TẬP ĐOÀN DỆT MAY VIỆT NAM

Dệt may & THỜI TRANG Việt Nam

VTGF

Số 365. THÁNG 12/2018



9 770086 839481

Giá: 17.500 VNĐ

Phu Bai Spinning

SỢI PHÚ BÀI



CÔNG TY CỔ PHẦN SỢI PHÚ BÀI

Địa chỉ: KCN Phú Bài, phường Phú An, thị xã Hương Thủy, tỉnh Thừa Thiên Huế
Tel: +84-234- 3863240/ 3863355/ 3863367 **Fax:** +84-234- 3863363
Email: sales@phubaispinning.com **Website:** www.phubaispinning.com

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

Năng lực: 50,160 cọc sợi

Các sản phẩm chính: Sợi pha TCCm & TCCd (65/35),
CVCm & CVCd (52/48 hoặc 60/40),
100% CoCd

Sản phẩm mới: Cotton/Modal (50/50 hoặc 60/40)

Chỉ số: Ne 16/1 ~ Ne 45/1, Ne 16/2 ~ Ne 45/2

ĐôngXuân
Thời trang An toàn cho Sức khỏe

Nâng cao chất lượng cuộc sống cộng đồng thông qua việc cung ứng các sản phẩm và dịch vụ có chất lượng, an toàn cho sức khỏe và giá trị thực sự đáp ứng tốt nhất nhu cầu của khách hàng và góp phần vào sự phát triển kinh tế xã hội.











Hơn 80% tổng sản phẩm xuất khẩu của Đông Xuân xuất sang cho các thương hiệu hàng đầu của Nhật Bản như: TopValu (tập đoàn AEON), Triumph, Tutuanna, Cecile...

Ngoài ra, người tiêu dùng Việt Nam cũng rất tin tưởng và ưa chuộng các sản phẩm của Đông Xuân, điều này được minh chứng qua nhiều năm liền, sản phẩm của Đông Xuân đều được chứng nhận *"Hàng Việt Nam chất lượng cao"* do người tiêu dùng bình chọn; sản phẩm quần áo trẻ em và sơ sinh đạt chứng nhận *"Sản phẩm, dịch vụ vàng cho bé"*; Công ty nằm trong Top các Doanh nghiệp thương hiệu Việt tiêu biểu...

CÔNG TY TNHH MỘT THÀNH VIÊN DỆT KIM ĐÔNG XUÂN
Địa chỉ: 524 Minh Khai, Quận Hai Bà Trưng, Hà Nội
Điện thoại: 0243. 633.6726/Máy lẻ 32 Fax: 024. 633.6714
Email: doximex@hn.vnn.vn Website: doximex.vn

Dệt may & THỜI TRANG Việt Nam

BAN CỐ VẤN
VŨ ĐỨC GIANG
Chủ tịch Vitas
TRẦN QUANG NGHỊ
Chủ tịch HĐQT Vinatex

TỔNG BIÊN TẬP
LÊ TIẾN TRƯỜNG
TV HĐQT - TGĐ Vinatex

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

HỘI ĐỒNG CỐ VẤN
NGUYỄN KHÁNH SƠN
GĐĐH - TB Tuyên giáo Vinatex
NGUYỄN ĐỨC TRỊ
Chủ tịch Hoatho Corp
PHẠM PHÚ CƯỜNG
TV HĐQT - Phó TGĐ Vinatex - Chủ tịch NBC
NGUYỄN THỊ THANH HUYỀN
TGĐ Garco 10
BÙI VĂN TIẾN
TGĐ Viettien

THƯ KÝ TOÀ SOẠN
KIỀU BÍCH HẬU

THIẾT KẾ MỸ THUẬT
ĐỖ QUẾ NGA

Văn phòng đại diện tại TP. HCM
Số 10 Nguyễn Huệ - Q.1 - TP. HCM
NGUYỄN THỊ HỒNG
Điện thoại: 028. 38244044, máy lẻ 131
DĐ: 0989 112 553

Toà soạn
25 Bà Triệu, Q.HK - Hà Nội
Điện thoại: 028. 38256882
Fax: 028. 38262269

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

CONTENTS

SỐ 365. THÁNG 12/2018

TIN TỨC & SỰ KIỆN

06 Ngành dệt may mang "sứ mệnh" chinh phục thị trường nội địa
09 Vinatex sẽ đi đều trên cả "2 chân"
10 Xây dựng thương hiệu dệt may: Thước đo của doanh nghiệp
13 Hồ sơ thị trường Mỹ: Nhập khẩu và tiêu thụ dệt may giai đoạn 2007-2017
18 Hồ sơ cạnh tranh: Ngành dệt may Indonesia
21 Một số hoạt động của Hiệp hội Dệt May Việt Nam
22 Bản tin công nghệ dệt may thế giới
24 Tổng quan tình hình dệt may thế giới
26 Nhà máy dệt thông minh

DỆT MAY

30 Tại sao nên dùng ERP trong ngành dệt may
36 Công ty CP Dệt Công nghiệp Hà Nội: Đầu tư đổi mới công nghệ, "đón đầu" cuộc CMCN 4.0
38 Bản tin quản trị rủi ro: Đề xuất mô hình tổ chức của chức năng QTRR
41 Chính sách mới có hiệu lực từ tháng 12/2018
42 Tổng hợp các sự kiện của Tập đoàn tháng 11/2018
44 Góc nhìn chuyên gia và nhà quản lý
46 Natexco - Tập trung cho cân bằng
51 Địa chỉ tin cậy đào tạo nguồn nhân lực chất lượng cao
60 Ai đứng sau thành công của Canifa tại thị trường nội địa?
64 Cạnh tranh bằng phát triển bản thân
66 Mất ngủ nhưng vẫn lựa chọn con đường làm thương hiệu
68 Đừng trách người tiêu dùng Việt
70 Những yếu tố quan trọng trong việc trưng bày cửa hàng

NHÂN VẬT

48 Thầy cô phải là tấm gương đam mê, sáng tạo

THỜI TRANG & CUỘC SỐNG

56 Hai thái cực của thời trang

DU LỊCH

74 Có một mùa thu Sapa

Thư tòa soạn

Bạn đọc thân mến!

Vậy là đã đến tháng cuối cùng của năm, và tin vui là kim ngạch xuất khẩu dệt may Việt Nam có mức tăng trưởng vượt quá dự đoán cũng như kỳ vọng.

Nhưng bên cạnh niềm vui, chúng ta cũng cần tỉnh táo để nhìn nhận một thực tế rằng, điều quan trọng lại nằm ở giá trị thực của Việt Nam thu được sau con số xuất khẩu khá lớn kia. Với mỗi món hàng xuất khẩu, giá trị gia tăng để lại ở quốc gia nào thì mới là điều để đánh giá được trình độ, năng lực và kết quả thực sự của lao động, cũng như thế mạnh thuộc về ai.

Như vậy, các nhà làm chính sách, cũng như chủ doanh nghiệp cần đọc ra khúc giá trị nào mang đến giá trị gia tăng cao nhất để tập trung đầu tư và phát triển, thì mới có thể có bước đột phá, nâng tầm của mình lên cao hơn trong chuỗi giá trị toàn cầu.

Đây cũng là một thách thức lớn cho DMVN!

Ban biên tập



NHÂN VẬT ẢNH BÌA:

Công nhân làm việc trong xưởng sản xuất của Tổng Công ty CP May Hưng Yên - CTCP.

Trong suốt hơn 46 năm xây dựng và trưởng thành, Tổng Công ty CP May Hưng Yên luôn nỗ lực kinh doanh nhằm góp phần vào sự phát triển của ngành dệt may Việt Nam nói chung.

Trong 10 năm trở lại đây, hoạt động sản xuất kinh doanh của Tổng Công ty chuyển đổi mạnh mẽ mọi mặt, phát triển vượt bậc cả về lượng và chất.

NHIẾP ẢNH GIA: Phạm Đức
ĐỊA ĐIỂM: Tổng Công ty Cổ phần May Hưng Yên - CTCP

NGÀNH DỆT MAY MANG "sứ mệnh" CHINH PHỤC THỊ TRƯỜNG NỘI ĐỊA

Bài: **HẢI DƯƠNG** / Ảnh: **PHẠM ĐỨC**



Trong những năm qua, cuộc vận động "Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam" đã dần đi vào lòng mỗi người dân và được đông đảo mọi người đón nhận. Là ngành phục vụ nhu cầu thiết yếu của cuộc sống, ngành Dệt May Việt Nam đã và đang trở thành ngành hàng chủ lực trong xuất khẩu, bên cạnh việc vượt qua những khó khăn, thách thức để chiếm lĩnh thị trường nội địa - một thị trường vẫn còn rất nhiều dư địa và tiềm năng phát triển.

TĂNG TỶ LỆ NỘI ĐỊA HÓA

Có thể nói, nếu như những năm trước đây, cộng đồng doanh nghiệp dệt may trong nước chưa chú trọng đến thị trường trong nước, thì đến thời điểm hiện tại đã có những điểm sáng trong việc tăng tỷ lệ nội địa so với tỷ lệ xuất khẩu, đến từ các doanh nghiệp có tên tuổi lớn trên cả nước như: May 10, Việt Tiến, Nhà Bè, Canifa… Mặc dù còn không ít khó khăn, nhưng rõ ràng hàng dệt may Việt Nam đã và đang bền bỉ tạo dựng niềm tin từ chính mẫu mã và chất lượng sản phẩm, cũng như dịch vụ của mình.



Ông Vũ Đức Giang – Chủ tịch Hiệp hội Dệt May Việt Nam

Nói về những kết quả đã đạt được trong năm 2018, ông Vũ Đức Giang – Chủ tịch Hiệp hội Dệt May Việt Nam cho biết: *"Tôi cho rằng, ngành Dệt May Việt Nam đã có những bước tăng trưởng ấn tượng, bình quân hàng năm đạt 16,5 – 17%/năm và ước đạt khoảng 35 tỷ USD xuất khẩu trong năm 2018. Ngoài xuất khẩu, sản xuất trong nước là một trong những nhiệm vụ chiến lược, trọng tâm của ngành Dệt May Việt Nam trong những năm qua.*

Thứ nhất, những sản phẩm mang thương hiệu Việt Nam đã chủ động được phần cung thiếu hụt của nguồn nguyên liệu trong nước. Các thương hiệu của chúng ta như sợi, vải phụ liệu, bao bì, chỉ may… đã có 70% tự sản xuất ở trong nước. Chỉ còn vải dệt thoi, hay bông là chúng ta còn phải nhập khẩu.



Thứ hai, các sản phẩm xuất khẩu chủ lực, bao gồm hàng may mặc các loại, vải địa kỹ thuật, phụ liệu các loại… đều là thương hiệu của chúng ta và đã xuất khẩu được ra thị trường thế giới. Trong 1 năm, chúng ta xuất khẩu khoảng 3 tỷ USD mặt hàng sợi các loại, đều từ các thương hiệu dệt may trong nước.



Hiện Việt Nam có 158 thương hiệu may mặc trong nước, hầu hết các DN đều ý thức được việc mang thương hiệu, bao bì của mình… vào các sản phẩm và không bị phụ thuộc các thương hiệu nước ngoài".

Gặt hái được không ít thành công trong lĩnh vực xuất khẩu, ngành Dệt May Việt Nam đang dần từng bước nâng tỷ lệ nội địa hóa cũng như chú trọng phát triển thị trường trong nước. Nói về những giải pháp, mục tiêu để DN dệt may phủ sóng thị trường nội địa, chinh phục người tiêu dùng trong nước, ông Vũ Đức Giang thông tin: *"Đối với thị trường nội địa, ngành Dệt May Việt Nam có những nhóm giải pháp chiến lược để nâng cao tỷ lệ nội địa hóa hàng may mặc, bao gồm:*

Thứ nhất, đồng hành cùng các chương trình của Bộ Công Thương như chương trình "Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam" hay các chương trình của Tổng Liên đoàn Lao động Việt Nam đưa các sản phẩm dệt may vào khu công nghiệp. Đặc biệt, Công đoàn Dệt May đã đi rất sát với người lao động.

Thứ hai, chủ động được chiến lược phát triển, kêu gọi đầu tư từ các DN dệt trong nước và FDI vào phần cung thiếu hụt. Đây được coi là một trong những thách thức tương đối lớn đối với ngành trong việc xây dựng và hoàn thiện chuỗi cung ứng. Trong bối cảnh các Hiệp định thương mại đang đến rất gần, có thể nói, đây sẽ là những tác động kích cầu cho phần cung thiếu hụt mà ngành Dệt May Việt Nam đang gặp phải. Tôi cho rằng, đến năm 2025 Việt Nam sẽ chủ động được hoàn toàn phần cung thiếu hụt.

Thứ ba, các sản phẩm mang thương hiệu Việt Nam, không chỉ có các DN lớn mà những DN nhỏ, những NTK cũng đã nỗ lực tạo dựng nên thương hiệu của Việt Nam. Tôi lấy ví dụ như TCT CP May Việt Tiến hay TCT May 10 - CTCP đã xuất khẩu thương hiệu của mình sang các thị trường Lào, Campuchia hay Myanmar… và cả thị trường Trung Quốc.

Thứ tư, đó là đào tạo các nguồn lực để đáp ứng được cuộc CMCN 4.0, dây chuyền sản xuất từ sợi, dệt nhuộm, may… thậm chí là phối hợp với các trường đại học để đào tạo nguồn lực phù hợp với yêu cầu ngày càng cao và nhanh của ngành thời trang."

Muốn hàng hóa Việt Nam chinh phục được người tiêu dùng nhiều hơn nữa, cũng như tạo được những dấu ấn tốt hơn trong lòng người tiêu dùng, chuyên gia kinh tế - Chủ tịch Sunhouse Nguyễn Xuân Phú cho

rằng, cần phải thay đổi quan niệm bấy lâu nay của người tiêu dùng về hàng Việt. Rõ ràng, trong một sản phẩm không chỉ có nguyên phụ liệu mà còn hàm chứa giá trị của đơn vị sở hữu: *"Tôi nghĩ thế này, đầu tiên muốn làm việc gì chúng ta phải hiểu đúng bản chất, giống như chúng ta đang kêu gọi "người Việt dùng hàng Việt", nhưng thế nào là hàng Việt? Tôi cho rằng, khái niệm này cần phải tuyên truyền rõ hơn nữa. Ở đây, nếu chúng ta hỏi Electrolux là thương hiệu của nước nào chắc sẽ rất ít người biết, hay Iphone được sản xuất "Made in China" nhưng thương hiệu đó đâu phải là của Trung Quốc. Ở đây, nó hàm chứa ở giá trị gia tăng (GTGT) để lại ở quốc gia nào mới là điều quan trọng. Trong một sản phẩm, GTGT được bắt đầu từ nguyên liệu thô cho đến cảm xúc của người dùng khi bỏ tiền ra mua. Vậy "khúc giá trị" nào mang lại GTGT lớn nhất các DN cần chiếm giữ? Tại sao chúng ta cứ thích sản xuất tại Việt Nam, nhưng thật ra nó chỉ chiếm khoảng 10%, nguyên vật liệu chỉ chiếm 5%, nhưng giá trị thương hiệu có thể tới 30%, thậm chí bí quyết công nghệ chiếm tới 50% trong giá thành sản phẩm. Đó mới là mấu chốt quan trọng để các nhà chính sách, quản lý cho đến chủ DN... hiểu được khúc giá trị nào mang đến GTGT cao nhất, từ đó hướng người dùng vào sử dụng các sản phẩm của quốc gia hay doanh nghiệp đang nắm giữ.*

Tại sao các tập đoàn đa quốc gia họ không quan trọng sản xuất ở đâu, mà quan trọng nhất là làm sao tạo ra giá trị tốt nhất, rẻ nhất cho sản phẩm để mang đến cho người tiêu dùng. Có những tập đoàn đa quốc gia, họ đặt trung tâm IT ở nơi có chất xám cao nhất như Mỹ hay Châu Âu, Nhật Bản... nhưng lại đặt nơi sản xuất có nhân công rẻ nhất, thậm chí mua nguyên liệu ở nơi rẻ nhất, ví dụ như



Trung Quốc, hay bất cứ quốc gia nào có lợi thế cạnh tranh về nguồn nguyên vật liệu. Điều quan trọng nhất chính là sở hữu thương hiệu, hệ thống phân phối và công nghệ, các DN Việt Nam và người dân cũng cần phải nắm rõ và hiểu điều đó. Chúng ta đừng quan trọng sản phẩm được sản xuất ở đâu, mà hiểu được khúc nào mang lại giá trị cao nhất cho quốc gia, doanh nghiệp và người dân."

VINATEX ĐỒNG HÀNH CÙNG "TỰ HÀO HÀNG VIỆT"

Là đầu tàu của ngành Dệt May Việt Nam, trong những năm qua Tập đoàn Dệt May Việt Nam (Vinatex) đã và đang tiếp tục chưởng ứng cuộc vận động *"Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam"* bằng những hành động thiết thực. Không chỉ kêu gọi các đơn vị thành viên cùng tham gia hưởng ứng, có những chiến lược lâu dài tại thị trường nội địa, Vinatex còn trực tiếp ký kết với các Tập đoàn, Tổng Công ty trong việc hỗ trợ, sử dụng các sản phẩm của nhau. Với những tín hiệu khởi sắc, dự kiến năm 2018 doanh thu nội địa toàn Tập đoàn ước đạt 12.638 tỷ đồng tăng 22,58% so với cùng kỳ năm 2017.

