TẬP ĐOÀN DỆT MAY VIỆT NAM

Dệt may & THỜI TRANG Việt Nam

VTGF

Số 378. THÁNG 4/2020



9 770086 839481

Giá: 25.000 VNĐ



PHONG PHU
International

Công ty Cổ phần Quốc tế Phong Phú (PPJ)

Trụ sở chính: 48 đường Tăng Nhơn Phú, phường Tăng Nhơn Phú B, quận 9, TP. HCM
Tel: (028) 37281854/37281853 / **Fax:** (028) 37281846/38966088
E-mail: info@ppj-international.com / **Website:** www.ppj-international.com

Quy mô, năng lực:

- *Quy mô:* 05 chi nhánh (Quản Trị, Đà Nẵng, Phú Yên, Nha Trang, Long An) với khoảng 7.722 CBCNV.

- *Năng lực:* 14.000.000sp/năm trong đó: Jeans: 11.800.000sp, Khaki: 1.200.000sp, Quần tây: 1.000.000sp.

- *Hoạt động sản xuất kinh doanh của Công ty:* Phát triển mô hình kinh doanh FOB hay ODM (Thiết kế - Sản xuất – Xuất hàng – Dịch vụ chăm sóc khách hàng) với thị trường khách hành chính Mỹ, Châu Âu và Châu Á.

Chức năng:

Công ty chuyên lĩnh vực may mặc, thời trang, sản xuất vải, sợi, giặt và in. Sản phẩm chính là Denim, woven và Knit. Ngoài ra, Công ty còn kinh doanh bện lĩnh vực mua bán tơ, sợi, hóa chất, vải, phụ liệu ngành dệt may, mua bán thiết bị tin học, môi giới thương mại, dịch vụ vận tải, xây dựng công trình, kinh doanh bất động sản (trừ dịch vụ môi giới, định giá, sàn giao dịch bất động sản).

Nhiệm vụ:

- Trở thành Tập đoàn may mặc cung cấp các giải pháp may mặc trọn gói hàng đầu trong nước cũng như trong khu vực.

- Đảm bảo kinh doanh có hiệu quả, hoành thành tốt nghĩa vụ với Nhà nước.

- Bảo vệ doanh nghiệp, bảo vệ môi trường, chung tay cùng cộng đồng góp phần bảo vệ môi trường với trách nhiệm cao nhất.

- Sản xuất các sản phẩm may mặc xanh, sạch, an toàn sức khỏe và thân thiện với môi trường thông qua việc sử dụng các máy móc thiết bị công nghệ hiện đại (Nano, Ozon, Laser), áp dụng các công nghệ tiên tiến và nguyên liệu mới tạo ra các sản phẩm có tính năng khác biệt.

- Đảm bảo công ăn việc làm ổn định, không ngừng cải thiện và nâng cao điều kiện làm việc, nâng cao đời sống cho cán bộ, công nhân viên trong công ty. Thực hiện quyền lợi đối với người lao động theo đúng quy định. Tuân thủ các quy định của pháp luật, chính sách của Nhà nước.

Hà Nội, ngày 20 tháng 4 năm 2020

THƯ CỦA TỔNG BÍ THƯ, CHỦ TỊCH NƯỚC NGUYỄN PHÚ TRỌNG CHÚC MỪNG HỘI NHÀ BÁO VIỆT NAM

Nhân kỷ niệm 70 năm ngày thành lập Hội Nhà báo Việt Nam (21/4/1950 - 21/4/2020), tôi thân ái gửi tới toàn thể cán bộ hội viên Hội Nhà báo Việt Nam qua các thời kỳ những tình cảm thân thiết và lời chúc mừng tốt đẹp nhất.

70 năm qua, kể từ ngày thành lập tại Chiến khu Việt Bắc trong cuộc kháng chiến chống thực dân Pháp xâm lược, các thế hệ Hội Nhà báo Việt Nam và những người làm báo cả nước đã luôn đoàn kết, chủ động sáng tạo, nỗ lực phấn đấu vượt qua khó khăn, không ngừng lớn mạnh, có nhiều đóng góp quan trọng vào sự nghiệp cách mạng của Đảng và nhân dân ta.

Trong mọi hoàn cảnh, đông đảo hội viên, nhà báo luôn đồng hành cùng dân tộc, bám sát thực tiễn, tích cực tuyên truyền đường lối, chủ trương của Đảng, chính sách pháp luật của Nhà nước; động viên, cổ vũ toàn dân trong các cuộc đấu tranh giành độc lập, tự do trước đây, cũng như trong sự nghiệp xây dựng và bảo vệ Tổ quốc ngày nay; đồng thời tích cực tham gia công tác xây dựng Đảng, xây dựng hệ thống chính trị trong sạch, vững mạnh, đấu tranh phòng, chống tham nhũng, tiêu cực; vạch trần các âm mưu, thủ đoạn của các thế lực thù địch, phần tử cơ hội chính trị, bảo vệ nền tảng tư tưởng của Đảng, củng cố và tăng cường khối đại đoàn kết toàn dân tộc.

Ghi nhận đóng góp to lớn của Hội Nhà báo Việt Nam cùng đội ngũ nhà báo cả nước, Đảng và Nhà nước ta đã tặng thưởng Hội Nhà báo Việt Nam Huân chương Sao Vàng, Huân chương Hồ Chí Minh và nhiều phần thưởng cao quý.

Nhân dịp này, thay mặt lãnh đạo Đảng và Nhà nước, tôi nhiệt liệt biểu dương và chúc mừng những thành tựu rất đỗi tự hào của Hội Nhà báo Việt Nam và giới báo chí cả nước trong 70 năm qua.

Đất nước ta đang bước vào thời kỳ phát triển mới với thế và lực mới, nhiều thời cơ, thuận lợi và khó khăn, thách thức đan xen. Trong bối cảnh cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ tư phát triển mạnh mẽ, nhiệm vụ của báo chí rất nặng nề nhưng cũng rất vẻ vang.

Tôi mong muốn Hội Nhà báo Việt Nam và các hội viên cả nước phát huy truyền thống cách mạng của mình, xây dựng Hội ngày càng phát triển, trong sạch, vững mạnh; không ngừng chăm lo bồi dưỡng tư tưởng, chính trị, chuyên môn nghiệp vụ, nhất là đạo đức nghề nghiệp cho các hội viên.

Các cấp hội, mỗi nhà báo hãy thấm nhuần và thực hiện thật tốt lời dạy của Bác Hồ kính yêu: ***"Cán bộ báo chí cũng là chiến sĩ cách mạng. Cây bút, trang giấy là vũ khí sắc bén của họ."***, tiếp tục đổi mới nội dung và phương thức hoạt động, để thật sự là địa chỉ tin cậy trong hoạt động nghiệp vụ của các nhà báo.

Tôi đề nghị các cấp ủy đảng, chính quyền các cấp và các tầng lớp nhân dân tiếp tục quan tâm, tạo điều kiện thuận lợi để Hội Nhà báo Việt Nam và giới báo chí hoàn thành tốt nhiệm vụ của mình.

Với tình cảm thân thiết và tin tưởng, tôi chúc các cấp hội, hội viên, nhà báo cả nước sức khỏe, niềm vui, hạnh phúc; không ngừng đổi mới, sáng tạo, nỗ lực vươn lên, luôn xứng đáng là người chiến sĩ tiên phong trên mặt trận tư tưởng - văn hóa của Đảng.

Nguyễn Phú Trọng
Tổng Bí thư
Ban Chấp hành Trung ương Đảng
Cộng sản Việt Nam
Chủ tịch nước
Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam





Dệt may & THỜI TRANG Việt Nam

TỔNG BIÊN TẬP
LÊ TIẾN TRƯỜNG
TV HĐQT, TGĐ Vinatex

HỘI ĐỒNG CỐ VẤN
VŨ ĐỨC GIANG - Cố vấn cao cấp
Chủ tịch Vitas
TRẦN QUANG NGHỊ - Cố vấn cao cấp
Chủ tịch HĐQT Vinatex
PHẠM PHÚ CƯỜNG
TV HĐQT, Phó TGĐ Vinatex, Chủ tịch NBC
CAO HỮU HIẾU
Phó TGĐ Vinatex, TB Tuyên giáo - Đoàn thể Vinatex
NGUYỄN ĐỨC TRỊ
Phó TGĐ Vinatex, Chủ tịch Hoatho Corp
THÂN ĐỨC VIỆT
TGĐ Garco 10
BÙI VĂN TIẾN
TGĐ Viettien

TRƯỞNG BAN BIÊN TẬP
PHẠM NGỌC HÂN
Trưởng Ban TT&TT Vinatex

THƯ KÝ TOÀ SOẠN
KIỀU BÍCH HẬU

THIẾT KẾ MỸ THUẬT
ĐỖ QUẾ NGA

Văn phòng đại diện tại TP. HCM
Địa chỉ: Số 10 Nguyễn Huệ - Q.1 - TP. HCM
Liên hệ: Bà Nguyễn Thị Hồng
Điện thoại: 028. 38244044, máy lẻ 131
Di động: 0989 112 553

Tòa soạn
Địa chỉ: 25 Bà Triệu - Q. Hoàn Kiếm - Hà Nội
Điện thoại: 024. 38257700
Email: tttt@vinatex.com.vn

In tại: *Công ty TNHH MTV In báo Hà Nội mới*
GPHĐBC 439/GP-BTTTT-3/2012

THƯ TÒA SOẠN

Bạn đọc thân mến,

Chỉ trong vòng 4 tháng kể từ khi kẻ thù vô hình mang tên Covid-19 xuất hiện, đã gây ra một cuộc khủng hoảng chưa từng có đối với cả thế giới. Các quốc gia đồng loạt đóng cửa biên giới, người dân không được ra khỏi nhà, hầu hết các thành phố nhộn nhịp trước đây bỗng trở nên vắng lặng. Có người nói rằng, đây là thời điểm để trái đất tự vá lành vết thương bởi sự tàn phá trong suốt thời gian qua của con người.

Điều gì xảy ra cũng có ý nghĩa của nó, và Covid-19 lần này cũng vậy. Đây là khoảng thời gian quý giá để chúng ta dành thời gian nhiều hơn cho gia đình, hoàn thành những việc trước đây vì bận quá không thể làm được, cũng như nhìn nhận lại những sai lầm trong quá khứ và ấn nút "khởi động lại". Ngành dệt may trước đại dịch Covid-19 đã được dự báo đang trên đà đi xuống nhưng nay thậm chí đã bị "đóng băng" vì lệnh giãn cách xã hội đang được áp dụng ở hầu hết các quốc gia. Ngành sẽ phải thay đổi như thế nào để vượt qua những khó khăn trước mắt và phát triển trong tương lai? Mời quý độc giả tham khảo các bài phân tích, báo cáo đến từ các tổ chức uy tín được chúng tôi biên dịch trong Tạp chí số tháng này.

BAN BIÊN TẬP



ẢNH BÌA:

Khẩu trang mới ra mắt ngày 17/3/2020 của Tập đoàn và các ĐVTV Vinatex có lớp ngoài sản phẩm là vải dệt thoi kháng nước, kháng bụi, kháng khuẩn công nghệ Nano bạc. Đặc tính kháng khuẩn giữ được qua 30 lần giặt bằng xà phòng bình thường.

TÁC GIẢ: Quế Nga - Xuân Quý

MỤC LỤC

SỐ 378 *Tháng 4/2020*







CHÀO MỪNG NGÀY THÀNH LẬP HỘI NHÀ BÁO VIỆT NAM

03 Thư của Tổng Bí thư, Chủ tịch nước Nguyễn Phú Trọng chúc mừng Hội nhà báo Việt Nam

CHÀO MỪNG 25 NĂM NGÀY THÀNH LẬP VINATEX

06 25 năm vững bước trong thị trường nhiều biến động

GÓC NHÌN

10 TGĐ Vinatex - Lấy tâm yêu thương chân thành làm gốc

12 CBCNV Vinatex đáp từ tâm thư của TGĐ

14 Phản ứng chính sách kinh tế toàn cầu đối với cuộc khủng hoảng Covid-19

20 Ý kiến chuyên gia

22 Cơ hội để thay đổi

26 Tác động của đại dịch Covid-19 lên toàn chuỗi cung ứng dệt may

28 Ngành công nghiệp thời trang thế giới hậu Covid-19

DỆT MAY

32 Vấn đề cấp bách của ngành may mặc hiện nay

36 Ngành dệt may thế giới và Việt Nam 3 tháng đầu năm 2020

41 Nền tảng bảo dưỡng từ xa Marzoli – Đưa công nghiệp 4.0 vào thiết bị kéo sợi

44 Tuyên bố chung về thực hiện mua hàng có trách nhiệm trong khủng hoảng Covid-19

46 Vinatex và các ĐVTV tặng cộng đồng hơn 2,6 triệu khẩu trang tương đương 18 tỷ đồng

55 Cả thế giới đeo khẩu trang?

TIN TỨC & SỰ KIỆN

45 Tin hoạt động của Vitas

57 Chính sách mới tháng 4/2020

76 Bản tin công đoàn

THỜI TRANG & CUỘC SỐNG

58 Đại dịch Covid–19 đã được tiên đoán từ năm 2011?

60 Truyện ngắn: Tỉnh thức

64 Thời trang sẽ trở về phụng dưỡng mẹ đất

66 Da và mặt trái của biểu tượng thời trang cao cấp

68 Bảo vệ sức khỏe với khăn kháng khuẩn Phong Phú

72 Bảo vệ sức khỏe với khăn kháng khuẩn Phong Phú

74 Tìm kiếm người tài

25 NĂM vững bước trong thị trường nhiều biến động



Ông **LÊ TIẾN TRƯỜNG**
Tổng Giám đốc Vinatex

Kỷ niệm 25 năm ngày thành lập Tập đoàn Dệt May Việt Nam (29/4/1995-29/4/2020) cũng đánh dấu một thời kỳ phát triển thật đặc biệt trong bối cảnh ngành Dệt May Việt Nam và thế giới đứng trước bước ngoặt thay đổi. Dẫu vậy, sự ra đời của Vinatex đã góp những gam màu đẹp đẽ vào bức tranh ấy trong ¼ thế kỷ qua.

VIẾT NHỮNG DÒNG SỬ ĐẬM MÀU

Năm 1995, Việt Nam gia nhập ASEM, và cũng năm đó, Việt Nam bình thường hóa quan hệ với Mỹ. Nhờ vậy, thị trường và kim ngạch xuất khẩu dệt may được thuận lợi, phát triển đột biến. Vào chính thời điểm quan trọng này, Tập đoàn Dệt May Việt Nam ra đời (với tên gọi là Tổng Công ty Dệt May Việt Nam).

Với vai trò là đầu tàu, kể từ khi thành lập, Vinatex đã dẫn dắt toàn Ngành Dệt May Việt Nam phát triển mạnh không những về số lượng mà cả về chất lượng và quy mô, từ những doanh nghiệp chỉ có vài trăm lao động đã trở thành những doanh nghiệp lớn với hàng ngàn, hàng chục ngàn lao động, góp phần to lớn vào sự phát triển chung của kinh tế đất nước, tạo nhiều công ăn việc làm cho xã hội.

Trong suốt quá trình nỗ lực, phấn đấu không mệt mỏi, Tập đoàn Dệt May Việt Nam đã hoàn thành xuất sắc nhiệm vụ hạt nhân, tiên phong mở đường xây dựng thị trường mới, hội nhập quốc tế, định hướng phát triển toàn Ngành theo hướng cung ứng dịch vụ dệt may hoàn chỉnh.

Vượt qua những khó khăn, thiếu thốn về cơ sở vật chất cũng như trình độ nhân sự, Tập đoàn đã từng bước thực hiện chiến lược phát triển bền vững, hội nhập chuỗi cung ứng dệt may toàn cầu, đạt đến trình độ tiên tiến, có khả năng thực hiện được hầu hết mọi loại đơn hàng với các cấp độ chất lượng khác nhau.

Sự phát triển của Vinatex không chỉ nằm trong các con số mà còn ở chất lượng sản phẩm, phương thức kinh doanh ngày càng được đổi mới, từ phương thức gia công thuần túy, nay vươn lên các phương thức bán hàng FOB, ODM, OBM, bán hàng tự thiết kế, bán hàng thời trang... cho nhiều thị trường trên thế giới.



Trong một thị trường cạnh tranh ngày càng khắc nghiệt, với những thách thức, đan xen rủi ro khó lường, Vinatex vẫn tiến từng bước vững chắc, linh hoạt thay đổi, chủ động ứng phó để khẳng định năng lực cạnh tranh, xác định vị trí là một nhà sản xuất hàng dệt may hàng đầu thế giới, có khả năng cung cấp cho khách hàng các dịch vụ may mặc trọn gói, thời trang, chất lượng cao và thân thiện với môi trường. Các thành viên chủ lực của Vinatex là những đơn vị đã đầu tư mạnh mẽ vào công nghệ và phương thức quản lý để đạt năng suất lao động và chất lượng sản phẩm thuộc hàng cao nhất trong ngành như: Các dây chuyền kéo sợi của Phú Bài, Huế, Hòa Thọ, Việt Thắng, Phong Phú; dây chuyền dệt thoi của Việt Thắng; các dây chuyền may công nghệ mới của Việt Tiến, Nhà Bè, Hòa Thọ, May 10, Đức Giang, Hưng Yên... Năm 2019 vừa qua, kim ngạch xuất khẩu của Vinatex đạt xấp xỉ 3 tỷ USD.

BƯỚC CHUYỂN MÌNH QUAN TRỌNG

Đặc biệt, trong giai đoạn 2015-2020, Tập đoàn cũng sắp xếp lại hoạt động của một số đơn vị phụ thuộc (cho thuê, chuyển đổi thành công ty cổ phần) nhằm khai thác tài sản hiệu quả hơn. Song song với đó là các biện pháp kiểm soát, rà soát từng đầu mục chi phí để cắt giảm tối đa các khoản chưa hợp lý nhằm gia tăng lợi nhuận. Chi phí quản lý của Công ty mẹ Tập đoàn đã giảm bình quân 6,35%/năm, tỷ lệ chi phí quản lý/doanh thu giảm bình quân 16,84%/năm.

