nên xây dựng các chính sách ưu đãi và sáng kiến khuyến khích hành vi thân thiện với môi trường như tín dụng ưu đãi, giảm thuế cho doanh nghiệp đầu tư vào công nghệ và hóa chất thân thiện môi trường hay các chương trình đánh thuế carbon, hỗ trợ năng lượng xanh có thể thúc đẩy các hoạt động bền vững.

### Giáo dục và chiến dịch nâng cao nhận thức

Các chiến dịch giáo dục người tiêu dùng về tác động tiêu cực của ngành thời trang sẽ giúp họ đưa ra lựa chọn mua sắm có trách nhiệm từ đó thúc đẩy thị phần tiêu dùng thời trang bền vững. □

# NHÂN CÁCH CON NGƯỜI TRONG BỐI CẢNH HIỆN ĐẠI QUA LỜI DẠY CỦA CHỦ TỊCH HỒ CHÍ MINH

Bài: PGS.TS ĐẶNG QUỐC BẢO

## CẢM XÚC CỦA BÁC HỒ VỀ HOA MAI VÀ HOA CÚC

Năm 1942 tại Lũng Dè, Bác Hồ viết bài thơ "Thương sơn":

"Lục nguyệt nhị thập tứ  
Thượng đảo thủ sơn lai  
Cử đầu hồng nhật cận  
Đối ngạn nhất chi mai."  
"Ngày hai mươi bốn tháng sáu  
Lên đến núi này  
Ngẩng đầu thấy mặt trời đỏ gần lại  
Bờ bên kia có một nhánh mai."

Nhà thơ Tố Hữu dịch bài thơ "Thương sơn":

"Hai mươi tư tháng sáu  
Lên ngọn núi này chơi  
Ngẩng đầu mặt trời đỏ  
Bên suối một nhánh mai"

GS. Phan Ngọc viết cảm xúc về lời thơ của Hồ Chí Minh:

Hai câu đầu nôm na để dẫn tới hai câu sau bất tử. Một tứ thơ cách mạng hòa với một tứ thơ Phật giáo. "Ngạn" là cái bờ suối cụ thể, nhưng cũng là cái bờ bên kia, cái bờ đạt đến sự giác ngộ.

"Mai" là cây Mai cụ thể nhưng cũng biểu thị cho con người thoát khỏi kiếp luân hồi.

Cả hai lý tưởng đều ở ngay trước mặt.

Tứ thơ hào hùng siêu thoát đến thế là cùng.

Hồ Chí Minh là thế!

Ai viết nổi hai câu thơ vừa muôn đời, vừa mới mẻ, vừa thanh thản, vừa khí phách lại thấm đượm tình người đến thế (?).

Phải chăng chỉ có Hồ Chí Minh ! (Nguồn: Suy nghĩ mới về "Nhật ký trong tù", Viện Văn học, Nxb Giáo dục, 1997, tr.630.)

Năm 1954, mở đầu chiến dịch Điện Biên Phủ (01/01),



PGS.TS Đặng Quốc Bảo

Chủ tịch Hồ Chí Minh gửi Nhật lệnh cho Đại tướng Võ Nguyên Giáp:

"Tổng tư lệnh ra mặt trận  
Tướng quân tại ngoại  
Trao cho chú toàn quyền quyết định  
Trận này quan trọng phải đánh thắng  
Chắc thắng mới đánh  
Không chắc thắng, không đánh"

(Khuổi Tát - Núi Hồng)

Ngày 05/01/1954, trên đường trở về căn cứ địa, đi qua một rừng Mai thấy hoa Mai nở bung trong nắng xuân, Người cho dẫn một cành mai đẹp đưa Giao Thông Viên quay lại tặng đồng chí Võ Nguyên Giáp, kèm bài thơ sau:

Tâm hữu vị ngộ

"Bách lý tâm quân vị ngộ quân  
Mã đề đạp toái lĩnh đầu vân  
Quy lai ngẫu quá sơn mai thụ  
Mỗi đóa hoàng hoa nhất điểm xuân"

Bản dịch của Sơn Tùng:

"Trăm dặm tìm nhau mà chẳng gặp  
Mây phủ đầu non vó ngựa quân  
Trở về bỗng gặp cây mai núi  
Một đóa hoa vàng, một nét xuân"

Bản dịch của Phan Văn Các:

"Trăm dặm tìm không gặp cố nhân  
Mây đeo dẫm vó ngựa chôn chân  
Đường về chợt gặp cây mai núi  
Mỗi đóa hoa vàng, mỗi nét xuân"

"Hoa Cúc" trong một lời Huấn dục của Bác Hồ

Chuyện kể lại: Một đồng chí cán bộ cao cấp của Đảng được điều vào chiến trường B. Trước khi đi công tác, đồng chí đến chào Bác và xin Bác cho một biệt hiệu. Bác Hồ bảo đồng chí: Chú nên lấy biệt hiệu là "Cúc", chú là Mười Cúc. Đồng chí cán bộ hào hứng nhận biệt hiệu mà Bác trao cho.

Tiếp đó Bác đọc hai câu thơ tặng đồng chí cán bộ:

"Cúc ơi lá chẳng lìa cành  
Thương ai có hiểu chính mình là ai"

Đồng chí cán bộ hiểu điều Bác muốn trao gửi, đồng chí đã làm tròn nhiệm vụ Đảng giao cho trong những ngày ở chiến trường.

Sau này, đồng chí Mười Cúc đã trở thành người lãnh đạo xuất sắc của Đảng đưa Đất nước vào công cuộc đổi mới.



## THƯ BÁC HỒ GỬI NHÀ QUÂN SỰ NGUYỄN SƠN VÀ NHÂN CÁCH CON NGƯỜI TRONG BỐI CẢNH HIỆN ĐẠI

Năm 1948, Bác Hồ đã gửi cho ông Nguyễn Sơn thư mừng nhân dịp ông được Nhà nước phong quân hàm Thiếu tướng. Nội dung thư mừng là một lời dạy hàm súc về rèn luyện nhân cách bao quát cả bốn mặt: thái độ tâm hồn, trí tuệ và hành động.

"Gửi Sơn đệ:  
Đàm dục đại  
Tâm dục tế  
Trí dục viên  
Hành dục phương"

Hồ Chí Minh Dịch nghĩa:

"Cái mặt phải lớn (dũng cảm)  
Cái tâm phải tinh tế trong sáng  
Cái trí tuệ phải toàn diện  
Hành động phải có hiệu quả."

Các tài liệu sau này cho biết khi Nguyễn Sơn nhận được tin phong "Thiếu tướng", ông chưa thật vui, Nguyễn Sơn nghĩ với tài năng và công lao của mình ông sẽ được một quân hàm cao hơn. Biết được tâm trạng này, Bác Hồ đã giao cho Bộ trưởng Phạm Ngọc Thạch với tư cách phái viên của Chính phủ về Thanh



Hoá tổ chức lễ phong tướng cho Nguyễn Sơn. Bác dặn đồng chí Phạm Ngọc Thạch đưa thư cho đồng chí Nguyễn Sơn trước khi tổ chức lễ phong. Mở đầu thư, Bác dùng lời: Gửi Sơn đệ (Gửi người em Nguyễn Sơn) như sự đối xử trong tình cảm gia đình.

"Đàm dục đại  
Tâm dục tế  
Trí dục viên  
Hành dục phương"

Bác vừa có ngụ ý khen sự dũng cảm và kiến thức uyên bác song còn có ẩn ý nhắc nhở Nguyễn Sơn thái độ chớ nên kiêu ngạo, hành động chớ nên hấp tấp vội vàng.

Đọc thư của Bác do đồng chí Phạm Ngọc Thạch trao cho (vì Bác biết Nguyễn Sơn rất thạo văn thơ cổ Trung Quốc, Nguyễn Sơn sẽ hiểu ngay là Bác lấy từ ý thơ của Khổng Tử Mạc đời Đường), Nguyễn Sơn đã ân hận về thái độ chưa đúng của mình. Ông kịp nhận ra thiếu sót và vui vẻ nhận tước phong của Nhà nước. Quân khu bộ Liên khu tư đã tổ chức buổi lễ phong tướng rất trang trọng.

### PARADIGM NHÂN CÁCH CON NGƯỜI: NHẬN THỨC QUA THƯ BÁC HỒ

Bức thư của Bác Hồ gửi tướng Nguyễn Sơn không chỉ giới hạn trong nội dung vốn có của nó. Nội dung bức thư cho đến ngày nay còn giữ nguyên ý nghĩa thời sự cho công tác giáo dục thế hệ trẻ vì đã khái quát sâu sắc yêu cầu tính toàn vẹn hài hoà trong nhân cách con người với 4 tố chất IQ, EQ, AQ, CQ.

Ngày nay, người ta thường nhấn mạnh ở mỗi con người phải có đồng bộ cả thông minh về mặt trí tuệ, thường gọi là thông minh từ bộ óc (qua chỉ số IQ: Intelligence quotient) và thông minh về mặt xúc cảm, thường gọi là thông minh từ trái tim (qua chỉ số EQ: Emotion quotient). EQ nhiều khi được đánh giá cần thiết hơn IQ bởi lẽ con người không chỉ cần có thông minh về khoa học cơ bản, khoa học kỹ thuật

mà cần hơn là con người phải có một cảm xúc đúng đắn với cộng đồng. Con người phải biết vui cái vui của người khác, biết đau cái đau của người khác, biết sống khoan dung lẫn nhau. "EQ - IQ" được thể hiện trong các câu "Tâm dục tế - Trí dục viên" từ lời dạy của Bác. Bổ sung và hỗ trợ cho "IQ - EQ", con người phải có "AQ - CQ". AQ (Adversity quotient) chỉ rõ con người phải rèn luyện tố chất vượt qua thử thách, vượt qua nghịch cảnh.

"AQ" được thể hiện trong câu "Đàm dục đại" từ lời dạy của Bác. "CQ" (Creative quotient) chỉ rõ con người phải có tố chất hành động

Hiệu quả trong bất cứ công việc gì. Hiệu quả (E) là một đại lượng thể hiện

Sự so sánh giữa hai nhân tố kết quả (a) và chi phí (b).

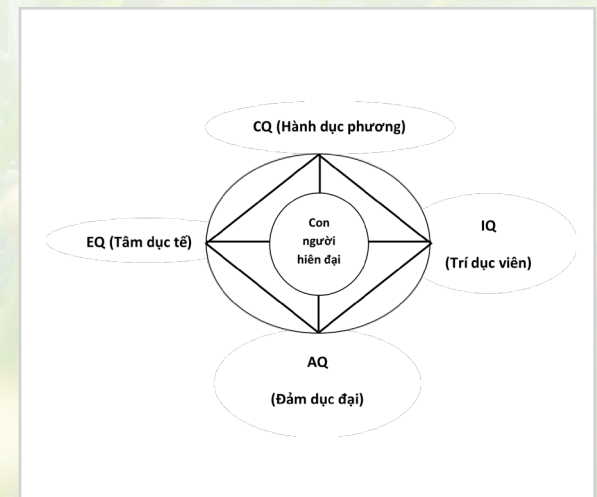
$$E = \frac{a}{b}$$

Con người phải hành động thế nào để a tiến đến max và b tiến đến min.

Ngoài ý nghĩa tổng quát phạm trù hiệu quả còn bao quát hai trường hợp sau:

Khi "b" đã ấn định thì hành động phải đạt đến "a" tối đa hoặc là sử dụng để có "a" theo mục tiêu đã đề ra và cần "b" tối thiểu. CQ được thể hiện trong câu "Hành dục phương" từ lời dạy của Bác.

Có thể khớp lời dạy của Bác qua thư gửi tướng Nguyễn Sơn với nội dung bốn chỉ số EQ, IQ, AQ, CQ của con người hiện đại trong sơ đồ sau:



## THUẬN NGHỊCH ĐỘC, THỦ VÍ NGÂM

**Thuận:**  
Thơ tứ giục màu điểm thắm Xuân  
Nắng soi sương ngọc ánh trong ngần  
Cờ tung gió cuốn mây hồng trái  
Bến vỗ sóng dồn sóng mãi ngàn  
Mơ ước khúc cao thanh vọng tiếng  
Khát khao lời thiện mỹ gieo vần  
Chờ câu đợi ý người trao gửi  
Thơ tứ giục màu điểm thắm xuân

**Nghịch:**  
Xuân thắm điểm màu giục tứ thơ  
Gửi trao người ý đợi câu chờ  
Vân gieo mỹ thiện lời khao khát  
Tiếng vọng thanh cao khúc ước mơ  
Ngân mãi sóng dồn sóng vỗ bến  
Trái hồng mây cuốn gió tung cờ  
Ngần trong ánh ngọc sương soi nắng  
Xuân thắm điểm màu giục tứ thơ

Nguyễn Xuân Dương

## YÊU CẦU NHÂN CÁCH CON NGƯỜI ĐI VÀO BỐI CẢNH MỚI

Nhân loại đang đi vào kỷ nguyên toàn cầu hoá, vào nền văn minh tin học, vào sự thông thái với tốc độ phát triển mạnh mẽ, tuy nhiên nhân loại cũng đang chứng kiến sự suy thoái văn hóa.

Mô hình nhân cách con người ở thời đại này sẽ phải như thế nào để thích ứng với sự phát triển mới mà đồng thời vẫn giữ được tinh nhân văn.

Con người đang có những thời cơ thuận lợi được phát triển, nhưng cũng chịu đựng các thử thách một cách khốc liệt.

Nội dung thiếp của Bác Hồ gửi tướng Nguyễn Sơn đang là điểm tựa để xác định hệ giá trị cần giáo dục cho thế hệ trẻ sống xứng đáng trong bối cảnh mới. Đó là sự phát triển vượt qua mọi sự thử thách cảm dỗ, sống dũng cảm, sống có tâm hồn tinh tế, trong sáng, sống có kiến thức hài hoà vững chắc, sống với phương pháp làm việc đạt được chất lượng hiệu quả

Ảnh minh họa

# Cảm xúc 2024

Bài: TS. LÊ TIẾN TRƯỜNG

Năm 2024 vừa đi qua với rất nhiều niềm vui sau một năm 2023 nhiều khó khăn, Tập đoàn Dệt May Việt Nam và các doanh nghiệp đã quay trở lại đạt được tất cả các mục tiêu đề ra. Sự trở lại mạnh mẽ còn nhân niềm vui lên nhiều lần bởi những thay đổi rất lớn về chất lượng vận hành hệ thống trong Tập đoàn. Cá nhân tôi cũng có những niềm vui rất cụ thể khi nhiều dự báo và phương hướng hành động của năm 2024 đã được toàn hệ thống triển khai và có kết quả.

Nhớ lại cuối 2023, sau một năm quá vất vả ở tất cả các khu vực sản xuất kinh doanh, kim ngạch xuất khẩu lần đầu giảm sau 30 năm mở cửa, ngành may thiếu việc làm, ngành sợi tiếp tục lỗ sâu. Lợi nhuận hợp nhất của Tập đoàn giảm trên 50% so với 2022, giảm 70% so với 2021, không khí lo lắng bao trùm các cuộc họp tổng kết và bàn giải pháp cho 2024. Chúng ta đã động viên, khích lệ nhau, giữ vững tinh thần, nhưng quan trọng hơn là đã đề ra được phương hướng “hợp lý” trong giai đoạn đặc thù này, chất kết dính giữa các doanh nghiệp trong Tập đoàn được hình thành theo công thức mới thực chất và hiệu quả hơn. Với phương châm học hỏi tiến nhân – “đĩ bất biến, ứng vạn biến” trong đó “vạn biến” là thị trường, là sự lên xuống bất thường, còn bất biến chính là sự đoàn kết, gắn bó, sẻ chia và trên hết là dựa vào năng lực nội tại của chính doanh nghiệp. Chúng ta đã có một năm 2024 khai thác hiệu quả cao năng lực nội tại, năng lực nắm bắt cơ hội kinh doanh trên nền tảng đã liên tục đổi mới nhiều động lực cũ của doanh nghiệp. Chúng ta đã làm rõ và phong phú thêm nội hàm văn hoá đoàn kết – chia sẻ của Vinatex chính là (1) đồng cảm, hiểu biết nhau sâu sắc; (2) tôn trọng tự do cá nhân – tôn trọng ý kiến trái ngược; (3) sự hỗ trợ kịp thời khi các đơn vị khó khăn; (4) minh bạch; (5) môi trường cho tất cả cùng phát triển.

Cũng trong năm 2024, với chủ đề trong lời chúc tết Giáp Thìn “cởi mở - dân chủ - tinh hoa” như tinh thần của giao hưởng số 9 Một thế giới, cung Mi thứ, của nhà soạn nhạc người Séc - Dvorak mà chúng ta cùng nghe trong ngày đầu tiên của năm mới, nhiều hoạt động của chúng ta đã thấm đậm chủ đề này. Lần đầu tiên giữa các doanh nghiệp ngành sợi, doanh nghiệp ngành may do Tập đoàn chi phối có sự “cởi mở” toàn bộ kết cấu chi phí, giá thành, đơn hàng, khách hàng cho phép so sánh với nhau để cùng cải thiện. Chúng ta cũng đã đạt được sự “dân chủ” cao trong sinh hoạt 2 ban SXKD Sợi và May, là ban mềm không cần yếu tố quyền lực để vận hành, mà chỉ có những gì có lý, tối ưu mới được thừa nhận và triển khai. Chính sự “cởi mở” và “dân chủ” đó là yếu tố quyết định cho hiệu quả ngành sợi được cải thiện nhanh, giảm thiệt hại, ngành may nắm bắt ngay các cơ hội dù nhỏ xuất hiện. Cũng chính trên nền tảng của “cởi mở - dân chủ” mà vai trò của nhóm “tinh hoa” được phát huy mạnh hơn. Rất nhiều chương trình mới, có sự thay đổi về chất, về cách làm được các nhóm đề xuất, đặc biệt là từ nhóm chuyên viên trẻ. Chúng ta đã có hội nghị người đại diện vốn với các tiếp cận rõ ràng, thuyết phục, nhưng đồng thời khuyến nghị được hướng đi cho từng DN. Lần đầu tiên kể từ khi thành lập Tập đoàn, chúng ta đã tổ chức thảo luận trực tiếp với từng

nhóm người đại diện tại 19 doanh nghiệp trên tổng số 28 khoản đầu tư về dệt may, chiếm 95% mức đóng góp cho Tập đoàn với sự tham gia của chủ tịch, TGD và thường trực HĐQT. Nhiều nội dung mới được triển khai như đánh giá thành tích cán bộ theo phương thức 360 độ và thảo luận 1-1, xuất bản tài liệu nghiên cứu thị trường, hoạt động của nhóm Office 365 từ cấp Tập đoàn lan toả xuống doanh nghiệp, quản trị đường đi của công việc trên hệ thống... Chúng ta cũng quyết đoán thực hiện mạnh mẽ công tác cán bộ, giao nhiệm vụ thuyền trưởng tại 11/12 đơn vị chi phối trong lĩnh vực sản xuất dệt may cho các cán bộ trẻ còn 15-20 năm công tác để có thời gian chuẩn bị chiến lược phát triển doanh nghiệp mà trước hết là kế hoạch 5 năm 2025-2030. Để bật trên cơ sở đều có đánh giá, theo dõi, đào tạo bổ sung qua các lớp ngắn hạn của Tập đoàn trong suốt 4 năm qua. Sức trẻ, trí tuệ đang làm cho năng lượng hoạt động của nhóm “tinh hoa” ngày càng mạnh lên, có sức bật vượt qua các “bất định” của thị trường.