Trong nhiều năm qua, Vinatex tự hào là đơn vị hàng đầu trong việc cung cấp đồng phục, trang phục bảo hộ... cho những Tập đoàn, Tổng Công ty lớn hàng đầu cả nước với doanh thu hàng trăm tỷ đồng. Có thể kể đến như: Tập đoàn Dầu khí Quốc gia Việt Nam (PVN), Tập đoàn Hóa chất Việt Nam (Vinachem), TCT Điện lực miền Bắc (EVN NPC) , TCT Điện lực miền Nam (EVN SPC)... thậm chí là những TCT lớn ngoài Bộ Công Thương như TCT Hàng không Việt Nam (Vietnam Airlines) trong việc cung cấp đồng phục cho 8.000 tiếp viên, nhân viên của TCT.

Tuy nhiên, để hàng Việt thực sự đi vào lòng người dân, trước hết cần có những tháo gỡ khó khăn đối với các DN ngành dệt may trong các thủ tục XNK hay các quy định của pháp luật. Trong Hội nghị phát triển hàng Việt được tổ chức gần đây tại TP. Hồ Chí Minh, bà Phạm Minh Hương - Giám đốc điều hành Vinatex đã đề xuất những kiến nghị với Bộ Công Thương trình Chính phủ như sau:

- Tiếp tục giảm thiểu các thủ tục hành chính, quy tắc, quy định về đấu thầu để các doanh nghiệp thuận tiện hơn trong việc kết nối, sử dụng sản phẩm của nhau.

- Có ưu đãi về phí, thuế như thuế nhập khẩu, thuế TNDN, thuế tài nguyên,... khi các Tập đoàn/Tổng Công ty sử dụng sản phẩm của nhau để hỗ trợ doanh nghiệp khi liên kết.

- Có chính sách ưu đãi cụ thể về vốn và định hướng về công nghệ, sản phẩm nhằm tạo môi trường kinh doanh thích hợp, giúp doanh nghiệp phát triển sản xuất, sáng tạo sản phẩm mới, nhất là những sản phẩm có tính kỹ thuật cao, cải tiến về chất lượng và mẫu mã nhằm đáp ứng thị trường tốt nhất.

VINATEX SẼ ĐI ĐỀU *TRÊN CẢ "2 CHÂN"*

Tập đoàn Dệt May Việt Nam (Vinatex) với vai trò là hạt nhân, nòng cốt cho sự phát triển của toàn Ngành, sau 11 tháng đã hoàn thành các chỉ tiêu đề ra và có sự tăng trưởng tốt.

Bài: **XUÂN QUÝ**



DỰ ÁN SỢI CÓ LÃI TRƯỚC KẾ HOẠCH

Nền kinh tế Việt Nam đã đi gần hết chặng đường của năm 2018 với nhiều chuyển biến tích cực trong hoạt động sản xuất kinh doanh, kim ngạch xuất khẩu 11 tháng đầu năm đạt 223,63 tỷ USD, tăng 14,4% so với cùng kỳ năm 2017. Trong đó, kim ngạch xuất khẩu toàn ngành Dệt May Việt Nam đạt 33,65 tỷ USD, tăng 16,44% so với cùng kỳ, hoàn thành 96,23% kế hoạch xuất khẩu cả năm. Các thị trường trọng điểm như Mỹ, EU, các nước trong khối CPTPP, Hàn Quốc, Trung Quốc... tăng trưởng mạnh, vượt trội so với tốc độ tăng trưởng cùng kỳ năm trước.

Tập đoàn Dệt May Việt Nam (Vinatex) với vai trò là hạt nhân, nòng cốt cho sự phát triển của toàn Ngành, sau 11 tháng đã hoàn thành các chỉ tiêu đề ra và có sự tăng trưởng tốt. Có được lợi nhuận cao là nhờ các dự án sợi đưa vào hoạt động năm 2016, 2017 đã bắt đầu phát huy hiệu quả, có lãi trước kế hoạch, công tác quản trị và các chi phí khác của Tập đoàn đều được tiết giảm. Các doanh nghiệp trong Ngành nói chung và của Tập đoàn nói riêng đang tận dụng rất tốt các hiệp định thương mại đã và chuẩn bị được ký kết. Cùng với đó, cuộc chiến thương mại Mỹ - Trung đã giúp các doanh nghiệp trong Ngành được chưởng lợi và có cơ hội để tăng doanh số, thị phần, niềm tin với người tiêu dùng Mỹ.

TRUNG TÂM THỜI TRANG VINATEX – HÌNH ẢNH VINATEX TRONG LÒNG NGƯỜI TIÊU DÙNG NỘI ĐỊA

Không chỉ có kim ngạch xuất khẩu cao, phát triển thị trường nội địa luôn là một trong những chiến lược quan trọng của Vinatex trong những năm qua. Năm 2018, Vinatex đã khai trương Trung tâm Thời trang Vinatex tại 25 Bà Triệu, Hà Nội để phục vụ nhu cầu mua sắm của người tiêu dùng Việt. Dự kiến, cuối năm 2018 Vinatex sẽ đưa Trung tâm Thời trang Vinatex thứ 2 đi vào hoạt động tại địa chỉ 57 Phan Chu Trinh (Hà Nội). Tổng doanh thu nội địa của toàn Tập đoàn trong 11 tháng 2018 đạt hơn 9 nghìn tỷ đồng, tăng 5,61% so với cùng kỳ. Trong đó, các đơn vị có mức doanh thu nội địa cao như: Tổng Công ty CP Phong Phú đạt 2.862 tỷ đồng, Tổng Công ty Việt Thắng - CTCP 1.795 tỷ đồng, Tổng Công ty CP May Việt Tiến 1.268 tỷ đồng, Tổng Công ty CP May Nhà Bè 615 tỷ đồng, Tổng Công May 10 - CTCP 458 tỷ đồng... Dự kiến, năm 2018 doanh thu nội địa toàn Tập đoàn sẽ đạt 12.638 tỷ đồng tăng 22,58% so với cùng kỳ năm 2017.

Năm 2019, Vinatex sẽ tiếp tục nghiên cứu phát triển thêm những Trung tâm Thời trang Vinatex mới không chỉ ở Hà Nội mà cả những thành phố khác để xây dựng thương hiệu thời trang Vinatex trong lòng người tiêu dùng cả nước và có thể đi đều trên "2 chân" - cả xuất khẩu và thị trường nội địa.







Xây dựng thương hiệu dệt may: THƯỚC ĐO của doanh nghiệp

TRƯỚC ĐÂY, NẾU NHƯ TÀI SẢN HỮU HÌNH CHIẾM TỚI 80% GIÁ TRỊ CỦA DN, THÌ NAY GIÁ TRỊ THƯƠNG HIỆU NẮM GIỮ TỚI HƠN 70% TỔNG GIÁ TRỊ DN. NHƯNG CÓ MỘT THỰC TẾ CHO THẤY, NHIỀU DN DỆT MAY TẠI VIỆT NAM VẪN CHƯA CHÚ TRỌNG ĐẾN VIỆC XÂY DỰNG, ĐỊNH GIÁ THƯƠNG HIỆU.

Bài: **QUANG NAM**

THƯƠNG HIỆU – TÀI SẢN VÔ HÌNH CỦA DN

Gần đây, Tạp chí Forbes vừa công bố Top 100 thương hiệu giá trị nhất toàn cầu, với nhiều tên tuổi đình đám đã tạo ra nhiều xu hướng cho người tiêu dùng trên toàn thế giới. Tạp chí Forbes đánh giá dựa trên tiêu chí các sản phẩm, dịch vụ của nhãn hàng, cùng với số lượng người sử dụng. Đối với một tên tuổi được vinh danh trong bảng xếp hạng của Forbes, điều này đồng nghĩa với việc tạo dựng được chỗ đứng về thương hiệu trên thị trường, cũng như vị thế của thương hiệu sẽ có chiều hướng thay đổi tích cực so với các đối thủ cạnh tranh ở cùng phân khúc sản phẩm.

Dẫn đầu thương hiệu trong công bố của Forbes là Apple, với giá trị thương hiệu đạt 182,8 tỷ USD, tăng 8% so với cùng kỳ. Theo sát Apple lần lượt là Google, Microsoft, Facebook và Amazon. Nếu tính tổng giá trị của 5 thương hiệu "đắt giá" nhất toàn cầu, tổng giá trị thương hiệu đạt con số 586 tỷ USD, tăng 20% so với năm trước đó.

Về nhóm hàng bán lẻ, phải kể đến nhiều cái tên như: Louis Vuitton xếp ở vị trí thứ 15 với giá trị thương hiệu khoảng 33,6 tỷ USD; ngay sau đó, ở vị trí 18 là hãng giày dép, thời trang "đình đám" Nike với giá trị 32 tỷ USD; Hermes và Gucci lần lượt giữ vị trí 35 và 36 với giá trị thương hiệu là 16,2 tỷ USD và 15,3 tỷ USD. Tuy nhiên, các nhãn hàng trên đều được biết đến với các thương hiệu thời trang cao cấp, các mẫu thiết kế có thể lên tới hàng trăm nghìn USD cho một sản phẩm. Do đó, giá trị thương hiệu của những nhãn hàng này ở vị trí cao là điều dễ lý giải.

Cũng góp mặt trong Top 100 có 2 thương hiệu thời trang bình dân "nổi bật" nhất thế giới, đó là Zara và H&M. Hai thương hiệu này đã đánh bật nhiều tên tuổi khác để giữ vị trí thứ 45 và 46, với 13 tỷ USD giá trị thương hiệu. Nếu như Zara có mức tăng trưởng 16% so với năm trước đó, thì H&M có phần ảm đạm hơn khi có mức tụt giảm -8%. Cùng giá trị thương hiệu, nhưng mức tăng trưởng của thương hiệu lại quyết định vị trí của thương hiệu, do đó "ông lớn" đến từ Thụy Điển đành nhường vị trí dẫn trước cho Zara, với mức tăng trưởng ấn tượng hơn.

Bảng xếp hạng của Forbes đã phần nào giúp công chúng hiểu được sức hấp dẫn của các thương hiệu, cũng như ảnh hưởng của thương hiệu tới việc mua sắm hay sử dụng trong cuộc sống hàng ngày của mọi người. Tuy nhiên, nếu như các thương hiệu lớn trên thế giới ngày một chú trọng đến việc định giá "tài sản vô hình", thì tại Việt Nam hầu hết các doanh nghiệp lớn, nhỏ lại chưa hiểu đúng bản chất về việc xây dựng và định giá thương hiệu.

Ông Đặng Xuân Minh, Tổng Giám đốc AVM Việt Nam từng nhận định, nếu như những năm 1980 giá trị thương hiệu chỉ chiếm 20% giá trị doanh nghiệp, thì đến nay đã lên tới 73%, còn lại là giá trị hữu hình như tài sản, đất đai... Việc định giá tài sản vô hình là các thương hiệu giúp các DN thuận lợi hơn trong việc mua bán kinh doanh, đồng thời cũng dễ dàng hơn trong việc tiếp cận, huy động các nguồn vốn, thậm chí là giá trị công ty, cổ đông hay các hoạch định, chiến lược kinh doanh.

Đối với các DN trong lĩnh vực dệt may tại Việt Nam bấy lâu nay vẫn được biết đến với tỷ lệ gia công cho các thương hiệu lớn chiếm khoảng 80% trong tổng số các DN dệt may trên cả nước. Chỉ có một số ít các thương hiệu có đủ sức xuất khẩu các thương hiệu của mình sang nước ngoài, ví dụ như Việt Tiến, nhưng mới chỉ chạm ngõ được một số thị trường tại Đông Nam Á không quá khó tính như Lào hay Campuchia. Còn lại đều được xuất khẩu với những thương hiệu của các nước khác, nên việc tạo ra giá trị gia tăng là chưa cao.

Ông Lê Tiến Trường, Tổng Giám đốc Tập đoàn Dệt May Việt Nam nhận định: *"Ngành dệt may và thời trang là ngành có nhiều cấp độ trong chuỗi giá trị cung ứng toàn cầu. Hiện nay, Việt Nam chúng ta đang nằm ở khâu sản xuất, mặc dù có cả sản xuất theo đơn hàng trọn gói FOB. Tuy nhiên, trong chuỗi cung ứng, đây vẫn là khâu có giá trị gia tăng thấp nhất. Khâu có giá trị gia tăng cao nhất ở ngành dệt may và thời trang nằm ở khâu thiết kế và phân phối. Trong đó, 2 khâu này chịu sự ảnh hưởng rất lớn của giá trị thương hiệu, cũng như tâm lý tiêu dùng của người tiêu dùng trên toàn thế giới thông qua sự hiểu biết, nhận thức về thương hiệu của các sản phẩm dệt may.*

Đối với ngành Dệt May Việt Nam, đã có 20 năm sản xuất theo hướng sản xuất xuất khẩu, và chúng ta vẫn luôn đặt ra mục tiêu cải thiện vị trí của mình trong chuỗi cung ứng toàn cầu. Việc cải thiện này đã chuyển từ may gia công sang may trọn gói FOB, có 1 phần may bao



Ông Lê Tiến Trường, Tổng Giám đốc Tập đoàn Dệt May Việt Nam



gồm cả các thiết kế kỹ thuật của mình (ODM), nhưng gần như không có việc bán các sản phẩm của mình với các thương hiệu của Việt Nam (OBM). Quá trình phấn đấu này được đo lường bằng việc xác định giá trị tài sản vô hình về thương hiệu của các DN. Quá trình này giúp DN nhận ra quy mô của thương hiệu, sự nhận thức của người tiêu dùng, thị trường đối với thương hiệu mình đã đưa ra và giá trị của nó trên thị trường. Có như vậy, DN mới có được hệ thống đo lường để tiếp tục vun đắp, bồi dưỡng, nâng cao cho giá trị thương hiệu ngày càng cao lên, nhờ đó giúp DN có thể nâng cao giá trị trong chuỗi cung ứng toàn cầu."

Thực tế cho thấy, với khoảng gần 7000 DN dệt may trên cả nước và vị trí top 3 các nước xuất khẩu dệt may lớn nhất trên thế giới, hiện tại Việt Nam vẫn chưa có DN nào lọt top 500 các thương hiệu có giá trị trên thế giới, còn ở top 100 thì đó là một câu chuyện tương đối xa xôi. Điều đó cho thấy, việc định giá thương hiệu tại các DN dệt may vẫn chưa được chú trọng, thậm chí là bỏ ngỏ trong thời gian tương đối dài.

CẦN BẢN SẮC VĂN HÓA TRONG THƯƠNG HIỆU DỆT MAY

Tuy nhiên, việc định giá tài sản vô hình, thương hiệu đối với các DN dệt may tại Việt Nam vẫn là một lĩnh vực tương đối mới. Có thể nói, thiếu cơ chế, thiếu những cơ quan chuyên trách trong việc định giá tài sản vô hình đã phần nào đó khiến các DN có mong muốn vẫn bị "lúng túng" trong việc định giá thương hiệu mà mình đang sở hữu.

"Thực tế, định giá tài sản vô hình đối với Việt Nam là một lĩnh vực mới, và chúng ta đang tìm cách tiếp cận nó, tìm ra được một giá trị có độ tin cậy cao đối với thị trường. Một khi đã công bố giá trị tài sản vô hình có nghĩa là chúng ta cam kết với người tiêu dùng, cổ đông về giá trị đó. Do đó, phương pháp khoa học để tiếp cận và đánh giá tài sản vô hình hết sức quan trọng. Bên cạnh đó, cần được sự thừa nhận của các bên để giá trị vô hình được tính đến như là một giá trị của DN. Từ trước đến nay chúng ta chỉ quen thuộc với các giá trị hữu hình, đó là thiết bị, đất đai, nhà xưởng, doanh thu, tỷ suất lợi nhuận... để quyết định ra giá trị của 1 DN. Tuy nhiên, khi nói về sáng chế, thương hiệu và sở hữu các thương hiệu, rõ ràng là một lĩnh vực hoàn toàn mới. Bản thân DN dệt may cũng rất muốn định giá các giá trị vô hình của 1 DN, không chỉ làm cho tổng giá trị của 1 DN lớn lên, mà quan trọng hơn là DN biết được giá trị của mình là bao nhiêu, muốn xây dựng, cải thiện nó thì phải làm thế nào? Và mỗi một chu kỳ nâng cao thì giá trị mới sẽ thế nào và đánh giá được tỷ suất thu hồi trên đồng tiền bỏ ra để xây dựng thương hiệu, xây dựng giá trị vô hình về sở hữu trí tuệ. Đó cũng là nội dung mà những DN hiện đại, những DN đang hội nhập trên thế giới cần phải có để khẳng định vị thế và giá trị của mình, không còn chỉ là đất đai và giá trị hữu hình." Ông Lê Tiến Trường chia sẻ thêm.

