

Dệt may và

VTGF

THỜI TRANG

Việt Nam

ĐẶC SAN CỦA TẬP ĐOÀN DỆT MAY VIỆT NAM - VINATEX

THÁNG 5/2025



TĂNG TỐC LAO ĐỘNG
NĂNG SUẤT TỐI ĐA



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

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

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



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.

❖ 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

CHỊU TRÁCH NHIỆM XUẤT BẢN LÊ TIẾN TRƯỜNG

Bí thư Đảng ủy, Chủ tịch HĐQT Vinatex

HỘI ĐỒNG CỐ VẤN

TRẦN QUANG NGHỊ - Cố vấn cao cấp

Phó Chủ tịch HĐQT Vinatex

CAO HỮU HIẾU

Phó Bí thư Đảng ủy, 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 30/GP-XBĐS

do Cục báo chí, Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch
cấp ngày ngày 20/3/2025

THƯ NGỎ

Bạn đọc thân mến!

Tháng 5, khi nắng hạ bắt đầu len lỏi qua từng tán cây, cũng là lúc sức nóng của thị trường và guồng quay sản xuất đang tăng tốc từng ngày. Toàn hệ thống Vinatex đang bước vào “90 ngày thử lửa” với khí thế khẩn trương, tăng tốc hoàn thành các mục tiêu đã đề ra.

Trong giai đoạn nhiều biến động, dù cơ hội từ thị trường còn chưa thực sự rõ ràng, nhưng với sự thống nhất cao từ Đại hội Đảng, Đại hội đồng cổ đông, các đơn vị, doanh nghiệp trong hệ thống đã chủ động chuẩn bị các kịch bản ứng phó và tâm thế sẵn sàng cho cả những chuyển biến khó lường nhất.

Cũng trong tháng 5, nhiều hoạt động Tháng Công nhân đã được triển khai. Sức sáng tạo, tinh thần bền bỉ kiên cường, sự gắn bó của người lao động không chỉ là nguồn lực, mà còn là động lực để các doanh nghiệp bước vào cuộc đua mới – cuộc đua chuyển đổi số, chuyển đổi xanh, minh bạch chuỗi cung ứng và nâng cao năng lực cạnh tranh quốc tế.

Trân trọng cảm ơn!

BAN BIÊN TẬP



Bìa 1: Cán bộ, Đảng viên, người lao động trong hệ thống Vinatex tăng tốc thi đua, nâng cao hiệu suất lao động

Ảnh: Vũ Hồng Quang



**Tháng 5
2025**

MỤC LỤC

■ GÓC NHÌN

- 6 Đảng bộ Trung tâm điều hành Vinatex: Trí tuệ tập thể mạnh trên nền tảng trí tuệ cá nhân xuất sắc
- 12 Nâng cao năng lực nội sinh - linh hoạt ứng phó trước thị trường nhiều biến động
- 20 Xóa “khoảng trống” tiếp cận thông tin cho người lao động dệt may
- 24 Thuế đối ứng của Mỹ - ảnh hưởng và giải pháp thích ứng
- 28 Đón thời cơ từ thị trường biến động
- 32 Tác động chính sách thuế đối ứng của Mỹ đến Dệt May Việt Nam từ góc nhìn Quản trị rủi ro
- 36 Văn hóa số cùng doanh nghiệp hiện thực hóa chiến lược sản xuất kinh doanh
- 40 Từ sáng kiến nhỏ đến chiến lược lớn
- 44 Ý kiến chuyên gia

■ DỆT MAY

- 46 Tương lai của ngành thời trang được AI hỗ trợ
- 52 Thời trang bền vững trong kỷ nguyên công nghệ: giải pháp kỹ thuật cho một tương lai xanh
- 58 Dự báo chiến lược và thích ứng linh hoạt: nâng cao năng lực cạnh tranh trong kỷ nguyên kinh tế tuần hoàn

■ TIN TỨC & SỰ KIỆN

- 60 Bản tin Vinatex
- 62 Bản tin Công đoàn

■ THỜI TRANG - CUỘC SỐNG

- 64 Xanh hóa thời trang: khi nylon tái sinh thành túi xách
- 68 Summer de Papillon – Hơi thở của sự chuyển hóa, tự do, rực rỡ
- 72 Truyện ngắn: Người phụ nữ can đảm
- 76 Lãnh đạo thực chiến: kỹ năng đàm phán

ĐẢNG BỘ TRUNG TÂM ĐIỀU HÀNH VINATEX

Trí tuệ tập thể MẠNH TRÊN NỀN TẢNG TRÍ TUỆ CÁ NHÂN XUẤT SẮC

Bài: TS. LÊ TIẾN TRƯỜNG

Bí thư Đảng ủy, Chủ tịch HĐQT Vinatex



Đảng bộ Trung tâm điều hành Tập đoàn Dệt May Việt Nam vừa tổ chức thành công Đại hội Đảng bộ lần thứ I, nhiệm kỳ 2025-2030. Nhìn lại một nhiệm kỳ hoạt động nhiều dấu ấn để vững vàng hướng tới một nhiệm kỳ nhiều thách thức nhưng cũng không ít cơ hội và vận hội mới cho tổ chức Đảng đóng vai trò lãnh đạo, chỉ đạo xây dựng Công ty mẹ là trung tâm hoạch định chiến lược chất lượng cao của Vinatex, lấy các sản phẩm trí tuệ về ngành dệt may làm chất kết dính hệ thống doanh nghiệp thành viên. Đồng thời là giá trị gia tăng xây dựng nền năng lực cạnh tranh chung của Tập đoàn.



TS. LÊ TIẾN TRƯỜNG

Bí thư Đảng ủy, Chủ tịch HĐQT Vinatex

NHÌN LẠI NHIỆM KỲ 2020-2025

5 năm vừa qua là thời gian hết sức đặc biệt với toàn thế giới, dịch bệnh kéo dài 2 năm, khủng hoảng kinh tế từ quá mua đến suy thoái và cuối nhiệm kỳ là chính sách thuế đối ứng của Mỹ với 185 quốc gia trên thế giới, có thể nói là cuộc chiến thuế quan lớn nhất, quy mô rộng nhất kể từ đầu thế kỷ 20 đến nay. Trong suốt nhiệm kỳ, tình hình bất định là chủ yếu, đan xen các khoảng thời gian ngắn có thuận lợi thị trường như cuối 2021 và quý 1/2022, còn lại là bất ổn, giá giảm mạnh, ngành sợi không hiệu quả trong 3 năm liên tiếp 2022-2024.

Trong bối cảnh đó, hoạt động của Công ty mẹ Vinatex gặp nhiều khó khăn, đơn vị thành viên cũng lúng túng, hoang mang, thiếu định hướng. Nếu chỉ dừng lại ở giám sát kết quả hoạt động SXKD, kiểm tra đánh giá, động viên khích lệ thì thực sự không thể vượt qua được giai đoạn này, nhất là với những đơn vị đang có khó khăn từ trước, nay gặp tình huống xấu toàn diện về thị trường chắc chắn sẽ đi đến dừng hoạt động.

Chính trong điều kiện ngặt nghèo đó, Công ty mẹ Tập đoàn mà hạt nhân lãnh đạo, chỉ đạo là BCH Đảng bộ Trung tâm điều hành (các Đảng bộ cơ quan trước đây) đã có nhiều đổi mới, sáng tạo vượt bậc trong phương thức lãnh đạo, chỉ đạo các đơn vị thành viên.

Mở đầu bằng việc tổ chức họp trực tuyến để xử lý thống nhất các phương án khi dịch bệnh, cách ly,

nhờ đó tạo được sự ổn định vượt qua 2 năm 2020, 2021 mà không đơn vị thành viên nào lâm vào hoàn cảnh dừng hoạt động, phá sản như hàng trăm ngàn DN trên cả nước. Cùng với đó là các khoá đào tạo trực tuyến cho cán bộ cấp trung, cán bộ tài năng trẻ, cán bộ cấp cao với trên 1.500 lượt cán bộ được đào tạo trong nhiệm kỳ. Tiếp đó là việc duy trì các hội thảo thị trường hàng tháng, cập nhật nhưng có chuyển hoá thành các chỉ đạo của lãnh đạo Tập đoàn với các đơn vị rất chi tiết từ đơn giá kỹ kết, mua nguyên liệu, quản trị tỷ giá USD/VND, lãi suất... Trong nhiệm kỳ đã tổ chức trên 40 hội thảo thị trường, thu hút trên 300 cán bộ tham dự mỗi kỳ, trở thành kênh chờ đợi, chính thống của Tập đoàn mà các đơn vị luôn hướng tới. Đến nay không chỉ thu hút các đơn vị thành viên cấp 1, mà cả các đơn vị cấp 2, các đơn vị liên kết cũng đăng ký tham gia. Bên cạnh các hội thảo, các nhóm online của lãnh đạo Tập đoàn và tất cả các đơn vị đã kịp thời cập nhật, chỉ đạo các đơn vị trong tình huống mới bất lợi phát sinh, nhờ đó DN thành viên luôn vững tin, có định hướng, không dao động.

Hình thành và hoạt động ngày càng bài bản với 2 Ban SXKD Sợi và May, trong đó Ban Sợi đã quản lý toàn bộ 12 DN có vốn Tập đoàn cả chi phối và liên kết có quy mô sản xuất sợi với trên 700.000 cọc sợi. Hình thành hệ thống chỉ tiêu quản lý thống nhất, có tính dự báo cao, qua đó sau 2 năm hoạt động đưa được tất cả các DN sợi lên mức khá kể cả các đơn vị yếu như dệt ND trước đây. Trong những năm khó khăn như 2023-2024 ngành sợi Tập đoàn có mức lỗ chỉ tương đương 30- 50% các đơn vị sợi có niêm yết trên sàn. Nhất là không đơn vị nào bị dừng sản xuất, cắt tin dụng, không có nguyên liệu vì thiếu vốn...

Ban SXKD May đã được hình thành trên cơ sở 6 đơn vị may có vốn chi phối của Tập đoàn, với gần 20.000 lao động đang đi dần vào hoạt động bài bản. Trong thời gian ngắn đã giúp vực dậy ngành may Hanosimex đang thua lỗ lớn năm 2023 trở thành có lãi ngay trong





“*Kết quả đáng ghi nhận là trong nhiệm kỳ vừa qua, các đơn vị Tập đoàn chi phối có nhiều tiến bộ. Đến nay, trong toàn bộ các khoản góp vốn của Tập đoàn thì tỷ suất LNTT/vốn CSH của HTG, PP, HDM đạt mức từ 60-90% là cao nhất, vượt qua nhiều công ty liên kết mạnh, xoá đi được quan điểm phải Tập đoàn không chi phối mới có điều kiện cho DN phát triển.*”

6 tháng cuối năm 2024. Đang tiếp tục mở rộng phạm vi đơn vị tham gia bao gồm cả các công ty liên kết tự nguyện như hệ thống May Hưng Yên. Đến hết năm 2025, có thể đưa KNXK tính đủ của Ban May lên gần 600 triệu USD với khoảng 25.000 lao động, vững vàng thành một hệ thống đủ tầm cỡ để có vai trò trong đàm phán, hợp tác với các đối tác quy mô lớn.

Xây dựng được nền tảng cơ bản cho chuyển đổi số, liên kết thông tin doanh nghiệp, lan toả ra từ DN chi phối, DN yếu để có dữ liệu quản trị kịp thời các điểm nóng.

Thông qua hệ thống điều hành doanh nghiệp SXKD, thực hiện nhiệm vụ chính trị, hệ thống công tác xây dựng Đảng cũng được triển khai tương ứng. Đảng bộ Trung tâm điều hành là nơi tổng hợp, ban hành toàn bộ các tài liệu sinh hoạt chi bộ hàng tháng từ năm 2022, thống nhất nhận thức, nhiệm vụ, giải pháp trong toàn Đảng bộ. Sau khi tái lập các ban Đảng của Đảng ủy Tập đoàn với nhân sự của Đảng bộ Trung tâm điều hành đã đi vào hoạt động ổn định và bước đầu có những điểm mới, tiến bộ, bài bản hơn so với trước.

Tập thể BCH Đảng bộ Trung tâm điều hành, chi uỷ các chi bộ thành viên đều là các cán bộ có tinh thần trách nhiệm và quyết tâm cao với công việc. Tích cực đổi mới theo định hướng tinh gọn – thực chất – hiệu quả. Cán bộ Đảng viên của Đảng bộ cũng đã tiên phong đi về cơ sở, làm việc tại các điểm nóng, trong

nhiệm kỳ đã đưa gần 20 cán bộ về Hanosimex, Đông Xuân, 8-3, Dệt May Nam Định, Việt Thắng, dự án vài chống cháy... Bên cạnh đó, từ các chương trình đào tạo, phát triển tài năng trẻ, Đảng bộ Trung tâm điều hành còn là nơi phát hiện, tham mưu đề xuất điều động một số cán bộ từ DN thuộc Tập đoàn nhưng ngoài Đảng bộ về đảm nhiệm vị trí lãnh đạo cấp cao đơn vị yếu kém. Thực tế sau 6 tháng đã phát huy tốt, nhìn thấy thành quả cụ thể. Công tác chuẩn bị thay thế cán bộ cấp cao đã được thực hiện có nhiều đổi mới, đến cuối 2024, toàn bộ các DN chi phối (trừ Phong Phú) đã hoàn thành việc bổ nhiệm TGD mới, không còn hiện tượng cán bộ quá tuổi, TGD khi được bổ nhiệm trẻ nhất 30 tuổi (Vinatex Phú Hưng), lớn nhất 48 tuổi, đảm bảo có thể làm việc được tối thiểu 3 nhiệm kỳ. Bước đầu cán bộ mới được bổ nhiệm tuy đều rơi ngay vào giai đoạn khó khăn nhưng đã thể hiện tốt bản lĩnh điều hành, giữ vững được DN. Công tác chuẩn bị cán bộ tại các đơn vị chi phối được thực hiện bài bản, đào tạo, kèm cặp chi tiết đang dần là một thể mạnh cần phát huy.

Kết quả đáng ghi nhận là trong nhiệm kỳ vừa qua, các đơn vị Tập đoàn chi phối có nhiều tiến bộ. Đến nay, trong toàn bộ các khoản góp vốn của Tập đoàn thì tỷ suất LNTT/vốn CSH của Hòa Thọ, Phong Phú, Dệt May Huế đạt mức từ 60-90% là cao nhất, vượt qua nhiều công ty liên kết mạnh, xoá đi được quan điểm phải Tập đoàn không chi phối mới có điều kiện cho DN phát triển.

Bài học lớn nhất của nhiệm kỳ qua không chỉ với Đảng bộ Trung tâm điều hành mà với toàn bộ Đảng bộ Vinatex đó là:

Giai đoạn hiện nay và sắp tới, việc lãnh đạo doanh nghiệp phải xuất phát từ trí tuệ. Vốn trí tuệ - nguồn vốn vô hình nhưng đã và sẽ phát huy tác động lớn hơn so với vốn hữu hình. Tỷ lệ sở hữu sẽ không quan trọng bằng hướng đi chiến lược. Sức hút để quy tụ doanh nghiệp cũng là từ chất lượng các sản phẩm trí tuệ làm ra. Quyền lực mềm từ trí tuệ sẽ là đối trọng thay thế dần quyền lực bằng % cổ phần. Tương lai của quản trị từ hệ thống quản lý, sở hữu trí tuệ, bản quyền công nghệ, thương hiệu sản phẩm mới là xu thế chính. Có trong tay cán bộ giỏi thì dù DN có bao nhiêu % vốn Tập đoàn cũng cần sự hiện diện của chúng ta. Hướng đi mờ mờ của chúng ta đã được TW chính thức chỉ đạo như đường hướng chiến lược trong kỳ nguyên mới thông qua Nghị quyết 57 về phát triển KHCN và những đột phá lớn trong nhiệm kỳ tới với quyết tâm tăng trưởng 2 con số mỗi năm.

Bên cạnh nhưng ưu điểm, chúng ta cũng còn thấy những hạn chế của Công ty mẹ, đó là:

Độ đồng đều trong cán bộ, đảng viên tại Đảng bộ Trung tâm điều hành chưa cao. Còn nhiều cán bộ, đảng viên chưa thật sự nỗ lực học hỏi, đổi mới, còn tư tưởng thoái lui, chủ nghĩa kinh nghiệm. Nói như nhà tương lai học số 1 nước Mỹ - Avin Toffler thì “*người mù chữ của thế kỷ 21 không phải là không biết đọc biết viết mà là không biết tự học, không chịu tự học, không chịu học lại*”, do vậy cán bộ không muốn đổi mới, không theo kịp các chương trình đổi mới lại trở thành lực cản của quá trình nâng cao hiệu lực, hiệu quả. Đây là khu vực cần quan tâm khắc phục, nhưng cũng cần đấu tranh mạnh mẽ với tư tưởng an phận, không nỗ lực.



Mối liên hệ và huy động cán bộ VP2 chưa đạt hiệu quả. Trong đó, có nguyên nhân từ việc Đảng bộ Tập đoàn duy trì mô hình 2 Đảng bộ VP quá dài, thiếu sự liên kết nhiệm vụ chính trị của 2 Đảng bộ. Việc sinh hoạt chuyên môn giữa 2 VP cũng chưa thực sự tốt, vừa lãng phí nguồn lực, vừa đã có biểu hiện rã đám tại VP2, nhiều nội dung công việc do không tiếp cận nên không theo kịp những đổi mới tại VP1. Nhiều quan điểm tiếp cận trong công việc đã thay đổi cả năm nhưng cán bộ chuyên viên VP2 chưa kịp thời nắm bắt. Đổi mới mô hình tổ chức Đảng là bước đi đầu tiên nhưng còn cần được cụ thể hoá bằng cách thức quản trị của Cơ quan điều hành.

Phát triển Đảng viên mới, trẻ cũng cần được quan tâm hơn, không để còn có khu vực phòng ban chức năng của Công ty mẹ là vùng trắng.

NHIỆM KỲ 2025-2030

Trước hết, tôi biểu thị sự thống nhất cao với Báo cáo chính trị của Đảng bộ Trung tâm điều hành, trong đó nhấn mạnh từ chủ đề Đại hội, đó là Trung tâm điều hành phải là nơi “**tinh hoa hội tụ**”. Đây là quan điểm chính xác nếu ta đã tổng kết và đi đến thống nhất Công ty mẹ phải lãnh đạo nhờ trí tuệ, lãnh đạo nhờ nghiên cứu, dự báo và đưa ra định hướng cho DN thành viên. Không chỉ có dự báo chuyên ngành mà còn có năng lực triển khai, giải quyết điểm nóng.

Nhiệm vụ trung tâm của Đảng bộ Trung tâm điều hành vừa là lãnh đạo chỉ đạo việc thực hiện SXKD của Công ty mẹ, vừa là cơ quan tổng hợp tham mưu cho BTV Đảng uỷ Tập đoàn, các ban chức năng là cơ quan tham mưu cho HĐQT, CQĐH. Có thể nói mọi chủ trương lớn của Tập đoàn đều phải từ Đảng bộ Trung tâm điều hành đề xuất, rồi cũng sẽ là người triển khai. Đòi hỏi chất lượng tổ chức Đảng ở Trung tâm điều hành phải ở một tầm cao vượt trội, với những chỉ tiêu đánh giá khác với Đảng bộ tại DN. Cơ quan Công ty mẹ còn phải đảm nhiệm vai trò là tác nhân kết dính tất cả các DN Tập đoàn có vốn và cả công ty cấp 2, liên kết.

Chính từ sự thống nhất cao với nhận thức này, tôi xin được gợi mở một số vấn đề cần tiếp tục triển khai mạnh mẽ với Đảng bộ Trung tâm điều hành như sau:

Một là, khẳng định tư duy hệ thống tổ chức Công ty mẹ cần liên tục thay đổi theo nhiệm vụ mới, phương thức hoạt động mới. Tổ chức thực sự theo định hướng các sản phẩm trí tuệ mà Công ty mẹ mong muốn đem đến cho các đơn vị thành viên. Tổ chức phải trở thành một bộ khung tốt để nhân sự tham gia tổ chức phát huy được năng lực tối đa, đồng thời doanh nghiệp thành viên tiếp cận thuận tiện, hiệu quả. Sớm đưa mô hình tổ chức có điều chỉnh vào hoạt động phù hợp xu thế, yêu cầu mới và tinh gọn một bước nhân lực, tạo khu vực cho làn sóng nhân lực mới có tiềm năng phát triển thành tinh hoa tham gia vào Vinatex.

Hai là, giáo dục, bồi dưỡng, phát triển đảng viên trong đội ngũ cán bộ trẻ, cán bộ học tập ở nước ngoài về là mục tiêu đồng thời là giải pháp cho phát triển bền vững Tập đoàn. Tập trung vận động, phát triển các tài năng trẻ trong tập đoàn gia nhập Đảng CSVN. Đổi mới công tác tuyên truyền, giáo dục tại môi trường Công ty mẹ với đặc điểm nhân lực có nhận thức cao, tiếp cận nhiều nguồn thông tin, phải đảm bảo khoa học, thuyết phục. Hướng đến mục tiêu xuyên suốt tinh gọn – hiệu lực – hiệu quả, ai cũng có sản phẩm tham gia vào chuỗi giá trị của Tập đoàn.

Ba là, đổi mới công tác cán bộ và phương thức làm việc của cơ quan Công ty mẹ theo hướng tổ chức tri thức – tổ chức học tập. Kết hợp hài hoà trong chính sách cán bộ giữa cán bộ trong và ngoài Đảng. Đa dạng hoá phương thức làm việc giữa offline với online, giữa công việc cố định theo chức năng với công việc theo dự án. Đổi mới chính sách đãi ngộ, thu hút nhân lực tốt cho Tập đoàn. Xóa bỏ tư duy thu nhập theo cấp bậc, hướng tới thu nhập theo đóng góp giá trị gia tăng trong công việc. Tạo môi trường cho tinh hoa có thể hội tụ ở VNT.

Bốn là, tiếp tục đổi mới hạ tầng quản trị số, đảm bảo nhanh chóng, chính xác, hiệu quả. Cắt giảm mạnh các phần việc thủ công tại Công ty mẹ, nghiên cứu có sự liên thông dữ liệu, báo cáo... để tránh được một việc nhiều người phải làm đi làm lại.

Năm là, tiếp tục nâng cao chất lượng và tính chuyên ngành sâu sắc của các hoạt động nghiên cứu thị trường, công nghệ, phương thức quản lý, hoạt động SXKD ngành sợi, ngành may. Làm thật tốt ở các công ty chi phối để khẳng định hình ảnh Công ty mẹ trí tuệ, có khả năng hành động tạo ra hiệu quả cụ thể, qua đó tạo sức hút các loại hình DN khác thông qua hạt nhân là Công ty mẹ. Làm tiền đề cho hình thành chuỗi cung ứng lâu dài.

Sáu là, triển khai hoạt động nghiên cứu phát triển cả cho ngành sợi và may trên cơ sở hoạt động của 2 ban SXKD. Tạo động lực mới cho phát triển nhờ đổi mới sáng tạo. Làm rõ nội hàm của sản xuất thông minh, trong nhiệm kỳ có được sản phẩm cụ thể về nhà máy thông minh. Tiếp tục đẩy nhanh tốc độ triển khai của các dự án sản phẩm mới, thị trường ngách như VCC, đồ gia dụng, khăn từ ý tưởng đến hiện thực trong nhiệm kỳ. Lấy Công ty mẹ là “ngôi nôi” cho đầu tư theo hướng mới.



Với nhiệm vụ cơ quan tham mưu chiến lược của Đảng bộ, HĐQT, CQĐH Tập đoàn, nhưng đồng thời cũng là cơ quan triển khai các chương trình mới, chương trình lớn, là cơ quan tổng hợp điều phối nguồn lực toàn Tập đoàn, cơ quan quản trị rủi ro từ sớm từ xa. Đóng góp của Đảng bộ Trung tâm điều hành vào chèo lái, tăng tốc con thuyền Vinatex là hết sức trọng yếu, lái đúng hướng, nhanh nhưng an toàn, phát hiện sớm trở ngại để giảm tốc, chuyển hướng đều cần đến sự tham gia của các đồng chí. Chỉ có trí tuệ tập thể mạnh trên nền tảng trí tuệ các cá nhân xuất sắc, một hệ thống có tính kích lệ và tạo môi trường cho đổi mới-sáng tạo, cho cá nhân thể hiện

và đóng góp mới đảm bảo xây dựng được một cơ quan tham mưu liên tục đổi mới mạnh mẽ, sáng suốt và có động lực.

Với niềm tin ở một tập thể cầu thị, đoàn kết, một tập thể mà cá nhân tôi đã gắn bó 18 năm, niềm tin ở Đảng bộ Trung tâm điều hành, tiền thân là Đảng bộ cơ quan Tập đoàn (trong 17 năm hoạt động có trên 8 năm tôi vinh dự được trực tiếp là Bí thư Đảng uỷ), Đảng bộ Trung tâm điều hành khoá I, nhiệm kỳ 2025-2030 sẽ hoàn thành xuất sắc mọi nhiệm vụ được giao, thực sự là chỗ dựa tin cậy của doanh nghiệp ở cơ sở, là cơ quan tham mưu hiệu quả, thông minh của Đảng bộ Tập đoàn. □

Thay mặt BTV Đảng uỷ Tập đoàn Dệt May Việt Nam, xin được trao tặng BCH Đảng bộ Trung tâm điều hành bức trướng với dòng chữ:

**HOẠCH
ĐỊNH
CHIẾN
LƯỢC**

**NHÂN
LỰC
TINH
HOA**

**TINH
GỌN
HIỆU
QUẢ**

**SÁNG
TẠO
TIỀN
PHONG**

NÂNG CAO NĂNG LỰC NỘI SINH LINH HOẠT ỨNG PHÓ

TRƯỚC THỊ TRƯỜNG NHIỀU BIẾN ĐỘNG

Bài: **NHÓM PV**

Mùa Đại hội đồng cổ đông 2025 diễn ra trong bối cảnh ngành Dệt May Việt Nam tiếp tục đối mặt với những thử thách leo thang từ xung đột địa chính trị đến biến động thuế quan. Kết quả SXKD năm 2024 cho thấy, dù nhiều doanh nghiệp đã ghi nhận những tín hiệu phục hồi tích cực, nhưng không ít đơn vị vẫn đang loay hoay tìm lại đà tăng trưởng. Trước vòng xoáy bất định của chuỗi cung ứng toàn cầu và sức ép cạnh tranh ngày càng lớn, việc nâng cao năng lực nội sinh, linh hoạt ứng phó là chìa khóa giúp các doanh nghiệp giữ vững vị thế, cùng Vinatex bứt phá trong nhiệm kỳ mới 2025–2030.



Năm 2024, với tình hình xung đột địa chính trị, áp lực cạnh tranh về giá ngày càng gay gắt, tập thể HĐQT, HĐQT Công ty CP Dệt May Huế (Dệt May Huế) đã thường xuyên phối hợp đưa ra các chỉ đạo, điều hành kịp thời, linh hoạt giúp ổn định hoạt động SXKD và có hiệu quả tăng trưởng. Tổng doanh thu thực hiện năm 2024 là 2.010 tỷ đồng, đạt 104,7% so với kế hoạch năm và tăng 6,7% so với năm 2023; lợi nhuận trước thuế 137,3 tỷ đồng, tăng 25% so với kế hoạch năm và 13,3% so với năm 2023; thu nhập bình quân của lao động đạt 9,7 triệu đồng/người/tháng, tăng 9,1% so với năm 2023.

Trên cơ sở dự báo tình hình xung đột địa-chính trị, biến động thuế quan, Dệt May Huế xây dựng kế hoạch SXKD năm 2025 với các chỉ tiêu doanh thu 2.070 tỷ đồng (tăng trưởng 3%), kim ngạch XK 112,9 triệu USD (tăng trưởng 4%), lợi nhuận trước thuế 140 tỷ đồng (tăng trưởng 2%), tỷ lệ cổ tức dự kiến 20-40% vốn điều lệ, thu nhập bình quân/lao động 10 triệu đồng/tháng (tăng trưởng 3%). Để thực hiện mục tiêu, Dệt May Huế sẽ triển khai đồng bộ các nhóm giải pháp, nhiệm vụ trọng tâm cho các ngành sợi, dệt nhuộm – may và nội chính-tài chính dựa trên 4 trụ cột: ổn định mô hình tổ chức, hoàn thiện hệ thống quản trị, phát triển sản phẩm mới và đảm bảo nguồn vốn.

Phát biểu tại Đại hội, T.S Lê Tiến Trường – Chủ tịch HĐQT Vinatex nhấn mạnh năm 2024, Dệt May Huế đã đổi mới quyết liệt với tính cầu thị cao. Công ty phát triển đồng đều trên 4 trụ cột: ngành sợi-dệt nhuộm-may, tài chính, nhân sự và hoạt động phong trào của Tập đoàn. Bên cạnh đó, hoạt động bàn giao thể hệ điều hành của Công ty trong năm 2024 đã hoàn thành trên tinh thần đoàn kết, sự thống nhất cao của tập thể HĐQT, HĐQT.

Gợi mở về năm 2025, Chủ tịch Vinatex thống nhất cao với kế hoạch và phương hướng hoạt động của HĐQT và HĐQT Công ty trình ĐHCĐ. Trong bối cảnh hiện nay, sự bất định trong môi trường kinh doanh đã trở thành yếu tố thường lệ, vì vậy việc lấy linh hoạt ứng phó làm giải pháp chủ yếu là phù hợp. Năng suất lao động vẫn là chìa khóa của sự cạnh tranh nhưng Dệt May Huế cần tập trung vào năng suất công nghệ, quản lý và đổi mới sáng tạo. Ban lãnh đạo Dệt May Huế quan tâm đổi mới đồng bộ cả tổ chức và con người, trong đó cần nghiêm túc đánh giá sự hiệu quả của mô hình tổ chức hiện tại làm cơ sở cho các giải pháp trong giai đoạn mới. Đồng thời, cần duy trì và phát huy khả năng tự học, cập nhật xu thế mới để không bị tụt hậu trong bối cảnh mới. Chủ tịch cũng đề nghị HĐQT và HĐQT Dệt May Huế quan tâm phát triển động lực mới từ ngành dệt – nhuộm hoàn tất. Đây sẽ là giải pháp hữu ích trong bối cảnh siết chặt các quy định về nguồn gốc xuất xứ.

Báo cáo tại ĐHCĐ nhiệm kỳ 2025–2030, Tổng Công ty May Hưng Yên – CTCP (May Hưng Yên) nêu rõ, năm 2024, May Hưng Yên đã đạt doanh thu 678,3 tỷ đồng, đạt 123% so với kế hoạch năm, bằng 98% so với năm 2023; Lợi nhuận trước thuế 73,2 tỷ đồng, đạt 133% so với kế hoạch năm, bằng 87% so với năm 2023; Thu nhập bình quân của hơn 1.800 lao động đạt 12 triệu đồng/người/tháng, tăng 8,1% so với năm 2023. Trong năm, Tổng Công ty đã quan tâm đến công tác đầu tư thiết bị mới; hoàn thiện nhà kho 5 tầng đưa vào sản xuất, cải tạo hệ thống nhà xưởng khang trang, sạch đẹp, nâng cao cơ sở vật chất và môi trường làm việc cho người lao động...

Năm 2025, trước những biến động của thị trường toàn cầu, May Hưng Yên đặt kế hoạch tổng doanh 616 tỷ đồng; Lợi nhuận trước thuế đạt 50 tỷ đồng; Thu nhập bình quân của NLD đạt 12,5 triệu đồng/người/tháng. Để đạt được kế hoạch đề ra, trước mắt, Tổng Công ty huy động người lao động tập trung sản xuất để hoàn thành những đơn hàng đã ký với khách hàng xuất vào Mỹ; theo dõi sát động thái tranh chấp

thương mại giữa Trung Quốc - Hoa Kỳ và kết quả đàm phán thuế quan giữa Việt Nam - Mỹ để đàm phán với khách hàng giúp giữ thị phần, ổn định việc làm cho người lao động. Tiếp tục duy trì và phát triển mở rộng các thị trường và các bạn hàng cũ như Nhật, châu Âu, Hàn Quốc... Phát triển thị trường mới như Nga, Trung Đông, Nam Á... Chủ động tìm kiếm khách hàng dùng nguồn nguyên liệu tại Việt Nam. Cùng với đó, May Hưng Yên đẩy mạnh đào tạo và nâng cao kỹ năng, trình độ của đội ngũ cán bộ nhân viên, đào tạo nguồn nhân lực cấp trung, cấp cao về trình độ chuyên môn, quản lý, ngoại ngữ. Tăng cường đầu tư đổi mới thiết bị, công nghệ. Ứng dụng công nghệ số, trí tuệ nhân tạo vào quản trị sản xuất. Ứng dụng hiệu quả các sáng kiến thông qua nhóm kỹ sư công nghệ với kho dữ liệu có sẵn, chỉ định áp dụng các sáng kiến đã có từ khi nghiên cứu, may mẫu và ứng dụng vào quá trình sản xuất...

8 giải pháp chính nhiệm kỳ 2025–2030 của TCT bao gồm: (1) Linh hoạt điều chỉnh chiến lược SXKD phù hợp với diễn biến của thị trường; (2) Khai thác, mở rộng thị trường xuất khẩu mới và thị trường nội địa;

từng bước chuyển đổi sản xuất từ CM sang FOB để nâng cao hiệu quả SXKD; (3) Chuẩn bị góp vốn, đầu tư thành lập doanh nghiệp xây dựng nhà ở công nhân; (4) Tăng cường liên kết các doanh nghiệp trong hệ thống để phát huy sức mạnh và khả năng cạnh tranh; (5) Đào tạo, bồi dưỡng nguồn nhân lực; (6) Ứng dụng công nghệ số vào quản trị sản xuất, áp dụng công nghệ và thiết bị tiên tiến, tự động; (7) Xây dựng, mở rộng mặt bằng sản xuất, cải tạo nhà xưởng theo hướng xanh; (8) Nâng cao đời sống và thu nhập cho người lao động (tăng 5%/ năm).

Đại hội đã biểu quyết bầu HĐQT gồm 5 thành viên, bầu Ban Kiểm soát gồm 3 thành viên. Phiên họp thứ Nhất của HĐQT đã bầu T.S Lê Tiến Trường làm Chủ tịch HĐQT; bà Trương Thị Phương là Trưởng ban Kiểm soát.