2025 đã đến với tất cả những đặc tính “bất định” của thị trường như các năm qua, cũng là năm chúng ta chuẩn bị xây dựng kế hoạch trung hạn 2025-2030 với cốt lõi là đổi mới, sáng tạo để đạt được chất lượng tăng trưởng tốt, giá trị gia tăng cao hơn các giai đoạn trước. Hoà mình vào kỷ nguyên mới, kỷ nguyên vươn mình của dân tộc, đóng góp vào giai đoạn cả nền kinh tế quyết tâm có tăng trưởng 2 con số liên tục trong nhiều năm, Vinatex cũng đặt mục tiêu tăng trưởng hiệu quả gấp 2 lần sau 5 năm, duy trì tăng trưởng năng suất lao động trên người lao động, giá trị gia tăng trên người lao động hàng năm trên 10%. Nhưng với nền móng bắt đầu hình thành từ 2024, nhất là một tinh thần khát khao ứng dụng, sáng tạo cái mới, chúng ta tin tưởng đã có những bước đi đúng đắn trên hành trình hướng về “chất lượng tăng trưởng” và Vinatex sẽ là mảnh đất cho “cởi mở - dân chủ - tinh hoa” được phát triển mạnh mẽ.

Một lần nữa tôi lại có xúc cảm lãng mạn về 2025, một năm ta hãy chọn chủ đề như bản giao hưởng số 41 - Jupiter của W.A. Mozart, bản nhạc được đánh giá hay nhất mọi thời đại. Bản nhạc được các nhà phê bình đánh giá “có nhiều ý tưởng chống lên nhau, bùng phát hết cái này đến cái khác. Có rất nhiều dòng âm nhạc, màu sắc đa dạng. Sự khéo léo kết hợp tưởng như không tưởng, không có giới hạn”. Vinatex cũng vậy, chúng ta sẽ có năm 2025 và cả giai đoạn 2025-2030 bùng nổ về ý tưởng, sáng tạo, đa dạng nhưng kết hợp hài hoà, khéo léo trong nhau, để từng doanh nghiệp đều mạnh lên, để cả “dàn nhạc Vinatex” cùng diễn tấu thành công tác phẩm phức tạp nhất - tác phẩm mang tên “thị trường”. □



**ĐẾ HẬU UY NGHI MŨ CỬU PHƯỢNG - HUY HOÀNG VẼ ĐẸP PHƯỢNG BÀO**

Theo "Khâm Định Đại Nam hội điển sự lệ", Hoàng Thái hậu, Hoàng hậu đội mũ cửu phượng tượng trưng cho ngôi vị thượng đẳng. Mũ Cửu phượng của Hoàng Thái hậu được khâu ngọc châu, khảm gương tùy ý.

Mũ Cửu Phượng của Hoàng hậu có thân mũ làm bằng lông đuôi ngựa, trùm búi tóc, sức 9 hình phượng, khảm 9 chiếc lạp bốn, 1 miếng vân hoa bó tóc, 1 miếng bạc sơn, 12 cánh hoa bướm, 4 đóa hoa sức trâm. Hai cánh hốt phía trước, 1 vòng liên đẳng bọc tóc, 4 đóa hoa mai, 2 đoạn hoa liên đẳng trang sức chân tóc, 1 miếng khoả kiểu phía sau, pho hình phượng nạm một đoạn chỉ, 4 thân trâm bạch kim đều khâu chuỗi thùy anh, 198 hạt trân châu cỡ nhỏ, khảm 235 hạt pha lê các loại. Ngạch cân làm bằng đoạn Bát ti màu thiên thanh lót lĩnh Đại tào màu vàng chính sắc, sức 4 khuyên vàng, 1 dải thao tơ.

# Lộng lẫy lễ phục của NỮ QUÝ TỘC triều Nguyễn

Bài và ảnh: NHẬT MINH - PHƯƠNG HÒA

Chế độ y quan triều Nguyễn mang đậm những dấu ấn lịch sử, văn hóa xã hội và cũng là di sản độc đáo của dân tộc để nhiều đời sau nghiên cứu, khám phá, ứng dụng trong cuộc sống. Chỉ riêng mỗi bộ lễ phục của nữ giới quý tộc là một tác phẩm nghệ thuật dệt - may - thêu - hội họa - chế tạo kim hoàn mang tính thẩm mỹ cao thể hiện ngôi vị của mỗi cá nhân ở cung đình đương thời. Trong các ngày lễ tết quan trọng tổ chức ở điện Thái Hòa khi Hoàng Thái hậu, Hoàng hậu, Cung tần, Công chúa khoác bộ lễ phục đến dự càng tôn không khí vương triều muôn phần khởi sắc.



Áo sa kép xuân hạ của Hoàng thái hậu



Hoàng hậu Nam Phương mặc triều phục

Phượng bào của Hoàng Thái hậu, Hoàng hậu cơ bản là sử dụng vải gấm, vải sa sa mát màu vàng chính sắc bên trong lót lụa trơn hoặc lụa vân, được thêu chữ Thọ ngũ sắc gia kim, hoa, sóng nước xen kẽ kết san hô, gương, lót trầu màu hoa xích. Chỉ có trên áo Hoàng Thái hậu, Hoàng hậu người ta mới trang trí thêm các hoa văn tứ thời, bát bửu.

Tất cả các chất liệu này đều làm từ tơ tằm. Với kỹ thuật dệt theo định lượng của sợi nên có độ dày mỏng khác nhau. Gấm là một loại lụa được tạo ra từ sợi tơ tằm tự nhiên, nhanh nhạy về khả năng bắt sáng để tạo độ óng ánh huyền ảo và sự sang trọng cực phẩm. Người thợ dệt gấm phải đạt tới tay nghề rất cao, kỹ thuật điêu luyện, tinh xảo và có

đầu óc sáng tạo tuyệt vời. Ngoài chất liệu gấm thì sa là loại vải có bề mặt bóng, mỏng, có tính thấu quang. Áo may bằng sa có trọng lượng nhẹ, độ ánh mờ, toát lên sự tinh tế, cao quý. Các loại vải lụa dùng để may trang phục, mũ mào cho vua chúa, hoàng thân quốc thích đều là hàng cao cấp do triều đình đặt mua ở các vùng Nam Kinh, Giang Nam (Trung Quốc) nhằm thỏa mãn nhu cầu trang phục của Hoàng gia. Chỉ đến đời vua Thiệu Trị trở đi do sự cấm đoán màu vàng được dùng cho trang phục Đế - Hậu Nhà Thanh. Vì thế triều Nguyễn nước ta đã phải đặt các hộ dệt tơ lụa gấm vóc ở Hà Đông chuyên dệt lụa, gấm màu vàng dành riêng cho Vua, Hoàng Thái hậu, Hoàng hậu. Ngoài mũ áo thì một bộ trang phục đầy đủ của Hoàng Thái hậu và Hoàng hậu còn có Thượng làm bằng đoạn Bát ti màu tuyết bạch, thêu phượng ổ, hoa, sóng nước, xen kẽ kết gương Tây. Đai dùng tre thuộc, bọc đoạn Bát ti bông màu vàng chính sắc, đều sức vàng, 18 miếng vuông dệt đều lót mặt gương, khảm hoa vàng trở rồng, 2 chiếc móc vàng. Bit tất của Hoàng Thái hậu, Hoàng hậu làm bằng lĩnh bóng màu tuyết bạch, lót trầu bóng màu hoa xích, viền cổ bit tất có hai dây thao làm bằng trầu bóng màu hoa xích. Hài làm bằng tơ lông vũ màu vàng chính sắc thêu phượng xen kẽ kết san hô, trân châu, gương của Tây dương.

Trong thẫm mỹ của người Việt thì hình tượng chim phượng: "đầu chim trĩ, mào là mào của gà trống khuôn theo hình mây có chùm lông dài. Mỏ con chim nhọn, ở dưới có chùm lông giống râu, cổ là cổ rùa. Lông của nó mượt như lụa, óng ánh như lửa". Nó được tạo hình với dáng nghiêng, dưới dạng hoa văn hình tròn, đầu ngẩng cao, chân ngắn, hai cánh dang rộng và luôn được đặt vào vị trí trung tâm



Áo sa kép xuân hạ của Hoàng hậu

của trang phục. Chim phượng đặc biệt tượng trưng cho ý nghĩa: "đầu đội chân lý và đức hạnh, mắt là mặt trời mặt trăng, lưng cõng bầu trời, đuôi là tinh tú, cánh là gió, lông là cây cỏ, chân là đất".

### NGỜI SẮC VINH HOA CUNG TẦN, CÔNG CHÚA

Theo quy chế năm 1808: Trưởng Công chúa đội mũ Thất phượng và Kim ước phát 12 trâm hoa.

Năm 1824, mũ Thất Phượng của Công chúa thì thân mũ làm bằng lông mã vĩ (lông đuôi ngựa) trùm búi tóc, sức vàng 85 tuổi, 2 chiếc khóa kiểu vàng, 1 chiếc sức chân tóc, 7 hình phượng bay, 4 miếng cổ đỏ, 2 đóa hoa mai, 4 đóa hoa cúc, 7 đóa hoa mạn, 4 trâm hoa, 1 vòng sức quanh đỉnh đầu, 1 vòng sức quanh viền mũ, đều đính với một miếng tuyến khóa trở hình

phượng, 2 miếng khóa bản, 1 bộ trâm bạch kim xâu 120 hạt giả châu khảm 230 hạt pha lê.

Đến năm 1833, các Công chúa đều đội mũ Thất Phượng như trưởng Công chúa và mặc Phượng bào màu đỏ sẫm.

Từ năm 1845 trở về sau chỉ có Trưởng Công chúa tiếp tục sử dụng mũ Thất Phượng, còn các Công chúa chỉ được đội mũ Ngũ Phượng.

Cung tần thuộc nhất, nhị, tam giai thuộc hàng thê thiếp của vua tùy theo cấp bậc được dùng kim ước phát (bó tóc bằng vàng) như Bát Phượng, Thất Phượng, Ngũ Phượng, Tam Phượng và Nhất Phượng và chỉ được cấp một áo Nhật bình làm triều phục. Hoàng Thái hậu, Hoàng hậu cũng một áo Nhật Bình là thượng phục.



Áo đoàn loan Nhật bình của Công chúa

Bạc Hậu quần thường làm bằng tơ bát ti màu trắng thêu rồng phượng, còn các bạc còn lại sử dụng thường làm bằng tơ bát ti màu trắng thêu Loan ổ. Phần tay áo dài và rộng tạo ra hình ảnh mềm mại, dịu dàng. Khắp thân áo thường được trang trí lộng lẫy bằng các hoa văn dạng tròn dạng phượng ổ, loan ổ đan xen với các hình hoa lá, chữ Phúc, chữ Thọ... đính kim tuyến lấp lánh. Những chiếc cúc áo nạm vàng hoặc chế tác từ ngọc, đá quý. Ở tay áo Nhật Bình của Công chúa, Cung tần đều có dải màu ngũ hành: lục, vàng, xanh, trắng, đỏ. Phần dưới cổ tay của áo lại được trang trí thêm 2 dải dây dài thả lỏng gọi là dải thùy lưu.

Năm 1807, màu sắc cụ thể của áo Nhật Bình được quy định tương ứng với từng cấp bậc. Hoàng hậu được cấp 1 áo bào Nhật Bình làm bằng sa sợi vàng thêu 20 hình rồng phượng, loan, trĩ, một thường may bằng tơ Bát ti trắng thêu rồng phượng. Công chúa cũng một áo Nhật Bình may bằng sa sợi đỏ, thêu phượng ổ.

Cung tần nhị giai được một áo Nhật Bình bằng sa màu xích đào thêu Loan ổ, một thường làm bằng tơ Bát ti trắng thêu Loan ổ. Cung tần tam giai cấp một áo Nhật Bình làm bằng sa màu tím chính sắc thêu phượng ổ, 1 thường làm bằng tơ Bát ti trắng thêu loan ổ. Cung tần tứ giai được cấp một áo Nhật Bình bằng sa màu tím nhạt, một thường bằng tơ Bát ti trắng thêu loan.

Còn hài làm bằng tơ lông vũ màu đỏ, viền thêu phượng, bit tất làm bằng lĩnh bóng màu tuyết bạch.

Tới năm Thiệu Trị thứ 6 (1846) lại quy định các cấp cung tần nhất và nhị giai đều đội mũ Kim Phượng có 3 bậc sơn, nhất giai 8 phượng, nhị giai 7 phượng, tam giai búi tóc cài trâm phượng, tứ - ngũ giai không cài trâm. □



# Đón Tết Việt cùng thời trang Vinatex

Bài: VŨ



Trong thời khắc chuyển giao của năm cũ và năm mới, những bộ thời trang lịch thiệp, trang nhã của các thương hiệu thuộc Tập đoàn Dệt May Việt Nam (Vinatex) là sự lựa chọn hoàn hảo cho những ngày đầu năm mới. Cùng Dệt May và Thời trang Việt Nam “gợi ý” những bộ trang phục ngày Tết đến từ các thương hiệu: Tổng Công ty May 10 - CTCP, Tổng Công ty Đức Giang - CTCP và Tổng Công ty CP Dệt May Hòa Thọ.



### BÙNG SÁNG KHÔNG KHÍ LỄ HỘI CÙNG HERADG

Trong không khí lễ hội đã len lỏi khắp mọi phố phường, những niềm vui lấp lánh, những sắc màu của hạnh phúc, đôi mắt hân hoan chính là cảm hứng để HeraDG - thương hiệu thời trang nữ của Tổng Công ty Đức Giang - CTCP ra mắt BST "Charming Night" - bộ sưu tập đánh thức những cảm xúc tuyệt vời nhất của mùa lễ hội cuối năm.

BST "Charming Night" là sự hòa quyện giữa vẻ đẹp rực rỡ đậm chất lễ hội và phong cách thanh lịch, tinh tế của quý cô hiện đại. HeraDG sử dụng gam màu như đỏ, trắng, đen làm chủ đạo trên nền chất liệu nhung và dạ tweed cao cấp, đặc biệt là chất liệu ren đang là xu hướng mới nhất của năm. Đây là tổng hòa hoàn hảo sự bí ẩn, thu hút và thanh lịch mang đến rất nhiều gợi ý cho những bữa tiệc cuối năm. Ngọt ngào và quyến rũ, sự sang trọng, quý phái toát ra từ thần thái được tôn lên bởi những thiết kế mới nhất này.

Sắc đỏ rực rỡ như hơi thở ấm nồng mùa lễ hội, sắc trắng tinh khôi gợi lên hình ảnh của bông tuyết mong manh, và đen huyền bí tựa màn đêm kỳ diệu với hàng vạn vì sao lấp lánh. Những chi tiết cách điệu cầu kỳ, chọn lọc trau chuốt và ý tưởng sáng tạo của các nhà thiết kế - tất cả mang đến một hình ảnh quý cô đang tận hưởng cuộc sống bằng cả trái tim đầy nhiệt huyết và sôi nổi trong BST "Charming Night".

Không chỉ là phong cách thời trang đẹp mắt, BST "Charming Night" là sự lựa chọn tuyệt vời để cùng nàng đi qua những khoảnh khắc tươi đẹp, lấp lánh nhất trong cuộc sống, đồng hành mang tới vẻ tự tin sang trọng cho nàng tại mọi bữa tiệc, sự kiện trong mùa lễ hội cuối năm.



112 | DỆT MAY VÀ THỜI TRANG VIỆT NAM





Màu đỏ tượng trưng cho sự khởi đầu mới, cho những điều tốt đẹp sẽ đến trong năm mới. Chính vì vậy, vào dịp Tết, người Việt thường mặc quần áo, trang trí nhà cửa bằng màu đỏ để cầu mong một năm mới an khang, thịnh vượng.

Tông màu đỏ chủ đạo, đối nghịch với những bộ trang phục màu đỏ, đen, trắng, hồng... tạo nên nét tương phản mạnh mẽ, làm nổi bật bộ trang phục công sở thường ngày. Một sự lựa chọn tuy không mới mẻ nhưng chín chu, lịch thiệp và đầy trang nhã. Hơn hết, Tết là thời khắc của sự sum vầy, là sự tận hưởng bên gia đình sau một năm làm việc. Mỗi bộ trang phục đều mang ý nghĩa về sự đoàn viên, ấm cúng, tươi vui với những màu sắc nổi bật tượng trưng cho mùa xuân, sắc hương và cảnh vật đặc trưng ngày Tết.

*Xuân đoàn viên, ánh xuân về rạng rỡ,  
Chén trà xuân, ấm nghĩa vẹn tình sâu.*

### GỢI NHỚ TẾT VIỆT CÙNG MAY 10

*Xuân sắp tới, lòng người rộn khúc ca,  
Nét mực tàu, dòng thơ nghiêng gấm lụa.  
"Phúc mãn đường, tài lộc đảo gia,"  
Khói hương quyện, đất trời như mở cửa.*

Lấy cảm hứng từ những hình ảnh truyền thống đậm chất Tết Việt, thời trang May 10 đã thổi hồn cho những trang phục của DeTheia, GrusZ... phong vị của ngày Tết Nguyên đán. Tất cả bối cảnh của bộ look book là một phần của Tết: khói đun bánh chưng đêm 30, cảnh đào tết, nét mực tàu, tờ giấy đỏ - phong vị Tết gói gọn trong khung hình.

Cùng với những nét phác hoạ đặc trưng của ngày Tết, hình ảnh đèn lồng đỏ cũng cũng là một hình ảnh gần gũi của người Việt. Theo quan niệm của người Việt Nam, màu đỏ là màu của sự may mắn, bình an.



### MERRIMAN - CHÂM NGÔN VỀ THỜI TRANG HIỆN ĐẠI

Nếu như miền Bắc đón cái Tết trong không khí se lạnh, cùng những bộ trang phục ấm áp, thì miền Trung và miền Nam đón những tia nắng vàng của ngày đầu năm mới với thời tiết ấm áp, vui tươi. Đó cũng chính là nguồn cảm hứng để Merriman - thương hiệu thời trang của Tổng Công ty CP Dệt May Hòa Thọ ra mắt BST "Glamour à la Mode" - với các chất liệu hiện đại, cao cấp như: viscose, bamboo, cotton có xử lý chống nhăn...phù hợp với thời tiết và khí hậu của mỗi vùng miền.