Theo đó, kết quả qua các năm tuy có sự biến động nhưng xu hướng chung là tăng dần, doanh thu tăng bình quân 12,6%/năm; lợi nhuận trước thuế tăng bình quân 2,45%; tỷ suất lợi nhuận sau thuế bình quân/vốn điều lệ đạt 5,71%; tỷ lệ chia cổ tức bình quân 5 năm là 5,2%.

Giai đoạn 2015-2020 là chu kỳ 5 năm đầu tiên kể từ khi Tập đoàn Dệt May Việt Nam hoạt động theo hình thức Công ty Cổ phần. Giai đoạn này, thị trường vẫn còn nhiều khó khăn, cạnh tranh ngày càng gay gắt cả trong và ngoài nước, lãi suất và tỷ giá biến động không ngừng, đặc biệt từ cuối năm 2018 đến hết năm 2019, hoạt động SXKD ngành sợi do phụ thuộc rất lớn thị trường Trung Quốc nên chịu ảnh hưởng sụt giảm nặng nề từ cuộc chiến thương mại Mỹ-Trung. Tuy vậy, mỗi doanh nghiệp bằng kinh nghiệm, uy tín của mình vẫn đang nỗ lực không ngừng để giữ chân khách hàng tại các thị trường truyền thống và tìm kiếm thị trường, khách hàng tiềm năng mới.

Bên cạnh đó là nâng cao năng lực quản trị sản xuất, tăng năng suất sản xuất để gia tăng biên lợi nhuận. Các doanh nghiệp cũng rà soát lại quy trình quản lý vận hành, sắp xếp, tinh giản bộ máy hành chính, tiết giảm chi phí quản lý với tốc độ giảm bình quân 6,23%/năm, tỷ lệ chi phí, phí quản lý/doanh thu của Tập đoàn giảm 11,04%/năm. Theo đó, trong 5 năm qua doanh thu và lợi nhuận hợp nhất của Tập đoàn vẫn tăng trưởng đều đặn: Doanh thu tăng bình quân 5,5%/năm; Lợi nhuận sau thuế tăng bình quân 6,98%.

Trong công tác đầu tư, từ năm 2015 đến năm 2019, toàn Tập đoàn đã triển khai 190 dự án, trong đó 21 dự án Sợi, 17 dự án Dệt nhuộm, 30 dự án May, 58 dự án nâng cấp máy móc thiết bị và 64 dự án khác. Trong đó, số dự án Công ty mẹ Tập đoàn làm chủ đầu tư là 18 dự án, số dự án các đơn vị thành viên làm chủ đầu tư là 172 dự án, các dự án tập trung phần lớn vào giai đoạn 2015-2016. Đến giai đoạn 2017-2018, Tập đoàn tập trung vào đầu tư chiều sâu và khai thác hiệu quả các dự án đã hoàn thành. Năng lực tăng thêm sau đầu tư giai đoạn 2015-2019: Sợi tăng 70.000 tấn; Vải dệt kim tăng 12.000 tấn; Vải dệt thoi tăng 110 triệu mét; May 160 triệu sản phẩm.

Trong ¼ thế kỷ qua, sở dĩ Tập đoàn nắm bắt được cơ hội để phát triển rực rỡ, là nhờ dựa vào truyền thống văn hóa riêng, với sự cần cù lao động, chịu thương chịu khó, nghĩa tình thủy chung, và tinh thần đoàn kết của đội ngũ tỏa sáng ở mọi lúc mọi nơi, nhất là những khi có thách thức mới.

ĐỊNH HƯỚNG TRONG THỜI GIAN TỚI

Trong thời kỳ 2020-2025, thế giới có nhiều thay đổi, trong đó có sự bất định trong xu hướng toàn cầu hóa đan xen bảo hộ; cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ 4 tạo sức ép sắp xếp lại chuỗi sản xuất; nhu cầu



sản phẩm thân thiện môi trường; sự thiếu hụt lao động; Hiệp định EVFTA có hiệu lực; những rủi ro bất ngờ như thiên tai, dịch bệnh, đặc biệt là sự có mặt của đại dịch Covid-19 trong thời gian vừa qua đã làm đảo lộn tất cả kế hoạch của các doanh nghiệp trên toàn thế giới.

Nhận định được những thách thức cũng như các cơ hội đó, Vinatex xây dựng những mục tiêu, giải pháp mới hướng tới kỷ niệm 30 năm ngày thành lập Tập đoàn:

Sáng tạo:

Với các đặc điểm tình hình mới, mô hình sản xuất kinh doanh hiện nay của Tập đoàn sẽ khó có cơ hội tiếp tục phát huy, tạo đà tăng trưởng mạnh mẽ trong thời gian tới đây. Yêu cầu sáng tạo, đổi mới toàn diện trong hoạt động được đặt ra hết sức cấp bách, bao gồm nhưng không hạn chế trong các lĩnh vực sau:

Sáng tạo trong mô hình quản lý: Tập trung chuyển đổi số cho mô hình quản trị. Hình thành hệ thống quản trị số đơn giản, với các chỉ tiêu hữu hiệu. Đo lường kịp thời hàng ngày quá trình sản xuất và kinh doanh. Tạo dữ liệu quản trị toàn Tập đoàn để đối chiếu, so sánh, áp dụng giải pháp tốt nhất cho vận hành. Không có hạ tầng quản trị chung sẽ rất khó có thể triển khai hiệu quả, chi phí thấp các chương trình sản xuất theo chuỗi cung ứng. Tuy nhiên, đây lại là thách thức trong đầu tư ban đầu do hệ thống chưa thể có hiệu quả ngay trong ngắn hạn. Sáng tạo trong quản trị cũng tạo môi trường làm việc mới, tạo động lực tốt hơn cho nhân lực của Tập đoàn.

Sáng tạo trong mô hình kinh doanh: Mô hình kinh doanh trong 25 năm phát triển của Tập đoàn dựa trên sản xuất gia công chiếm tỷ trọng cao của ngành may, lại tập trung ở nhiều đô thị lớn đã đi đến giới hạn của nó. Không có sáng tạo mới trong mô hình kinh doanh, ứng dụng nhanh các thành tựu của cuộc CMCN 4.0 thì chỉ với mô hình kinh doanh cũ, dệt may nói chung sẽ thoái trào tại Việt Nam.

Sáng tạo trong công nghệ và sản phẩm: Đây là yếu tố then chốt trong việc tạo ra sự khác biệt của mình để phát triển năng lực cạnh tranh mới, tránh cạnh tranh khốc liệt của sản phẩm hiện hữu.

Phát triển bền vững:

Đây là xu thế chung của thế giới, trong đó dệt may là ngành trọng điểm về tiêu thụ nước trong trồng bông (lượng nước gần bằng 80% nước dùng cho sinh hoạt toàn cầu), và nhuộm hoàn tất - là tác nhân tiềm ẩn có thể gây ô nhiễm nước và khí thải. Các tiêu chuẩn mới về tiết kiệm nguồn tài nguyên, sử dụng năng lượng tái tạo, sản phẩm có tính tái chế, sản xuất xanh sẽ càng trở nên phổ biến trong chuỗi cung ứng toàn cầu. Cùng với nó là quy định pháp luật cũng sẽ chặt chẽ hơn, đặt các doanh nghiệp trước yêu cầu phải có

thu lợi nhuận tài chính tại các doanh nghiệp. Công ty mẹ phải hành động như là tổ chức chuyên nghiệp nhất, lành nghề nhất trong ngành Dệt May.

Mua – Bán – Tái cấu trúc doanh nghiệp:

Với đặc thù được thành lập trên cơ sở rất nhiều doanh nghiệp có sẵn ở cả trung ương và địa phương, với nhiều quy mô, công nghệ, sản phẩm, thị trường khác nhau, 25 năm qua, Tập đoàn đã trải qua nhiều đợt cấu trúc lại doanh nghiệp, thoái vốn, sáp nhập, về cơ bản đã tập trung vào ngành nghề kinh doanh chính là sản xuất dệt may. Tuy nhiên, quá trình này mới chỉ dừng lại ở mức rà soát đơn giản trên cơ sở rút khỏi kinh doanh ngoài ngành và hiệu quả tài chính doanh nghiệp. Trong giai đoạn mới, quá trình tái cấu trúc hệ thống doanh nghiệp của Tập đoàn cần đặt trên cơ sở chiến lược phát triển, bao gồm không chỉ thoái vốn mà còn cả mua thêm vốn, mua thêm doanh nghiệp, đầu tư doanh nghiệp mới vào những khâu còn thiếu trong chiến lược phát triển. Danh mục tái cấu trúc sẽ phải xác định chiến lược phát triển bền vững, và nó trở thành một trọng tâm của sản xuất dệt may. Hoạch định chiến lược phát triển bền vững để đảm bảo duy trì sản xuất liên tục, có hướng tới các mục tiêu định lượng là yêu cầu bắt buộc với các doanh nghiệp. Một tầm nhìn mới cần được xác lập với các dự báo dài hạn, do vậy rất cần sự chỉ đạo xuyên suốt từ Tập đoàn. Thoát ly các chỉ tiêu tài chính thông dụng, xác lập các mục tiêu phi tài chính để trong dài hạn đem lại kết quả tài chính bền vững là thách thức rất lớn với mô hình và bộ máy quản trị hiện nay. Nhất là trong tư duy của chủ sở hữu, chấp nhận một bộ chỉ tiêu phát triển bền vững trong khi chưa thấy ngay các lợi ích tài chính ngắn hạn, thậm chí còn gia tăng chi phí là điều không dễ dàng, đòi hỏi những người đại diện vốn của Tập đoàn phải hoạch định được chi tiết lợi ích của chi phí cơ hội đó, tỷ suất thu hồi vốn đầu tư cho phát triển bền vững. Đã đến lúc, triển khai các mục tiêu chiến lược phi tài chính là nhiệm vụ của Công ty mẹ Tập đoàn, không còn là nhà đầu tư mua thêm doanh nghiệp, hoặc đầu tư hình thành doanh nghiệp mới.

Như vậy, giai đoạn mới 2020-2025 thực sự là một giai đoạn bản lề trong xác định và điều chỉnh chiến lược của Tập đoàn. Các áp lực từ bên ngoài không còn chỉ là cạnh tranh về giá như chủ yếu trong 10 năm trước, mà là cạnh tranh bằng công nghệ, dẫn tới người không theo kịp sẽ bị bỏ lại như những công nhân dệt thủ công trước áp lực của máy dệt thơi nước của cuộc CMCN lần thứ nhất trong thế kỷ 18. Nguy cơ bị bỏ rơi vì công nghệ và cả sự sắp xếp phân bố chuỗi cung ứng toàn cầu với các chuẩn mực mới cho cộng đồng đòi hỏi tư duy chiến lược thận trọng, tính toán bước đi kỹ lưỡng, đồng thời phải nhanh vì tốc độ của thay đổi là rất lớn. Chưa bao giờ vòng đời của doanh nghiệp lại có thể ngắn như điều kiện hiện nay, trong khi chưa rõ hình hài tác động của cuộc CMCN 4.0, thì đâu đó đã thấy các tín hiệu và khái niệm của một cuộc CMCN 5.0 mới. Ba trụ cột giải pháp đề cập ở trên chỉ là phác thảo về các khía cạnh cần quan tâm, đẩy mạnh trong Tập đoàn nhằm hướng về một chiến lược phát triển bền vững hơn, là cơ hội gây dựng năng lực cạnh tranh mới của cả Tập đoàn.

Cuối cùng, để có thể tiếp nối câu chuyện phát triển đẹp trong ¼ thế kỷ qua, thì đội ngũ Vinatex ngoài việc phát huy nét văn hóa đặc thù, còn cần bổ sung thêm năng lực mới, đó là:





Ông **LÊ TIẾN TRƯỜNG**
Tổng Giám đốc Vinatex

TGĐ VINATEX
Lấy tâm yêu thương chân thành làm gốc

Kính thưa toàn thể người lao động trong Tập đoàn Dệt May Việt Nam,

Chúng ta đang trải qua cơn bão của dịch bệnh Covid-19 với 202 trên 204 quốc gia vùng lãnh thổ có người nhiễm bệnh. Cuộc khủng hoảng về y tế đã gây ảnh hưởng đến kinh tế, sản xuất, phân phối khi lần đầu tiên trong lịch sử, cả thế giới đột ngột dừng lại. Đây là thách thức rất lớn, chưa từng có trong quá trình hoạt động đối với những người làm dệt may nói chung và Tập đoàn Dệt May Việt Nam nói riêng.

Mỗi con người đều cần có một nơi làm việc, một doanh nghiệp, một tổ chức... không chỉ để có thu nhập, nuôi sống gia đình mà còn là nơi chúng ta cống hiến, chứng minh bản thân mình với xã hội. Sức khỏe của doanh nghiệp ảnh hưởng trực tiếp đến sức khỏe của mỗi cá nhân, nhân viên, cán bộ và ngược lại. Doanh nghiệp mạnh thì đời sống người lao động được sung túc, doanh nghiệp gặp khó khăn chắc chắn đời sống người lao động cũng gặp khó khăn, thách thức.

Chúng ta biết rằng, ngay từ tháng 2/2020 khi dịch Covid-19 chưa lan rộng ở Việt Nam thì theo Bộ Lao động, Thương binh & Xã hội đã thống kê có hơn 180.000 doanh nghiệp trên cả nước gặp khó khăn phải giảm quy mô hoạt động, thậm chí là sa thải người lao động. Sang tháng 3/2020, tình hình khó khăn về lao động, sản xuất đã diễn ra trên phạm vi toàn cầu khi các hệ thống bán lẻ đóng cửa và các thành phố lớn bị phong toả. Ngày 27/3/2020 đã ghi nhận một kỷ lục mới của nước Mỹ kể từ năm 1967 về số lượng người đăng ký xin hưởng trợ cấp do thiếu việc làm, lên tới 3,28 triệu người. Dự kiến, sau dịch Covid-19 trên thế giới sẽ mất đi khoảng 30–40 triệu việc làm.

Ngành Dệt May Việt Nam đang đứng trước một thách thức rất lớn do sử dụng nhiều lao động nên thiếu việc làm là hết sức nghiêm trọng. Thực tế, nếu doanh nghiệp không có việc làm thì sẽ không có tiền để chi trả các chi phí, trong đó lớn nhất là tiền lương. Nếu chỉ trả tiền lương tối thiểu cho người lao động trong 3 tháng thì doanh nghiệp đã không còn một đồng vốn nào. Mấu chốt ở đây là làm sao giữ được dòng tiền trong doanh nghiệp. Chính vì thế, đây là câu hỏi rất lớn đặt ra cho trái tim, khối óc của những người quản lý và tất cả người lao động trong Tập đoàn Dệt May Việt Nam.

Trong thời điểm khó khăn này, 3 bài học phải được kiên định, quyết liệt thực hiện với chất lượng cao nhất tại tất cả các doanh nghiệp:

Thứ nhất là, không ngại khám phá, sáng tạo, đi vào những ngả đường mà chúng ta chưa bao giờ đi. Thực tế, trong 2 tháng vừa qua chúng ta đã tổ chức sản xuất những mặt hàng chưa từng sản xuất như khẩu trang phòng dịch và sắp tới là khẩu trang y tế, bộ quần áo y tế cho bác sỹ, bệnh nhân, bộ quần áo phòng dịch. Đây là những mặt hàng không chỉ phục vụ nhu cầu chống dịch trong xã hội mà còn góp phần giảm bớt khó khăn đối với việc bị hoãn, dừng, hủy đơn hàng kể từ đầu tháng 3 trở lại đây với tất cả doanh nghiệp. Chúng ta triển khai làm việc từ xa, điều không ai nghĩ có thể làm với ngành "con mọn" như dệt may, mở ra khả năng hoạt động với chi phí thấp hơn cho doanh nghiệp.

Thứ 2 là, người lãnh đạo các doanh nghiệp cần tự chấn chỉnh mình, giữ được niềm tin mạnh mẽ, quyết liệt và tin tưởng vào thắng lợi. Ý chí của người đứng đầu sẽ là động lực lan tỏa đến toàn doanh nghiệp. Chỉ có người đứng đầu mạnh mẽ, quyết tâm thì mới có khả năng chèo chống con thuyền doanh nghiệp vượt qua được khó khăn do dịch Covid-19 gây ra. Đây cũng là dịp để phân biệt doanh nghiệp – doanh nhân tầm thường và những doanh nghiệp – doanh nhân có ý chí vươn lên mạnh mẽ.

Thứ 3, đây là lúc mọi ứng xử với nhau phải xuất phát từ cái tâm chân thành. Ngành dệt may có truyền thống nghĩa tình nhưng lúc này là lúc cần phát huy cao hơn nữa tinh thần thuỷ chung, nghĩa tình ấy. Chúng ta biết rằng, nếu cái tâm thật chân thành thì dù hoạt động SXKD có khó khăn đến đâu cũng sẽ ổn định và vượt qua được. Người lao động cũng cần nhìn vào văn hóa của doanh nghiệp và cách ứng xử chân thành của lãnh đạo doanh nghiệp đối với mình để quyết định san sẻ cùng nhau vượt qua khó khăn. Với niềm tin "gái có công, chồng chẳng phụ" – những người lao động sẽ sát cánh cùng doanh nghiệp để xây dựng tương lai tươi sáng hơn sau khủng hoảng.

Thời điểm khó khăn là lúc cần sự sáng tạo, tiết kiệm mọi chi phí, năng suất, chất lượng tốt hơn dù thời gian, số lượng công việc có thể ít đi. Người lao động ngành Dệt May Việt Nam cần chia sẻ với nhau để tất cả cùng có việc làm, cùng có thu nhập chấp nhận được và giữ vững đội ngũ của mình. Chúng ta cũng kêu gọi mọi người Việt Nam dùng hàng Việt Nam, hạn chế dòng tiền phải đi ra khỏi đất nước.