Mặt hàng thời trang, may mặc là một thị trường tương đối "khốc liệt", bởi người tiêu dùng có nhiều lựa chọn giữa vô vàn các thương hiệu ngày một nhiều lên. Không còn cảnh "ăn chắc mặc bền" như những năm trước đây, người tiêu dùng dần chuyển sang xu hướng "ăn ngon, mặc đẹp", do đó việc tạo dựng được giá trị thương hiệu trong lòng người tiêu dùng là điều mà các DN dệt may cần phải hướng đến và thực hiện nó trong tương lai gần.

Ông Lê Tiến Trường nhấn mạnh: *"Rõ ràng mục tiêu của những người làm thời trang là muốn vừa thiết kế, sản xuất và bán sản phẩm bằng các thương hiệu của mình. Như thế là gói trọn một chu kỳ sản xuất, bao gồm cả sản xuất vô hình và sản xuất hữu hình. Sản xuất vô hình được đánh giá bằng giá trị trí tuệ của các thiết kế, đó là sự tích hợp các nét văn hóa Việt Nam, nét trí tuệ riêng của người Việt Nam sáng tạo trong những sản phẩm. Và đặc biệt, chỉ có con đường xây dựng thương hiệu sở hữu trí tuệ của riêng mình thì mới có khả năng tạo ra một nhóm khách hàng mà trong thuật ngữ của marketing vẫn gọi đó là có "tâm phần" với hàng Việt Nam. Chúng ta từ trước tới nay vẫn quan tâm tới thị phần – đó là tỷ lệ hàng hóa bán được trên kích cỡ của thị trường. Tuy nhiên, điều đó có thể hoàn toàn thay đổi khi người tiêu dùng chuyển sang mua mặt hàng khác. Đến cấp độ thứ 2 người ta sẽ quan tâm đến "não phần", bởi vì DN có nhận diện tốt, người tiêu dùng thông minh lựa chọn dựa trên những phân tích một cách lý trí sản phẩm. Nhưng nếu bao gồm cả những nét văn hóa đặc thù mà người tiêu dùng ưa thích thì sẽ tiến lên được một bước gọi là "tâm phần". Nghĩa là khi nào có nhu cầu, người tiêu dùng sẽ chọn lựa các sản phẩm của DN. "Tâm phần" thực sự là cái đích hướng tới của những người làm mặt hàng thời trang, và muốn có được điều này, bên cạnh sở hữu trí tuệ, cần có nét đặc thù của sản phẩm, trong đó không thể thoát rời yếu tố văn hóa riêng biệt của mỗi khu vực, mỗi quốc gia.*

HỒ SƠ THỊ TRƯỜNG MỸ: *NHẬP KHẨU VÀ TIÊU THỤ DỆT MAY* GIAI ĐOẠN 2007-2017

Bài: **HỒNG HẠNH**

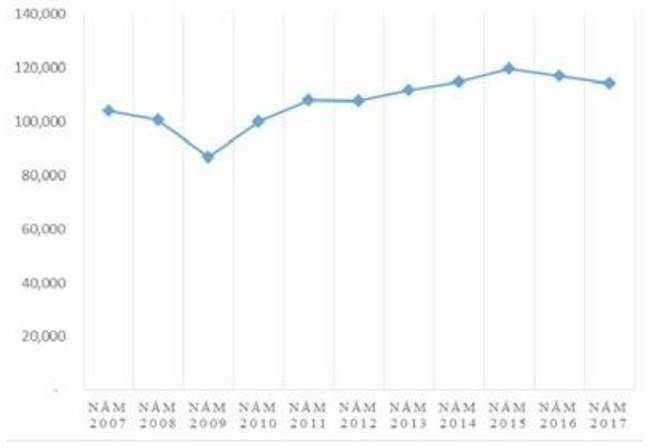
KIM NGẠCH NHẬP KHẨU DỆT MAY MỸ

Kim ngạch nhập khẩu dệt may Mỹ năm 2017 đạt 114,6 tỷ USD, đứng thứ 1 thế giới về mặt quốc gia và giữ đà tăng trưởng ổn định ở mức hơn 110 tỷ USD trong 5 năm trở lại đây.

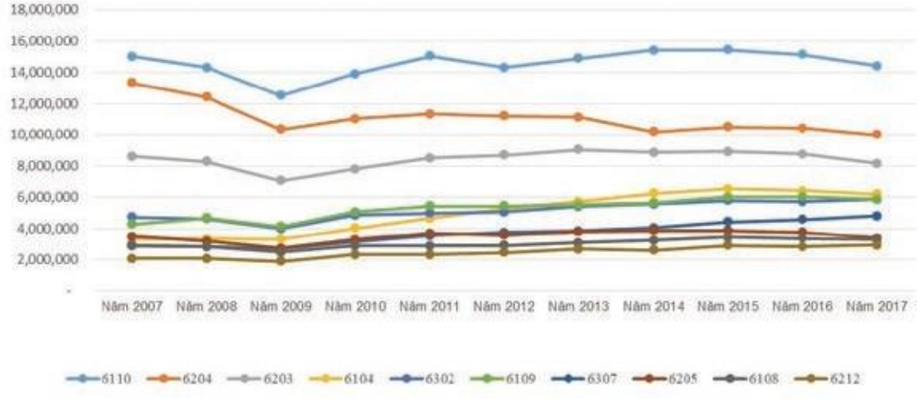
Năm 2018, kim ngạch nhập khẩu thị trường Mỹ ước đạt 118,9 tỷ USD, tăng 4,19% so với 2017.

Trong các quốc gia cung cấp dệt may lớn nhất tới Mỹ, Việt Nam dẫn đầu về mức tăng trưởng kim ngạch giai đoạn 2007-2017. Đáng chú ý, nhập khẩu dệt may Mỹ từ Trung Quốc đang trong xu hướng giảm giai đoạn 2012-2017, nhường thị phần cho các quốc gia khác như Việt Nam, Ấn Độ, Bangladesh.

Biểu đồ Tổng nhập khẩu Mỹ giai đoạn 2007-2017 (Đv: triệu USD)



Biểu đồ Mười mặt hàng dệt may nhập khẩu lớn nhất của Mỹ (Theo mã HS 4 số)



(Nguồn: Trademap)

Bảng Kim ngạch nhập khẩu dệt may Mỹ từ 10 quốc gia lớn nhất (Đv: ngàn USD)

Quốc gia	Năm 2007	Năm 2008	Năm 2009	Năm 2010	Năm 2011	Năm 2012	Năm 2013	Năm 2014	Năm 2015	Năm 2016	Năm 2017	Suất tăng trưởng trung bình giai đoạn 2007-2017	Suất tăng trưởng trung bình giai đoạn 2012-2017
Thế giới	103,984,316	100,508,514	86,739,763	99,885,716	108,000,723	107,623,881	111,649,125	114,926,298	119,624,121	117,049,997	114,128,378	0.94	1.18
China	32,918,512	33,196,106	32,312,630	38,988,795	40,945,018	41,036,911	42,457,829	42,996,742	44,546,726	43,224,605	40,832,049	2.18	-0.10
Vietnam	4,626,688	5,548,087	5,405,752	6,361,596	7,177,340	7,626,820	8,720,429	9,931,104	11,286,361	11,808,140	12,269,724	10.24	9.98
India	5,802,318	5,762,868	5,153,813	6,027,204	6,600,455	6,517,388	6,956,886	7,398,375	7,986,914	7,928,147	8,200,669	3.52	4.70
Mexico	6,366,096	5,595,859	4,832,068	5,191,305	5,561,368	5,415,426	5,430,532	5,534,732	5,407,676	5,318,994	5,498,753	-1.45	0.31
Bangladesh	3,295,969	3,697,707	3,665,383	4,264,201	4,786,907	4,728,785	5,254,595	5,085,719	5,706,830	5,762,912	5,323,658	4.91	2.40
Indonesia	4,459,325	4,512,898	4,236,369	4,913,212	5,574,691	5,434,699	5,460,030	5,284,892	5,414,683	5,198,517	4,949,278	1.05	-1.85
Pakistan	3,347,794	3,253,291	2,853,579	3,216,209	3,512,392	3,178,320	3,202,404	3,214,508	3,196,658	2,990,899	2,936,475	-1.30	-1.57
Honduras	2,676,661	2,772,676	2,176,717	2,565,066	2,792,507	2,762,239	2,683,348	2,781,947	2,873,278	2,886,031	2,650,766	-0.10	-0.82
Campuchia	2,565,374	2,513,557	1,964,790	2,335,765	2,706,663	2,668,138	2,677,105	2,601,663	2,607,288	2,280,746	2,265,577	-1.24	-3.22
Sri Lanka	1,704,417	1,600,784	1,298,995	1,327,523	1,527,415	1,613,534	1,793,381	1,913,107	2,190,385	2,035,775	2,096,332	2.09	5.37

(Nguồn: Trademap)

THUẾ SUẤT CÁC MẶT HÀNG DỆT MAY

Tính theo mã HS 8 số Mỹ nhập khẩu 1692 dòng thuế về dệt may. Theo đó, thuế suất tối huệ quốc MFN như sau:

Với mặt hàng dệt:

Mã HS	Tên mã	Xơ	Sợi	Vải
HS 50	*Hàng silk*	*Từ HS 5001 - HS 5003: Miễn thuế trừ HS 50030090: 2,5 %*	*Từ HS 5004 - HS 5006: Miễn thuế*	*Mã HS 5006: Từ 0,8%-3,9%*
HS 51	*Hàng len (wool)*	*Từ HS 5101 - HS 5105: Hầu hết miễn thuế, một số 6,5 xu Mỹ/kg*	*Từ HS 5106 - HS 5110: từ 4-6%*	*Từ HS 5111 – HS 5113: Phần lớn 7%, cao nhất 25%*
HS 52	*Hàng Cotton*	*Từ HS 5201 – HS 5204: 1,5-31,5 xu/kg*	*Từ HS 5205 - HS 5207: 3,7%-9,2%*	*Từ HS 5208 - HS 5212: 3%-16,5%*
HS 53	*Hàng flax, các loại xơ sợi vải nguồn gốc thiên nhiên*	*Từ HS 5301 – HS 5303: Hầu hết miễn thuế trừ HS 53012100 là 0,2 xu/kg và HS 53012900 là 3,8%*	*Từ HS 5306 - HS 5308: Miễn thuế trừ HS 53089010 là 2,7%*	*Từ HS 5309 - HS 5311: Hầu hết miễn thuế trừ 3 dòng bị áp 14,5%, 1 dòng bị áp 6,9%, 1 dòng áp 2,7%*
HS 54	*Nhân tạo*	*HS 5401: 11,4%*	*Từ HS 5402 - HS 5406: Từ 6,9%-10%, chủ yếu là 8%*	*Từ HS 5407 - HS 5408: Từ 6,9-12%*
HS 55	*Tổng hợp*	*HS 5501 – HS 5508: Từ 4,3 %-11,4%*	*Từ HS 5509 - HS5511: Từ 7,5-13,2%*	*Từ HS 5512 - HS 5516: từ 8,5%- 25%*
HS 56	*Các sản phẩm không dệt; sợi đặc biệt; sợi xe, dây chão..vv*	*Từ HS 5601 - HS 5608: Miễn thuế, một số dòng từ 3,6%-14,1%*	*Từ HS 5609: 2,9%-4,5%*	
HS 57	*Thảm và các loại sản phẩm che phủ*			*Từ HS 5701 – HS 5705: hầu hết miễn thuế, một số ít dòng từ 2,7-8%*
HS 58	*Vải dệt thoi đặc biệt; vải dệt chần sợi vòng; ren; thảm trang trí; trang trí; vải thêu*			*Từ 3,2%-20,2%.*
HS 59	*Các loại vải dệt đã được ngâm tẩm, tráng, phủ hoặc ép lớp*			*từ 2,7%-8%*
HS 60	*Vải dệt kim hoặc móc*			*Từ 4%-18,5%, hầu hết là 10%*

Với các chương từ 61-63 thuế suất MFN trung bình như sau:

- Chương 61: Quần áo dệt kim đan hoặc móc thuế trung bình 12,4%, từ 0,6-32%.

- Chương 62: Quần áo dệt thoi thuế trung bình thuế trung bình 11,09%, từ 0,5%-28,6%.

- Chương 63: Hàng dệt gia dụng: từ 2,7- 20,9%.

Thuế suất của 20 mặt hàng nhập khẩu nhiều nhất trung bình khoảng 17-18% với mặt hàng chương 61-63.

25 doanh nghiệp dệt may nhập khẩu lớn nhất ở Mỹ (có doanh thu hàng năm từ 500 triệu USD trở lên)

Doanh thu trung bình/năm	STT	Tên
Hơn 5 tỷ USD	1	Nike
	2	HanesBrands Inc
	3	Dover Corporation
	4	Foot Locker Inc
	5	Ralph Lauren Corp
	6	Nordstrom Inc
	7	VF Corp
	8	Adient PLC
	9	Dow Corning
	10	Gap Inc
	11	Abercrombie & Fitch
	12	Mercari
	13	PVH Corp
Từ 1-5 tỷ USD	14	American Eagle Outfitters Inc
	15	Kate Spade Co
	16	Michaels Stores Inc
	17	Ascena Retail Group Inc
	18	Genesco Inc
	19	Under ArMour Inc
	20	G-III Apparel Group Ltd
	21	Urban Outfitters Inc
	22	Pacific Trimming
	23	Dhobiwala
	24	Ravenswood Leather
	25	Lockhart Tactical

THỊ TRƯỜNG TIÊU THỤ HÀNG MAY MẶC

Ước tính Tiêu thụ hàng năm hàng may mặc Mỹ đạt 326,1 tỷ USD năm 2018, và dự báo sẽ tăng trưởng trung bình 2,3% trong giai đoạn 2018-2021.

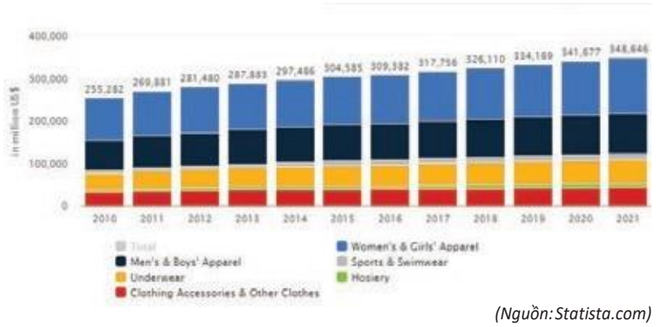
Riêng phân khúc quần áo cho nữ giới và bé gái dung lượng thị trường là 121,09 tỷ USD năm 2018.

Tính theo đầu người, năm 2018 mỗi người tại Mỹ dành 994,7 USD/năm để chi tiêu cho quần áo.

Năm 2018, khoảng 20% doanh thu thị trường quần áo Mỹ đến từ kênh bán hàng online, và năm 2021 dự kiến tỷ lệ này sẽ đạt 24%.

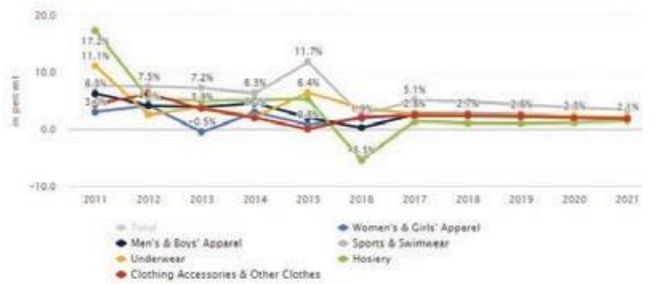
Tính theo khối lượng tiêu thụ năm 2018, thị trường Mỹ tiêu thụ 31,62 tỷ chiếc quần áo và dự kiến đạt 32,5 tỷ chiếc vào năm 2021. Tính trung bình 1 người dân Mỹ tiêu thụ 96 chiếc quần áo/năm vào năm 2018 (bao gồm cả phụ kiện quần áo).

Biểu đồ Tiêu thụ thị trường quần áo Mỹ 2010-2018, dự báo đến 2021 (Đv: Triệu USD)



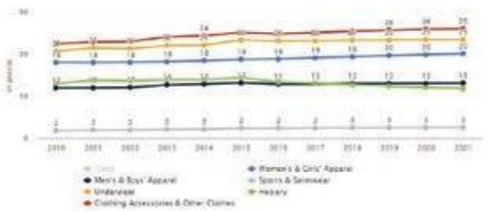
(Nguồn: Statista.com)

Biểu đồ Tiêu thụ thị trường quần áo Mỹ 2010-2018, dự báo đến 2021 (Đv: Triệu USD)



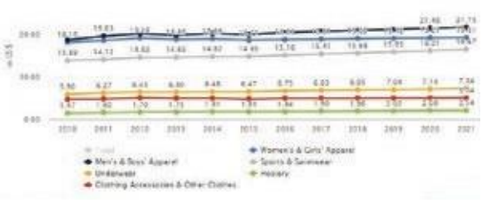
(Nguồn: Statista.com)

Biểu đồ Tiêu thụ quần áo/đầu người/năm tại Mỹ (Đv: Chiếc)



(Nguồn: Statista.com)

Biểu đồ Đơn giá trung bình các loại quần áo (Đv: USD)



(Nguồn: Statista.com)

HỒ SƠ CẠNH TRANH:

NGÀNH DỆT MAY INDONESIA

Bài: **AN AN** (lược dịch từ Textile World)

Indonesia là một trong mười nước sản xuất dệt may lớn nhất thế giới. Ngành công nghiệp dệt may là một trong những ngành công nghiệp lâu đời nhất của Indonesia và rất quan trọng đối với nền kinh tế nước này, khi kim ngạch xuất khẩu dệt may chiếm tới 7,4% trong tổng kim ngạch xuất khẩu của Indonesia năm 2017, tạo công ăn việc làm cho hơn 2,7 triệu lao động.