Phát biểu tại Đại hội, Chủ tịch Lê Tiến Trường trao đổi những định hướng lớn dự kiến triển khai trong nhiệm kỳ tới của HĐQT May Hưng Yên, với quan điểm xuyên suốt là gìn giữ, duy trì thế mạnh từ văn hóa đến nền tảng SXKD, ổn định và cải thiện dần tốc độ tăng trưởng; đổi mới có chọn lọc, xây dựng bước đi phù hợp từ tổ chức, phương thức quản lý đến kỹ

thuật, thiết bị; đa dạng khách hàng, thị trường; đào tạo phát triển con người cả về quản trị và điều hành để đảm nhận được công việc trong điều kiện mới, tạo nên đội ngũ cán bộ kế thừa trong nhiều giai đoạn cho 20 năm tới của May Hưng Yên...

Dự báo nhiệm kỳ mới sẽ diễn ra trong bối cảnh bất định liên tục, toàn hệ thống May Hưng Yên cần nâng cao năng lực để quản trị sự bất định. Trong đó, linh hoạt, năng lực nội sinh đủ mạnh là yếu tố quyết định cho phát triển bền vững. Linh hoạt gồm 4 yếu tố chính: Nhân sự đủ linh hoạt, trình độ khá để đa nhiệm; hình thức kinh doanh, thị trường, khách hàng đa dạng hơn; máy móc, trang thiết bị có trình độ tự động cao, linh hoạt được theo sản phẩm và quy mô đơn hàng; tiết giảm tỷ lệ lao động gián tiếp. May Hưng Yên sẽ tiếp tục đi từ năng suất lao động vượt trội, song song với khảo sát, tìm hướng nâng cao năng suất lao động thiết bị, năng suất đổi mới sáng tạo, phát triển sản phẩm mới cho giai đoạn tới nhằm nâng cao năng suất lao động tổng thể, phát huy vai trò trung tâm văn hóa của cả hệ thống, đồng hành cùng sự phát triển của 13 doanh nghiệp thành viên trong hệ thống.

Tại ĐHĐCĐ năm 2025, **Tổng Công ty Đức Giang - CTCP** (May Đức Giang) đã báo cáo kết quả thực hiện Nghị quyết Đại hội đồng cổ đông năm 2024, phương hướng, giải pháp thực hiện nhiệm vụ năm 2025. Theo đó, năm 2024 vẫn là một năm khó khăn, các thị trường chính của TCT phục hồi chậm, tồn kho cao, giá cạnh tranh, thời gian thanh toán chậm, kéo dài... Trước tình hình đó HĐQT, BĐH đã thường xuyên phối hợp đưa ra các chỉ đạo, điều hành kịp thời, linh hoạt giúp ổn định hoạt động SXKD. Tổng doanh thu thực hiện năm 2024 là 2.396 tỷ đồng, đạt 99% so với kế hoạch, lợi nhuận trước thuế 24 tỷ đồng, tăng 26% so với kế hoạch.

Nhận định tình hình năm 2025, HĐQT May Đức Giang dự báo còn nhiều khó khăn, bất ổn do Mỹ áp thuế đối ứng lên nhiều nước trên thế giới, trong đó có Việt Nam. Chiến tranh thương mại khiến chuỗi cung ứng sẽ một lần nữa đứt gãy và phân hóa gây khó khăn cho hoạt động xúc tiến thương mại. Vấn đề lao động may vốn đã khó khăn phức tạp nay lại càng nhức nhối khó giải quyết hơn. Trên cơ sở đó, May Đức Giang xây dựng kế hoạch SXKD năm 2025 với các chỉ tiêu doanh thu sản xuất 2.700 tỷ đồng, kim ngạch XK 85 triệu USD, lợi nhuận trước thuế 25 tỷ đồng, tỷ lệ cổ tức dự kiến 15%. Để thực hiện mục tiêu đặt ra, May Đức Giang sẽ triển khai nhiều nhóm giải pháp thích ứng với tình hình thị trường mới trong bối cảnh thuế

quan bất định, đẩy mạnh hoạt động Marketing và ứng dụng AI trong mọi hoạt động, cải thiện liên tục chất lượng sản phẩm, kiểm soát chi phí và rủi ro, quy hoạch và đào tạo nhân sự trẻ có chuyên môn cao.

Phát biểu tại Đại hội, Chủ tịch HĐQT Vinatex Lê Tiến Trường đánh giá cao nỗ lực của HĐQT, HĐQT và tập thể CBNV-NLĐ Tổng Công ty nhiệm kỳ 2020 – 2025. Nhiệm kỳ vừa qua chứng kiến những khó khăn chưa từng có do đại dịch Covid-19 và các yếu tố xung đột địa-chính trị, suy thoái kinh tế và chiến tranh thương mại, nhưng cũng là cơ hội để Đức Giang khẳng định bản lĩnh và thực hiện những cải tổ đáng kể.

“Bước sang nhiệm kỳ mới, Vinatex định hướng Đức Giang tập trung nâng cao năng suất lao động thông qua đầu tư vào công nghệ hiện đại, tự động hóa các quy trình sản xuất và nâng cao trình độ đội ngũ quản lý. Vinatex cũng đặc biệt chú trọng đến việc phát triển nguồn nhân lực trẻ, năng động, có khả năng thích ứng với những thay đổi nhanh chóng của thị trường. Mục tiêu là vừa tinh gọn lực lượng lao động, vừa đảm bảo tăng trưởng doanh thu ổn định, hướng tới việc nâng cao thu nhập bình quân của người lao động. Trong bối cảnh cạnh tranh ngày càng gay gắt, năng suất lao động sẽ là yếu tố then chốt để Đức Giang tồn tại và phát triển bền vững” – Chủ tịch Vinatex nhấn mạnh.

Báo cáo tại ĐHĐCĐ thường niên năm 2025, **Tổng Công ty Cổ phần Dệt May Hòa Thọ** (Hòa Thọ) cho biết, năm 2024, Hoà Thọ đã đạt tổng doanh thu 5.241 tỷ đồng, tăng 9% so với năm 2023 và đạt 116% kế hoạch năm 2024; lợi nhuận hợp nhất trước thuế đạt 353 tỷ đồng, tăng 67% so với năm 2023 và đạt 160% kế hoạch năm 2024; kim ngạch xuất khẩu đạt 255 triệu USD, đạt 103% kế hoạch năm 2024.

Trên cơ sở kết quả đạt được của năm 2024, dự báo tình hình thị trường và định hướng của Công ty mẹ – Tập đoàn Dệt May Việt Nam, Hoà Thọ xây dựng kế hoạch SXKD năm 2025 với các chỉ tiêu chính sau: doanh thu 5.050 tỷ đồng, lợi nhuận riêng 350 tỷ đồng, lợi nhuận hợp nhất 360 tỷ đồng, kim ngạch xuất khẩu 255 triệu USD, thu nhập bình quân tăng 5-7% so với năm 2024, cổ tức từ 25 – 50% vốn điều lệ.

Để hoàn thành kế hoạch SXKD 2025, Hoà Thọ đặt ra 9 nhóm giải pháp, nhiệm vụ chính bao gồm: (1) theo dõi chặt chẽ diễn biến thị trường trước sự thay đổi chính sách thuế quan, thương mại của Mỹ và các nước; (2) tìm kiếm, mở rộng và đa dạng hoá nguồn cung nguyên liệu; (3) hoàn thiện trung tâm R&D chủ động trong công tác thiết kế, phát triển mẫu, sourcing...; (4) đẩy mạnh thực hiện các chương trình số hoá, chuyển đổi số toàn diện; (5) tuyển dụng, đào tạo và nâng cao chế độ chính sách; (6) tiếp tục thực hiện các dự án đầu tư, đặc biệt tập trung vào các hoạt động đầu tư xanh, bền vững như

năng lượng mặt trời, tái chế nước thải...; (7) chú trọng công tác kiểm toán nội bộ, quản trị rủi ro; (8) rà soát cập nhật, sửa đổi bổ sung các quy chế, quy định nội bộ của Tổng Công ty; (9) đẩy mạnh hoạt động phong trào thi đua, thực hiện tốt công tác an ninh trật tự, an toàn vệ sinh lao động, thực hiện các chương trình truyền thông để truyền tải, lan toả văn hoá doanh nghiệp.

Phát biểu tại Đại hội, T.S Lê Tiến Trường – Chủ tịch HĐQT Tập đoàn Dệt May Việt Nam đánh giá cao kết quả SXKD năm 2024 của Tổng Công ty, đây là thành quả của sự cố gắng, miệt mài sáng tạo của tập thể HĐQT, HĐQT và CBNV-NLĐ Hoà Thọ. Tổng Công ty hiện đã vươn lên số 1 trong hệ thống Vinatex về mặt đóng góp cổ tức về Tập đoàn và đứng thứ 2 về tỷ lệ chia cổ tức trong toàn bộ các doanh nghiệp dệt may niêm yết. Trong thời gian tới, Hoà Thọ cần tập trung vào 3 nội dung/linh vực chính: (1) Hình thành cơ sở sản xuất thông minh hàng đầu của Việt Nam và trong khu vực; (2) Trong định hướng sản xuất, chưa đặt ra mục tiêu làm dệt-nhuộm-vải tại Hoà Thọ và phát triển sản phẩm hướng tới các mặt hàng yêu cầu chất lượng, kỹ thuật khó hơn đồng thời gia tăng thêm giá trị đóng góp trong chuỗi giá trị; (3) Trong giai đoạn sắp tới với nhiều bất định, năng lực điều hành linh hoạt của cả tập thể lãnh đạo và hệ thống sản xuất, hệ thống thị trường là quan trọng, đặt ra yêu cầu đào tạo, bồi dưỡng, thu hút nhân tài để có nguồn nhân lực chất lượng tốt đáp ứng được yêu cầu thay đổi nhanh của thị trường.

Năm 2024, trong bối cảnh toàn ngành sợi đối mặt với nhiều khó khăn, **Công ty Cổ phần Sợi Phú Bài** (Sợi Phú Bài) vẫn duy trì được kết quả SXKD tương đối khả quan. Bên cạnh hoạt động sản xuất và tài chính được kiểm soát tốt, điểm sáng nổi bật của đơn vị tiếp tục đến từ công tác thị trường – một thế mạnh đã được duy trì ổn định qua nhiều năm. Công ty đạt tổng doanh thu hơn 1.327 tỷ đồng, tăng 26,4% so với kế hoạch năm 2024; lợi nhuận trước thuế đạt 15,5 tỷ đồng, tăng 55% so với kế hoạch năm 2024. Đây cũng là nội dung được Lãnh đạo Sợi Phú Bài báo cáo tại Đại hội đồng Cổ đông thường niên bên cạnh các mục tiêu, nhiệm vụ năm 2025.

Tổng Giám đốc Vinatex Cao Hữu Hiếu ghi nhận và đánh giá cao những nỗ lực toàn diện của Sợi Phú Bài

trong năm 2024. Về quản trị sản xuất và chất lượng, Phú Bài tiếp tục giữ vững chất lượng sản phẩm và uy tín trong giai đoạn thị trường nhiều biến động. Đặc biệt, Phú Bài đã chủ động thay đổi cơ cấu mặt hàng, chuyển 60 – 70% sản lượng sang các dòng sản phẩm tái chế, có truy xuất nguồn gốc xuất xứ rõ ràng. Điều này cho thấy sự quyết liệt và linh hoạt trong điều hành, khả năng phản ứng nhanh với thị trường của doanh nghiệp. Năm 2024, việc tổ chức đào tạo cán bộ kỹ thuật không chỉ giúp nâng cao năng lực chuyên môn mà còn tạo ra không khí học tập tích cực, cần được tiếp tục mở rộng và đi vào chiều sâu, nhất là trong bối cảnh chuẩn bị vận hành nhà máy mới. Đây là nền tảng để cán bộ nhân viên – người lao động tự tin, chủ động hơn, từ đó tối ưu hóa sản xuất và tiết kiệm chi phí hiệu quả.

Hướng đến mục tiêu năm 2025, bên cạnh việc giữ vững hai thị trường xuất khẩu chủ lực, Phú Bài cần chủ động tìm kiếm và mở rộng thị trường mới, bao gồm cả việc xem xét thị trường Trung Quốc. Bên cạnh đó, cần triển khai đồng bộ các giải pháp như đa dạng hóa sản phẩm, ưu tiên các dòng hàng có giá trị gia tăng cao; kiên định theo định hướng phát triển sản phẩm tái chế, có khả năng truy xuất nguồn gốc rõ ràng, đặc biệt với nguyên liệu xơ; xây dựng mục tiêu rõ ràng theo từng quý, phản ứng linh hoạt trước các thay đổi từ chính sách thuế quan.

Trong công tác quản trị, Tổng Giám đốc Vinatex nhấn mạnh yêu cầu duy trì chất lượng là ưu tiên hàng đầu, song song với tăng năng suất để mở rộng

biên lợi nhuận. Việc xây dựng các công cụ kỹ thuật cần được thực hiện hợp lý để tiết giảm chi phí, kiểm soát chặt các khoản mục đang có xu hướng tăng cao, phân giao định mức đến từng nhà máy theo tiêu chí cụ thể trên mỗi kg sợi sản xuất. Cần kiểm soát tốt hơn giá bông đầu vào, đẩy mạnh chuyển đổi số và đầu tư hơn nữa cho công tác đào tạo nhân sự không chỉ ở cấp nhà máy mà cả đội ngũ cán bộ quản lý cấp cao.

Lãnh đạo Tập đoàn kỳ vọng lựa chọn Sợi Phú Bài làm trung tâm nghiên cứu phát triển sản phẩm mới cho Ban Sợi – nơi khởi nguồn các sản phẩm khác biệt, có giá trị gia tăng cao để dẫn dắt không chỉ hệ thống Vinatex mà cả ngành Sợi Việt Nam.

Tại ĐHĐCĐ thường niên năm 2025, **Tổng Công ty Cổ phần Dệt May Nam Định** (Dệt May Nam Định) đã báo cáo kết quả hoạt động SXKD năm 2024, trong đó doanh thu công ty mẹ đạt 92,34% và doanh thu hợp nhất đạt 94,74% so với năm 2023. Đây là một năm tiếp tục gặp nhiều khó khăn, tuy nhiên Tổng Công ty đã nỗ lực duy trì hoạt động ổn định và từng bước cải thiện hiệu quả vận hành.

Với quyết tâm đổi mới, Tổng Công ty xác định rõ chiến lược nhằm củng cố nội lực, nâng cao hiệu quả hoạt động, tạo đà phục hồi vững chắc trong giai đoạn tới, bao gồm: Hoàn thành các chỉ tiêu kế hoạch SXKD năm 2025 và các năm tiếp theo; Đẩy mạnh khai thác thị trường, đặc biệt là thị trường xuất khẩu và đa dạng khách hàng; nâng cao sản lượng tiêu thụ chuỗi cung ứng nội bộ; đẩy mạnh sản xuất và xuất khẩu sản phẩm chống cháy; Thực hiện quản trị sản xuất tiên tiến, tái cấu trúc, tiếp tục hoàn thiện bộ máy quản lý gọn nhẹ; nghiên cứu áp dụng mô hình quản lý tiên tiến để tăng năng suất, chất lượng và hiệu quả; Đầu tư phát triển, củng cố năng lực sản xuất, mở rộng nâng cao năng lực sản xuất lĩnh vực dệt, dệt khân; khai thác tối đa lợi thế khối dịch vụ, phụ trợ; Quy hoạch nguồn nhân lực cho dự án đầu tư, xây dựng cơ chế phù hợp để tuyển dụng đội ngũ quản lý trẻ, trình độ cao, trẻ hóa lực lượng lao động trực tiếp và tập trung công tác đào tạo; Cải thiện điều kiện làm việc, nâng cao đời sống vật chất tinh thần, các chế độ phúc lợi cho người lao động...

Phát biểu tại Đại hội, Tổng Giám đốc Vinatex Cao Hữu Hiếu ghi nhận những nỗ lực vượt khó của Hội đồng quản trị, Ban điều hành và toàn thể cán bộ, người lao động Tổng Công ty trong bối cảnh thị trường có nhiều biến động. Ông bày tỏ sự thấu hiểu trước tâm lý lo lắng, kỳ vọng từ các cổ đông và nhấn mạnh Tập đoàn Dệt May Việt Nam sẽ luôn đồng hành, hỗ trợ cùng Dệt May Nam Định trên chặng đường củng cố nội lực và vươn lên mạnh mẽ trong giai đoạn mới.

Năm 2024, một trong những bước đi chiến lược đã được lãnh đạo Tập đoàn thực hiện là lựa chọn Dệt May Nam Định làm nơi triển khai Dự án Vải chống cháy, mở ra hướng phát triển mới cho đơn vị. Trong năm tới, Tổng Công ty cần tập trung vào các ngành mũi nhọn như sợi và dệt nhuộm – lĩnh vực có lợi thế đặc biệt nhờ hệ thống xử lý nước thải sẵn có cùng quỹ đất 13ha trong khu công nghiệp chưa khai thác...

Ông Cao Hữu Hiếu cho biết, trong giai đoạn 2025–2030, Vinatex sẽ tiếp tục đầu tư tại TCT CP Dệt May Nam Định trên nền tảng nhân lực và hạ tầng hiện có. Dự kiến trong năm 2026, TCT sẽ triển khai thêm 1 nhà máy mới. Ngoài ra, Tập đoàn cũng đang nghiên cứu đưa ngành hàng vải gia dụng – một lĩnh vực tiềm năng nhưng còn mới với Dệt May Nam Định vào kế hoạch phát triển, nhằm khai thác hiệu quả các nguồn lực sẵn có. Năm 2025, trước tình hình thuế quan còn nhiều biến động, Ban Lãnh đạo Vinatex kêu gọi sự chia sẻ, linh hoạt đồng hành từ các cổ đông nhằm giữ ổn định hoạt động sản xuất kinh doanh.

Năm 2024, **Tổng Công ty CP Dệt May Hà Nội** (Hanosimex) đạt doanh thu hợp nhất đạt 1.173 tỷ đồng; Thu nhập bình quân của người lao động đạt 9,12 triệu đồng/người/tháng, bằng 115% cùng kỳ năm 2023 và 108% kế hoạch năm. Năm 2025, với tình hình thị trường còn nhiều biến động, Hanosimex đặt mục tiêu doanh thu hợp nhất là 1.192 tỷ đồng; Lợi nhuận hợp nhất 9 tỷ đồng; Thu nhập bình quân của người lao động 10,8 triệu đồng/người/tháng.

Tại ĐHĐCĐ thường niên năm 2025, Tổng Công ty đã đặt ra các giải pháp đồng bộ để tháo gỡ khó khăn cho ngành Sợi thông qua việc phát triển khách hàng mới cho mặt hàng sợi cotton truyền thống, mở rộng tệp khách hàng nội địa, phát triển khách hàng FDI, các đơn hàng may FOB. Cùng với đó, tập trung vào các mặt hàng sợi có thể mạnh và được khách hàng lựa chọn như CM, TCM, CVCN...

Với ngành May, Hanosimex đẩy mạnh việc phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao, cán bộ thị trường có kinh nghiệm, tinh gọn bộ máy quản trị, sản xuất... để tăng khả năng khai thác thị trường. Cùng với đó, chăm sóc và duy trì các khách hàng đang có, khách

hàng truyền thống; Tiếp tục mở rộng tệp khách hàng sang các thị trường Nhật Bản, khách hàng FOB, tránh phụ thuộc vào một thị trường xuất khẩu chính; Công tác quản trị sản xuất được đẩy mạnh để cân đối dòng hàng, nguồn hàng cho sản xuất, phù hợp với năng lực sản xuất của các nhà máy đang có.

Với ngành Dệt khân, ngoài khách hàng truyền thống là thị trường Nhật Bản, Hanosimex sẽ đẩy mạnh cho thị trường nội địa, mục tiêu năm 2025 thị trường nội địa có tăng trưởng 5%. Cùng với đó, xây dựng khung giá chào hàng linh hoạt để tăng lượng đặt hàng, tiết giảm chi phí sản xuất, gia tăng lợi nhuận.

Ngoài công tác về thị trường và điều hành sản xuất, mục tiêu năm 2025 của Hanosimex là duy trì ổn định lực lượng lao động, tuyển đủ lao động cho ngành Sợi, duy trì ổn định lao động với mục tiêu đảm bảo 20 chuyển may/nhà máy; Tuyển dụng bổ sung, đào tạo đội ngũ cán bộ quản lý mới; Tiếp tục xây dựng và hoàn thiện hệ thống quản trị lao động tiền lương đáp ứng các tiêu chuẩn của pháp luật và hệ thống đánh giá của khách hàng; Bố trí lao động tập trung, hình thành trung tâm sản xuất và phục vụ sản xuất ngành Sợi tại Đồng Văn, Hà Nam và ngành May tại Nghệ An.

Báo cáo tại ĐHĐCĐ năm 2025, **Tổng Công ty Cổ phần May Việt Tiến** (Việt Tiến) cho biết năm 2024, Tổng Công ty CP May Việt Tiến đã hoàn thành vượt các chỉ tiêu về hoạt động SXKD theo nghị quyết của Đại hội đồng cổ đông và HĐQT đã đề ra. Cụ thể: Doanh thu đạt trên 9.749 tỷ đồng, vượt 16,6% so với kế hoạch năm, tăng 13% so với cùng kỳ. Lợi nhuận trước thuế đạt 303,7 tỷ đồng, vượt 51,8% so với kế hoạch năm, tăng 44% so với cùng kỳ. Thu nhập bình quân người lao động đạt 12,5 triệu đồng/người/tháng, đảm bảo việc làm, đời sống người lao động. Tỷ lệ chia cổ tức 30%.

Năm 2025, dự báo tình hình kinh tế trong nước và thế giới còn nhiều khó khăn, chiến tranh, lạm phát diễn biến phức tạp, dẫn đến chi phí ngày càng tăng khiến cho các doanh nghiệp gặp rất nhiều khó khăn, nhưng với sự linh hoạt, quyết tâm cao của HĐQT, HĐQT cùng toàn thể CBCNV Việt Tiến kiên định với mục tiêu kế hoạch: Tổng doanh thu 9.800 tỷ đồng;

Lợi nhuận trước thuế 330 tỷ đồng; Thu nhập bình quân người lao động 13 triệu đồng/người/tháng.

Dự kiến trong năm 2025, Việt Tiến đầu tư khoảng 40 tỷ đồng vào công nghệ tự động, máy móc thiết bị chuyên dùng, công tác chuyển đổi và quản lý kỹ thuật số, sửa chữa nâng cấp môi trường làm việc, đầu tư xây dựng văn phòng, kho tàng tại 458 Minh Khai, Hà Nội... Tiếp tục tái cấu trúc, sắp xếp lại nhân sự cũng như mô hình quản lý, tìm kiếm giải pháp mới đẩy nhanh năng suất lao động, chú trọng đào tạo nguồn nhân lực, tổ chức sản xuất, cải tiến tiền lương, đầu tư chiều sâu, thay đổi công nghệ sản xuất mới, đặc biệt áp dụng công nghệ RFID vào quản lý bán hàng và quản lý hàng tồn kho. Phát triển sản phẩm mới mang thương hiệu T-Up. Đẩy mạnh phát triển các sản phẩm thương mại điện tử và các nền tảng mạng xã hội... Áp dụng triệt để, toàn diện công nghệ Lean vào sản xuất, nâng cao năng suất lao động, đẩy mạnh phong

trào thi đua sản xuất, lập thành tích chào mừng 50 năm thành lập Tổng Công ty vào năm 2026.

Ông Vũ Đức Giang – Chủ tịch Hiệp hội Dệt May Việt Nam (Vitas), Chủ tịch HĐQT Việt Tiến đánh giá cao tinh thần trách nhiệm, sự quan tâm, chia sẻ của cổ đông về những giải pháp và chiến lược của Việt Tiến trong năm qua. Ông Vũ Đức Giang nhận định, năm 2025 ngành Dệt May Việt Nam nói chung và Tổng Công ty CP May Việt Tiến nói riêng tiếp tục gặp nhiều khó khăn, thách thức. Đó là áp lực ngày càng tăng từ phía khách hàng về các tiêu chuẩn đánh giá khắt khe, yêu cầu đẩy mạnh tự động hóa, số hóa và áp dụng kinh tế tuần hoàn trong sản xuất. Thêm vào đó, tình hình kinh tế, chính trị thế giới được dự báo tiếp tục diễn biến khó lường, cùng với áp lực từ các đơn hàng nhỏ, yêu cầu tiến độ

giao hàng nhanh và sự cạnh tranh gay gắt về lao động trong nước. Đặc biệt là việc áp thuế quan từ Mỹ. Trước tình hình đó, Việt Tiến đưa ra những giải pháp kịp thời, đẩy mạnh tái cơ cấu, sắp xếp lại mô hình tổ chức của Tổng Công ty, mục tiêu là đưa các hoạt động của Tổng Công ty năng động, sáng tạo, hiệu quả, có thương hiệu mạnh, hướng tới sản xuất các đơn hàng ODM và OBM, từng bước xuất khẩu sản phẩm mang thương hiệu của Việt Tiến ra thị trường các nước trong khu vực và thế giới. Tiếp tục hợp tác tốt với khách hàng, nhạy bén chớp thời cơ, linh hoạt trong điều hành, đồng thời kêu gọi toàn thể CBNV Tổng Công ty và các cổ đông cùng chung tay chia sẻ, đồng hành, biến khó khăn, thách thức thành sức mạnh đoàn kết, sáng tạo để đưa Tổng Công ty CP May Việt Tiến tiếp tục vượt qua khó khăn và phát triển bền vững.

Năm 2024, Công ty CP Vinatex Phú Hưng đạt tổng doanh thu bằng 107,87% so với kế hoạch, tăng 11,99% so với năm 2023; Kim ngạch xuất khẩu đạt 100,84% so với kế hoạch, tăng 8,93% so với năm 2023; Lợi nhuận trước thuế là 9,867 triệu đồng. Với đơn giá nguyên liệu thấp hơn so với năm 2023, đồng thời tận dụng tình hình thị trường sợi bước đầu ổn định trở lại sau thời kỳ suy thoái của ngành dệt may và khai thác được các đơn hàng giá tốt, kết quả lợi nhuận của Công ty vượt kế hoạch đề ra trong năm 2024, đạt 493,35% so với kế hoạch.

Vinatex Phú Hưng đã đề ra chỉ tiêu SXKD năm 2025, cụ thể, kế hoạch tổng doanh thu đạt hơn 806 tỷ đồng; KNXK đạt mục tiêu 29 triệu USD; lợi nhuận 10,5 tỷ đồng. Để đạt được mục tiêu, Công ty xây dựng một số giải pháp trọng tâm sau: Tiếp tục đẩy mạnh công tác nghiên cứu thị trường, củng cố và phát triển danh sách khách hàng tại các thị trường truyền thống như Trung Quốc, Philipines, Hàn Quốc. Đồng thời,

tìm kiếm các thị trường tiềm năng bằng cách tiếp cận các khách hàng trong chuỗi cung ứng của các nhãn hàng, tìm hiểu nhu cầu sợi pha của các quốc gia nhập khẩu sợi lớn như Pakistan, Bangladesh... Bên cạnh đó, xây dựng và đào tạo đội ngũ bán hàng đủ điều kiện tiếp cận, khai thác khách hàng trong bối cảnh thị trường đầy biến động. Tiếp tục cập nhật và hoàn thiện các chứng chỉ về truy xuất nguồn gốc, phát triển bền vững, sản xuất xanh; tập trung khai thác các đơn hàng có giá trị gia tăng cao để đảm bảo lợi nhuận mục tiêu trong bối cảnh cạnh tranh gay gắt ở phân khúc hàng phổ thông. Đẩy mạnh công tác quản trị chi phí, chất lượng, duy trì thực hiện tiết kiệm điện, vật tư, phụ tùng... Tăng cường hiệu quả sử dụng lao động thông qua cải tạo hệ thống quản trị sản xuất để giảm thiểu sức lao động, tuyển dụng và đào tạo nguồn lao động chất lượng cao đáp ứng yêu cầu công việc và mong muốn được Tập đoàn hỗ trợ trong công tác đào tạo cán bộ nguồn.

Báo cáo tại Đại hội đồng cổ đông, Tổng Công ty Việt Thắng – CTCP (Việt Thắng) cho biết, năm 2024 là một năm đầy thách thức với nền kinh tế thế giới và của cả Việt Nam. Trước những biến động phức tạp của thị trường, Tổng Công ty Việt Thắng đã tập trung nguồn lực, đưa ra các phương án linh hoạt trong điều hành để duy trì đơn hàng, ổn định trong sản xuất kinh doanh, đa dạng hóa mặt hàng, duy trì khách hàng hiện có và tìm kiếm thêm nhiều khách hàng mới, đẩy mạnh bán hàng xuất khẩu, giảm mạnh nhập siêu và rủi ro về tỷ giá. Bên cạnh đó Công ty đã thực hiện chính sách. Kết quả, năm 2024, Tổng Công

ty vẫn duy trì được sản lượng trên 68 triệu m² vải và gần 12,000 tấn sợi các loại, duy trì ổn định gần 900 lao động với thu nhập bình quân ~11 triệu đồng/ người/ tháng, doanh thu đạt 1.110 tỷ đồng, lợi nhuận đạt trên 31 tỷ đồng...

Năm 2025, Việt Thắng phấn đấu doanh thu đạt 1.200 tỷ đồng; Lợi nhuận trước thuế 38 tỷ đồng; Thu nhập bình quân 11,6 triệu đồng/ người/ tháng.

Phát biểu tại Đại hội, TS. Lê Tiến Trường – Chủ tịch HĐQT Vinatex, Chủ tịch HĐQT Việt Thắng nhấn

mạnh, năm 2024 nhờ có sự sâu sát của Ban lãnh đạo, Tổng Công ty đã cải thiện hiệu quả một cách đáng kể so với năm 2023 và là một trong số rất ít các doanh nghiệp chỉ sản xuất dệt, sợi có hiệu quả trên thị trường.

Năm 2025 vẫn sẽ là năm nhiều thách thức tiềm ẩn với các doanh nghiệp trong đó có Tổng Công ty Việt Thắng, xanh hóa sản xuất thông qua tiết kiệm và sử dụng năng lượng tái tạo, tái chế, tái sử dụng nguyên phụ liệu, nước thải, chất thải theo hướng kinh doanh tuần hoàn, xây dựng chuỗi cung ứng bền vững cũng là mục tiêu mà Việt Thắng cần theo đuổi.

Với những cơ hội và thách thức mới trong năm 2025, việc tư duy chiến lược phát triển bền vững sản phẩm dệt – sợi, bám sát thị trường và những dự báo xu thế của thị trường, công nghệ, hành vi tiêu dùng của thế giới, kịp thời điều chỉnh và phản ứng linh hoạt với thị trường là các mục tiêu và giải pháp hướng tới,

cùng với nó là quyết tâm gia nhập chuỗi cung ứng vải cho ngành may mặc xuất khẩu là trọng tâm chiến lược. Năm 2025, Việt Thắng tiếp tục đầu tư đổi mới máy móc trang thiết bị với công nghệ và mức độ tự động hoá cao để tăng năng suất chất lượng, giảm chi phí, giảm lao động dẫn đến giảm giá thành. Bên cạnh việc tập trung vào các sản phẩm truyền thống có thế mạnh của Việt Thắng, việc tăng cường mở rộng thị trường xuất khẩu cũng là mục tiêu cần phát huy. Tập trung tuyển dụng, đào tạo và đặt trọng tâm vào việc ứng dụng CNTT vào chuyển đổi số sẽ là nền tảng cho sự phát triển lâu dài và bền vững của Tổng Công ty. Ngoài chuỗi khép kín nội bộ, Tổng Công ty còn mở rộng tham gia hợp tác cả trong đào tạo nhân lực, trao đổi kỹ thuật, liên kết thành chuỗi phục vụ các khách hàng trọn gói ở trình độ cao với các đơn vị thành viên trong Tập đoàn để cùng nhau vượt qua thời điểm khó khăn này và xây dựng năng lực cạnh tranh tốt hơn trong dài hạn...

Báo cáo tại Đại hội đồng cổ đông thường niên năm 2025, Tổng Công ty CP Phong Phú (Phong Phú) cho biết, năm 2024, mặc dù nền kinh tế bị ảnh hưởng nặng nề bởi các yếu tố khách quan trong nước và thế giới, nhưng Tổng Công ty vẫn giữ ổn định hoạt động sản xuất kinh doanh và đạt được các chỉ tiêu sau: Tổng doanh thu hợp nhất đạt 2.642 tỷ đồng, bằng 102% so với kế hoạch năm; Lợi nhuận trước thuế hợp nhất đạt 384 tỷ đồng, bằng 116% so với kế hoạch năm; Thu nhập bình quân của người lao động đạt 12,7 triệu đồng/người/tháng; Dự kiến chia cổ tức bằng tiền mặt 25%. Với mục tiêu: “Tinh – Gọn – Chất lượng cao”, HĐQT, HĐQT Phong Phú đã hoàn thành nhiệm vụ đại hội đồng cổ đông giao. Đặc biệt, Phong Phú đã phát huy hiệu quả chuỗi sản xuất kinh doanh về sợi chỉ may liên doanh với Coats Phong Phú; Sợi – Dệt khăn hoàn tất, xuất khẩu khăn...

Năm 2025, dự báo tình hình kinh tế, thị trường trong nước và thế giới tiếp tục diễn biến phức tạp, khó lường do chiến tranh, lạm phát, giá nguyên liệu đầu vào của ngành dệt may tăng cao, biến động thương mại, chính sách thuế quan và áp lực chuyển đổi xanh... Phong Phú đưa ra nhiều giải pháp mới trong hoạt động sản xuất kinh doanh, tiếp tục phát huy tinh thần đoàn kết, trách nhiệm, năng động, sáng tạo, hợp tác tốt với khách hàng, nỗ lực vượt qua khó

khăn để đưa Tổng Công ty ngày càng phát triển bền vững. Tổng Công ty phấn đấu đạt các chỉ tiêu sau: Tổng doanh thu hợp nhất 2.600 tỷ đồng, lợi nhuận hợp nhất trước thuế 355 tỷ đồng, đảm bảo việc làm và nâng cao đời sống cho người lao động.