Chúng ta cần học tập tấm gương của đội ngũ y, bác sỹ đã cùng nhau dũng cảm xông vào "khu vực nóng nhất" của dịch bệnh, nhường nhau những vị trí an toàn hơn. Người lớn tuổi mong muốn được vào trực tiếp nơi nguy hiểm nhất nhường cho người trẻ tuổi chưa có gia đình, ngược lại, người trẻ tuổi thì lại nghĩ rằng mình cần phải vào những nơi nguy hiểm nhất bởi vì những người lớn tuổi còn có gia đình cần chăm sóc, nuôi dưỡng và bảo vệ. Những người lao động trong Tập đoàn Dệt May Việt Nam cũng sẽ quyết tâm như vậy, theo nguyên tắc "tất cả cùng san sẻ khó khăn, mỗi người khó một chút để được nguyên vẹn cùng nhau vượt qua thử thách này". Với sự đồng lòng của tất cả người lao động, chắc chắn Tập đoàn Dệt May Việt Nam nói riêng và ngành Dệt May Việt Nam nói chung sẽ cùng nhau vượt qua khó khăn.

Thân ái,
Tổng Giám đốc Vinatex
Lê Tiến Trường



CBCNV VINATEX ĐÁP TỪ TÂM THƯ CỦA TGĐ

Kính thưa Lãnh đạo Tập đoàn Dệt May Việt Nam!

Với những người lao động chúng tôi thì niềm vui là mỗi sáng thức dậy, thấy mình khỏe mạnh, được làm việc, được gặp gỡ đồng nghiệp. Nhưng niềm vui ấy giờ đây đã trở nên không trọn vẹn. Bệnh dịch rình rập và diễn biến ngày một phức tạp khiến người người không khỏi bận tâm. Nỗi lo âu về sức khỏe là đương nhiên, nhưng đằng sau đấy còn là nỗi lo về "miếng cơm manh áo" – mà nó sẽ ảnh hưởng trực tiếp đến sự yên lành của mỗi gia đình chúng tôi.

Nỗi lo ấy cứ nhân lên theo thời gian khi ngày ngày chúng tôi vẫn đón nhận những thông tin về dịch bệnh trên toàn cầu và hệ lụy của nó.

Tập đoàn Dệt May Việt Nam – nơi chúng tôi đang gắn bó – cũng từng ngày chao đảo trong cơn bão dịch bệnh. Giữa lúc hoang mang, một thông điệp "Vinatex cam kết ưu tiên số 1 giữ việc làm cho người lao động và trả lương duy trì đời sống cho người lao động", "Tổ chức lại sản xuất để đảm bảo ai cũng được đi làm, trên tinh thần giảm giờ làm, nghỉ luân phiên, chứ không sa thải người lao động" đã khiến những người lao động chúng tôi cảm thấy ấm lòng vô cùng.

Chúng tôi luôn thấu hiểu và trân quý những giá trị từ sự nỗ lực, ý chí, quyết tâm cao của Lãnh đạo Tập đoàn Dệt May Việt Nam. Người thuyền trưởng với vai trò là "điểm tựa" sẵn sàng dâng hiến, xông pha trên mặt trận vì doanh nghiệp, vì người lao động. Có thể có những giờ phút, một số trong chúng tôi, người đã nghỉ ngơi để nạp năng lượng cho ngày mới, người có thể còn đang ầu ơ ru con, nhưng người thuyền trưởng của Vinatex vẫn miệt mài bên chiếc máy tính, vẫn nhận thư gửi thư, cặm cụi nghe tin đọc tin, trăn trở, hối hả tìm hướng đưa con thuyền vượt qua cơn sóng gió. Chúng tôi tin tưởng vào sự nhiệt huyết, tinh thần mạnh mẽ không chùn bước của đội ngũ Lãnh đạo Vinatex để luôn "giữ gìn hình ảnh của doanh nghiệp, giữ được tình cảm của người lao động với doanh nghiệp, kể cả với những người phải ra đi". Đó là điều khiến chúng tôi thực sự cảm kích. Là người lao động, chúng tôi sẵn sàng đồng tâm hợp lực để cùng Ban lãnh đạo gánh vác những lo toan, đối mặt với khó khăn, thích ứng với hoàn cảnh mới, vì với chúng tôi, hạnh phúc là sẻ chia, là được cùng nắm tay nhau, sát cánh bên nhau trong mọi hoàn cảnh. Những người lao động của Vinatex vẫn luôn tự hào về truyền thống văn hóa "đoàn kết" của mình. Không phải ngẫu nhiên có những cán bộ "kết duyên" cả cuộc đời làm việc của mình chỉ với 1 doanh nghiệp duy nhất là Vinatex, thậm chí thời gian gắn bó với Vinatex còn dài hơn cả thời gian gắn bó với người bạn tri kỷ của mình, cũng không phải ngẫu nhiên có những cán bộ lại thờ ơ trước những lời mời với mức thu nhập "khủng" của nơi này, nơi kia để rồi họ dành trọn tình yêu cho Vinatex. Bởi họ hiểu sâu sắc những giá trị to lớn từ truyền thống đẹp đẽ đó, họ tự hào về thành quả của tập thể, và phấn đấu đến những điều tốt đẹp hơn, mong muốn được cống hiến để vun đắp cho sự phát triển của doanh nghiệp, nơi họ đã gửi gắm niềm tin yêu và lòng tự hào.

Trong hoàn cảnh này, chúng tôi lại một lần nữa được học cách cảm thông, chia sẻ, yêu thương chân thành, nghị lực, và cả sự hy sinh – đó chính là chiếc chìa khóa vàng để chúng ta cùng nhau vượt qua thử thách, hướng tới thành công. "Sông có khúc, người có lúc", dù khó khăn đến đâu, dưới sự chèo lái của người thuyền trưởng đầy tâm huyết, chúng tôi cũng sẽ quyết tâm bằng cả sức lực và trái tim, cùng nhau góp sức người, sức của vượt qua giai đoạn gian nan này. Sự nỗ lực, đồng lòng, đồng cảm giờ phút này sẽ là tiền đề cho ngày mai phát triển, trường tồn, nhà nhà ấm no hạnh phúc, để rồi những người lao động của Vinatex vẫn mãi được xem là "Trung tâm của sự phát triển doanh nghiệp".

Với tất cả sự trân trọng, chúng tôi cảm ơn Lãnh đạo Tập đoàn Dệt May Việt Nam đã đem đến cho người lao động một niềm tin "sau cơn mưa trời lại sáng". Kính chúc toàn thể Lãnh đạo và cán bộ nhân viên Tập đoàn Dệt May Việt Nam luôn mạnh khỏe, vững vàng, sớm vượt qua "bão tố" an toàn, để tiếp tục hành trình DỆT NHỮNG ƯỚC MƠ.

PHẢN ỨNG CHÍNH SÁCH KINH TẾ TOÀN CẦU ĐỐI VỚI CUỘC KHỦNG HOẢNG COVID-19

Những con virus nhỏ bé đang làm chao đảo nền kinh tế toàn cầu. Chỉ trong một thời gian ngắn, căn bệnh dễ lây lan đã đẩy thế giới đến bên bờ vực của một cuộc suy thoái có thể còn nghiêm trọng hơn cuộc khủng hoảng tài chính năm 2008. Chính phủ và ngân hàng trung ương của các nước trên thế giới đã ban hành những gói kích thích tiền tệ, tài khoá và nhiều biện pháp hỗ trợ khác chưa từng có tiền lệ nhằm tiếp sức cho nền kinh tế đang bị đại dịch Covid-19 đánh gục.

Bài: **MẠC DUNG**
(Dịch và tổng hợp)

Ngày 26 tháng 3, nhóm các nền kinh tế lớn G20 đã tuyên bố sẽ bơm hơn 5 nghìn tỷ USD vào nền kinh tế toàn cầu nhằm giảm thiểu nguy cơ mất việc làm và không có thu nhập của người lao động, và sẽ "làm bất cứ điều gì cần thiết" để khắc phục những ảnh hưởng tiêu cực của đại dịch này. Dưới đây là những bước đi chính sách chủ yếu của các quốc gia.



Nguồn ảnh: Anadolu Agency/Anadolu Agency via Getty Images

MỸ

Chính sách tiền tệ - Cục dự trữ liên bang Mỹ (FED) đã tiến hành cắt giảm lãi suất trong 2 cuộc họp khẩn cấp vào ngày 3 tháng 3 (giảm 0,5%) và 15 tháng 3 (giảm thêm 1%), đưa lãi suất quỹ liên bang về mức 0 - 0,25%, đồng thời cam kết mua thêm 700 tỷ USD trái phiếu Chính phủ hoặc triển khai các biện pháp nới lỏng định lượng (QE). Bên cạnh đó, FED cũng giảm 1,5% ở lãi suất vay vốn khẩn cấp qua cửa sổ chiết khấu. Đến ngày 23 tháng 3, FED đã công bố gói nới lỏng định lượng không giới hạn, bao gồm việc mua trái phiếu của các doanh nghiệp và thành phố.

Thanh khoản và vay vốn – Hàng nghìn tỷ đô la trong các thoả thuận mua lại, tiền mặt tràn ngập thị trường; Hạn mức tín dụng chéo với các ngân hàng trung ương lớn khác để cung cấp nguồn vốn vay bằng đô la; Chương trình hỗ trợ vay vốn thị trường tiền tệ; Nới lỏng bộ đệm vốn ngân hàng; Cấp vốn để hỗ trợ dòng chảy tín dụng trong thị trường chứng khoán bảo đảm bằng tài sản; Lên kế hoạch mở rộng tín dụng cho các doanh nghiệp vừa và nhỏ. Vào ngày 31 tháng 3, FED đã nới rộng khả năng tiếp cận nguồn vốn bằng USD của hàng chục ngân hàng thương mại bằng cách cho phép các ngân hàng này trao đổi trái phiếu Kho bạc Mỹ với các khoản vay bằng USD qua đêm. Chương trình này được khởi động vào ngày 6 tháng 4 và dự kiến sẽ kéo dài ít nhất 6 tháng.

Kích thích tài khoá - Vào ngày 27 tháng 3, Hạ viện Mỹ đã thông qua gói cứu trợ trị giá 2,2 nghìn tỷ USD - được xem là gói giải pháp kinh tế lớn nhất trong lịch sử, bao gồm một quỹ 500 tỷ USD để hỗ trợ các ngành công nghiệp bị ảnh hưởng nặng nề nhất do dịch bệnh và một khoản ngân sách tương đương để trợ cấp trực tiếp lên tới 3.000 USD cho mỗi hộ gia đình Mỹ.

CHÂU ÂU

Chính sách tiền tệ - Vào ngày 12 tháng 3, Ngân hàng Trung ương châu Âu (ECB) đã thêm 120 tỷ EUR (tương đương 135 tỷ USD) vào chương trình mua tài sản hiện hành, tăng từ mức 20 tỷ EUR/tháng trước đó. Đến ngày 19 tháng 3, ECB lại tiếp tục tung ra gói nới lỏng định lượng trị giá 750 tỷ EUR, nâng tổng số tiền lên khoảng 1,1 nghìn tỷ EUR năm nay, và tuyên bố sẵn sàng mua lại nợ công của Hy Lạp. Vào ngày 26 tháng 3, ECB đã loại bỏ giới hạn về số lượng trái phiếu có thể thu mua từ bất kỳ quốc gia nào thuộc khu vực đồng tiền chung châu Âu.

Thanh khoản và vay vốn - Vào ngày 12 tháng 3, Ngân hàng Trung ương châu Âu đã cắt giảm lãi suất trong Hoạt động tái cấp vốn dài hạn được nhắm mục tiêu (TLTRO) – chương trình cung cấp nguồn vốn dài hạn chi phí thấp cho các ngân hàng thương mại ở khu vực đồng tiền chung châu Âu, giảm thêm 0,25% xuống mức - 0,75%. Ngày 7 tháng 4, ECB thông báo sẽ nới lỏng các quy định về thế chấp tài sản, một quyết định "chưa từng có" nhằm thúc đẩy vay vốn ngân hàng trong cuộc khủng hoảng do dịch bệnh.

Chính sách tài khoá và các chính sách khác - Đình chỉ các giới hạn trong hoạt động vay Chính phủ của các nước châu Âu, xem xét việc cấp hạn mức tín dụng dự phòng từ Quỹ cứu trợ Cơ chế Bình ổn châu Âu (ESM) có thể lên đến 2% GDP của nước muốn vay trong 12-24 tháng, với kỳ hạn 5-10 năm.

ĐỨC

Chính sách tài khoá - Thông qua gói cứu trợ trị giá 750 tỷ EUR (811,13 tỷ USD) vào ngày 23 tháng 3; 100 tỷ EUR cho một quỹ bình ổn kinh tế có thể lấy cổ phần trực tiếp trong các công ty; 100 tỷ EUR tín dụng cho Ngân hàng tái thiết Đức KfW để hỗ trợ các doanh nghiệp đang gặp khó khăn; quỹ bình ổn này cũng bao gồm 1 gói bảo lãnh chính phủ cho các khoản vay ngân hàng lên tới 400 tỷ EUR để đảm bảo khả năng thanh toán của doanh nghiệp.

PHÁP

Chính sách tài khoá - Thông qua gói 45 tỷ EUR (tương đương 1,9% GDP) chi tiêu khẩn cấp vào ngày 17 tháng 3 để hỗ trợ các doanh nghiệp và người lao động. Trước đó 1 ngày, Chính phủ Pháp cũng đã tuyên bố sẽ đảm bảo các khoản vay vốn trị giá tới 300 tỉ EUR (335 tỷ USD) từ các ngân hàng thương mại để giúp các doanh nghiệp vượt qua được cuộc khủng hoảng do dịch Covid-19 gây ra.

ITALY

Chính sách tài khoá - Thông qua gói cứu trợ khẩn cấp trị giá 25 tỷ EUR vào ngày 16 tháng 3, đình chỉ các khoản trả nợ vay và thế chấp cho các công ty và gia đình, tăng quỹ để giúp các công ty trả lương cho người lao động tạm thời bị sa thải. Một gói cứu trợ khẩn cấp mới được thông



Bức tượng "Cô bé quả cảm" (The Fearless Girl) bên ngoài Sàn Giao dịch chứng khoán New York vào tháng 3 . Nguồn ảnh: Kevin Hagen/AP

qua vào ngày 6 tháng 4 sẽ huy động thêm 400 tỷ EUR vào gói hỗ trợ 350 tỷ EUR theo sắc lệnh thanh khoản hỗ trợ các doanh nghiệp Cura Italia.

TÂY BAN NHA

Chính sách tài khoá - Thông qua gói biện pháp trị giá 200 tỷ EUR vào ngày 17 tháng 3; một nửa trong số đó là bảo lãnh tín dụng cho các công ty do nhà nước hậu thuẫn và phần còn lại bao gồm các khoản vay và viện trợ cho những người bị ảnh hưởng bởi dịch bệnh. Đến ngày 31 tháng 3, Chính phủ Tây Ban Nha tiếp tục thông qua gói cứu trợ 700 triệu EUR, bao gồm biện pháp trì hoãn việc trục xuất các hộ gia đình không chi trả được tiền thuê nhà trong vòng 6 tháng sau khi tình trạng khẩn cấp được dỡ bỏ.

ANH

Chính sách tiền tệ - Ngân hàng Trung ương Anh (BoE) đã cắt giảm lãi suất trong 2 cuộc họp khẩn cấp vào ngày 11 tháng 3 (giảm 0,5%) và ngày 19 tháng 3 (giảm thêm 0,15%), đưa lãi suất xuống mức thấp kỷ lục 0,1%, đồng thời gia tăng quy mô của chương trình mua trái phiếu thêm 200 tỷ bảng Anh lên 645 tỷ bảng Anh (tương đương 752 tỷ USD).

Thanh khoản và vay vốn - BoE đã giới thiệu một chương trình mới cho tín dụng giá rẻ và giảm bộ đệm vốn để giúp các ngân hàng vay vốn. Một cơ sở tài chính doanh nghiệp của BoE sẽ mua thương phiếu với thời gian đáo hạn lên tới 12 tháng từ các doanh nghiệp có xếp hạng tín dụng đầu tư trước khủng hoảng hoặc tương tự. Vào ngày 2 tháng 4, Ngân hàng Trung ương Anh cũng cho biết họ sẽ tăng quy mô của chương trình mua trái phiếu doanh nghiệp của mình lên ít nhất 20 tỷ bảng.

Chính sách tài khoá - Ngày 11 tháng 3, Anh đã thông qua kế hoạch kích thích tài khoá trị giá 30 tỷ bảng Anh; một gói 330 tỷ bảng vay vốn có bảo lãnh của Chính phủ để hỗ trợ các doanh nghiệp; đề xuất chi trả 80% lương nếu người lao động buộc phải nghỉ phép do lệnh đóng cửa các cơ sở kinh doanh, với mức tối đa mỗi tháng là 2.500 bảng Anh (67,7 triệu đồng) cho một người. Các doanh nghiệp cũng được phép tạm hoãn nộp thuế VAT lên tới 30 tỷ bảng Anh.

CANADA

Chính sách tiền tệ - Ngân hàng Trung ương Canada đã cắt giảm lãi suất trong 3 cuộc họp khẩn cấp vào ngày 4 tháng 3 (giảm 0,5%), 13 tháng 3 (0,5%), và ngày 27 tháng 3 (0,5%), đưa lãi suất vay qua đêm xuống còn 0,25%. Vào ngày 27 tháng 3, Ngân hàng này cũng tuyên bố sẽ thu mua công trái Chính phủ Canada trên thị trường thứ cấp, bắt đầu với việc mua 5 tỷ đô la Canada mỗi tuần.

Thanh khoản và vay vốn - mở rộng phạm vi tài sản đủ điều kiện thế chấp cho các công cụ mua lại có kỳ hạn (term repo); thông qua chương trình mua thế chấp được bảo hiểm trị giá 50 tỷ đô la Canada; chương trình hỗ trợ tín dụng 10 tỷ đô la cho doanh nghiệp. Tập đoàn Nhà ở và Thế chấp Canada vào ngày 26 tháng 3 đã thúc đẩy chương trình mua thế chấp được bảo hiểm lên tới 150 tỷ đô so với mức 50 tỷ được công bố trước đó.

Chính sách tài khoá - Ngân hàng Trung ương Canada sẽ chi trả tới 75% lương cho người lao động làm trong các doanh nghiệp vừa và nhỏ chịu ảnh hưởng của dịch bệnh; hoãn nộp thuế trị giá 55 tỷ đô la Canada cho các doanh nghiệp và hộ gia đình; thông qua gói cứu trợ 27 tỷ đô la cho công nhân và những hộ có thu nhập thấp.