Xuyên suốt BST được thể hiện theo phong cách thời trang hiện đại, lối cuốn. Cùng với đó, ngôn ngữ thiết kế được nhấn mạnh vào sự sáng tạo và tinh tế trong thiết kế. Khoác lên mình những bộ trang phục của Merriman không chỉ mang đến hình ảnh những quý ông lịch thiệp, quý cô sang trọng, nhã nhặn, mà xuyên suốt BST là châm ngôn về thời trang thượng, phù hợp với những người yêu thích phong cách hiện đại và thanh lịch.

Sản xuất trên dây chuyền xuất khẩu hiện đại, với thế mạnh là một trong những doanh nghiệp dệt may lớn nhất tại khu vực miền Trung, Merriman còn được thừa hưởng và tôn vinh là Thương hiệu Quốc gia nhiều năm liền. Do đó, đây cũng là dòng sản phẩm thời trang được "đo ni đóng giày" với hình thể của người Việt, giá thành cho người Việt. □



# Lụa Mã Châu và khát vọng hồi sinh

Bài: HOÀNG ANH (Thực hiện)

"Mã Châu tơ lụa mỹ miều  
Sớm mai củi mắc ban chiều tơ giăng"

Thế kỷ thứ 15, nghề ương tơ dệt lụa tại làng Mã Châu (nay thuộc huyện Duy Xuyên, tỉnh Quảng Nam) hình thành từ tay nghề của nghệ nhân vùng đồng bằng Bắc Bộ, lúc ấy đang trên hành trình di dân Nam tiến, kết hợp cùng kinh nghiệm trồng dâu nuôi tằm của người Chăm trong khu vực, vốn được bồi đắp một lượng lớn phù sa màu mỡ từ ba con sông Thu Bồn, Vu Gia và Bà Rén. Trải qua bao thăng trầm, có lúc tưởng như chỉ còn là dĩ vãng, lụa Mã Châu đã mạnh mẽ hồi sinh từ sự đau đầu của những nghệ nhân muốn giữ nghề truyền thống, giữ hồn cốt dân tộc.

Giờ đây, lụa Mã Châu ngày càng vang danh, không chỉ xuất hiện trong các bộ sưu tập thời trang mang tính nghệ thuật cao mà còn góp mặt tại các trung tâm thời trang của Ấn Độ, Mỹ và các nước châu Âu...



Sự tái sinh này mang trong mình những câu chuyện được viết lên bởi những người con đất Quảng Nam dốc hết tâm sức để góp phần khôi phục làng nghề. Cuộc trò chuyện của Trần Thị Yến- con gái của nghệ nhân Trần Hữu Phương - hiện đang nối nghề cha quản lý hợp tác xã dệt lụa Mã Châu với Dệt May và Thời trang Việt Nam Xuân Ất Tỵ là một minh chứng cho khát khao vực dậy làng nghề của những người trẻ mang nhiều đam mê, hoài bão.

## HIỆN THÂN CỦA XỨ QUẢNG

\* Điều mà khách hàng, nhà thiết kế tìm đến lụa Mã Châu là ở những yếu tố đặc biệt nào? Khi những sản phẩm thời trang còn mang trong mình những câu chuyện về văn hóa, di sản thì lụa Mã Châu giúp cho họ hiện thực hóa câu chuyện này thế nào?

Điểm đặc biệt ở lụa Mã Châu là bản chất sợi tơ tằm tự nhiên được giữ nguyên vẹn, không can thiệp vật lý và hoá học trong quá trình sản xuất làm thay đổi kết cấu sợi tơ, do đó lụa Mã Châu giữ được những đặc tính vốn có của tơ tằm nguyên bản: tính điều nhiệt (mát mẻ vào mùa hè, ấm áp vào mùa đông), đổi màu theo góc độ ánh sáng, kháng khuẩn, kháng mùi, hỗ trợ cơ thể đào thải độc tố thông qua lỗ chân lông.

Mã Châu là làng nghề truyền thống hơn 500 năm tuổi, quá trình hình thành, phát triển, khó khăn tưởng chừng như thất truyền rồi hồi sinh đều gắn liền với đời sống con người xứ Quảng, nên thấm đậm văn hoá địa phương nơi đây. Mảnh đất xứ Quảng đầy nắng, gió, bão, lụt đã tạo nên con người xứ Quảng tính cẩn kiệm, chịu khó, tuy cộc cằn nhưng chất phác. Mảnh lụa Mã Châu được hình thành từ đó nên cũng là hiện thân của đặc trưng xứ Quảng: tuy "thô" nhưng "thật", không mềm mại thướt tha như lụa nơi khác mà lại thô sơ, mộc mạc. Vốn dĩ hoàn cảnh khó khăn nên đặc tính "ăn chắc mặc bền" được ưu tiên hàng đầu, và sản phẩm Mã Châu của xứ Quảng cũng được tạo nên như thế.



Năm 1749, một người phương Tây là Poivre nhận xét: "Tơ lụa Đàng Trong so với Trung Quốc thì hơn hẳn về phẩm chất và sự tinh tế". Vì thế nên nói Mã Châu không chỉ là một dải lụa mà còn là đặc trưng văn hoá của xứ Quảng.

\* Mã Châu đã khôi phục được dòng Lãnh Hoa (Hoàng bào ngày xưa) vốn thất truyền hơn 200 năm. Đồng thời, có bước cải tiến về họa tiết, chất liệu để phù hợp với thời trang hiện đại, có thể tiêu thụ rộng rãi trên thị trường thay vì chỉ nằm ở bảo tàng. Các nghệ nhân Mã Châu đã góp phần hồi sinh và đưa lụa Mã Châu gắn gũi với đời sống bằng cách nào?

Định hướng của Mã Châu là khôi phục lại các dòng sản phẩm truyền thống của người Mã Châu đã thất truyền và vắng bóng trên thị trường hiện nay như: gấm, đoạn, sa, nhiễu, the,...trong đó có cả Lãnh Hoa. Đa phần các dòng sản phẩm này xưa kia đều được dệt bằng tay thủ công, thời gian để dệt 1 tấm Lãnh hoa may Hoàng Bào ngày xưa là từ 1 đến 3 năm và cần 4 người dệt cùng lúc mới thực hiện được. Nếu khôi phục lại nguyên trạng sản xuất thủ công xưa kia thì chi phí tạo nên một mảnh Lãnh Hoa là quá lớn và





có lẽ chỉ có thể phục vụ trưng bày tại bảo tàng. Mã Châu không muốn những giá trị văn hoá này bị lãng quên như thế nên việc khôi phục các dòng sản phẩm truyền thống này sẽ được ứng dụng thêm kỹ thuật và công nghệ hiện đại để cắt giảm chi phí, thời gian sản xuất, đảm bảo ở mức giá hợp lý có thể tiêu thụ được trên thị trường để lan toả những giá trị văn hoá này mãi về sau.

Và điểm đặc biệt ở Mã Châu là kỹ thuật và công nghệ hiện đại được chính nghệ nhân Mã Châu mày mò chế tạo ra dành riêng cho sợi tơ tằm nguyên bản của xứ Mã, đảm bảo giữ được sợi tơ nguyên bản để những giá trị vốn có của nó không bị ảnh hưởng và mất đi.

### MÃ CHÂU LÀ VĂN HOÁ, LÀ NGUỒN CỘI

**\* Người thợ làm lụa Mã Châu đòi hỏi có đủ tâm huyết, đủ kiên trì thì mới gắn bó được, xưởng dệt lụa Mã Châu làm thế nào để tập hợp được những người thợ khéo léo và vẫn giữ niềm đam mê với nghề, với di sản quê hương?**

Để có thể tiếp tục hành trình giữ nghề, thì nghệ nhân là yếu tố quan trọng nhất để tạo nên một mảnh lụa đẹp. Người ta nói sợi tơ tằm không vô tri vô giác mà có linh hồn, do đó để sản xuất được tơ tằm đòi



hỏi người thợ phải hiểu được sợi tơ, nắm bắt được sự biến chuyển của sợi tơ trong từng điều kiện môi trường khác nhau, do đó một người thợ lành nghề ở Mã Châu thường có tuổi nghề không dưới 20 năm.

Điều may mắn là Công ty TNHH Lụa Mã Châu hiện nay có tiền thân xưa kia là HTX làng nghề ương dệt Mã Châu, đây là cơ sở quy tụ hầu hết các nghệ nhân yêu nghề và gắn bó với làng nghề. Trải qua những thăng trầm và biến đổi của thị trường, họ không còn đủ sức để bám trụ với nghề bằng tư cách xã viên thì vẫn lựa chọn làm nghề theo phương thức làm công ăn lương.

**\* Cùng với con người là phải đầu tư máy móc, công nghệ để đáp ứng nhu cầu tiêu dùng mới, bạn đã thực hiện bài toán đầu tư này thế nào, nhất là khi làng thời trang đang nổi lên câu chuyện xanh hóa, tái chế, thân thiện với môi trường?**

Bài toán thị trường là bài toán vô cùng khó khăn, và cũng từ chính bài toán này đã không ít doanh nghiệp tư lựa Việt đánh mất chính mình khi chạy theo lợi nhuận và vòng xoáy thị trường. Để có thể tồn tại và theo kịp xu thế thời trang hiện đại thì việc đầu tư máy móc, công nghệ để nâng cao chất lượng sản phẩm và mẫu mã là điều bắt buộc tuy nhiên đầu tư như thế nào để không đánh mất chính mình là điều khiến Mã Châu trăn trở. Ở Mã Châu, định hướng giá trị cốt lõi là sản phẩm tơ tằm nguyên bản nên mọi công nghệ, máy móc được đầu tư đều xoay quanh mục đích không làm thay đổi kết cấu và bản chất sợi tơ tằm. Ở nơi khác, người ta sơ chế và xử lý sợi sơ tằm để phù hợp với công nghệ và máy móc họ mua được. Ở Mã Châu thì ngược lại, công nghệ và máy móc được chế tạo ra để phục vụ sợi tơ tằm tự nhiên. Do đó, dù Mã Châu không sản xuất thủ công, nhưng sản phẩm tơ lụa ở Mã Châu còn tự nhiên hơn cả các đơn vị sản xuất thủ công là vì vậy.

**\* Khát vọng hồi sinh lụa Mã Châu sẽ được Yến và các cộng sự tiếp mạch thế nào?**

Với tôi, Mã Châu không chỉ là một sản phẩm truyền thống mà còn là giá trị văn hoá địa phương. Chính việc nuôi tằm dệt lụa đã tạo nên con người xứ Mã đầy



tin tế, nhẫn nại, khéo léo và thật thà. Có nhẫn nại mới có thể gỡ rối được từng sợi tơ mảnh nhỏ, có tinh tế mới nhận ra được con tằm đang trốn ngủ bỏ ăn, và có thật thà mới làm ra mảnh lụa bền chắc, mộc mạc. Nên Mã Châu là văn hoá, là nguồn cội để thế hệ mai sau biết được chúng ta có từ đâu và vì đâu tạo nên con người xứ Mã như thế. Câu chuyện về Mã Châu sẽ được kể thông qua từng sản phẩm khôi phục được và lồng ghép câu chuyện lịch sử của thời cuộc. Và thông qua các NTK như Lê Thanh Hoà, La Phạm,... để đưa câu chuyện của Mã Châu lan toả trên thị trường thời trang.

**\* Xin trân trọng cảm ơn bạn và mong rằng câu chuyện lụa Mã Châu hồi sinh sẽ viết tiếp những trang mới trong sự đón nhận của khách hàng trong và ngoài nước! □**



# Xuân khát vọng

trong sắc màu

# THỔ CẨM

Bài: ANH TRÀ

Ngày càng nhiều nhà thiết kế thời trang tìm đến với vải thổ cẩm dân tộc để kể câu chuyện thời trang của thời hiện đại gắn với di sản văn hóa. Và nghệ nhân Sầm Thị Tình là người “kết nối” để rộng dài câu chuyện của vải thổ cẩm đến với thời trang trong nước và quốc tế. Ở thời khắc mùa Xuân đang đến với mọi nơi, vải thổ cẩm cùng khoe mình với những màu sắc tươi mới, khát vọng mới...

Năm 2024, bộ sưu tập Mountain Dreams (Giấc mơ núi) của thương hiệu thời trang bền vững La Pham trình diễn tại Tuần lễ Thời trang London đã ghi dấu một cột mốc mới trong hành trình tôn vinh và quảng bá vẻ đẹp thời trang Việt Nam ra thế giới qua câu chuyện mang đậm màu sắc dân tộc Việt. Bộ sưu tập đã tạo được tiếng vang với giới mộ điệu thời trang thế giới. Góp phần vào thành công này có sự góp mặt của vải thổ cẩm, của nghệ nhân Sầm Thị Tình. Nhà thiết kế La Pham đã mời nghệ nhân Sầm Thị Tình, đảm nhận công đoạn nhuộm cho các sản phẩm...

Học Cao đẳng Truyền hình nhưng không theo nghề mà Sầm Thị Tình ấp ủ và quyết định khởi nghiệp từ chính nghề dệt thổ cẩm, một nét



văn hóa độc đáo của người dân tộc Thái trên quê hương mình (bản Hoa Tiến, xã Châu Tiến, huyện Quỳnh Châu, tỉnh Nghệ An). Thổ cẩm ăn sâu vào tiềm thức cũng như khát vọng của cô gái Thái. Sầm Thị Tình luôn cố gắng tìm cho mình lối đi riêng, những sản phẩm thổ cẩm vừa giữ được nét đẹp bản sắc truyền thống của

dân tộc Thái, nhưng vừa hiện đại, tinh tế theo nhu cầu thị trường và thị hiếu khách hàng. Bền bỉ, miệt mài sống trong sắc màu thổ cẩm, trong sự đồng hành của bà con dân tộc, năm 2018, Sầm Thị Tình được trao tặng danh hiệu Nghệ nhân dệt vải thổ cẩm. Những năm gần đây, từ Hợp tác xã làng nghề thổ cẩm Hoa Tiến (Hoa Tiến



Brocade), nghệ nhân trẻ dân tộc Thái Sầm Thị Tình gìn giữ và nâng tầm, đưa sản phẩm có mặt trong nước và trên thế giới, góp phần quảng bá bản sắc văn hóa riêng của dân tộc Thái ra cộng đồng và tạo sinh kế cho lao động nữ tại địa phương.

Hiện nay, ngoài những sản phẩm truyền thống như váy, áo, khăn piêu..., Sầm Thị Tình đã thiết kế, gia công nhiều sản phẩm có giá trị như: Khăn dệt tơ tằm, khăn lụa, túi ví, giày dép thổ cẩm, thú bông, các sản phẩm trang trí trong nhà như vỏ gối, khăn trải bàn...

Theo nghệ nhân, để đưa được sản phẩm truyền thống vào phong cách hiện đại là một quá trình hết sức nan giải, đặc biệt lại là những tấm thổ cẩm mang đặc thù của người đồng bào dân tộc thiểu số. “Để thích nghi với việc đưa sản phẩm thổ cẩm vào ứng dụng hiện đại, tôi đã giành nhiều thời gian cho việc tìm hiểu và nghiên cứu, tìm hướng đi cho việc phát triển sản phẩm, đồng thời kết hợp với một số nhà thiết kế thời trang để ứng dụng vào thời trang ứng dụng và thời trang trình diễn. Ngoài ra, chúng tôi cũng kết hợp với một số kiến trúc sư để đưa thổ cẩm vào



trong lĩnh vực trang trí nội thất như dùng vải thổ cẩm làm chăn, gối, đệm và tranh treo tường...”- Sầm Thị Tình chia sẻ.

Sầm Thị Tình cho biết, sản phẩm thổ cẩm của Hoa Tiến luôn chú trọng và đề cao về chất lượng và đặc biệt là nguyên liệu sử dụng tạo ra sản phẩm. Những sản phẩm của Hoa Tiến tạo ra được làm từ sợi tơ tằm và sợi bông tự nhiên. Bà con ở Hoa Tiến tự trồng dâu nuôi tằm, việc hoàn thiện sản phẩm đều được làm thủ công hoàn toàn, tơ tằm được nuôi theo mùa vụ, ươm tơ và kéo sợi bằng tay nên

sợi tơ có độ thô mộc và đặc trưng riêng có. Hoa Tiến bảo tồn được những giống tằm địa phương cùng quá trình canh tác dâu, trồng bông thủ công. Bà con nơi đây biết sử dụng một số nguyên liệu tự nhiên từ cây, củ, quả có sẵn trong vườn, trong rừng để chế thuốc nhuộm màu. Đến nay, Hoa Tiến đã chế được 52 màu để nhuộm cho nhiều chất liệu (vải tằm thô, lụa, vải bông, vải linen).

Bên cạnh đó, người Thái ở Hoa Tiến còn bảo lưu kỹ thuật dệt - nhuộm với độ tỉ mỉ và hoàn thiện cao điển hình kỹ thuật dệt ikat,

tạo ra các hoa văn độc đáo trên các tấm vải, khăn. Các sản phẩm từ Hoa Tiến rất đặc trưng, với vải có độ thô nhất định từ chất liệu, đường thêu chắc chắn, màu nhuộm tự nhiên đa dạng, bền đẹp với thời gian.

Hiện nay, nữ nghệ nhân trẻ đang cùng các cộng sự phát triển các sản phẩm thổ cẩm trên thị trường thông qua các kênh truyền thông công nghệ, các trang mạng xã hội để tiếp cận trực tiếp với khách hàng. Tình bày tỏ: “Nhờ có mạng xã hội phát triển mà chúng tôi đã kết nối được với khách hàng một cách nhanh chóng và dễ dàng hơn rất nhiều, chúng tôi đã kết nối được với những khách hàng trong nước và quốc tế, truyền tải được thông tin hữu ích và hỗ trợ được khách hàng kết nối bà con tại địa phương. Bên cạnh đó các sản phẩm của bà con cũng được lan tỏa rộng rãi hơn. Hiện nay, chúng tôi cũng đang có kênh bán hàng qua các trang mạng xã hội như Facebook, Instagram, website... Trong tương lai, chúng tôi kỳ vọng sẽ đưa được sản phẩm của đồng bào mình ra nhiều hơn với thị trường quốc tế bằng cách nâng cao chất lượng và giá trị sản phẩm”.