Phát biểu tại Đại hội, Chủ tịch HĐQT Vinatex Lê Tiến Trường biểu dương và đánh giá cao kết quả đã đạt được của Phong Phú trong năm qua. “Năm 2025, trước tình hình thị trường bất định như hiện nay, HĐQT, HĐQT Phong Phú cần xây dựng phương thức cổ tức linh hoạt. Đẩy mạnh tìm kiếm thị trường, khách hàng, sản phẩm mới nhằm tăng năng lực cạnh tranh. Quan tâm đổi mới công tác cán bộ, đẩy mạnh công tác số hóa, minh bạch, đa dạng hóa phương thức làm việc, đổi mới chính sách đãi ngộ để thu hút nguồn nhân lực chất lượng... Đồng thời, liên tục đổi mới hạ tầng quản trị số, xây dựng mối liên kết với các đơn vị trong và ngoài Tập đoàn nhằm phát triển đa dạng các sản phẩm và lĩnh vực mới, khai thác tối đa lợi thế về thuế quan của Việt Nam trong thời gian tới. Vinatex cam kết sẽ đồng hành chặt chẽ với HĐQT của Phong Phú để lựa chọn những giải pháp tối ưu, hướng đến mục tiêu chất lượng, nâng cao năng lực cạnh tranh, nhằm xây dựng Tổng Công ty Phong Phú năng động, sáng tạo, linh hoạt nhưng kiên định với mục tiêu chiến lược đã đề ra” - ông Lê Tiến Trường nhấn mạnh. □

XÓA “KHOẢNG TRẮNG” TIẾP CẬN THÔNG TIN CHO NGƯỜI LAO ĐỘNG DỆT MAY

Bài: QUANG NAM

(Ghi chép từ Hội thảo “Tăng cường năng lực tiếp cận thông tin của người lao động ngành Dệt May Việt Nam: Thực trạng và giải pháp” của Công đoàn Dệt May Việt Nam)

Từ thực tế cho thấy, để DN phát triển ngoài việc lấy trọng tâm là người lao động (NLĐ) thì các yêu cầu về trách nhiệm xã hội (CSR) cũng là một trong những điểm các DN cần lưu tâm trong xu thế chuyển dịch của thị trường và yêu cầu của khách hàng. Để thực hành CSR thì quyền tiếp cận thông tin, công khai thông tin cho NLĐ là “xương sống” để NLĐ hiểu hơn về DN, gắn bó cùng DN.

Vậy thực trạng về việc tiếp cận thông tin cho NLĐ của ngành dệt may hiện nay ra sao và các bài học thực tiễn các DN đang áp dụng thế nào, cùng Dệt May và Thời trang Việt Nam giải đáp trong bài viết này.

Bà PHẠM THỊ THANH TÂM

UV BCH Tổng Liên đoàn Lao động Việt Nam, Chủ tịch Công đoàn Dệt May Việt Nam

Cần cải tiến hình thức tiếp cận thông tin đối với lao động trẻ

Theo Điều 19 Tuyên ngôn Quốc tế về Nhân quyền và Điều 25 Hiến pháp Việt Nam năm 2013, quyền tiếp cận thông tin là quyền phổ quát, là điều kiện để con người thực thi các quyền khác như phản biện, giám sát, tham gia vào đời sống xã hội. Nhưng với NLĐ, quyền ấy còn mang ý nghĩa thiết thực hơn: đó là chìa khóa để họ tự bảo vệ mình, để thương lượng, để đồng hành cùng DN trong sự thay đổi. Tuy nhiên,

khoảng cách giữa chính sách đi vào thực tiễn còn gặp nhiều vướng mắc. NLĐ, đặc biệt trong những ngành có đặc thù đông đảo, trải rộng và phổ thông như dệt may – vẫn đang gặp nhiều rào cản: từ thể chế, năng lực tổ chức, trình độ cá nhân, đến môi trường truyền thông.

Ngành dệt may hiện sử dụng hơn 2,5 triệu lao động – phần lớn là lao động phổ thông, chủ yếu là nữ giới, làm việc trong môi trường sản xuất công nghiệp tập trung. Qua nghiên cứu thực địa và khảo sát quy mô lớn, chúng tôi nhận diện ra một số vấn đề sau: (1) Hành vi tiếp cận thông tin của NLĐ có xu hướng chuyển dịch, từ kênh truyền thống (truyền thanh nội bộ, họp nhóm đầu ca...) sang nền tảng số, đặc biệt là mạng xã hội. Tuy nhiên, kỹ năng xử lý, phân tích và phản biện thông tin còn hạn chế – dẫn đến hiện tượng lệch chuẩn thông tin, thụ động trong hành vi và dễ bị dẫn dắt; (2) DN và công đoàn đóng vai trò chủ đạo trong cung cấp thông tin, song chưa

đồng đều về mức độ chủ động, minh bạch và khả năng phản hồi hai chiều. Một số nơi còn coi thông tin là “nội bộ”, là “nguy cơ rò rỉ”, dẫn đến mối quan hệ lao động chưa được gắn kết; (3) Thiết chế truyền thông nội bộ đã có bước phát triển, từ bản tin, truyền thanh, trang mạng xã hội công đoàn đến các nền tảng tương tác điện tử. Tuy nhiên, hình thức thể hiện còn chưa đủ hấp dẫn, thiếu phân loại theo đặc điểm nhân khẩu học (độ tuổi, giới tính, vùng miền, trình độ).

Kết quả khảo sát chỉ ra có 77,6% NLĐ đánh giá việc tiếp cận thông tin là rất hiệu quả, nhưng đồng thời 56,9% cũng cho rằng hình thức truyền tải còn cần cải tiến mạnh mẽ để phù hợp với nhóm lao động trẻ và thế hệ GenZ... vốn đang dần trở thành lực lượng chủ lực trong các nhà máy. Cùng với đó, DN nhỏ và vừa chiếm hơn 88% ngành dệt may, phần lớn chưa có bộ phận chuyên trách truyền thông nội bộ. Việc phổ biến thông tin chủ yếu qua văn bản dán bảng tin, truyền miệng hoặc nhóm zalo, do đó dẫn tới thiếu hệ thống, thiếu lưu trữ và thiếu đối thoại.

Trình độ học vấn của NLĐ còn hạn chế, với 84,4% là lao động phổ thông. Kỹ năng tra cứu còn hạn chế, việc đọc hiểu, tương tác, sử dụng thông tin còn là lực cản vô hình khiến họ trở thành người “được thông tin” chứ không phải “chủ thể thông tin”. Công đoàn cơ sở, dù được pháp luật trao quyền giám sát, nhưng vẫn hoạt động dưới mô hình kiêm nhiệm phổ biến, thiếu nhân lực, thiếu chuyên môn truyền thông và công nghệ – khiến vai trò truyền tải thông tin bị giới hạn. Từ thực tiễn cho thấy, cần phải thay đổi tư duy – từ tuyên truyền sang truyền thông – từ cung cấp thông tin sang tạo dựng năng lực tiếp cận và tương tác.

TS. NGUYỄN HOÀNG MAI

Trưởng Đại học Công đoàn

Hoàn thiện chính sách, khả năng tiếp cận thông tin cho người lao động

Một trong những bất cập nổi bật hiện nay là sự thiếu đồng bộ và liên thông giữa các văn bản pháp luật điều chỉnh quyền tiếp

cận thông tin (QTCTT) của NLĐ. Mặc dù, các quy định của Pháp luật liên quan tới QTCTT đã được bổ sung như Luật Tiếp cận thông tin năm 2016, nhưng phạm vi điều chỉnh chủ yếu vẫn tập trung vào khu vực công. Điều này tạo ra khoảng trống pháp lý đối với quyền tiếp cận thông tin trong khu vực DN tư nhân – nơi chiếm tỷ trọng lớn lực lượng lao động tại Việt Nam. Cùng với đó, Bộ luật Lao động năm 2019 và Luật Công đoàn năm 2024 vẫn còn các quy định mang tính khái quát, chưa xác lập trách nhiệm cụ thể về nội dung, thời điểm, hình thức và quy trình cung cấp thông tin. Sự thiếu vắng các quy phạm ràng buộc đã làm giảm hiệu lực thực thi và tính cưỡng chế pháp lý trong thực tế.

Do đó, tôi kiến nghị xây dựng một Nghị định hoặc Thông tư chuyên đề về minh bạch thông tin trong quan hệ lao động với nội dung trọng tâm gồm: (1) Danh mục thông tin mà người sử dụng lao động bắt buộc phải công khai đối với NLĐ và tổ chức đại diện NLĐ; (2) Thời điểm và hình thức cung cấp thông tin phù hợp với đặc thù ngành nghề, quy mô DN; (3) Quy trình tiếp nhận và xử lý yêu cầu cung cấp TT từ phía Công đoàn hoặc NLĐ; (4) Cơ chế giám sát việc thực thi và hệ thống chế tài xử phạt hành vi vi phạm nghĩa vụ công khai thông tin.

Cùng với đó, cần cụ thể hóa quyền được thông tin trong Luật Công đoàn và các văn bản hướng dẫn, với các quy định cần làm rõ như: (1) Loại thông tin Công đoàn được quyền yêu cầu; (2) Quy trình phối hợp giữa Công đoàn và người sử dụng lao động (NSDLĐ) trong công khai thông tin; (2) Trách nhiệm giải trình của NSDLĐ khi từ chối yêu cầu hợp lý của Công đoàn. Ngoài ra, cần quy định nghĩa vụ lưu trữ, số hóa và bảo mật thông tin liên quan đến NLĐ, tạo điều kiện để Công đoàn vận hành hiệu quả hệ thống cơ sở dữ liệu đại diện và hỗ trợ thương lượng.

Ngoài ra, Luật Thực hiện dân chủ ở cơ sở (2022) và Nghị định 59/2023/NĐ-CP đã quy định rõ các nội dung DN bắt buộc phải công khai với NLĐ, gồm kế hoạch SXKD, tình hình thực hiện chế độ chính sách và sử dụng quỹ phúc lợi. Tuy nhiên, trong khung pháp lý hiện hành là thiếu chế tài cụ thể khi NSDLĐ vi phạm nghĩa vụ cung cấp thông tin. Nghị định 12/2022/NĐ-CP về xử phạt vi phạm hành chính trong lĩnh vực lao động hiện không có điều khoản xử phạt hành vi cố tình từ chối, trì hoãn hoặc cung cấp sai lệch thông tin. Điều này làm suy yếu tính cưỡng chế của hệ thống pháp luật và khiến NLĐ không có công cụ bảo vệ quyền lợi của mình.

TS. NGUYỄN NGÀ HUYỀN

Phó Chủ nhiệm bộ môn Truyền thông, Trường Quản trị & Kinh doanh, Đại học Quốc gia Hà Nội

Phát huy vai trò của truyền thông nội bộ tại các DN

Trong bối cảnh ngành Dệt May Việt Nam đang chịu nhiều áp lực từ cả bên trong và bên ngoài như chi phí sản xuất tăng cao, biến động thị trường và yêu cầu chuyển đổi xanh, vấn đề gắn kết nội bộ và nâng cao hiệu suất lao động trở nên quan trọng hơn bao giờ hết. Một trong những công cụ hữu hiệu để đạt được điều đó chính là truyền thông nội bộ. Truyền thông nội bộ không chỉ đơn thuần là việc truyền tải thông tin từ trên xuống dưới, mà còn là cầu nối hai chiều giữa lãnh đạo và NLD. Trong ngành dệt may, với đặc điểm lao động chủ yếu là công nhân, làm việc theo ca kíp và tập trung đông đảo ở các khu công nghiệp, truyền thông nội bộ hiệu quả có thể góp phần tạo nên văn hóa DN, giữ chân NLD, thúc đẩy năng suất, qua đó cải thiện năng lực cạnh tranh.

Theo tôi, có những nội dung về truyền thông nội bộ gắn với đặc thù của ngành dệt may cần phải lưu ý: (1) Xây dựng chiến lược truyền thông nội bộ phù hợp đặc thù ngành: Cần gắn truyền thông nội bộ với mục tiêu chiến lược của DN (tăng năng suất, giảm nghỉ việc, cải thiện hình ảnh, lan tỏa văn hóa của DN). Xác định rõ đối tượng - công nhân là trung tâm, nhưng không quên truyền thông giữa các cấp quản lý; (2) Hệ thống kênh truyền thông đa tầng, đa dạng hóa hình thức: Cần đa dạng hóa các kênh truyền thông, hình thức truyền thông đáp ứng nhu cầu đa dạng của NLD và khả năng của DN như: Truyền thông trực tiếp; Truyền thông gián tiếp; Truyền thông mạng xã hội; Chương trình phát thanh nội bộ; Truyền thông qua không gian làm việc, hình ảnh trực quan, khẩu hiệu; Tổ chức minigame, thi tìm hiểu nội quy qua điện thoại để tăng tương tác...; (3) Chú trọng nội dung, ngôn ngữ, hình ảnh phù hợp công nhân: Trong bối cảnh ca kíp và nhịp độ làm việc khẩn trương, nội dung của các thông tin cần đạt tiêu chí: dễ hiểu, ngắn gọn, sinh động. Đồng thời, cần tăng cường nội dung truyền

cảm hứng: gương người tốt, câu chuyện đời thường tích cực; (4) Tăng cường sự tương tác và phản hồi 2 chiều: Tạo diễn đàn đối thoại giữa lãnh đạo và công nhân định kỳ theo quý, hoặc xem xét thành lập các hội đồng công nhân theo ca, kíp để xử lý giao tiếp nội bộ cấp tổ, đội, phân xưởng. Bên cạnh đó, còn có các giải pháp như: Đặt hòm thư góp ý, khảo sát ẩn danh, khảo sát nhanh qua QR code... Những ý kiến được này cần được tổng hợp, cập nhật, phản hồi kèm phương án xử lý công khai để duy trì niềm tin của NLD; (5) Đào tạo và bố trí nhân sự chuyên trách truyền thông nội bộ: Đào tạo cán bộ chuyên trưởng, tổ trưởng, quản đốc về kỹ năng truyền thông, hoặc dựa theo điều kiện thực tế để tổ chức bộ phận phụ trách truyền thông nội bộ tại các nhà máy; (6) Gắn truyền thông nội bộ với hoạt động công đoàn: Kết hợp với hoạt động phong trào, khen thưởng, văn nghệ, thể thao... Cùng với đó, đồng hành cùng các quyền lợi thiết thực: lương, thưởng, sức khỏe cho NLD. Nghiên cứu triển khai các chương trình như "Công nhân kể chuyện", "Tôi lên tiếng"... để trao quyền phát ngôn cho NLD.

ÔNG BẠCH THĂNG LONG

Phó Tổng Giám đốc, Tổng Công ty May 10 - CTCP

Đa dạng hóa kênh thông tin cho người lao động

Đối với DN, việc minh bạch thông tin không chỉ là trách nhiệm đạo đức mà còn là yếu tố then chốt để xây dựng một môi trường làm việc tin cậy, gắn kết, từ đó nâng cao năng suất và sự phát triển bền vững. May 10 luôn xác định NLD là tài sản quý giá nhất, đó là minh chứng cho sự thành công của May 10 trong suốt gần 80 năm qua đều có sự đóng góp to lớn của hàng vạn CBNV - NLD. Chính vì vậy, việc đảm bảo quyền được thông tin của NLD luôn được đặt lên hàng đầu trong chiến lược phát triển. May 10 hiểu rằng, khi NLD được trang bị đầy đủ thông tin, họ sẽ cảm thấy được tôn trọng, tin tưởng vào sự lãnh đạo của DN, từ đó làm việc hiệu quả hơn và gắn bó lâu dài hơn, đúng như lời dạy của Bác: "Tư tưởng thông suốt thì mọi việc đều làm tốt".

Tại May 10, chúng tôi triển khai hệ thống đa kênh, kết hợp cả hình thức trực tiếp và gián tiếp,

nhằm đảm bảo thông tin đến được với mọi đối tượng, NLD một cách hiệu quả nhất:

Với kênh thông tin trực tiếp. May 10 tổ chức hàng loạt các hoạt động như: Tổ chức đối thoại trực tiếp giữa lãnh đạo với đại diện NLD ở các đơn vị; Tổ chức Lễ chào cờ sáng thứ 2 hàng tuần; Công đoàn May 10 thường xuyên tổ chức các buổi sinh hoạt, tuyên truyền, phổ biến các chủ trương, chính sách của Đảng, Nhà nước, các quy định của Công ty liên quan đến quyền và lợi ích hợp pháp, chính đáng của NLD; Tổ chức các cuộc họp giao ban định kỳ từ cấp tổ, chuyển sản xuất đến các phòng ban; Tổ chức các buổi tập huấn, đào tạo, bồi dưỡng nghiệp vụ cho NLD.

Với kênh thông tin gián tiếp: May 10 triển khai và trang bị hệ thống máy móc thiết bị hiện đại cùng đội ngũ CBNV chuyên nghiệp đã giúp sản xuất hàng loạt các chương trình tọa đàm, bản tin, ghi hình trình diễn bộ sưu tập mới một cách chuyên nghiệp, theo đúng tiêu chuẩn sản xuất chương trình truyền hình phát hành trên nền tảng đa kênh như: website, fanpage, hệ thống phát thanh, email, nhóm zalo nội bộ, bản tin nội bộ "Phong cách May 10"... Cùng với đó, xây dựng hệ thống bảng tin tại các đơn vị tại những vị trí dễ thấy trong các nhà xưởng, văn phòng, cung cấp các thông tin cập nhật về tình hình sản xuất, các thông báo quan trọng, các hoạt động văn hóa, thể thao, các chính sách phúc lợi, khen thưởng, kỷ luật...

Có thể tóm gọn những điểm nổi bật trong việc cung cấp thông tin tại May 10 như sau: (1) Không ngừng đa dạng hóa các kênh thông tin để phù hợp với nhiều đối tượng và nhu cầu khác nhau của NLD; (2) Luôn chú trọng đến việc cung cấp thông tin một cách nhanh chóng và đảm bảo tính chính xác, tránh gây hiểu lầm cho NLD; (3) Các thông tin quan trọng liên quan đến quyền lợi và nghĩa vụ của NLD đều được công khai, minh bạch; (5) Tạo điều kiện để NLD có thể dễ dàng tiếp cận thông tin và phản hồi ý kiến, đóng góp vào sự phát triển của Tổng Công ty; (6) Công đoàn là một đối tác quan trọng trong việc đảm bảo quyền được thông tin của NLD.

BÀ TRẦN TƯỜNG ANH

TV HĐQT, Tổng Công ty CP Dệt May Hòa Thọ

Văn hóa DN là nền tảng cho phát triển bền vững

Trong hành trình phát triển hơn 30 năm, kể cả giai đoạn DN gặp khó khăn nhất khi mất đi thị trường xuất khẩu chủ lực, chuyển đổi và tái cấu trúc mô hình sản xuất, Hòa Thọ nhận thức sâu sắc rằng, ngoài việc đầu tư công nghệ, tối ưu vận hành, mở rộng thị trường, xây dựng và phát triển nguồn nhân lực - thì yếu tố mang tính nền tảng chính là xây dựng "văn hóa DN" bền vững. Văn hóa DN là linh hồn của tổ chức, là tập hợp những giá trị, niềm tin, thái độ và hành vi mà toàn thể thành viên cùng hướng đến. Ở Dệt May Hòa Thọ, Ban Lãnh đạo của Tổng Công ty qua các thời kỳ đều ý thức rõ ràng, văn hóa không phải là khẩu hiệu, mà là hành động cụ thể, lặp đi lặp lại, trở thành thói quen trong mỗi NLD. Chính nỗ lực bền bỉ trong việc xây dựng văn hóa DN đã tạo nên nền tảng gắn kết con người và tạo ra bản sắc rất riêng biệt của Hòa Thọ.

Văn hóa DN tại Hòa Thọ được hình thành từ rất sớm và liên tục được bồi đắp, đổi mới để phù hợp với từng giai đoạn lịch sử. Đến thời điểm hiện nay, có thể nói văn hóa DN của Hòa Thọ đã khá rõ nét và được thể hiện qua 5 trụ cột chính: Minh bạch - Kỷ luật; Tôn trọng - Tin tưởng; Phục vụ - Hợp tác; Học tập - Phát triển bền vững; Tự hào về đơn vị.

Từ thực tiễn hơn 30 năm tái cấu trúc và phát triển, chúng tôi đã rút ra được những bài học quý báu trong hành trình xây dựng văn hóa DN: (1) Người đứng đầu phải quyết tâm và làm gương trong việc liên tục - nhất quán và kiên trì trong việc phát triển văn hóa doanh nghiệp tích cực làm nền tảng để đơn vị phát triển bền vững; (2) Phải có chiến lược kinh doanh dài hạn và rà soát định kỳ để định hướng văn hóa phù hợp theo chiến lược phát triển; (3) Xây dựng đội ngũ cán bộ quản lý "vừa hồng vừa chuyên" - đạo đức và chuyên môn phải song hành; (4) Đầu tư nghiêm túc, liên tục cải tiến công cụ và hình thức truyền thông nội bộ, sử dụng đa kênh để lan tỏa văn hóa một cách hiệu quả nhất.

Dệt May Hòa Thọ hôm nay không chỉ là một DN mạnh về năng lực sản xuất, mà còn là một tập thể đoàn kết, có lý tưởng chung và trên hết là tự hào về văn hóa nội tại được vun đắp từng ngày. Tổng Công ty tin rằng, một DN có văn hóa tốt là một DN có nội lực mạnh mẽ để vượt qua mọi biến động, phát triển bền vững và tiến xa hơn trên hành trình hội nhập toàn cầu. □

THUẾ ĐỐI ỨNG CỦA MỸ & **ẢNH HƯỞNG** **GIẢI PHÁP THÍCH ỨNG**

Bài: TS. NGUYỄN MINH PHONG

Thế giới thở phào nhẹ nhõm khi nghe tin Anh là quốc gia đầu tiên đạt được thỏa thuận thương mại với Mỹ kể từ khi ông Trump công bố thuế đối ứng vào đầu tháng 4/2025 và mới đây Mỹ - Trung Quốc đã đạt được những bước tiến quan trọng trong nỗ lực hạ nhiệt căng thẳng thương mại.

Cụ thể, sau hai ngày đàm phán căng thẳng tại Thụy Sĩ, Mỹ và Trung Quốc thống nhất tạm dừng hầu hết các mức thuế đối với hàng hóa của hai nước. Phát biểu trước báo giới tại Geneva, Bộ trưởng Bộ Tài chính Mỹ Scott Bessent thông báo, hai nước đã đạt được thỏa thuận giảm thuế đối ứng 115% trong vòng 90 ngày, theo đó: Mỹ giảm thuế đối với hàng hóa Trung Quốc từ 145% xuống còn 30% trong 90 ngày. Đổi lại, Trung Quốc giảm thuế đối với hàng hóa Mỹ từ 125% xuống 10% trong cùng thời gian trên.



Thỏa thuận vừa công bố được xem là một bước quan trọng hướng tới ổn định thị trường toàn cầu và khôi phục niềm tin kinh doanh.

Căng thẳng thương mại Mỹ - Trung hạ nhiệt khiến giá dầu thô kỳ hạn Nymex tăng mạnh, giao dịch quanh mức 63,25 USD/thùng. Giá vàng giao ngay và giá vàng tương lai đồng loạt lao dốc. Lúc 8h36' ngày 13/5, giờ Việt Nam, giá vàng thế giới giao ngay ở mức 3.223,2 USD/ounce, giảm 13,8 USD/ounce so với đêm trước. Giá vàng giao

tương lai tháng 6/2025 trên sàn Comex New York ở mức 3.227 USD/ounce. Vàng thế giới quy đổi theo giá USD ngân hàng ở mức hơn 102,6 triệu đồng/lượng, đã bao gồm thuế và phí, thấp hơn khoảng 16,9 triệu đồng/lượng so với giá vàng trong nước. Đồng thời, chỉ số USD tăng mạnh và đạt mức cao nhất trong 4 tuần. Chỉ số US Dollar Index (DXY), đo lường biến động của đồng bạc xanh so với 6 đồng tiền chủ chốt (EUR, JPY, GBP, CAD, SEK, CHF), đứng ở mức 101,51 điểm. Đồng USD tăng 2,19% so với đồng Yên Nhật, đạt



mức 148,50 sau khi chạm mốc 148,64, mức cao nhất kể từ ngày 3/4. Trong khi đó, đồng EUR giảm 1,54%, xuống mức 1,1074 USD và đang trên đà giảm mạnh nhất kể từ ngày 6/11. Đồng Bảng Anh suy yếu, giảm 1,07%, xuống mức 1,3162 USD và đang trên đà giảm mạnh nhất trong ngày kể từ ngày 7/4. Lợi suất trái phiếu kho bạc Mỹ kỳ hạn 10 năm hiện ở mức 4,457%. Dòng vốn toàn cầu đang ào ào chảy vào chứng khoán, vượt trên nỗi lo về tác động tiêu cực từ chính sách thuế quan của Mỹ. Số liệu do Bloomberg tổng hợp cho thấy các quỹ toàn cầu đã mua ròng 9,64 tỷ USD cổ phiếu tại các thị trường mới nổi châu Á (ngoài Trung Quốc) trong 3 tuần qua, tạo nên chuỗi dòng vốn vào dài nhất kể từ tháng 3/2024.

Ở Việt Nam, tỷ giá trung tâm ngày 13/5 được Ngân hàng Nhà nước công bố là 24.937 đồng/USD, giảm 8 đồng so với phiên giao dịch trước đó. Giá USD ở các ngân hàng thương mại được niêm yết phổ biến ở mức 25.760 đồng/USD (mua vào) và 26.150 đồng/USD



(bán ra). Giá vàng cũng giảm sâu. Quy đổi theo tỷ giá USD trên thị trường tự do (26.477 VND/USD), vàng thế giới có giá khoảng 103,3 triệu đồng/lượng (chưa tính thuế, phí). Mở cửa lúc 05:30 sáng 13/5, giá vàng miếng SJC được doanh nghiệp lớn niêm yết tại mức 117,2 triệu đồng/lượng ở chiều mua vào và 119,2 triệu đồng/lượng ở chiều bán ra. Riêng vàng Phú Quý SJC đang mua vào thấp hơn 1 triệu đồng so với các thương hiệu khác, tức vàng miếng SJC đang cao hơn giá vàng thế giới khoảng 15,9 triệu đồng/lượng. Tương tự, vàng nhẫn các thương hiệu cũng được điều chỉnh giảm mạnh cả giá mua và bán...

Ngay sau khi Mỹ công bố chính sách thuế mới, Thượng trực Chính phủ đã họp với các bộ ban ngành để đánh giá tình hình và thảo luận tìm ra giải pháp trước mắt. Thủ tướng Chính phủ yêu cầu thành

lập ngay tổ phản ứng nhanh để lắng nghe các ý kiến từ các doanh nghiệp xuất khẩu, chủ động ứng phó để giảm thiểu tác động và thúc đẩy tái cơ cấu nền kinh tế theo hướng bền vững, đổi mới sáng tạo, đẩy mạnh nội địa hóa và mở rộng chuỗi cung ứng toàn cầu, kiên định mục tiêu tăng trưởng GDP từ 8% trở lên vào năm 2025.

Trước mắt, cùng với việc tiếp tục tạo ra cơ chế ưu đãi hơn nữa cho các doanh nghiệp Việt Nam tăng nội lực và năng lực cạnh tranh, Chính phủ cần chủ động thúc đẩy đàm phán song phương với chính quyền Mỹ đối với mặt hàng xuất khẩu chính của Việt Nam; đề nghị Hoa Kỳ bổ sung thêm các sản phẩm chưa tính đến trong công thức tính thuế đối ứng, như: sản phẩm trí tuệ, sản phẩm số, dịch vụ trực tuyến, dịch vụ giải trí và dịch vụ học tập, du lịch, y tế...; hỗ trợ doanh nghiệp Việt Nam mở

rộng đầu tư sang Hoa Kỳ; tăng khả năng cung cấp các mặt hàng mà Mỹ cần và thúc đẩy tăng nhập khẩu từ Mỹ để sớm cải thiện cán cân thương mại, do đó, tạo động lực cải thiện giảm thuế đối xứng với Hoa Kỳ. Việc Chính phủ ban hành Nghị định 73/CP ngày 31-3-2025 về việc giảm thuế nhập khẩu một số mặt hàng, trong đó đưa thuế nhập khẩu tất cả các sản phẩm gỗ từ Mỹ về bằng 0% (mức thuế quan trung bình Việt Nam áp dụng với hàng hóa nhập khẩu từ Mỹ hiện là 9,5% trong khi Mỹ chỉ áp dụng với Việt Nam là 3,3%), được kỳ vọng sẽ góp phần giúp cho quan hệ thương mại Việt Nam - Mỹ phát triển bền vững và ngành gỗ tránh bị áp thuế hơn.

Theo chỉ đạo của Thủ tướng, các cơ quan chức năng và doanh nghiệp cần chủ động và kịp thời nắm chắc tình hình, giữ bản lĩnh, sự sáng suốt, sự sáng tạo, khôn

khéo trong điều hành trong quản lý; kiên định, kiên trì về những nguyên tắc cơ bản; bảo vệ nền kinh tế độc lập tự chủ, nhưng tích cực chủ động hội nhập quốc tế sâu rộng thực chất và hiệu quả; Tiếp tục thúc đẩy tái cơ cấu nền kinh tế theo hướng nhanh, bền vững; xanh; số hóa, kinh tế sáng tạo, kinh tế tuần hoàn; tái cơ cấu sản phẩm, tái cơ cấu chuỗi cung ứng, tập trung vào thị trường tiềm năng... phấn đấu giữ mục tiêu tăng trưởng của năm nay là 8% trong năm nay và 2 con số những năm tiếp theo.

Đồng thời, trong bối cảnh phức tạp đan xen các xu hướng thương mại tự do hóa, bảo hộ và gia tăng cường rào cản kỹ thuật, rào cản thương mại của các thị trường lớn, cộng đồng doanh nghiệp cần bình tĩnh, chủ động nắm tình hình, đánh giá tác động và xây dựng kịch bản ứng phó linh hoạt;

sớm làm quen và chuyển từ trạng thái "thuế nhập khẩu nguyên liệu cao" sang "thuế nhập khẩu thành phẩm cao"; vừa tăng cường năng lực phòng vệ thương mại, vừa chuyển đổi mạnh sang sản xuất FOB (chủ động nguyên liệu, hoàn thiện sản phẩm) để các khách hàng cùng chia sẻ về thuế, đẩy mạnh việc khai thác các thị trường tiềm năng thông qua FTA



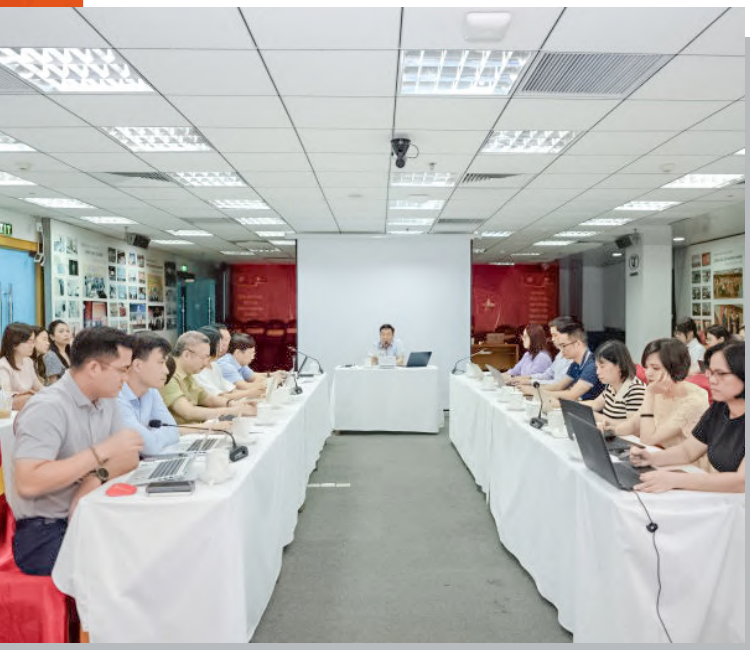
và đa dạng hóa thị trường để tăng cường xuất khẩu...

Ngoài ra, cùng với việc cắt giảm thuế nhập khẩu đối với một số sản phẩm của Hoa Kỳ, bao gồm khí tự nhiên hóa lỏng (LNG), ô tô và phê duyệt dịch vụ Starlink..., Việt Nam cũng nên cân nhắc, sớm triển khai ưu tiên nhập khẩu từ Hoa Kỳ một số sản phẩm hàng hóa và dịch vụ trong: Nông sản và thực phẩm (thịt bò và thịt heo; trái cây tươi và sản phẩm sữa); Sản phẩm công nghệ và phần mềm (hệ điều hành, bộ ứng dụng văn phòng và công cụ phát triển phần mềm giúp nâng cao chất lượng và hỗ trợ chuyển đổi số tại Việt Nam); Dịch vụ lưu trữ đám mây từ các công ty lớn như Amazon Web Services (AWS), Google Cloud, và Microsoft Azure cung cấp các giải pháp công nghệ tiên tiến; Dịch vụ quảng cáo trực tuyến trên Google, YouTube và Facebook; Sản phẩm công nghiệp và thiết bị y tế, dược phẩm; Hóa chất công nghiệp chất lượng cao; Dịch vụ tài chính, bảo hiểm và các sản phẩm giáo dục và giải trí; Khí tài quân sự và thiết bị quốc phòng đảm bảo xuất xứ từ Hoa Kỳ....

Thực tế, thế giới đã và đang tiếp tục chứng tỏ: Lợi ích kinh tế luôn có tiếng nói quyết định và tự tìm lối đi cho mình...□

ĐÓN THỜI CƠ từ thị trường BIẾN ĐỘNG

Bài: NHÓM PV



Tại Hội thảo chuyên đề tháng 5 do Tập đoàn Dệt May Việt Nam (Vinatex) tổ chức, nhận định về các cơ hội của thị trường, TS. Lê Tiến Trường – Chủ tịch HĐQT Vinatex nhận định, 6 tháng đầu năm thị trường ngành May có nhiều cơ hội về đơn hàng, thậm chí có thể kéo dài tới hết quý 3/2025, do đó các DN trong hệ thống cần chủ động, sáng tạo, linh hoạt để tận dụng tối đa cơ hội từ thị trường, hoàn thành ít nhất 2/3 kế hoạch lợi nhuận năm để có dự phòng cho tổ chức sản xuất, tránh các rủi ro khi thị trường đảo chiều.