NHẬT BẢN

Chính sách tiền tệ - Ngân hàng Trung ương Nhật Bản đã nới lỏng chính sách tiền tệ bằng cách tăng cường mua các quỹ hoán đổi danh mục (ETF) và các tài sản rủi ro khác, bao gồm cả trái phiếu doanh nghiệp. Ngân hàng này cũng đưa ra chương trình cho vay mới để gia hạn các khoản vay không lãi suất một năm cho các tổ chức tài chính.

Chính sách tài khoá – Ngày 10 tháng 3, Chính phủ Nhật Bản đã công bố gói 430,3 tỷ JPY để chi tiêu thêm, phần lớn trong số đó nhằm mục đích hỗ trợ các doanh nghiệp vừa và nhỏ. Số tiền này cũng được dùng để cấp vốn cho công tác nâng cấp các cơ sở y tế, trợ cấp cho các phụ huynh học sinh buộc phải nghỉ làm để chăm sóc con cái vì trường học đóng cửa. Ngày 7 tháng 4, Chính phủ Nhật Bản tiếp tục phê duyệt một gói kích thích kinh tế chưa từng có trước đây, với tổng trị giá lên tới 108.000 tỷ JPY (989 tỷ USD), tương đương 20% tổng sản phẩm quốc nội. Gói này sẽ bao gồm các khoản trợ cấp bằng tiền mặt trị giá hơn 6.000 tỷ JPY cho các hộ gia đình và các doanh nghiệp vừa và nhỏ.

TRUNG QUỐC

Chính sách tiền tệ - Vào ngày 30 tháng 3, Ngân hàng Trung ương Trung Quốc (PBOC) đã tiến hành hạ lãi suất đối với các hợp đồng repo đảo ngược kỳ hạn 7 ngày, từ 2,4% xuống 2,2%, mức cắt giảm lớn nhất trong vòng gần 5 năm trở lại đây. PBOC cũng đã giảm 10 điểm cơ bản lãi suất cho vay tiêu chuẩn kỳ hạn 1 năm xuống còn 4,05% vào tháng 2, sau những đợt bơm thanh khoản và nhiều chính sách nới lỏng khác được tiến hành từ đầu năm.

Thanh khoản và vay vốn – Vào ngày 13 tháng 3, PBOC đã hạ tỷ lệ dự trữ tiền mặt bắt buộc của các ngân hàng thương mại lần thứ 2 trong năm nay, giúp giải phóng khoảng 550 tỷ CNY, tương đương gần 80 tỷ USD. Trung Quốc đã đưa ra chính sách vay vốn dễ dàng hơn cho các doanh nghiệp vừa và nhỏ, tăng hạn mức cho vay lại CNY và tái chiết khấu thêm 500 tỷ CNY, tăng hạn mức cho vay đối với các ngân hàng chính sách 350 tỷ CNY nhằm hỗ trợ các doanh nghiệp nhỏ và vừa chịu ảnh hưởng nặng nề bởi dịch bệnh. Ngày 3 tháng 4, PBOC tuyên bố sẽ cắt giảm tỷ lệ dự trữ bắt buộc đối với các ngân hàng nhỏ thêm 1%, giải phóng khoảng 400 tỷ CNY. Các bước tiến hành sẽ được chia làm 2 giai đoạn: giai đoạn 1 tiến hành



Nguồn ảnh: REUTERS/Issei Kato



IMF đang cung cấp 50 tỷ đô la cho các nền kinh tế bị ảnh hưởng nặng nề nhất bởi vụ dịch. Nguồn ảnh: weforum.org

cắt 0,5% hiệu lực từ 15/4, giai đoạn 2 tiến hành cắt giảm thêm 0,5% từ 15/5.

Chính sách tài khoá - Trung Quốc dự kiến sẽ giải phóng hàng nghìn tỷ CNY kích thích tài khóa, nhằm mục tiêu thúc đẩy đầu tư cơ sở hạ tầng, với trị giá 2,8 nghìn tỉ CNY (394 tỉ USD) trái phiếu đặc biệt của chính quyền địa phương, theo các nguồn tin vào ngày 19 tháng 3. Tỷ lệ thâm hụt ngân sách quốc gia có thể tăng lên mức kỷ lục, các nguồn tin cho biết thêm. Ngày 27 tháng 3, Bộ Chính trị Đảng Cộng sản Trung Quốc tuyên bố sẽ đẩy mạnh những thay đổi trong chính sách kinh tế vĩ mô và theo đuổi chính sách tài khoá chủ động hơn. Họ kêu gọi mở rộng thâm hụt ngân sách, phát hành thêm trái phiếu địa phương và quốc gia, hoãn trả nợ, giảm tắc nghẽn chuỗi cung ứng và thúc đẩy tiêu dùng. Đầu năm nay, Bắc Kinh đã đưa ra nhiều giải pháp như giảm thuế, giảm giá điện và chi phí.

ẤN ĐỘ

Chính sách tiền tệ - Ngân hàng Dự trữ Ấn Độ đã tiến hành cắt giảm lãi suất cho vay tiêu chuẩn 0,75% xuống mức 4,4% vào ngày 27 tháng 3.

Chính sách tài khoá - Chính phủ đã công bố kế hoạch kích thích tài khoá trị giá 1,7 nghìn tỷ rupi vào ngày 26 tháng 3, hỗ trợ chuyển tiền trực tiếp và các biện pháp bảo đảm an ninh lương thực.

HÀN QUỐC

Chính sách tiền tệ - Ngân hàng Trung ương Hàn Quốc đã cắt giảm 50 điểm lãi suất xuống mức thấp kỷ lục 0,75% vào ngày 16 tháng 3.

Chính sách tài khoá - Chính phủ Hàn Quốc sẽ tiến hành trợ cấp tiền mặt khẩn cấp cho toàn bộ người dân, ngoại trừ những hộ gia đình giàu có, với tổng trị giá lên tới 9,1 nghìn tỷ won, đồng thời lên kế hoạch cho gói ngân sách bổ sung thứ hai vào tháng 4. Gói ngân sách bổ sung đầu tiên có trị giá 11,7 nghìn tỷ won, với 50 nghìn tỷ won cấp vốn khẩn cấp cho các doanh nghiệp nhỏ; các quy tắc dòng vốn chủ chốt tạm thời được nới lỏng để khuyến khích các tổ chức tài chính địa phương cung cấp thêm nhiều khoản vay bằng ngoại tệ.

INDONESIA

Chính sách tiền tệ - Ngân hàng Indonesia đã cắt giảm 0,25% tỷ lệ lãi suất các hợp đồng mua lại đảo ngược kỳ hạn 7 ngày xuống còn 4,5% vào ngày 19 tháng 3.

Chính sách tài khoá - Jakarta đã công bố thêm gói cứu trợ trị giá 24,9 tỷ USD vào ngày 31 tháng 3, bao gồm giảm 3 điểm phần trăm ở thuế suất doanh nghiệp xuống còn 22%. Các biện pháp khác là mở rộng phúc lợi xã hội để mang lại lợi ích cho khoảng 10 triệu hộ gia đình, hỗ trợ lương thực thực phẩm và giảm giá điện.

AUSTRALIA

Chính sách tiền tệ - Ngân hàng Dự trữ Australia (RBA, Ngân hàng Trung ương) đã tiến hành 2 bước cắt giảm lãi suất (giảm 25 điểm cơ bản vào ngày 3/3 và giảm thêm 25 điểm vào 19/3), đưa tỷ lệ lãi suất cơ bản xuống còn 0,25% - mức thấp nhất trong lịch sử của nước này. RBA cũng đi những bước đầu trong chương trình nới lỏng định lượng QE, đặt mục tiêu cho lợi suất trái phiếu chính phủ Australia 3 năm ở khoảng 0,25%.

Thanh khoản và vay vốn - Một gói cấp vốn trị giá 90 tỷ AUD cho các ngân hàng với lãi suất cố định 0,25%; Chương trình mua 15 tỷ AUD chứng khoán được thế chấp nhà ở và chứng khoán bảo đảm bằng tài sản khác; Chương trình hỗ trợ trị giá 715 triệu AUD cho các hãng hàng không.

Chính sách tài khoá - Gói hỗ trợ trị giá 66,1 tỷ AUD cho các công ty và các khoản thanh toán phúc lợi bổ sung; 17,6 tỷ AUD trợ cấp cho những nhân viên tập sự, doanh nghiệp nhỏ, người hưu trí và một số đối tượng khác; 130 tỷ AUD để trợ cấp tiền lương cho khoảng 6 triệu người.

BRAZIL

Chính sách tiền tệ - Ngân hàng Trung ương Brazil đã cắt giảm lãi suất 0,5% xuống còn 3,75%, đồng thời nới lỏng các điều khoản về vốn cho các tổ chức tài chính.

Thanh khoản và vay vốn - Chương trình trị giá 1,2 nghìn tỷ reais (BRL) của Ngân hàng Trung ương để bơm thanh khoản thông qua việc mua lại các danh mục vay ngân hàng; Ban hành quy định mới cho phép các ngân hàng tăng giá trị các khoản vay với các điều khoản tốt hơn dành cho các doanh nghiệp và hộ gia đình; Sự can thiệp của Ngân hàng Trung ương vào thị trường ngoại hối và hoạt động mua lại trái phiếu chính phủ mệnh giá đô la.

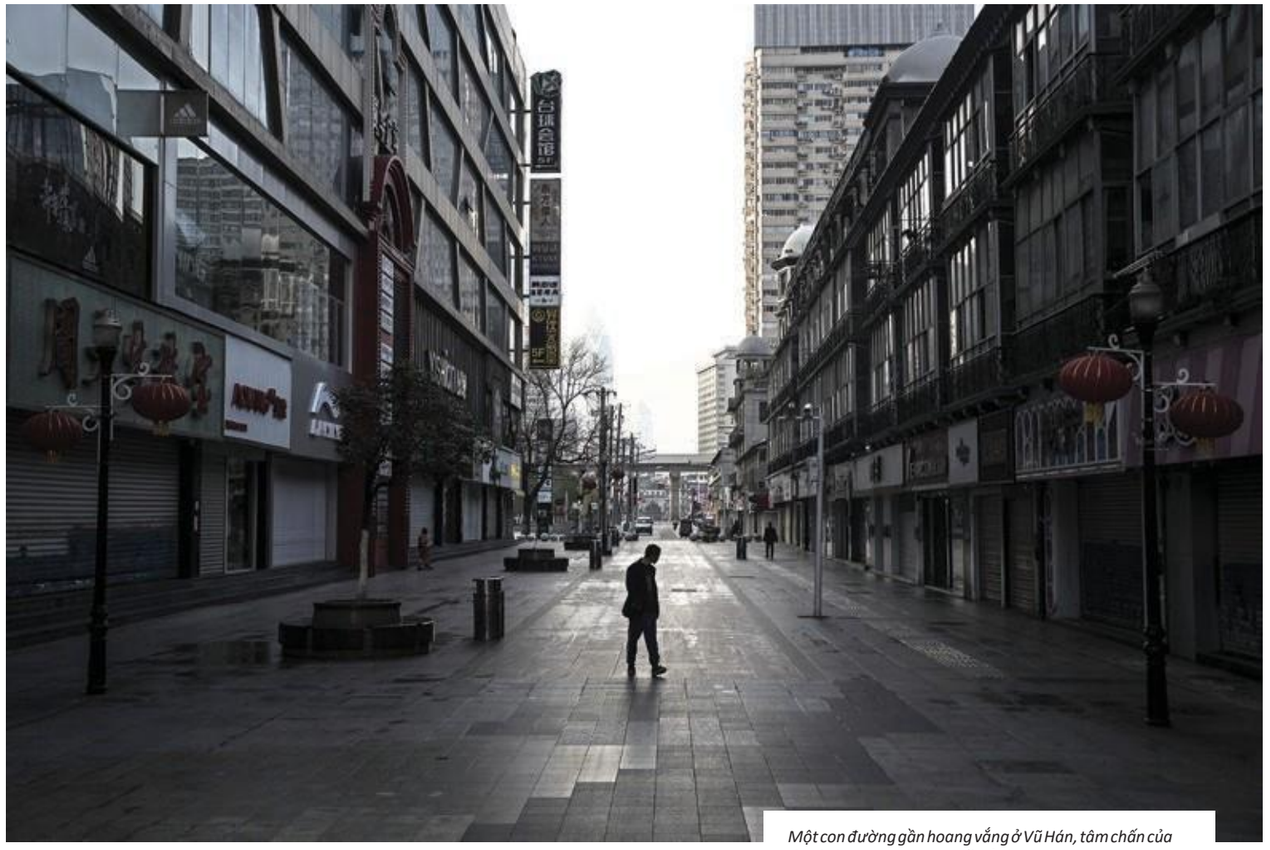
Chính sách tài khoá - Gói 150 tỷ BRL tăng ngân sách để hỗ trợ phần lớn dân số và những ngành nghề chịu ảnh hưởng nặng nề do dịch bệnh; Sắc lệnh của Tổng thống tuyên bố tình trạng khẩn cấp quốc gia cho phép Chính phủ từ bỏ các mục tiêu tài khóa và giải phóng các nguồn lực ngân sách. Vào ngày 1 tháng 4, Chính phủ Brazil đã triển khai chương trình 51 tỷ BRL cho phép các công ty chịu tác động tiêu cực do đại dịch Covid-19 được giảm lương và giờ làm của người lao động, hoặc tạm thời ngừng hợp đồng để duy trì việc làm.

NAM PHI

Chính sách tiền tệ - Ngân hàng Dự trữ Nam Phi (SARB) đã cắt giảm lãi suất cho vay chủ yếu 1% xuống còn 5,25% vào ngày 19 tháng 3.

Thanh khoản và vay vốn - SARB đã công bố chương trình mua trái phiếu ở thị trường thứ cấp vào ngày 25 tháng 3.

Chính sách tài khoá - Vào ngày 6 tháng 4, Nam Phi tuyên bố sẽ dành 1,2 tỷ rand để giúp đỡ các đối tượng nông dân quy mô nhỏ trong nỗ lực hỗ trợ ngành sản xuất lương thực của nước này.



Một con đường gần hoang vắng ở Vũ Hán, tâm chấn của đại dịch coronavirus. Nguồn ảnh: scmp.com

Ý KIẾN chuyên gia



Ông Trần Tuấn Anh
Bộ trưởng
Bộ Công thương:

"Với năng lực sẵn có, ngành dệt may Việt Nam có thể sản xuất đủ khẩu trang theo đúng ý kiến chỉ đạo của Thủ tướng Chính phủ, đáp ứng nhu cầu của người dân trong phòng chống dịch bệnh."

Ông Phạm Minh Huân
Nguyên Thứ trưởng Bộ LĐ-TB&XH:

"Chi trả lương theo mức tối thiểu là hết sức khó khăn trong trường hợp dịch bệnh kéo dài. Lúc đó, những DN vừa và nhỏ sẽ không đủ sức chịu đựng

Việc yêu cầu các DN chi trả lương theo mức tối thiểu là hết sức khó khăn trong trường hợp dịch bệnh kéo dài. Lúc đó, những DN vừa và nhỏ sẽ không đủ sức chịu đựng. Trong trường hợp cần thiết, có thể cho DN linh hoạt cơ chế trả lương với người lao động, thậm chí dưới mức lương tối thiểu nếu hai bên duy trì được mối quan hệ. Đối với đề xuất cho DN vay tiền để trả lương cho người lao động, cần phải tính toán và xác định rõ như thế nào sẽ được vay, DN nào có thể gặp khó khăn, phá sản. Do đó, cần phân loại DN bị tác động bởi dịch bệnh để có mức hỗ trợ tương xứng."

TS. Ngô Trí Long
Chuyên gia kinh tế:

"Để hỗ trợ các DN ổn định sản xuất, Chính phủ cần thực hiện đồng bộ nhiều giải pháp, trong đó có giải pháp về tiền tệ với 3 mục tiêu:

Cơ cấu lại thời hạn trả nợ; Miễn và giảm lãi suất; Giữ nguyên nhóm nợ. Điều này thể hiện sự hỗ trợ, chia sẻ nhưng cũng bày tỏ thông điệp không bao cấp cho yếu kém"

Ông Ngô Khải Hoàn
Phó Cục trưởng Cục Công nghiệp
Bộ Công Thương:

"Các DN Việt Nam đã làm chủ hoàn toàn công nghệ sản xuất, xử lý kháng khuẩn, kháng nước cho khẩu trang

Hiện các DN Việt Nam đã làm chủ hoàn toàn công nghệ sản xuất, xử lý kháng khuẩn, kháng nước cho khẩu trang. Qua tổng hợp tình hình sản xuất khẩu trang vải của hơn 20 tập đoàn, DN lớn trong ngành dệt may, tính đến ngày 31-3-2020, tổng lượng khẩu trang vải kháng khuẩn có thể đưa ra thị trường là khoảng 57 triệu chiếc, năng lực sản xuất hơn 1,1 triệu chiếc/ngày. Về nguồn nguyên liệu vải may khẩu trang, số lượng sản xuất vải của Việt Nam năm 2019 là 630 triệu mét vuông vải dệt từ sợi tự nhiên; 1,2 tỷ mét vuông vải dệt từ sợi nhân tạo. Tổng cả hai loại vải đạt 5 triệu mét vuông/ngày. Bên cạnh đó, hiện nay, lượng vải tồn trong thương mại, trong DN cũng còn tương đối. Lượng vải này có thể gia công kháng khuẩn để đưa vào may khẩu trang vải kháng khuẩn mà chưa cần vải dệt mới. Ngoài ra, do dịch bệnh đã được kiểm soát tại Trung Quốc nên nguồn vải từ thị trường này bắt đầu được nhập về Việt Nam. Có thể khẳng định Việt Nam không thiếu vải để sản xuất khẩu trang"

Đại sứ Việt Nam tại Mỹ
Hà Kim Ngọc:

"Các doanh nghiệp cần hết sức bình tĩnh, một mặt tiếp tục cố gắng tận dụng mọi cơ hội để duy trì sản xuất và xuất khẩu sản phẩm

Chính phủ Mỹ không có chủ trương tạm thời ngừng nhập khẩu các sản phẩm dệt may của Việt Nam. Trước những diễn biến phức tạp của dịch Covid-19 hiện nay trên phạm vi toàn cầu, việc sụt giảm các hoạt động thương mại, trong đó có lĩnh vực dệt may, là không thể tránh khỏi. Trong bối cảnh khó khăn chung hiện nay, tôi cho rằng các doanh nghiệp cần hết sức bình tĩnh, một mặt tiếp tục cố gắng tận dụng mọi cơ hội để duy trì sản xuất và xuất khẩu sản phẩm. Mặt khác, cũng xem đây là cơ hội để các doanh nghiệp rà soát lại chiến lược sản xuất, kinh doanh, đầu tư vào công nghệ, nhân lực để thích ứng với tình hình mới, mở rộng tiếp cận các đối tác, đa dạng hóa mặt hàng và thị trường xuất khẩu."