Tiếp cận với những dịch chuyển của xu hướng thời trang xanh, bền vững trong nền kinh tế tuần hoàn hiện nay, nữ nghệ nhân trẻ nhận định, trong thời trang, kinh tế tuần hoàn hướng đến việc tái sử dụng, giảm thiểu lãng phí và kéo dài vòng đời sản phẩm. Việc sử dụng nguyên liệu tái chế, tự nhiên và giảm thiểu hóa chất là tiêu chí quan trọng. Xu hướng này là cơ hội để đưa các sản phẩm thủ công, mang đậm bản sắc văn hóa, ra thị trường quốc tế mà vẫn đảm bảo tính bền vững và cạnh tranh.

Sầm Thị Tình bộc bạch: “Hoa Tiến sẽ hướng các sản phẩm thổ



cẩm của mình theo các tiêu chí bền vững, thân thiện để vừa giữ nghề, vừa đáp ứng được nhu cầu của khách hàng và bắt nhịp với xu thế mới. Những giá trị cốt lõi sẽ là: Đảm bảo quy trình trồng hoặc nuôi tơ tằm tuân thủ tiêu chí bền vững; Nhuộm màu tự nhiên và an toàn; Tiếp tục phát triển kỹ thuật nhuộm tự nhiên từ các nguyên liệu sẵn có như lá, củ, vỏ cây...; Sản xuất với quy trình khép kín, hạn chế thải nước nhuộm ra môi trường; Thiết kế sản phẩm có tính ứng dụng cao. Tạo việc làm và truyền nghề cho thế hệ trẻ, giúp bảo tồn và phát triển nghề dệt thổ cẩm truyền thống trong cộng đồng.

Hoa Tiến hướng đến thiết kế các sản phẩm có thể sử dụng lâu dài và dễ phối với nhiều phong cách khác nhau để kéo dài vòng đời của sản phẩm. Ví dụ: khăn lụa thổ cẩm có thể sử dụng làm phụ kiện,

áo choàng hoặc trang trí nội thất. Tận dụng từng mảnh vải thừa để làm các sản phẩm nhỏ như túi xách, móc khóa, góp phần giảm lãng phí...

Những ngày Xuân mới, mang nhiều khát vọng về sự đổi mới, phát triển, bà con dân tộc Thái ở Quỳnh Châu, Nghệ An lại tất bật chuẩn bị sửa chữa lại nhà cửa, trồng thêm các loại rau màu và chăn nuôi gia súc để chuẩn bị cho một cái Tết ấm no và sung túc. Các bà, các chị khăn trương dệt những tấm thổ cẩm đẹp để may váy mặc vào dịp Tết và làm quà tặng cho người thân gia đình. Những tấm vải thổ cẩm lại có dịp khoe sắc, hòa mình vào sắc xuân tươi thắm... Nghệ nhân trẻ Sầm Thị Tình cũng mang trong mình khát vọng lan tỏa giá trị văn hóa, sản phẩm đặc trưng của đồng bào mình đến với khách hàng trong nước và quốc tế. □

Truyện ngắn

# Hạt nào cũng nảy XANH CHỒI

Tác giả: PHAN DƯƠNG

Nhìn vậy thôi có khi mai mốt lớn thêm nó sẽ khác đó mẹ! - Con gái cười gượng, nói câu động viên cho Lý vui.

Lý cười méo xẹo đáp lại con. Bây giờ hay thêm cả tháng nữa có khác chi đâu. Kiểu lá tròn đối xứng này nhìn sao cũng là cây cải. Không phải bông giống lạ giống nhập chi hết, nó là cây cải.

Hồi tháng trước, trong lúc buồn quá, Lý lên mạng tìm mua mấy loại hạt giống bông về trồng. Mùa xuân về mà khu vườn buồn thiu, cô nghĩ có thêm chút sắc màu con người sẽ lạc quan hơn. Sẵn tiện chuẩn bị đón Tết. Thấy trang quảng cáo giống sen gừng Hà Lan, sự mạnh mẽ của những cánh bông thu hút Lý. Cô chọn mua ngay không do dự. Cô muốn có thứ gì đó xốc lại tinh thần mình. Còn gì tốt hơn những bông hoa đầy sức sống.

Nhận hàng, Lý khắp khởi hy vọng. Cô gieo xuống đất với cả những tâm sự chất dày trong lòng. Cô tưới tắm hạt giống bằng những giọt nước mắt không dám để lộ ra ngoài. Cô vun niềm tin vào cây, hồi hộp chờ nó đâm chồi. Cảm giác khó diễn tả, cứ như ngày nào nhìn con gái lớn thêm từng chút một. Vậy mà, người bán đã gạt cô. Sen gừng đâu chẳng thấy, toàn cải là cải. Những cây cải non mượt rơn manh mọc lên

như thách thức, như cười cợt. Như nhắc lại lần nữa: Lý ơi đừng vội tin người.

- Thôi mẹ đừng nhỏ, để đó cho con. - Con gái đưa tay ngăn khi Lý định dọn dẹp mấy luống cải để trồng vụn thay vô - Nhìn cũng hay hay mà mẹ!

Lý gật đầu. Cô để yên cho con chụp lấy bình tưới từ tay mình, nhẹ nhẹ rắc những đợt nước mỏng như sương cho đám rau nhỏ xíu. Bình nước này cô cất công ra tiệm mua, vì người bán hạt giống bông nói là cây mới mọc mỏng manh cần phải có bình tưới đặc biệt. Họ gạ bán bình tưới cao cấp giảm giá, nhưng cô thích cái bình con voi ngộ nghĩnh ở cửa hàng gần ngã tư hơn. Nếu lúc đó cô gặt đầu mua, có khi lại thêm một vỏ lừa.

Nhìn con gái tỉ mỉ tưới cây, Lý khe khẽ nheo miệng cười. Con nhỏ hồn nhiên quá. Ngoan nữa. Nó không trách đạo này cô đi sớm về khuya, không còn thời gian chơi với nó. Nó chưa biết gì. Cô cũng không muốn kể. Cô muốn giữ cho con sự vô tư này. Con chỉ cần là ngọn chồi non mỗi ngày lớn thêm một chút thôi.

- Alo... Tôi nghe... - Lý nhận điện thoại, vội vội vào trong nhà trả lời. Cô không muốn con nghe thấy. - Dạ dạ... Em tới liền, anh đừng nóng...

Cuộc gọi đã ngừng vài phút, lòng Lý vẫn còn xôn xao từng đợt sóng. Cô nén tiếng thở dài vào trong. Nhìn tờ lịch trên tường, cô thảng thốt lại thêm một ngày trôi qua. Cô phải nhanh lên, gấp gáp lên.

\*\*\*

- Chị qua đó chơi hay sao? - Vừa ngồi lên xe, anh tài xế công nghệ đã hỏi Lý.

- Tôi qua có công chuyện. - Lý đáp xã giao. - Bộ bên đó có gì chơi hả anh?

- Có nhiều chứ, khu nhà giàu mà chị! - Anh tài xế không giấu vẻ phấn khích, huyết sáo vang. - Nhìn tướng chị sang em mới đoán chắc chị làm chủ cả qua đó chơi!

Lý ừ ừ cho qua chuyện. Nếu cô nói mình qua đó để xin khát nợ, anh sẽ phản ứng ra sao. Đúng là cô làm chủ một công ty nhỏ, nhưng giờ cô có hơn gì anh đâu. Đó khi còn chẳng bằng, bởi anh đang yêu đời như vậy, trong khi cô héo hon như vậy. Làm sao cô dám nói mình đang khổn đốn, đang chẳng biết làm sao trước những khó khăn chằng chịt.

Đường kẹt xe nên anh tài xế đi vòng. Xa hơn một khoảng, Lý chặc lưỡi, nhưng đỡ được khỏi bụi ồn ào. Cô cảm thấy có sự lạ kì ở anh tài xế. Sao anh không bọc đọc trước dòng người chen chúc dưới cái nắng hung hăng. Sao

anh có thể lắc lư đầu như đang nghe nhạc. Điều nhạc từ cuộc sống ư, Lý thở hắt, thứ đó chỉ có trong những bộ phim được lãng mạn hóa.

Tự nhiên Lý muốn nói gì đó. Cô mở lời bằng câu hỏi thăm anh tài xế chạy xe vậy lâu chưa. Dù không thấy mặt vẫn tưởng tượng được nụ cười rạng rỡ của anh:

- Được nửa năm rồi chị. Từ hồi em bảo lưu đại học.

Lý sững người. Hóa ra anh cũng học cao đó chứ. Cô mở lời hỏi han, anh cũng thật thà kể. Anh học y được hai năm thì nhà khó khăn, anh đành chọn tạm nghỉ đi chạy xe ôm công nghệ. Anh nói, học xong cũng chưa chắc có việc làm. Xin việc bây giờ khó lắm, không quen biết cũng phải chút vốn học thêm chứng chỉ này kia. Nên anh vừa chạy xe vừa ôn thêm, định sang năm thi lại một ngành khác. Hoặc có thể quyết tâm học tiếp. Hoặc làm gì khác, anh chưa biết chắc chắn.

- Chỉ biết bây giờ kiếm cũng khá, hơi cực mà phụ được gia đình qua lúc này là em mừng rồi chị! - Giọng anh hơi chùng, nghe rõ tiếng khịt mũi.

- Chuyện gì cũng qua mà. Miễn mình còn cố gắng. - Lý nói với anh mà như nói với mình.

Xuống xe rồi, Lý nhìn chút thời gian chăm cho anh năm sao. Cô cân nhắc một chút, quyết định bấm tip cho anh hai chục ngàn. Dù đang lúc vất vả, uống ly nước cũng phải nhìn giá, nhưng cô biết hai chục ngàn là món quà tinh thần cho anh tài xế. Vậy thì ngần ngại chi.



Lý hít một hơi dài, bước vào quán. Cô có thể thấy vẻ mặt hầm hầm của chủ nợ ngồi đợi sẵn. Hít thêm một hơi nữa, cô mạnh dạn đi tới, cúi đầu xin lỗi. Chủ nợ có vẻ khựng lại. Họ định lớn tiếng nhưng đã hạ giọng. Lý thăm biết ơn anh tài xế ban nãy. Nếu không có câu chuyện của anh, cô khó mà giữ cảm xúc ổn định sau biết bao chuyện liên tiếp xảy ra.

\*\*\*

- A, ông Năm qua chơi! - Thấy người quen, Hân, con gái Lý mừng rơn chạy ra mở cửa.

- Mẹ có nhà không con, ông ghé cho mớ trái cây vườn nè! - Ông Năm xoa đầu Hân. Nhìn vẻ mặt buồn buồn của con nhỏ, ông đoán liền - Rồi, lại đi làm nữa he!

Hân dia ông Năm lại ngồi ở băng ghế đá dưới gốc sa kê cho mát. Nhìn con nhỏ lẳng xăng đi rót nước mới, ông Năm thấy thương quá. Chắc con nhỏ đã đoán đoán được chuyện của mẹ. Chứ làm sao giấu nổi, con nít coi vậy mà nhạy cảm lắm. Nó biết mẹ nó buồn trong lòng chứ. Thấy tình hình không ổn, ông Năm qua coi có chuyện gì hự hự được không.

Nhìn thấy đám cải đã lên cao, ông cất tiếng:

- Vậy là con giữ lại trồng hả?

- Dạ, con kêu mẹ để lại cho con. - Hân rít rít. - Dù không phải là cây bông nhưng nhìn cũng hay hay ông ha.

Ông Năm bật cười, gật gù. Trong mắt Hân cái gì cũng hay hay. Nó trong veo như một giọt sương sớm. Chắc vì vậy nên mẹ nó không muốn chia sẻ nhiều với con, sự

con phải nghĩ nhiều mất đi sự vô tư vốn có. Nhưng ông Năm biết, bên trong Hân thương mẹ nhiều lắm. Nó là một đứa biết nghĩ.

Như mới tuần trước, Hân gọi cho ông nhờ trợ giúp. Chính con nhỏ là người đầu tiên phát hiện sự kì lạ của mấy cây bông gừng Hà Lan. Nó tra trên mạng, so sánh hình ảnh, biết là cải liền gọi cho ông. Nó định nhờ ông tìm mấy hạt giống bông gừng thật thể vô. Nó không muốn mẹ thất vọng.

Biết con nhỏ có ý tốt, ông chỉ dịu dàng khuyên không nên làm vậy. Trong cuộc sống có nhiều thứ người ta phải đối diện với nó. Cây cải là cây cải, cây bông gừng là cây bông gừng. Đừng tráo đổi vị trí của chúng, sự lừa dối của thể ngọt ngào nhưng nó vẫn chỉ là sự lừa dối. Có khi càng khiến người ta thất vọng nhiều hơn, lúc biết được sự thật. Ừ thì đôi lúc cũng cần nói dối. Nhưng đó không phải là lúc này.

- Con có thể làm gì cho mẹ không ông? - Hân đưa ánh mắt buồn hiu nhìn ông Năm.

- Chỉ cần con ngoan là mẹ Lý vui rồi! - Ông cười. Rồi sực nhớ ra một chuyện, ông lục trong túi áo tìm mảnh giấy trắng - Để ông chỉ cho con làm cái này...

- A, hay quá! - Hân ánh lên niềm vui trong mắt. - Con biết sẽ làm gì cho mẹ rồi, cảm ơn ông Năm nhiều lắm!

Ông Năm chung hửng. Ông có nói gì đâu cả. Ông chỉ dạy Hân mấy trò vui giải trí thôi. Nhưng thầy kệ, con nhỏ vui là được rồi.

\*\*\*

Cuối cùng Lý cũng tìm được nhà hần. Sâu trong con hẻm ngoằn ngoèo, cô hỏi thăm mấy lần mới tới được. Lửa giận ngàn ngút trong mắt cô. Chỉ tưởng tượng hần đang hí hửng tận hưởng cảm giác chiến thắng, đầu cô như muốn bốc cháy. Cô nhất định sẽ bắt hần trả

## RƯỢU & THƠ

Tung hoành trực khoán:

RƯỢU ĐỦ MUÔN BÌNH ĐÔNG TUỔI NGUYỆT

THƠ THỪA VẠN ÁNG TRÁI THANG MÂY

RƯỢU hồng đợi bạn đã chờ đây

ĐỦ để cùng trăng dọc tháng ngày

MUÔN tứ, ngàn câu ngợ ngẩn nhớ

BÌNH nghiêng, chén cạn ngất ngư say

ĐÔNG mưa, gọi nắng tâm càng vững

TUỔI bạc, lòng xuân tứ vẫn đầy

NGUYỆT chéch chiều nghiêng ta cứ viết

THƠ THỪA VẠN ÁNG TRÁI THANG MÂY

Nguyễn Xuân Dương



giá. Với số tiền đó, chắc hẳn đang sống sung sướng lắm.

Lý tấn ngăn nhìn lại mảnh giấy ghi địa chỉ lần thứ ba. Cô sợ mình tới nhầm chỗ. 16xxb... Đúng là số nhà này. Nhưng sao không phải một căn nhà lầu sang trọng. Đằng này chỉ là mái lá tạm bợ nằm nép nhờ vách tường hàng xóm.

- Chị tìm ai? - Người đàn bà đang đỡ con trước nhà thấy Lý nên hỏi.

- Tôi tìm anh Hưng. Đây phải nhà anh Hưng không? - Lý muốn biết chắc chắn.

- Dạ phải... Má ơi có người kiếm anh Hưng... chị vô nhà ngồi chơi hen, ở ngoài nắng chết!

Lý gạt đầu, bước vô, ngồi hờ mép giường đóng bằng gỗ tạp. Cả căn nhà không có gì quý giá. Nghe gọi, bà cụ chống gậy lóc cóc từ buồng trong bước ra. Thấy Lý, bà nức nở:

- Nó... nó lại làm gì bậy bạ hả cô? Cái thằng trời đánh!

Thấy bà cụ mất bình tĩnh, Lý bật dậy đỡ bà. Đợi cơn xúc động của bà qua rồi cô mới trò chuyện. Hóa ra Hưng là con trai nuôi của bà cụ. Một tay bà chăm lo cho hẳn

từ nhỏ tới lớn, cả chuyện cưới vợ xin con. Bà kể hẳn cũng chịu khó làm lụng lắm, mà trời không thương. Đợt giảm biên chế hẳn bị sa thải, nói với bà là kiếm được việc ngoài tốt hơn việc cũ nữa. Bà đang bệnh, thấy con đem tiền đem thuốc nọ thuốc kia về cũng mừng. Nhưng rồi bà sinh nghi. Tiền đâu có để kiếm vậy. Bà gắng hỏi hoài hẳn cũng khai thật, hẳn vướng vô đường dây lừa đảo.

Lý không biết phải nói gì. Trước khi tới đây, cô tưởng đã chụp được hy vọng. Tìm được hẳn - kẻ lừa đảo hợp đồng lấy đi số hàng của công ty cô, cô tưởng sẽ bắt được hẳn. Hẳn phải đến bù, cô sẽ có cách để công ty vượt qua. Nhưng bây giờ phải làm gì đây. Mọi chuyện không hề giống như cô nghĩ.

Hỏi rõ thêm chút, Lý mới biết hẳn cũng bị lừa. Hẳn chỉ là con cờ tay sai, còn cả nhóm chủ mưu đứng đằng sau nữa. Cô chỉ biết nói với bà nên khuyên hẳn đi tự thú. Cô có thể bỏ qua, phải, khi nhìn hoàn cảnh này cô biết mình có thể bỏ qua nhưng những người khác thì sao. Còn nhiều người bị hẳn gạt. Còn biết bao công ty bị

đường dây này lừa đảo. và hẳn có thể chuộc tội bằng cách khai ra những thông tin hẳn có. Ít nhất cũng để công an bắt được chủ mưu để không ai bị hãm hại nữa.

Mở bóp, Lý lấy ra mấy tờ tiền. Cô giúi vô tay bà cụ. Bà kiên quyết đẩy ra.

- Con gửi bà mua sữa cho cháu. - Lý cười, đặt tay lên tay bà giữ lại - Dù sao Hưng cũng nợ con rồi, coi như con cho mượn thêm chút nữa. Con tin từ từ Hưng sẽ tìm cách trả lại con thôi.

Bà cụ cúi đầu, Lý khẽ thấy dòng nước mắt chảy xuống gấp khúc.

\*\*\*

Giữa cầu lộng gió. Bầu trời đầy sao. Không khí thật thích hợp để ngắm cảnh. Nhưng Lý chỉ muốn gió cuốn hết những rối ren quanh đây lấy mình.

- Chị không định làm gì bậy đó chứ... - Giọng tài xế trẻ măng lo lắng hỏi.

- Khùng, tôi lên ngắm cảnh thôi. Yên tâm. Cậu đi đi, lo bắt cóc khác còn về nhà, tối rồi. - Lý lắc

lắc mái tóc - Không phải ở nhà có người đợi cậu sao?