MỸ - TRUNG ĐẠT THỎA THUẬN, THỊ TRƯỜNG CÒN ĐIỂM SÁNG

Chia sẻ về một số thông tin thị trường, tình hình thuế quan của chính quyền Tổng thống Donald Trump 2.0, ông Hoàng Mạnh Cẩm – Phó Chánh VP HĐQT cho biết, trong bối cảnh các chính sách thuế quan của chính quyền Trump có nhiều diễn biến khó lường, mới đây Quỹ Tiền tệ Quốc tế (IMF) đã hạ dự báo tăng trưởng kinh tế thế giới năm 2025 xuống 2,8% (giảm 0,5 điểm so với tháng 1), năm 2026 xuống 3% do bất ổn từ chiến tranh thương mại Mỹ -Trung và chính sách thuế quan khó lường của Tổng thống Donald Trump. Cùng với đó, các nền kinh tế lớn trên thế giới cũng đều bị điều chỉnh dự báo tăng trưởng năm 2025 như: Mỹ giảm từ 2,8% xuống 1,8%; Châu Âu giảm còn 0,8% (thấp hơn 0,2% so với dự báo tháng 1/2025), Đức không có tăng trưởng; Trung Quốc: Giảm còn 4% năm 2025 (thấp hơn 0,6% so với lần dự báo trước); Nhật Bản: Kỳ vọng tăng trưởng 0,6% năm 2025 (giảm 0,5% so với lần dự báo trước)... Đối với Việt Nam, dự báo tăng trưởng 2025 là 5,2% (giảm so với 6,1% hồi tháng 10/2024).

“Trong bối cảnh đó, xuất khẩu dệt may của Việt Nam trong tháng 4/2025 đạt 3,64 tỷ USD, tăng 15% so với cùng kỳ. Lũy kế 4 tháng đầu năm 2025, KNXX đạt 13,9 tỷ USD tăng 11% so với cùng kỳ. Một số thị trường xuất khẩu chủ lực như Mỹ, Nhật, Châu Âu đều có sự tăng trưởng, riêng thị trường Trung Quốc có xu hướng giảm do thị trường này chủ yếu nhập khẩu các mặt hàng sợi để sản xuất vải. Việc căng thẳng giữa Mỹ - Trung cũng ảnh hưởng tới các DN dệt vải của quốc gia này dẫn tới nhu cầu nhập khẩu sợi bị giảm” – Ông Hoàng Mạnh Cẩm nhấn mạnh.

Nhận định chung về thị trường trong thời gian tới, Phó Chánh Văn phòng HĐQT dự đoán, quan hệ thương mại Mỹ - Trung có xu hướng hạ nhiệt với một số thỏa thuận đạt được; Giá cước vận tải giảm, tỷ giá VND/USD đang có diễn biến tích cực hơn; Tồn kho thực tế tại Mỹ (thông tin từ Sourcing Journal) đang ở mức rất thấp, nhiều nhãn hàng chỉ đủ dùng cho 6-8 tuần tới, khan hiếm hàng cho mùa tựu trường và lễ hội cuối năm; thiếu hụt mạnh ở dòng hàng sweaters từ Trung Quốc; Một số quốc gia cạnh tranh như Pakistan xảy ra bất ổn chính trị với Ấn Độ,

trong khi đó Bangladesh gặp tình trạng về khủng hoảng năng lượng, nhiều nhà máy sợi phải đóng cửa do thiếu điện, đồng thời chính quyền của nước này cũng chưa có dấu hiệu xúc tiến đàm phán với Mỹ về thuế đối ứng. Bên cạnh những thuận lợi, thì ngành dệt may vẫn còn có những thách thức khi mà kết quả đàm phán giữa Việt Nam và Mỹ vẫn chưa “ngã ngũ”. Do đó, các chính sách về thuế quan của Mỹ vẫn còn nhiều bất định; Sức tiêu thụ tại Hàn Quốc và Trung Quốc vẫn yếu, nhu cầu giảm chưa thể phục hồi ngay; Giá điện tăng từ 10/5/2025 cũng ảnh hưởng tới chi phí sản xuất cho các DN, nhất là DN sợi.

TS. Lê Tiến Trường – Chủ tịch HĐQT Vinatex cho rằng, từ nay tới 10/7, có thể Mỹ sẽ có các chính sách về thuế đối ứng tạm thời cho Việt Nam và còn phải chờ kết quả đàm phán của Bộ Công thương và Chính phủ. Tuy nhiên, về mặt tích cực thì tồn kho của Mỹ đang ở mức thấp, do đó các đơn hàng trong quý 3/2025 có thể vẫn tốt, nhưng quý 4/2025 có thể bị giảm khoảng 10% do nhu cầu tiêu dùng của Mỹ giảm. Theo dự báo thì nhu cầu tiêu dùng của quốc gia này có thể bị giảm khoảng 5% trong năm 2025. Cùng với đó, các chính sách đàm phán thuế quan hiện nay đang được triển khai theo nhóm mặt hàng, do đó có thể có cơ hội đối với mặt hàng dệt may của Việt Nam. Ngoài ra, để giảm các áp lực từ phía khách hàng, các DN cũng cần đàm phán lại với các đơn vị cung cấp trong chuỗi cung ứng như: vải, nguyên phụ liệu, vận tải - logistics nội địa... để san sẻ khó khăn cùng DN khi giá điện bắt đầu tăng từ tháng 5/2025.

Về mặt dự báo tỷ giá lãi suất giữa VND/USD, Chủ tịch Lê Tiến Trường cho rằng sẽ có thể chỉ mất giá cao nhất trong 6 tháng đầu năm, từ nửa cuối năm 2025 tỷ giá sẽ có xu hướng giảm khi VND không tiếp tục phá giá để thực hiện các cam kết của Chính phủ để kiểm soát về vấn đề thao túng tiền tệ khi xu hướng các quốc gia khác đều có xu hướng tăng tỷ giá các đồng nội địa so với USD. Do đó với các DN xuất siêu, thì cần có những tính toán phù hợp để quy đổi sang VND khi tỷ giá có xu hướng quay đầu giảm.

“Để vượt qua được giai đoạn khó khăn này, các DN trong hệ thống của Vinatex cần tăng cường liên kết chuỗi, xây dựng và chia sẻ danh mục nguồn cung nguyên phụ liệu trong nước đối với các đơn vị ngành May nhằm nghiên cứu, sử dụng các nguồn nguyên phụ liệu trong nước khi xuất khẩu sang Mỹ. Từ những lưu ý trên, khi tình hình đơn hàng còn thuận lợi, các DN cần tối ưu hóa lợi nhuận, phấn đấu hoàn thành 2/3 kế hoạch lợi nhuận trong năm 2025 ngay trong 6 tháng đầu năm, để dự phòng cho tổ chức sản xuất, cũng như tránh các rủi ro về câu chuyện thuế quan của nửa cuối năm 2025” – TS. Lê Tiến Trường nhấn mạnh.

Ông PHẠM TIẾN LÂM Tổng Giám đốc TCT Đức Giang - CTCP

Liên quan đến các đơn hàng hiện tại, Đức Giang đang phát triển theo định hướng Tập đoàn đã chia sẻ trước đó. Thứ nhất, cần tranh thủ thời gian làm việc để xuất hàng trong thời hạn 90 ngày Mỹ hoãn áp thuế. Thứ hai, với những tình huống phải đàm phán các mức chia sẻ thuế quan với khách hàng, tùy theo loại hình hợp tác (FOB hay CM) và quy mô quan hệ với từng đối tác, Đức Giang sẽ lựa chọn sao cho tối ưu, giảm thiểu tối đa phần chi phí phải chia sẻ.

Một số thị trường tiềm năng như Australia, Nhật Bản đang được Đức Giang hướng tới và gần đây đã xuất hiện thêm tín hiệu tích cực từ thị trường Trung Quốc. Tại thị trường Mỹ, không làm khách hàng rút lui hay giảm đơn hàng, cần duy trì để sản xuất ổn định, không chịu quá nhiều áp lực, đặc biệt là áp lực về giá cả. Do đó, hướng đi phù hợp là tập trung vào khách hàng và các thương hiệu có giá trị gia tăng cao, điều này cũng phù hợp với năng lực và thế mạnh của Đức Giang. Đức Giang vẫn duy trì ổn định đến hết tháng 7 và hiện đang tiếp tục nhận thêm đơn hàng cho tháng 8 và tháng 9.

Ông NGUYỄN NGỌC BÌNH Tổng Giám đốc TCT CP Dệt May Hòa Thọ

Về các yêu cầu giao hàng sang thị trường Mỹ trong giai đoạn dừng áp thuế 90 ngày, Hòa Thọ ghi nhận ba trường hợp chính. Thứ nhất, một số khách hàng yêu cầu giao hàng chậm nhất vào ngày 6/6/2025 để đảm bảo hàng hóa đến Mỹ trước ngày 10/7/2025, thậm chí đã tính đến phương án vận chuyển tới cảng gần nhất để rút ngắn thời gian thông quan và vận chuyển nội địa. Thứ hai, một số khách hàng yêu cầu giao hàng chậm nhất vào ngày 8/7/2025. Thứ ba là nhóm khách hàng không thay đổi kế hoạch giao hàng đã được xác nhận từ trước tháng 3/2025 cho các lô hàng đến tháng 7. Tuy nhiên, các yêu cầu này liên tục thay đổi, có thời điểm khách hàng thúc đẩy tăng tốc sản xuất, nhưng sau đó lại yêu cầu tạm dừng, buộc Hòa Thọ phải theo dõi và điều chỉnh kế hoạch sản xuất hàng ngày.

Về đơn hàng giai đoạn sau ngày 10/7/2025, trong một tháng gần đây, tình hình các đơn

hàng mới từ khách hàng Mỹ cho tháng 8 trở đi diễn ra rất chậm, thậm chí có trường hợp ngưng hẳn. Nguyên nhân chủ yếu do khách hàng cần theo dõi và đánh giá lại tình hình mua hàng, tiêu thụ, tồn kho và các tác động từ chính sách thuế mới. Nhiều khách hàng đã cắt giảm số lượng đơn hàng so với dự kiến hoặc đàm phán với mức giá giảm sâu, kể cả với hàng CM và FOB. Một số khách hàng quyết định chuyển đơn hàng sang nhà máy tại Bangladesh hoặc giữ sản xuất tại Trung Quốc. Tuy nhiên, Hòa Thọ cũng ghi nhận có một số đơn hàng chuyển dịch từ Trung Quốc sang, tập trung vào các lô giao trong tháng 6 và tháng 7. Hiện tại, các đơn hàng xuất sang Mỹ từ tháng 8 trở đi của Hòa Thọ giảm mạnh. Thực hiện chỉ đạo từ Tập đoàn, Hòa Thọ đã chủ động chào hàng để bổ sung cho năng lực sản xuất còn trống vào tháng 8.

Với hàng hóa xuất sang các thị trường ngoài Mỹ, đặc biệt là EU và Nhật Bản, tình hình đơn hàng hiện nay tương đương với các tháng cuối năm 2024. Các nhà máy sản xuất chuyên cho hai thị trường này của Hòa Thọ đã đảm bảo đủ đơn hàng. Bộ phận kinh doanh đang tiếp tục tập trung khai thác sâu hai thị trường EU và Nhật Bản, vừa duy trì khách hàng cũ vừa mở rộng tìm kiếm khách hàng mới.

Ông NGUYỄN HÙNG QUÝ

*Tổng Giám đốc Công ty TNHH
TCT Dệt May Miền Nam - Vinatex*

Đến thời điểm hiện tại, VSC đã nhận đủ đơn hàng để sản xuất đến hết tháng 8. Trước những diễn biến liên quan đến thuế quan xuất khẩu sang Mỹ, VSC đã chủ động phát triển thêm các thị trường khác như châu Âu và Anh. Tỷ trọng đơn hàng từ các thị trường này trong những tháng cuối năm đã tăng cao hơn đáng kể so với đầu năm.

Chúng tôi đã nhận được một số yêu cầu giảm giá từ các đối tác. Tuy nhiên, hiện VSC vẫn giữ quan điểm chưa điều chỉnh giảm giá ngay mà sẽ chờ thêm các tín hiệu rõ ràng từ thị trường. Dự kiến đến hết tháng 5, khi có thêm thông tin chính thức, chúng tôi sẽ cùng các đơn vị trong hệ thống thống nhất phương án chia sẻ phù hợp, đảm bảo tính đồng bộ khi làm việc với khách hàng.

Về nhận định thị trường, chúng tôi đánh giá nếu mức thuế đối ứng được đàm phán tăng thêm trong khoảng 15-20% thì vẫn là ngưỡng

chấp nhận được đối với thị trường Việt Nam. Đồng thời, chúng tôi kiến nghị cần minh bạch trong chứng nhận xuất xứ, đặc biệt với những đơn hàng sử dụng nguyên phụ liệu có nguồn gốc từ Trung Quốc.

Bà NGUYỄN HỒNG LIÊN

*Tổng Giám đốc Công ty
CP Dệt May Huế*

Từ sau thời điểm Tổng thống Trump tuyên bố áp dụng thuế quan mới, tốc độ giao dịch và tỷ lệ chốt đơn hàng của Dệt May Huế trong tháng 4 đều giảm so với cùng kỳ. Về giá cả, yêu cầu từ phía khách hàng ngày càng tăng. Đại đa số các khách hàng cũ đều có những yêu cầu chia sẻ giá. Trong tháng 4 vừa qua, Huế chưa điều chỉnh giá đối với cả đơn hàng FOB và CM, nhưng nhiều khách hàng đã yêu cầu chia sẻ mức giá giảm từ 3-5% cho các đơn hàng được giao từ tháng 5-6.

Tình hình sản xuất và kế hoạch giao hàng cũng chịu nhiều biến động kể từ khi có tuyên bố áp thuế. Ban đầu, một số khách hàng tạm dừng đơn hàng, sau đó yêu cầu đẩy nhanh tiến độ khi thuế được áp 10% trong 90 ngày. Tuy nhiên, theo tính toán hiện tại, phần lớn các đơn hàng tháng 4, 5, 6 vẫn đang được thực hiện đúng tiến độ theo kế hoạch ban đầu. Về đơn hàng quý 3 và quý 4, Dệt May Huế đã lấp đầy các đơn hàng tháng 7. Tuy nhiên, có khả năng xảy ra cạnh tranh do các yêu cầu đánh giá ngày càng khắt khe hơn, đặc biệt là các tiêu chí về trách nhiệm xã hội, an ninh và hệ thống quản lý chất lượng. Dệt May Huế tiếp tục nhận thêm đơn hàng FOB trong quý 3. Đối với các loại vải nhập khẩu từ Trung Quốc, các nhà cung cấp đã đồng ý chia sẻ giá nguyên liệu, giảm từ 25-27% nhằm giữ chân khách hàng và hỗ trợ vượt qua giai đoạn khó khăn nếu bị áp thuế. Các khách hàng nhận định, đơn hàng quý 4 có thể giảm so với cùng kỳ năm trước trên tùy từng phân khúc.

Bà PHẠM THỊ PHƯƠNG HOA

*Tổng Giám đốc TCT May
Hưng Yên*

Hiện tại, May Hưng Yên đã nhận được một số yêu cầu từ phía đối tác. Đối với khách hàng Hàn Quốc, dù đơn hàng không lớn, nhưng hiện đơn vị vẫn phải tiến hành đàm phán giảm giá nhẹ,

dự kiến chia sẻ vào khoảng 1%. Về đơn giá hàng CM, May Hưng Yên vẫn giữ mức giá như trước.

May Hưng Yên đã có kế hoạch sản xuất liên tục đến khoảng trung tuần tháng 8 và đang tiếp tục trao đổi để nhận thêm đơn hàng. Tuy nhiên, có hai vấn đề đáng chú ý: các khách hàng cũ của thị trường Mỹ có xu hướng giảm đơn hàng, tuy nhiên, một số khách đang đặt hàng tại Trung Quốc lại dịch chuyển sang Việt Nam. Ngoài ra, thị phần từ các thị trường khác như Úc, Anh và châu Âu cũng đang có xu hướng tăng lên và chuyển dịch dần sang Việt Nam. Tuy nhiên, về đơn giá CM, vẫn có khả năng giảm nhẹ trong tháng 9-10, nhưng mức giảm không lớn. Dự báo tại thị trường Mỹ, May Hưng Yên nhận định nhu cầu sẽ tiếp tục giảm nhẹ.

Từ nay đến hết tháng 7, đặc biệt trong tháng 6 và đầu tháng 7, tình hình sản xuất của May Hưng Yên khá căng thẳng. Nguyên nhân là do khách hàng yêu cầu giao hàng đúng tiến độ, không chấp nhận lùi lịch như các năm trước. Việc chậm trễ giao hàng tiềm ẩn nhiều rủi ro về vận chuyển và thời gian, vì vậy trong thời gian này, toàn bộ hệ thống sản xuất đang phải tập trung cao độ để hoàn thành các đơn hàng.

Ông PHẠM MINH ĐỨC

*Tổng Giám đốc Công ty May
Nam Định*

Với những khách hàng mà Nam Định đang làm việc, quan điểm chung là dù thuế quan có thay đổi, họ vẫn sẽ tiếp tục duy trì đơn hàng và hạn chế tối đa việc di chuyển chuỗi cung ứng. Khách hàng cũng chia sẻ, vấn đề cốt lõi trong giai đoạn tới sẽ là tối ưu giá cả và xem xét lại yếu tố xuất xứ hàng hóa, chứ không phải dừng các đơn hàng. Họ cũng nhận thấy rằng mức thuế áp dụng với Việt Nam khó có thể tăng quá cao, bởi Việt Nam vẫn là nguồn cung cấp dự phòng chiến lược trong trường hợp Trung Quốc không đáp ứng được một số yêu cầu.

Ông NGUYỄN BÁ KHÁNH TÙNG

*Phó Tổng Giám đốc TCT CP
Dệt May Hà Nội*

Đến thời điểm hiện nay, Hanosimex đã chốt xong đơn hàng tháng 7, tháng 8 và đang tiếp

tục đàm phán tiếp. Về đơn hàng từ tháng 8, tháng 9 trở đi, giá cả có xu hướng cạnh tranh hơn, đòi hỏi đơn vị phải cân đối kỹ lưỡng. Là đơn vị sản xuất có quy mô nhỏ, Hanosimex đang tập trung sản xuất, tăng cường làm thêm giờ, phối hợp chặt chẽ với Dệt May Huế để duy trì sản xuất ổn định từ nay đến cuối năm.

Bà NGUYỄN THỊ PHƯƠNG THẢO

*Giám đốc điều hành
TCT May 10- CTCP*

Hiện tại đơn hàng của May 10 đã kín đến hết tháng 7, một số chủng loại như quần jacket thì hết tháng 8, một số mặt hàng khác thì đến hết năm. Đối với các hàng đơn hàng vào đầu tháng 7, khách hàng đều yêu cầu đẩy tiến độ giao sớm, dẫn đến áp lực sản xuất rất lớn. May 10 phải tổ chức sản xuất linh hoạt và tăng ca để đáp ứng.

Về tín hiệu thị trường, trong 4 tháng đầu năm, Mỹ vẫn chiếm phần lớn trong tỷ lệ phân khúc thị trường. May 10 đã gia tăng xuất khẩu tại các thị trường khác như Nhật, Nga, Úc, Hàn Quốc và Trung Quốc. Tuy nhiên, tỷ lệ tăng từ các thị trường mới chỉ bù đắp được một phần nhỏ của thị trường Mỹ.

Dự báo cho quý 3 và quý 4, tín hiệu từ thị trường chưa thực sự khả thi, đặc biệt đối với mặt hàng sơ mi. Theo đánh giá từ khách hàng, do người tiêu dùng đã mua nhiều trong thời gian trước vì lo giá tăng, nên nhu cầu tiêu dùng trong quý 3 và 4 dự kiến sẽ giảm từ 10% đến 20%. Trong quá trình trao đổi, các khách hàng cũng ghi nhận: mặc dù quan hệ giữa Mỹ và Trung Quốc có dấu hiệu tích cực hơn, nhưng các khách hàng vẫn duy trì xu hướng dịch chuyển đơn hàng từ Trung Quốc sang Việt Nam. Khách hàng đánh giá mối quan hệ song phương này vẫn tiềm ẩn nhiều bất ổn và khó thay đổi trong vòng 5-10 năm tới. Một số khách hàng cũng đã đặt câu hỏi về tỷ lệ nguyên phụ liệu xuất xứ từ Trung Quốc trong cấu thành giá thành sản phẩm.

Hiện May 10 đang chủ động tìm kiếm và mở rộng nguồn cung nguyên liệu qua kết nối với các đơn vị thành viên trong Tập đoàn, cũng như một số doanh nghiệp tại Ấn Độ và Đài Loan...□

TÁC ĐỘNG

CHÍNH SÁCH THUẾ ĐỐI ỨNG CỦA MỸ ĐẾN DỆT MAY VIỆT NAM

**TỪ
GÓC NHÌN
QUẢN TRỊ
RỦI RO**

Bài: **ĐẶNG THANH HUYỀN**

Chính sách thuế quan mới của chính quyền Tổng thống Donald Trump có thể nói đã tạo ra một cú sốc lớn đối với toàn ngành, đặc biệt với các doanh nghiệp xuất khẩu ngành may mặc, gia dụng. Trong ngắn hạn, các doanh nghiệp chịu sức ép giảm đơn hàng, sụt giảm doanh thu, dòng tiền căng thẳng và nguy cơ phải thu hẹp sản xuất. Về dài hạn, nếu mức thuế cao được duy trì, hàng Việt sẽ gặp khó khăn lớn trong cạnh tranh tại thị trường Mỹ, tác động tiêu cực tới tăng trưởng, việc làm và vị thế xuất khẩu. Bài viết này phân tích những tác động và đề xuất chiến lược quản trị rủi ro phù hợp với các doanh nghiệp ngành Dệt May Việt Nam trong bối cảnh hiện nay.



TÁC ĐỘNG NGẮN HẠN: ÁP LỰC ĐỒNG LOẠT LÊN ĐƠN HÀNG, TÀI CHÍNH VÀ LAO ĐỘNG

Ngay sau khi thông tin về khả năng áp thuế 46% được công bố, nhiều khách hàng Mỹ đã ngưng hoặc hoãn ký hợp đồng mới. Đơn hàng bị trì hoãn khiến sản xuất tại nhiều doanh nghiệp rơi vào tình trạng cầm chừng. Sau khi phía Mỹ thông báo tạm thời lùi áp dụng thuế và chỉ áp mức 10%, các doanh nghiệp đã tận dụng tối đa thời gian “90 ngày vàng” để hoàn tất đơn hàng đã ký kết.

Tuy nhiên, thực tế hiện tại là doanh nghiệp vẫn phải gánh mức thuế tổng hợp gần 28% (gồm thuế MFN và thuế bổ sung). Chi phí xuất khẩu tăng mạnh, lợi nhuận giảm khi doanh nghiệp phải chia sẻ thuế với khách hàng.

Trong khi đó, dòng tiền trở nên căng thẳng khi doanh thu giảm, các chi phí đầu vào và chi phí tài chính không giảm tương ứng. Nhiều doanh nghiệp phải xoay sở vay vốn ngắn hạn để duy trì hoạt động. Bài toán khó đặt ra là vừa đảm bảo duy trì sản xuất ổn định, vừa giữ chân được lực lượng lao động trong điều kiện đơn hàng giảm mạnh.

TÁC ĐỘNG DÀI HẠN: RỦI RO MẤT THỊ PHẦN VÀ ÁP LỰC TÁI CƠ CẤU TOÀN DIỆN

Nếu mức thuế đối ứng 46% được thực thi trong thời gian dài, hàng dệt may Việt Nam sẽ khó giữ được sức



cạnh tranh tại Mỹ – thị trường đang chiếm 40-50% kim ngạch xuất khẩu của nhiều đơn vị may mặc lớn. Người tiêu dùng Mỹ sẽ dịch chuyển sang các nguồn cung thay thế từ Bangladesh, Ấn Độ, Mexico – những quốc gia không chịu mức thuế cao.

Kết quả là kim ngạch xuất khẩu sang Mỹ có thể giảm mạnh, tác động tiêu cực đến tăng trưởng ngành, lao động mất việc và cán cân thương mại bị ảnh hưởng. Doanh nghiệp sẽ buộc phải đẩy mạnh tái cơ cấu chuỗi giá trị, tăng hàm lượng nội địa hóa, mở rộng thị trường xuất khẩu và đầu tư mạnh mẽ cho đổi mới công nghệ, nâng cao năng lực thương hiệu.

CÁC NHÓM RỦI RO PHÁT SINH

Rủi ro thị trường: Tăng thuế khiến hàng dệt may của Việt Nam giảm sức cạnh tranh, người tiêu dùng Mỹ chuyển sang mua sản phẩm thay thế, dẫn đến giảm hoặc mất thị phần cho Việt Nam. Ngoài ra, căng thẳng thương mại giữa các nước có thể làm gia tăng chủ nghĩa bảo hộ, biến động tỷ giá khi các nước đua nhau phá giá đồng nội tệ để hỗ trợ xuất khẩu.

Rủi ro tài chính: Thêm gánh nặng thuế khiến biên lợi nhuận của doanh nghiệp giảm mạnh. Các công ty sẽ chịu áp lực phải giảm giá bán để giữ đơn hàng, trong khi chi phí sản xuất không giảm theo. Dòng tiền ròng có thể bị âm do giảm thanh toán từ thị trường Mỹ và tồn kho gia tăng. Nếu thiếu thanh khoản, doanh nghiệp có thể phải tăng vay nợ hoặc hoãn đầu tư.

Rủi ro lao động: Dự báo người tiêu dùng Mỹ giảm chi tiêu, ảnh hưởng đến các đơn đặt hàng của các hãng thời trang lớn có đặt hàng tại các doanh nghiệp. Giảm đơn hàng kéo theo giảm giờ làm, giảm thu nhập, ngừng tuyển mới lao động, nguy cơ phải cho nghỉ tạm thời hoặc cắt giảm nhân sự. Khả năng “mất việc làm” và tác động an sinh xã hội nếu khó khăn kéo dài. Ngược lại, tâm lý hoang mang có thể làm giảm năng suất lao động.

Rủi ro chuỗi cung ứng: Ngành Dệt May Việt Nam phụ thuộc lớn vào nguyên liệu nhập khẩu, chủ yếu từ Trung Quốc. Nguy cơ bị đánh giá sai về xuất xứ, đặc biệt với nguyên liệu nhập khẩu từ Trung Quốc. Doanh nghiệp sẽ đối mặt rủi ro bị cơ quan Mỹ kiểm tra xuất xứ gắt gao, dẫn đến yêu cầu hoàn thuế hoặc đình chỉ xuất khẩu. Ngoài ra, gián đoạn chuỗi logistics toàn cầu (đình trệ vận chuyển, giá cước tăng) làm gia tăng chi phí vận chuyển và rủi ro giao hàng chậm trễ.



CHIẾN LƯỢC ỨNG PHÓ THEO TỪNG GIAI ĐOẠN

Ngắn hạn (3–6 tháng)

Đẩy mạnh hoàn thành đơn hàng hiện có: Dùng thời gian 90 ngày miễn giảm thuế để xúc tiến giao hàng nhanh hợp đồng đã ký. Các doanh nghiệp cần tăng ca, chạy hết công suất để đảm bảo doanh thu, thu được tiền các đơn hàng.

Đàm phán chia sẻ chi phí: Chủ động làm việc với khách hàng Mỹ, thỏa thuận chia sẻ một phần thuế tăng (ví dụ nâng giá hợp đồng hoặc bù đắp chi phí) để duy trì đơn hàng. Các đối tác có xu hướng đồng ý chia sẻ thuế, nhưng buộc doanh nghiệp phải giảm lợi nhuận để giữ thị phần.

Rà soát và tối ưu hóa mặt hàng: Kiểm soát chặt chẽ xuất xứ nguyên liệu, sử dụng nguyên liệu nội bộ sẵn có để giảm giá thành. Tái cơ cấu danh mục sản phẩm, dồn ưu tiên sản phẩm có lợi thế cạnh tranh để vừa giảm thiểu rủi ro thuế suất cao, vừa tăng tính hiệu quả.

Ổn định lực lượng lao động: Giữ vững đội ngũ công nhân, tăng cường tuyên truyền để công nhân ổn định tâm lý “không hoang mang, không dao động” tiếp tục tăng hiệu suất trong 90 ngày; Thiết lập quỹ dự phòng để ứng phó trường hợp xấu nhất.

Quản lý tài chính thận trọng: Trong bối cảnh thu nhập giảm, các chỉ số tài chính của doanh nghiệp như nợ vay, thanh khoản cần được quản lý, giám sát chặt chẽ để tránh nguy cơ rủi ro tín dụng.

Trung hạn (6–12 tháng)

Đa dạng hóa thị trường xuất khẩu: Tích cực khai thác thị trường thay thế: sớm chuyển dịch đơn hàng sang Canada, EU, Nhật, Hàn Quốc, ASEAN... Tận dụng các FTA (CPTPP, EVFTA, RCEP...) làm cơ hội mở rộng thị phần.

Nâng cao năng lực sản xuất, kinh doanh: Đẩy mạnh đầu tư công nghệ và số hóa dây chuyền (AI, tự động hóa). Cải tiến quy trình, nâng cao năng suất để giảm giá thành và tăng sức cạnh tranh. Đồng thời, đẩy mạnh phát triển thương hiệu và thị trường nội địa (100 triệu dân) để giảm phụ thuộc vào thị trường xuất khẩu.



Liên kết chuỗi cung ứng bền vững: Tăng cường nội địa hóa ngành công nghiệp hỗ trợ. Hợp tác chặt với các công ty FDI và Hiệp hội để xây dựng chuỗi giá trị vững chắc, giảm tối đa rủi ro gián đoạn. Sử dụng nguồn vải trong nước và minh bạch nguồn gốc sản phẩm. Đa dạng hóa nguồn nguyên liệu, tăng sử dụng bông Mỹ để “cân đối cán cân” song phương.

Tăng cường đàm phán thương mại: Trong giai đoạn này, Chính phủ và các hiệp hội cần phối hợp tiếp tục thương lượng với phía Mỹ để kéo giảm hoặc hoãn thuế. Đồng thời, kích hoạt toàn bộ các kênh hợp tác song phương, tận dụng vai trò đối tác chiến lược với Mỹ để đàm phán cân bằng thương mại.

Dài hạn (1–3 năm)

Chuyển đổi mô hình kinh doanh và nâng cao giá trị: Định hướng lại chiến lược phát triển: đẩy nhanh chuyển đổi số, chuyển sang chuỗi giá trị có hàm lượng giá trị cao hơn, giảm dần việc gia công thâm dụng lao động. Tích lũy nội lực để đón đầu cơ hội thị trường.

Mở rộng chuỗi cung ứng toàn cầu: Nếu doanh nghiệp có đủ tiềm lực, khuyến khích doanh nghiệp đầu tư liên doanh, lập dây chuyền sản xuất tại nước thứ ba (như chuyển một phần sản xuất sang Campuchia, Indonesia...) để thâm nhập thị trường Mỹ với lợi thế địa chính trị và thuế quan thấp hơn.

Tăng cường hợp tác quốc tế - từ cấp vĩ mô: Xây dựng quan hệ đối tác đa phương, đặc biệt với Mỹ để đảm bảo Việt Nam là “đối tác tin cậy”. Tăng cường vai trò của Hiệp hội ngành nghề hoặc một số doanh nghiệp lớn liên kết chủ động vận động qua các kênh như Phòng Thương mại Mỹ, ngành may quốc tế. Gia tăng nhập khẩu một số mặt hàng thế mạnh của Mỹ để cân bằng cán cân thương mại.

KIẾN NGHỊ CHÍNH SÁCH VÀ HỖ TRỢ

Đàm phán thương mại cấp cao: Nhà nước sử dụng các kênh ngoại giao để đàm phán với Mỹ giảm thuế hoặc tiếp tục giãn lộ trình. Tăng cường tiếng nói của hiệp hội và doanh nghiệp lớn tại các diễn đàn quốc tế. Các hiệp hội như Vitas, VASEP cần phối hợp với AmCham, Phòng thương mại Mỹ kêu gọi cộng đồng doanh nghiệp ủng hộ Việt Nam.

Hỗ trợ tài chính, thuế: Chính phủ và ngân hàng nhà nước có thể xem xét giảm lãi suất cho vay, đảm bảo thanh khoản cho doanh nghiệp, hoặc giãn, giảm thuế, phí nội địa (VAT, thuế tài nguyên) trong ngắn hạn. Đồng thời, tăng cường các gói hỗ trợ tái đầu tư, nâng cấp máy móc và hỗ trợ đào tạo nghề để giúp doanh nghiệp nâng cao năng lực cạnh tranh.

Đẩy mạnh thị trường nội địa và FTA mới: Tận dụng thị trường 100 triệu dân bằng các chính sách kích cầu để bù đắp phần nào đầu ra. Đồng thời, thúc đẩy ký kết, triển khai các FTA mới (để có thêm ưu thế thuế quan vào thị trường khác), quảng bá thương hiệu Việt tại nhiều thị trường.

Phát triển công nghiệp hỗ trợ: Nhà nước cần tiếp tục ưu tiên phát triển ngành dệt nhuộm, vải, bông trong nước để tăng hàm lượng nội địa hoá. Điều này sẽ giúp giảm sự phụ thuộc vào nguyên liệu nhập khẩu chịu thuế cao, khắc phục “nút thắt” chuỗi cung ứng, nâng cao giá trị gia tăng của sản phẩm.

Kêu gọi liên kết quốc tế: Việt Nam nên chia sẻ thông tin với các tổ chức đa phương (WTO, ILO) về tác động của chính sách thuế này, kêu gọi các đối tác và tổ chức thương mại quốc tế thúc đẩy giải pháp thương mại công bằng. Tích cực tận dụng sức mạnh liên kết khối các nước ASEAN để kêu gọi Mỹ đối thoại mang tính xây dựng để giải quyết mối quan ngại thương mại và duy trì quan hệ cân bằng.

Chính sách thuế đối ứng 46% nếu được thực thi là một thách thức lớn nhưng cũng tạo cơ hội để ngành Dệt May Việt Nam tái cấu trúc, nâng cao năng lực nội tại. Với các biện pháp ứng phó kịp thời của doanh nghiệp và sự hỗ trợ đúng hướng từ Nhà nước - Đối tác quốc tế, ngành dệt may sẽ có thể ổn định sản xuất kinh doanh, duy trì việc làm và từng bước vượt qua khó khăn trước mắt, tạo đà phát triển bền vững trong trung và dài hạn. □

VĂN HÓA SỐ

CÙNG DOANH NGHIỆP HIỆN THỰC HÓA CHIẾN LƯỢC SẢN XUẤT KINH DOANH

Bài: NGUYỄN- NGUYỄN

Với ngành dệt may, trong kỷ nguyên kinh tế tuần hoàn, chuyển đổi số trở thành một trong những mối quan tâm hàng đầu, giúp doanh nghiệp tối ưu hóa vận hành, nâng cao năng lực cạnh tranh, thích ứng nhanh chóng với những thay đổi của thị trường. Trong sự chuyển động này, văn hóa doanh nghiệp - văn hóa số được coi là mạch nguồn để hiện thực hóa những mục tiêu sản xuất kinh doanh.