Ông Phan Đức Hiếu
Phó Viện trưởng Viện Nghiên cứu quản lý kinh tế Trung ương

"Mục tiêu của Chính phủ tại các Nghị quyết là phải phát triển doanh nghiệp không chỉ đông về số lượng mà phải tạo ra nhiều doanh nghiệp chất lượng.

Tuy nhiên, hiện nay ở nước ta nhận thức chung chưa đầy đủ và đúng đó là vấn đề quản trị doanh nghiệp với sự phát triển bền vững. Doanh nghiệp muốn lớn phải quản trị tốt."



Nguồn ảnh:.fashionpress24.com

CƠ HỘI ĐỂ THAY ĐỔI

NGÃ BA ĐƯỜNG

Bên cạnh những điều kinh khủng mà dịch bệnh Covid-19 đã gây ra, thì nhân loại cũng phải cảm thấy biết ơn vì nhờ có đợt dịch bệnh này mà chúng ta đã có một cơ hội để bắt đầu mọi thứ lại từ đầu. Từ nay chúng ta sẽ cần hợp tác chặt chẽ hơn với nhau ở mức độ toàn cầu, suy nghĩ thấu đáo hơn, và đặc biệt là thời gian tới đây, chúng ta sẽ phải làm khác đi với những gì chúng ta đã từng làm trong quá khứ. Thậm chí, dịch bệnh lần này có thể đặt dấu chấm hết đối với thế giới mà chúng ta đã quen thuộc, và xây dựng lại một thế giới mới với những bài học được rút kinh nghiệm từ trong quá khứ.

Và lúc này chúng ta đang đứng ở ngã ba đường và sẽ phải đưa ra sự lựa chọn của riêng mình, hoặc là chọn con đường có thể sẽ dẫn đến một tương lai hứa hẹn hơn, hoặc đơn giản chỉ là chọn con đường chúng ta đã đi và mắc lại chính những sai lầm mình đã phạm phải trong quá khứ và đưa chúng ta tới những nơi còn u tối hơn nữa.

VAI TRÒ CỦA CÔNG NGHỆ

Một trong những nghịch cảnh mà dịch bệnh Covid-19 mang lại đó là, sự giãn cách xã hội đã khiến con người gần nhau hơn, nhờ những phát minh về công nghệ. Trong những ngày này, mạng internet đã trở nên hữu ích hơn rất nhiều và là một công cụ giao tiếp hiệu quả dành cho mọi người.

Một ngày làm việc tại nhà giờ đây sẽ không thể thiếu 1 cuộc gọi qua ứng dụng Zoom, 1 bài diễn thuyết qua ứng dụng Skype hoặc các nền tảng ứng dụng tương tự. Trước đây, mọi người sẽ phải đi máy bay để đến được các cuộc họp hoặc các buổi diễn thuyết này, nhưng giờ đây mọi việc đều có thể thực hiện được tại nhà. Và hãy đoán xem, mọi việc đã diễn ra thật thuận lợi và hiệu quả. Tất nhiên, sẽ không thể nào giống như một cuộc gặp thực tế ngoài đời, nhưng nó đã giúp chúng ta tiết kiệm chi phí và việc sắp xếp thời gian biểu các cuộc họp cũng nhanh hơn rất nhiều. Đã có những thời điểm chúng ta phải bay hơn 500.000 dặm 1 năm để gặp và làm việc với các đối tác, nhưng giờ đây con số đó là 0 dặm. Đã có rất nhiều điều thay đổi trong cuộc sống của mọi người ngày hôm nay.

Trong nhiều khía cạnh, cách chúng ta làm việc đã thay đổi rất nhiều nhưng điều này đã giúp mọi người có cơ hội để "động não", tìm ra cách giao tiếp và cung cấp dịch vụ đến cho các khách hàng của mình. Và điều này

Ngẫm nghĩ về tương lai của ngành dệt may, Robert Antoshak – Giám đốc điều hành của Olah Inc đã viết: "Chúng ta phải chọn 1 con đường có thể sẽ dẫn đến một tương lai hứa hẹn hơn, hoặc chúng ta chọn 1 con đường khác – đơn giản chỉ là con đường chúng ta đã đi và mắc lại chính những sai lầm chúng ta đã phạm phải trong quá khứ".

Bài dịch: **MINH TRÍ**
(Nguồn: https://www.just-style.com/comment/from-field-to-shelf-the-apparel-industry-is-about-to-change_id138523.aspx)

cũng đang xảy ra đối với ngành dệt may trên toàn thế giới. Thiên tai lần này là cơ hội hiếm hoi để ngành dệt may bắt đầu lại từ đầu, cơ hội để ấn nút "khởi động lại", học những cách làm mới để điều hành, giúp doanh nghiệp hoạt động hiệu quả và sáng tạo hơn, và đặc biệt là sửa chữa những sai lầm trong quá khứ.

SỰ SỐNG SÓT VÀ TỒN TẠI

Trước hết là một câu hỏi về sự sống sót và tồn tại. Một ngành công nghiệp cạnh tranh khốc liệt đang bị hủy diệt bởi 1 kẻ thù không rõ mặt. Trong các cuộc chiến tranh, các bên được định danh là kẻ xâm lược hoặc những người tranh đấu. Nhưng không giống như vậy trong cuộc chiến lần này.

Cuộc chiến của chúng ta với đại dịch Covid-19 ảnh hưởng tới tất cả mọi người, tất cả các quốc gia. Chúng ta bị tấn công ngay từ bên trong bởi một lực lượng siêu việt, vượt qua mọi hiểu biết của chúng ta về một cuộc chiến tranh. Và sự tàn sát mang đến bởi dịch bệnh không đơn thuần chỉ là về lĩnh vực y tế mà đó còn là sự trả giá của nền kinh tế, và đây mới là điều kinh khủng.

Chúng ta đang ở trong một vũng lầy và sẽ mất kha khá thời gian để có thể thoát ra khỏi đó. Và khi ngành dệt may đang bị đóng băng thì khó khăn sẽ càng chồng chất. Chính phủ có thể sẽ hỗ trợ ngành, tuy nhiên sẽ khó để mà đồng đều đối với tất cả. Chính phủ một số nước sẽ hỗ trợ nhiều hơn cho ngành so với nước khác. Thêm vào đó, một số lĩnh vực trong ngành cũng có thể nhận được sự hỗ trợ nhiều hơn so với các lĩnh vực khác.

CUỘC CHIẾN VỀ XU HƯỚNG

Cứ cho rằng chúng ta thoát khỏi đầm lầy này, vậy thì ngành dệt may sẽ như thế nào sau đại dịch Covid-19? Có một điều chắc chắn rằng, nó sẽ không giống như trong quá khứ. Sẽ có rất nhiều hệ lụy xảy ra trong toàn bộ chuỗi cung ứng.

Những người nông dân sẽ nhìn chằm chằm vào bông cotton giờ chỉ có giá là 40 cent, trong khi đó thứ hạng của các nhà sản xuất dệt may sẽ giảm một cách đáng kể, cũng như vị trí



Nguồn ảnh: global.chinadaily.com.cn



Nguồn ảnh: dailysabah.com

của các thương hiệu và các nhà phân phối, tất cả đều do nhu cầu mua sắm đang đi xuống. Đã có báo cáo cho rằng ngành dệt may tại Trung Quốc đang phục hồi. Điều đó thật tuyệt, nhưng họ sẽ xuất khẩu hàng hóa đi nước nào? Toàn bộ thế giới hiện nay đều không có nhu cầu mua sắm.

Tôi đã đọc về một kịch bản tươi sáng với tên gọi: Sự phục hồi hình chữ "V" – với ý nghĩa là nhu cầu tiêu dùng tăng lên sẽ dẫn đến doanh số tăng vọt – tuy nhiên tôi thấy hoài nghi với kịch bản này. Sau cuộc đại suy thoái năm 2008, đã mất rất nhiều năm trời mới có thể kéo được nhu cầu tiêu dùng quay đầu trở lại vị trí trước khi cuộc khủng hoảng xảy ra. Và cuộc đại suy thoái năm đó chỉ do các nhân tố kinh tế gây ra, không liên quan gì đến các yếu tố phức tạp như thiên tai dịch bệnh.

Ngày hôm nay, chúng ta đều bị tổn thương sâu sắc về mặt tinh thần do đại dịch Covid-19, đó là còn chưa kể đến việc nhiều mạng người đã hi sinh. Tôi không nghĩ rằng mọi người sẽ lao đi mua sắm, lấp đầy tủ quần áo của mình chỉ để cảm thấy dễ chịu hơn. Mọi việc phức tạp hơn thế rất nhiều. Những thay đổi trong hành vi mua sắm của khách hàng có thể cần trải qua nhiều thế hệ mới trở về được mức tiêu dùng trước khi đại dịch Covid-19 tấn công.

Liệu mọi người có còn dám dạo bước ở những trung tâm thương mại đông đúc để mua sắm nữa hay không? Tôi nghi ngờ điều đó. Chắc chắn là không phải bây giờ. Giãn cách xã hội sẽ có những ảnh hưởng nhất định đến phần lớn của thế giới một thời gian dài sau khi dịch Covid-19 qua đi. Chúng ta sẽ phải đối đầu với thực tế là lệnh giãn cách xã hội ngày hôm nay sẽ khiến hành vi xã hội thay đổi trong tương lai.

ĐỐI MẶT VỚI MỘT THẾ GIỚI HẬU COVID-19

Vậy làm thế nào để các doanh nghiệp có thể đối phó với tình trạng hiện nay và các kế hoạch tiếp theo như thế nào khi đối mặt với 1 thế giới hậu Covid-19? Khi dịch bệnh mang tên "cúm Tây Ban Nha" tàn phá thế giới năm 1918, con người chưa được hưởng những lợi ích có được từ internet, nhưng chúng ta ngày hôm nay thì có.

Thành thực mà nói, ngành của chúng ta đang ở trong quỹ đạo đi xuống trước khi bị đại dịch Covid-19 tấn công. Virus chỉ đóng vai trò tác nhân làm cho xu hướng đi xuống nhanh hơn mà thôi. Các doanh nghiệp trong ngành đang phải đối mặt với rất nhiều vấn đề: người lao động bị lạm dụng, ô nhiễm môi trường, chuỗi cung ứng hoạt động không hiệu quả, các bản cân đối kế toán yếu kém, nghèo nàn, nguồn cung nguyên phụ liệu quá

không còn nữa. Thay vào đó là mô hình sản xuất "mua và mặc ngay", điều đó có nghĩa là thời gian từ sàn trình diễn cho đến sản phẩm thực tế sẽ ngày càng ngắn hơn.

Sẽ có nhiều cách để áp dụng được phương thức sản xuất này, như là rút ngắn chuỗi cung ứng, sẽ giúp các nhãn hàng có thể sản xuất nhanh hơn. Thêm vào đó, cách phối quần áo tới đây cũng sẽ ưu tiên các sản phẩm giản đơn, như áo T-shirt và quần jeans. Đồng thời, để có thể rút được hầu bao từ những khách hàng kỹ tính thời kỳ hậu Covid-19, các nhãn hàng sẽ cần kể các câu chuyện thuyết phục về thương hiệu, các tiêu chuẩn về bền vững mạnh mẽ hơn, đi cùng với đó là chất lượng sản phẩm tốt hơn. Những điều này sẽ giúp kích cầu tiêu dùng.

Như vậy, thời trang nhanh như chúng ta đã từng quen thuộc trước đây sẽ bị thay thế bởi một mô hình kinh doanh tập trung vào phát triển các sản phẩm có giá cao hơn với chất lượng tốt hơn, và dây chuyền sản xuất sẽ phải đảm bảo sản phẩm có thể ra mắt thị trường một cách nhanh nhất.

Kịch bản này cũng nhấn mạnh một thực tế rằng một khi dịch bệnh Covid-19 qua đi, ngành dệt may sẽ trở nên thu nhỏ lại. Tôi đã cố gắng để nghĩ khác đi nhưng không thể. Những thiệt hại kinh tế gây ra bởi lệnh phong toả; những thay đổi trong hành vi tiêu dùng theo chiều hướng cân nhắc và thận trọng hơn khi mua sắm, ví dụ với những mặt hàng như quần áo; cùng với việc sàng lọc, loại bỏ những người chơi yếu hơn trong sân chơi dệt may toàn cầu sẽ là những lý do dẫn đến một ngành dệt may thu nhỏ hơn trong tương lai. Dư thừa công suất sẽ dừng lại, người tiêu dùng sẽ mua ngày càng ít các sản phẩm thời trang. Tôi rất lấy làm tiếc, nhưng đây là điều không thể tránh khỏi.

Dù sao đi nữa, chúng ta cũng phải thành thật mà thừa nhận rằng, ngành công nghiệp thời trang nhanh đã sản xuất quá nhiều và đã gây ra sự lãng phí không cần thiết, dẫn đến quá nhiều sản phẩm cần phải tái chế, chỉ để duy trì tăng trưởng doanh thu. Và một chuỗi cung ứng toàn cầu ủng hộ cho ngành công nghiệp thời trang nhanh cũng cho thấy sự không bền vững của mình.

Thật sự là, thời trang nhanh đã mang lại nhiều việc làm cho người dân tại các quốc gia nghèo nhất trên thế giới, nhưng những gì mà chúng ta gọi là "thuê mướn" này lại là bóc lột sức lao động. Và cũng cần nhìn vào thực tế là những dây chuyền sản xuất này đã làm ảnh hưởng đến "sức khỏe của trái đất". Chuỗi cung ứng dài 17.000 dặm không phải là giải pháp bền vững cho môi trường. Chẳng trách vì sao rất nhiều tổ chức phi chính phủ đã lên án ngành công nghiệp này vì những gì các doanh nghiệp trong ngành đã gây ra, đặc biệt là những gì họ đã làm đối với môi trường và cách đối xử với người lao động. Nhưng có 1 điểm sáng, đó là ngành không nhất thiết phải hoạt động như vậy và điều nó cần làm bây giờ là thay đổi.

Nhưng điều trớ trêu ở đây lại là, những thay đổi này đã được tác động bởi 1 kẻ thù giấu mặt mang tên Covid-19. Những cách hoạt động trước đây của ngành sẽ cần phải dừng lại và được thay thế bằng một mô hình hoạt động mới.

Và để kết luận, chúng ta có thể thấy rằng, các khách hàng Trung Quốc đã bắt đầu quay trở lại mua sắm tại các trung tâm thương mại bởi chính phủ nước này đã dỡ bỏ lệnh giãn cách xã hội tại hầu hết các thành phố. Đúng là Trung Quốc đã hạn chế được dịch bệnh – ít nhất là cho tới hiện tại. Kể cả như vậy thì mọi người cũng rất lo lắng về việc dịch bệnh có thể quay trở lại – hiệp 2. Kịch bản này hoàn toàn có thể xảy ra nếu cộng đồng không chống dịch một cách cẩn trọng.

Ngành y học đã đưa ra cảnh báo rằng chúng ta chưa hiểu hết bản chất thực sự của mối hiểm họa lần này. Do vậy tâm lý cẩn trọng là điều hết sức cần thiết. Tuy nhiên, những áp lực này sẽ khiến cho nền kinh tế đóng băng và điều này là quá sức chịu đựng đối với mọi người. Hơn bao giờ hết, việc tìm ra điểm cân bằng giữa an toàn cho cộng đồng và phát triển kinh tế sẽ cần có thời gian để thiết lập.

NHÌN VỀ PHÍA TRƯỚC

Như trước đây, chúng ta sẽ phải chờ đợi rất lâu kể từ khi mẫu được thiết kế và đưa vào sản xuất hàng loạt với số lượng lớn. Tuy nhiên, điều này sẽ



TÁC ĐỘNG CỦA ĐẠI DỊCH COVID-19 LÊN TOÀN CHUỖI CUNG ỨNG DỆT MAY

Bài: **HOÀNG HÂN**
(Theo Bản tin số 48 phát hành tháng 4/2020 của ITMF)

Từ ngày 13-15/3/2020, Liên đoàn các nhà sản xuất dệt may quốc tế (ITMF) đã thực hiện một cuộc khảo sát thứ nhất giữa các thành viên bị tác động bởi đại dịch Covid-19 đối với chuỗi giá trị dệt may toàn cầu. Tổng cộng có 34 công ty trên toàn thế giới cùng với hai hiệp hội dệt may quốc gia và hàng trăm người tham gia vào cuộc khảo sát này. Cuộc khảo sát thứ hai diễn ra từ ngày 28/3 – 6/4/2020 có tổng số 700 công ty từ khắp nơi trên thế giới đã tham gia.

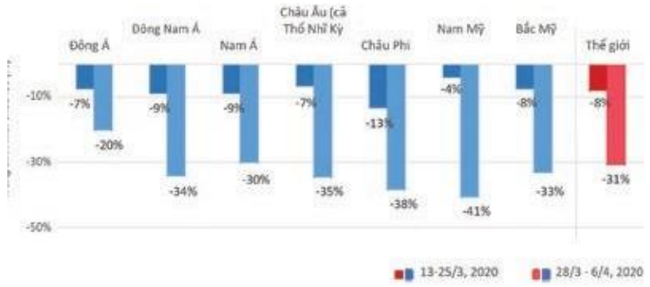
Cuộc khảo sát thứ hai liên quan đến đại dịch Covid-19 của ITMF diễn ra trong bối cảnh các quốc gia trên thế giới đưa ra hàng loạt các lệnh giãn cách xã hội (ví dụ như đóng cửa biên giới) đã gây ảnh hưởng đến đời sống cá nhân và cộng đồng. Các cửa hàng thời trang trên toàn thế giới đã đóng cửa và doanh số bán hàng giảm đáng kể. Kinh doanh trực tuyến cũng bị ảnh hưởng bởi cuộc khủng hoảng. Châu Âu và Mỹ là hai điểm nóng nhất của đại dịch Covid-19 tại thời điểm hiện nay trong khi chỉ ba tuần trước đó, một số khu vực tại đây không hoàn toàn bị ảnh hưởng bởi đại dịch này. Tuy nhiên, những con số mới về đơn hàng và doanh thu cho thấy mức độ nghiêm trọng đối với ngành dệt may trên toàn thế giới.