Lý chỉ nói vậy thôi. Ai cũng có người đợi ở nhà mà. Cô cũng có Hân.

- Thôi. Em ở đây giữ chị. - Anh ta đội nón lên rồi lại bỏ xuống. - Lỡ em đi chị... nghĩ quẩn rồi sao!

Lý bật cười. Nhìn gương mặt non choẹt hẳn rõ dấu nắng, cô đoán chàng trai tự lập từ sớm. Cô hỏi han mấy câu, cho có chuyện để nói. Làm như khi lời tuôn ra nhiều, nước mắt cũng thành lời mà không rơi khỏi mắt.

- Về trễ vậy ba mẹ không lo hả? - Lý hỏi.

- Ba em mất lâu rồi chị. - Anh ta gãi gãi đầu - Mẹ em cũng chạy xe công nghệ với em.

Như biết Lý thắc mắc, anh nói thêm:

- Trời, chị đừng khi dễ phụ nữ nha. Ủa quên chị cũng là phụ nữ. Phụ nữ giờ chạy xe ôm công nghệ nhiều lắm nha. Má em coi vậy chạy còn cứng tay lái hơn em nữa.

Anh ta huyền thuyên kể Lý nghe về ước mơ tương lai. Nhà nghèo quá, bao nhiêu tiền lo hết cho bệnh của ba rồi. Mẹ anh vay thêm tiền mua xe, hai mẹ con cùng đi chạy xe ôm. Mẹ nói chạy để dành, trả nợ xong hai mẹ con mở cái sạp nhỏ nhỏ bán buôn. Rồi anh còn đi học lại.

- Nhìn em vậy chớ mới học lớp chín hà chị.

Lý thấy bùi ngùi. Cô buột miệng hỏi, có khi nào cực quá em muốn bỏ cuộc không. Anh trả lời gần như lập tức:

- Dạ có chớ! Mà mỗi lần như vậy em lại nhớ mẹ em. Mẹ em hay lấm chị, ngày nào mệt quá mẹ bước ra sân quăng đại mớ hạt. Mẹ nói, vài bữa hạt nảy mầm thì đi làm tiếp. Không nảy thì nghỉ. Chắc nhờ đất tốt mà hạt gì cũng lên chị ơi. Sân nhà em thành vườn rau luôn. - Anh cười tươi rói dù gió bạt cả giọng - Nhìn mấy cái cây ráng sức vươn chỗi, thấy mình cũng có động lực hẳn hoi.

\*\*\*

Lý nhận được tin nhắn từ bạn cũ. Bạn chơi thân hồi còn đi học, tự nhiên mấy năm mất liên lạc. Hồi đó hai đứa hay ôm mộng lấy chồng giàu để đổi đời. Mơ tưởng cho vui, chứ mạnh đứa nào đứa này tiến lên bằng chính sức mình.

Gần đây Lý nghe tin bạn bỏ việc khởi nghiệp với bố. Chỉ là cái xe hàng nhỏ xíu ngoài chợ đêm thôi. Hôm nay bạn gửi cho Lý coi mấy hình chụp chỗ bán, với mấy clip bạn bán hàng online. Cô gái rụt rè ngày nào mạnh dạn quá, dám chọc cười người coi để tăng tương tác. Nhớ hồi trước thấy mới lên bảng trả bài bạn còn run...

"Ê tao bán vậy chừng nào giàu tao rù mây bán chung nhen. Tao mà giàu tao lo cho mày. Khỏi cần trông chờ đại gia nào hết". - Bạn nhắn vậy, Lý vừa đọc vừa khóc.

Cô không kim được cảm xúc khi biết có người quan tâm mình. Cô

không muốn dừng lại. Còn biết bao nhiêu việc phải làm nữa. Cô cần đi tiếp, dù là từng bước nhỏ.

\*\*\*

Không giấu được con gái, Lý đành để Hân phụ bán hàng online với mình. Hai mẹ con tíu tít với nhau, mệt mà vui. Lý chỉ mong kịp kiếm một khoản để trả lương với thưởng chút đỉnh cho mọi người trong công ty. Cả năm vất vả cùng nhau rồi, mọi người xứng đáng nhận được gì đó.

Tới ngày phát lương, Lý lo lắng không biết nhiều đó có đủ cho mọi người ăn Tết không. Cô lo mọi người buồn. Ai dè, mọi người vui vẻ nhận, còn tặng quà cho cô nữa.

Lý mở hộp quà, ngạc nhiên nhìn những cuốn sổ tiết kiệm. Cô không hiểu chuyện gì đang xảy ra. Chị Phiên, đại diện mọi người giải thích:

- Biết công ty khó khăn, mọi người muốn hỗ trợ em vượt qua lúc này. Từ hồi thành lập tới giờ em chưa từng để chị chịu thiệt thòi gì, thì những lúc như vậy phải cùng nhau gánh vác chứ.

Lý xúc động, không biết gì hơn ngoài gật đầu cảm ơn. Cô len lén lau nước mắt. Những giọt nước mắt biết ơn.

Bữa cơm hôm đó, Lý thấy món chi cũng ngon lạ lùng. Nhất là canh cải. Hân khoe cải đó nó cắt từ những mớ cải cô đã định nhổ bỏ. Dù không phải là bông gùng, cải vẫn xanh theo cách của mình, vẫn sống tốt theo cách riêng.

Và trong sân nhà, cái cây khô đã trút lá từ lâu nở ra những bông hoa đủ màu sắc sỡ. Những bông hoa giấy ông Năm chỉ Hân xếp, được con nhỏ dán đầy lên cây. Như thế cái cây đã mọc lên chỗi mới, những cái chỗi yêu thương.

Mùa xuân đã về, trong khu vườn và trong lòng Lý... □



# Thơ

## ÁO MÙA THU

Mùa thu ấy mẹ may cho áo mới  
Vải trắng sợi thò lòng mẹ tảo tần  
Con nhớ mãi ánh nhìn của mẹ  
Nhiều lắm thương yêu tha thiết ân cần

Áo mới đến trường lòng vui phơi phới  
Lễ hội đèn sao bè bạn nói cười  
Không ai biết lửa chiến tranh bùng cháy  
Lại một thời đạn nổ bom rơi

Chiếc áo trắng mẹ đem đi nhuộm  
Màu phòng không lẫn với cỏ cây  
Những nẻo đường làng quê sơ tán  
Áo bạc màu hương thơm trên tay

Mùa thu nay heo may về ngang cửa  
Kỷ ức xưa năm tháng chẳng phai mờ  
Con đến cuối dặm đường đời xa lắc  
Vẫn bàng khuâng màu áo trắng ngày xưa

Trần Mai Hường



## TIẾNG SÁO SÔNG TƯƠNG

Về làng lên núi lễ chùa  
Câu kinh dịu giấc mơ thừa trống canh  
Hình như trăng lẻ ngàn xanh  
Bước chân Vạn Hạnh vô tình lướt qua  
Móng rồng ngan ngát gần xa  
Sen khai bách điệp dâng tòa Thiên hương  
Hình như tiếng sáo sông Tương  
Về soi bóng nước tựa nương bóng mình  
Một duyên hai nợ trời sinh  
Không mê tiếng hát đầu thành Mỹ Nương  
Hình như giọt lệ yêu thương  
Vỡ trong tim ngọc chàng Trương mới lành.

Trương Thị Kim Dung

## KHAI BÚT ĐẦU XUÂN

Khai bút xuân hồng điểm sắc hoa  
Trao thương gửi mến tới muôn nhà  
Câu thơ trước án ngân lời chúc  
Cánh én ngang trời rộn khúc ca  
Diệt nhùng - đường VĂN - xây địa lợi  
Trừ tham - lối HOÁ - tạo nhân hoà  
Con tim đã chọn theo lời Bác  
Nước mạnh dân giàu chẳng mấy xa

Nguyễn Xuân Dương

## GIẤC XƯA

( Tưởng nhớ nhà thơ Nguyễn Bính )

Thì nhân giờ có về đây  
Chắc không còn viết như ngày năm xưa  
Cái thời hoa tím đậu thưa  
Sang ngang lỗ bước người chửa thấy về  
Bỏ quên lời hẹn câu thề  
Đỏ dang canh cử giấc mơ không thành  
Hoa chanh e ấp vườn chanh  
Giếng thời trong trẻo ngọt lành người ơi

Quê mình giờ khác xưa rồi  
Bùng bình quây kín đầu hồi nhà bên  
Xập xình nhạc mở suốt đêm  
Còn đâu gánh hát nứu chân người về  
Nhật nhòa hương sắc chân quê  
Bình minh nhớ ước mong xưa nạm vàng  
Ngõn ngang nửa phố nửa làng  
Câu xây dò ngại sang ngang chiều chiều  
Mái chèo thơ thẩn rong rêu  
Gái làng bỏ lại tình yêu ở nhà  
Thị thành làm vợ người ta  
Để quê kiếng cuối trời xa mịt mờ...

Người thơ lạc bước chốn xưa  
Mùa hoa xoan cũ ngẩn ngơ bên thềm  
Ngại ngừng thuở ấy muta xuân  
Để giờ lục bát ướt đầm áo ai

Trần Mai Hường



# Đặc sắc GỐM Việt ngàn năm

Bài: DƯƠNG HẰNG

Có lịch sử lâu đời và là một dòng chảy riêng biệt, hội tụ những tinh hoa văn hoá dân tộc, với đặc tính riêng có, đồ gốm Việt Nam là minh chứng khẳng định nghệ thuật, truyền thống văn hoá của nước Việt. Có thể nói lịch sử mỹ thuật Việt Nam được phản ánh phần lớn qua đồ gốm, bởi chúng tàng chứa các giá trị văn hoá, mỹ thuật, chứng nhận cho một cộng đồng tại từng thời điểm lịch sử nhất định, góp phần quảng bá những giá trị văn hoá của dân tộc Việt cho các thế hệ hôm nay và mai sau cũng như giới thiệu với cộng đồng quốc tế.

## SỨC SỐNG CỦA GỐM VIỆT

Nằm ở khu vực Đông Nam Á, lại giáp biên với Trung Quốc - một đất nước được xem là cội nguồn, xứ sở của nghề gốm sứ với bề dày lịch sử hơn 10.000 năm, Việt Nam cũng là một trong những quốc gia có nghề làm gốm xuất hiện khá sớm. Bằng chứng khảo cổ học đã xác định, đồ gốm cũng xuất hiện ở Việt Nam từ khoảng một vạn năm trước, trong giai đoạn văn hóa Hòa Bình (giai đoạn muộn) và Bắc Sơn.

Trải qua các giai đoạn, đặc biệt trong 10 thế kỷ sau Công nguyên, nghề làm gốm Việt Nam đã có bước nhảy vọt về công nghệ, tạo nên những đồ gốm mang sắc thái riêng biệt, làm giàu cho kho tàng văn hóa nước nhà và trở thành một trong số ít các quốc gia trên thế giới có nghề sản xuất đồ gốm men ra đời sớm và phát triển liên tục.

Thời Lý - Trần, các dòng gốm men Việt Nam đã được định hình: gốm men ngọc, men trắng, men nâu, men lục, hoa nâu và men hoa lam (tiền lam). Đó là những dòng gốm dường như đều thấy xuất hiện trong phức hợp gốm sứ của Trung Hoa, thế nhưng, gốm men Việt Nam đã có một dòng chảy riêng biệt với nhiều bản sắc về loại hình và trang trí mỹ thuật.

Đến thời Lê sơ, thế kỷ 15, gốm Việt Nam có bước chuyển mới, được xem là thời kỳ phát triển mạnh mẽ mối quan hệ giao lưu thương mại giữa Việt Nam và nhiều nước trên thế giới. Đồ gốm là mặt hàng xuất khẩu quan trọng, tạo điều kiện cho nghề sản xuất gốm ở Việt Nam phát triển vượt bậc cả về số lượng lẫn chất lượng với nhiều trung tâm sản xuất mang tính chuyên môn hoá, nhiều chủng loại đồ gốm đã có sự cách tân, đạt đến trình độ kỹ thuật và mỹ thuật cao. Sự cách tân, đổi mới đó được đánh dấu bằng sự ra đời của ba dòng men mới so với truyền thống gốm men Đại Việt trước đó: gốm men trắng vẽ lam, gốm men đa sắc có vẽ vàng kim và men trắng vẽ in.



Đặc biệt, vào thời Mạc (thế kỷ 16), nhiều loại hình đồ thờ bằng đồ gốm men trắng vẽ lam, gốm men lam xám và gốm men đa sắc có minh văn ghi niên đại sản xuất, tên người chế tác, người đặt hàng, người đóng góp cung tiến cùng địa chỉ của họ...

Đến cuối thế kỷ 17 đầu thế kỷ 18, tình hình quốc tế và khu vực có nhiều biến động lớn: nhà Thanh bãi bỏ chính sách cấm biển, đồ gốm sứ Trung Quốc tràn ngập thị trường Đông Nam Á; Nhật Bản đẩy mạnh phát triển kinh tế trong nước, trong đó có sản xuất gốm sứ; các nước phương Tây bắt đầu Cách mạng Công nghiệp với những nhu cầu hàng hoá mới. Trong nước, chính sách hạn chế ngoại thương của chính quyền Trịnh - Nguyễn (trong thế kỷ 18) và nhà Nguyễn (trong thế kỷ 19) đã làm cho quan hệ mậu dịch đối ngoại của Việt Nam sa sút và việc xuất khẩu đồ gốm suy giảm, do không đủ sức cạnh tranh trên thương trường. Đó là lý do khiến cho các trung tâm



gốm xuất khẩu đã từng rất phát đạt trong các thế kỷ trước dần tàn lụi.

Trong bối cảnh đó, Bát Tràng - một làng gốm truyền thống đã phát triển từ thế kỷ 14 cũng bị ảnh hưởng. Tuy thị trường gốm xuất khẩu không còn, nhưng vẫn giữ được sức sống bền bỉ nhờ có một thị trường tiêu thụ rộng rãi trong nước với những loại hình đồ gia dụng, đồ thờ, đồ trang trí, đồ đặt hàng phù hợp thị hiếu. Vì vậy, Bát Tràng là một trong số ít các trung tâm sản xuất gốm truyền thống vẫn tồn tại và phát triển đến tận ngày nay.

Gốm Bát Tràng có 5 dòng men, đặc trưng cho từng thời kỳ khác nhau: men trắng vẽ lam xuất hiện từ cuối thế kỷ 14 và tồn tại cho đến nay với màu lam có sắc xanh chì đến đen sẫm; men nâu cũng có từ giai đoạn đầu lập làng gốm Bát Tràng, nhưng chỉ tham gia điểm xuyên hoặc tạo nền cho các dòng men khác; men trắng ngà sử dụng phổ biến từ thế kỷ 17 đến 19, men mỏng, màu vàng ngà, bóng, thích hợp với các trang trí nổi tỉ mỉ; men ngọc được dùng kết hợp với men trắng ngà và nâu tạo ra một dòng men Tam thái rất đặc trưng của gốm Bát Tràng giai đoạn thế kỷ 16 - 17; men rạn là dòng men xuất hiện muộn nhất, từ cuối thế kỷ 16 và phát triển liên tục đến thế kỷ 19. Men rạn là một loại men độc đáo, rất nổi tiếng, được tạo ra do sự chênh lệch về độ co giữa xương gốm và men. Vì thế, khi nhắc tới gốm Bát Tràng, người ta nghĩ ngay đến dòng gốm men rạn, đó như là "thương hiệu" truyền thống của gốm Bát Tràng.

Trải qua bao thăng trầm cùng thời gian, đến nay, sản phẩm gốm Bát Tràng vẫn được đánh giá cao về chất lượng với nhiều kiểu dáng, mẫu mã và chủng loại như: gốm gia dụng, đồ thờ tự, gốm mỹ thuật, gốm xây dựng và gốm trang trí... và có mặt trên khắp mọi miền đất nước cũng như khu vực và trên thế giới.



## NGHỆ THUẬT TẠO HÌNH TRANG TRÍ TRÊN GỐM VIỆT

Bên cạnh những món đồ gốm gia dụng đơn giản, người Việt từ khi biết chế tác đồ gốm sứ cũng đã tạo ra những món đồ trang trí khá cầu kỳ. Do đặc điểm của nền văn minh lúa nước, suốt hàng nghìn năm, người Việt sống dựa vào nông nghiệp nên các nhu cầu về sản phẩm có tính trang trí, nghệ thuật thường chỉ dành cho nhóm nhỏ người có điều kiện kinh tế. Hệ thống sản phẩm gốm gia dụng cao cấp, tuy là đồ dùng sinh hoạt thường ngày nhưng lại được chế tác tinh xảo, ứng dụng những nét tinh hoa của nền mỹ thuật Việt nên có giá trị cao. Đồ gốm cung đình phục vụ vua, quan và tầng lớp quý tộc ở các vương triều nhà Lý, Trần, Lê, Nguyễn... chính là đỉnh cao của sự kết hợp này.

Thế kỷ XI - XIV (thời Lý - Trần), nghệ gốm đã phát triển mang tính độc lập, khám phá những đề tài trang trí mang đậm tính bản địa của người Việt, tạo nên một trong những trang sử rực rỡ nhất của truyền thống sản xuất gốm sứ Việt Nam với loại hình phổ biến liễn, ấm, đài sen, âu, bát, đĩa... phục vụ sinh hoạt, tiêu dùng từ cung đình đến dân gian.

Đặc biệt, thời kỳ này đã hình thành và phát triển các dòng gốm men phong phú, đa dạng như gốm men trắng, gốm men ngọc, gốm men xanh lục, gốm men nâu, gốm hoa nâu và cuối thế kỷ 14 xuất hiện gốm hoa lam.

Sang đến thế kỷ XV - XVII, đồ gốm ở nước ta thể hiện trình độ kỹ thuật cao với các loại hình chủ yếu là đồ dùng sinh hoạt, đồ thờ (bát, đĩa, ấm, ang, hộp lưu hương, tượng nghệ, chân đèn...), dòng men tiêu biểu là hoa lam, nhiều màu, lam xám, với đề tài trang trí chủ yếu là rồng, phượng, mây, nghệ...