VĂN HÓA THÍCH ỨNG VỚI BIẾN ĐỘNG

Văn hóa doanh nghiệp không chỉ đơn thuần là những quy tắc ứng xử hay giá trị truyền thống mà là hệ thống tư tưởng, triết lý và hành động xuyên suốt trong mọi hoạt động của doanh nghiệp. Trong thời đại công nghệ số, văn hóa doanh nghiệp càng trở nên quan trọng hơn bao giờ hết, khi mà những giá trị cốt lõi không chỉ được duy trì mà còn phải liên tục thích ứng để phù hợp với xu hướng số hóa và toàn cầu hóa. Nếu trước đây, văn hóa doanh nghiệp chủ yếu dựa vào sự gắn kết trực tiếp giữa con người với con người thì ngày nay, yếu tố công nghệ đã tạo ra những cách thức giao tiếp, làm việc và quản lý hoàn toàn mới. Trong ngành dệt may, nơi mà chuỗi cung ứng phức tạp và mạng lưới sản xuất trải rộng trên nhiều địa phương, việc áp dụng công nghệ số giúp nâng cao hiệu suất, giảm thiểu chi phí và tối ưu hóa quy trình sản xuất.

Sự khác biệt giữa văn hóa truyền thống và văn hóa số:



Nội dung	Văn hóa truyền thống	Văn hóa số
Khách hàng và nhu cầu	Đưa sản phẩm ra thị trường Dẫn dắt bởi mua hàng và cung ứng	Thu thập ý tưởng từ thị trường Dẫn dắt bởi yêu cầu của khách hàng
Tổ chức	Nhiều thứ bậc Quyết định chậm Định hướng theo quy trình và nhiệm vụ Nhiệm vụ xác định rõ (Làm cái này đi)	Ít thứ bậc, phẳng Quyết định nhanh Định hướng bởi kết quả và sản phẩm Trao quyền cho nhân viên (Hãy tìm cách để đạt mục tiêu này)
Cách thức làm việc	Hiểu nhu cầu khách hàng lâu năm và cách đáp ứng họ Có thiên hướng duy trì ổn định, học từ kinh nghiệm, chấp nhận rằng buộc Đề cao kinh nghiệm và sự ổn định Làm việc theo phòng ban, cách biệt Lộ trình thăng tiến vạch sẵn Tập trung vào lập kế hoạch và tối ưu hóa	Hiểu nhu cầu khách hàng số và cách tiếp nhận xu thế mới Có thiên hướng đổi mới, cải tiến và không chấp nhận rằng buộc Đề cao tiềm năng, tầm nhìn, sự tò mò, động lực truyền cảm hứng, sự linh hoạt và khả năng thích ứng Hợp tác "xuyên" team, phối hợp chức năng theo nhóm tích hợp. Khả năng hợp tác mạnh Thăng tiến nhanh, không theo thang bậc Tập trung vào lập kế hoạch và tối ưu hóa Tập trung vào ra mắt nhanh và học hỏi

(Theo Blue C)



Chuyển đổi số đòi hỏi một văn hóa doanh nghiệp phù hợp hơn, đổi mới sáng tạo, linh hoạt và thích ứng hơn. Trong kỷ nguyên công nghiệp trước đây, các doanh nghiệp đặt chính mình tại vị trí trung tâm; tối ưu hóa hiệu quả và năng suất dựa trên các nguồn lực hiện có; trong mối quan hệ nội bộ, vận hành theo hình thức ra lệnh và kiểm soát dựa trên chức năng, nhiệm vụ. Tuy nhiên, điều này sẽ thay đổi trong kỷ nguyên bùng nổ - kỷ nguyên bùng nổ chuyển đổi số làm trọng tâm. Các doanh nghiệp lấy khách hàng là trọng tâm, ưu tiên khách hàng, cùng hợp tác trên nguyên tắc đôi bên cùng có lợi; sẵn sàng đổi mới, sáng tạo, thử nghiệm và học hỏi, chấp nhận rủi ro; trong các mối quan hệ, doanh nghiệp ưu tiên tinh thần hợp tác và thích ứng nhanh, linh hoạt.

Theo Cẩm nang Chuyển đổi số của Bộ Khoa học, Công nghệ và Truyền thông “Văn hóa số là các quy tắc ứng xử, chuẩn mực đạo đức và sự hưởng thụ các giá trị văn hóa của con người trong môi trường số”. Để phát huy vai trò là nền tảng vững chắc cho phát triển sản xuất kinh doanh, văn hóa doanh nghiệp trong thời đại chuyển đổi số cần được xây dựng trên 4 trụ cột:

***Khách hàng là trung tâm** – Tạo ra những trải nghiệm tích cực cho khách hàng thông qua sản phẩm, dịch vụ và các mối quan hệ.

***Định hướng dữ liệu** – Sử dụng dữ liệu để ra quyết định với sự hỗ trợ của công nghệ.

***Đổi mới** – Xây dựng và liên tục cải tiến sản phẩm, quy trình; chấp nhận rủi ro và thử nghiệm các sáng kiến mới.

***Hợp tác** – Hợp tác liên phòng ban trong tổ chức và các đối tác trong hệ sinh thái để cùng tạo ra các giải pháp đột phá.

Bốn trụ cột này cần xây dựng dựa trên nền tảng của một tổ chức có mục tiêu, sứ mệnh gắn với tiêu chuẩn: Môi trường – Xã hội – Quản trị doanh nghiệp – Tài chính, bằng những cam kết, hành động bên trong và xuyên suốt trong tổ chức. Như vậy, thực hiện văn hóa doanh nghiệp trong giai đoạn chuyển đổi số không chỉ giúp doanh nghiệp vận hành hiệu quả hơn, đạt được các mục tiêu sản xuất kinh doanh mà còn tạo ra những giá trị tích cực về môi trường,

xã hội và quản trị, góp phần phát triển một hệ sinh thái kinh doanh bền vững.

Trên hành trình xây dựng văn hóa doanh nghiệp trong thời kỳ chuyển đổi số, chúng ta không tránh khỏi những thách thức như: văn hóa và cách thức làm việc truyền thống, theo lối mòn ở hầu hết các doanh nghiệp, tạo thành thói quen, lực cản ngại thay đổi cho mỗi người lao động; nhiều cá nhân chưa nhận thức được tầm quan trọng của văn hóa doanh nghiệp trong công cuộc chuyển đổi số...

LỘ TRÌNH XÂY DỰNG VĂN HÓA SỐ

Văn hóa số hướng đến mục tiêu phát triển bền vững (ESG):



Để xây dựng văn hóa doanh nghiệp trong thời kỳ chuyển đổi số, chúng ta cần một lộ trình chuyển đổi rõ ràng, bao gồm 4 bước:

01 Đánh giá hiện trạng, nhận diện những điểm mạnh và hạn chế trong văn hóa tổ chức;

02 Xác định các đặc tính cốt lõi, phù hợp với ngành và chiến lược chuyển đổi;

03 Khi đã có định hướng rõ ràng, cần triển khai các hành động cụ thể, từ xây dựng đội ngũ đại sứ văn hóa số đến tổ chức các chương trình đào tạo nhằm thống nhất nhận thức và tư duy;

04 Quá trình này không dừng lại ở việc khởi xướng mà phải được đo lường định kỳ để đảm bảo hiệu quả, điều chỉnh kịp thời và tạo động lực duy trì văn hóa số trong dài hạn.

Để thích ứng với kỷ nguyên bùng nổ, chúng ta không chỉ dừng lại ở những giá trị cốt lõi này mà cần mở rộng tư duy đổi mới sáng tạo. Tập đoàn Dệt May Việt Nam đã xác định đổi mới sáng tạo là một trong những yếu tố then chốt giúp doanh nghiệp nâng cao năng lực cạnh tranh trên thị trường quốc tế. Vì vậy, các đơn vị thành viên cần đẩy mạnh sự sáng tạo từ quản trị đến sản xuất, trong từng công đoạn sản xuất, từ thiết kế sản phẩm, tối ưu hóa quy trình sản xuất đến cải tiến dịch vụ khách hàng. Việc ứng dụng công nghệ mới như trí tuệ nhân tạo (AI), dữ liệu lớn (Big Data) hay các hệ thống quản lý sản xuất thông minh sẽ giúp nâng cao chất lượng sản phẩm, tối ưu hóa chuỗi cung ứng và đáp ứng nhanh chóng nhu cầu thị trường. Song hành với vận dụng công nghệ thì việc xây dựng văn hóa số sẽ giúp doanh nghiệp tạo ra nguồn nhân lực mới với giá trị mới như tư duy đổi mới, thích ứng với sự thay đổi, sẵn sàng tiếp thu các phản hồi biến thành cơ hội mới. Có thể nói, văn hóa số được thực hiện tốt sẽ tạo lợi thế cạnh tranh cho doanh nghiệp trên thị trường trong dài hạn. □

TỪ SÁNG KIẾN NHỎ đến CHIẾN LƯỢC LỚN

Bài: TÚ ANH

Trong bối cảnh ngành dệt may đang đối mặt với những áp lực ngày càng lớn về năng suất, chi phí và yêu cầu chất lượng khắt khe từ thị trường quốc tế, các sáng kiến cải tiến thiết bị sản xuất ngày càng đóng vai trò then chốt. Tại Tổng Công ty CP Phong Phú – một trong những doanh nghiệp dệt may top đầu Tập đoàn Dệt May Việt Nam – sáng kiến “Nâng cấp, cải tiến máy nấu tẩy liên tục” do anh Nguyễn Văn Minh thực hiện đã đánh dấu một bước tiến quan trọng trong việc tối ưu hóa quy trình sản xuất.



MÁY NẤU TẮY LIÊN TỤC

HÀNH TRÌNH BẮT ĐẦU TỪ THỰC TIỄN

Là một thành viên của Tổ Công nghệ thông tin, anh Nguyễn Văn Minh không chỉ gắn bó với các giải pháp phần mềm hay hệ thống quản lý, mà còn thường xuyên tham gia phối hợp kỹ thuật cùng các bộ phận sản xuất. Trong quá trình hỗ trợ vận hành tại xưởng, anh nhận thấy rằng máy nấu tẩy liên tục – một thiết bị trọng yếu trong chuỗi xử lý nguyên liệu vải đang gặp phải nhiều hạn chế về hiệu suất, thao tác và tính ổn định.

Quy trình cũ yêu cầu nhiều bước can thiệp thủ công, khiến thời gian xử lý kéo dài, đồng thời làm gia tăng sai số và rủi ro trong vận hành. “Mỗi lần nhập quy trình nấu tẩy, kỹ thuật viên phải thao tác bằng tay, gây mất thời gian và có thể dẫn đến nhầm lẫn. Hệ thống giám sát trạng thái cũng chưa đầy đủ, khiến việc phát hiện sự cố gặp khó khăn”, anh Minh chia sẻ.

Xuất phát từ thực tiễn đó, anh bắt tay vào việc tìm kiếm giải pháp để nâng cấp toàn diện chiếc máy từ phần điều khiển đến quy trình giám sát nhằm giúp vận hành giảm bớt công đoạn nhập

quy trình chạy, qua đó tăng sản lượng, nâng cao đời sống công nhân. Bên cạnh đó, đồng nhất về chất lượng cho từng mã hàng; kiểm soát thông số vận hành; giám sát thời gian mã hàng bắt đầu và kết thúc; phát hiện các lỗi phát sinh trong quá trình chạy và so sánh được hiệu suất giữa các ca đang chạy.

BA NHÓM KỸ THUẬT – MỘT MỤC TIÊU CHUNG

Một trong những điểm nổi bật của dự án là sự phối hợp chặt chẽ giữa ba nhóm chuyên môn: điện – điện tử, cơ khí và công nghệ thông tin. Dưới sự chủ trì của anh Nguyễn Văn Minh, dự án không đơn thuần là một bản nâng cấp phần cứng, mà còn là cuộc “tái thiết kế” toàn diện hệ thống điều khiển.

“Chúng tôi không chỉ thay thế linh kiện, mà còn tích hợp thêm các mô-đun tự động hóa mới, xây dựng phần mềm điều khiển và giám sát riêng cho hệ thống. Điều này giúp máy vận hành thông minh và chính xác hơn rất nhiều”, anh Minh cho biết.

Cụ thể, dự án đã thực hiện các bước cải tiến như:

Tự động quét mã QR: Người vận hành chỉ cần quét mã trên trục khân mộc, toàn bộ thông số sẽ tự động đổ về máy.

Kết nối hai chiều: Máy tự động nhận thông số từ hệ thống trung tâm và ngược lại, các dữ liệu vận hành cũng được cập nhật tức thời.

Giám sát thời gian thực: Quản lý có thể theo dõi mọi chỉ số trên điện thoại, từ tốc độ, lực ép, nhiệt độ, đến thời gian dừng/chạy.

Phân tích hiệu suất: Hệ thống có thể so sánh hiệu suất giữa các ca,



“Chúng tôi không chỉ thay thế linh kiện, mà còn tích hợp thêm các mô-đun tự động hóa mới, xây dựng phần mềm điều khiển và giám sát riêng cho hệ thống. Điều này giúp máy vận hành thông minh và chính xác hơn rất nhiều.”

cảnh báo lỗi, đánh giá chất lượng vận hành từng mã hàng.

SÁNG KIẾN SÁNG TẠO PHÁT HUY NỘI LỰC

Ngay sau khi áp dụng hệ thống cải tiến, các thông số sản xuất cho thấy hiệu quả rõ rệt về mặt kỹ thuật và kinh tế. Về mặt hiệu quả kỹ thuật, vận hành giảm bớt công đoạn nhập quy trình chạy, qua đó tăng sản lượng, nâng cao đời sống công nhân, giảm thời gian xử lý mỗi mẻ vải, đồng thời tỷ lệ sai sót vận hành cũng giảm nhờ vào hệ thống cảnh báo và hướng dẫn tự động.

Đặc biệt, việc đồng bộ dữ liệu giữa máy nấu tẩy và hệ thống quản lý sản xuất đã giúp bộ phận điều độ theo dõi sát tiến độ, đồng

thời dễ dàng truy xuất thông tin trong trường hợp cần phân tích nguyên nhân lỗi hoặc đánh giá hiệu suất thiết bị.

Không những vậy, sáng kiến còn mang lại lợi ích về mặt đào tạo nhân sự. “Hệ thống mới đơn giản và trực quan hơn, giúp các kỹ thuật viên mới dễ dàng tiếp cận. Chúng tôi giảm được thời gian đào tạo ban đầu đáng kể” – đại diện bộ phận sản xuất nhận xét.

Điều đáng ghi nhận là toàn bộ quá trình nâng cấp được thực hiện bằng nội lực của đội ngũ kỹ sư trong công ty, không phải thuê tư vấn hay nhà cung cấp bên ngoài. Điều này giúp tiết kiệm chi phí đáng kể (theo ước tính, tiết kiệm được khoảng 300 triệu/máy thay vì thuê ngoài đơn



vị khác thực hiện), đồng thời làm chủ hoàn toàn mã nguồn, có thể nâng cấp liên tục, nhanh chóng nhân rộng sang các thiết bị khác mà không phụ thuộc vào đối tác bên ngoài, góp phần xây dựng năng lực công nghệ tự chủ cho công ty trong dài hạn.

Dự án của anh Nguyễn Văn Minh không chỉ mang lại hiệu quả cho riêng một thiết bị, mà còn là mô hình mẫu để nhân rộng ra các dây chuyền khác. Với cơ sở hạ tầng và kinh nghiệm tích lũy, Phong Phú hoàn toàn có thể triển khai các cải tiến tương tự cho các hệ thống tẩy – nhuộm – hoàn tất khác tại từng phân xưởng như phân xưởng dệt (máy canh, máy hồ), phân xưởng nhuộm (máy xén, máy rame, máy NTLT, máy Tumbler, máy vắt); phân xưởng may (máy biên viên tự động và hệ thống điều không), các hệ thống phụ trợ như (hệ thống xử lý nước thải, trạm cấp nước nhà máy, thu hồi nước tự động, bơm hóa chất tự động)...., tạo nên một mạng lưới thiết bị thông minh đồng bộ trong toàn nhà máy.



“Phong Phú đang hướng đến xây dựng một mô hình quản trị sản xuất tập trung – kết nối dữ liệu toàn bộ thiết bị trong dây chuyền. Đây là bước chuẩn bị quan trọng để tiến tới mô hình “nhà máy thông minh”, nơi mỗi thiết bị không chỉ vận hành mà còn “giao tiếp” được với con người và hệ thống quản trị”, anh Minh cho biết.

NHỮNG BÀI HỌC RÚT RA

Dự án không tránh khỏi những khó khăn nhất định. Trong quá trình thực hiện, nhóm cải tiến gặp phải một số trở ngại kỹ thuật liên quan đến tương thích phần cứng, lập trình giao tiếp giữa các hệ thống cũ – mới, cũng như hạn chế về thời gian do máy phải được bảo trì ngoài khung giờ sản xuất.

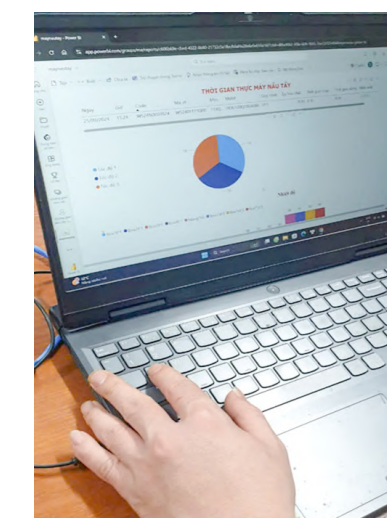
Tuy nhiên, chính những thử thách đó đã giúp đội ngũ trau dồi năng lực giải quyết vấn đề, tăng cường khả năng phối hợp liên phòng ban và rút ra bài học quý giá về quản trị dự án nội bộ.

“Không có thành công nào đến từ một cá nhân đơn lẻ. Tôi rất trân trọng tinh thần phối hợp của anh em kỹ thuật, cũng như sự ủng hộ từ lãnh đạo công ty. Sự động viên, hỗ trợ kịp thời từ Ban lãnh đạo và Công đoàn là nguồn động lực to lớn giúp vượt qua khó khăn. Nhờ có sự ủng hộ quý báu đó, dự án cải tạo máy nấu tẩy đã hoàn thành đúng tiến độ và đạt được kết quả như mong đợi. Điều đó cho thấy, khi niềm tin được đặt đúng chỗ, nội lực doanh nghiệp có thể tạo ra giá trị vượt mong đợi”, anh Nguyễn Văn Minh cho biết.



“Không có thành công nào đến từ một cá nhân đơn lẻ. Tôi rất trân trọng tinh thần phối hợp của anh em kỹ thuật, cũng như sự ủng hộ từ lãnh đạo công ty. Sự động viên, hỗ trợ kịp thời từ Ban lãnh đạo và Công đoàn là nguồn động lực to lớn giúp vượt qua khó khăn. Nhờ có sự ủng hộ quý báu đó, dự án cải tạo máy nấu tẩy đã hoàn thành đúng tiến độ và đạt được kết quả như mong đợi. Điều đó cho thấy, khi niềm tin được đặt đúng chỗ, nội lực doanh nghiệp có thể tạo ra giá trị vượt mong đợi.”

Sáng kiến này được thực hiện sau khi đã hội đủ các điều kiện cần thiết. Việc số hóa đã được Ban lãnh đạo quan tâm và thực hiện từ nhiều năm trước, sau khi có đầy đủ dữ liệu đã tích lũy,



cộng với việc nghiên cứu các công nghệ lập trình, báo cáo trên nền tảng Power BI mà Tập đoàn đã tổ chức học và cấp chứng chỉ, Phong Phú đã tự tin triển khai và áp dụng vào sản xuất. Để thuận lợi đưa vào vận hành, anh Minh và đội ngũ đã có khoảng 2 tháng để chuẩn bị và thử nghiệm. Đây là sự kết nối dữ liệu 2 chiều từ phần cứng máy sản xuất và phần mềm là hệ thống dữ liệu tập trung, kết quả áp dụng được các quản đốc và người vận hành đánh giá cao do báo cáo theo thời gian thực trên thiết bị di động nên có thể xem thông tin bất cứ thời điểm nào. Sau khi thực hiện thành công dự án này, Phong Phú đã có nền tảng kỹ thuật để thực hiện các dự án khác như tại phân xưởng dệt, tạo nên một hệ sinh

thái thông minh, khép kín, nâng cao năng suất lao động.

GIÁ TRỊ BỀN VỮNG TỪ ĐỔI MỚI

Sáng kiến cải tiến máy nấu tẩy liên tục là một ví dụ tiêu biểu cho tinh thần đổi mới sáng tạo từ bên trong – nơi mà người kỹ sư không chỉ làm nhiệm vụ chuyên môn, mà còn chủ động phát hiện vấn đề và mạnh dạn đưa ra giải pháp.

Trong kỷ nguyên cạnh tranh toàn cầu, những thay đổi dù nhỏ nhưng liên tục, tích lũy qua từng thiết bị, từng dây chuyền, chính là “ngọn lửa bên trong” giúp doanh nghiệp như Phong Phú duy trì vị thế tiên phong. Dự án của anh Nguyễn Văn Minh là minh chứng rõ ràng cho điều đó – không chỉ là một cải tiến kỹ thuật, mà còn là một bước tiến văn hóa trong việc nuôi dưỡng sáng tạo nội bộ. “Đạt giải Nhất trong cuộc thi Lao động Sáng tạo năm 2024 là một dấu mốc đáng nhớ trong hành trình làm việc của tôi. Giải thưởng này không chỉ là sự công nhận cho những nỗ lực không ngừng nghỉ, mà còn là nguồn động viên quý giá để tôi tiếp tục theo đuổi con đường đổi mới và sáng tạo. Tôi cảm thấy vinh dự khi có thể góp phần mang lại giá trị thiết thực cho công việc”, anh Minh chia sẻ. □



Ý kiến CHUYÊN GIA

tháng 5
2025

PV (tổng hợp)

Bộ trưởng Bộ Công Thương Nguyễn Hồng Diên

“Việt Nam hiện có nhu cầu mua sắm hàng hóa, trang thiết bị, dịch vụ từ Hoa Kỳ với số lượng lớn, giá trị cao và ổn định. Đây đều là những sản phẩm Hoa Kỳ có thể mạnh và Việt Nam có nhu cầu. Tuy nhiên, trao đổi thương mại giữa hai nước chưa thực sự tương xứng tiềm năng. Do đó, cả hai bên đều cần khẩn trương rà soát, kịp thời tháo gỡ các khó khăn vướng mắc, tạo điều kiện thuận lợi cho các doanh nghiệp trong việc mua bán các sản phẩm thiết yếu, bổ sung cho nhu cầu hàng hóa của nhau. Trong thời gian tới các doanh nghiệp cần tích cực hơn nữa để hiện thực hóa tiềm năng to lớn này. Đây là hành động thiết thực giúp thúc đẩy quan hệ hợp tác kinh tế, thương mại và đầu tư giữa hai nước một cách thực chất, ngày càng đi vào chiều sâu và hiệu quả, góp phần hướng tới cân bằng cán cân thương mại hài hòa, bền vững.”

Thứ trưởng Bộ Tài chính Trần Quốc Phương

“Quý I/2025 có sự bùng nổ trong đăng ký doanh nghiệp mới và doanh nghiệp quay trở lại hoạt động với các lý do chính như niềm tin của doanh nghiệp vào môi trường sản xuất, kinh doanh của Việt Nam cũng như triển vọng tăng trưởng kinh tế của nền kinh tế chúng ta tốt hơn. Nền kinh tế ngày càng được củng cố và nâng cao, thể hiện qua các kết quả, đặc biệt là qua công tác chỉ đạo, điều hành của Chính phủ, Thủ tướng Chính phủ.”

Tham tán thương mại Việt Nam tại Nga Dương Hoàng Minh

“Việt Nam và Nga là hai quốc gia có quan hệ hữu nghị truyền thống từ lâu đời, là Đối tác chiến lược toàn diện từ năm 2012. Năm 2015 Việt Nam và Liên minh Kinh tế Á - Âu (EAEU) đã ký FTA tạo khung khổ pháp lý thuận lợi cho doanh nghiệp. Đến nay, khoảng gần 90% các sản phẩm xuất khẩu từ Việt Nam sang Nga có thuế nhập khẩu bằng 0% hoặc ở mức rất thấp, tạo lợi thế cho doanh nghiệp Việt Nam. Với một thị trường lớn, đa dạng và nhiều cạnh tranh như Nga, để nhắm tới mục tiêu chiếm lĩnh thị phần tương đối, doanh nghiệp cần thiết lập chiến lược định vị thương hiệu bài bản và kế hoạch triển khai cụ thể. Ngoài việc thường xuyên tham gia xúc tiến thương mại, doanh nghiệp cần mở văn phòng đại diện hoặc thành lập công ty con, cử cán bộ sang làm việc tại Nga để cập nhật tình hình, xu hướng thị trường cũng như thói quen mua sắm phục vụ việc xây dựng và triển khai chiến lược kinh doanh.”

Phó chủ tịch Viện Hàn lâm Khoa học xã hội Việt Nam TS. Đặng Xuân Thanh

“Nếu không kịp thời đổi mới mô hình tăng trưởng, tái cơ cấu nền kinh tế, Việt Nam sẽ khó tránh khỏi nguy cơ rơi vào bẫy thu nhập trung bình. Mô hình tăng trưởng hiện nay của Việt Nam vẫn dựa nhiều vào khai thác tài nguyên, tăng đầu tư công, trong khi dư địa lao động giá rẻ đang dần cạn kiệt. Bên cạnh đó, mô hình tăng trưởng theo chiều rộng không còn đáp ứng kỳ vọng về một nền kinh tế phát triển năng động, sáng tạo và giảm khả năng cạnh tranh toàn cầu.”

Nguyên Viện trưởng Viện Nghiên cứu quản lý kinh tế Trung ương TS. Nguyễn Đình Cung

“Điều kiện quan trọng để Việt Nam đạt tăng trưởng hai con số, là phải tháo gỡ được vướng mắc về thể chế đang là “điểm nghẽn của điểm nghẽn” đối với tăng trưởng. Việc tháo gỡ những điểm nghẽn về thể chế, từ bỏ tư duy “không quản được thì cấm”, “năng lực quản lý nhà nước đến đâu thì mở cho đầu tư đến đó”; bãi bỏ các thủ tục hành chính mang tính xin – cho, không rõ ràng, tùy tiện trong diễn giải và áp dụng. Nhà nước cần đồng hành với doanh nghiệp đổi mới sáng tạo bằng các cơ chế hỗ trợ nghiên cứu thông qua các quỹ quốc gia và ngành, địa phương, qua đó thúc đẩy mạnh mẽ khoa học công nghệ phát triển, góp phần tạo đột phá cho tăng trưởng kinh tế.”

Thành viên HĐQT, Tổng Giám đốc May Đức Giang Phạm Tiến Lâm

“Năm nay, khó khăn, bất ổn trong kinh doanh nhiều hơn năm ngoái do thuế quan đối ứng của Mỹ áp thuế đối ứng lên nhiều nước trên thế giới trong đó có Việt Nam, cùng với đó là chiến tranh thương mại khiến chuỗi cung ứng sẽ một lần nữa đứt gãy và phân hóa gây khó khăn cho hoạt động xúc tiến thương mại. Để thực hiện mục tiêu doanh thu và lợi nhuận tăng nhẹ so với năm ngoái, May Đức Giang sẽ triển khai nhiều nhóm giải pháp thích ứng với tình hình thị trường mới trong bối cảnh thuế quan bất định, đẩy mạnh hoạt động Marketing và ứng dụng AI trong mọi hoạt động, cải thiện liên tục chất lượng sản phẩm, kiểm soát chi phí và rủi ro, quy hoạch và đào tạo nhân sự trẻ có chuyên môn cao.”

TƯƠNG LAI CỦA NGÀNH THỜI TRANG được AI HỖ TRỢ

Bài: HOÀNG THU HÀ (lược dịch)



AI đang đóng vai trò rất quan trọng trong cải thiện dự báo nhu cầu, quản lý hàng tồn kho, tìm kiếm sản phẩm và chụp ảnh. Các công cụ AI cũng được sử dụng để đưa ra các khuyến nghị kích cỡ cá nhân hóa, giảm lượng hàng trả lại và cải thiện độ vừa vặn, ngoài việc hợp lý hóa phát triển sản phẩm, giảm rất nhiều thời gian làm mẫu và tăng cường sự cộng tác giữa các nhóm thiết kế. Trong sản xuất, các công cụ AI có thể tạo ngay lập tức các file thiết kế kỹ thuật từ bản vẽ phác thảo, phát hiện các lỗi tiềm ẩn và mô phỏng cách thức vải phản ứng thế nào, đảm bảo các thiết kế sẵn sàng cho sản xuất với ít sai sót hơn và ít phế liệu hơn. Chắc chắn ứng dụng AI được sử dụng nhiều nhất trong ngành thời trang ngày nay!

DỰ BÁO NHU CẦU ĐỂ LINH HOẠT HƠN

Một trong những trở ngại chính trong ngành thời trang là quản lý hàng tồn kho. Bằng cách cải thiện việc lên kế hoạch cho bộ sưu tập, AI giúp các nhãn hàng tránh được các rắc rối tốn kém của việc thiếu hàng hóa hoặc hàng tồn quá mức. Trong thực tế, gần như tất cả các nhãn hàng lớn toàn cầu và các nhãn hàng địa phương đang khai thác AI để dự đoán nhu cầu và đi trước cuộc chơi. Zara sử dụng AI để phân tích hành vi của khách hàng và xu hướng bán hàng, cho phép công ty nhanh chóng bổ sung các mặt hàng phổ biến và tránh sản xuất dư thừa.

Tương tự, H&M sử dụng phân tích được AI thúc đẩy (AI-driven) để tinh chỉnh lại các chiến lược hàng tồn kho, đảm bảo rằng các sản phẩm phù hợp với nhu cầu của thị trường trong khi chỉ sản xuất lượng cần thiết. AI cũng đang đóng vai trò quan trọng cho gã khổng lồ hàng thể thao như Nike và Adidas, họ sử dụng phân tích dự đoán để dự đoán nhu cầu trong các thị trường khác nhau. Uniqlo kết hợp thông tin chi tiết về khách hàng với dữ liệu thời tiết và dữ liệu xu hướng để tối ưu hóa hàng tồn kho, đảm bảo đáp ứng nhu cầu khách hàng một cách có hiệu quả.

SHEIN sử dụng AI để phân tích lượng dữ liệu vô cùng lớn từ hành vi của khách hàng, các mô hình tìm kiếm và lịch sử mua sắm để dự đoán khách hàng sẽ muốn mua gì trong lần tới, đảm bảo rằng các sản phẩm theo xu hướng được sản xuất ra và dự trữ với lượng phù hợp. SHEIN cũng tích hợp AI vào các quá trình của chuỗi cung cấp của mình để theo dõi các mức hàng tồn kho trong thời gian thực.

Một ứng dụng khác của dự báo nhu cầu dựa trên AI trong bán lẻ là lập kế hoạch mua và bán hàng. AI chỉ đơn giản chuyển đổi việc mua và lập kế hoạch bán hàng của nhà bán lẻ bằng cách cho phép tiếp cận dành riêng cho từng cửa hàng hơn là dựa vào các phương pháp phân cụm truyền thống.



Dự báo được AI thúc đẩy cũng giúp các nhà máy thực hiện sản xuất đúng lúc (JIT). Biết trước nhu cầu cho phép lập kế hoạch tốt hơn việc sử dụng máy, giảm thời gian dừng máy và tiêu thụ năng lượng.

Ví dụ, nhãn hàng quần áo nam của Pháp có 65 cửa hàng ở 25 thành phố và đang nhắm tới mục tiêu mở thêm 100 cửa hàng trong vòng hai đến ba năm tới. Celio đã áp dụng AI thông qua quan hệ đối tác với Inncreff, một công ty bán lẻ SaaS (phần mềm làm dịch vụ), để cải thiện các hoạt động bán lẻ. Thay vì nhóm các cửa hàng thành các cụm, nhãn hàng hiện coi mỗi cửa hàng như một thực thể duy nhất. Cách tiếp cận này cho phép Celio giải quyết các nhu cầu cụ thể của mỗi địa điểm bằng phân tích các yếu tố như là doanh số bán hàng trước đây và các xu hướng tiêu dùng địa phương, giúp tối ưu hóa quản lý hàng tồn kho. Một trong những kết quả ấn tượng nhất của việc Celio sử dụng AI là gia tăng việc bán nguyên giá từ 48% lên 60%. Mục tiêu là đạt độ chính xác dự báo trên 90%.

Delvify.ai có trụ sở tại London giới thiệu nền tảng quản lý nguyên vật liệu được AI hỗ trợ (AI-powered Material Management Platform), giúp thay đổi cách các nhãn hàng thời trang và thương nhân tìm được nguyên vật liệu, đẩy nhanh quá trình sản xuất.

Dự báo được AI thúc đẩy cũng giúp các nhà máy thực hiện sản xuất đúng lúc (JIT). Biết trước nhu cầu cho phép lập kế hoạch tốt hơn việc sử dụng máy, giảm thời gian dừng máy và tiêu thụ năng lượng. Ví dụ, nếu nhà máy đang sử dụng công cụ dựa trên AI có thể dự đoán nhu cầu cho các kiểu dáng, màu sắc hoặc kích cỡ cụ thể, công cụ có thể hỗ trợ nhà máy ưu tiên các dây chuyền sản xuất theo đó và như vậy nó có thể nhanh chóng điều chỉnh sản xuất cho các sản phẩm đang theo xu hướng, cải thiện tốc độ đưa hàng ra thị trường.

GIẢI TỐI ĐA VÀ TINH GIẢN XỬ LÝ HÀNG TRẢ LẠI

Xử lý hàng may mặc bị trả lại là thách thức nghiêm trọng mà các nhãn hàng thời trang đối mặt. Độ vừa vặn kém chiếm gần 35% số hàng bị trả lại, tạo nên sự phức tạp về logistic và tổn thất tài chính cho nhãn hàng.

Các giải pháp dựa trên AI giảm nhẹ các vấn đề này bằng cách đưa ra các khuyến nghị kích cỡ được cá nhân hóa, thử ảo quần áo, tăng cường quản lý hàng tồn kho và tối ưu hóa kho hàng.

Ví dụ, công cụ Nike Fit của Nike có thể đo quét bàn chân để khuyến nghị cỡ giày hoàn hảo, giảm tối đa tỷ lệ hàng bị trả lại một cách ngoạn mục.