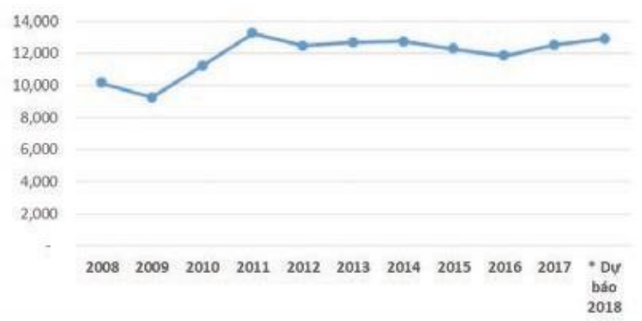
Chính phủ Indonesia đặt mục tiêu tăng giá trị hàng dệt may xuất khẩu của quốc gia lên 75 tỷ USD vào năm 2030, ngụ ý rằng ngành công nghiệp này sẽ đóng góp khoảng 5% cho xuất khẩu toàn cầu. Tuy nhiên, Indonesia đang phải đối mặt với một số thách thức như: sản xuất nguyên phụ liệu đầu vào chưa đủ năng lực (khiến nước này phụ thuộc lớn vào nguyên liệu nhập khẩu, nhất là cotton), giá thành sản xuất tăng cao do giá điện tăng, giá lao động tăng,... Những thách thức đó đòi hỏi ngành dệt may Indonesia phải thu hút thêm nhiều đầu tư nước ngoài, cũng như thúc đẩy chuyển giao công nghệ và nâng cao trình độ chuyên môn trong bối cảnh cạnh tranh từ các nước sản xuất dệt may khác ở Đông Nam Á như Campuchia, Việt Nam, cũng như Myanmar đang tăng lên.

KIM NGẠCH XUẤT KHẨU

Giai đoạn 2007-2017, suất tăng trưởng bình quân (CAGR) của xuất khẩu dệt may Indonesia đạt 2,48%. Năm 2017 kim ngạch xuất khẩu dệt may Indonesia đạt 12,53 tỷ USD, tăng 5,95% so với 2016. Ước kim ngạch xuất khẩu năm 2018 đạt 12,9 tỷ USD. Hiện tại chính phủ Indonesia đang đặt mục tiêu tăng kim ngạch xuất khẩu dệt may của quốc gia lên 75 tỷ USD cho đến năm 2030, lấy cơ sở áp dụng cải cách công nghệ tiên tiến trong cách mạng công nghệ 4.0 vào sản xuất dệt may nước này.

Để tăng cường sản xuất dệt may, Chính phủ Indonesia dự định sẽ thực hiện một loạt dự án xây dựng cơ sở hạ tầng thiết yếu, xây dựng một khung pháp lý hoàn chỉnh hơn để hỗ trợ ngành dệt may phát triển, cũng như đưa ra các chính sách khuyến khích cho việc chuyển giao công nghệ hiện đại trong ngành. Cụ thể, về nhu cầu xây dựng cơ sở hạ tầng và logistic, chính phủ Indoneisa sẽ tập trung xây dựng sửa chữa, xây mới 24 cảng biển, hơn 3,2 ngàn km theo đường tầu hỏa, khoảng 2,65 ngàn km đường mới, khoảng 15 sân bay cùng hệ thống trung chuyển theo chuyến nhanh cho 6 vùng nội đô.

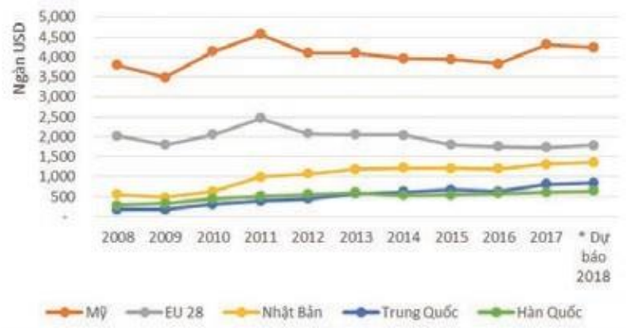
Kim ngạch xuất khẩu dệt may Indonesia giai đoạn 2008-2018 (ngàn USD)



Giai đoạn 2010-2016, xuất khẩu dệt may Indonesia đi theo xu hướng giảm thiểu mạnh do ngành dệt may nước này gặp phải vài khó khăn, bao gồm các vấn đề do chi phí logistic tăng cao, thuế gas và điện cao hơn các quốc gia cạnh tranh khác. Để giải quyết vấn đề này, chính phủ Indoneisa đã thực hiện các giải pháp giảm thiểu chi phí năng lượng, cũng như xây dựng thêm các cảng trung chuyển bốc xếp hàng từ Gedebage bờ phía Tây của Java tới cảng Tanjung Priok tại Jakarta, do đó từ năm 2016 xuất khẩu dệt may Indonesia đã khởi sắc trở lại.

Dự báo cả năm 2018 kim ngạch xuất khẩu dệt may Indonesia đạt 12,9 tỷ USD, tăng nhẹ 2,91% so với 2017. Theo đó, xuất khẩu năm 2017 dệt may Indonesia đi EU đạt 1,79 tỷ USD, tăng 2,91%; đi Nhật Bản đạt 1,36 tỷ USD, tăng 3,13%; đi Mỹ đạt 4,23 tỷ USD, giảm 1,90% so với 2016.

Kim ngạch xuất khẩu dệt may Indonesia sang các thị trường giai đoạn 2008-2018



10 mặt hàng Indonesia xuất khẩu nhiều nhất 2013-2017 (ngàn USD)

MÃ HS	Mặt hàng	2013	2014	2015	2016	2017
611020	***Áo chui đầu, cardigan các loại từ cotton, dệt kim hoặc móc***	*578,352*	*491,109*	*348,290*	*383,789*	*497,647*
551011	***Sợi đơn, có hơn 85% sợi xơ ngắn nhân tạo tính theo trọng lượng***	*408,615*	*386,901*	*443,170*	*451,959*	*447,150*
620640	***Áo kiểu các loại nữ giới/bé gái từ xơ nhân tạo dệt thoi***	*312,214*	*344,044*	*339,653*	*312,503*	*379,044*
621210	***Áo lót các loại các chất liệu***	*291,953*	*290,635*	*345,624*	*302,301*	*357,666*
620520	***Sơ mi nam/bé trai chất liệu bông (trừ các loại dệt kim hoặc móc, trừ áo sơ mi mặc nhà)***	*405,172*	*410,129*	*360,114*	*359,464*	*354,757*
550410	***Sợi xơ ngắn viscose, không chải kỹ***	*390,096*	*315,734*	*281,232*	*251,123*	*310,418*
620342	***Quần đàn ông/bé trai các loại, từ cotton***	*339,819*	*306,250*	*272,370*	*265,170*	*277,440*
620462	***Quần nữ các loại, từ cotton***	*382,396*	*344,321*	*371,690*	*304,853*	*274,364*
550921	***Sợi đơn có hơn 85% sợi xơ ngắn PE tính theo trọng lượng***	*331,894*	*354,857*	*289,238*	*254,899*	*272,535*
610990	***Áo sơ mi dệt kim hoặc móc (trừ từ cotton)***	*199,706*	*166,314*	*233,935*	*267,763*	*269,944*

ĐIỂM MẠNH & ĐIỂM YẾU NGÀNH CÔNG NGHIỆP DỆT MAY INDONESIA

ĐIỂM MẠNH

- Lao động giá rẻ, lực lượng lao động trẻ.

- Chính phủ coi dệt may là ngành công nghiệp chiến lược.

- Chính phủ tạo nhiều chính sách thu hút đầu tư nước ngoài. Các nhà đầu tư nước ngoài được phép sở hữu tài sản ở các đặc khu kinh tế đặc biệt, và doanh nghiệp có thể nhập khẩu nguyên phụ liệu đầu vào miễn thuế GTGT.

- Indonesia có chính sách miễn giảm thuế lên đến 25 năm cho doanh nghiệp FDI trong một số đặc khu kinh tế đặc biệt.

- Gần đây Tổng thống Indonesia Joki Widolo phê duyệt gói hỗ trợ cho các doanh nghiệp mới thành lập trong lĩnh vực da giày và dệt. Đối tượng doanh nghiệp được hưởng ưu đãi có quy mô ít nhất 2000 nhân công và xuất khẩu 50% trên tổng doanh thu. Theo đó, chính phủ giảm 50% thuế thu nhập cá nhân cho các đối tượng công nhân có nhu nhập cao nhất 3850 USD/năm.

- Năm 2016, đầu tư FDI vào ngành công nghiệp dệt may Indonesia đạt 567 triệu USD. Tập đoàn Jiangsu Dongqun cho biết sẽ đầu tư 100 triệu USD vào ngành dệt Indonesia. 16 công ty, tập đoàn từ Singapore, Malaysia và Nhật Bản cũng đang đầu tư vào dệt may Indonesia.

ĐIỂM YẾU

- Giá thành sản xuất tăng do giá gas và điện tăng.

- Doanh nghiệp dệt phụ thuộc nguồn cotton nhập khẩu, do điều kiện thổ nhưỡng không thích hợp gieo trồng bông. Thiếu hụt nguồn bông khiến doanh nghiệp kéo sợi phải phụ thuộc giá bông trồi sụt của thế giới, một số doanh nghiệp quy mô nhỏ khó tồn tại khi thị trường biến động mạnh.

- Gặp phải sự cạnh tranh gay gắt từ các nước có nguồn nhân công giá rẻ khác như Việt Nam và Campuchia.

- Đồng Rupi Indonesia đang trên đà suy yếu là vấn đề lớn với ngành công nghiệp dệt may Indo do nước này phần lớn phụ thuộc nguồn nguyên phụ liệu nhập khẩu, mà những mặt hàng này đều phải trả bằng USD. Điều này khiến nhập khẩu nguyên phụ liệu trở nên đắt đỏ, gây khó khăn về tài chính cho các doanh nghiệp dệt. Giai đoạn 2015-2016, Indonesia chứng kiến một loạt công ty dệt nhỏ và vừa lao đao trên bờ vực phá sản vì vấn đề tỷ giá.

QUAN HỆ THƯƠNG MẠI

Hiện tại Indonesia rất kỳ vọng Hiệp định đối tác kinh tế toàn diện Indonesia - EU (CEPA) sẽ nhanh chóng được ký kết và đi vào hiệu lực nhằm thúc đẩy xuất khẩu dệt may Indonesia vào thị trường EU, đặc biệt khi sức cạnh tranh vào thị trường Mỹ ngày càng yếu.

Bên cạnh đó, hiện các doanh nghiệp và Hiệp hội dệt may Indonesia rất kỳ vọng Chính phủ nước này sẽ vận động hành lang với chính quyền Mỹ nhằm mở rộng danh sách mặt hàng nước này được hưởng GSP, bao gồm thêm cả mặt hàng may mặc và phụ kiện. Nếu đặc quyền này được thông qua, sản phẩm dệt may Indonesia sẽ có lợi thế nhiều hơn trên thị trường Mỹ.

MỘT SỐ HOẠT ĐỘNG CỦA HIỆP HỘI DỆT MAY VIỆT NAM (VITAS)

Công cụ đánh giá rủi ro về nguồn nước ở khu vực Mekong; Báo cáo rủi ro về nước và các giải pháp của nước cho ngành Dệt May Việt Nam



Vitas phối hợp với Tổ chức Quốc tế về Bảo tồn Thiên nhiên (WWF) đã công bố hai sản phẩm Công cụ đánh giá rủi ro về nguồn nước ở khu vực Mekong và Báo cáo rủi ro về nước và các giải pháp của nước cho ngành Dệt May Việt Nam. Theo ông Vũ Đức Giang - Chủ tịch Vitas, tính đến thời điểm hiện tại, có một số doanh nghiệp Việt Nam đã đầu tư vào sản phẩm sợi, dệt hoàn tất; thiết kế robot cho sản phẩm đồ jean; nhà máy kéo sợi đã tự động hóa toàn quy trình sản xuất... Việt Nam đang đứng thứ 4 trong các nước xuất khẩu dệt may trên thế giới, trong đó Trung Quốc là quốc gia dẫn đầu, tiếp theo Ấn Độ, Bangladesh.

"CPTPP và các quy tắc xuất xứ giúp thuận lợi hóa thương mại trong ngành dệt may"

Vitas đã tham dự hội thảo "CPTPP và các quy tắc xuất xứ giúp thuận lợi hóa thương mại trong ngành dệt may". Tại hội thảo, bà Bùi Kim Thùy, Trưởng Đại diện Hội đồng Kinh doanh Mỹ - ASEAN (USABC) cho biết, CPTPP có quy định khó khăn nhất đối với ngành dệt may khi thiết lập quy tắc xuất xứ từ sợi trở đi, thay vì vải như trong FTA ASEAN - Nhật Bản và Việt Nam - Nhật Bản. Quy định khó khăn này, cùng với việc Mỹ rút khỏi TPP, sẽ khiến doanh nghiệp "xa lánh" CPTPP. Nếu RCEP đàm phán thành công, quy tắc xuất xứ đối với ngành dệt may thậm chí sẽ lỏng hơn.



Khai mạc Triển lãm Quốc tế lần thứ 18 về ngành Công nghiệp Dệt & May - Thiết bị & Nguyên phụ liệu - VTG 2018

Vitas phối hợp với Công ty Cổ phần Quảng cáo và Hội chợ (Vinexad), Công ty dịch vụ Thương mại và Tiếp thị Yorkers (Hong Kong), Phòng Thương mại Thiết bị may Quảng Đông, Hiệp hội Máy may Hong Kong (HKAMA) đã tổ chức khai mạc Triển lãm Quốc tế lần thứ 18 về ngành Công nghiệp Dệt & May - Thiết bị & Nguyên phụ liệu - VTG 2018; Triển lãm Quốc tế ngành Công nghiệp hóa chất dệt may tại châu Á lần thứ 8 và Triển lãm Công nghiệp da giày và Nguyên phụ liệu. Triển lãm Quốc tế lần thứ 18 về máy móc thiết bị công nghiệp và nguyên phụ liệu ngành Dệt May là cơ hội giúp các doanh nghiệp dệt may Việt Nam tiếp cận với thị trường và các công nghệ sản xuất mới nhất để định hướng đầu tư thêm công nghệ mới nhằm tăng dần tỷ lệ nội địa hoá và có thêm nguồn nguyên phụ liệu, nâng cao giá trị gia tăng sản phẩm, đáp ứng nhu cầu và mục tiêu phát triển của ngành Dệt May Việt Nam trong thời gian tới.

"Xanh hóa ngành Dệt May Việt Nam"

Vitas và Tổ chức Quốc tế Bảo tồn thiên nhiên (WWF) đã phối hợp tổ chức Hội thảo quốc tế "Xanh hóa ngành Dệt May Việt Nam". Đây là một trong những hoạt động cụ thể để triển khai Dự án "Xanh hóa ngành Dệt May Việt Nam thông qua cải thiện việc quản lý nước và năng lượng bền vững". Hội thảo có các phiên thảo luận tập trung vào các vấn đề: Làm thế nào để ngành Dệt may Việt Nam chuyển đổi sang sản xuất bền vững? Làm thế nào để giải mã vấn đề tài chính trong lộ trình chuyển đổi của ngành? Cách tiếp cận nào để giải quyết những thách thức mà ngành phải đối mặt?...



"Thiết bị và sản phẩm thể thao Việt Nam"

Vitas phối hợp với Tổng cục TDTT, Công ty Cổ phần Quảng cáo và Hội chợ tổ chức Triển lãm quốc tế "Thiết bị và sản phẩm thể thao Việt Nam". Triển lãm thu hút sự tham gia của gần 120 doanh nghiệp, trưng bày, giới thiệu hơn 5.000 sản phẩm đa dạng, từ dụng cụ, máy móc và thiết bị phòng tập cho đến các sản phẩm phục vụ thi đấu các môn bóng rổ, cầu lông, bơi lội, chạy bộ, bóng đá, dã ngoại, bóng chày, thực phẩm và thiết bị điện tử dành cho người chơi thể thao Đặc biệt, Triển lãm đã thu hút sự tham dự của các hãng thời trang thể thao để giới thiệu các mặt hàng hữu dụng như găng tay, quần áo, ba lô, giày thể thao...