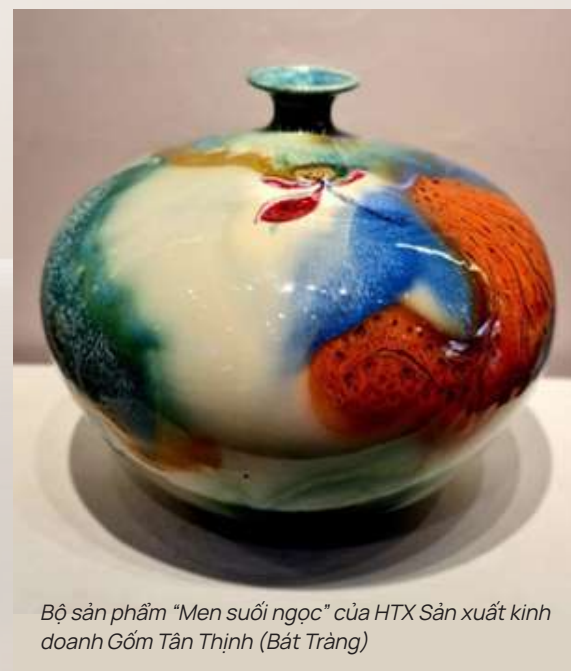
Nghệ thuật tạo hình trang trí trên gốm Việt có thể phân chia ra một số nhóm chủ đề chính. Như các đề tài phản ánh sự quyền quý, yếu tố phong thủy, tâm linh. Các tích truyện, tục ngữ, thành ngữ nói về sự may mắn như: Phúc lộc thọ, bát tiên quả hải, tùng hạc diên niên, ngư ông đắc lợi... Đặc biệt là đề tài mỹ thuật cung đình với hình ảnh tứ linh (long, lân, quy, phượng), các họa tiết từ dòng tranh nổi tiếng Đông Hồ, mỹ thuật Phật giáo với hoa sen chùa tháp và các vị bồ tát thần tiên cùng hình tượng các nhân vật trong truyền thuyết-lịch sử dân tộc như Thánh Gióng, Hai Bà Trưng, Trần Hưng Đạo... có thể được coi là những nền tảng để phân biệt mỹ thuật Việt với các nền mỹ thuật khác như Trung Hoa, Nhật Bản hoặc phương Tây.

Cây cỏ, tôm cá, chim muông và hình ảnh cuộc sống sinh hoạt thường ngày là chủ đề bình dân, song vẫn mang rất nhiều nét đặc thù. Nếu như gốm sứ Trung Hoa nghiêng về sự tinh xảo nhuần nhuyễn trên từng nét đắp, vẽ thì gốm Việt lại mang đến sự mộc mạc, bình dị, gần gũi mà sản phẩm của họ khó có thể có được.



Sản phẩm gốm thế kỷ XV tại triển lãm của Bảo tàng Lịch sử Quốc gia.

Những năm gần đây, cùng với sự phát triển mạnh mẽ về kinh tế-xã hội, khoa học, kỹ thuật, gốm sứ trang trí nghệ thuật đang vươn lên và dần trở thành một ngành hàng hấp dẫn đầy tiềm năng. Chúng ta có thể dễ dàng bắt gặp những bức tranh, tượng, phù điêu bằng gốm sứ với tạo hình hoa văn, màu sắc lung linh, sống động được trưng bày ở nhiều siêu thị, cửa hàng. Một số mặt hàng trước kia vốn là đồ gia dụng như lục bình, chén, đĩa... cũng được cải biên thành đồ trang trí với kích thước rất lớn hoặc in vẽ hoa văn cầu kỳ, đẹp mắt để đáp ứng ngày càng tốt hơn nhu cầu của người tiêu dùng.



Bộ sản phẩm "Men suối ngọc" của HTX Sản xuất kinh doanh Gốm Tân Thịnh (Bát Tràng)

Hiện nay, nhiều thị trường trên thế giới như Mỹ, Anh, Nhật Bản, Hàn Quốc, Trung Quốc, Thái Lan... rất ưa chuộng sản phẩm gốm sứ Việt, đặc biệt là đồ gia dụng cao cấp và trang trí. Năm bắt cơ hội này, các nghệ nhân làm gốm Bát Tràng đã tập trung nghiên cứu, kế thừa tinh hoa gốm cổ của cha ông, đồng thời không ngừng sáng tạo, tạo ra những sản phẩm đa dạng về loại hình, màu sắc, họa tiết, phù hợp với thị hiếu của từng phân khúc khách hàng.



Đèn ngủ, sản phẩm của cơ sở sản xuất Gốm Phong (Bát Tràng)

Ngoài ra, gốm sứ Bát Tràng còn được sử dụng trong kiến trúc, như trong việc tạo nên những bức tranh mosaic hay trang trí tường nhà bằng gốm sứ. Đặc biệt, trong kiến trúc đền đài, những tác phẩm gốm sứ Bát Tràng luôn là những điểm nhấn quan trọng, giúp tăng thêm vẻ đẹp và giá trị tâm linh cho những công trình này.

Có thể nói, các sản phẩm gốm sứ Việt nói chung và của Bát Tràng nói riêng được xem như một tài sản văn hóa của người Việt, giúp bảo tồn và phát triển nghệ thuật truyền thống của đất nước. Với sức sáng tạo của các nghệ nhân, các sản phẩm gốm đã được giới thiệu và phổ biến trên khắp thế giới, từ Nhật Bản, Hàn Quốc, Đài Loan, Trung Quốc cho đến châu Âu và châu Mỹ, góp phần quảng bá nền văn hóa và nghệ thuật của người Việt ra thế giới, tạo nên sức sống muôn đời cho văn hoá Việt. □



# Tết rộn ràng tại làng may VÂN TỪ

Bài: XUÂN QUÝ

Những ngày này, người dân làng nghề may comple, veston của xã Vân Từ (huyện Phú Xuyên) lại tất bật với công việc để bảo đảm nguồn hàng phục vụ người dân dịp Tết Nguyên đán Ất Tỵ 2025. Đến đây, đâu đâu cũng thấy tiếng máy may, máy đột nẹp, thừa khuyết rộn ràng, những chuyến xe tấp nập ra vào...



## LÀNG NGHỀ TRĂM TUỔI

Cách trung tâm thành phố Hà Nội khoảng 40km về phía Nam, men theo quốc lộ 1A ta có thể đến xã Vân Từ, huyện Phú Xuyên, nơi nổi tiếng khắp miền Bắc với nghề may comple, veston truyền thống.

Theo người dân làm nghề may ở đây, những năm đầu của thế kỷ XX, đời sống nhân dân khó khăn. Để có việc làm tốt hơn và phù hợp với xu thế xã hội, một tốp thanh niên làng Từ Thuận đã rủ nhau lên nội thành Hà Nội học nghề

may comple, veston. Thời điểm đó comple, veston chủ yếu để phục vụ cho tầng lớp thượng lưu và người Pháp nên giá cả khá cao.

Nhờ sự chăm chỉ và khéo léo của tốp thanh niên đó, họ đã thành thạo nghề và mang nghề về xã Vân Từ rồi truyền nghề cho mọi người trong làng. Ngay từ thời Pháp thuộc, Vân Từ đã có nhiều thợ may giỏi phát lên thành thương gia, buôn bán Bắc - Nam. Trải qua những thăng trầm của thời cuộc, có thời kỳ nghề may comple, veston ở Vân Từ tưởng

chúng đã bị mai một, chỉ còn dăm ba hộ làm thủ công tại nhà với máy móc khá thô sơ, chất lượng sản phẩm cũng không được chú trọng.

Với mong muốn giữ nghề truyền thống, khoảng năm 1992, các cụ cao niên trong xã còn giữ được nghề đã đề xuất với chính quyền xã Vân Từ cho mở hai lớp dạy nghề may comple, veston miễn phí và đã thu hút được trên dưới 70 học viên trong toàn xã. Cũng từ đó nhiều người trẻ đã bén duyên với nghề. Càng về sau, số lượng các nhà làm nghề càng ngày càng nhiều và nhanh chóng lan rộng ra cả xã.

Hiện nay, xã Vân Từ có khoảng 1.500 hộ, với khoảng 80% hộ làm nghề may, đây là nguồn thu nhập chính của người dân trong xã. Điều đặc biệt ở chỗ, may comple, veston vừa là công việc cho lao động chính vừa là việc làm thêm cho lao động phụ, từ người trưởng thành, người già, trẻ nhỏ đều có thể tham gia vào các công đoạn sản xuất comple, veston. Thu nhập bình quân của người dân làm nghề may comple, veston từ 7-9 triệu đồng/người/tháng.

## PHÁT TRIỂN NGHỀ TRUYỀN THỐNG

Từ chỗ người Vân Từ chỉ làm "hàng chợ" hoặc nhận may gia công cho nhiều cửa hàng lớn ở Hà Nội, Hà Đông, đến nay Vân Từ đã hình thành nhiều công ty, cơ sở ít thì cũng vài chục công nhân, hộ nhiều có tới cả trăm người, mở cửa hàng đại lý ở khắp các tỉnh thành trong cả nước. Veston ở đây khác biệt so với nơi khác là gồm có 4 lớp: vải, mùng, lót, bông, giúp Veston trở nên dày dặn và bền hơn, áo đứng, không bị vụn và đặc biệt là không bị nhàu.

Để may ra được một bộ comple, veston cần 4 người thợ. Trong



đó, 1 người làm thân, 1 người làm cổ, 1 người trao đôi tay, 1 người may quần. Trong khoảng một năm đầu học việc, người thợ cần thành thạo các kỹ năng như bo khuyết áo, đính cúc và cắt chỉ thừa. Sau đó, họ sẽ học cách may ống tay áo, sau đó tiến tới ghép các bộ phận lại với nhau để hoàn thiện một chiếc áo comple, veston. Cuối cùng, là học kỹ thuật may quần. Phải mất khoảng 10 năm, một người mới có thể trở thành thợ may comple, veston lành nghề.

Anh Nguyễn Văn Tâm, chủ cơ sở may KATHY ở làng Từ Thuận cho biết, khoảng thời gian từ tháng 9 đến tháng 12 trong năm được người dân ở đây coi là thời điểm vàng của nghề may, khi nhu cầu may comple và veston rất lớn. "Thời điểm này, cơ sở của tôi không dám nhận nhiều đơn hàng vì sợ không sản xuất kịp, thiết bị máy móc có hạn, nên một ngày cố gắng xuất khoảng 20 bộ để kịp tiến độ giao hàng. Những đơn đặt hàng này là do mối quan hệ giữa chủ sản xuất với các cơ sở được xây dựng từ hàng chục năm nay" - anh Nguyễn Văn Tâm cho biết.

Tiếp nối nghề truyền thống của gia đình đã được gần 10 năm, vợ chồng chị Nguyễn Thị Bích Ngọc đã có cho mình lượng đơn hàng khá ổn định. Theo chị Ngọc, so với trước đây, làng nghề phát triển hơn rất nhiều. Nếu như thời bố mẹ chị làm, chủ yếu sản xuất vào khoảng tháng 8 và thời điểm cuối năm thì nay làng nghề sản

xuất quanh năm. Để đáp ứng nhu cầu của thị trường, xưởng sản xuất nhà chị Ngọc hiện đang có khoảng 15 công nhân làm việc tại xưởng, ngoài ra, có một số lao động nhận hàng về nhà làm. Doanh thu của xưởng may trung bình khoảng 40 triệu đồng/tháng. Với những công nhân có tay nghề, thu nhập cũng vào khoảng hơn 10 triệu đồng/tháng.

Hiện nay, nhiều gia đình còn cho con em mình theo học ngành dệt may ở Trường Đại học Công nghiệp Dệt May Hà Nội với mục đích về phát triển mạnh hơn nữa nghề truyền thống, sáng tạo hơn về mẫu mã. Tỷ lệ thanh niên không có việc làm, hay phải đi nơi khác làm ăn rất thấp, kể cả những vụ comple, veston bán chậm thì vẫn có việc để làm cầm chừng.

Những năm gần đây, việc áp dụng máy móc vào sản xuất đã giúp tiết kiệm nhiều thời gian và nâng cao chất lượng sản phẩm. Cũng chính từ sự khác biệt trong sản xuất comple, veston của làng nghề nên nhiều nhãn hàng thời trang lớn đã tìm tới và ký hợp đồng với các xưởng sản xuất tại đây.

May Vân Từ phát triển và thành công như hiện tại là nhờ công sức nỗ lực giữ nghề, nâng cấp và cải tiến kỹ thuật của người dân nơi đây... Những ngày cận và sau Tết Nguyên đán, gần như cả làng, từ già trẻ, gái trai đều mặc comple ra đường như một sự tự hào về làng nghề trăm tuổi. □





PHONG ĐỘ  
NHÀ QUẢN LÝ

# NĂNG LƯỢNG VÀ ẦM ÁP ngày Xuân

Bài: PV (T/h)

Năm Ất Tỵ 2025 thuộc hành Hỏa, cụ thể là Phú Đăng Hỏa – nghĩa là ngọn lửa đèn dầu. Phú Đăng Hỏa được coi là ngọn lửa sáng, mang đến năng lượng và sự ấm áp. Hành Hỏa của năm Ất Tỵ tượng trưng cho sự nhiệt huyết, năng động, và mạnh mẽ. Với các nhà quản lý thì đây là những nguồn ánh sáng dẫn lối cho một năm hứa hẹn nhiều vận hội mới.

## Nhiệt huyết, chuyển động những ý tưởng đổi mới

Có tầm nhìn rõ ràng và ý tưởng sáng tạo để đảm bảo rằng sự đổi mới phát huy hiệu lực, hiệu suất trong công việc, từ đó nhà lãnh đạo sáng suốt đưa ra những hành động cụ thể để đạt được thành công. Trên thực tế, điều này có nghĩa là các nhà lãnh đạo không chỉ phát triển tư duy đổi mới chỉ ở bản thân mình mà cũng cần phải xây dựng một môi trường làm việc, nhiệt huyết đổi mới để nhân viên có thể phát huy. Từ đó, truyền lửa và tạo động lực để nhân viên đưa ra những ý tưởng mới và ứng dụng điều đó vào trong công việc hằng ngày.

## Không để áp lực ảnh hưởng đến quyết định

Thời kỳ khó khăn, nhiều biến động khó lường thường đi kèm với những áp lực và căng thẳng. Vì thế, một nhà lãnh đạo giỏi cần có khả năng duy trì bình tĩnh, đối mặt với áp lực một cách hiệu quả và không để áp lực ảnh hưởng đến quyết định của họ. Không những mạnh mẽ đối mặt với những áp lực, một nhà lãnh đạo tài ba còn có thể mạnh mẽ vượt qua với tinh thần lạc quan và tin tưởng vào khả năng của bản thân và đội ngũ. Sự lạc quan và tự tin này sẽ là động lực và niềm tin để đội ngũ nhân viên trở nên gắn kết và cùng nhau vượt qua khó khăn.

## Năng động, kiểm soát rủi ro

Rủi ro trong nền kinh tế bất định thường xuyên xảy ra khiến người quản lý phải đối mặt với những tình huống không chắc chắn. Vì thế, trong giai đoạn này, một nhà lãnh đạo giỏi cần có khả năng thích nghi nhanh chóng với những cơn gió xoay chiều. Với tư duy không ngại đối mặt với rủi ro và có thể đưa ra những chiến lược hiệu quả, doanh nghiệp sẽ vượt qua được khó khăn khi được dẫn dắt bởi những nhà lãnh đạo này.



## Ấm áp, kết nối

Nhà lãnh đạo tạo ra một môi trường làm việc hòa thuận, nơi mọi người cảm thấy được tôn trọng và thấu hiểu. Họ chú trọng xây dựng mối quan hệ cá nhân với các thành viên trong nhóm và tạo điều kiện cho họ hợp tác và hỗ trợ lẫn nhau. Luôn giữ được sự lạc quan và cân bằng trong cảm xúc.



## Dẫn dắt, huấn luyện

Nhà lãnh đạo tập trung vào phát triển mỗi cá nhân của nhân viên, giúp nhân viên kết nối mục tiêu riêng với mục tiêu chung của tổ chức. Từ đó giúp họ phát triển năng lực và đạt được thành công. Người lãnh đạo cần có kiến thức và kỹ năng chuyên môn tốt để có thể hỗ trợ và hướng dẫn nhân viên hiệu quả. Cùng với đó, nhà lãnh đạo dành thời gian để lắng nghe và hiểu nhân viên của mình. Biết về điểm mạnh và điểm yếu cùng từng nhân viên, nhà lãnh đạo sẽ có thể dẫn dắt họ tiếp cận những kỹ năng và kiến thức nào mà doanh nghiệp có thể hỗ trợ tốt nhất cho họ. □





VINATEX

TẬP ĐOÀN DỆT MAY VIỆT NAM



*Gấm vóc non sông*  
**HÀO KHÍ LẠC HỒNG**

Một điểm đến cung ứng giải pháp  
Thời trang **Xanh**  
trọn gói

TẬP ĐOÀN DỆT MAY VIỆT NAM  
Vietnam National Textile and Garment Group

Tòa nhà Leadvisors Place - 41A Lý Thái Tổ, Quận Hoàn Kiếm, Hà Nội, Việt Nam  
(+84-24) 38257700 (+84-24) 38262269 www.vinatex.com.vn



**TỔNG CÔNG TY VIỆT THĂNG - CTCP**

Địa chỉ: 127 Lê Văn Chí, P.Linh Trung, TP.Thủ Đức - TP HCM, Việt Nam

Điện thoại: 028 3896 9337

Fax: (+84- 28) 3896 9319

**CHÚC MỪNG**  
**NĂM MỚI 2025**

**LỊCH SỬ HÌNH THÀNH VÀ PHÁT TRIỂN**

Tổng Công ty Việt Thăng - CTCP, đơn vị thành viên của Tập đoàn Dệt May Việt Nam; Nguyên trước năm 1975 là hãng Dệt Việt Mỹ kỹ nghệ Dệt, Sợi công ty (VIMYTEX), được xây dựng năm 1960, đưa vào hoạt động từ năm 1962 do một số nhà Tư bản trong nước và nước ngoài góp vốn chuyên sản xuất: Sợi, Dệt và In Nhuộm hoàn tất.

Tháng 5 năm 1975, Nhà nước tiếp quản, quốc hữu hóa, giao cho Bộ Công nghiệp nhẹ tiếp nhận, quản lý và duy trì các hoạt động sản xuất kinh doanh cho đến ngày nay.

Trong quá trình hoạt động, Công ty đã nhiều lần tổ chức lại sản xuất theo nhiều loại hình và tên gọi khác nhau như: Nhà máy Dệt Việt Thăng, Nhà máy Liên hợp Dệt Việt Thăng, Công ty Dệt Việt Thăng, Công ty TNHH nhà nước 1 TV Dệt Việt Thăng. Tháng 3 năm 2007, Công ty được cổ phần hóa, chuyển thành Công ty CP Dệt Việt Thăng với 52.3% vốn Nhà nước. Đến tháng 8 năm 2009, chuyển đổi thành Tổng Công ty Việt Thăng - CTCP. Hoạt động theo mô hình công ty mẹ, công ty con.

**NGÀNH, NGHỀ KINH DOANH**

Sản xuất, mua bán sản phẩm bông, xơ, sợi, vải, sản phẩm may mặc.