Trong khi đó, Amazon Fashion sử dụng công cụ AI như là “Made for You”. Khách hàng có thể dùng ứng dụng Amazon để đo cơ thể họ bằng cách nhập các chi tiết như là chiều cao, cân nặng và hình dáng cơ thể vào cùng với việc tải lên hai bức ảnh. Công nghệ đo quét dựa trên AI của ứng dụng “Made for You” sau đó phân tích thông tin này để tạo nên các số đo chính xác của cơ thể để có độ vừa vặn phù hợp từng cá nhân. Việc này giúp Amazon giảm đáng kể tỷ lệ hàng bị trả lại.

Một cách khác để làm giảm hàng bị trả lại bằng cách sử dụng AI gồm thử ảo Try-Ons và dự đoán độ vừa vặn (Fit Predictions). Người mua sắm trực tuyến thấy khó xác định liệu một sản phẩm cụ thể sẽ phù hợp với vóc dáng cơ thể của họ hay không. Các công cụ tạo phong cách ảo, được hỗ trợ bởi thị giác máy tính và học máy, cho khách hàng thấy các mặt hàng

này sẽ vừa vặn và trông như thế nào trước khi mua. Các công cụ này phân tích thói quen mua sắm trước kia, cho thấy mô hình mua sắm và sự ưa thích để gợi ý các sản phẩm phù hợp, cải thiện các cơ hội bán hàng và giảm tối đa hàng bị trả lại.

AI có thể hợp lý hóa quá trình logistics ngược bằng cách phân tích dữ liệu hàng bị trả lại để dự đoán các xu hướng/mô hình trong trả lại hàng hóa. Dữ liệu này giúp kho hàng phân bổ nguồn lực có hiệu quả hơn như là chỉ định các khu vực cụ thể để nhận các mặt hàng bị trả lại hoặc sắp xếp lịch xử lý hàng bị trả lại trong các giai đoạn cao điểm.

Các công cụ được AI hỗ trợ cũng có thể tự động hóa việc kiểm tra và phân loại các sản phẩm bị trả lại. AI cũng giúp nhà kho tối ưu hóa không gian bằng cách xác định các mặt hàng bán chậm hoặc có tần suất trả lại cao, đồng thời có thể tối ưu hóa logistics bằng cách lập kế hoạch các tuyến đường có hiệu quả nhất để gom hàng về. Việc này làm giảm chi phí nhiên liệu và đẩy nhanh quá trình, làm lợi cho cả nhãn hàng và khách hàng.

TĂNG CƯỜNG TÍNH CHÍNH XÁC CỦA TÌM KIẾM BẰNG CÁCH GẮN THẺ SẢN PHẨM BẰNG AI

Gắn thẻ sản phẩm tự động dựa trên AI tạo nên các sản phẩm chính xác, hợp lý hóa các kết quả tìm kiếm và cải thiện khả năng tìm ra sản phẩm.

Zara sử dụng AI để tự động gắn thẻ sản phẩm, đảm bảo phân loại chính xác và tinh chỉnh quá trình tìm kiếm cho khách hàng. Tương tự, ASOS sử dụng các hệ thống gắn thẻ sản phẩm được AI thúc đẩy để cải thiện các kết quả tìm kiếm bằng cách gắn thẻ cho



các mặt hàng dựa trên các thuộc tính như màu, kích cỡ, kiểu dáng và vật liệu.

Streamoid, một đối tác công nghệ AI cho các nhà bán lẻ thời trang, đưa ra một công cụ gọi là Catalogix, giúp đơn giản hóa việc tạo catalog sản phẩm trên các nền tảng thương mại điện tử. Catalogix tự động tạo ra các thẻ thuộc tính sản phẩm bằng cách dùng các thuật toán AI tiên tiến. Điều này dẫn đến giảm 80% về chi phí đào tạo và quản lý và rút ngắn đáng kể thời gian đưa sản phẩm ra thị trường.

Catalogix tích hợp dữ liệu từ nhiều nguồn khác nhau của các nhà bán lẻ như là ERP hoặc bảng tính Excel bằng cách dùng các kết nối được xây dựng sẵn. Sau đó AI vẽ bản đồ và chuyển đổi dữ liệu thành các tập hợp chính xác và nhất quán trên toàn bộ hệ thống của nhãn hàng. Quá trình này làm giảm thời gian từ 6 giờ xuống chỉ còn 6 phút!

THIẾT KẾ NHANH HƠN, THÔNG MINH HƠN VỚI AI

AI đang xác định lại thiết kế thời trang bằng cách hỗ trợ các nhóm sáng tạo để tạo ra thiết kế với quy mô và tốc độ chưa từng có. AI cũng đang giúp các nhà máy trong việc đơn giản hóa quá trình từ thiết kế – sản xuất cũng như hợp lý hóa các quá trình tiếp theo khi cần các thông số đầu vào thiết kế.

Ngày nay các giám đốc sáng tạo và nhóm của họ có thể tạo ra hàng nghìn thiết kế chỉ trong nháy mắt. Với việc tích hợp AI và các công cụ AI tạo sinh vào các nền tảng thiết kế của họ, họ chỉ cần nhập đầu vào là các bản vẽ phác thảo và các chi tiết mong muốn – như là vải, các bảng màu và kết cấu bề mặt... để tự

động tạo ra một loạt thiết kế, do vậy giúp các nhà thiết kế có được vô cùng nhiều kiểu dáng và ngoại quan. Sau đó nhóm có thể thiết kế các mặt hàng mới được dựa trên các đầu ra này, mở cánh cửa cho việc tạo nên các sản phẩm đổi mới có số lượng hạn chế.

Ví dụ, Hugo Boss đã tích hợp thiết kế 3D được AI thúc đẩy vào quá trình của họ, làm giảm thời gian làm mẫu tới 85%. Gã khổng lồ hàng thể thao toàn cầu Nike sử dụng phần mềm 3D của Browzwear, với việc tích hợp AI, để hợp lý hóa phát triển sản phẩm, làm giảm nhu cầu mẫu vật lý và đẩy nhanh quá trình đưa sản phẩm ra thị trường. H&M tận dụng phần mềm thiết kế 3D dựa trên AI để cải thiện sự cộng tác giữa các nhóm thiết kế và các nhà cung cấp, dẫn tới việc phát triển sản phẩm nhanh hơn và bền vững hơn.

AI đã có tác động mang tính chuyển đổi trong việc thực nghiệm nhiều phong cách thiết kế đa dạng, đặc biệt là lĩnh vực thiết kế CMF (màu sắc - Colour), (nguyên vật liệu - Material), (hoàn tất - Finish). Các công cụ trực quan hóa được AI thúc đẩy như là kết xuất 3D hoặc bố cục mặt bằng của hàng ảo, cũng cho phép các nhà thiết kế hình dung nhanh chóng sản phẩm mới hoặc cửa hàng sẽ trông như thế nào trong các bối cảnh khác nhau.

CẢI THIỆN HIỆU QUẢ TRONG SẢN XUẤT

Ngày nay các nhà máy có thể sử dụng các công cụ AI để đẩy nhanh chuỗi hoạt động từ thiết kế tới sản xuất. AI thu hẹp khoảng cách giữa thiết kế và sản xuất bằng cách hỗ trợ làm mẫu nhanh hơn và sẵn sàng cho sản xuất. Ví dụ, các nhà thiết kế có thể nhập thông tin đầu vào là các bản vẽ phác thảo hoặc ý tưởng vào công cụ AI để tạo nên các file thiết kế kỹ



thuật (như là CAD) ngay lập tức. Các file này có thể được sử dụng trực tiếp trong các máy cắt và may tự động, làm giảm thời gian từ lúc còn là khái niệm tới sản xuất.

Đáng chú ý, AI xác định được các lỗi tiềm ẩn trong các file thiết kế trước khi chúng được đưa vào sản xuất. Ví dụ, nó có thể phát hiện sự không nhất quán trong các mẫu rập hoặc các điểm tạo mũi may có thể gây ra sự cố trong sản xuất.

AI cũng đánh giá tính thực tiễn của thiết kế dựa trên các hạn chế trong sản xuất, như là khả năng có sẵn vải, độ phức tạp của máy trình may và công suất của máy. Các nhà sản xuất có thể chú trọng vào các thiết kế khả thi, giảm tối đa các sai sót sản xuất và phế liệu.

Một cách sử dụng khác của các công cụ thiết kế thời trang dựa trên AI trong sản xuất là tùy chỉnh hàng loạt các thiết kế. Các công cụ này có thể hỗ trợ nhà sản xuất đáp ứng các thiết kế cá nhân hóa ở quy mô lớn.

Bằng cách sử dụng dữ liệu khách hàng như là các số đo của cơ thể và sự ưa thích kiểu dáng, AI có thể thích ứng các mẫu rập cho từng sản phẩm trong khi vẫn duy trì hiệu quả trong sản xuất hàng loạt.

Các công cụ AI cũng đã cải thiện độ chính xác của các file sẵn sàng cho thiết kế như là CAD. Các mẫu rập cơ bản chính của TUKATECH, hiện có trên TUKAweb Marketplace, đảm bảo rằng các nhà thiết kế bắt đầu với nền tảng vững chắc, giảm sai sót trong quá trình thiết kế. Các thông số chính, gồm độ dư đường may, các vị trí nhấn chiết và các số đo độ vừa vặn được tối ưu hóa thông qua các thuật toán được AI thúc đẩy, giảm tối đa nhu cầu sửa chữa thủ công. Một khách hàng sản xuất hàng may mặc ở Ấn Độ, sử dụng TUKA3D, đã báo cáo tỷ lệ chính xác là 98% trong các thiết kế CAD ban đầu, giảm đáng kể nhu cầu lặp lại mẫu và giảm tối đa phế liệu. Với TUKA3D, các nhà thiết kế có thể mô phỏng sản phẩm may mặc trên các avatar ảo, đồng thời xác định các vấn đề tiềm ẩn về độ vừa vặn hoặc kết cấu trước khi vải được cắt.

Browzwear, công ty cung cấp phần mềm thiết kế hàng may mặc 3D cho ngành thời trang, phát triển các sản phẩm may mặc và các giải pháp thương mại, nhấn mạnh rằng một trong các khách hàng của họ đã sử dụng AI để tạo ra 24 phối màu mới cho một sản phẩm may, giảm trên 100 giờ nếu làm việc thủ công. Bằng cách tích hợp AI với các công cụ sáng tạo kỹ



thuật số và các hệ thống quản lý vòng đời sản phẩm (PLM), các nhãn hàng có thể tạo ra và chia sẻ sổ tay kỹ thuật với các nhà máy, đảm bảo tính chính xác và giảm việc soát xét nhiều lần.

AI ĐỊNH NGHĨA LẠI BẢO DƯỠNG DỰ ĐOÁN

Trong sản xuất dệt may, AI được sử dụng trong bảo dưỡng dự đoán máy cắt, máy may và máy dệt kim. Các máy này có thể được tích hợp với các cảm biến được AI hỗ trợ để dự đoán bất kỳ hỏng hóc có thể xảy ra.

Trong trường hợp máy cắt, các sự cố này gồm gãy dao và hỏng ổ trục v.v. trong khi đối với máy may thì sự cố gồm đứt chỉ, các bộ phận không cân chỉnh đúng, mức dầu bôi trơn và mô tơ cháy.

Tất cả các công ty công nghệ cắt lớn như Lectra, Morgan Tecnica, IMA, Eastman và Bullmer đang sử dụng khái niệm bảo dưỡng dự đoán trong các máy cắt của họ. Ví dụ, Eastman sử dụng công nghệ đồng bộ hóa để số hóa toàn bộ điều khiển chuyển động.

Eastman sử dụng hệ thống Robotic Indicstion System (ROI) tự động phát hiện bộ phận nào đó bắt đầu hỏng hoặc hoạt động không tốt, hiển thị lỗi này trên màn hình để người dùng biết để thay thế.

Ngoài ra, AI và máy học đang được sử dụng để làm cho máy cắt thậm chí còn đáng tin cậy và tiên tiến hơn. Ví dụ, lưỡi dao – là một bộ phận chính của máy, hiện được AI giám sát. Máy có thể cho biết lưỡi dao có tuổi thọ bao lâu dựa trên loại hình sản xuất và điều này được dự đoán bằng cách thu thập dữ liệu từ việc sử dụng máy.

Thú vị hơn là, một khi một số thông tin cốt lõi từ máy được thu thập, các công ty công nghệ cắt như Lectra có thể chuẩn bị “Kit bảo dưỡng” được cung cấp trực tiếp tới nơi cho khách hàng mà không cho họ biết và toàn bộ quá trình được gọi là “tự động tân trang”. Công ty tự động gửi tới khách hàng các bộ phận họ đang sử dụng nhiều nhất dựa trên dữ liệu đã được phân tích và họ không cần đặt hàng.

Thông qua các cảm biến dựa trên IoT mà Smartex cung cấp, các nhà máy có thể thu thập dữ liệu lỗi trong thời gian thực, giúp họ xác định được rất nhiều vấn đề mà có thể mắt người không nhận ra. Các lỗi này gồm vết của sợi elastan, các vấn đề do platin tạo ra, dây dầu, sợi elastan bị đứt, độ mảnh sợi không đều, các vấn đề của kim, và nhiều nhiều nữa, mở đường cho phân tích chuyên sâu và kiểm soát chất lượng vượt trội.

Tương tự, với sự trợ giúp của hệ thống bảo quản tự động được AI hỗ trợ, các nhà kho có thể theo dõi các băng chuyền, máy phân loại và hệ thống lấy hàng tự động, dự đoán các lỗi sai và giảm sự đứt gãy trong quản lý hàng tồn kho.

AI HỖ TRỢ ĐỘ CHÍNH XÁC TRONG KIỂM TRA TRỰC QUAN VÀ KIỂM SOÁT CHẤT LƯỢNG

Việc kiểm tra trực quan hàng may mặc thành phẩm từ lâu là thách thức đối với nhiều nhà máy sản xuất hàng loạt. Các máy được AI hỗ trợ, như là máy từ công ty Dongguan Yunji Zhihui Technology Co. Ltd, một công ty phát triển thiết bị thông minh công nghệ cao và nhà cung cấp dịch vụ kỹ thuật có trụ sở tại Trung Quốc, hợp lý hóa quá trình với khả năng đo lường tự động.

Ví dụ, khi đo một áo T-shirt, máy phát hiện các kích thước của các khu vực không bị che của áo khi áo được trải phẳng. Trong vòng vài giây, máy hiển thị thông điệp đạt/không đạt trên màn hình, cùng với tất cả các số đo. Máy đánh giá chính xác các kích thước của sản phẩm may, xác định các lỗi và tính toán độ lệch rồi được tự động đưa vào hệ thống. Các máy này cũng nhận dạng các chi tiết của sản phẩm và tạo ra báo cáo chất lượng toàn diện, đơn giản hóa các hoạt động của nhà máy may. Máy có biên độ sai số chỉ +/- 1 mm, so với sai số 5 mm khi đo thủ công. Máy có thể đo mỗi sản phẩm nhiều nhất chỉ mất 6 giây.

Một ứng dụng khác của AI trong giám sát chất lượng đang chứng tỏ là bước ngoặt đối với các nhà máy. Các công cụ được AI hỗ trợ phân tích dữ liệu sản xuất đối với phân xưởng trong quá khứ để nhận diện các mô hình và dự đoán khiếm khuyết trong hoạt động hoặc sản phẩm. Bằng cách xem xét kỹ các thuộc tính như là hệ số sử dụng máy, hiệu suất của nhân viên và hiệu quả của quá trình, các hệ thống này có thể dự báo tới 80% các khiếm khuyết tiềm ẩn trong thời gian thực.

Avanti Overseas, nhà sản xuất đồ chơi từ hàng dệt ở Noida, Ấn Độ, đang sử dụng AI để cải tiến việc kiểm tra chất lượng trước khi nhồi xơ. Hệ thống này đã giúp làm giảm tỷ lệ lỗi từ trên 15% khi kiểm tra bằng phương pháp thủ công xuống chưa tới 3%.

AI TĂNG CƯỜNG KIỂM TRA VẢI GIÚP HÀNG DỆT KHÔNG CÓ LỖI

Các công cụ AI để kiểm tra lỗi vải sử dụng thị giác máy tính tiên tiến, máy học và hệ thống tự động để phân tích vải với một cách chính xác. Camera độ phân giải cao và cảm biến bắt giữ các hình ảnh chi tiết hoặc các video về vải, sau đó được phân tích trong thời gian thực bằng các thuật toán AI được đào tạo để phát hiện các lỗi như là xé rách, không hợp màu và độ không đều khi dệt.

Các hệ thống này phân loại và vẽ bản đồ lỗi, tạo ra báo cáo chi tiết gồm cả loại, kích cỡ và vị trí để lập kế hoạch sản xuất. Dữ liệu lịch sử được lưu trữ để nhận diện các vấn đề thường xảy ra và tối ưu hóa các quá trình kiểm soát chất lượng. Ngoài ra, các vòng phản hồi tự động hóa giúp máy dệt hoặc máy nhuộm điều chỉnh trong thời gian thực, giảm tối đa lỗi và tăng hiệu suất sản xuất tổng thể.□

Nguồn: <https://apparelresources.com/technology-news/retail-tech/powered-ai-future-fashion/>

THỜI TRANG BỀN VỮNG TRONG KỶ NGUYÊN CÔNG NGHỆ

GIẢI PHÁP KỸ THUẬT

CHO MỘT TƯƠNG LAI XANH

Bài: HOÀNG MẠNH CẨM



Ngành công nghiệp thời trang đang đối mặt với áp lực chuyển đổi do những hệ lụy nghiêm trọng về môi trường và điều kiện lao động từ mô hình “thời trang nhanh”. Trong bối cảnh đó, công nghệ thời trang (Fashion Technology – FT) nổi lên như một giải pháp trọng tâm, thúc đẩy sản xuất bền vững thông qua các ứng dụng tiên tiến như in 3D, dệt may thông minh, vật liệu sinh học, blockchain và công nghệ xử lý màu không độc hại. Bài viết phân tích vai trò của FT trong quá trình chuyển đổi này, thông qua các nghiên cứu điển hình từ Adidas, Patagonia, H&M, Nike, Levi’s và Stella McCartney, góp phần định hình một hệ sinh thái thời trang minh bạch, bền vững và có trách nhiệm xã hội.

NHỮNG CÔNG CỤ THAY ĐỔI CUỘC CHƠI

Các công nghệ hiện đại đang mở ra nhiều hướng đi mới cho sản xuất thời trang bền vững. Một số công nghệ tiêu biểu và ứng dụng rộng rãi trong ngành có thể kể đến như:

In 3D (additive manufacturing) cho phép sản xuất sản phẩm theo từng chi tiết từ mô hình số, giúp tối ưu hóa sử dụng nguyên liệu và giảm lãng phí. Ứng dụng của in 3D trong thời trang không chỉ nằm ở việc tạo ra các phụ kiện độc đáo mà còn trong sản xuất các chi tiết may phụ trợ, giảm thời gian và chi phí sản xuất. Adidas đã áp dụng công nghệ in 3D trong quá trình sản xuất các bộ phận giày thể thao kết hợp với vật liệu tái chế, góp phần giảm tối đa chất thải sản xuất và tăng tính cá nhân hóa sản phẩm.

Vật liệu sinh học và công nghệ xanh xử lý màu mở ra các lựa chọn thay thế cho sợi tổng hợp truyền thống. Sợi từ tảo, nấm hay sợi cellulose được sản xuất có khả năng phân hủy sinh học và có tác động môi trường thấp hơn. Bên cạnh đó, công nghệ xử lý màu hiện đại như công nghệ nhuộm không nước, nhuộm bằng laser hay nhuộm kỹ thuật số giúp giảm thiểu lượng nước và hóa chất sử dụng trong khâu nhuộm, góp phần giảm ô nhiễm. Levi’s đã thử nghiệm công nghệ “Water<Less” - quy trình giảm thiểu nước trong sản xuất denim, giúp tiết kiệm hàng triệu lít nước mỗi năm, đồng thời giảm tác động đến hệ sinh thái địa phương.

Dệt thông minh (Smart Textiles) tích hợp các cảm biến và thành phần điện tử vào vải, không chỉ gia tăng tính năng sử dụng của sản phẩm mà còn kéo dài tuổi thọ của sản phẩm thông qua các công nghệ tự bảo vệ hoặc tự sửa chữa. Các loại smart textiles có thể theo dõi tình trạng sức khỏe người mặc, phản ứng với môi trường nhiệt độ hoặc độ ẩm một cách tự động. Nhiều thương hiệu thời trang đang phát triển các sản phẩm dệt may thông minh với ứng dụng trong y tế và thể thao, qua đó mở ra các hướng phát triển sản phẩm bền vững và có giá trị gia tăng cao.

Blockchain cung cấp một hệ thống ghi nhận giao dịch minh bạch, không thể giả mạo, giúp theo dõi chuỗi cung ứng từ nguồn nguyên liệu đến tay người tiêu dùng. Điều này không chỉ giúp tăng tính minh bạch mà còn đảm bảo thông tin về điều kiện sản xuất, điều kiện lao động và nguồn gốc vật liệu được công khai. H&M đã ứng dụng blockchain nhằm xác minh nguồn gốc của các sợi hữu cơ và polyester tái chế, từ đó cung cấp thông tin minh bạch cho khách hàng về hành trình của mỗi sản phẩm.

Công nghệ Internet vạn vật (IoT) và dữ liệu lớn (Big Data) giúp giám sát và tối ưu hóa các quy trình sản xuất cũng như quản lý chuỗi cung ứng. Cảm biến IoT có thể theo dõi nhiệt độ, độ ẩm, tình trạng máy móc và lưu lượng hàng hóa, giúp phát hiện sớm các bất thường và đưa ra quyết định kịp thời nhằm giảm lãng phí và tối ưu hóa hiệu suất.

HỢP TÁC ỨNG DỤNG CÔNG NGHỆ HƯỚNG TỚI THỜI TRANG BỀN VỮNG

Adidas & Parley for the Oceans: Tái chế rác thải đại dương

Adidas đã xây dựng một trong những dự án tiêu biểu nhất về thời trang bền vững khi hợp tác với Parley for the Oceans. Dự án sử dụng rác thải nhựa từ đại dương để sản xuất giày dép và trang phục. Các lưới đánh cá bị loại bỏ khỏi đại dương được thu gom, xử lý và chuyển hóa thành sợi polyester tái chế. Sau đó, công nghệ in 3D được ứng dụng để tạo ra các chi tiết phụ trợ và phụ kiện cho sản phẩm giày thể thao. Sự kết hợp giữa công nghệ in 3D, vật liệu tái chế và quy trình sản xuất xanh đã giúp Adidas giảm lượng rác thải nhựa đồng thời truyền cảm hứng cho các doanh nghiệp khác trong ngành thay đổi mô hình sản xuất.

Patagonia & Chương trình Worn Wear: Tiêu dùng có trách nhiệm và kinh tế tuần hoàn

Patagonia đã tiên phong với chương trình Worn Wear nhằm khuyến khích khách hàng sửa chữa và tái sử dụng sản phẩm thay vì liên tục tiêu dùng mới. Sử dụng nền tảng số và ứng dụng di động, Patagonia cung cấp dịch vụ sửa chữa miễn phí và tổ chức các buổi hội thảo hướng dẫn khách hàng cách bảo trì, tái sử dụng sản phẩm. Mỗi năm, chương trình thu hồi và khắc phục hàng chục nghìn sản phẩm, giảm đáng kể lượng rác thải dệt may và chi phí sản xuất. Ngoài ra, Patagonia còn tích cực tham gia các sáng kiến về bảo vệ môi trường như “1% for the Planet” nhằm tài trợ cho các dự án bảo vệ thiên nhiên.

H&M & Bộ sưu tập Conscious: Minh bạch chuỗi cung ứng qua công nghệ Blockchain

H&M, đã áp dụng công nghệ blockchain để đảm bảo tính minh bạch của chuỗi cung ứng và tính xác thực của nguyên liệu sử dụng trong các sản phẩm của bộ sưu tập Conscious. Blockchain được tích hợp để ghi chép thông tin từ khâu cung ứng sợi hữu cơ, polyester tái chế cho đến khi sản phẩm đến tay người tiêu dùng. Điều này đảm bảo mỗi sản phẩm có thể được truy xuất nguồn gốc một cách rõ ràng và minh bạch.

Nike - Công nghệ Considered Design

Nike đã áp dụng quy trình “Considered Design” để tối ưu hóa việc sử dụng nguyên liệu và giảm thiểu chất thải từ quá trình sản xuất. Công nghệ này bao gồm việc sử dụng vật liệu tái chế và kỹ thuật thiết kế nhằm tăng hiệu quả sản xuất, giảm ảnh hưởng đến môi trường.

Levi's - Công nghệ Water<Less và Laser Treatment

Levi's đã tiên phong áp dụng công nghệ Water<Less cho dây chuyền sản xuất denim nhằm giảm tiêu thụ nước, đồng thời sử dụng laser treatment trong việc tạo ra những hiệu ứng gia công trên denim, thay thế các phương pháp dùng hóa chất truyền thống. Qua đó, hãng đã giảm đáng kể lượng nước và hóa chất cần thiết trong quy trình sản xuất.

Stella McCartney - Sự hợp tác với công nghệ bền vững

Stella McCartney luôn tiên phong trong việc ứng dụng các vật liệu bền vững và đổi mới công nghệ nhằm giảm thiểu tác động đến môi trường. Hãng không chỉ sử dụng các sợi từ nguồn tái tạo mà còn triển khai các nghiên cứu về công nghệ da không động vật và vật liệu tự tái tạo, từ đó tạo ra những sản phẩm không chỉ đẹp về thẩm mỹ mà còn thân thiện với môi trường.

HỆ SINH THÁI HỢP TÁC VÀ TƯƠNG TÁC ĐA CHIỀU

Một điểm mấu chốt để thúc đẩy chuyển đổi bền vững trong ngành thời trang chính là sự hợp tác giữa các bên liên quan. Hệ sinh thái này bao gồm:

Doanh nghiệp và nhà cung cấp: Họ cần hợp tác chặt chẽ để đảm bảo các tiêu chuẩn bền vững được tích hợp ngay từ khâu lựa chọn nguyên liệu, sản xuất đến phân phối.

Chính quyền và cơ quan quản lý: Chính sách hỗ trợ, ưu đãi thuế và các quy định pháp lý phù hợp sẽ tạo động lực cho các doanh nghiệp đầu tư vào công nghệ xanh.

Tổ chức phi chính phủ và cộng đồng: Các tổ chức này đóng vai trò giám sát, cung cấp thông tin và hướng dẫn các dự án bền vững, đồng thời tổ chức các chương trình giáo dục cộng đồng nhằm nâng cao nhận thức.

Cá nhân người tiêu dùng: Chính người tiêu dùng, với sức mạnh của các chiến dịch truyền thông và thông tin minh bạch, sẽ định hình xu hướng tiêu dùng và tạo áp lực cho các doanh nghiệp thay đổi.

Điển hình như sự phối hợp giữa Adidas và Parley for the Oceans không chỉ là mối quan hệ doanh nghiệp – tổ chức môi trường mà còn là một chiến lược truyền thông rộng rãi, tạo ra làn sóng ý thức cộng đồng đối với việc bảo vệ đại dương.

CƠ HỘI VÀ THÁCH THỨC VỚI NGÀNH DỆT MAY VIỆT NAM

Công nghệ thời trang hiện đại đã mở ra những giải pháp khả thi, nhưng trước bối cảnh chuyển đổi toàn cầu hướng đến sản xuất xanh và tiêu dùng bền vững, ngành Dệt May Việt Nam đang đối mặt với một số thách thức đặc thù:

✓ **Phụ thuộc vào nguyên liệu đầu vào nhập khẩu:** dẫn tới việc kiểm soát nguồn gốc bền vững của nguyên liệu gặp nhiều khó khăn, đặc biệt khi các thương hiệu quốc tế ngày càng yêu cầu truy xuất chuỗi cung ứng minh bạch.

✓ **Công nghệ sản xuất còn hạn chế:** do phần lớn doanh nghiệp vẫn sử dụng công nghệ nhuộm truyền thống, tiêu tốn nhiều nước, hóa chất và gây ô nhiễm môi trường. Chỉ một số ít doanh nghiệp lớn có khả năng đầu tư vào công nghệ xử lý nước thải tiên tiến hoặc nhuộm không nước.

✓ **Thiếu tiêu chuẩn bền vững quốc gia:** Việt Nam hiện chưa có hệ thống chứng nhận bền vững toàn ngành mang tính bắt buộc hoặc chuẩn hóa theo các hiệp định thương mại tự do mới như EVFTA hay CPTPP, khiến doanh nghiệp gặp khó khi tiếp cận các thị trường có tiêu chuẩn cao như EU.

Tuy vậy, Việt Nam cũng đang sở hữu nhiều cơ hội chuyển đổi tích cực:

✓ **Thu hút FDI và chuyển giao công nghệ xanh:** Nhiều tập đoàn quốc tế đã và đang đầu tư vào Việt Nam với yêu cầu khắt khe về tiêu chuẩn môi trường, từ đó mở ra cơ hội học hỏi và chuyển giao công nghệ bền vững cho doanh nghiệp trong nước.

✓ **Xu hướng mua sắm bền vững tại các thị trường xuất khẩu:** Các thị trường xuất khẩu chính của Việt Nam như EU, Hoa Kỳ và Nhật Bản đều đang gia tăng yêu cầu về truy xuất nguồn gốc, trách nhiệm xã hội và giảm phát thải trong chuỗi giá trị. Do đó, doanh nghiệp nào chuyển đổi kịp thời sẽ có lợi thế cạnh tranh rõ rệt.



Một số khuyến nghị trọng tâm:

✓ Đầu tư đổi mới công nghệ sản xuất xanh, như công nghệ nhuộm không nước, hệ thống xử lý nước thải tuần hoàn, vật liệu tái chế và dây chuyền tiết kiệm năng lượng. Trong đó, sự hỗ trợ từ Nhà nước qua các chính sách khuyến khích, ưu đãi về thuế, tín dụng xanh là điều kiện tiên quyết.

✓ Tham gia hệ sinh thái minh bạch chuỗi cung ứng bằng ứng dụng blockchain hoặc các nền tảng dữ liệu để nâng cao khả năng truy xuất nguồn gốc, từ đó đáp ứng yêu cầu của các đối tác quốc tế.

✓ Đào tạo nhân lực công nghệ số chuyên biệt cho ngành dệt may, kết hợp giữa kỹ thuật – thiết kế – môi trường.

✓ Xây dựng các thương hiệu quốc gia về thời trang bền vững, nâng tầm hình ảnh “Made in Vietnam” không chỉ về giá cả, chất lượng mà còn về trách nhiệm và sáng tạo.

✓ Hợp tác với các thương hiệu quốc tế, tăng cường các liên doanh, liên kết với các thương hiệu thời trang lớn hoặc các tổ chức quốc tế (như BCI, SAC) để học hỏi kinh nghiệm và tiếp cận thị trường có tiêu chuẩn cao. □

DỰ BÁO CHIẾN LƯỢC VÀ THÍCH ỨNG LINH HOẠT

NÂNG CAO NĂNG LỰC CẠNH TRANH TRONG KỶ NGUYÊN KINH TẾ TUẦN HOÀN

Bài: VĂN PHÒNG HỘI ĐỒNG QUẢN TRỊ

Trong bối cảnh mô hình tuyến tính truyền thống trở nên lỗi thời, đặc biệt đối với các nền kinh tế định hướng xuất khẩu như Việt Nam, kinh tế tuần hoàn (KTTH) nổi lên như một giải pháp chiến lược. KTTH không chỉ giúp tối ưu hóa vòng đời sản phẩm, giảm chi phí nguyên liệu và rủi ro môi trường – xã hội, mà còn mở ra cơ hội chuyển đổi ngành dệt may theo hướng đổi mới sáng tạo, công nghệ cao và gia tăng giá trị. Việc hướng tới các mô hình sản xuất xanh, nâng cao điều kiện lao động và giảm thiểu tác động môi trường không chỉ là yêu cầu thị trường mà còn là trách nhiệm xã hội, đảm bảo tính bền vững cho ngành Dệt May Việt Nam trong tương lai.

DỰ BÁO CHIẾN LƯỢC: CÁC KỊCH BẢN CHUYỂN ĐỔI SANG KTTH ĐẾN NĂM 2030

Trên cơ sở tổng hợp xu hướng quốc tế và thực trạng nội tại, VP HĐQT đưa ra 3 kịch bản dự báo chiến lược cho ngành Dệt May Việt Nam đến năm 2030. Trong đó, cùng làm rõ vai trò của Vinatex nhằm định hướng chiến lược và chuẩn bị năng lực thích ứng.

Kịch bản 1: Chuyển đổi toàn diện – Hỗ trợ bởi chính sách và công nghệ

Trong kịch bản tích cực này, xu hướng tiêu dùng xanh tiếp tục được mở rộng trên toàn cầu, trong khi các chính sách hỗ trợ trong nước về tín dụng xanh, ưu đãi thuế cho sản phẩm tái chế và phát triển công nghệ sạch được thực thi quyết liệt. Việt Nam nhanh chóng xây dựng được hạ tầng hỗ trợ cho KTTH, bao gồm trung tâm tái chế vật liệu dệt, hệ thống xử lý nước thải tập trung tại các khu công nghiệp và sản giao dịch nguyên phụ liệu xanh. Các doanh nghiệp lớn như Vinatex nắm bắt thời cơ để đầu tư mạnh vào số hóa chuỗi cung ứng, phát triển sản phẩm thiết kế sinh thái (eco-design), mở rộng quy mô sản xuất nguyên liệu xanh trong nước.

Với kịch bản này, năng lực cạnh tranh của ngành Dệt May Việt Nam được nâng lên rõ rệt, có thể giữ vững vị trí trong nhóm 3 quốc gia xuất khẩu dệt may lớn nhất thế giới, đồng thời mở rộng thị phần sang các phân khúc cao cấp hơn với sản phẩm xanh, bền vững. Vinatex trong vai trò dẫn dắt sẽ trở thành nhà cung cấp một điểm đến toàn diện, không chỉ sản xuất mà còn thiết kế, phân phối và tái chế sản phẩm, đồng thời thu hút các thương hiệu quốc tế xây dựng chuỗi cung ứng dài hạn tại Việt Nam.

Kịch bản 2: Chuyển đổi cục bộ – Mô hình thích ứng không đồng đều

Trong kịch bản trung bình, quá trình chuyển đổi sang KTTH diễn ra nhưng với tốc độ không đồng đều giữa các doanh nghiệp và vùng sản xuất. Các chính sách hỗ trợ chưa đủ sức lan tỏa rộng khắp, đặc biệt đối với các doanh nghiệp vừa và nhỏ, trong khi các rào cản kỹ thuật và tiêu chuẩn xanh ngày càng khắt khe tại thị trường xuất khẩu chủ lực như EU và Mỹ. Một số doanh nghiệp lớn như Vinatex và các doanh nghiệp FDI vẫn duy trì được thị phần nhờ năng lực đầu tư và hợp tác quốc tế, tuy nhiên toàn ngành vẫn có nguy cơ bị phân hóa sâu sắc.