BẢN TIN

CÔNG NGHỆ DỆT MAY THẾ GIỚI

Bài: **MY LAN** (biên dịch)

AHLSTROM-MUNKSJÖ GIỚI THIỆU VẢI PHẪU THUẬT MỚI

Ahlstrom-Munksjö - công ty hàng đầu về vật liệu từ xơ, đã giới thiệu loại vải mới - ViroSēl sẽ được dùng cho những vị trí quan trọng nhất trên áo choàng phẫu thuật với thiết kế có thể hỗ trợ các nhân viên y tế, giúp cho họ cảm thấy thoải mái hơn.



ViroSēl là thế hệ tiếp theo của vải phẫu thuật thoát ẩm Viral Barrier (BVB). Đây là loại vải có thiết kế đặc biệt, có khả năng bịt kín đường may cho các khu vực quan trọng của áo choàng phẫu thuật.

ViroSēl có kết cấu vải dán ba lớp, không thấm nước, giúp thoát ẩm. Lớp ngoài cùng kháng dịch lỏng và bền lâu. Lớp rào chắn có màng phim đúc giúp ngăn được chất lỏng, vi rút và vi khuẩn. Thành phần hóa học của bản thân màng phim cho phép hơi ẩm đi qua, giữ cho nhân viên phẫu thuật mát và khô ráo. Cuối cùng là lớp bên trong màu sẫm được thiết kế để làm giảm hiện tượng đổ bóng, và sờ vào mềm mại, giúp thoát ẩm khi mặc trong thời gian dài.

Các phẫu thuật mổ bắt con, phẫu thuật đường tiêu hóa và tim thường có lượng dịch rất nhiều và kéo dài. Do đó áo choàng phẫu thuật cần có tính bảo vệ và tính tiện nghi cho đội ngũ nhân viên y tế.

https://www.innovationintextiles.com/ahlstrom-munksj-launches-new-surgical-fabric/

RIETER GIỚI THIỆU MÁY KÉO SỢI NỒI KHUYÊN VÀ MÁY COMPACT MỚI

Rieter đã giới thiệu G 37 và G 38 - máy kéo sợi nồi khuyên mới và K 47 và K 48 - máy kéo sợi compact mới. Những mẫu máy mới này có năng suất cao, cực kỳ linh hoạt và tiết kiệm năng lượng hiệu quả.

Máy G 38 và K 48 đặc biệt phù hợp cho các thị trường hạn chế về nhân công có yêu cầu mức độ linh hoạt và chất lượng sợi rất cao. Hai thiết bị này được trang bị bộ kéo dài điện tử FLEXIdraft, làm giảm thời gian dừng máy khi thay đổi sang các chỉ số sợi khác nhau và tối đa hóa thời gian sản xuất. Phiên bản ưu việt hơn với cơ cấu quan trắc từng cọc sợi ISM được tích hợp vào cả hai model. Do vậy, khách hàng có thể tiết kiệm chi phí nhân công chừng 5% so với máy G 32 và K 42.

Model G 37 và K 47 được phát triển cho các thị trường không bị thiếu hụt nhân công và có các yêu cầu cao về tính linh hoạt và chất lượng sợi. Chúng cung cấp cho khách hàng mức độ linh hoạt cao nhờ dải ứng dụng không hạn chế. Máy có 7 seri và được trang bị bộ truyền động của bộ kéo dài FLEXIdraft, tối đa hóa thời gian sản xuất. Cả hai model đều được trang bị phiên bản cơ bản, tích hợp cơ cấu quan trắc từng cọc sợi ISM



làm tiêu chuẩn, nghĩa là khách hàng có thể giảm chừng 3% chi phí nhân công so với G 32 và K 42.

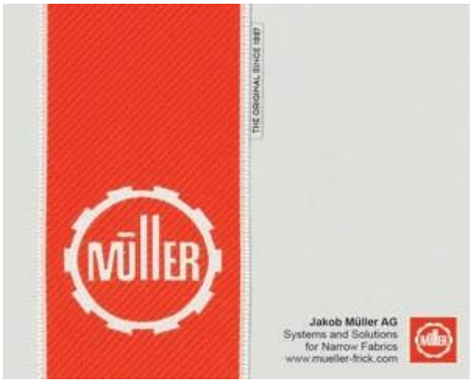
https://www.fibre2fashion.com/

BIẾN PHẾ LIỆU DỆT THÀNH BỘT THUỐC NHUỘM

Officina+39, một công ty hóa chất dệt Italia, đang chuẩn bị nâng quy mô sản xuất bột màu Recycrom được làm từ quần áo đã qua sử dụng và phế liệu dệt. Công nghệ mới do Officina+39 phát triển sử dụng 100% vật liệu đã tái chế để tạo ra thuốc nhuộm có độ bền màu.

Thông qua quá trình sản xuất bằng cách chỉ sử dụng hóa chất tự nhiên, xơ trong vải được tinh thể hóa thành bột mịn, bột này có thể được sử dụng tương tự thuốc nhuộm pigment cho vải và quần áo được làm từ bông, len, nylon, các xơ tự nhiên khác hoặc xơ hỗn hợp. Nó có thể được dùng để nhuộm bằng nhiều phương pháp, gồm nhuộm tận trích, nhúng, phun, in lưới và tráng.

Ngược lại với thuốc nhuộm khác,



Recycrom được dùng để nhuộm dưới dạng chất nhũ tương chứ không phải là một phần của dung dịch hóa chất. Do vậy nó dễ dàng được lọc ra khỏi nước giúp cắt giảm cả chi phí và tác động tới môi trường. Do Recycrom sử dụng 100% vật liệu tái chế nên có thể xảy ra sự biến thiên màu nhẹ khi sản xuất quy mô lớn. Tuy nhiên nếu có yêu cầu, có thể điều chỉnh bằng cách sử dụng thêm khoảng 1% thuốc nhuộm truyền thống. Các nhãn hàng cũng có thể cộng tác với Officina+39 để làm ra thuốc nhuộm theo yêu cầu từ các mảnh vải vụn và phế liệu dệt của họ.

https://advancedtextilessource.com/2018/11/12/textile-waste-is-turned-into-dye-powders/



HỆ THỐNG DỰA TRÊN ARTIFICIAL INTELLIGENCE (AI) ĐỂ TỰ ĐỘNG HÓA QUÁ TRÌNH KIỂM SOÁT CHẤT LƯỢNG

Đại học Bách khoa Hồng Kông (PolyU) đã phát triển một hệ thống phát hiện lỗi vải thông minh với tên gọi WiseEye. Hệ thống được thiết kế để giảm tỷ lệ sản phẩm vải dưới tiêu chuẩn tới 90%, từ đó sẽ giảm được hao tổn và lãng phí trong sản xuất. Ngoài ra, còn giúp tiết kiệm nhân công cũng như tăng cường quản lý tự động hóa trong sản xuất dệt.

Được hỗ trợ bởi công nghệ thị giác máy dựa trên AI, dụng cụ mới WiseEye có thể được lắp trên máy dệt để giúp các nhà sản xuất vải phát hiện các lỗi ngay lập tức trong quá trình sản xuất. Thông qua hệ thống kiểm tra tự động, nhân viên quản lý dây chuyền sản xuất có thể dễ dàng phát hiện lỗi, nhờ vậy giúp họ nhận diện nguyên nhân của vấn đề và sửa chữa ngay lập tức.

WiseEye đã được phát triển bởi nhóm nghiên cứu Trí tuệ nhân tạo dệt may (TAAI), do GS. Calvin Wong và GS. Cheng Yik Hung của Trường Dệt May đứng đầu.

WiseEye là hệ thống tích hợp với nhiều thành phần thực hiện các chức năng khác nhau trong quá trình kiểm tra vải, hệ thống được nhúng thanh ánh sáng LED có công suất lớn, cùng với đó là camera tích điện kép có độ phân giải cao, được dẫn động bằng mô tơ điện và được lắp trên một thanh ray để bắt giữ các hình ảnh của toàn khổ rộng của vải dệt thoi trong quá trình dệt.

Nhóm nghiên cứu cũng áp dụng dữ liệu lớn và công nghệ học sâu vào WiseEye. Bằng cách nạp dữ liệu của hàng ngàn mét vải vào hệ thống, nhóm đã đào tạo WiseEye để phát hiện được khoảng 40 lỗi vải phổ biến với độ phân giải có độ chính xác cao ngoại lệ tới 0,1 mm/pixel.

https://www.innovationintextiles.com/new-aipowered-system-to-automate-quality-control-process/

TỔNG QUAN TÌNH HÌNH
DỆT MAY THẾ GIỚI

Bài: **MY LAN** (lược dịch)

SẢN LƯỢNG BÔNG TÂY PHI Ở MỨC CAO KỶ LỤC



Theo Bộ Nông nghiệp Mỹ (USDA), xuất khẩu bông từ Tây Phi cho vụ 2018/2019 được dự đoán vượt mức kỷ lục của năm ngoái do sản lượng tăng cao. Tây Phi gồm 12 nước sản xuất bông là: Bénin, Burkina Faso, Cameroon, Cộng hòa Trung Phi, Chad, Bờ biển Ngà, Ghana, Mali, Niger, Nigeria, Senegal và Togo. Trong số 12 nước đó, Mali và Burkina Faso là 02 nước sản xuất bông lớn nhất và dự báo sẽ đạt vụ bông kỷ lục nhờ mở rộng diện tích trồng.

Tây Phi chiếm trên ¾ xuất khẩu bông của Châu Phi và chủ yếu phục vụ xuất khẩu, do khu vực này có rất ít nhà máy, do đó nhu cầu của các đối tác nước ngoài là một thách thức đối với các nhà sản xuất và thương lái Tây Phi. Nam Á và Đông Nam Á là hai địa chỉ tiêu thụ nhiều bông Tây Phi, do đó có sự tăng trưởng vững chắc về sản lượng tiêu thụ ở khu vực Châu Á này. Bangladesh là nước nhập khẩu lớn nhất thế giới gần đây đã chọn Tây Phi là nguồn cung lớn nhất.

Xuất khẩu bông được coi như là một nhiệm vụ quan trọng của nông dân và là nguồn thu ngoại tệ chính cho các nước Tây Phi.

XUẤT KHẨU HÀNG MAY MẶC DỆT KIM CỦA PAKISTAN TĂNG 16% TRONG THÁNG 10

Hàng may mặc dệt kim của Pakistan đã duy trì đà tăng trưởng với mức tăng 16% trong xuất khẩu với tổng giá trị xuất khẩu dệt may ghi nhận được là 1,3 tỷ USD trong tháng 10, giảm 0,12% so với 1,32 tỷ USD trong cùng kỳ năm trước.

Ông Muhammad Jawed Bilwani, Chủ tịch Hiệp hội các nhà sản xuất và xuất khẩu hàng dệt kim Pakistan (PHMA) phát biểu: "Xuất khẩu hàng may mặc dệt kim đã tăng 10,41% trong giai đoạn từ tháng 7 tới tháng 10 năm 2018 so với cùng kỳ năm ngoái nên lĩnh vực này có nhiều tiềm năng để mở rộng". Ông cũng kỳ vọng rằng ngành may mặc dệt kim có thể đạt cột mốc mới và xuất khẩu có thể tăng thêm 25% mỗi năm, miễn là Chính phủ xem xét các đề xuất từ ngành.

Ông Bilwani cũng cho biết đã kiến nghị Chính phủ xem xét về việc đưa ra thuế điện riêng cho các ngành được xếp hạng zero và mức thuế đồng đều cho tiêu thụ nước. Hiện giờ thuế nước cho các ngành ở thành phố Karrachi là cao nhất so với các khu vực khác.

Quy mô xuất khẩu toàn cầu hàng năm từ Pakistan chỉ chừng 20 tỷ USD nhưng riêng xuất khẩu hàng dệt kim đã chiếm 2,719 tỷ USD trong năm tài khóa 2017-2018, bao gồm các sản phẩm như: áo có mũ, áo sơ mi, t-shirt, jersey, áo chui đầu, jacket v.v.



XUẤT KHẨU HÀNG MAY MẶC CỦA MYANMAR ĐẠT 2,2 TỶ USD TRONG NỬA ĐẦU NĂM TÀI KHÓA



Theo Bộ Thương mại Myanmar, nước này đã thu được 2,2 tỷ USD từ xuất khẩu hàng may mặc trong sáu tháng đầu năm tài khóa, tăng thêm hơn 1 tỷ USD so với cùng kỳ năm trước.

Theo ông Khaing Khaing New, thư ký Hiệp hội các nhà sản xuất hàng may mặc Myanmar (MGMA) cho biết, EU đã tăng gấp đôi đơn hàng cho ngành cắt-may-đóng gói của Myanmar.

Xuất khẩu hàng may mặc của Myanmar đạt 337 triệu USD trong năm 2010, sau đó tăng lên 1 tỷ USD trong năm 2014.

Theo MGMA, Myanmar đã xuất khẩu các sản phẩm may mặc (mã số sản phẩm HS 61 và HS 62) trị giá 2,7 tỷ USD trong năm 2017, gần gấp đôi doanh số xuất khẩu sản phẩm may mặc trong chỉ hai năm.



MALAYSIA CÓ KẾ HOẠCH THÀNH LẬP LIÊN HIỆP THIẾT KẾ DỆT

Theo phát biểu của ông Tổng Thư ký Datuk Isham Ishak tại Hội nghị Thiết kế và Thời trang 2018, Bộ Mậu dịch Quốc tế và Công nghiệp (MITI) của Malaysia có kế hoạch thành lập Liên Hiệp Thiết kế Dệt để giúp các doanh nghiệp thời trang. Cơ quan Phát triển Đầu tư Malaysia (MIDA) cũng đã phê chuẩn 12 dự án với giá trị đầu tư là 428 triệu MR.

Theo báo cáo của Thông tấn xã Malaysia, trong năm 2017, trị giá xuất khẩu dệt may của Malaysia là 15,3 tỷ RM.

Các dự án MIDA, kể cả các dự án liên quan tới sản xuất vật liệu dệt cơ bản, hàng may mặc và phụ kiện dệt đã tạo ra 1.850 việc làm.

KHU VỰC TỰ DO ĐẶC BIỆT ĐẦU TIÊN CHO NGÀNH DỆT TẠI AI CẬP

Tại phiên họp kết thúc "Hội nghị 200 năm Bông Ai Cập" do Hiệp hội Kinh doanh Cao cấp Ai Cập tổ chức, ông Mohsen Adel - Giám đốc điều hành, Tổng cục Đầu tư và Khu vực tự do cho biết, khu vực tự do đặc biệt đầu tiên trên thế giới cho ngành Dệt đang được xây dựng tại khu vực Minya của Ai Cập.

Truyền thông Ai Cập trích lời của ông Adel rằng: "Do ngành Dệt dịch chuyển từ các quốc gia phía Đông sang các phần khác của thế giới nên Ai Cập cần tận dụng lợi thế, cũng như sức hấp dẫn đầu tư dệt".

Vị trí địa lý, thị trường tiêu dùng, các hiệp định mậu dịch tự do với COMESA, nguồn lao động sẵn có, cũng như môi trường đầu tư phù hợp là bốn ưu thế cạnh tranh của Ai Cập.



NHÀ MÁY DỆT *thông minh*

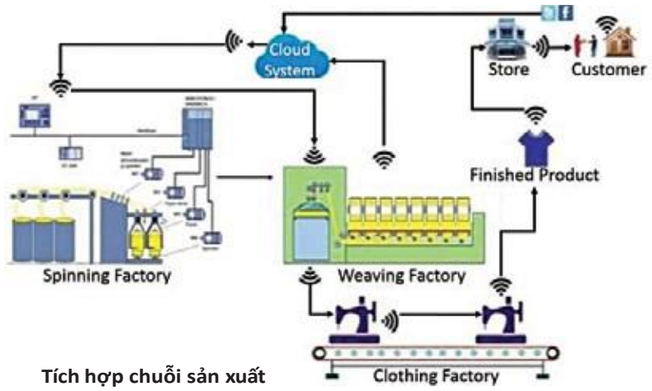
CUỘC CÁCH MẠNG CÔNG NGHIỆP LẦN THỨ TƯ SẼ BẮT ĐẦU TRONG MỘT THỜI GIAN RẤT NGẮN, TỪ ĐÓ DẪN ĐẾN SỰ THAY ĐỔI LỚN TRONG CÔNG NGHIỆP, ĐỜI SỐNG XÃ HỘI CỦA CON NGƯỜI. MỘT TRONG NHỮNG THÀNH PHẦN QUAN TRỌNG CỦA CUỘC CÁCH MẠNG CÔNG NGHIỆP LẦN NÀY LÀ CÁC "NHÀ MÁY THÔNG MINH", CÁC ỨNG DỤNG SẢN XUẤT VÀ SỰ TƯƠNG TÁC GIỮA CÁC HỆ THỐNG THÔNG MINH CHO CÁC QUY TRÌNH SẢN XUẤT.