Câu hỏi 1: Các đơn hàng của bạn có bị hủy bỏ hay không? Bạn có nhận được thêm những đơn hàng trong đại dịch Covid-19 hay không?

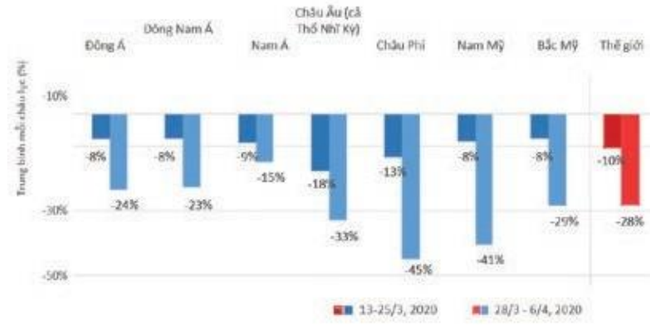
Kết quả sau cuộc khảo sát thứ hai so với cuộc khảo sát đầu tiên cho thấy đơn hàng đã bị hủy hoặc hoãn lại nhiều hơn, giảm mạnh trung bình -32% trên toàn cầu so với "chỉ" -8% trong cuộc khảo sát đầu tiên.

Trong khảo sát thứ hai, chỉ một số công ty báo cáo về các đơn đặt hàng bổ sung kể từ khi bắt đầu cuộc khủng hoảng. Những người nhận được đơn đặt hàng bổ sung hầu như là các công ty (chủ yếu là các công ty may mặc) có khả năng chuyển đổi nhanh chóng từ sản xuất các sản phẩm dệt thông thường sang dệt may các sản phẩm liên quan đến lĩnh vực y tế. Các đơn đặt hàng ở Đông Á giảm rõ rệt (-20%) so với tất cả các khu vực khác (-30% đến -41%). Giả thiết đặt ra rằng, liệu khu vực bị tấn công đầu tiên bởi cuộc khủng hoảng Covid-19 có thể hồi phục đầu tiên từ đó hay không. Trung Quốc và Hàn Quốc đã ngăn chặn dịch bệnh thành công, trong 2-3 tuần qua, hầu hết các công ty dệt may Trung Quốc đã đẩy mạnh sản xuất trở lại. Tương tự như vậy, các cửa hàng bán lẻ đã mở cửa và mức tiêu thụ tăng nhanh chóng.

Tác động của đại dịch đối với các đơn đặt hàng



Tác động của đại dịch Corona đến doanh thu



Câu hỏi 2: Kỳ vọng của bạn đối với doanh thu của công ty trong năm 2020 so với năm 2019 là gì?

Các công ty trên toàn cầu nhận định rằng doanh thu sẽ thấp hơn trung bình -29% vào năm 2020 so với năm 2019. Con số này thấp hơn đáng kể so với -11% trong cuộc khảo sát đầu tiên. Rất ít công ty có thể gia tăng đơn hàng trong cuộc khủng hoảng Covid-19 cũng mong muốn doanh thu sẽ cao hơn vào năm 2020 so với năm ngoái.

Câu hỏi 3: Những thách thức/cơ hội lớn nhất trong tình hình hiện tại là gì?

Thách thức

- Vấn đề đau đầu nhất của tất cả các công ty hiện nay là bị hủy, hoãn các đơn đặt hàng cũ và thiếu các đơn hàng mới. Nhiều công ty đã phải ngừng hoàn toàn hoặc giảm sản lượng vì thiếu đơn đặt hàng và vì các quy định của chính phủ. Những công ty vẫn có đủ đơn đặt hàng và được phép sản xuất đã đưa ra các biện pháp bảo vệ lực lượng lao động để có thể tiếp tục sản xuất.

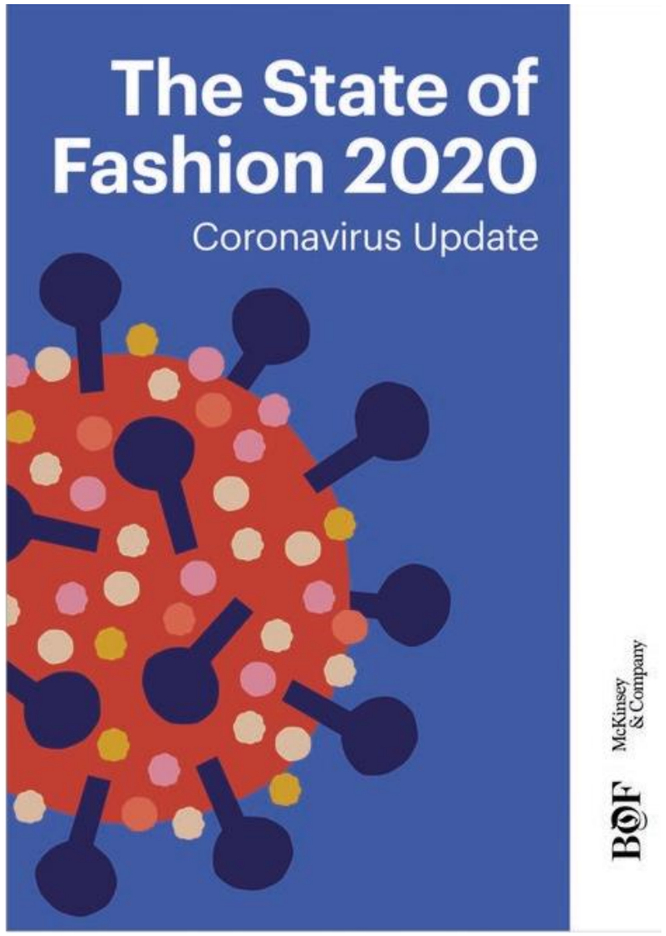
- Chuỗi giá trị toàn cầu gián đoạn đã khiến việc sản xuất bị đình trệ và chi phí tốn kém hơn. Nếu cuộc khủng hoảng còn kéo dài thì các công ty nhấn mạnh, điều quan trọng nhất giúp công ty họ tồn tại đó là có thể nhanh chóng tiếp cận đến nguồn vốn bổ sung.

Cơ hội

- Một số công ty chuyển sang sản xuất hàng dệt may liên quan đến lĩnh vực y tế (đặc biệt là Thiết bị bảo vệ cá nhân (PPE) như sản xuất khẩu trang hoặc đồ bảo hộ). Tại Trung Quốc, thị trường trong nước sẽ cung cấp một số gói cứu trợ dành cho các doanh nghiệp. Các sản phẩm dệt may có chức năng chăm sóc sức khỏe và bảo vệ người dùng đóng vai trò quan trọng hơn trong tương lai. Các nhà sản xuất sợi, vải và thành phẩm phục vụ cho thị trường này sẽ được hưởng lợi.



NGÀNH CÔNG NGHIỆP THỜI TRANG THẾ GIỚI HẬU COVID-19



Nguồn ảnh: businessoffashion.com

Cuối năm 2019, Báo cáo thường niên của McKinsey về ngành thời trang phát hành đã đưa ra nhận định không mấy lạc quan đối với ngành; trong đó đã cảnh báo về một làn sóng giảm nhu cầu mua sắm của người tiêu dùng và sự khó khăn gia tăng trong chuỗi cung ứng toàn cầu. Tuy nhiên, dự báo này đã diễn ra nhanh chóng hơn và trầm trọng hơn nhiều về những gì mà ngành phải đối mặt chỉ trong vài tháng đầu năm 2020 và giờ đây mức độ khó khăn đã tới mức báo động đỏ.

Cuộc khủng hoảng do dịch bệnh và sự suy thoái của nền kinh tế không lường trước này đã làm thay đổi hoàn toàn những dự đoán trước đó về kịch bản phát triển ngành thời trang nói riêng và cả nền kinh tế năm 2020 nói chung. Đến nay, những ảnh hưởng xấu đối với ngành công nghiệp thời trang cho thấy là rất nặng nề và vô cùng khó đoán định về thời gian kết thúc của giai đoạn khó khăn này, đặc biệt với những người lao động bị mất việc làm hiện phải đối mặt với sự nghèo khổ.

Với cập nhật đặc biệt về virus corona trong báo cáo The State of Fashion 2020, McKinsey đưa ra quan điểm về "sự bình thường mới" như là một kết cục sau sự kiện "thiên nga đen" nhằm cung cấp các nhận định chuyên sâu (từ phân tích khảo sát, dữ liệu và phỏng vấn chuyên gia ngành thời trang) để họ nắm bắt giai đoạn 12 đến 18 tháng tới sau khi nạn dịch qua đi.

Ghi chú: Hiện tượng Thiên nga đen (Black Swan) là hiện tượng kinh tế cực kỳ hiếm khi xảy ra và không thể dự đoán trước, gây ra những hậu quả tàn khốc cho nền kinh tế. Thuật ngữ này được phổ biến bởi Nassim Nicholas Taleb - một giáo sư tài chính, nhà văn và cựu thương nhân phố Wall, Mỹ.

Các CEO ngành công nghiệp thời trang hiện đang tập trung xử lý khủng hoảng nhưng vẫn buộc phải tư duy cho hướng đi mới để tiếp tục tồn tại phát triển trong ngành công nghiệp này. Vậy những thay đổi từ nền kinh tế toàn cầu đến hành vi của khách hàng sẽ ảnh hưởng như thế nào tới ngành thời trang thế giới thời kỳ hậu Covid-19?

Bài: **ĐẶNG THANH HUYỀN**
(Lược dịch từ The State of Fashion 2020 – Coronavirus Update, McKinsey & Company)

THIÊN NGA ĐEN & NGÀNH THỜI TRANG

Covid-19 đã thúc một đòn chí mạng gây nên sự suy thoái kinh tế lớn nhất kể từ Chiến tranh Thế giới lần thứ 2, nó ảnh hưởng sâu rộng đến các ngành nghề từ lĩnh vực du lịch khách sạn đến ngành tài chính ngân hàng. Nhất là đối với ngành thời trang – một ngành với bản chất tự nhiên tùy biến của nó nên dễ bị tổn thất. Giá trị vốn hóa thị trường trung bình của hàng thời trang may mặc và những mặt hàng ở phân khúc cao cấp đã giảm gần 40% trong khoảng thời gian từ đầu tháng 1/2020 đến 24/3/2020. Đó là mức giảm mạnh hơn nhiều so với mức sụt giảm thị trường chứng khoán nói chung.

Dự đoán là những hậu quả do Covid-19 đem lại sẽ dài hơn là thời gian đại dịch này diễn ra. Hậu quả đối với ngành thời trang - một trong những ngành công nghiệp lớn nhất thế giới với 2,5 nghìn tỷ Đô la Mỹ doanh thu hàng năm trên phạm vi toàn cầu trước khi có đại dịch; đó là vấn đề không có việc làm hoặc khó khăn tài chính cho chính các đối tượng nằm trong chuỗi giá trị.

Theo ước tính của McKinsey, năm 2020, doanh thu ngành may mặc và da giầy sẽ giảm từ 27 - 30% so với năm trước và có mức tăng trưởng dương trở lại từ 2 - 4% vào năm 2021. Đối với ngành hàng xa xỉ (thời trang cao cấp, phụ kiện cao cấp, đồng hồ cao cấp, nữ trang cao cấp, và mỹ phẩm cao cấp), mức doanh thu toàn cầu năm 2020 sẽ giảm từ 35 - 39% so với năm trước và dự kiến tăng trở lại từ 1 - 4% vào năm 2021. Nếu trung tâm thương mại, các cửa hàng phải đóng cửa trong 2 tháng thì sẽ có khoảng 80% các công ty thời trang niêm yết trên sàn chứng khoán của Châu Âu và Bắc Mỹ gặp khó khăn về tài chính. Kết hợp với phân tích chỉ số thời trang toàn cầu (MGFI) của McKinsey, cho thấy 56% các công ty thời trang toàn cầu đã không trang trải được chi phí vốn trong năm 2018, và với tình hình diễn biến như hiện nay thì sẽ có một số lượng lớn các công ty thời trang toàn cầu bị phá sản trong vòng từ 12 đến 18 tháng tới.

Sự gián đoạn kết nối trong ngành đang khiến cho các doanh nghiệp khó đưa ra một kế hoạch trong thời gian tới. Bởi ngay sau khi Trung Quốc bắt đầu phục hồi thì mọi thứ lại trở nên tồi tệ ở Châu Âu và Mỹ. Không những thế, đối với các nước đang phát triển sẽ còn phải chịu nhiều hậu quả nặng nề hơn do hệ thống chăm sóc sức khỏe không đầy đủ và tình trạng nghèo đói phổ biến. Đối với các nước Bangladesh, Campuchia, Ethiopia, Honduras và Ấn Độ là trung tâm sản xuất gia công hàng hóa may mặc thì việc công nhân thất nghiệp kéo dài sẽ dẫn đến nghèo đói và bệnh tật nhiều hơn.

Cuộc khủng hoảng dịch bệnh ảnh hưởng trực tiếp đến cuộc sống hàng ngày gây ra sự lo lắng và sự không chắc chắn về tất cả mọi thứ trên phạm vi toàn cầu dẫn đến sự bi quan lan rộng trong tâm lý của người tiêu dùng. Số liệu khảo sát cho thấy 75% người mua hàng ở Châu Âu và Mỹ tin rằng tình hình tài chính của họ sẽ bị ảnh hưởng tiêu cực trong hơn hai tháng tới. Họ sẵn sàng đóng băng chi tiêu và chỉ chi trả cho những gì thiết yếu nhất cho cuộc sống.

Mặc dù thời gian và mức độ ảnh hưởng nghiêm trọng ra sao sau khi đại dịch Covid-19 kết thúc thì rõ ràng là đối với ngành thời trang mới chỉ là sự bắt đầu của cuộc chiến với những khó khăn... khi chuỗi cung ứng toàn cầu bị đứt đoạn, sản xuất bị đình trệ, đầu tiên là ở Trung Quốc, tiếp theo là Ý và lan rộng đến các nước khác trên toàn thế giới. Đại dịch bệnh đã giáng một đòn mạnh vào cả cung và cầu, nó tạo ra một "cơn bão" kinh hoàng cho ngành công nghiệp thời trang.

CẦN PHẢI LÀM GÌ SAU KHI DỊCH BỆNH LẮNG XUỐNG?

Khi dịch bệnh lắng xuống cũng là lúc nền kinh tế toàn cầu sẽ phải đối mặt với cuộc khủng hoảng, các chuyên gia của McKinsey đã đưa ra 5 lĩnh vực của ngành công nghiệp thời trang có thể bị ảnh hưởng đặc biệt bởi dịch coronavirus sau đây:

Nền kinh tế toàn cầu	Những thay đổi khách hàng	
Bản năng sống sót	Tư duy giảm giá	Tăng tốc kỹ thuật số
		
Phục hồi sau khi đại dịch qua đi sẽ trùng khớp với một thị trường suy thoái. Các công ty thời trang phải tăng cường thiết lập kế hoạch phục hồi và điều chỉnh mô hình hoạt động của họ. Các công ty vượt qua được cuộc khủng hoảng sẽ có những can thiệp táo bạo và quyết liệt để ổn định hoạt động kinh doanh cốt lõi trước khi tìm kiếm thị trường mới, cơ hội chiến lược và kích thích tăng trưởng. Trong tương lai ngành công nghiệp thời trang toàn cầu sẽ trải qua quá trình chuyển đổi mạnh mẽ.	Khi các nhà bán lẻ giảm giá sâu trong thời gian tới, văn hóa mua sắm giảm giá hàng thập kỷ qua sẽ trở nên trầm trọng hơn do sự gia tăng của chủ nghĩa chống tiêu dùng, hàng tồn kho gia tăng và người tiêu dùng thiếu tiền mong muốn mua hàng giảm giá. Để tiếp cận với người tiêu dùng ngày càng tiết kiệm, các thương hiệu phải tìm ra những cách sáng tạo để lấy lại giá trị và suy nghĩ lại về sứ mệnh kinh doanh lớn hơn của họ.	Giãn cách xã hội và khoảng cách địa lý đã cho thấy tầm quan trọng của công nghệ số hơn bao giờ hết. Do vậy việc nâng cấp kỹ thuật công nghệ trở thành ưu tiên cấp bách trong toàn bộ chuỗi giá trị. Các công ty mở rộng và tăng cường khả năng kỹ thuật công nghệ số trong giai đoạn phục hồi sau khủng hoảng. Người tiêu dùng sẽ liên tục đòi hỏi nhiều hơn việc nâng cấp công nghệ nên các nhà cung cấp cần phải hành động nhanh chóng để đáp ứng được nhu cầu của khách hàng.
Số liệu khảo sát cho thấy:		
30% số lao động trong các công ty thời trang nhận thức được công ty mà họ đang làm việc có kế hoạch cho việc tái thiết sau khủng hoảng dịch bệnh.	56% người tiêu dùng cho biết các chương trình khuyến mãi đặc biệt là một yếu tố quan trọng khi mua sắm quần áo trong thời gian gần đây.	>700% tỷ lệ tăng trưởng giao dịch trên trang web thương mại điện tử Trung Quốc Taobao kể từ khi Covid-19 bùng phát.