Trong tình huống này, ngành Dệt May Việt Nam có thể vẫn giữ được mức tăng trưởng xuất khẩu, nhưng chủ yếu tập trung vào các doanh nghiệp đầu tàu. Vinatex sẽ phải đối mặt với áp lực nâng cao vai trò điều phối chuỗi cung ứng trong nước, chuyển giao công nghệ và mô hình quản trị ESG cho các đơn vị thành viên và đối tác vệ tinh nhằm tránh đứt gãy chuỗi giá trị. Đây cũng là giai đoạn thử thách năng lực quản trị chiến lược, khi Tập đoàn cần linh hoạt chuyển hướng đầu tư, duy trì lợi thế cạnh tranh mà vẫn đảm bảo sự lan tỏa phát triển bền vững trong hệ sinh thái ngành.

Kịch bản 3: Chậm thích ứng – Đánh mất thị phần và tụt hậu chiến lược

Trong kịch bản tiêu cực, Việt Nam chậm ban hành các chính sách hỗ trợ thực chất đối với chuyển đổi xanh trong ngành dệt may, trong khi các thị trường xuất khẩu chủ lực siết mạnh các hàng rào kỹ thuật liên quan đến carbon, truy xuất nguồn gốc và trách nhiệm xã hội. Các doanh nghiệp trong nước không đủ năng lực đầu tư công nghệ tái chế, tiếp cận tín dụng xanh hay đáp ứng yêu cầu chứng nhận quốc tế. Chuỗi cung ứng thiếu minh bạch khiến hàng hóa Việt Nam bị loại khỏi các hệ thống phân phối toàn cầu lớn.

Với kịch bản này, năng lực cạnh tranh của ngành Dệt May Việt Nam suy giảm nhanh chóng, xuất khẩu có thể sụt giảm mạnh sau năm 2027 khi các quy định của EU và Mỹ bắt đầu có hiệu lực toàn diện. Các doanh nghiệp nhỏ và vừa buộc phải thu hẹp sản xuất hoặc chuyển hướng sang thị trường nội địa có biên lợi nhuận thấp. Ngay cả các doanh nghiệp cũng gặp khó khăn trong việc giữ chân các đối tác toàn cầu, mất dần vị thế trên bản đồ chuỗi cung ứng dệt may quốc tế. Đây là viễn cảnh không mong muốn, nhưng cần được tính đến để chuẩn bị các phương án dự phòng chiến lược.

Đánh giá xác suất xảy ra các kịch bản

Sau khi Tổng thống Donald Trump quay trở lại Nhà Trắng vào tháng 1/2025 đồng thời ban hành hàng loạt các biện pháp thuế bổ sung và thuế đối ứng mới áp dụng cho hơn 180 nền kinh tế, sự phục hồi kinh tế toàn cầu sau Covid-19 bị đe dọa nghiêm trọng. Cuộc chiến tranh thương mại Mỹ - Trung trở lại tâm điểm và làm suy yếu niềm tin thị trường. Các tổ chức quốc tế đều đã hạ dự báo tăng trưởng kinh tế toàn cầu và kinh tế Mỹ so với dự báo cuối năm 2024 do lo ngại về ảnh hưởng của chính sách bảo hộ đến đầu tư tư nhân và chỉ tiêu tiêu dùng. Thương mại toàn



cầu đứng trước nguy cơ đổ vỡ và bóng ma suy thoái trở lại. Trong ngắn hạn, nhu cầu tại thị trường Mỹ có thể bị giảm dẫn tới tổng cầu dệt may giảm, đồng thời trong dài hạn doanh nghiệp Việt Nam dễ vào thế bị động nếu không kịp nâng cấp năng lực đáp ứng tiêu chuẩn của các thị trường phát triển, đặc biệt khi chủ nghĩa bảo hộ được vận hành dưới hình thức “tiêu chuẩn xanh”.

Mặt khác, các xung đột địa – chính trị kéo dài, tình hình bất ổn ở Trung Đông và căng thẳng tại eo biển Đài Loan, đang làm trầm trọng thêm chi phí logistics và làm gián đoạn các tuyến vận chuyển quan trọng. Điều này không chỉ khiến chi phí sản xuất đầu vào tăng cao, mà còn thúc đẩy các tập đoàn thời trang toàn cầu tái cấu trúc chuỗi cung ứng theo hướng gần thị trường tiêu dùng hơn (nearshoring), giảm vai trò của các quốc gia chỉ làm gia công. Việt Nam nếu không chuyển đổi lên nấc cao hơn của chuỗi giá trị, có nguy cơ bị thay thế trong chiến lược phân bổ đơn hàng của các tập đoàn đa quốc gia.

Bên cạnh đó, biến đổi khí hậu ngày càng tác động rõ nét đến chuỗi cung ứng nguyên liệu và sản xuất dệt may. Các thị trường tiêu dùng lớn cũng đang đẩy mạnh các công cụ như thuế carbon biên giới (CBAM), truy xuất nguồn gốc, quy định về vòng đời sản phẩm, buộc doanh nghiệp phải có năng lực chứng minh tính tuần hoàn và phát thải thấp của sản phẩm. Trong khi đó, đa phần doanh nghiệp dệt may Việt Nam hiện vẫn đang ở giai đoạn khởi đầu của quá trình chuyển đổi xanh, thiếu nền tảng dữ liệu, công nghệ và tài chính để đáp ứng toàn diện các yêu cầu mới.

Từ góc độ nội tại, quá trình chuyển đổi sang KTTH tại Việt Nam nhìn chung vẫn thiếu sự đồng bộ. Mặc dù Nhà nước đã có những bước khởi đầu như Chiến lược Quốc gia về tăng trưởng xanh giai đoạn 2021 – 2030,

tầm nhìn 2050 hay Đề án phát triển KTTH ở Việt Nam, nhưng các cơ chế hỗ trợ cụ thể, đặc biệt là tài chính xanh, ưu đãi thuế và hạ tầng tái chế chung, vẫn chưa thực sự vận hành hiệu quả ở cấp doanh nghiệp. Do đó, khả năng phổ biến rộng rãi mô hình tuần hoàn ra toàn ngành trong 5 năm tới là khá thấp, nếu không có sự đột phá về chính sách hoặc động lực mạnh mẽ từ thị trường quốc tế.

Trước thực trạng này, các doanh nghiệp đầu tàu như Vinatex có khả năng thích ứng cao hơn, nhờ vào quy mô, năng lực đầu tư và mạng lưới quan hệ đối tác chiến lược, nhưng vẫn phải đối mặt với áp lực dẫn dắt chuỗi cung ứng nội địa – vốn đang manh mún và thiếu tính liên kết. Việc Vinatex từng bước triển khai sản phẩm sợi tái chế, công nghệ xử lý nước thải tuần hoàn và tiên phong chuyển dịch sang KTTH là những tín hiệu tích cực, nhưng nếu không có cơ chế hỗ trợ lan tỏa xuống chuỗi cung ứng cấp 2 và 3, thì khả năng hình thành một hệ sinh thái tuần hoàn toàn diện vẫn là một thách thức lớn.

Tổng hòa các yếu tố trên cho thấy, khả năng xảy ra kịch bản thứ nhất – tăng tốc chuyển đổi tuần hoàn – là tích cực về mặt kỳ vọng chiến lược, nhưng còn xa về mặt hiện thực, khi chưa có đủ lực đẩy về chính sách, tài chính và hạ tầng. Trong khi đó, kịch bản thứ ba – chậm thích ứng – hoàn toàn có thể xảy ra nếu Việt Nam không kịp thay đổi trong vòng 2 - 3 năm tới, khi các quy định mới của thị trường quốc tế bắt đầu có hiệu lực. Do đó, kịch bản thứ hai là xác thực và mang tính cảnh báo chiến lược cao nhất, do cân nhắc các yếu tố nội tại và ngoại lực đang có những tác động nhất định với cả ngành dệt may và chính sách quốc gia. Đồng thời đặt ra yêu cầu cấp thiết phải tăng tốc đầu tư có trọng điểm, cho phép áp dụng mô hình “thử nghiệm – nhân rộng” do các doanh nghiệp dẫn đầu như Vinatex thực hiện.

ĐỊNH HƯỚNG NÂNG CAO NĂNG LỰC CẠNH TRANH TRONG KỶ NGUYÊN TUẦN HOÀN

Để hiện thực hóa mục tiêu nâng cao năng lực cạnh tranh trong kỷ nguyên KTTH, Tập đoàn Dệt May Việt Nam không chỉ cần duy trì vai trò dẫn dắt trong chuỗi giá trị ngành, mà còn phải chủ động chuyển hóa toàn bộ mô hình sản xuất – quản trị – đổi mới sáng tạo của mình theo hướng xanh và bền vững. Trong đó, năng lực dự báo chiến lược, khả năng thích ứng linh hoạt và quyết tâm chuyển đổi là những yếu tố định hình sự thành công để đưa kịch bản “chuyển đổi cục bộ, không đồng đều” sang kịch bản “chuyển đổi tuần hoàn toàn diện” nhưng đặt ra yêu cầu Vinatex thực hiện một chiến lược đa chiều, dựa trên năm trụ cột xuyên suốt:

01 Triển khai mô hình sản xuất tuần hoàn khép kín nhằm giảm phụ thuộc nguyên liệu sơ cấp, tiết kiệm tài nguyên và giảm phát thải. Vinatex cần thiết lập trung tâm thu gom rác thải và tái chế nội bộ, đồng thời thí điểm mô hình “zero discharge” tại các nhà máy nhuộm lớn.

02 Chuẩn hóa chuỗi cung ứng và tích hợp quản trị ESG, thông qua hệ thống truy xuất nguồn gốc kỹ thuật số (QR, blockchain) và quản lý dữ liệu theo thời gian thực. Tích cực tham gia đánh giá các chỉ số quốc tế như Higg Index, ZDHC, để nâng cao minh bạch và vị thế toàn cầu.

03 Thúc đẩy đổi mới sáng tạo nguyên liệu liệu và thiết kế theo hướng sinh thái – tuần hoàn. Tập trung phát triển sợi tái chế, sợi hữu cơ, vải phân hủy sinh học và thúc đẩy hợp tác với các viện nghiên cứu, trường đại học, startup sáng tạo.

04 Dẫn dắt xây dựng hệ sinh thái dệt may tuần hoàn thông qua liên kết ngành, hình thành cụm công nghiệp tuần hoàn cấp vùng với hạ tầng xử lý và tái chế đồng bộ, nơi Vinatex đóng vai trò hạt nhân.

05 Tăng cường năng lực tài chính xanh và số hóa hệ thống. Mở rộng hợp tác với các tổ chức tài chính, tận dụng tín dụng xanh, đồng thời đào tạo nhân lực về ESG, công nghệ số và quản trị rủi ro môi trường để nâng cao năng lực chuyển đổi. □

BẢN TIN VINATEX

ĐẢNG BỘ TRUNG TÂM ĐIỀU HÀNH TẬP ĐOÀN DỆT MAY VIỆT NAM: ĐOÀN KẾT – TRÍ TUỆ – DÂN CHỦ – ĐỔI MỚI – PHÁT TRIỂN

Chiều 06/5, tại Hà Nội, Đảng bộ Trung tâm điều hành Tập đoàn Dệt May Việt Nam (Vinatex) đã tổ chức thành công Đại hội Đảng bộ lần thứ I, nhiệm kỳ 2025-2030 với tinh thần Đoàn kết – Trí tuệ – Dân chủ – Đổi mới – Phát triển.

Báo cáo chính trị nhiệm kỳ 2020-2025 của Đảng bộ Trung tâm điều hành Vinatex nêu rõ, để triển khai thực hiện Nghị quyết Đại hội Đảng bộ Vinatex lần thứ III, nhiệm kỳ 2020-2025, Ban Chấp hành (BCH) Đảng bộ Cơ quan Vinatex tại Hà Nội và BCH Đảng bộ Cơ quan Vinatex tại Tp. Hồ Chí Minh đã chủ động xây dựng chương trình công tác toàn khóa, quy chế làm việc của BCH Đảng bộ nhiệm kỳ 2020-2025, tập trung lãnh đạo, chỉ đạo, tổ chức thực hiện các Chỉ thị, Nghị quyết, Kết luận của Trung ương và Đảng ủy Tập đoàn. Tháng 12/2024, Đảng bộ Vinatex đã quyết định thành lập Đảng bộ Trung tâm điều hành Vinatex trên cơ sở sáp nhập Đảng bộ Cơ quan Tập đoàn tại Hà Nội và Đảng bộ Cơ quan Tập đoàn tại Tp. Hồ Chí Minh. BCH Đảng bộ Trung tâm điều hành Vinatex đã xây dựng chương trình công tác năm, quy chế làm việc của BCH Đảng bộ, phân công nhiệm vụ cho từng Ủy viên BCH, sắp xếp lại các chi bộ và Đảng viên ở từng chi bộ cho phù hợp với tình hình mới. Đảng bộ đóng vai trò quan trọng tham mưu cho Đảng ủy Tập đoàn trong lãnh đạo, chỉ đạo các hoạt động SXKD, đổi mới, nâng cao hiệu quả quản trị, tăng năng suất lao động, đảm bảo việc làm và thu nhập cho người lao động.

Nhiệm kỳ 2025-2030 là nhiệm kỳ đầu tiên của Đảng bộ Trung tâm điều hành với nhiều nhiệm vụ hết sức thách thức, đúng vào giai đoạn có các yêu cầu cao cả từ môi trường bên trong và bên ngoài. Đảng bộ Trung tâm điều hành để ra mục tiêu: Xây dựng Đảng bộ Trung tâm điều hành trong sạch, vững mạnh toàn diện với tổ chức tinh gọn, hiệu lực, hiệu quả. Khẳng định vai trò là trung tâm trí tuệ cao nhất của Tập đoàn, là cơ quan hoạch định và tham mưu chiến lược, cơ

XÂY DỰNG VINATEX PD&B LÀ “ĐẦU KÉO” CHO NGÀNH HÀNG FOB

Sáng 13/5, Chi bộ Chi nhánh Tập đoàn Dệt May Việt Nam, Trung tâm Phát triển sản phẩm và Kinh doanh Vinatex (Chi bộ Vinatex PD&B) đã tổ chức thành công Đại hội Chi bộ lần thứ I, nhiệm kỳ 2025 – 2030. Cũng trong dịp này, Tập đoàn đã tổ chức Lễ gắn biển công trình chào mừng Đại hội Đảng bộ Tập đoàn Dệt May Việt Nam lần thứ IV, nhiệm kỳ 2025 – 2030 đối với công

quan tổ chức triển khai các chương trình hành động đột phá trong toàn Tập đoàn, cơ quan kiểm tra, giám sát chủ động toàn diện mọi hoạt động của Công ty Mẹ và các thành viên. Khơi dậy sức mạnh trí tuệ tiềm tàng, đẩy mạnh đưa các thành tựu của đổi mới sáng tạo vào hoạt động của Tập đoàn. Tập trung gia tăng năng suất tổng hợp, hoàn thành quá trình chuyển đổi số, phát triển xanh, bền vững, kiên định mục tiêu xây dựng Tập đoàn là “một điểm đến cung ứng giải pháp trọn gói về dệt may và thời trang xanh”. Mục tiêu SXKD đảm bảo tăng trưởng hàng năm 2 con số, tập trung tham mưu và thực hiện nhiệm vụ Công ty Mẹ, kiến tạo nền tảng phát triển cho các đơn vị thành viên đạt được lợi nhuận hợp nhất năm 2030 gấp 2 lần năm 2024, tổng lợi nhuận hợp nhất cả nhiệm kỳ đạt trên 5.000 tỷ đồng. Trực tiếp điều hành nhiệm vụ SXKD Công ty Mẹ với mục tiêu lợi nhuận riêng năm 2030 gấp 3 lần năm 2024, tổng lợi nhuận riêng cả nhiệm kỳ đạt trên 1.500 tỷ đồng.

Phát biểu chỉ đạo tại Đại hội, đồng chí Lê Tiến Trường – Ủy viên BCH Đảng bộ Chính phủ – Bí thư Đảng ủy, Chủ tịch HĐQT Vinatex nhấn mạnh, nhiệm kỳ 2025-2030, Đảng bộ Trung tâm điều hành cần tiếp tục triển khai mạnh mẽ 6 vấn đề, đó là: Khẳng định tư duy hệ thống tổ chức Công ty Mẹ cần liên tục thay đổi theo nhiệm vụ mới, phương thức hoạt động mới; Giáo dục, bồi dưỡng, phát triển đảng viên trong đội ngũ cán bộ trẻ, cán bộ học tập ở nước ngoài về là mục tiêu đồng thời là giải pháp cho phát triển bền vững Tập đoàn; Đổi mới công tác cán bộ và phương thức làm việc của cơ quan Công ty Mẹ theo hướng tổ chức tri thức – tổ chức học tập; Tiếp tục đổi mới hạ tầng quản trị số, đảm bảo nhanh chóng, chính xác, hiệu quả; Tiếp tục nâng cao chất lượng và tính chuyên ngành sâu sắc của các hoạt động nghiên cứu thị trường, công nghệ, phương thức quản lý, hoạt động SXKD ngành sợi, ngành may; Triển khai hoạt động nghiên cứu phát triển cả cho ngành Sợi và May trên cơ sở hoạt động của 2 ban SXKD.

trình Tòa nhà điều hành của Vinatex PD&B tại 524 Minh Khai, Hai Bà Trưng, Hà Nội.

Báo cáo tại Đại hội, đồng chí Vương Đức Anh – Bí thư Chi bộ, Giám đốc Vinatex PD&B cho biết, ngày 06/12/2024, Đảng ủy Tập đoàn Dệt May Việt Nam đã ban hành Quyết định số 2037-QĐ/ĐUTĐ về việc thành lập Chi bộ cơ sở Vinatex PD&B. Kể từ khi thành lập tới nay, Chi

bộ Vinatex PD&B tập trung lãnh đạo thực hiện nhiệm vụ chính trị nhằm định hình hoạt động sản xuất kinh doanh. Trong công tác xây dựng Đảng, Chi bộ Vinatex PD&B đã triển khai các giải pháp đồng bộ, hiệu quả trên cơ sở những chủ trương, đường lối, Nghị quyết của Đảng ủy cấp trên...

Nhiệm kỳ 2025 – 2030, Chi bộ đặt mục tiêu xây dựng chi bộ trong sạch vững mạnh, theo nguyên tắc tập trung dân chủ, đề cao tính chủ động, sáng tạo của cá nhân và sức mạnh trí tuệ tập thể; đẩy mạnh việc ứng dụng mô hình quản trị mới, công nghệ mới vào hoạt động của Chi bộ; Thực hiện theo định hướng chung của Tập đoàn Dệt May Việt Nam về xây dựng chuỗi cung ứng – phục vụ mục tiêu “một điểm đến”, theo định hướng chiến lược nhiệm vụ dài hạn Tập đoàn giao. Tập trung vào phát triển sản phẩm mới, tìm kiếm thị trường, gia tăng năng suất tổng hợp, tiên phong trong việc ứng dụng tiến bộ khoa học công nghệ vào công việc nhằm cải thiện chất lượng, hiệu quả của công tác tham mưu theo chức năng nhiệm vụ được giao, đóng góp tích cực vào việc hoàn thành mục tiêu chung của Tập đoàn trong nhiệm kỳ 2025-2030. Đồng thời, hoàn thiện các quy trình quản lý, đào tạo, đánh giá nhân sự, đảm bảo tính minh bạch, chính xác, nâng cao hiệu quả sử dụng nguồn nhân lực; Xây dựng môi trường Văn hóa doanh

CÔNG ĐOÀN GÓP PHẦN NÂNG CAO NĂNG LỰC LAO ĐỘNG VÀ NĂNG LỰC CẠNH TRANH CỦA DOANH NGHIỆP

Sáng 13/5, Cơ quan Công đoàn Dệt May Việt Nam tổ chức Đại hội Chi bộ Cơ quan Văn phòng nhiệm kỳ 2025 – 2030 tại Hà Nội.

Trong nhiệm kỳ 2025 – 2030 tới, Chi bộ Cơ quan Văn phòng Công đoàn Dệt May Việt Nam đề ra các chỉ tiêu: Chi bộ đạt hoàn thành tốt nhiệm vụ trở lên hàng năm; 80% Đảng viên hoàn thành tốt nhiệm vụ trở lên, đảng viên hoàn thành xuất sắc nhiệm vụ đạt 20%; kết nạp mới 01 Đảng viên (nếu còn nguồn); triển khai nghị quyết của Đảng đến 100% Đảng viên của chi bộ; kiểm tra/giám sát chuyên đề đối với mỗi đảng viên 1 lần/1 nhiệm kỳ. Cả nhiệm kỳ kết nạp 24.600 đoàn viên; giới thiệu 800 đoàn viên công đoàn (160 đoàn viên/năm) vào Đảng; tổ chức hoạt động Tháng Công nhân ở 100% CĐCS; thu tài chính công đoàn đạt 100% số phải thu; hàng năm, ít nhất 80% CĐCS khu vực nhà nước và 65% CĐCS ngoài khu vực nhà nước xếp loại hoàn thành tốt nhiệm vụ; 100% cán bộ chuyên trách được bồi dưỡng, tập huấn; hàng năm kiểm tra đồng cấp về tài chính, kiểm tra tài chính CĐCS đạt 15%.

Ngoài ra, Chi bộ cũng đặt ra các chỉ tiêu phối hợp bao gồm: thu nhập bình quân tăng ít nhất 7%/năm; giảm 10 - 15% tai nạn lao động và bệnh nghề nghiệp (so với nhiệm kỳ 2018-2023); 97% trở lên đơn vị ban hành, thực hiện Quy chế dân chủ; 80% trở lên số đơn vị tổ

nghiệp với những giá trị tiên tiến, nhân văn, thúc đẩy học tập liên tục.

Phát biểu tại Đại hội, đồng chí Cao Hữu Hiếu- Phó Bí thư Đảng ủy, TGD Vinatex chia sẻ, Lãnh đạo Tập đoàn kỳ vọng Vinatex PD&B sẽ là đầu tàu để “kéo” các DN trong ngành may, phát triển các mã đơn hàng FOB, OBM, thậm chí là ODM. Khó khăn của thị trường rất nhiều, nhưng PD&B phải biết chớp lấy thời cơ, có sự sáng tạo, linh hoạt, quyết đoán của người đứng đầu. Cùng với đó, các Đảng viên của Chi bộ Vinatex PD&B phải là những người đi đầu, tiên phong, đổi mới, sáng tạo, thực hiện chiến lược “Một điểm đến” để Trung tâm vượt qua những khó khăn trong những ngày đầu thành lập. Cùng với đó, có sự dẫn dắt NLD trong việc đồng hành, chia sẻ đối với Trung tâm. Làm tốt công tác Đảng, công tác tư tưởng của Đảng viên, quần chúng, phấn đấu mỗi Đảng viên kèm cặp và giới thiệu 1 Đảng viên kết nạp vào Đảng trong nhiệm kỳ 2025 – 2030.

Cũng trong dịp này, đồng chí Cao Hữu Hiếu đã trao Quyết định gắn biển công trình chào mừng Đại hội Đảng bộ Tập đoàn Dệt May Việt Nam lần thứ IV, nhiệm kỳ 2025 – 2030 đối với công trình Tòa nhà điều hành của Vinatex PD&B tại 524 Minh Khai, Hai Bà Trưng, Hà Nội. Công trình đạt chuẩn công trình xanh Lotus tại Việt Nam.

chức đối thoại tại nơi làm việc; hàng năm 100% đơn vị hành chính sự nghiệp, 70% trở lên số Công ty Cổ phần, Công ty TNHH tổ chức hội nghị người lao động; 100% doanh nghiệp, đơn vị đủ điều kiện đại diện, thương lượng, ký kết được TULĐTT, đạt 75-80% số đơn vị trực thuộc tham gia TULĐTT ngành DMVN; hàng năm có trên 80% người lao động được học tập, tuyên truyền, phổ biến chính sách pháp luật; 65% trở lên người lao động học tập nâng cao trình độ; 80% số đơn vị có một trong các thiết chế phục vụ người lao động.

Phát biểu chỉ đạo tại Đại hội, đồng chí Nguyễn Song Hải – Phó Bí thư Thường trực Đảng ủy Tập đoàn Dệt May Việt Nam ghi nhận và biểu dương những nỗ lực và kết quả tích cực mà Chi bộ Cơ quan Văn phòng Công đoàn Dệt May Việt Nam đạt được trong nhiệm kỳ trước. Đồng chí nhấn mạnh, công tác tinh gọn bộ máy đã, đang và sẽ ảnh hưởng đến đội ngũ cán bộ Công đoàn, do đó Chi bộ cần chủ động nắm bắt thông tin và có giải pháp phù hợp nhằm giữ vững tinh thần cho cán bộ, ổn định tổ chức để đạt được các mục tiêu đề ra. Bên cạnh đó, trước yêu cầu ngày càng cao trong bối cảnh mới, Công đoàn Dệt May Việt Nam cần chú trọng hơn nữa tới công tác đào tạo, nâng cao trình độ, kỹ năng tay nghề cho người lao động, từ đó góp phần nâng cao năng lực lao động và năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp.□

BẢN TIN CÔNG ĐOÀN

CÔNG ĐOÀN DỆT MAY VIỆT NAM TỔ CHỨC GIỚI THIỆU VÀ BÁN HÀNG LƯU ĐỘNG VỚI GIÁ ĐẶC BIỆT ƯU ĐÃI CHO NGƯỜI LAO ĐỘNG

Nhằm triển khai chương trình phúc lợi tại nơi làm việc cho đoàn viên công đoàn và người lao động, Công đoàn Dệt May Việt Nam kết nối và phối hợp với các đối tác phúc lợi, tổ chức giới thiệu và bán hàng lưu động với giá đặc biệt ưu đãi cho người lao động, tại khuôn viên của các doanh nghiệp trong hệ thống.

Ngày 26/4, chương trình “phúc lợi tại nơi làm việc” đầu tiên được tổ chức tại Tổng Công May Hưng Yên - CTCP. Sản phẩm cung cấp cho người lao động gồm: hoá mỹ phẩm (nước giặt, nước rửa chén, nước lau sàn, nước tẩy, xà bông...) của Công ty CP Xà Phòng Hà Nội (Haso); Sữa đóng nguyên lon nhãn hiệu Hismart dành cho trẻ sơ sinh và trẻ nhỏ, tã quần thương hiệu Dino được nhập khẩu bởi Công ty

TNHH Đầu tư và Quản lý Bảo Lâm Holdings; Các loại nước mắm nhãn hiệu Cửa Lò của Công ty CP Thủy Sản Nghệ An và thực phẩm chức năng hỗ trợ chăm sóc sức khỏe của Công ty TNHH Tập đoàn Đầu tư Xuất Nhập khẩu Thiên Mộc.

Toàn bộ sản phẩm được giảm giá theo các văn bản thỏa thuận giữa các đối tác và Công đoàn Dệt May Việt Nam từ 23%, một số sản phẩm giảm riêng theo chương trình bán hàng lưu động đến 50% và giảm sâu đến 70%.

Dự kiến chương trình sẽ được tổ chức tại Tổng Công ty May 10 - CTCP vào các ngày 15/6, 16/6 và tại một số đơn vị khác trong hệ thống trong thời gian tới.



TỔNG CÔNG TY MAY 10-CTCP TỔ CHỨC CÁC HOẠT ĐỘNG THÁNG CÔNG NHÂN NĂM 2025

Thực hiện kế hoạch tổ chức các hoạt động Tháng công nhân năm 2025, chăm lo cho đoàn viên công đoàn và NLĐ, từ ngày 22- 24/4, Tổng Công ty May 10- CTCP triển khai chương trình bán hàng ưu đãi, giảm giá trong nội bộ CBNV Tổng Công ty tại trụ sở Hà Nội. Sau đó sẽ tiếp tục được triển khai tại các Xi nghiệp địa phương thuộc hệ thống.

Bên cạnh đó, từ ngày 16- 26/4, Tổng Công ty tổ chức khám sức khỏe định kỳ và khám phát hiện bệnh nghề nghiệp đợt 1 năm 2025 cho CBNV các phòng ban, xí nghiệp tại trụ sở Hà Nội. Đây là hoạt động thường niên nhằm tuân thủ quy định của Bộ Lao động - Thương binh và Xã hội, đồng thời thể hiện sự quan

tâm sâu sắc của doanh nghiệp đối với sức khỏe và chất lượng cuộc sống của NLĐ.

Thông qua kết quả khám sức khỏe, Tổng Công ty xây dựng kế hoạch theo dõi, chăm sóc và nâng cao sức khỏe cho từng người, đồng thời phát hiện sớm các bệnh lý tiềm ẩn để có hướng điều trị kịp thời, hiệu quả.

Khám sức khỏe định kỳ không chỉ là quyền lợi thiết thực mà còn là hoạt động Tổng Công ty thể hiện cam kết trong việc xây dựng môi trường làm việc an toàn, lành mạnh và bền vững. Đây cũng là yếu tố góp phần tăng cường tinh thần đoàn kết, sự gắn bó giữa các thành viên trong doanh nghiệp.



TỔNG CÔNG TY CP DỆT MAY HÀ NỘI TỔ CHỨC HỘI NGHỊ NGƯỜI LAO ĐỘNG NĂM 2025

Chiều 25/4, Tổng Công ty CP Dệt May Hà Nội đã tổ chức Hội nghị người lao động năm 2025. Hội nghị đã báo cáo việc thực hiện Nghị quyết Hội nghị NLĐ về chế độ chính sách NLĐ năm 2024, đánh giá hoạt động của ban thanh tra nhân dân năm 2024 và lắng nghe tham luận của các đơn vị. Sau đó, Tổng Giám đốc Tổng Công ty đã giải đáp các kiến nghị của NLĐ.

Năm 2025 còn nhiều khó khăn phía trước, Công đoàn Tổng Công ty tiếp tục phối hợp chặt chẽ hơn nữa với chính quyền để triển khai thực hiện tốt chương trình công tác năm 2025, chăm lo tốt hơn cho NLĐ, triển khai hoạt động thiết thực hưởng ứng Tháng công



nhân; lập thành tích chào mừng các ngày kỷ niệm lớn của đất nước; chào mừng Đại hội Đảng bộ Tổng Công ty nhiệm kỳ 2025 - 2030. □

Xanh hóa thời trang

khi

NILON

tái sinh thành

TÚI XÁCH

Bài: AN KHANH

Trong lĩnh vực thời trang, nơi mọi thứ diễn ra với tốc độ chóng mặt và được bao bọc bởi vẻ ngoài hào nhoáng, có một ngách nhỏ đang âm thầm chuyển động theo hướng ngược lại. Không chạy theo xu hướng, không bị giới hạn bởi chất liệu hay những tiêu chuẩn thẩm mỹ công nghiệp, những người làm thời trang tái chế lặng lẽ kiến tạo nên tương lai bền vững từ những vật liệu tưởng chừng như bỏ đi.



TIỀM NĂNG TỪ VẬT LIỆU TÁI CHẾ

Từ lâu, túi nilon đã trở thành biểu tượng của sự tiện lợi: mỏng nhẹ, bền dai và có mặt khắp nơi trong đời sống hiện đại. Thế nhưng, chính đặc tính đó lại khiến chúng trở thành rác thải khó xử lý: giá trị kinh tế thấp, chất liệu khó phân hủy, dễ bị bỏ qua trong chuỗi thu gom thông thường. Nilon thường kết thúc vòng đời tại các bãi bồi hoặc bên ngoài môi trường, gây ảnh hưởng lâu dài đến đất, nước và cả hệ sinh thái.

Thế nhưng, Phạm Thị Kim Hằng – nhà sáng lập Limloop lại nhìn thấy tiềm năng ngay trong loại vật liệu được xem là vô ích: “Trong quá trình tìm hiểu và nghiên cứu về phương pháp xử lý rác thải, tôi đã khám phá ra tiềm năng bất ngờ của việc tái chế túi nilon. Nhiều người có thể hoài nghi về khả năng biến một vật liệu mỏng manh, dễ nhàu nát và có vẻ “không giá trị” thành một sản phẩm thời trang bền đẹp, nhưng tôi lại nhìn thấy ở chúng sự dẻo dai, khả năng chống thấm nước và tiềm năng tạo ra những hiệu ứng thị giác thú vị khi được xử lý đúng cách”.

Từ góc nhìn đó, ý tưởng kết hợp giữa thời trang và vật liệu tái chế đã nảy sinh một cách tự nhiên. Ra đời từ năm 2021, Limloop đã cung cấp ra thị trường hơn 20.000 sản phẩm thời trang từ chất liệu tái chế và nhận về những phản hồi tích cực. Mỗi chiếc túi Limloop được tạo ra từ gần 30 chiếc túi nilon đã qua sử dụng. Thú vị hơn, mỗi chiếc túi tái chế từ nilon là độc bản. Màu sắc, độ bóng, độ nhăn hay cấu hình của từng mảnh nilon trở thành yếu tố định hình thẩm mỹ, mang lại cá tính riêng cho từng thiết kế.

TỪ NILON “VÔ DỤNG” ĐẾN TÚI XÁCH THỜI TRANG

Hành trình tái chế từ chất liệu đặc biệt đòi hỏi quy trình sản xuất công phu, tỉ mỉ và đầy tính sáng tạo. Mỗi chiếc túi xách tái chế phải trải qua bốn công đoạn chính, đều được thực hiện thủ công, chậm rãi, không chạy theo tốc độ của dây chuyền công nghiệp.

***Bước 1: Thu gom và phân loại** – Túi nilon đã qua sử dụng được thu gom từ các hộ gia đình, doanh nghiệp thông qua những chiến dịch “đổi rác lấy quà” do Limloop phát động, ưu tiên những loại túi còn tương đối sạch và có độ dày nhất định để đảm bảo chất lượng sản phẩm cuối cùng. Những chiếc túi được thu gom sẽ được phân loại kỹ lưỡng theo màu sắc, chất liệu (HDPE, LDPE) và độ sạch.

***Bước 2: Làm sạch và xử lý ban đầu** – Túi nilon sau khi thu gom sẽ được làm sạch lại bằng phương pháp thân thiện với môi trường để loại bỏ bụi bẩn, dầu mỡ và các tạp chất khác mà không tạo nên chất thải thứ cấp, sau đó tiếp tục được cắt thành các dải hoặc miếng có kích thước phù hợp với thiết kế sản phẩm, đôi khi có thể xử lý nhiệt nhẹ để làm phẳng hoặc tạo hiệu ứng bề mặt đặc biệt.