Nâng cao chất lượng cuộc sống cộng đồng thông qua việc cung ứng các sản phẩm và dịch vụ có chất lượng, an toàn cho sức khỏe và giá trị thực sự đáp ứng tốt nhất nhu cầu của khách hàng và góp phần vào sự phát triển kinh tế xã hội.



Hơn 80% tổng sản phẩm xuất khẩu của Đông Xuân xuất sang cho các thương hiệu hàng đầu của Nhật Bản như: TopValu (tập đoàn AEON), Triumph, Tutuanna, Cecile...

Ngoài ra, người tiêu dùng Việt Nam cũng rất tin tưởng và ưa chuộng các sản phẩm của Đông Xuân, điều này được minh chứng qua nhiều năm liền, sản phẩm của Đông Xuân đều được chứng nhận "Hàng Việt Nam chất lượng cao" do người tiêu dùng bình chọn; sản phẩm quần áo trẻ em và sơ sinh đạt chứng nhận "Sản phẩm, dịch vụ vàng cho bé"; Công ty nằm trong Top các Doanh nghiệp thương hiệu Việt tiêu biểu...

**CÔNG TY TNHH MỘT THÀNH VIÊN DỆT KIM ĐÔNG XUÂN**

Địa chỉ: 524 Minh Khai, Quận Hai Bà Trưng, Hà Nội  
Điện thoại: 0243. 633.6726/Máy lẻ 32 Fax: 024. 633.6714  
Email: doximex@hn.vnn.vn Website: doximex.vn



**CÔNG TY CP PHÁT TRIỂN HẠ TẦNG DỆT MAY PHỐ NỔI**  
**KHU CÔNG NGHIỆP DỆT MAY PHỐ NỔI**

Địa chỉ: KCN Dệt May Phố Nổi, xã Nghĩa Hiệp, huyện Yên Mỹ, tỉnh Hưng Yên  
Điện thoại: 0221.3972520/024.39368345 - Hotline: 01237047777  
Website: <http://vinatexid.com.vn> - Email: [Vinatexid@vinatexid.com.vn](mailto:Vinatexid@vinatexid.com.vn)



**1. VỊ TRÍ ĐẶC ĐỊA**

- Tọa lạc ngay tại khu vực giao nhau giữa Quốc lộ 5A và Quốc lộ 39, huyện Yên Mỹ và huyện Mỹ Hào, tỉnh Hưng Yên, Việt Nam.
- Cách đường cao tốc 5B 9km. Cao tốc 5B là cao tốc đầu tiên của Việt Nam đạt tiêu chuẩn quốc tế, giúp rút ngắn 1/3 thời gian di chuyển từ Hà Nội đến Hải Phòng.
- Nối liền các trung tâm kinh tế lớn của Phía Bắc như Hà Nội (28km), Cảng Hải Phòng (73km), sân bay Nội Bài (40km)...

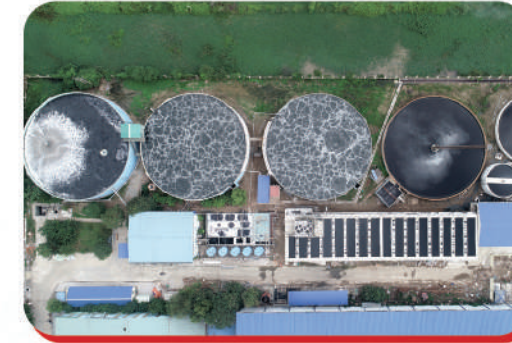
**2. MỤC TIÊU, SỨ MỆNH CỦA CÔNG TY**

- Với mục tiêu trở thành nhà phát triển KCN chuyên nghiệp, thân thiện với môi trường, là đối tác tin cậy của các DN, Vinatex-ID luôn chú trọng đến việc:
  - Hoàn thiện đồng bộ hạ tầng kỹ thuật phục vụ nhu cầu hoạt động sản xuất kinh doanh đa dạng của các nhà đầu tư trong đó trọng tâm là ngành Công nghiệp dệt may và Công nghiệp phụ trợ.
  - Quy chuẩn hệ thống dịch vụ chuyên nghiệp và đa dạng hóa. Xác định rõ việc cung cấp sản phẩm, dịch vụ chất lượng là nhiệm vụ hàng đầu và giá trị cốt lõi của DN.
  - Phát triển thêm các KCN nhằm đáp ứng nhu cầu thị trường, chủ động phát huy lợi thế và kinh nghiệm tích lũy được.
  - Phát triển KCN hài hòa với lợi ích của cộng đồng, hướng tới một môi trường làm việc xanh, sạch, thân thiện và tiện nghi cho con người.



**3. QUY MÔ NĂNG LỰC**

- Vốn điều lệ: 80.000.000.000 VNĐ (tám mươi tỷ đồng).
- KCN Dệt May Phố Nổi tại tỉnh Hưng Yên có diện tích 125ha; Nhà máy nước sạch với công suất: 17.000 m3/ngày đêm; Nhà máy xử lý nước thải 1 công suất: 12.000m3/ngày đêm, nhà máy nước thải số 2 công suất 8.000 m3/ngày đêm.



**4. THÀNH TỰU NỔI BẬT**

- KCN Dệt May Phố Nổi đã lấp đầy 100% diện tích bao gồm các doanh nghiệp trong nước và nước ngoài, điển hình là doanh nghiệp lớn như Công ty Coats Phong Phú, Công ty Dệt & Nhuộm Hưng Yên - Cavico, Công ty Dệt Nhuộm Jasan Việt Nam, Công ty Linea Aqua Việt Nam - Srilanka...
- Công ty đã thuê lại Nhà máy xử lý nước thải của Tập đoàn Dệt May Việt Nam để hoàn thành nâng cấp hệ thống xử lý nước thải đạt QCVN40:2011/BTNMT, Cột A, có hệ thống quan trắc tự động liên tục.
- Với những thành tựu đạt được trong những năm qua, KCN Dệt May Phố Nổi hiện là một trong những KCN phát triển mạnh của tỉnh Hưng Yên, đóng góp vào sự phát triển kinh tế và ổn định an sinh xã hội, thu hút số lượng lao động lớn. Hình ảnh và thương hiệu của KCN Dệt May Phố Nổi ngày càng được khẳng định trong tỉnh Hưng Yên và trên bản đồ KCN cả nước.





TRƯỜNG ĐẠI HỌC NGUYỄN TẤT THÀNH

# ĐỔI MỚI SÁNG TẠO

vì mục tiêu phát triển bền vững



TS. Trần Ái Cẩm  
Hiệu trưởng Trường ĐH Nguyễn Tất Thành

Là một trong số ít các cơ sở giáo dục Đại học tiên phong tiếp cận và xây dựng mô hình đại học khởi nghiệp, đổi mới sáng tạo, Trường ĐH Nguyễn Tất Thành thành công lan tỏa văn hóa đổi mới sáng tạo, tiếp cận mục tiêu giáo dục vì sự phát triển bền vững

## KIẾN TẠO NĂNG LỰC KHỞI NGHIỆP CHO NGƯỜI HỌC

Nói về vai trò của định hướng giáo dục đại học khởi nghiệp, đổi mới sáng tạo trong thời đại số, TS. Trần Ái Cẩm – Hiệu trưởng Trường ĐH Nguyễn Tất Thành cho rằng: “Một trường đại học không có năng lực khởi nghiệp, đổi mới sáng tạo không những không có khả năng vốn hóa tri thức và gia tăng giá trị mà còn bị CMCN 4.0 bỏ rơi, đặc biệt nền kinh tế không có được chất xúc tác từ đại học và quốc gia không có động lực để phát triển”.

Để thích ứng với cuộc CMCN 4.0, mô hình giáo dục đại học khởi nghiệp, đổi mới sáng tạo đang được các trường đại học Việt Nam quan tâm và là lựa chọn tất yếu cho nhu cầu phát triển bền vững, quyết định đến năng lực cạnh tranh giữa các trường. Ngoài đào tạo nhân lực đáp ứng nhu cầu thị trường lao động thì vai trò của các trường đại học định hướng khởi nghiệp, đổi mới sáng tạo ngày càng trở nên quan trọng, giúp nâng cao giá trị thương hiệu của nhà trường; tạo nên thể hệ các cựu sinh viên là doanh nhân thành đạt hoặc các nhà quản trị, quản lý giỏi.

Ngoài cơ hội việc làm, chất lượng đào tạo tại các trường này sẽ được khẳng định thông qua khả năng khởi nghiệp và làm chủ của người học sau khi ra trường. Nhiệm vụ của các trường là phải giúp cho người học nhận thức và trải nghiệm được các dự án khởi nghiệp, khơi gợi được ở mọi người học niềm đam mê khởi nghiệp start-up và thành công được với đam mê đó.

Với Trường ĐH Nguyễn Tất Thành, hoạt động khởi nghiệp đã được chú trọng phát

triển và đưa vào giảng dạy trong nhiều năm qua. “Sinh viên nhà trường không chỉ được đào tạo để cầm bảng đại học mà còn phải tạo dựng được cho các em niềm đam mê khởi nghiệp sáng tạo, có thể tự thân khởi nghiệp, lập nghiệp”, TS. Cẩm, nhấn mạnh.

## ĐỔI MỚI SÁNG TẠO ĐỂ HỘI NHẬP, PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG

Trường ĐH Nguyễn Tất Thành từ năm 2016, đã thành lập Trung tâm Ươm tạo và Sáng tạo khởi nghiệp làm nơi ươm tạo, tư vấn hỗ trợ những dự án khởi nghiệp cho sinh viên, tạo nguồn quỹ hỗ trợ sáng tạo khởi nghiệp, kết nối thông tin đổi mới sáng tạo của trường vào mạng lưới các hoạt động đổi mới sáng tạo và hỗ trợ khởi nghiệp quốc gia..

Trường cũng đẩy mạnh xây dựng hệ sinh thái đổi mới sáng tạo – khởi nghiệp, tiếp tục hoàn thiện 3 dự án: Viện nghiên cứu công nghệ cao – Trung tâm đào tạo công nghệ cao – Công viên Thiên niên kỷ tại Trung tâm Phát triển Công nghệ tại Khu công nghệ cao TP. Thủ Đức, trở thành nơi tập trung các chuyên gia tham gia vào nghiên cứu, thương mại hóa các sản phẩm công nghệ và đào tạo nhân lực trình độ cao.

Song song đó là tích cực tham gia vào các bảng xếp, kiểm định theo các Bộ tiêu chuẩn chất lượng trong nước và quốc tế nhằm nâng cao chất lượng dạy và học, đẩy

mạnh phát triển toàn diện cả về công tác đào tạo đến nghiên cứu khoa học, chuyển giao công nghệ và phục vụ cộng đồng, hướng đến lan tỏa các giá trị khởi nghiệp, đổi mới sáng tạo hướng đến tiếp cận với các xu thế phát triển nhanh của giáo dục đại học thế giới.

Từ những chủ trương đó mà thực tiễn công tác khởi nghiệp, đổi mới sáng tạo của nhà trường liên tục thu về nhiều thành tựu đáng tự hào với hàng loạt giải thưởng xuất sắc của sinh viên từ các cuộc thi về Khởi nghiệp sáng tạo, Design Thinking, VietFuture Awards... Hay thành tích dẫn đầu các trường đại học tại Việt Nam – đồng thời xếp hạng trong top 20% trường đại học trên toàn thế giới ngay trong lần xếp hạng đầu tiên trong bảng xếp hạng THE Impact Rankings 2024. Đây là bảng xếp hạng các cơ sở giáo dục đại học thực hiện Mục tiêu phát triển bền vững của Liên Hợp Quốc.

Trường ĐH Nguyễn Tất Thành cũng là một trong những cái tên quen thuộc tại nhiều bảng xếp hạng, gần sao uy tín khu vực, quốc tế: top 34% trường đại học tốt nhất Châu Á; top 35% trường đại học có giá trị tốt nhất thế giới năm 2024 dành cho sinh viên quốc tế; Top 4 trường đại học Việt Nam theo Webometrics; Top 4 trường đại học Việt Nam theo URAP; 5 sao theo Hệ thống xếp hạng Đối sánh chất lượng UPM...

Trong 17 mục tiêu phát triển bền vững của Liên Hợp Quốc, có nhiều mục tiêu đã được Trường ĐH Nguyễn Tất Thành chú trọng thực hiện như: SDG1, SDG3, SDG4, SDG5, SDG6, SDG8, SDG17...



# TRƯỜNG CAO ĐẲNG CÔNG NGHỆ TP. HỒ CHÍ MINH

với nhiều **HOẠT ĐỘNG**  
**TRONG NĂM HỌC 2024 -2025**

Năm học 2024-2025, Trường Cao đẳng Công nghệ TP. Hồ Chí Minh tuyển sinh 27 ngành đào tạo với 2 cơ sở tại TP. Hồ Chí Minh và Phân hiệu Đồng Nai, với diện tích đất 30.000 m2 và diện tích sàn xây dựng lên đến 40.000 m2.

Nhà trường chú trọng đầu tư cơ sở vật chất, trang thiết bị hiện đại phục vụ công tác giảng dạy và học tập, với hơn 1.000 trang thiết bị đào tạo, đáp ứng nhu cầu học tập của 4.000 học sinh, sinh viên. Trường luôn cải tiến chương trình đào tạo phù hợp với thực tế doanh nghiệp và nhu cầu thị trường lao động và thường xuyên đẩy mạnh các hoạt động

hợp tác, liên kết đào tạo với doanh nghiệp, các trường đại học như Đại học Sư phạm Kỹ thuật TP.HCM, Đại học Công nghiệp TP.HCM, Đại học Tài chính Marketing, Đại học Công nghiệp Dệt may Hà Nội, tạo cơ hội học liên thông cho sinh viên, ngoài ra còn tổ chức các hoạt động ngoại khóa, câu lạc bộ học thuật, thể thao, và sự kiện như Ngày hội khoa học công nghệ để phát huy sáng tạo của giảng viên và sinh viên.

Với những thành tựu đã đạt được, Trường Cao đẳng Công nghệ TP. Hồ Chí Minh sẽ tiếp tục đổi mới, phát triển toàn diện, mang lại lợi ích tối đa cho học sinh, sinh viên và đóng góp tích cực vào sự phát triển chung của xã hội.

Mọi thông tin chi tiết vui lòng liên hệ:

## TRƯỜNG CAO ĐẲNG CÔNG NGHỆ TP. HỒ CHÍ MINH

- Trụ sở chính: Số 586, Đường Kha Vạn Cân, Phường Linh Đông, Thành phố Thủ Đức, TP. Hồ Chí Minh.  
Điện thoại: 0903 373 447
- Phân hiệu Đồng Nai: Số 2, Hùng Vương, Xã Sông Trầu, Huyện Trảng Bom, Tỉnh Đồng Nai.  
Điện thoại: 0977 140 997
- Website: <http://www.vetc.edu.vn>





## TỔNG CÔNG TY MAY HƯNG YÊN - CÔNG TY CỔ PHẦN

Địa chỉ: Số 8 Bạch Đằng, Minh Khai, Thành phố Hưng Yên  
Điện thoại: (+84) 3213 862314 Fax: (+84) 3213 862500  
Website: hugaco.vn hugago@hugaco.vn



Thành lập từ năm 1966 với tổng diện tích 28.155m<sup>2</sup>. 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.



## TỔNG CÔNG TY MAY ĐÁP CẦU

Địa chỉ: Khu 6, Phường Thị Cầu, Thành phố Bắc Ninh, Tỉnh Bắc Ninh  
Điện thoại: 024 (222) 3827063 - 3821745  
Fax: 024 (222) 3821745

Tổng Công ty May Đáp Cầu (DAGARCO) là doanh nghiệp trực thuộc Tập đoàn Dệt May Việt Nam (Vinatex), được thành lập ngày 2-2-1967.

DAGARCO hiện có hệ thống quản lý chất lượng ISO 9001:2000 và thực hiện chuyên môn hóa sản xuất các mặt hàng, cũng như duy trì hệ thống các tiêu chuẩn trách nhiệm xã hội: SA-8000, Better work, Wrap.

DAGARCO chuyên sản xuất các sản phẩm may mặc: các loại Jacket, áo khoác lông vũ, áo vest, sơ mi nam, nữ, quần âu, áo váy, quần áo dệt kim, ni, đồng phục trẻ em và người lớn, quần áo thể thao v.v...

Năng lực sản xuất DAGARCO là 35.000.000 sản phẩm/năm (quy đổi áo sơ mi chuẩn).

DAGARCO đang sử dụng gần 6.000 thiết bị may của các

nước tiên tiến trên thế giới như Mỹ, Nhật, CHLB Đức... có nhiều thiết bị hiện đại chuyên dùng như: hệ thống máy trải vải tự động, máy cắt tự động, máy trấn khổ rộng, máy bó túi tự động, hệ thống là form quần áo và Jacket, hệ thống thiết kế mẫu bằng máy vi tính...

DAGARCO có 3 xí nghiệp thành viên và 3 công ty con với tổng số 4.050 cán bộ, công nhân viên.

Sản phẩm của DAGARCO đã xuất khẩu và có uy tín trên thị trường của 28 nước trên thế giới như Mỹ, Nhật, CHLB Đức, Tây Ban Nha, Pháp, Đan Mạch, Thụy Điển, Thụy Sĩ, Hàn Quốc, Hongkong, Đài Loan, Australia...

DAGARCO sẵn sàng hợp tác liên doanh với các bạn hàng trong và ngoài nước để đầu tư và sản xuất kinh doanh hàng may mặc.



**Chúc Mừng Năm Mới**  
**2025**



# CÔNG TY CỔ PHẦN MAY BÌNH MINH

Nhà sản xuất hàng may mặc chuyên nghiệp từ năm 1977 tại Việt Nam

📍 440 Nơ Trang Long, Phường 13, Quận Bình Thạnh, TP. HCM, Việt Nam  
☎ Tel: (028) 3553 3358 - (028) 3553 1367 📠 Fax: (028) 3553 3348  
✉ Email: info@bmig.com.vn  
🌐 Website: www.bmig.com.vn - www.gendai.com.vn



Với phương châm

## “UY TÍN CÔNG TY ĐƯỢC CHỨNG MINH BẰNG CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM”

đơn vị luôn chú trọng đáp ứng các tiêu chí về chất lượng sản phẩm, đảm bảo an toàn cho sức khỏe người tiêu dùng.



### VỮNG BƯỚC GẦN 50 NĂM – CHẤT LƯỢNG VƯỢT THỜI GIAN

Giữa lòng Sài Gòn năng động, tại địa chỉ 440 Nơ Trang Long, Phường 13, Quận Bình Thạnh; Công ty Cổ phần May Bình Minh hiện ngang hàng định vị thế của một trong những doanh nghiệp hàng đầu ngành Dệt May Việt Nam. Với gần 50 năm kinh nghiệm, Bình Minh không chỉ là một thương hiệu, mà còn là biểu tượng của chất lượng, uy tín và sự tận tâm.