Bài: **NGUYỄN SỸ PHƯƠNG – PHẠM KHÁNH TOÀN**

"Công nghiệp 4.0" sẽ đẩy mạnh cải tiến công nghiệp để tiến tới sản xuất linh hoạt và thông minh phục vụ cho mô hình sản xuất đại trà theo nhu cầu riêng của khách hàng. Hệ thống sản xuất thực-ảo (Cyber Physic System CPS) và mạng lưới Internet kết nối vạn vật (Internet of things - IoT) là thiết yếu đối với sản xuất trong tương lai. "Sản xuất thông minh" là ứng dụng của mạng lưới công nghệ thông tin xuyên suốt chuỗi cung ứng sản xuất, được đặc trưng bởi định hướng theo nhu cầu khách hàng và phát triển hợp tác. "Nhà máy thông minh" đem lại giải pháp thích ứng linh hoạt cho sản xuất thông minh.

Từ năm 1991, đã xuất hiện về khái niệm "máy tính phổ cập" - có nghĩa là các thiết bị máy tính và truyền thông sẽ được "nhúng" ở mọi nơi, mọi lúc và thực hiện trao đổi thông tin. Chìa khóa để thay đổi cơ bản sản xuất dệt may là môi trường máy tính và kĩ thuật thông minh, sự tích hợp quá trình sản xuất và sự linh hoạt trong sản xuất.

Trong thời đại ngày nay, quá trình cung cấp, sản xuất và tiêu dùng sản phẩm dệt may đang thay đổi nhanh chóng. Chúng ta đang trải nghiệm một quá trình chuyển đổi có thể dẫn đến những thay đổi lớn lao trong mọi mặt của cuộc sống. Nó không chỉ có thể gây ra sự chuyển đổi trong hoạt động công nghiệp mà còn có thể dẫn đến thay đổi trong các lĩnh vực như thương mại, hậu cần và tiêu dùng. Trên thực tế, những thay đổi này là kết quả của vai trò mới của khách hàng trong chuỗi giá trị. Ngày nay, chức năng tiêu thụ đã trở nên quan trọng hơn so với sản xuất. Vai trò chi phối của người tiêu dùng có thể tiếp tục là quyết định cho các chuỗi giá trị trong tương lai. Xu hướng là tất cả các hoạt động chuỗi cung ứng và các hoạt động công nghiệp được tiến hành để đáp ứng sự hài lòng và kỳ vọng của khách hàng. Thị trường đang phải đối mặt với nhu cầu ngày càng tăng đối với các sản phẩm cá tính. Khách hàng không muốn mua sản phẩm tiêu chuẩn mà thay vào đó yêu cầu nhiều sản phẩm và dịch vụ có tính cá nhân hóa và tùy biến hơn. Do đó các quy trình công nghiệp và hoạt động của chuỗi cung ứng phải được thiết kế lại phù hợp với những mô hình mới này.



Tích hợp chuỗi sản xuất dệt may

Để đạt được tốc độ và độ linh hoạt theo yêu cầu của cạnh tranh, công nghệ đã trở thành một trong những thành phần quan trọng nhất của ngành công nghiệp trong giai đoạn này. Ngày nay, sự hội tụ của thế giới vật chất và ảo có thể là kết quả của những cải tiến công nghệ. Sự phát triển theo hướng Công nghiệp 4.0 chủ yếu dựa vào công nghệ số. Công nghiệp 4.0 được đặc trưng bởi: Tích hợp theo chiều ngang thông qua mạng lưới giá trị; Tích hợp kĩ thuật số hóa từ đầu cuối tới đầu cuối xuyên suốt chuỗi giá trị và Tích hợp theo chiều dọc và hệ thống sản xuất nối mạng.

Công nghiệp 4.0 sẽ xóa bỏ tất cả các mô hình của giai đoạn trước và tạo ra các mô hình mới liên quan đến sản xuất và tiêu thụ. Cuộc cách mạng công nghiệp lần này đã nổi lên như là kết quả của sự cải tiến công nghệ. Đây là một thuật ngữ khá phức tạp bao gồm các hệ thống không gian mạng thực-ảo, mạng lưới thiết bị kết nối internet vạn vật, các nhà máy thông minh và dữ liệu lớn (Big Data). Cuộc cách mạng công nghiệp này đang cố gắng hoàn thiện tất cả các quy trình, như cung cấp, sản xuất, tiêu thụ và hậu cần. Cách tốt nhất để đạt được mục tiêu này là tăng mức độ công nghệ của các nhà máy. Bằng cách này, các lỗi do yếu tố con người gây ra có thể sẽ được kiểm soát và giảm đáng kể.

Thực tế là, ngành dệt may đang phải đối mặt với những thách thức mới: sản phẩm cần phải được cá nhân hóa và được cung cấp nhiều biến thể hơn, chúng phải được điều chỉnh theo yêu cầu của thị trường trong thời gian ngắn hơn, chu trình sản phẩm ngắn hơn và cạnh tranh toàn cầu mạnh hơn. Thêm vào đó, mức độ khác nhau về sự mong đợi của khách hàng và nhu cầu là rất cao. Không ai muốn mua các sản phẩm quần áo mà khách hàng khác đã lựa chọn. Vai trò chi phối mới của khách hàng đã ảnh hưởng đến quá trình sản xuất của ngành dệt may. Vì vậy, ngành công nghiệp phải thiết kế sản phẩm đặc biệt và sản xuất được các sản phẩm đáp ứng nhu cầu cá biệt.

Khi các công nghệ tiên tiến như dữ liệu lớn, robot thông minh và trợ lý ảo được xem xét, tất cả các cấu trúc công nghiệp đã được chuyển đổi thành các nhà máy thông minh, và tất cả các hệ thống sản xuất vật chất đều có những tính năng thông minh hơn. Với sự hội nhập giữa thế giới vật chất và thế giới ảo, các quy trình công nghiệp, các máy móc được sử dụng trong quá trình sản xuất và nhà máy trở nên thông minh hơn. Ngày nay, nhân vật quan trọng nhất của các nhà máy thông minh là sự phối hợp và tương tác giữa tất cả các hoạt động được thực hiện từ nhà cung cấp cho khách hàng. Nền tảng của các nhà máy thông minh là các hệ thống không gian mạng thực ảo. Nói cách khác, có thể định nghĩa các hệ thống không gian mạng thực ảo là trung tâm của các nhà máy thông minh. Các hệ thống này có thể giải quyết các vấn đề phức tạp cao liên quan đến hoạt động của chuỗi cung ứng và sản xuất. Trước khi sản xuất vật chất, tất cả các quy trình sản xuất có thể được tạo ra trong thế giới ảo.

Bằng cách này, có thể phát hiện các tình huống tích cực và tiêu cực có thể xảy ra trong quá trình sản xuất vật chất. Cuối cùng, có thể xác định các biện pháp theo những rủi ro và các vấn đề tiềm ẩn. Thêm vào đó, có thể tối ưu hóa tất cả các yếu tố như máy móc, nhân lực, thiết bị và quy trình công nghiệp theo cách này, năng lực nhàn rỗi sẽ không thể thực hiện được trong hoạt động sản xuất. Kết quả là có thể đạt được hiệu suất và năng suất ở mức cao nhất trong tất cả các quy trình công nghiệp.

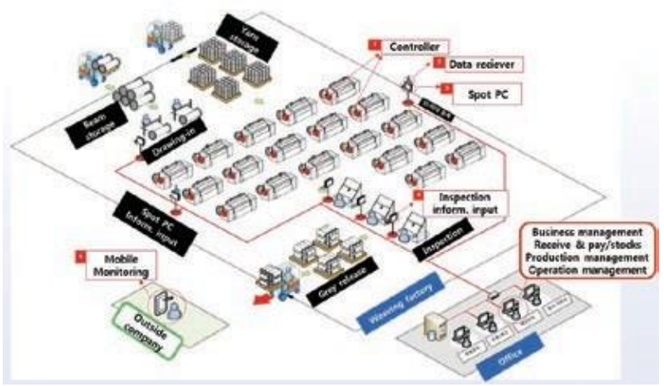
Cần thiết kế lại các quy trình sản xuất mới trong khuôn khổ của các hệ thống sản xuất thông minh hơn. Do thông tin thời gian thực là điều cần thiết nhất cho các nhà máy thông minh. Theo đó, các ngành công nghiệp đang cố gắng tạo ra một hệ thống luồng thông tin mới. Cần thu thập thông tin thời gian thực với hệ thống nhận dạng và cảm biến và phải được xử lý đồng thời. Thêm vào đó, các đặc tính kỹ thuật số có thể được nhúng trong các sản phẩm vật chất. Bằng cách này, có thể thu thập thông tin thời gian thực từ sản phẩm một cách trực tiếp. Ngoài ra, bằng cách tạo ra nhận dạng số, một sản phẩm trong quá trình sản xuất có thể mang bộ nhớ số của nó trong suốt vòng đời của nó và có thể giao tiếp với môi trường của nó.

Công nghiệp 4.0 sẽ dẫn tới "sự ảo hóa và mô-đun hóa" quá trình sản xuất và chuỗi cung ứng, đạt được sự linh hoạt và cá nhân hóa trong sản xuất dựa trên hệ thống sản xuất thực ảo CPS và mạng lưới vạn vật kết nối Internet IoT cùng với ERP, MES, PLM, SCM và những hệ thống phần mềm khác.

Ở nhà máy thông minh trong tương lai "cấu trúc sản xuất sẽ không bị cố định và không xác định trước". Thay vào đó, "một bộ quy tắc cấu hình công nghệ thông tin sẽ được định sẵn cho phép áp dụng xây dựng tự động một cấu trúc cụ thể cho từng trường hợp, bao gồm tất cả những yêu cầu liên quan về mô hình, dữ liệu, truyền thông và thuật toán."

Cần sử dụng hệ thống công nghệ thông tin phù hợp để cung cấp "hỗ trợ từ đầu cuối tới đầu cuối cho toàn bộ chuỗi giá trị, từ phát triển sản phẩm tới kĩ thuật hệ thống sản xuất và dịch vụ".
Các nhà máy thông minh sẽ mang đến những thay đổi trong quy trình sản xuất và hậu cần. Ban đầu, tạo ra hệ thống luồng nguyên liệu hoạt động hoàn hảo là có thể. Thứ hai, có thể tổ chức lại tất cả các quy trình giữa nhà cung cấp và khách hàng về mặt năng suất. Thêm vào đó, các nhà máy thông minh sẽ cung cấp một môi trường làm việc được cải thiện về mặt an toàn. Hệ thống sản xuất có thể trở nên thông minh tùy thuộc vào tiến bộ công nghệ. Các máy móc thông minh có thể tự động đưa ra các quyết định tối ưu là những yếu tố chính của nhà máy thông minh. Và một số công nghệ tiên tiến như công nghệ robot, hệ thống tự động hóa, hệ thống nhận dạng và các hệ thống truyền thông tạo ra sự tương tác giữa máy móc và con người có thể tạo cơ hội để tạo ra một hệ thống sản xuất thông minh hơn. Tự động hóa, hệ thống robot và hoạt động tự hành của máy móc là những yếu tố quan trọng nhất của các hệ thống sản xuất thông minh.

Tích hợp chuỗi sản xuất dệt may



Trong chuỗi công nghệ sản xuất dệt may, từ khâu nguyên liệu đầu vào tới bán thành phẩm và sản phẩm hoàn thiện cuối cùng, thiết bị theo dõi kĩ thuật số được kết nối với nhau dựa theo các giao thức chuẩn hóa để phân tích dữ liệu, dự báo lỗi và tự định cấu hình. Những công nghệ chủ chốt trong tự động hóa của công đoạn kéo sợi, dệt vải, nhuộm & xử lý hoàn tất và các hoạt động khác là cực kì cần thiết để nâng cấp trong ngành công nghiệp dệt may. Công nghiệp dệt 4.0 sẽ là một dây chuyền sản xuất độc lập.

Các hệ thống sản xuất thông minh có thể mang lại việc tạo ra các hệ thống dòng chảy nguyên liệu tối ưu. Thêm vào đó, tự cấu hình của quá trình sản xuất là có thể thực hiện được trong điều kiện biến thiên. Theo cách này, các chức năng của máy sẽ trở nên phức tạp hơn trong tương lai gần. Tương tự như vậy, các phương pháp sản xuất và dòng nguyên liệu sẽ phức tạp hơn. Do đó, hầu như không thể thực hiện được các hoạt động sản xuất và hậu cần có kết quả và hiệu quả mà không có công nghệ sản xuất tiên tiến. Do tự tối ưu hóa các hệ thống dòng nguyên liệu được cung cấp bởi các công nghệ số tiên tiến có thể tự động thu được, có thể giảm bớt việc sử dụng tài nguyên. Bằng cách này, các ngành công nghiệp có thể tạo ra các quy trình sản xuất hiệu quả và có thể thực hiện các hoạt động này có hiệu quả. Do đó, có thể thu được lợi thế cạnh tranh tùy thuộc vào hệ thống sản xuất thông minh trong ngành công nghiệp dệt may.

Các ứng dụng công nghệ không chỉ được sử dụng trong hoạt động sản xuất mà chúng còn có thể giúp để tạo ra hệ thống luồng nguyên liệu tối ưu từ nhà cung cấp đến người tiêu dùng. Do đó, phạm vi của chúng là rộng hơn. Khi hoạt động cuối cùng liên quan đến các hoạt động sản xuất đã kết thúc, các bộ cảm biến có thể gửi thông tin này tới băng tải để chỉ ra các sản phẩm được vận chuyển tới điểm vận chuyển. Sau khi sản phẩm đến điểm này, nó được quét bởi một cảm biến khác. Thông tin thời gian thực liên quan đến chuyến hàng được gửi đến các đơn vị vận tải như xe tải, tàu biển, xe lửa hoặc máy bay chuyên chở hàng. Bằng cách này, quá trình chuẩn bị liên quan đến hoạt động vận chuyển vật chất có thể được hoàn thành trước các hoạt động sản xuất sản phẩm cuối cùng. Các hoạt động sản xuất và hậu cần trong chuỗi giá trị có thể được tự tối ưu hóa. Quan trọng hơn là, tự cấu hình của các quá trình này phù hợp với điều kiện biến đổi có thể nhờ các hệ thống công nghệ này. Kết quả là các công ty có thể đáp ứng nhanh hơn nhu cầu của khách hàng một cách linh hoạt.

Với việc sử dụng công nghệ tiên tiến, nhiều quy trình sản xuất độc lập và hoạt động hậu cần sẽ được tích hợp hoàn toàn với nhau khi các nhà máy trở nên thông minh hơn. thẻ RFID nên được nhúng vào các sản phẩm hoặc bao bì của sản phẩm. Thẻ RFID được nhúng trong các sản phẩm có thể lưu trữ rất nhiều thông tin liên quan đến sản phẩm, quy trình sản xuất và hoạt động hậu cần. Có thể thu thập thông tin này bằng các cảm biến đặt trên máy hoặc bất cứ đâu sau khi đọc. Khi các thẻ RFID được nhúng trong vật liệu được đọc bởi cảm biến, nó sẽ gửi thông tin này đến các máy như một lệnh. Bằng cách này, máy móc có thể hoàn thành các chức năng mong đợi từ chúng một cách tự động.

Các nhà máy thông minh có thể giảm tiêu thụ năng lượng trong quá trình sản xuất. Điều này có thể được thực hiện theo hai cách. Trong quá khứ, máy móc liên tục làm việc cho đến khi kết thúc giờ làm thêm. Do máy móc làm việc không ngừng nghỉ kể cả khi không có hoạt động sản xuất thì năng lượng tiêu thụ trong quá khứ rất cao. Do đó, chi phí tiêu thụ năng lượng đã trở nên không thể chấp nhận được trong ngành công nghiệp dệt may. Nhờ các hệ thống sản xuất ngày nay dựa trên công nghệ tiên tiến, máy móc có thể tự động bắt đầu hoạt động khi có hoạt động sản xuất và khi hoàn thành chúng có thể đã chuyển sang chế độ chờ tự động. Thông thường, thời gian chờ của máy có thể dài hơn thời gian làm việc trong ngành công nghiệp dệt may. Do đó, chi phí năng lượng và tiêu thụ năng lượng có thể giảm đáng kể trong ngành công nghiệp sản xuất hàng dệt may. Khi con người được sử dụng rộng rãi trong quá trình sản xuất, con người có thể thực hiện các hoạt động liên quan đến sản xuất chỉ trong môi trường làm việc hoàn hảo. Họ không thể làm việc trong môi trường tối thiếu ánh sáng. Trong khi đó, máy móc có thể thực hiện chức năng của chúng mà không cần ánh sáng. Ánh sáng ở nơi làm việc không cần thiết cho nhà máy thông minh. Bằng cách này, nhu cầu năng lượng của ngành công nghiệp dệt may có thể giảm đi.