***Bước 3: Thiết kế và phát triển mẫu** – chú trọng đến tính ứng dụng, kiểu dáng hiện đại, thể hiện cá tính của người dùng, Limloop không ngừng nghiên cứu các xu hướng thời trang và tìm kiếm những ý tưởng độc đáo để biến túi nilon tái chế thành những chiếc túi xách, phụ kiện có phong cách riêng. Limloop đã kết hợp giữa việc dệt, ép nhiệt để tạo ra các bề mặt và cấu trúc độc đáo từ những dải túi nilon. Mỗi chiếc túi xách là kết quả của quá trình lao động khéo léo, tỉ mỉ và khả năng “nhìn thấy cái đẹp từ những thứ bị bỏ đi” từ những người thợ.

***Bước 4: Sản xuất và hoàn thiện** – Từ những tấm vật liệu đã được xử lý, các bộ phận của túi sẽ được may và lắp ráp cẩn thận để tạo thành sản phẩm hoàn chỉnh. Chiếc túi sử dụng phụ kiện chất lượng cao như khóa kéo, dây đeo để đảm bảo tính tiện dụng và độ bền. Trước khi đến tay người tiêu dùng, sản phẩm còn trải qua một vòng kiểm tra chất lượng nghiêm ngặt để đảm bảo không có lỗi, đáp ứng các tiêu chuẩn về thẩm mỹ và độ bền, bởi với Limloop, “tái chế” không đồng nghĩa với “tạm bợ”.



TRỞ NGẠI CỦA HÀNH TRÌNH “XANH HÓA THỜI TRANG”

Nhận thấy tiềm năng của chất liệu nilon, nhưng con đường “xanh hóa thời trang” của chị Hằng và đồng đội cũng đối mặt với những khó khăn nhất định.

Thử thách lớn nhất nằm khâu nguyên liệu: những chiếc túi nilon đã qua sử dụng vốn không đồng đều về chủng loại, màu sắc, độ dày và trạng thái sử dụng. Sự lộn xộn, độ bẩn, độ dày mỏng khác nhau của túi nilon đòi hỏi quy trình phân loại và làm sạch kỹ lưỡng, tốn nhiều thời gian, công sức. Việc chuyển hóa nilon thành nguyên liệu đủ tiêu chuẩn thiết kế cũng đòi hỏi đầu tư vào nhân lực, thiết bị, công nghệ tiên tiến cùng các quy trình thân thiện với môi trường. Tất cả những chi phí này đều không hề rẻ.

Sau hai năm nghiên cứu và thử nghiệm, những sản phẩm túi xách từ nilon đầu tiên của Limloop chưa được khách hàng đón nhận. Ban đầu túi thiết kế còn đơn giản, tính thẩm mỹ chưa cao, cùng với những hoài nghi về chất lượng sản phẩm tái chế, độ bền khiến khách hàng không mấy mặn mà. Nhiều khách hàng vẫn giữ thói quen tiêu dùng nhanh nên chưa ưu tiên sản phẩm tái chế.

Nỗ lực cải tiến cả về quy trình sản xuất và thiết kế mẫu mã, trong những năm gần đây, các sản phẩm đã được biết đến và tiêu thụ nhiều hơn. Hiện nay, Limloop vẫn đang đầu tư cải tiến công nghệ, nâng cao hiệu suất và hoàn thiện quy trình sản xuất. Đây không chỉ là bài toán kinh doanh mà còn là cam kết dài hạn với hành trình “xanh hóa thời trang”.

những người đã thổi hồn vào từng sản phẩm bằng trái tim và đôi tay khéo léo của mình” – CEO Limloop chia sẻ.

TƯƠNG LAI CỦA THỜI TRANG TÁI CHẾ

Không dừng lại ở những chiếc túi xách, Limloop đã phát triển chất liệu Limtex từ nilon tái chế thành nguyên liệu cho giày dép, phụ kiện, đồng thời tham gia vào các bộ sưu tập trình diễn thời trang cùng những nhà thiết kế trẻ. Không chạy theo trào lưu, Limloop chọn cách tạo xu hướng: xu hướng của chất liệu mới, giá trị mới và tư duy mới về thời trang.

Sản phẩm thời trang tái chế đang ngày càng được người trẻ biết đến và lựa chọn sử dụng nhiều hơn. “Tôi cảm thấy một sự chuyển biến rõ rệt trong tư duy của thế hệ mình. Chúng tôi không còn chỉ “mua” mà đang hướng tới “đầu tư” vào những sản phẩm có giá trị thực, cả về mặt thẩm mỹ, chất lượng và tác động đến môi trường, xã hội. “Sử dụng có trách nhiệm” không chỉ là một khẩu hiệu mà đang trở thành một phần trong bản sắc và lối sống của nhiều người trẻ. Chúng tôi tin rằng, thời trang không chỉ là cách chúng ta thể hiện bản thân mà còn là một công cụ để tạo ra những thay đổi tích cực cho thế giới” – CEO Kim Hằng chia sẻ.

Không dễ dàng để một đơn vị sản xuất nhỏ, thủ công tồn tại trong thị trường cạnh tranh khắc nghiệt. Làm thời trang bền vững cũng như chèo thuyền ngược dòng trong đại dương “thời trang nhanh”. Các sản phẩm tái chế từ rác thải như nilon thường được hoài nghi về chất lượng, tính thẩm mỹ do gắn với giá trị thấp. Limloop hiểu điều đó, nhưng họ cũng hiểu rằng, sự thay đổi lớn có thể không xảy ra nếu thiếu những hành động nhỏ đầu tiên. Thay vì quảng bá sản phẩm, họ chọn kể câu chuyện. Thay vì thuyết phục bằng tính năng, họ khơi gợi sự đồng cảm. Thông qua chiến dịch đổi rác nhận quà, các buổi chia sẻ tại trường học, các triển lãm nhỏ,... Limloop gieo từng hạt mầm nhận thức – để thời trang xanh không còn là khái niệm xa xỉ. Trong quá trình sản xuất, Limloop cũng nỗ lực đa dạng hóa mẫu mã và độ bền của sản phẩm, gia tăng yếu tố “xanh” trong toàn bộ chuỗi giá trị, kết nối với các đối tác để lan toả thông điệp thời trang xanh.

Theo chị Hằng, để mỗi người không chỉ nói mà còn hành động về thời trang xanh, chìa khóa là cần tạo ra một hệ sinh thái sản phẩm xanh vừa hấp dẫn về mặt thẩm mỹ và giá cả, vừa mang những câu chuyện ý nghĩa, dễ dàng trở thành thói quen tự nhiên trong lối sống của mọi người. □



AI CŨNG CÓ THỂ TÁI CHẾ

Trong thời đại công nghiệp hóa – nơi sản xuất hàng loạt trở thành tốc độ tiêu chuẩn, quy trình làm túi tái chế từ nilon của Limloop dường như trở nên lạc nhịp bởi sự chậm rãi, thủ công. Nhưng chính sự lạc lõng đó lại là điều đặc biệt bởi trong từng nếp gấp, từng đường may là dấu ấn của những người thợ đặc biệt – người khiêm tốn.

Quyết định gắn bó với cộng đồng người khiêm tốn của Limloop không chỉ xuất phát từ mong muốn tái chế vật liệu đơn thuần, mà còn là một sự đồng cảm sâu sắc và niềm tin vào tiềm năng của mỗi cá nhân. “Cộng đồng người khiêm tốn với sự tỉ mỉ, kiên nhẫn và khả năng tập trung cao độ đã gây ấn tượng mạnh mẽ với tôi. Tôi nhận ra, những phẩm chất này hoàn toàn phù hợp với quy trình thủ công nhiều bước, đòi hỏi sự chuyên tâm trong việc tái chế và tạo hình những chiếc túi xách từ túi nilon, điển hình là quá trình dệt. Quá trình này cần tỉ mỉ phối màu, tập trung vào con thoi mà không bị tiếng ồn máy dệt gây xao nhãng, vừa hay người khiêm tốn lại làm rất tốt ở phần này” – chị Hằng cho biết.

Không chỉ ổn định việc làm cho những người khiêm tốn, Limloop đã chứng minh rằng tái chế không hề xa vời hay phức tạp mà là một hoạt động thiết thực, phù hợp với tất cả mọi người, mang lại giá trị thực tế. “Với Limloop, chúng tôi không chỉ tái chế vật liệu mà còn “tái chế” những định kiến và mở ra những cơ hội mới. Mỗi chiếc túi Limloop mang trong mình câu chuyện về sự sáng tạo, sự bền bỉ của vật liệu và cả sự kiên cường của những người thợ lành nghề,



SUMMER *De papillon*

As a young girl, I've always dreamed of having a career like this. I think it's so important for me to be able to use my platform and to bring awareness, and especially during these times where there's so much happening in the world. Everyone has a voice, and I think why not use that voice and help women, and tell them to also be bold and be able to break barriers.

HỜI THỎ của sự CHUYỂN HÓA TỰ DO RỰC RỠ

Bài: VŨ

Lấy cảm hứng từ hình ảnh những cánh bướm, BST “Summer de Papillon” của HeraDG là câu chuyện kể về hành trình trưởng thành – nơi mỗi người phụ nữ được sống thật với cảm xúc, với câu chuyện riêng và từng bước trở thành phiên bản rực rỡ hơn của chính mình.

Các thiết kế mới nhất của HeraDG đều mang trong mình những câu chuyện về hành trình trưởng thành, giống như hình ảnh “nhộng hóa bướm” mà tạo hóa đã mang tới. Rũ bỏ sau những ngày đông rét mướt, khi ngày nắng về, “Summer de Papillon” được những người phụ nữ khoác lên mình, như hình ảnh mở cánh của loài bướm, một tinh thần của sự chuyển hóa, tự do và vẻ đẹp nội tại.

Những gam màu được sử dụng trong BST “Summer de Papillon” được hết hợp khéo léo như một bản giao hưởng đầy cảm xúc. Sắc đỏ quyến rũ, nồng nhiệt; xanh



dương phóng khoáng, tự do cùng sắc trắng thanh thoát, tinh khôi.

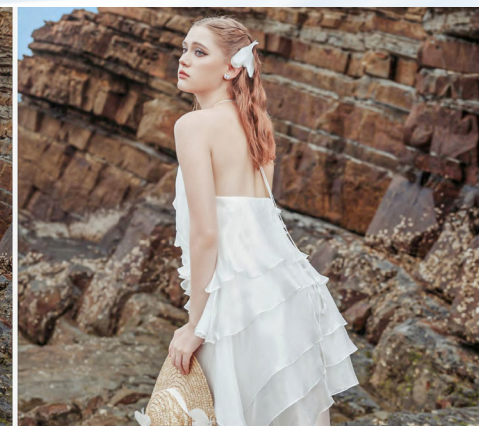
Với BST lần này, HeraDG “chạm” vào chiều sâu cảm xúc với từng nếp gấp, từng đường cắt thể hiện sự chuyển mình nhẹ nhàng, đầy bản lĩnh. Chi tiết xếp bèo mềm mại rủ xuống theo từng chuyển động, như hình ảnh cánh bướm đang khẽ rung trong gió. Những đường cut-out tinh

tế không quá táo bạo chỉ vừa đủ để tôn lên đường cong, tạo khoảng thở đầy cuốn hút cho cơ thể phái đẹp. Thiết kế xếp tầng tạo cảm giác bồng bênh và tự do – như chính tinh thần mà BST muốn gửi gắm.

HeraDG không chỉ mang đến những thiết kế bay bổng đầy cảm hứng biển cả, mà còn khơi gợi một lối sống xanh hiện đại –



nơi vẻ đẹp bên ngoài hài hòa với giá trị bền vững từ bên trong. Chất liệu recycled polyester sử dụng trong BST được tái sinh từ những vật liệu đã qua sử dụng, giờ đây khoác lên mình một hình hài mới: mềm mại, nhẹ tênh và đầy sức sống. Từng lớp vải lướt nhẹ như sóng biển, từng đường cắt ôm lấy dáng hình người phụ nữ – tự do, cuốn hút, tràn đầy năng lượng. □



Truyện ngắn

Người Phụ Nữ can đảm

Tác giả: KIỀU BÍCH HẬU

* MÙA THU ZDICE - MÙA ĐẦU TIÊN

Zdice là một làng quê nhỏ nép mình dưới chân đồi Bohemia, cách thủ đô Praha chừng hơn 30km, ngôi làng đón tôi trong buổi chiều se lạnh cuối thu. Những rặng bạch dương lốm đốm vàng rủ xuống bên con đường đất nhỏ dẫn vào làng. Qua cửa kính xe, tôi thấy những cánh đồng lúa mì ngả màu mật ong, rải rác những mái nhà gỗ lợp ngói đỏ thẫm.

Tôi ngồi bên cạnh Vasek, chồng tôi, bàn tay nhỏ của tôi lọt thỏm trong bàn tay dày ấm che chở của anh, mà lòng còn ngổn ngang. Tôi sắp gặp Jana – con gái riêng của anh, cô gái chỉ kém tôi năm tuổi. Từ sâu trong lòng, tôi lo lắng. Những gì tôi biết về những mối quan hệ mẹ kế - con chồng ở Việt Nam phần nhiều nhuộm gam màu u ám. Tuy nhiên, đây là Czech, liệu rằng sự cởi mở và thoáng trong quan hệ gia đình, tình cảm nơi đây có khiến những trắc trở của tôi nhẹ hơn không...

Cô gái ấy đón tôi trước cửa ngôi nhà vườn nằm bên con sông nhỏ thơ mộng, tường nhà sáng trắng toát lên vẻ tinh tế trong lành, ngôi nhà ẩn sau giàn hoa

leo đã bắt đầu trút lá. Ánh mắt Jana sáng rõ, nụ cười nhẹ, cử chỉ ấm áp tinh tế của một phụ nữ cần trọng. Chúng tôi ngồi bên nhau trong căn bếp nhỏ, nơi hương thơm của món thịt nai nướng dậy lên ấm nồng. Jana đặt lên bàn chiếc khay thủy tinh nóng hổi, những vệt cháy nâu đen in hằn trên khay hứa hẹn vị cháy lửa thơm ngon lưu truyền trong máu tử thời tiền sử. Chúng tôi đã ăn uống ngon lành và tôi kể Jana nghe những món ngon Việt Nam, hứa với cô sẽ dành thời gian nấu món Việt mời cô thưởng thức.

Sau bữa tối hôm ấy tại nhà Jana, chúng tôi hẹn nhau đến thăm nhà bạn thân của cô ở Beroun và nấu món Việt thiết đãi mọi người. Tôi lúi lúi từ va ly những nguyên liệu chuẩn bị sẵn mang sang từ Việt Nam như miến, măng khô, mộc nhĩ, bánh đa nem... để trở tào làm món Việt. Jana và bạn gái của cô trợ giúp tôi chế nguyên liệu làm món nem. Sau hơn hai tiếng đồng hồ, chúng tôi cũng đặt lên mâm những món Việt thân quen: bát xúp gà nóng hổi, đĩa nem rán giòn tan, canh măng sườn. Hương vị Việt ngon thơm len lỏi giữa chúng tôi, tan vào buổi chiều Czech vàng sậm, hóa thành nhịp cầu nối hai người phụ nữ, hai nền văn hóa, hai mảnh đời.

* PRAHA – MÙA ĐÔNG KHẮC NGHIỆT

Mùa đông Praha ập đến cùng những cơn gió buốt cắt da. Tôi bước đi giữa thành phố ngập trong tuyết trắng, lòng hoang mang. Chồng tôi lâm trọng bệnh, nhập viện dài ngày tại bệnh viện Motol Praha. Ngoài chồng và các con chồng, thì tôi không có ruột thịt ở đây, không biết lái xe, vợ chồng tôi sống cùng cậu con trai chồng còn trẻ, cộc cằn và rạch ròi. Căn phòng ngủ của hai vợ chồng có cửa sổ trông xuống con đường Komenskeho càng lạnh lẽo hơn khi đêm xuống. Nhiều đêm chồng tôi bị khối u cắn cấu, không ngủ nổi, bật tivi lên xem để đánh lừa cơn đau, còn tôi không biết làm thế nào giúp anh, thỉnh thoảng ra đứng bên cửa sổ, vạch tấm rèm trắng nhìn xuống đường, ngọn đèn đường tỏa ánh vàng nhẵn nại mà u buồn. Chúng tôi liệu trụ được bao lâu?

Tôi không nhớ mình đã bao lần nước mắt chảy ngược, lặng lẽ trong căn phòng ngủ ám mùi bệnh, chăm sóc chồng mỗi ngày. Tôi cứ hy vọng rồi thất vọng, chúng kiến sức sống như đang rời bỏ anh từng giờ. Cùng lúc, chúng tôi cũng va chạm với Mark, con trai chồng vì những chuyện không đâu. Chồng tôi bệnh, dễ cáu bẳn, và thằng Mark thì cũng nóng nảy, nó nổi tung trước mỗi lời bất ý của chồng tôi. Rồi cuối cùng thì tôi lại chịu trận trước mối bất hòa ấy. Tôi giấu đi tất cả, chỉ có Jana – bằng một cách nào đó – luôn nhìn thấu những nỗi đau mà tôi cố giấu nhem.

– Chị không phải lúc nào cũng cứ tỏ ra mạnh mẽ đâu, vẻ bình thản của chị khiến em sợ. Người phụ nữ Việt nào cũng ngấm ngấm mạnh mẽ thế hay sao? Sao chị không khóc, hay gào thét lên, như vậy mới cân bằng và sống được chứ? – Jana nói, trong lần mang đến cho tôi một khay thịt nướng còn ấm nóng.

– Nếu không mạnh mẽ thì sao sống nổi hả em? Bố em cần dựa vào chị. Nếu chị lại gào khóc thì bố em còn đau thêm. Ích gì đâu! tôi gượng cười.

– Chị có lý. Nhưng đôi khi, cho phép mình yếu đuối một chút sẽ dễ thở hơn.

Lời nói ấy chạm vào vết thương đang mưng của tôi. Tôi lặng im mà nước mắt lã chã, Jana bước đến ôm lấy tôi. Nước mắt tôi ướt vai cô.

* JANA - NGƯỜI MẸ TRONG NHỮNG NGÀY NGƯỢC GIÓ

Không ai biết, Jana cũng đang lặng lẽ đối mặt với gió ngược. Cô là mẹ đơn thân của hai cô con gái. Người chồng đầu tiên bỏ đi khi đứa con lớn mới 5 tuổi. Khi mang thai lần hai, Jana chỉ xin bố mình cho con gái nhỏ mang họ Silbernagl của bố.

Có lần, trong đêm tuyết rơi dày, khi ăn tối ở nhà cô xong, chúng tôi ngồi bên ấm trà hoa cúc, nhìn ra ngoài cửa sổ, những bông tuyết bay lơ lửng trong ánh đèn đường vàng, tôi hỏi:

– Em có bao giờ nghĩ, mình sẽ trả lời ra sao khi con bé Lucy lớn lên sẽ hỏi về bố nó?

Jana lặng người, nhìn ra ngoài khung cửa sổ đầy tuyết trắng, chậm rãi:

– Em sợ chứ. Nhưng em sợ hơn là con bé nhìn mẹ mà không thấy sự can đảm.

Cô sống cùng các con trong một căn biệt thự nhỏ ở làng Chodoun, cách thủ đô Praha chừng 35km, bên bờ sông lặng lẽ, có vườn bonsai, chú chó Nhật trắng tuyết lười biếng phơi nắng và những con mèo nằm cuộn tròn trên chiếc ghế gỗ dưới hiên nhà. Những chiều cuối tuần, Jana đưa các con thả diều nơi bìa rừng, cưỡi ngựa trên đồi hay bay sang Hy Lạp ngắm biển và phơi nắng. Trong thế giới nhỏ ấy, Jana âm thầm nuôi dạy các con bằng thứ tình yêu không phô trương, không ồn ào. Cô nhen mình thế nào, tôi cũng chưa tường tận, cô cũng chưa khi nào gào khóc trước mặt tôi.

* LÁ THƯ VÀ QUYẾT ĐỊNH LẠ KỲ

Tám năm sau ngày chồng tôi mất, giữa một đêm cuối đông, tôi nhận được lá thư điện tử từ Jana:

– Em kiệt sức rồi, chị ạ. Công việc nhàm chán và đầy căng thẳng, tài chính bấp bênh, khách hàng vô lối và đồng nghiệp lạnh lùng, em sợ mình không thể chống chọi lâu hơn. Chiều qua, em lại bị khách hàng phàn nàn và sếp phụ trách mắng em là người đàn bà ngu ngốc! Em biết là em ngu, nhưng em vẫn đang cố gắng làm việc đến rụng hói cả đầu đây mà! Chúa ơi! Em muốn cùng các con sang Việt Nam, thăm ngôi nhà bố em xây ở làng Thanh cho chị, và tìm lại chính mình.

Tôi rung rung. Tôi biết Jana không dễ buông bỏ. Nhưng cô, như mọi lần, chọn dần bước.

Và rồi, cuối Xuân năm 2025, Jana cùng hai con gái nhỏ xuất hiện trước cổng ngôi nhà nơi làng Thanh, bên bờ sông Ngàn Phố lững lờ trôi.

* LÀNG THANH - BẾN ĐÓ CỦA NHỮNG TÂM HỒN

Ngôi nhà gạch mái ngói đỏ xây kiểu Âu, những bậc thềm đá, giàn hoa giấy đung đưa trong gió, hàng tre rì rào bên dòng sông vắng. Jana đứng lặng nhìn từng góc ngôi nhà mà cha cô từng xây hơn mười năm trước tại một ngôi làng Việt Nam. Cô đi dọc bức tường, chạm tay vào từng rìa cột nhà lớn vững vàng,



ngửa mặt ngắm những hàng gạch ốp cột màu đỏ, nhẵn nại ngấm nắng cuối Xuân. Tôi không hỏi, cũng không nói, nhưng tôi biết, trong mắt cô lúc ấy, ngôi nhà không chỉ là mái ấm mà còn là những mảnh ký ức rung rung, cô muốn tìm hơi ấm người cha nơi này.

Chiều, chúng tôi ngồi bên hiên, ngắm mảnh vườn trước đang trổ hoa và nẩy chồi biếc trong làn mưa bụi. Tiếng trẻ con trong ngõ đá bóng hò hét vang óc. Gió sông thổi mát lành len lỏi đến như vỗ về.

– Chị ạ, em không còn biết tại sao mình cứ phải cố gắng mãi để phục vụ mọi người, làm tròn mọi việc, tại sao mọi người cáu bẳn, la hét với em, và em phải nhịn để nhận đồng lương ấy, cuối cùng thì em chẳng biết mình sống vì điều gì nữa, khi nào thì em được phục vụ chính mình.... Jana nói.

– Vậy thì em đang làm đúng. Không phải ai cũng dám dừng lại để tìm lại chính mình, em đang ở đây, ở Việt Nam, điều em từng mong ước. Em lại dám mang các con theo mình nữa. Cả một khoản chi phí khổng lồ mà đâu để ai dám chi. Em thật can đảm. – tôi đáp, nhớ hồi khi chồng còn sống, mỗi lần thu xếp để cả hai cùng về Czech, chúng tôi đã méo cả mặt vì tiền.

Cô cười buồn, nụ cười mỏng manh như dải mây cuối chiều.

Chị ạ, ở Czech bây giờ, ngày nào cũng như ngày nào, em phải dậy từ 4 giờ sáng, chuẩn bị bữa sáng cho các con, cho mình, xong thì đưa Lucy đến trường, rồi vội vã lái xe đến Praha để kịp giờ làm. Em ghét phải lái xe lên đường cao tốc. Em luôn căng thẳng đến kiệt sức khi lái xe đến được sở làm. Trên đường đi, em bị ám ảnh một tai nạn vô hình có thể xảy đến bất cứ lúc nào. Và khi đến công sở, em làm công việc chăm sóc khách hàng qua điện thoại. Chúa ơi, chỉ toàn những lời phàn nàn dội vào đầu em. Khách phàn nàn, đồng nghiệp phàn nàn, Sếp đổ lỗi lên đầu em cho bất cứ phi vụ nào thất bại... Em là cái thùng rác đựng tất cả thất bại của nhân gian hả chị? Cứ sau mỗi lời xấu xa dội vào não em, em lại muốn đứng dậy hất tung mọi thứ và bỏ đi. Nhưng rồi em lại cắn răng chịu đựng, chỉ vì Lucy còn bé quá, em còn phải lo cho con... Năm ngoái, em phải đi phẫu thuật khối u dạ con... Ôi, muốn sống mà sao khó thế hả chị?

Em ơi, em đang là mơ ước của bao người nhìn vào đó. Một phụ nữ tự do, có một ngôi nhà xinh đẹp, hai con gái xinh đẹp, ngoan ngoãn. Em vẫn đang có sức khỏe, đưa các con sang tận Việt Nam này đây. Em có thể dừng công việc bất cứ lúc nào. Chị biết một phụ nữ cũng hai con như em, cô ấy không cần phải đưa con đến trường, con cô ấy không phải thi cử, cô ấy tự dạy con...

Nghĩa là em vẫn chỉ phàn nàn mà chưa dám ra quyết định phải không chị? – Jana hỏi.

Em là một phụ nữ can đảm” – Tôi nói – “Thế giới này đủ cho em tận hưởng mà.

* MỘT CHUYẾN ĐI TRỞ LẠI MÌNH

Trong ba tuần, Jana cùng các con đi dọc Việt Nam. Họ rong ruổi từ làng Thanh đến biển miền Trung, ghé qua Hội An ngập trong sắc vàng phố cổ, ngắm sương giăng trên núi rừng và thác nước ở Đà Lạt. Cô cập nhật ảnh lên nhóm Việt Nam trên ứng dụng WhatsApp gồm có tôi và 3 người thân khác ở Czech. Tôi thấy ở cô và các con niềm rạng rỡ mà suốt bao năm qua chưa từng thấy.

Ngày cuối cùng, trước khi rời Việt Nam, Jana ngồi bên tôi dưới mái hiên:

– Em không chắc sẽ khá hơn, em có thể sẽ dám thay đổi khi trở lại Czech, nhưng em muốn các con sau này biết rằng, mẹ chúng đã từng sống tự do.

Ánh mắt cô nhìn xa xăm, về phía những cánh đồng lúa nước đang chuyển dần sang màu xanh dịu. Tôi không nói gì, chỉ khẽ nắm tay cô, thầm cảm phục.

Chiều hôm ấy, tôi đứng dưới giàn hoa giấy, nhìn theo bóng ba mẹ con Jana rẽ dần ra con đường ngõ uốn lượn dẫn ra taxi đưa họ lên sân bay. Tiếng cười trong trẻo của các cô bé vang xa dần, hòa vào tiếng gió, tiếng nước sông lặng lẽ.

Tôi không biết những tháng ngày sau đó Jana sẽ ra sao. Có lẽ cô sẽ hàng ngày lái xe đến Praha, có lẽ lại tiếp tục công việc ấy, hoặc tìm một ngã rẽ mới. Nhưng tôi tin, từ chuyến đi này, cô sẽ không còn là người mẹ đơn thân cô độc nữa. Cô đã tìm lại được nhịp thở, nụ cười và trên hết, là ý nghĩa thật sự của việc làm mẹ, làm phụ nữ. Và thêm nữa, cô có thể vừa làm mẹ đơn thân, vừa chẳng cần phải hoàn hảo, chẳng cần phải chứng minh mình luôn đúng với thế giới này. Và chẳng cần nín nhịn ai mọi lúc nữa.

Tôi khẽ thì thầm trong lòng, như gửi theo cánh gió: “Người phụ nữ can đảm nhất mà tôi từng gặp, là cô ấy.” □



LÃNH ĐẠO THỰC CHIẾN KỸ NĂNG ĐÀM PHÁN

Bài: AN KHANH (t/h)

Thị trường đang thay đổi từng ngày với áp lực cạnh tranh và những biến động khó lường, lúc này, vai trò đàm phán của lãnh đạo không còn gói gọn trong công việc “mặc cả” hay “thỏa hiệp”. Đàm phán ngày nay là nghệ thuật dẫn dắt, là năng lực định hình quan hệ chiến lược của mỗi lãnh đạo. Đàm phán không bắt đầu ở bàn họp mà từ những bước chuẩn bị kỹ lưỡng. Để đàm phán hiệu quả, người lãnh đạo cần thực hiện những hành động cụ thể dưới đây:

Nghiên cứu, chuẩn bị kỹ lưỡng trước khi đàm phán

Giai đoạn này quyết định phần lớn tới kết quả của cuộc đàm phán. Nhà lãnh đạo hãy chuẩn bị thật kỹ lưỡng để gia tăng tỷ lệ đạt được những kỳ vọng đặt ra.

Tìm hiểu đối tác: Một cuộc đàm phán phải có ít nhất từ hai bên, chính vì vậy cần chuẩn bị những thông tin cần thiết về đối tác. Bên cạnh việc là tài liệu hỗ trợ cho cuộc giao tiếp, điều này thể hiện sự tôn trọng đối tác của mình.

Xác định rõ vấn đề: Khi đàm phán, phải xác định những vấn đề cần làm rõ, tìm ra hướng giải quyết cho phù hợp.

Xác định mục tiêu đàm phán: Mục tiêu đàm phán giúp các bên tập trung vào những vấn đề chính, tránh thảo luận sai chủ đề. Việc xác định mục tiêu



cũng giúp các bên thống nhất và đồng thuận về mục đích cuối cùng của cuộc đàm phán.

Xây dựng các phương án thay thế phù hợp: Không phải lúc nào cuộc đàm phán cũng diễn ra như kế hoạch ban đầu, do đó cần chuẩn bị những phương án dự phòng cho các vấn đề phát sinh, những hướng thay thế phù hợp.

Một số nội dung cần chuẩn bị trước khi đàm phán bao gồm: Thị trường, ngành hàng, lĩnh vực hoạt động của đối tác; Trình độ, kỹ năng, thái độ của người đại diện bên phía đối tác; Thời gian, địa điểm tổ chức cuộc đàm phán; Xác định điểm mạnh - yếu của doanh nghiệp và đối tác.

Tạo ấn tượng

Ấn tượng đầu tiên có thể định hình cách đối tác nhìn nhận chúng ta trong suốt quá trình hợp tác. Vì vậy, lãnh đạo hãy chăm chút hình ảnh ngay từ những chi tiết nhỏ nhất: trang phục lịch sự, lời nói chuẩn mực, tác phong chuyên nghiệp, toát lên sự tự tin và bản lĩnh. Khi giao tiếp, hãy chủ động lắng nghe, dành cơ hội cho đối tác bày tỏ quan điểm, tạo nên sự tôn trọng và kết nối sâu sắc. Nếu đối phương cởi mở, đừng ngần ngại khéo léo đan xen sự hài hước nhẹ nhàng, để cuộc trò chuyện thêm gần gũi và tự nhiên, từ đó củng cố thiện cảm ngay từ những giây phút đầu tiên.

Trao đổi thông tin

Trong quá trình trao đổi, kỹ năng quan sát đóng vai trò then chốt, hãy tinh tế phân tích lời nói, cử chỉ, hành vi của đối phương để đánh giá mức độ tin cậy một cách thấu đáo. Đồng thời, đừng quên chủ động xây dựng niềm tin bằng thái độ chân thành, sự nhất quán trong lời nói và hành động, từ đó tạo nền tảng cho mỗi quan hệ hợp tác bền vững và sự tin tưởng hai chiều.

Đưa ra lựa chọn có lợi cho các bên

Không phải bất kỳ cuộc đàm phán nào cũng đáp ứng được kỳ vọng của các bên, tuy nhiên hãy cân nhắc, tìm kiếm giải pháp cân bằng lợi ích, hướng tới giá trị chung. Nhà lãnh đạo cần lưu ý:

Không nên đưa ra đề nghị trước: Hãy để đối tác chủ động nêu đề xuất. Điều này mở ra cơ hội cho doanh nghiệp phân tích, cân nhắc và đàm phán lại để đạt được kết quả tối ưu hơn.



Không vội chấp nhận lời đề nghị ban đầu: Đề xuất ban đầu thường mang tính có lợi cho phía đối tác, những đề nghị tiếp theo có thể mang lại lợi ích cân bằng hơn cho cả hai bên. Chính vì vậy, lãnh đạo đừng vội chấp nhận lời đề nghị ban đầu trong một cuộc đàm phán.

Tránh thương lượng quá nhiều: Việc kéo dài thương lượng không chỉ tiêu tốn thời gian mà còn dễ làm giảm giá trị của thỏa thuận đạt được. Tập trung vào trọng tâm và giữ vững nguyên tắc sẽ hiệu quả hơn.

Khéo léo sử dụng sự im lặng: Đôi khi, sự im lặng đúng lúc chính là đòn bẩy tinh tế, tạo áp lực khiến đối phương chủ động nhượng bộ.

Đi đến thỏa thuận chung

Trước khi đi đến thỏa thuận cuối cùng, hãy dành thời gian để xem lại cuộc đàm phán đã đạt được những mục tiêu đề ra hay chưa. Nếu đã hài lòng thì hãy kết thúc nhanh cuộc đàm phán, ghi chú lại những nội dung quan trọng và tiến hành ký hợp đồng. Ngược lại, nếu chưa hài lòng với thỏa thuận, hãy mạnh dạn dừng lại. Một quyết định thận trọng hôm nay sẽ tránh những tiếc nuối không đáng có sau này.

Đàm phán không phải là cuộc đấu tranh thắng - thua, mà là nghệ thuật xây dựng giá trị để đôi bên cùng phát triển. Nhà lãnh đạo giỏi không tìm kiếm sự nhượng bộ từ phía đối tác, mà chủ động thiết kế những điểm giao nhau - nơi lợi ích hai bên gặp gỡ trong tinh thần hợp tác và bền vững. Với sự chuẩn bị kỹ lưỡng, tâm thế dẫn dắt, kỹ năng kiểm soát cảm xúc và nghệ thuật giải quyết vấn đề tinh tế, người lãnh đạo không chỉ đạt được kết quả mong muốn mà còn khẳng định được bản lĩnh, gia tăng sự uy tín và tạo dấu ấn trong mọi cuộc đàm phán. □



Orange Needles

HỘI NHẬP VỚI CÔNG NGHỆ HIỆN ĐẠI

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



VINATEX

TẬP ĐOÀN DỆT MAY VIỆT NAM



Gắm vóc non sông
HÀO KHÍ LẠC HỒNG

Một điểm đến cung ứng giải pháp
Thời trang **Xanh**
trộn 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

DeTHEIA

by garco10