(Ghi chú: Nội dung chi tiết và chuyên sâu của 5 lĩnh vực được trình bày trong toàn văn báo cáo của McKinsey)

Hệ thống ngành thời trang	
Thoát khỏi học thuyết Darwin	Đổi mới bắt buộc
	
Cuộc khủng hoảng sẽ loại bỏ "kẻ yếu", đẩy nhanh sự suy giảm của các công ty đang gặp khó khăn và đối mặt với sự khó khăn hơn trong đại dịch và củng cố sức mạnh của "kẻ mạnh" dẫn đến làn sóng mua bán sáp nhập. Để đảm bảo tương lai của mình, các công ty phải thích nghi với môi trường kinh doanh mới bằng cách đánh giá các cơ hội mua bán & sáp nhập để củng cố giá trị cốt lõi của họ và nắm bắt kịp thời các lỗ hổng xuất hiện từ việc tái cơ cấu.	Để đối phó với rủi ro mới, giảm thiểu tác động gây thiệt hại của đại dịch và thích ứng với sự thay đổi của nền kinh tế cũng như sự dịch chuyển thói quen tiêu dùng, các công ty phải đưa ra các công cụ và chiến lược mới trong chuỗi giá trị nhằm cải tiến sự linh hoạt của các mô hình kinh doanh tương lai. Các công ty thời trang phải khai thác những đổi mới này và nhân rộng các hoạt động để tạo ra những thay đổi căn bản và lâu dài cho các tổ chức của họ, làm cho ngành công nghiệp thời trang rộng lớn hơn sau khi dịch bệnh lắng xuống.
Số liệu khảo sát cho thấy:	
80% công ty trong ngành công nghiệp thời trang sẽ gặp khó khăn trầm trọng sau 2 tháng phải đóng cửa vì dịch bệnh.	75% người lao động đang làm việc tại các công ty trong ngành nghĩ rằng kế hoạch tái thiết sau đại dịch sẽ có hiệu quả.

Quý độc giả quan tâm tìm đọc Báo cáo đầy đủ "The State of Fashion 2020 – Coronavirus Update" của McKinsey tại website: https://www.mckinsey.com/industries/retail/our-insights/its-time-to-rewire-the-fashion-system-state-of-fashion-coronavirus-update

McKinsey dự đoán giai đoạn phục hồi của ngành thời trang sẽ diễn ra chậm do sự tiết giảm chi tiêu, giảm nhu cầu mua sắm của người tiêu dùng đối với các hàng hóa không phải là hàng thiết yếu. Ngay cả trước khi đại dịch bệnh diễn ra thì chúng ta cũng đã chứng kiến một số thay đổi trong ngành thời trang. Đó là việc thay đổi thói quen mua sắm trực tuyến thay vì đến tận nơi của khách hàng; vòng đời của sản phẩm thời trang ngắn hơn và không còn theo mùa nữa, sự suy giảm của hệ thống trung gian… Tất cả những thay đổi đó như là một sự thay đổi tất yếu không thể tránh khỏi. Khi dịch bệnh Covid-19 diễn ra đã mang đến cho ngành công nghiệp thời trang "cơ hội" để thiết lập và định hình lại chuỗi giá trị của ngành.

Các công ty cần ưu tiên phát triển bền vững, nhanh nhạy hơn trong việc phân tích sự thay đổi thói quen mua sắm của người tiêu dùng. Sản phẩm hàng hóa sản xuất ra thị trường tiêu thụ được kiểm định nghiêm ngặt, có chứng nhận về chất lượng sẽ là yếu tố đảm bảo giúp gia tăng sự tin tưởng trong các quyết định mua sắm của khách hàng. Hơn nữa, các nhà phân phối và khách hàng ngày càng chú ý hơn tới sản phẩm sạch từ nhà sản xuất xanh, không xả thải gây ô nhiễm môi trường.

Giới chuyên gia cho rằng việc thay đổi nền tảng kinh doanh từ việc bán hàng truyền thống sang kinh doanh trực tuyến, xây dựng các chương trình khuyến mại giảm giá, mua bán - sáp nhập và đổi mới toàn diện cần được ưu tiên thực hiện ngay lập tức khi đại dịch lắng xuống. Các công ty thời trang, các nhà sản xuất cần phải tăng tốc chuyển mình để thích ứng với sự thay đổi cấp bách hơn bao giờ hết. Ngay cả khi công ty phải đối mặt với việc mất khả năng thanh toán và sự không chắc chắn trong việc kiểm soát sự bùng phát trở lại của dịch bệnh sau một thời gian lắng xuống thì các CEO trong ngành vẫn phải chuẩn bị tinh thần đón nhận những khó khăn này trong sự bình tĩnh và củng cố hơn nữa các nỗ lực của mình.

Đây cũng chính là lúc tăng cường sự hợp tác, ngay cả với những đối thủ cạnh tranh trong ngành bởi sẽ không có một công ty nào vượt qua những khó khăn khủng hoảng này một mình, khi mà khó khăn chồng chất khó khăn như hiện nay. Do vậy, họ cần có sự chia sẻ thông tin, chiến lược phát triển… đồng thời, các bên liên quan như các tổ chức tài chính, người nắm giữ vốn, nhà cung cấp, các thương hiệu thời trang hay các nhà thầu đều cần chia sẻ gánh nặng cùng nhau…

Đây là báo cáo kết hợp giữa The Business of Fashion và McKinsey với cố gắng nâng tầm vấn đề thảo luận vượt ra ngoài nội dung quản lý khủng hoảng và lập kế hoạch dự phòng tức thời bằng cách phác thảo ra các lĩnh vực mà ngành công nghiệp thời trang phải tập trung vào trong cuộc khủng hoảng hiện nay, sau khi dịch lắng xuống.

Tất cả chúng ta đều biết rằng mọi thứ chỉ có thể được giải quyết khi mà thế giới tìm ra một loại vacxin hay phương pháp hữu hiệu khống chế được virut corona. Trong khi các giới chuyên gia ngành y cho biết phải mất ít nhất từ 12-18 tháng mới có thể nghiên cứu thành công. Chính vì sự không chắc chắn này mà việc đưa ra các kế hoạch tái thiết, những kế hoạch hành động cụ thể không bao giờ là dễ dàng đối với nhà lãnh đạo trong ngành thời trang. Cuộc khủng hoảng chính là chất xúc tác mạnh nhất trong việc họ cần phải quyết đoán trong việc đưa ra các chiến lược phục hồi và thay đổi để sẵn sàng thích ứng với một thế giới đầy rẫy những biến động như hiện nay.

VẤN ĐỀ CẤP BÁCH CỦA NGÀNH MAY MẶC HIỆN NAY

IAF và ITMF đang triển khai một dự án truyền thông đã được chọn lọc đến các thành viên có liên quan đến các ngành công nghiệp. Bài viết dưới đây cung cấp một cái nhìn tổng quan về tình hình hiện tại dựa trên thông tin được cập nhật tính tới thời điểm này.

Bài dịch: **HOÀNG HÂN**
(Theo Bản tin số 48 phát hành tháng 4/2020 của ITMF)

PHẦN 1: VẤN ĐỀ HIỆN NAY VÀ DIỄN BIẾN TOÀN CẦU

Vấn đề đặt ra: Cú sốc trong việc cung cầu hàng hóa trong thời điểm hiện tại

"Với mỗi tháng đóng cửa, ngành công nghiệp sẽ mất 2 phần trăm trong tăng trưởng GDP hàng năm"

Tổng thư ký của OECD - Ông Angel Gurría đã công bố các ước tính mới nhất của OECD vào ngày 26/3. Theo dự báo của ông, các ngành công nghiệp trên toàn thế giới sẽ bị ảnh hưởng ở một tốc độ khác nhau nhưng nhìn chung, GDP sẽ giảm ở mọi khu vực do đại dịch Covid-19. Các biện pháp đưa ra để ngăn chặn sự lây lan của virus (như giãn cách xã hội) là điều cần thiết nhưng gây bất lợi cho nền kinh tế. Việc giãn cách xã hội diễn ra ở tất cả các nơi trên thế giới đã dẫn đến tiêu thụ giảm và năng suất sản xuất thấp.

Ngành du lịch đối mặt với mức tăng trưởng giảm tới 70% theo OECD. Các quốc gia phụ thuộc mạnh vào du lịch sẽ bị ảnh hưởng hơn các quốc gia phụ thuộc vào các lĩnh vực nông nghiệp và lĩnh vực khai thác (bao gồm cả sản xuất dầu).

Đối phó với vấn đề: Duy trì sản lượng đầu ra

"Trung Quốc và Hàn Quốc là hai quốc gia duy nhất ngăn chặn thành công sự lây lan của virut cho tới thời điểm này, tuy nhiên cả hai quốc gia này đều bị ảnh hưởng nghiêm trọng đến nền kinh tế".

Phản ứng chung của chính phủ trên toàn thế giới hầu hết đều giống với khuyến nghị kinh tế của OECD (tức là tái cấu trúc hệ thống y tế và dịch tễ học, huy động tất cả các đòn bẩy kinh tế vĩ mô (ví dụ như chính sách tiền tệ, tài chính và cơ cấu hệ thống chính trị), hỗ trợ việc làm và các hoạt động kinh doanh. Mục tiêu là duy trì sản lượng toàn cầu ở mức nhất định để giúp tất cả các quốc gia quay trở lại con đường GDP trước khủng hoảng nhanh nhất có thể. Các chuyên gia của Capital Economics hy vọng điều này sẽ xảy ra trong vòng vài năm, mặc dù một số sản lượng sẽ mất vĩnh viễn trong thời gian đó.



Nguồn ảnh:fashionrevolution.org

PHẦN 2: TÁC ĐỘNG ĐẾN NGÀNH MAY MẶC

Giảm doanh thu bán hàng theo hình thức truyền thống

Ngành công nghiệp may mặc phải đối mặt với một cú sốc nhu cầu lớn nhất bởi cuộc khủng hoảng mang tên Covid-19. Nhu cầu giảm 100% khi các cửa hàng đóng cửa theo lệnh của chính quyền quốc gia và địa phương. Chính phủ kêu gọi người dân thực hiện nghiêm túc việc giãn cách xã hội đã khiến mọi người tránh xa các cửa hàng thời trang. McKinsey báo cáo sụt giảm 30% - 40% doanh thu tại các cửa hàng ở châu Âu, và 80% ở các khu vực có tỷ lệ lây nhiễm virut cao. Doanh số bán hàng trực tuyến phần lớn vẫn ổn định nhưng không bù đắp được cho doanh thu bán hàng truyền thống, tuy nhiên theo báo cáo của McKinsey thì một số doanh nghiệp bán hàng trực tuyến vẫn giảm 5-20%.

Lợi nhuận dự kiến cho doanh nghiệp quy mô nhỏ

Sự sụt giảm doanh số trong lĩnh vực thời trang do cuộc khủng hoảng Covid-19 gây ra tương đối tồi tệ so với nhiều sản phẩm khác. Chi tiêu mua sắm giành cho mặt hàng này đã giảm ngay từ khi cuộc khủng hoảng chỉ mới bắt đầu. Người dân tại Châu Âu và Mỹ đều dự trữ thực phẩm và các mặt hàng có thể tự làm tại nhà, họ ngừng mua sắm các sản phẩm quần áo mới. Các nhà bán lẻ trực tuyến lớn đã cố gắng tăng doanh số bằng cách giảm giá sâu các mặt hàng, điều này được can thiệp đúng vào thời điểm mùa Xuân khi thời tiết tại châu Âu và Mỹ ấm dần lên, nhu cầu làm mới tủ quần áo tăng lên. Tuy nhiên việc này lại cản trở con đường kiếm tiền đối với những doanh nghiệp ở quy mô nhỏ hơn. Trong những điều kiện đặc biệt này, các hiệp hội ngành công nghiệp đang xem xét yêu cầu chính phủ các nước ban hành lại các hạn chế về các giai đoạn có thể giảm giá.

Cần có sự đoàn kết trong chuỗi cung ứng

Để đối phó với sự sụt giảm doanh số đột ngột, nhiều thương hiệu và nhà bán lẻ đã hủy đơn đặt hàng với các nhà sản xuất. Chỉ riêng ở Bangladesh, vào 5 giờ chiều ngày 29/3, 1.025 nhà máy đã báo cáo có tới 864,17 triệu sản phẩm trị giá 2,81 tỷ USD xuất khẩu bị hủy bỏ hoặc tạm dừng, làm ảnh hưởng đến khoảng 2,06 triệu công nhân. Sự khác biệt quan trọng trong đạo đức mua hàng đang trở nên rất rõ ràng trong cách các thương hiệu và nhà bán lẻ "bỏ mặc" nhà cung cấp hoặc cố gắng đối mặt với cuộc khủng hoảng này theo cách hợp tác hơn. IAF đã công khai kêu gọi hành vi mua hàng phi đạo đức này trước cuộc khủng hoảng Covid-19 và kêu gọi chuỗi cung ứng đoàn kết nhau hơn.

Số hóa có thể giảm bớt gánh nặng của khủng hoảng

Mặt trái tích cực của cuộc khủng hoảng Covid-19 đã tác động mạnh đến ngành may mặc vì những điểm yếu mang tính hệ thống là những hành động tốt nhất để xử lý khủng hoảng đã được xác định. Ngay cả trước khi dịch bệnh hiện nay, ngành công nghiệp đã nhận thức sâu sắc về sự cần thiết phải thay đổi. Chủ đề của IAF tại Hội nghị Thời trang Thế giới lần thứ 36 được tổ chức tại Antwerp vào tháng 11 năm nay là "Chuyển đổi trong Hệ thống Thời trang". Có một quy trình phát triển sản phẩm kỹ thuật số giúp giảm chi phí và tạo ra sự đáp ứng nhanh hơn với thị trường. Nó làm giảm nhu cầu đi lại giữa trụ sở chính và trung tâm sản xuất. Cuộc khủng hoảng Covid-19 xác nhận số hóa là một thách thức lớn và cấp bách đối với toàn bộ chuỗi cung ứng dệt may, đòi hỏi sự chú ý tập trung và cả sự hợp tác trong ngành dệt may.

PHẦN 3: TÁC ĐỘNG ĐẾN NGÀNH DỆT MAY

Đầu ra và đơn đặt hàng đang giảm mạnh

Có rất ít thông tin về tác động cụ thể của cuộc khủng hoảng đối với ngành dệt may toàn cầu cho đến ngày nay. Một số chỉ số rộng hơn về tình hình chung trong ngành được cung cấp để có cái nhìn sâu sắc hơn về xu hướng trên thị trường. Ví dụ, theo IHS Markit's global sector PMITM (Quản lý mua hàng của IndexTM), được xuất bản vào ngày 6/3 với tiêu đề "Sự gián đoạn của virus corona ảnh hưởng đến hầu hết tất cả các lĩnh vực trong tháng 2" đã phần nào phản ánh tình hình trong ngành dệt may hiện nay. Theo báo cáo, ngành dệt may trong danh mục "Sản phẩm sử dụng cá nhân và hộ gia đình" đã giảm hiệu suất trong vài tháng qua (xem Hình 1).

Hình 1: PMITM - Sản phẩm sử dụng cá nhân và gia đình

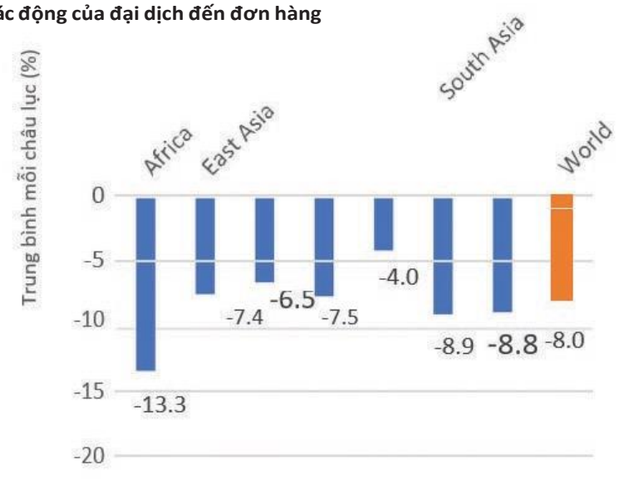


Nguồn: IHS Markit's global sector PMITM, Embargoed until 1100 EST (1600 UTC) 6 March 2020

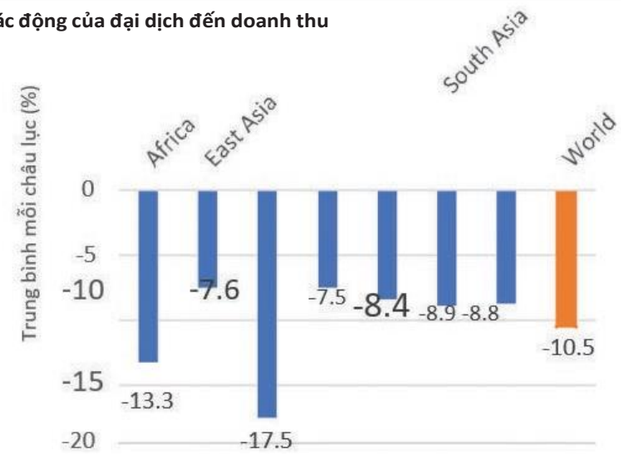
Sụt giảm đột ngột biến thành một xu hướng

Nguồn thông tin cụ thể duy nhất về tác động của virus đối với ngành dệt may toàn cầu là bản tin thứ 46 của ITMF, xuất bản vào ngày 26/3, thông báo kết quả của Khảo sát ITMF đầu tiên về tác động của đại dịch Corona đối với ngành dệt may toàn cầu. Bài báo đã cung cấp bằng chứng được thu thập bởi các thành viên của ITMF, vào ngày 25/3, trong đó 1/4 số người được hỏi đã nhận được các đơn đặt hàng bổ sung, khoảng 1/2 đã bị hoãn hoặc hủy bỏ tới -10% và 1/3 phải đối mặt với sự sụt giảm nhiều hơn hơn -10%. Hơn nữa, 1/5 số người tham gia dự kiến sẽ tăng doanh thu so với năm 2019, khoảng 40% dự đoán mức giảm doanh thu lên tới -10% và 40% dự đoán mức giảm lớn hơn -10%; một số trong số họ lao dốc trong từ -20 đến -60%. Danh sách các thử thách bao gồm sự an toàn và sức khỏe của công nhân viên; gián đoạn chuỗi cung ứng, đặc biệt là liên quan đến nguồn cung từ Trung Quốc; thiếu hoặc chậm cung trong ngành may mặc; thiếu nhu cầu hoặc sợ rằng nhu cầu sẽ giảm đáng kể; thiếu thanh khoản. Tuy nhiên, một số công ty đã đề cập rằng việc sắp xếp lại và hợp lý hóa các quy trình nội bộ của họ trong cuộc khủng hoảng sẽ khiến họ trở nên mạnh mẽ hơn và các công ty sản xuất sợi, vải và thành phẩm có chức năng bảo vệ và chăm sóc sức khỏe sẽ nhìn thấy những cơ hội mới.