Khả năng bảo trì bảo dưỡng thiết bị máy móc trong tương lai cũng sẽ được thực hiện kịp thời, nhanh chóng, chính xác và hiệu quả hơn. Hệ thống MES lưu giữ và hiển thị thông tin vận hành, chi phí khấu hao thiết bị và lịch trình bảo trì bảo dưỡng; hệ thống giám sát sẽ truyền thông tin tới nhà sản xuất thiết bị và nhận bản hướng dẫn sửa chữa kèm một mô hình 3D hoặc là yêu cầu bảo trì từ xa từ nhà phân phối thiết bị.

Một khía cạnh chính của sản xuất trong tương lai là sự tương tác giữa con người và máy móc. Những thiết bị cá nhân thông minh như điện thoại thông minh, máy tính bảng, thiết bị ngoại vi gắn trên người mang lại nhiều tiềm năng sáng tạo mới. Thiết bị cá nhân thông minh có khả năng cung cấp một cách chính xác những thông số sản xuất quan trọng, chính vì thế có thể giúp làm tăng tính minh bạch trong sản xuất. Tương tác giữa các máy móc sẽ là yếu tố chính trong hoạt động sản xuất và hậu cần trong tương lai gần. Mặt khác, sự giao tiếp giữa con người và máy móc sẽ phát triển hơn. Việc sử dụng các thiết bị thông minh sẽ dẫn đến các thay đổi trong quy trình sản xuất. Có thể sử dụng các thiết bị thông minh để có được thông tin thời gian thực liên quan đến yêu cầu của khách hàng. Ngoài ra, khách hàng có thể trực tiếp tham gia vào quá trình chuỗi giá trị. Lập kế hoạch hoạt động sản xuất sẽ trở nên khả thi với thông tin thời gian thực được cung cấp bởi các thiết bị thông minh của khách hàng trong tương lai gần.

KẾT LUẬN

Tác động của cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ tư gần đây đã bắt đầu được cảm nhận. Những tác động này đặc biệt mạnh mẽ trong các ngành sản xuất. Theo dự báo sẽ còn mạnh mẽ hơn nữa với ngành công nghiệp dệt may trong một tương lai rất gần!

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Arash Rezaey, Adjunct, Smart Factory – Development of smart factories in textile industry with industrie 4.0 approaches, 2018.

2. Jurgen Jerzembec, Industry 4.0 – Potential in textile production, Mellia international, 2016.



Tại sao nên dùng ERP trong NGÀNH DỆT MAY

Người dịch: **HOÀNG THU HÀ**
Nguồn: http://fashion2apparel.blogspot.com/2017/11/use-erp-textile-apparel-industry.html

ERP LÀ GÌ?

ERP là từ viết tắt của cụm từ "Lập kế hoạch nguồn doanh nghiệp" (Enterprise Resource Planning). ERP là ứng dụng phần mềm bao gồm tất cả dữ liệu liên quan tới một công ty và trợ giúp công ty trong việc cung cấp thông tin đúng lúc. Nó là phương pháp lập kế hoạch có hiệu quả tất cả các nguồn trong một tổ chức. ERP bao trùm lên các kỹ thuật và khái niệm được sử dụng cho quản lý tích hợp công việc kinh doanh nói chung, từ quan điểm sử dụng có hiệu quả nguồn tới cải thiện hiệu quả của một doanh nghiệp. Phần mềm ERP được thiết kế để mô hình hóa và tự động hóa nhiều quá trình cơ bản của một công ty, từ tài chính cho tới xưởng sản xuất.

ERP THU THẬP THÔNG TIN VỀ TẤT CẢ CÁC HOẠT ĐỘNG TRONG MỘT CÔNG TY, NHƯ LÀ:

1. **ERP là một ứng dụng tích hợp có quyền truy cập tới và lưu trữ thông tin trong tất cả các phòng ban và các quá trình kinh doanh trong một công ty.**
2. **ERP là một phần mềm ứng dụng có thể viết ra theo đúng ý khách hàng.**
3. **ERP bao gồm nhiều mô đun, và tất cả các mô đun này là cụ thể và có thể áp dụng cho nhiều phòng ban và nắm bắt các hoạt động của các phòng ban này.**
4. **ERP nắm bắt tất cả các giao dịch xảy ra trong một công ty.**
5. **ERP giúp tối ưu hóa công việc kinh doanh.**
6. **ERP có thể được dùng trong thời gian thực để thực hiện quyết định kinh doanh.**
7. **ERP giúp lập kế hoạch và kiểm soát công việc kinh doanh.**
8. **ERP hỗ trợ tất cả các hoạt động và các quá trình kinh doanh của một công ty.**
9. **ERP có chứa một cơ sở dữ liệu chung, cơ sở dữ liệu này nắm bắt và lưu trữ tất cả các dữ liệu.**

Dựa trên các thông tin trên ta có thể thấy rằng, ERP là một ứng dụng phần mềm giúp việc vận hành công việc kinh doanh bằng cách nắm bắt, lưu trữ và cung cấp thông tin cho tất cả các bên có quan tâm của công ty. Nói cách khác, nó hỗ trợ công ty vận hành công việc kinh doanh của công ty.

Các ngành công nghiệp có một khái niệm sai phổ biến về ERP, đó là ERP sẽ tự quản lý công việc kinh doanh. Tuy nhiên, đây lại là sự hiểu sai hoàn toàn về ERP và các chức năng của nó; ví dụ, một báo cáo phân tích chất lượng của một sản phẩm nhận được từ một máy cho thấy có sự lệch ra khỏi các tiêu chuẩn chất lượng và các yêu cầu kỹ thuật đã đặt ra cho sản phẩm và báo cáo làm rõ rằng sự lệch là kết quả của sai số do công nhân vận hành máy gây ra. Trong những trường hợp như vậy, một số nhân viên quản lý kỳ vọng ERP thực hiện hành động ngăn cản công nhân không thực hiện công việc với độ chính xác kỳ vọng. Tuy nhiên, ERP chẳng có thể làm được gì trong trường hợp này. Nó chỉ là một công cụ hỗ trợ cho nhân viên quản lý. Nó sẽ đưa ra thông tin cho nhân viên quản lý rằng một lỗi đã xảy ra và nhân viên quản lý có liên quan phải thực hiện hành động khắc phục. Điều cấp bách cần nói ở đây là ERP không phải là người máy và nó chỉ trợ giúp các hoạt động kinh doanh của một công ty. Nó sẽ thực hiện các chức năng dựa trên việc đã được lập trình như thế nào, như là làm nổi bật những lệch chuẩn, vận hành các báo cáo phân tích, và đưa ra lý do cho các lỗi/lệch chuẩn. Do vậy, ERP thực sự là công cụ thông tin và phân tích hơn là công cụ kiểm soát. Việc kiểm soát vẫn là của nhân viên quản lý.

Ngành dệt may đã thay đổi liên tục trong vài năm qua. Ngành nhìn vào việc thực hiện việc kinh doanh theo cách có hệ thống. Vì lý do này, có thể dùng được ERP và ERP đóng vai trò quan trọng. Như chúng ta biết, ERP là viết tắt của Lập kế hoạch doanh nghiệp (Enterprise Resource Planning). Do vậy mục tiêu chính là lập kế hoạch các nguồn được sử dụng và giữ dữ liệu đúng trong phần mềm.

Như vậy chúng ta có thể định nghĩa ERP là một hệ thống thông tin tích hợp tất cả các khía cạnh của công việc kinh doanh như là R&D, bán hàng và marketing, sản xuất, logistic, nguồn nhân lực, tài chính v.v.

TIẾN HÓA CỦA ERP

Mặc dù khái niệm ERP có từ những năm 1960, thuật ngữ ERP được Gartner đặt ra vào năm 1990. Trong thời kỳ trước khi có ERP, ngành dệt may, nhóm nguồn nhân lực phải sử dụng các ứng dụng phần mềm khác nhau. Như vậy, họ có nhiều ứng dụng phần mềm riêng biệt khác nhau chú trọng vào chỉ các phòng ban cụ thể

và những ứng dụng như vậy không nhất thiết hoạt động đồng thời, gây khó khăn cho việc quản lý để nhận được thông tin cần đúng lúc để giúp quá trình đưa ra quyết định. ERP đã thay thế tất cả các hệ thống di sản này bằng cách tích hợp tất cả các ứng dụng này vào phạm vi của nó, do vậy trợ giúp việc kinh doanh rất nhiều.

Tiến hóa của ERP là một đột phá to lớn trong việc tích hợp công nghệ thông tin với tất cả các ngành có liên quan khác. Nhiều hệ thống sau đó được thích hợp với ERP gồm: hệ thống thông tin quản lý (MIS), hệ thống thông tin tích hợp (IIS), hệ thống thông tin điều hành (EIS), hệ thống thông tin doanh nghiệp (CIS), hệ thống trong toàn doanh nghiệp (EWS), lập kế hoạch nguyên vật liệu (MRP), lập kế hoạch nguồn sản xuất (MRP II), hệ thống hỗ trợ quyết định (DSS), lập kế hoạch yêu cầu năng lực (CRP), lập kế hoạch yêu cầu phân phối (DRP) và hệ thống hỗ trợ giao dịch (TSS).

Xét về khả năng thì tất cả các hệ thống có một số thiếu sót: ví dụ, chúng không chú trọng vào tất cả các ngành công nghiệp, không có sự tích hợp giữa các phòng ban, và có các hệ thống tách riêng cho các chức năng riêng biệt. Tất cả các khuyết điểm này được khắc phục bởi khái niệm mới ERP.

ERP LÀM VIỆC THẾ NÀO?

Trong hệ thống ERP, tất cả các hoạt động của công ty được nhập vào, và được dựa trên các chi tiết được cấp vào, các báo cáo khác nhau được nhận để phân tích.

Các hệ thống ERP gồm nhiều mô đun khác nhau không là gì khác ngoài các phòng ban như là bán hàng, sản xuất, hàng tồn kho và mua sắm. Tất cả các hoạt động của một phòng ban cụ thể được nhập vào các mô đun tương ứng; và được dựa trên dữ liệu nhập vào, ta có thể nhận được nhiều thông tin, nghiên cứu và báo cáo phân tích.

Ví dụ, một khi một hạn ngạch được khách hàng phê chuẩn, khách hàng gửi một đơn hàng, và dựa trên đó, đơn đặt hàng bên mua (sales order) được đưa ra và được gửi tới khách hàng xác nhận rằng đơn hàng đã được nhận. Đơn đặt hàng bên mua được tạo ra bằng cách sử dụng ERP. Tất cả các dữ liệu yêu cầu để lập đơn đặt hàng bên mua được nhập vào hệ thống ERP bởi nhân viên bán hàng hoặc nhân viên marketing. Sau khi nhập tất cả các dữ liệu có liên quan như là số lượng, chất lượng, chi phí, chi tiết giao hàng và chi tiết khách hàng, đơn đặt hàng bên mua được đệ trình, và sau đó một bản có thể được in ra để nhân viên quản lý có liên quan ký và phê duyệt. Các lợi ích của việc tạo ra đơn đặt hàng bên mua trên ERP là rất lớn. Đơn đặt hàng bên mua được tạo ra có thể xem được online bởi nhân viên quản lý, quản lý cao cấp, và khách hàng cũng có thể xem được nếu có yêu cầu. Tất cả các phòng ban khác của công ty sẽ nhận được một thông báo thông



Đầu vào và đầu ra của lập kế hoạch yêu cầu nguyên vật liệu



qua hệ thống ERP rằng đơn đặt hàng bên mua đã được tạo ra. Dựa trên ngày tháng giao hàng, nhóm lập kế hoạch sẽ bắt đầu tạo ra đơn sản xuất và nhóm mua sắm sẽ khởi động việc mua sắm các nguyên liệu cần và quá trình tiếp tục. Do đó thông tin được mọi người có liên quan nắm bắt, đơn hàng đã được nhận, và các quá trình sau đó được thực hiện mà không có bất kỳ sự chậm chễ nào. Về cơ bản, ERP là một công cụ cung cấp thông tin giúp đưa ra quyết định cho các nhân viên quản lý.

Nhu cầu và lợi ích của phần mềm ERP
Nếu bạn mong muốn cắt giảm chi phí tới một mức độ lớn thì phần mềm ERP cho ngành may mặc có thể giúp bạn nhiều nhất. Một phần mềm ERP cụ thể cho may mặc sẽ giúp bạn cắt chi phí đáng kể thông qua quan trắc chất lượng online. Thực hiện phần mềm ERP đúng cũng có thể giúp bạn quản lý cắt giảm các chi phí lớn trong gia công.

Nhu cầu cho ERP được đưa ra dưới đây. Danh sách chưa phải là hết do ERP được yêu cầu vì nhiều lý do:

• ***Tích hợp tất cả các hoạt động của công ty:*** Như đã thảo luận ở trên, có các phần mềm biệt lập trong mỗi phòng ban sẽ dẫn tới việc chia sẻ thông tin bị chậm trễ giữa tất cả các bên có quan tâm. Vậy có một hệ thống tích hợp loại trừ tất cả các chậm trễ và thông tin có thể nhận được bất kỳ lúc nào bởi tất cả các bên có quan tâm.

• ***Có được thông tin trong thời gian thực:*** Tích hợp đầu ra của máy với ERP sẽ dẫn tới có được các chi tiết sản xuất trong thời gian thực khi nó xảy ra hơn là chờ đợi mất một ngày để biết sản xuất của ngày hôm qua. Nó giúp thực hiện quyết định trong thời gian thực. Có thể thực chiện hành động khắc phục trong thời gian thực hơn là thực hiện kiểm soát hư hỏng sau khi mọi việc bị sai đi.

• ***Tăng sự hài lòng của khách hàng:*** Đáp ứng chính xác, đáp ứng nhanh, đáp ứng khách hàng có hiệu quả là một vài kỹ thuật trong số các kỹ thuật dịch vụ khách hàng. Tất cả các kỹ thuật này có thể được tích hợp vào ERP để cung cấp dịch vụ khách hàng tốt hơn. Có thể đạt được giao hàng đúng hẹn với chất lượng tốt bằng cách sử dụng ERP và do vậy làm tăng sự hài lòng của khách hàng.

• ***Làm tăng tính minh bạch trong tổ chức bằng cách giúp các bên có quan tâm tiếp cận tới các chi tiết yêu cầu ngay lập tức:*** Tính minh bạch trong tổ chức sẽ tăng, do vậy sẽ giúp phát tán nhanh hơn thông tin và các báo cáo chi tiết về các phân tích khác nhau tới tất cả những ai quan tâm. Một người trong phòng gửi hàng hóa sẽ biết khi nào một đơn hàng cụ thể được gửi đi và tình trạng của đơn hàng đó trong sản xuất. Anh ta sẽ biết ngay lập tức nếu có bất kỳ sự chậm chễ nào và không cần chờ cho đến khi thời điểm việc gửi hàng đi là bắt buộc và có thể biết trước rằng hàng chưa sẵn sàng để gửi đi.

• ***Phê chuẩn hoặc loại bỏ bất kỳ hoạt động online nào của công ty với hành động ngay lập tức:*** Một đơn đặt hàng nhà cung cấp (purchase order) có thể được người chủ phê chuẩn trong thời gian thực cho dù họ ở bất kỳ nơi nào trên thế giới và không cần chờ sự hiện diện của họ cho mỗi và mọi hoạt động của công ty.

• ***Kiểm soát tốt hơn các nguồn của công ty, gồm con người và nguyên vật liệu:*** Duy trì kiểm soát con người và nguyên vật liệu là khó khăn; ERP sẽ rất cần do nó sẽ giúp quản lý con người và nguyên vật liệu. Báo cáo phân tích chi tiết chú trọng vào hiệu suất của công nhân, năng suất của

họ, và phân tích so sánh giữa hiệu suất của các công nhân sẽ đưa ra cho đội ngũ quản lý cơ hội tốt hơn để thực hiện kiểm soát công nhân. Sẽ có đủ dữ liệu để hỏi công nhân nếu có vấn đề. Tương tự có thể kiểm tra tính sẵn có của nguyên vật liệu ngay lập tức bằng cách sử dụng mô đun hàng tồn kho trong ERP và chi tiết việc mua sắm có thể được truy tìm ngay lập tức, sẽ giúp tránh chậm trễ trong sản xuất do thiếu nguyên vật liệu.

• ***Tăng năng suất và đạt được mức hiệu suất cao hơn:*** là điều cơ bản để tăng năng suất và hiệu suất. Quan trắc chặt chẽ bằng cách sử dụng ERP sẽ dẫn tới hiệu suất tăng và do vậy năng suất cũng tăng. Có thể thực hiện quan trắc nhân viên định kỳ dựa trên các báo cáo nhận được từ ERP. Một phân tích chi tiết được thực hiện trên các báo cáo nhận được sẽ giúp công ty nhận diện được các lý do gây ra năng suất thấp và hiệu suất thấp. Do vậy, có thể thực hiện hành động khắc phục ngay lập tức để làm tăng hiệu suất và năng suất.