Khởi đầu từ một đơn vị sản xuất nhỏ mang tên "Thái Dương Kỹ Nghệ Y Phục Công Ty" (SOGAMEN) trước năm 1975, qua nhiều giai đoạn phát triển không ngừng nghỉ, Bình Minh đã vươn mình mạnh mẽ. Năm 1977, chính thức quốc hữu hóa với tên gọi Nhà máy May Bình Minh, đánh dấu một chương mới trong lịch sử công ty. Đến nay, Bình Minh đã có 5 chi nhánh và xí nghiệp trải dài khắp các thành phố lớn như Hà Nội, Hải Phòng, TP. Hồ Chí Minh và Bình Dương và đang phát triển nhà máy mới tại Hậu Giang với minh chứng cho sự phát triển bền vững và mạnh mẽ.

Với hơn 2.500 CBCNV cùng diện tích nhà xưởng hơn 40.000m<sup>2</sup>. Không chỉ tập trung vào chất lượng sản phẩm, Bình Minh còn chú trọng đầu tư vào công nghệ và thiết bị hiện đại, với hơn 3.000 máy móc và đội ngũ cán bộ, công nhân viên giàu kinh nghiệm luôn chú trọng đáp ứng các tiêu chí về chất lượng sản phẩm, đảm bảo an toàn cho sức khỏe người tiêu dùng. Theo đó, Công ty đã đạt và duy trì các chứng chỉ tiêu chuẩn chất lượng: **ISO 9001:2015, SA 8000:2008 và WRAP**... nhằm đảm bảo năng suất và chất lượng sản phẩm luôn ở mức cao nhất.

### GENDAI – THỜI TRANG PHONG CÁCH NHẬT BẢN TIN TẾ

Bình Minh nổi tiếng với các sản phẩm may mặc chất lượng cao, đặc biệt là áo sơ mi nam. Từng đường kim mũi chỉ được chăm chút tỉ mỉ, chất liệu vải được tuyển chọn kỹ lưỡng, tất cả tạo nên những sản phẩm hoàn hảo, chinh phục cả những khách hàng khó tính nhất.

Từ năm 2010, Bình Minh mạnh dạn đầu tư vào thị trường nội địa, xây dựng thương hiệu Gendai, dòng sản phẩm sơ mi cao cấp mang phong cách Nhật Bản. Sự kết hợp giữa kỹ thuật may mặc truyền thống và phong cách thiết kế hiện đại đã tạo nên những sản phẩm độc đáo, đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của thị trường.

Với những nỗ lực không ngừng, Bình Minh đã đạt được nhiều thành tựu đáng tự hào, bao gồm:

- Huân chương Lao động hạng Nhất (1995)
- Huân chương Lao động hạng Nhì (1988)
- Huân chương Lao động hạng Ba (1986)
- Huân chương Độc lập hạng Ba (2007)

Và rất nhiều Bằng khen, Giấy khen khác của Chính phủ, Bộ Công Thương, Bộ Khoa học – Công nghệ, Tập đoàn Dệt May Việt Nam và các ban ngành địa phương.

Đặc biệt vào tháng 01/2023, Công ty vinh dự đón nhận giải thưởng “Thương hiệu Vàng TPHCM” lần 3 năm 2022 là giải thưởng thường niên do UBND TP HCM chỉ đạo thực hiện, Sở Công Thương TP HCM và Tạp chí Kinh tế Sài Gòn đồng tổ chức nhằm tôn vinh các doanh nghiệp có kết quả xuất sắc trong công tác xây dựng thương hiệu sản phẩm, dịch vụ lớn mạnh và ấn tượng, gắn liền với thương hiệu TP.HCM.

Ngày 29/08/2024, tại Lễ tôn vinh và trao danh hiệu “Doanh nghiệp Xanh TPHCM năm 2024” do UBND TPHCM chủ trì, phối hợp cùng Hiệp hội Doanh nghiệp TPHCM và Báo Sài Gòn Giải Phóng tổ chức, Công ty Cổ phần May Bình Minh đã vinh dự được bình chọn và trao tặng danh hiệu “Doanh nghiệp Xanh TPHCM năm 2024”. Đây là danh hiệu nhằm vinh danh những doanh nghiệp thể hiện được trách nhiệm của mình trong việc tuân thủ nghiêm các tiêu chuẩn môi trường trong sản xuất kinh doanh, sử dụng hiệu quả tài nguyên, hướng tới phát triển bền vững trong sản xuất kinh doanh để nâng cao tính cạnh tranh trong hội nhập kinh tế quốc tế, đóng góp tích cực cho sự phát triển kinh tế - xã hội của TPHCM.

Để phát huy những kết quả đạt được, trong thời gian tới, **CÔNG TY CỔ PHẦN MAY BÌNH MINH** sẽ phấn đấu trở thành một trong những Công ty may mặc hàng đầu Việt Nam, cung cấp sản phẩm, dịch vụ theo tiêu chuẩn quốc tế và nâng cao giá trị cuộc sống cho người tiêu dùng. Với hơn 50 năm kinh nghiệm trong ngành may mặc, Bình Minh tự hào là một trong những doanh nghiệp hàng đầu Việt Nam, không ngừng sáng tạo và đổi mới để mang đến những sản phẩm thời trang chất lượng cao, đáp ứng mọi nhu cầu của khách hàng.



# TỔNG CÔNG TY CỔ PHẦN DỆT MAY NAM ĐỊNH

NAM DINH TEXTILE GARMENT J.S.CORP

Địa chỉ: Số 43 Tô Hiệu, Phường Ngô Quyền, Thành Phố Nam Định, Tỉnh Nam Định

Điện thoại: (0228) 3849 586 - 3849 886; Fax: (0228) 3849 750

Email: natexco.nd@gmail.com; Website: natexco.com.vn

## Chúc Mừng Năm Mới





## CÔNG TY TNHH TỔNG CÔNG TY DỆT MAY MIỀN BẮC – VINATEX

Địa chỉ: Lô 02-09A, Tầng 3 tòa nhà ICT, KCN Hoàng Mai, Q. Hoàng Mai, TP. Hà Nội  
Email: support@vina-vnc.com  
Phone: +84 (024)7300 0806



# Chúc Mừng Năm Mới 2025

### TÂM NHÌN – SỨ MỆNH

**Tâm nhìn:** Tổng Công ty Dệt May Miền Bắc – Vinatex sẽ hướng tới trở thành doanh nghiệp hàng đầu về cung cấp giải pháp may mặc trọn gói tại Việt Nam, một đơn vị nòng cốt của Tập đoàn Dệt May Việt Nam trong cả lĩnh vực Dệt thoi và Dệt kim.

**Sứ mệnh:** Đem đến sự thành công cho khách hàng và người tiêu dùng thông qua các sản phẩm chất lượng và giải pháp may mặc hiệu quả.

### ĐỊNH HƯỚNG PHÁT TRIỂN

- Kết nối năng lực của từng Công ty/đơn vị riêng lẻ nhằm tạo ra sức mạnh tập trung, hình thành các trung tâm/chuỗi sản xuất liên tục Sợi - Dệt - Nhuộm - May, chuyên môn hóa sâu theo từng dòng sản phẩm.
- Phát huy tối đa thế mạnh của từng Công ty/đơn vị
- Quy hoạch - định hướng đầu tư theo tầm nhìn và định hướng chiến lược xuyên suốt tránh sự chồng chéo, thiếu đồng bộ.

#### ĐƠN VỊ THÀNH VIÊN

- Tổng Công ty CP Dệt May Hà Nội (Hanosimex)
- Công ty TNHH MTV Dệt 8-3
- Công ty CP Vinatex Hồng Lĩnh
- Nhà máy May Tuyên Quang
- Nhà máy May Quảng Bình



## CÔNG TY TNHH TỔNG CÔNG TY DỆT MAY MIỀN NAM – VINATEX

Địa chỉ: 04 Đường Bến Nghé, Phường Tân Thuận Đông, Quận 7, TP.HCM  
Điện thoại: (+84) 028 38 727 312  
Email: info@vinatexvsc.com.vn

### NHÀ MÁY MAY VINATEX



### ❖ GIỚI THIỆU SƠ LƯỢC VSC

Tổng công ty Dệt May Miền Nam – Vinatex (VSC) hình thành từ việc thực hiện hóa mong muốn tạo ra hàng chục ngàn việc làm và thu nhập cho người lao động khu vực Miền Tây, phát triển kinh tế địa phương, ổn định xã hội cũng như đáp ứng nhu cầu phát triển ngày càng lớn của thị trường may mặc trong và ngoài nước.

Nằm ở vị trí thuận lợi, với 3 nhà máy chính Vinatex Cần Thơ, Vinatex Bạc Liêu, Vinatex Kiên Giang. Thời gian di chuyển từ thành phố HCM đến các nhà máy rất ngắn vì được kết nối dễ dàng thông qua hệ thống đường cao tốc. Không những thế, các cảng biển và sân bay đảm bảo thời gian vận chuyển hàng hóa quy mô quốc tế.

### ❖ ĐÁNH GIÁ NHÀ MÁY

Chất lượng sản phẩm được kiểm soát chặt chẽ từ đầu vào đến đầu ra. Chính vì thế, VSC được khách hàng đánh giá qua các tiêu chí chứng nhận trong nước và quốc tế như : C-TPAT, FCCA, GMP, GRS, HIGG FEM, FSLM, OCS, SCAN, BETTER WORK, SMETA, SLCP, WRAP, QAFA, Labs, RCS, FIT, GSV, SQP.

# Chúc mừng Năm mới 2025

### ❖ NĂNG LỰC

Để nâng cao năng lực và tạo thế cạnh tranh, VSC cũng đã liên doanh, liên kết với 20 đơn vị có năng lực phát triển lớn trong lĩnh vực dệt may khu vực phía Nam.

Năng lực hàng tháng:

- 320.000 suits nữ
- 350.000 sơ mi nữ
- 1.600.000 quần tây nữ
- 250.000 áo blouses
- 900.000 đầm & váy
- 3.900.000 hàng thun
- 600.000 pyjamas



# BỆNH VIỆN DỆT MAY

Tận tâm - Trách nhiệm - Hiệu quả



HANOSIMEX®

## TỔNG CÔNG TY CỔ PHẦN DỆT MAY HÀ NỘI - HANOSIMEX

Tổng Công ty Cổ phần Dệt May Hà Nội phấn đấu trở thành doanh nghiệp sản xuất xanh, từng bước ứng dụng công nghệ số, phát triển bền vững cùng ngành Dệt May Việt Nam về Sợi và sản phẩm may mặc, hoạt động hiệu quả, thân thiện với môi trường. Tổng Công ty đóng vai trò quan trọng trong chuỗi liên kết Sợi - Dệt - May của ngành Dệt May Việt Nam.

Sự gắn bó, đoàn kết, tầm nhìn, tính sáng tạo, sự năng động, niềm tự hào và sự phát triển không ngừng của đội ngũ cán bộ nhân viên là những giá trị cốt lõi làm nền tảng tạo ra những sản phẩm và lợi ích, góp phần đưa HANOSIMEX trở thành tên tuổi hàng đầu của ngành Dệt May Việt Nam và là đối tác tin cậy của bạn hàng quốc tế suốt hơn 40 năm qua.

Chúc Mừng Năm Mới

Chúc mừng Năm mới



BS. Dương Trinh Xuyên

Chủ tịch Hội đồng Quản lý  
Giám đốc Trung tâm Y tế - Bệnh viện Dệt May

Với phương châm lấy người bệnh là trọng tâm, Bệnh viện Dệt May luôn tâm niệm trong công tác khám chữa bệnh phải đặt ba trọng tâm "Tận tâm - Trách nhiệm - Hiệu quả" lên hàng đầu.

"Tận tâm" được xuất phát từ cái tâm của từng thầy thuốc, vì sức khỏe người bệnh và vì chính an toàn cho đội ngũ y bác sỹ. Cùng với "Tận tâm", đó là "Trách nhiệm" - trách nhiệm với bệnh nhân, trách nhiệm với doanh nghiệp, đối tác, trách nhiệm với bệnh viện, trách nhiệm với công việc của từng người với đích đến cuối cùng chính là hiệu quả. "Hiệu quả" là điều trị khỏi bệnh, tìm ra bệnh, kiểm soát được bệnh bằng sự am hiểu và thuần thục kỹ thuật y học, hiệu quả đối với doanh nghiệp đối tác, hiệu quả của nhân viên đối với bệnh viện và hiệu quả mang về cho từng người. Với phương châm ấy, đội ngũ CBNV và y bác sĩ Bệnh viện Dệt May đang nỗ lực hết mình để đạt được tất cả những tôn chỉ và mục đích đó.

Với sự phát triển mạnh mẽ trong những năm qua, Bệnh viện Dệt May tự hào đóng góp vào sự thành công trong bức tranh

chung của Ngành Dệt May Việt Nam thông qua việc nâng chất lượng cuộc sống cho CBNV và NLĐ trong ngành. Cùng với đó là sự tự hào qua việc phát triển và nâng cao các kỹ thuật y học. Điều này được thể hiện bằng sự tin nhiệm ngày càng cao, tăng số lượng bệnh nhân, đáp ứng mọi nhu cầu khám chữa bệnh của người dân trên địa bàn Thủ đô Hà Nội. Cùng với đó, Bệnh viện Dệt May cũng đã hợp tác, chia sẻ, chuyển giao kỹ thuật y học với nhiều bệnh viện lớn để sánh tầm và phát triển tương đương với các bệnh viện tuyến đầu tại Việt Nam.

Nhân dịp năm mới Xuân 2025, cán bộ y bác sỹ Bệnh viện Dệt May xin kính chúc Lãnh đạo Tập đoàn Dệt May Việt Nam, Lãnh đạo các doanh nghiệp, đối tác, CBNV toàn ngành lời kính chúc sức khỏe, thành công, an khang thịnh vượng!



### TRỤ SỞ TỔNG CÔNG TY:

Tầng 8 - Tòa nhà Nam Hải LakeView, KĐT Vĩnh Hoàng, Phường Hoàng Văn Thụ, Quận Hoàng Mai, Hà Nội.

Điện thoại: 84 24 83 621 224 Fax: 84 24 38 621 225

Email: support@hanosimex.com.vn.



**MAY10**  
WWW.MAY10.VN



TỰ HÀO THƯƠNG HIỆU QUỐC GIA



Sản lượng:  
**14.500**  
tấn/năm

Doanh thu:  
**900**  
tỷ đồng

Sản phẩm chủ yếu:  
Sợi Siro CD,  
Siro CD Slub,  
Siro CD Spandex



**VINATEX**  
**EMTEXCO**

*Chúc mừng*  
*Năm mới*

**CÔNG TY TNHH MTV DỆT 8-3**

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

**NHÀ MÁY SỢI YÊN MỸ**

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

Điện thoại: 024. 3862 4460

Fax: 024. 3862 4463

Website: [emtexco.vn](http://emtexco.vn)

Email: [info@em-texco.com](mailto:info@em-texco.com)



Chúc Mừng  
Năm Mới  
2025

#### SẢN PHẨM CHỦ LỰC



Sợi - Chỉ may



Khăn bông



#### TỔNG CÔNG TY CỔ PHẦN PHONG PHÚ

48 Tầng Nhon Phú, khu phố 3, P. Tầng Nhon Phú B, TP. Thủ Đức, Thành phố Hồ Chí Minh

028 6684 7979

phongphucorp.com - mollis.com.vn

info@phongphucorp.com

DGC  
selection

# EDGE OF WINTER

## TUYÊN NGÔN THỜI TRANG PHÁI MẠNH

Thương hiệu DGC Selection thuộc Tổng Công ty Đức Giang vừa ra mắt bộ sưu tập áo khoác 2024 sử dụng chất liệu recycled polyester thân thiện với môi trường mang tên "Edge of Winter".



### DGC - THƯƠNG HIỆU BỀN VỮNG

Với vị thế là thương hiệu thời trang nam thuộc **Tổng Công ty Đức Giang** - một trong những doanh nghiệp hàng đầu ngành dệt may Việt Nam, DGC tiên phong đưa khái niệm "thời trang xanh" đến gần hơn với người tiêu dùng. Việc sử dụng nguồn nguyên liệu thân thiện môi trường, kết hợp cùng quy trình sản xuất ứng dụng công nghệ "xanh" là đòn bẩy mạnh mẽ cho định hướng **phát triển bền vững** của thương hiệu.

Trên tinh thần đó, những năm qua DGC không ngừng nghiên cứu tạo nên những dòng sản phẩm từ chất liệu thân thiện với môi trường như: vải recycled polyester, bamboo, cafe... với mong muốn lan toả những giá trị sống tích cực, gắn gũi với thiên nhiên cho người mặc.



### "EDGE of WINTER" - TUYÊN NGÔN THỜI TRANG PHÁI MẠNH

Bộ sưu tập "Edge of Winter" của DGC không chỉ mang đến thiết kế hiện đại, ấm áp mà còn có tính ứng dụng cao, phù hợp cho cả nơi công sở lẫn những hoạt động ngoài trời. Những trang phục trong bộ sưu tập này vừa giữ ấm hiệu quả, vừa tạo sự thoải mái, thanh lịch, giúp bạn dễ dàng chuyển đổi từ môi trường làm việc sang những chuyến đi chơi, thư giãn.

Với "Edge of Winter", DGC muốn khẳng định rằng, thời trang không chỉ là những bộ trang phục đẹp, mà còn là một phần trong hành trình xây dựng một **tương lai bền vững**. Bộ sưu tập này không chỉ là lựa chọn lý tưởng cho mùa đông, mà còn là sự khẳng định rằng mỗi chúng ta có thể kết hợp phong cách cá nhân với trách nhiệm bảo vệ hành tinh. Chọn "Edge of Winter", bạn không chỉ mặc đẹp mà còn góp phần vào việc gìn giữ một thế giới xanh tươi cho thế hệ mai sau.



# viettien

*Đứng thứ* **3**

TRONG TOP **10** THƯƠNG HIỆU THỜI TRANG  
HÀNG ĐẦU ĐÔNG NAM Á 2024

UNIQLO, NIKE, VIETTIEEN, BENCH, ADIDAS, PENSHOPPE, YODY, DIOR, PADINI, LEVI'S

*Theo Campaign Asia, tạp chí kinh doanh toàn cầu chuyên về  
quảng cáo, truyền thông, tiếp thị, trụ sở tại Vương quốc Anh công bố*



Happy New Year  
**2025**

Tổng Công Ty Cổ phần May Việt Tiến - 7 Lê Minh Xuân, P7, Q.Tân Bình, TP.HCM

[www.viettien.vn](http://www.viettien.vn) | [facebook.com/@viettienstore](https://facebook.com/@viettienstore)