Tác động của đại dịch đến đơn hàng



Tác động của đại dịch đến doanh thu



Nguồn: Khảo sát đầu tiên của ITMF về tác động của đại dịch Corona đối với ngành dệt may toàn cầu

BÀI PHỎNG VẤN VỚI CHRISTIAN SCHINDLER, ITMF BỞI WTIN

Câu hỏi: Các kết quả của cuộc khảo sát đã gây ra sự lo lắng như thế nào?

Trả lời: Các câu trả lời rất đáng lo ngại. Rõ ràng, sự không chắc chắn mà các công ty trả lời là rất lớn bởi vì chưa ai từng trải qua bất cứ điều gì tương tự. Và sự phục hồi được phụ thuộc vào rất nhiều biến số như cường độ và thời gian kéo dài của cuộc khủng hoảng, phản ứng của chính phủ, công ty và người tiêu dùng,... trên toàn thế giới. Tuy nhiên, kết quả chắc chắn là một chỉ số rất tốt trong thời điểm hiện tại và cho thấy ngành công nghiệp đang gặp khó khăn.

Câu hỏi: Bạn mong đợi điều gì từ cuộc khảo sát thứ hai sẽ được công bố vào ngày 7/4?

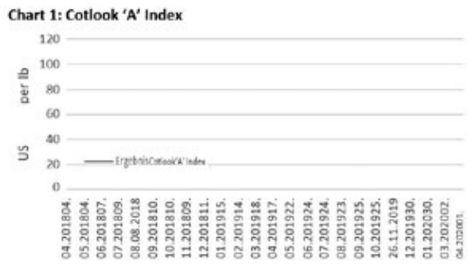
Trả lời: Chúng tôi muốn xem ngành dệt may đang phán xét khủng hoảng như thế nào sau một vài tuần của cuộc khủng hoảng. Họ có nhìn thấy một ánh sáng ở cuối đường hầm hay không, hoặc tình hình sẽ trở nên tồi tệ hơn? Sẽ rất thú vị khi xem cách họ đánh giá tình hình và triển vọng của họ trong tương lai. Chúng tôi dự định thực hiện một cuộc khảo sát thứ 3 trong khoảng 2 tuần sau đó.

Câu hỏi: Lời khuyên của ITMF sẽ là gì đối với ngành dệt may để đối phó vào thời điểm như thế này?

Trả lời: Tôi nghĩ rằng các đối tác trong chuỗi dệt may phải hỗ trợ lẫn nhau trong ngắn hạn, ngoài sự hỗ trợ mà họ có thể nhận được từ chính phủ. Cuối cùng thì họ cũng sẽ cần đến nhau một khi nhu cầu sẽ tăng trở lại. Bạn sẽ muốn làm việc với các đối tác đáng tin cậy và điều này sẽ giúp bạn có được chất lượng và số lượng sản phẩm phù hợp vào đúng thời điểm hàng lên kệ. Cuộc khủng hoảng sẽ tiết lộ một mối quan hệ đối tác thực sự tốt và mạnh mẽ là như thế nào.

CẬP NHẬT THÔNG SỐ HÀNG THÁNG

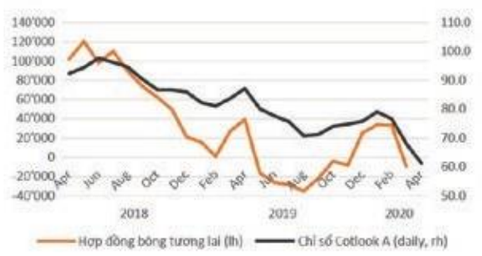
Biểu đồ 1: Chỉ số Cotlook "A"



Nguồn: Cotton Outlook

Cotlook "A" Index đánh dấu xu hướng giảm kể từ tháng 12/2020

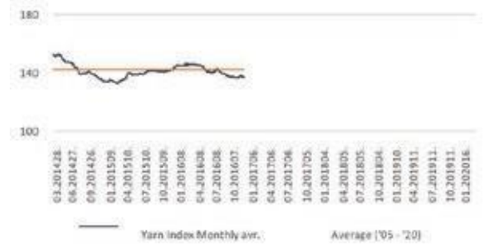
Biểu đồ 2: Giá bông và hợp đồng tương lai



Nguồn: Cotton Outlook, Commodity Futures Trading Commission, and own calculations

Chỉ số của các nhà giao dịch phi thương mại và chỉ số Cotlook "A" Index cho thấy xu hướng giảm kể từ tháng 1/2020.

Biểu đồ 3: Chỉ số sợi Cotlook



Nguồn: Cotton Outlook

Chỉ số sợi Cotlook đã dao động quanh mức trung bình là 129 kể từ giữa năm 2019 và theo xu hướng giảm kể từ đó.

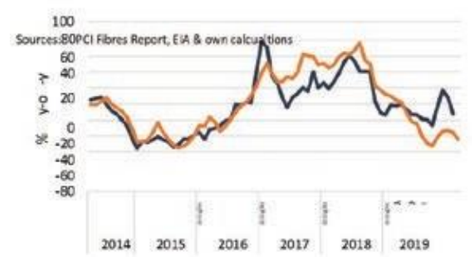
Biểu đồ 4: Chỉ số sợi tổng hợp PCI



Nguồn: PCI Fibres & own calculations

Các chỉ số sợi di chuyển tương đối đồng đều với giá cả các loại sợi tổng hợp chính. Giá polyester đã giảm kể từ giữa năm 2018

Biểu đồ 5: Giá dầu và chỉ số giá sợi PCI



Nguồn: Cotton Outlook

Vào tháng 10, giá dầu giảm -13% so với cùng kỳ xuống mức 55,66 USD /thùng.

NGÀNH DỆT MAY THẾ GIỚI VÀ VIỆT NAM 3 THÁNG ĐẦU NĂM 2020

Bài: **HỒNG HẠNH**

TÌNH HÌNH KINH TẾ THẾ GIỚI

Đại dịch mang tên Covid-19 có lẽ là sự kiện được nhắc tới nhiều nhất trong quý 1 năm 2020 nói riêng và cả năm 2020 nói chung. Sự lan tràn của dịch bệnh, khởi nguồn từ Vũ Hán – Trung Quốc đã lan ra khắp thế giới, tới Hàn Quốc, Nhật Bản, tới Ý, Châu Âu và Mỹ. Covid-19 đến vào thời điểm kinh tế thế giới đang tổn thương và đánh thêm 1 đòn "chí mạng". Sự lây lan toàn cầu của đại dịch này đã dập tắt kỳ vọng tăng trưởng kinh tế mạnh mẽ trong năm 2020, trái lại, nó khiến kinh tế toàn cầu trì trệ, tăng trưởng ở mức chậm nhất kể từ cuộc khủng hoảng tài chính 2008-2009. Với tình hình tối tăm như trên, McKinsey đã đưa ra các phương án phục hồi như sau:

- Phương án phục hồi nhanh: GDP toàn cầu chỉ tăng 2% từ mức dự kiến 2,5%, trong đó USA giảm từ 1,74%, xuống 1,34%; EU giảm từ 1,29% xuống 0,99%, Trung quốc giảm từ 5,99% xuống 4,68%.

- Phương án phục hồi chậm: GDP toàn cầu chỉ tăng từ 1-1,5%, trong đó USA tăng 0,45%, EU không tăng, Trung quốc tăng 3,82%.

Trong cả 2 phương án thì tổng cầu đều giảm mạnh, phương án phục hồi nhanh thì ngành sản xuất hàng tiêu dùng vẫn giảm từ nay đến hết Q2, sau đó mới dần phục hồi. Phương án chậm thì sau Q3 mới có khả năng dần phục hồi. Kinh doanh online tăng trưởng trong khi kinh doanh offline sẽ khó khăn kéo dài ít nhất đến hết Q3.



Nguồn ảnh: wwd.com



Nguồn ảnh:ecotextile.com

Các số liệu cho thấy kinh tế Trung Quốc trong quý I/2020 rơi vào tình trạng gần như đình trệ vì dịch Covid-19. Việc phong tỏa nhiều thành phố do dịch bệnh đã ảnh hưởng nghiêm trọng đến hoạt động vận chuyển, khiến cho nguyên vật liệu sản xuất bị ách tắc, nhiều công nhân Trung Quốc không thể trở về nơi làm việc sau Tết, khiến cho các chuỗi cung ứng bị gián đoạn nghiêm trọng.

Mỹ, Nhật, Anh và nhiều nước G20 đang thâm hụt ngân sách nặng nề và nợ công đã ở mức rất cao. Đồng thời, lãi suất ở các nền kinh tế quan trọng nhất trong G20 đều đang rất thấp, thậm chí bằng 0 ở nhiều nước EU và âm ở Nhật Bản. Hệ quả là chính phủ có rất ít dư địa để can thiệp về tài khóa và tiền tệ nhằm kích thích nền kinh tế khi đại dịch toàn cầu hoành hành.

ẢNH HƯỞNG TỚI NGÀNH DỆT MAY

Về cung, trong Tháng 1 và Tháng 2/2020 khi dịch Covid-19 bùng phát ở Vũ Hán - Trung Quốc, nhiều nhà máy sợi, dệt đã bị đóng cửa, công nhân nghỉ kéo dài. Tình trạng này khiến tình hình cung ứng NPL cho các doanh nghiệp dệt may trên toàn thế giới bị ảnh hưởng, nhất là những quốc gia chuyên sản xuất gia công như Việt Nam, Bangladesh.

Về cầu, bước sang tháng 3, khi dịch bệnh lan rộng ra các nước Hàn, Nhật, Châu Âu và Mỹ, lập tức nhu cầu tiêu dùng toàn thế giới bị ảnh hưởng nặng nề. Cầu bị ảnh hưởng tiêu cực do 2 nguyên nhân. Thứ nhất, kinh tế bất ổn khiến người tiêu dùng chỉ tập trung vào các sản phẩm thiết yếu như thực phẩm, khẩu trang, nước rửa tay. Thứ hai, dịch bệnh khiến dân chúng hạn chế tụ tập đám đông, không đi lại khiến người dân không đi mua sắm ở các cửa hàng truyền thống, mà thay vào đó chỉ ở nhà. Kinh tế suy thoái và sự không chắc chắn khi nào hồi phục do dịch bệnh không có dấu hiệu ngừng lại cũng kéo theo tâm lý thắt chặt hầu bao. Vì lẽ đó nhà nhập khẩu và người mua hàng đều có xu hướng giãn hoặc hủy đơn hàng đã đặt.

Tổng cầu dệt may toàn thế giới năm 2020 có nguy cơ sụt giảm. Năm 2019 mức nhập khẩu dệt may thế giới là 780 tỷ USD. Nếu dịch bệnh không được đẩy lùi hết quý II/2020 mà kéo dài đến Quý III năm 2020, dự báo cầu nhập khẩu dệt may thế giới sẽ xuống đến ngưỡng 600 – 680 tỷ USD, giảm từ 15-25% so với mức 780 tỷ USD của năm 2019 do nhìn chung nhu cầu hàng hoá xuân hè đã qua đi, năm nay sẽ là năm thị trường mất mùa một vụ. Khảo sát của Liên đoàn các nhà sản xuất thiết bị và hàng hoá dệt may cũng cho ra 1 dự báo về khả năng suy giảm 25% tổng cầu 2020 toàn thế giới.

Với các nước cung ứng dệt may như Ấn Độ và Bangladesh, tình trạng hủy đơn, giãn đơn hàng cũng tương tự. Xuất khẩu dệt may của Ấn Độ và Bangladesh trong quý I/2020 cũng giảm mạnh, với Ấn Độ giảm tới 12% về khối lượng đi các quốc gia. Hiện tại Liên đoàn Công nghiệp dệt may Ấn Độ đang kêu gọi Chính phủ nước này có gói cứu trợ cho ngành dệt

may để giảm thiểu khủng hoảng do Virus Corona gây ra. Các biện pháp được đề cập đến là giảm lãi suất ngân hàng, gia hạn các khoản vay, tạm ngừng thu các khoản nợ gốc và lãi, miễn thuế nhập khẩu tất cả các nguyên liệu đầu vào...

Với ngành Dệt May Việt Nam, nhất là đối với ngành may mặc, tình trạng hủy đơn hàng, giãn đơn hàng rất nghiêm trọng. Nhiều doanh nghiệp đã chứng kiến ngay mức doanh thu giảm 20% trong quý I/2020, thời gian mở LC cũng kéo dài, trước kia là 60 ngày thì nay là 120 ngày. DN càng làm nhiều FOB thì càng khó khăn do vốn đọng ở nguyên phụ liệu. DN trở thành con nợ khó đòi của ngân hàng. Cùng với tình trạng hủy đơn hàng là tình trạng giãn đơn hàng, với các đơn hàng giao trong tháng 3 đều bị lùi xuống tháng 4, tháng 5. Nhiều doanh nghiệp may xuất khẩu giờ chỉ hoạt động trong trạng thái cầm cự trong tháng 4, còn đến tháng 5 hoàn toàn chưa có đơn hàng mới. Nhiều doanh nghiệp còn chuyển sang may khẩu trang với hy vọng sẽ duy trì được việc làm cho công nhân, tuy nhiên hiện nay khi thị trường trong nước đã bão hòa, khẩu trang chỉ là giải pháp tạm thời, không đảm bảo được cho các doanh nghiệp may sống sót được hết năm 2020.

Với tình hình trên, có thể ước tính nhanh thiệt hại do dịch bệnh đối với toàn ngành dệt may:

- Về tiền lương: 30% công nhân thiếu việc tháng 4, 50% thiếu việc tháng 5 với mức lương tối thiểu theo luật, bình quân 4,2 triệu đồng/tháng, dẫn đến tổng thiệt hại ước tính 5.040 tỷ đồng. Nếu tình hình dịch bệnh tiếp tục kéo dài thêm, mỗi tháng thiệt hại trung bình khoảng 3.000 tỷ đồng.

- Về nguyên liệu nhập về bị hủy đơn hàng không dùng đến: giá trị nguyên liệu nhập khẩu mỗi tháng là 1,5 tỷ USD, nếu giả thiết có 20% hủy đơn hàng thì sẽ có 300 triệu USD vật tư nhập về không được sử dụng, tiềm ẩn thành hàng tồn kho khó luân chuyển. Ước đến hết năm 2020, số hàng tồn của 2 tháng 4 và 5 sẽ mất giá trị khoảng 300 triệu USD (tương đương 50% giá trị hàng tồn kho).

Vì vậy, nếu dịch bệnh kết thúc vào cuối tháng 5, phục hồi từ tháng 6 thì toàn ngành sẽ thiệt hại xấp xỉ 11.000 tỷ đồng.

Kim ngạch nhập khẩu dệt may các quốc gia lớn (Đvị: Triệu USD)

Thị trường	Q1.2018	Q1.2019	Q1.2020	Q1.19/ Q1.18 (%)	Q1.20/ Q1.19 (%)
Thế giới	160.180	152.309	136.557	-4,91	-10,34
Mỹ	27.607	28.959	25.831	4,90	-10,80
EU	72.930	70.410	62.031	-3,46	-11,90
Trung Quốc	7.747	8.164	6.629	5,38	-18,80
Nhật Bản	8.914	9.049	9.257	1,51	2,30
Hàn Quốc	3.746	3.849	3.433	2,75	-10,80
Khác	39.236	31.878	29.375	-18,75	-7,85

Kim ngạch xuất khẩu dệt may Việt Nam quý I/2020 (Đvị: triệu USD)

Thị trường	Q1.2018	Q1.2019	Q1.2020	Q1.19/ Q1.18 (%)	Q1.20/ Q1.19 (%)
Mỹ	3094	3405	3558	10,05	4,49
EU (28)	1329	1486	1413	11,81	-4,90
Nhật Bản	904,41	948	967	4,82	2,00
Hàn Quốc	837,32	876	889	4,62	1,48
Trung Quốc	794,79	913	785	14,87	-14,02
Khác	848,5	953,0	795,8	12,32	-16,49
Tổng	7808	8581	8408	9,90	-2,02

TÌNH HÌNH XUẤT NHẬP KHẨU DỆT MAY CỦA VIỆT NAM

Kim ngạch xuất khẩu dệt may của Việt Nam trong Quý I/2020 đạt 8,4 tỷ USD, giảm 2,02% so với cùng kỳ 2019. Kết quả kim ngạch xuất khẩu của quý I/2020 giảm chưa nhiều do tác động của dịch bệnh Covid 19 do các doanh nghiệp có các đơn hàng đã đặt từ quý III, quý IV/2019. Riêng tháng 3/2020, kim ngạch xuất khẩu dệt may Việt Nam đã chứng kiến mức sụt giảm 7,42%. Thực tế các thị trường EU, Mỹ mới có chủ trương đóng cửa từ giữa tháng 3, cho nên quý 1 chưa thể hiện các khó khăn như hiện nay đang thấy. Dự kiến Quý 2 sẽ là quý có ảnh hưởng nghiêm trọng nhất, sau đó giảm dần từ quý 3, nhưng sớm nhất có thể trở lại giao dịch thông thường là quý 4.

Với mức giảm nhập khẩu nguyên liệu lên tới 23% trong quý 1, có thể thấy chỉ dấu cho việc kim ngạch xuất khẩu quý 2 sẽ giảm trên 20% so với cùng kỳ.

Kim ngạch nhập khẩu dệt may Việt Nam quý I/2020 (Đvị: triệu USD)

Nguyên phụ liệu	Q1.2018	Q1.2019	Q1.2020	So sánh 2019/2018 (%)	So sánh 2020/2019 (%)
Bông các loại	751,7	717,9	642,4	-4,5	-10,52
Xơ sợi các loai	528,8	550,3	545,0	4,07	-0,97
Vải các loại	2670,4	2702,4	2631	1,2	-2,64
NPL dệt may da giầy	1245,6	1339	894	7,5	-33,24
Tổng	5196,5	5309,6	4069,9	2,18	-23,35



Nguồn ảnh: danwatch.dk

DỆT MAY