• ***Biết các lệch chuẩn trong chất lượng sản phẩm:*** Nếu có khả năng sản phẩm không đáp ứng các tiêu chuẩn, thì ERP sẽ rất cần thiết. Trong mô đun chất lượng ERP, có thể đặt các tiêu chuẩn cho mỗi và mọi thí nghiệm được thực hiện. Do vậy với việc chuyển dữ liệu tự động, một khi một thử nghiệm được thực hiện thì các kết quả được kiểm tra bởi hệ thống ERP để xem liệu có bất kỳ sự lệch nào ra khỏi tiêu chuẩn đặt ra hay không. Nếu có bất kỳ sự lệch chuẩn nào thì sự lệch này có thể được nêu bật và được chuyển qua email hoặc thông báo tới nhân viên có liên quan để thực hiện hành động ngay lập tức, do vậy giải quyết và nắm bắt được các lệch chuẩn về chất lượng.

• ***Tránh hoặc giảm sự lãng phí trong quá trình gia công:*** Nếu các quá trình gia công có nhiều lãng phí thì bằng cách sử dụng ERP, có thể phát triển nhiều cách để nhận biết và loại bỏ các kẽ hở trong quá trình dẫn tới lãng phí. Các báo cáo có thể được tạo ra cho thấy các chi tiết của phế liệu được tạo ra hàng ngày, gồm cả phế liệu liên quan tới máy móc, công nhân viên, và nguyên vật liệu, tất cả đều giúp thực hiện hành động khắc phục hoặc phòng ngừa.

• ***Tuân theo các quy trình thực hành tốt nhất:*** Nhiều công ty có thể không đi theo các thực hành tốt nhất trong ngành và hầu hết thường do công nhân cản trở sự thay đổi và cảnh giác với công nghệ mới. Các công ty cung cấp ERP đảm bảo rằng các quá trình được tuân theo bằng cách sử dụng ERP là tốt nhất trong ngành. Nên các thực hành tốt nhất ấy sẽ được dạy cho ngành trong khi thực hiện ERP và sẽ dẫn tới việc các ngành công nghiệp tuân theo các quy trình kinh doanh và các quá trình hiện đại nhất.

• ***Quản lý và kiểm soát chi phí:*** Có thể thực hiện kiểm soát tài chính hiệu quả bằng cách sử dụng ERP thông qua việc đặt ra các giới hạn chi tiêu cho một người và bằng cách ấn định các quyền phê chuẩn thích hợp. Nó giúp trong việc tính toán khấu hao và các tỷ suất tài chính một cách chính xác, do vậy giúp kiểm soát tốt chi tiêu. Nó sẽ rất hiệu quả khi công ty hoạt động ở nhiều địa điểm.

• ***Duy trì hồ sơ chính xác:*** Có thể tránh được các sai số thủ công và công việc kế toán không đúng do dữ liệu một khi đã được nhập vào sẽ được lưu trữ an toàn và bất kỳ thay đổi nào chỉ có thể được thực hiện bởi nhân viên được ủy quyền, sẽ làm tăng tính chính xác của hồ sơ được tạo ra.

• ***Dự báo nhu cầu một cách chủ động:*** Bằng cách sử dụng các kỹ thuật dự báo nhu cầu, các hệ thống ERP có thể dự báo nhu cầu một cách chính xác. Sẽ không cần một công cụ dự báo nhu cầu hoặc một phần mềm riêng nếu thực hiện ERP với chức năng dự báo nhu cầu.

• ***Có được các báo cáo phân tích chi tiết:*** Nếu một công ty yêu cầu các báo cáo phân tích chi tiết về hoạt động chức năng của công ty, thì ERP là cấp bách. Nó cung cấp một gói toàn diện các báo cáo phân tích khác nhau, gồm cả các báo cáo phân tích cho tăng trưởng kinh doanh tổng thể, báo cáo trả lương, hoạt động, tài chính v.v. Tất cả các điều này sẽ trợ giúp trong việc làm tăng tính hiệu quả về chức năng và hiệu suất tổng thể của công ty.

• ***Giảm thời gian hoàn thành đơn hàng:*** Do mỗi và mọi giai đoạn của công việc đang tiến hành (WIP) được quan trắc, nó làm công việc trở nên dễ dàng cho tất cả các nhân viên có liên quan và làm giảm thời gian hoàn thành đơn hàng bằng cách làm cho con người, nguyên vật liệu và máy móc sẵn sàng bất cứ khi nào được cần đến.

• ***Giảm công việc của người lao động:*** Bằng cách sử dụng hệ thống ERP, công việc của người lao động được giảm đáng kể do không cần báo cáo tách biệt và giữ hồ sơ trong file tài liệu, giữ sổ cái, giữ sổ sách hàng trong kho v.v. do tất cả dữ liệu được nhập vào hệ thống và có sẵn khi cần. Thậm chí có thể giảm số lượng nhân viên quan trắc do hệ thống ERP sẽ tự động báo cáo bất kỳ sự lệch chuẩn nào tới người có liên quan.

• ***Tối ưu hóa lịch sản xuất:*** Có thể lập kế hoạch tối ưu hóa bằng cách sử dụng ERP, dẫn tới lịch sản xuất được tối ưu hóa, và tránh bị chậm chễ. Các nhân viên lập kế hoạch toàn diện lập kế hoạch phân bổ máy trong thời gian thực.

• ***Đáp ứng thời hạn chót giao hàng:*** Với quan trắc tốt hơn và sẵn có thông tin, việc đáp ứng hạn chót giao hàng trở nên dễ dàng hơn khi sử dụng ERP và có thể duy trì bền vững sự hài lòng của khách hàng.

Về tổng thể, có thể kết luận rằng ERP có thể là hữu ích cho tổ chức có quy mô bất kỳ, từ các công ty quy mô lớn tới các doanh nghiệp quy mô nhỏ và trung bình để làm cho việc kinh doanh của họ tăng trưởng rõ rệt hơn và tăng lợi nhuận. Dựa trên nhu cầu và lợi ích được giải thích ở đây, rất dễ suy ra lợi ích của việc sử dụng ERP. Một số lợi ích của sử dụng ERP được liệt kê dưới đây, danh sách này chưa kết thúc do công việc phát triển ERP là hoạt động tiếp diễn và luôn luôn có các đặc tính mới được bổ sung vào hệ thống ERP.

1. **Làm tăng tính minh bạch và trách nhiệm của tổ chức;**
2. **Tiếp cận chính xác và nhanh hơn tới dữ liệu để có quyết định đúng lúc;**
3. **Tối ưu hóa sử dụng tài sản/nguồn;**
4. **Cải thiện đáp ứng khách hàng;**
5. **Tạo thuận lợi cho lập kế hoạch chiến lược;**
6. **Có thể nhận ngay lập tức báo cáo sản xuất;**
7. **Báo cáo theo các tiêu chuẩn toàn cầu;**
8. **Có thể làm tăng hiệu suất hoạt động do sẵn có dữ liệu chính xác;**
9. **Giao tiếp trong thời gian thực;**
10. **Có thể đo lường chi phí của chất lượng;**
11. **Phân tích hiệu quả;**
12. **Nhận biết được chi phí sản xuất;**
13. **Có thể nhận được báo cáo phân tích chi tiết khi sử dụng ERP;**
14. **Tính toán giá trị WIP nhanh và dễ dàng;**
15. **Có thể kiểm tra chất lượng sản phẩm ngay lập tức nếu nhập vào hệ thống ERP;**
16. **Dễ dàng duy trì nguồn hàng;**
17. **Chuyển nguồn hàng qua nhiều đơn vị dễ dàng hơn;**
18. **Chuẩn bị hạn ngạch và đơn đặt hàng bên mua dễ dàng, đặc biệt là các đơn hàng lặp lại;**
19. **Dễ quản lý dòng công việc trong tất cả các quá trình gia công;**
20. **Có thể nhận được sự phê chuẩn bất kỳ hành động nào một cách nhanh chóng và dễ dàng;**
21. **Có thể tính toán hiệu suất công nhân viên và sử dụng máy dễ dàng;**
22. **Có thể tích hợp phân tích bảng lương, phân tích bù trừ và hiệu suất dựa trên các hệ thống thưởng bằng cách dùng các báo cáo phân tích nhận được từ ERP;**
23. **Chuẩn bị báo cáo tài chính cuối năm dễ hơn.**

Như đã nói ở trên, lợi ích của sử dụng ERP là rất nhiều và có thể tăng thêm khi người sử dụng có kết quả tốt với việc sử dụng ERP. Thực tế ERP là khái niệm mang tính cách mạng trong thế giới đương đại. Tất cả thông tin của một doanh nghiệp dưới một mái nhà để hỗ trợ lập kế hoạch và thực hiện các quyết định có tính minh bạch hoàn toàn – đó là mục tiêu chính của ERP.

NGUỒN:

1. http://textilelearner.blogspot.com/2013/03/erp-enterprise-resource-planning.html

2. http://www.fibre2fashion.com

3. http://www.instylesoft.com

4. ERP for Textiles and Apparel Industry by R. Surjit, R. Rathinamoorthy and K. J. Vishnu Vardhini

5. Garment Manufacturing Technology, Edited by Rajkishore Nayak and Rajiv Padhye



Công ty CP Dệt Công nghiệp Hà Nội:

ĐẦU TƯ ĐỔI MỚI CÔNG NGHỆ, "ĐÓN ĐẦU" CUỘC CMCN 4.0

Đứng trước cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ 4 (CMCN 4.0), Công ty CP Dệt Công nghiệp Hà Nội (Haicatex) đã không ngừng đổi mới dây chuyền sản xuất, ứng dụng công nghệ mới và hiện đại để tạo ra những sản phẩm chất lượng, phục vụ cho thị trường nội địa, cũng như xuất khẩu.

Bài: **QUANG NAM**

CMCN 4.0 là cụm từ được nhắc đến tương đối nhiều trong thời gian qua, bởi lẽ có rất nhiều ngành công nghiệp sẽ phải thay đổi tư duy sản xuất để hòa nhập với thời cuộc, và dệt may là một trong những ngành bị ảnh hưởng mạnh mẽ nhất của cuộc cách mạng công nghiệp lần này.

Để thực sự sống với "hơi thở" của CMCN 4.0, cộng đồng DN dệt may đứng trước nhiều trăn trở trong việc thay đổi công nghệ sản xuất, cũng như làm thế nào để đáp ứng được yêu cầu ngày càng cao, thời gian giao hàng ngày một nhanh của đối tác. Để làm được điều đó không có cách nào khác đó là phải tăng năng suất lao động, nhưng chỉ dựa vào sức người là điều tương đối khó. Do đó, chỉ còn một cách đó chính là áp dụng tự động hóa, rô-bốt hóa vào dây chuyền sản xuất, thậm chí là áp dụng giao tiếp hệ thống thực - ảo thông qua Internet Vạn Vật (IoT). Nhờ đó NSLĐ cao hơn, chất lượng dịch vụ và sản phẩm tốt hơn, hiệu năng sử dụng cao hơn, cũng như cải thiện chuẩn an toàn.

Đứng trước những xu thế mới, không chỉ đợi CMCN 4.0 bắt đầu, ban lãnh đạo Haicatex đã hiểu ra tầm quan trọng của việc áp dụng công nghệ mới vào sản xuất để nâng cao chất lượng sản phẩm. Từ năm 2002 – 2017, trong vòng 15 năm Haicatex đã đầu tư tổng số vốn lên tới 20 triệu USD, chia theo từng giai đoạn nhằm đổi mới công nghệ phù hợp với xu thế phát triển. Trong đó, 2 lĩnh vực sản xuất công nghiệp chính mà Haicatex chú trọng đó là: Vải mành lốp Nylon 6 và 6.6 với sản lượng 6.000 tấn/năm; Vải không dệt xuyên kim với sản lượng 4.800 tấn/năm.

15 năm đổi mới công nghệ, đó là một quá trình phát triển bền bỉ của Haicatex. Với suy nghĩ "lấy ngắn nuôi dài", đội ngũ lãnh đạo của Haicatex hiểu được tầm quan trọng của công nghệ để sản xuất ra được những loại vải công nghiệp có chất lượng tốt nhất, cũng từ đó vươn mình không chỉ ở thị trường nội địa mà còn ở thị trường thế giới, được nhiều đối tác, bạn hàng đánh giá cao.



Chia sẻ với PV Tạp chí Dệt May & Thời trang Việt Nam, ông Nguyễn Đức Sỹ - Phó Tổng Giám đốc Haicatex cho biết: "Bắt đầu từ năm 2002, chúng tôi đã đầu tư dây chuyền thiết bị vải không dệt của hãng Dilo - Đức, giúp Haicatex trở thành doanh nghiệp đầu tiên tại Việt Nam có sản phẩm vải không dệt theo nguyên lý xuyên kim. Kế thừa những kết quả đó, chúng tôi tiếp tục đầu tư mở rộng quy mô, tăng khả năng ứng dụng của sản phẩm. Đến năm 2014, công ty đầu tư dây chuyền vải không dệt thứ 2 của hãng ANDRITZ – Pháp để sản xuất ra loại vải không dệt phức hợp khổ rộng 6 mét. Đến thời điểm hiện tại, ngoài việc đầu tư vào dây chuyền sản xuất, công ty tiếp tục đổi mới công nghệ, tăng cường tính tự động kiểm soát chất lượng sản phẩm để máy móc thay thế con người trong quá trình sản xuất, làm ổn định và tăng cường chất lượng sản phẩm. Không những thế, công ty còn ứng dụng rô-bốt hóa vào các sen sơ kiểm soát, tự động điều chỉnh khổ vải, trọng lượng và bề dày vải. Đồng thời, kết nối trực tuyến với nhà chế tạo, kiểm tra thường xuyên chất lượng thiết bị đảm bảo an toàn chạy máy, nâng cao hiệu suất thiết bị..."

Với suy nghĩ đổi mới đó, hiện tại 100% dây chuyền sản xuất của Haicatex đều có nguồn gốc xuất xứ từ các nước công nghiệp phát triển (G7). Cũng chính từ ấy đã giúp Haicatex trở thành đơn vị hàng đầu tại Việt Nam trong lĩnh vực vải địa kỹ thuật và hướng tới mang thương hiệu Việt xuất khẩu ra thị trường thế giới. Chỉ trong một thời gian ngắn, tốc độ phát triển của Haicatex có thể được gói gọn trong từ "thần kỳ", bởi việc áp dụng tiến bộ khoa học vào trong sản xuất đã giúp doanh thu của Haicatex tăng hơn 20 lần so với kỳ gốc, trong đó xuất khẩu chiếm tỷ trọng 40%.

Lợi ích của việc áp dụng tự động hóa, rô-bốt hóa vào dây chuyền sản xuất đã có thể thấy rõ. Không chỉ giúp tăng doanh thu, mà còn giúp Haicatex có thể chủ động trong các đơn hàng, tạo ra ưu thế cạnh tranh cao, cũng như nâng cao năng lực suất khẩu của công ty.

Cũng giống như nhiều doanh nghiệp trong ngành dệt may, Haicatex cũng gặp cũng không ít khó khăn để có được "chỗ đứng" và vị thế như ngày hôm nay. Đó là nguồn nhân lực công nghệ cao còn thiếu. Thị trường công nghệ, lao động và các yếu tố sản xuất còn chưa theo kịp. Không những thế, hạ tầng công nghệ và xã hội chưa phát triển tương xứng, cũng như rủi ro về quản trị ngày càng cao. Nhưng bằng chính sự nỗ lực của mình, đội ngũ lãnh đạo Haicatex đã chèo lái con thuyền đưa Haicatex trở thành đơn vị hàng đầu của Việt Nam về sản xuất các loại vải địa kỹ thuật, cũng như có thêm nhiều sản phẩm ưu việt mới trong việc chống xói mòn, sạt lở bờ biển, bờ sông như: ống địa kỹ thuật HD-G, bao địa HD-MAT, vải cỏ HD-GREEN...vv...

Nói về việc tham gia chuỗi cung ứng trong nước và xuất khẩu của Haicatex, ông Nguyễn Đức Sỹ cho biết, Haicatex đã tham gia vào chuỗi sản xuất và cung ứng sản phẩm trong công nghiệp sản xuất lốp xe và kiến thiết hạ tầng; Bên cạnh đó, còn xuất khẩu ra thị trường thế giới và khu vực: tạo doanh thu ổn định, cùng với khách hàng nghiên cứu và triển khai thêm các mặt hàng mới; Tuy nhiên, để định hình được những thuận lợi và khó khăn trong tương lai, Haicatex sẽ phải đầu tư công nghệ mới nhất và nhân lực chất lượng cao, cùng với đó là làm chủ được quá trình sản xuất và quản trị, tăng quy mô lên gấp đôi, tăng năng suất lao động cao hơn, tạo ra giá trị gia tăng và giảm thiểu rủi ro trong cạnh tranh.

Trong bối cảnh cuộc CMCN 4.0 sắp bước vào giai đoạn bùng nổ, Haicatex vẫn chứng tỏ là cánh chim đầu đàn trong ngành dệt may về sản xuất các loại vải địa kỹ thuật. Bởi lẽ, với nền tảng sẵn có từ dây chuyền sản xuất, đội ngũ nhân công... Haicatex có quyền tự hào về những gì mình đã làm được. Từ đó định hướng cho các DN khác trong ngành hiểu được tầm quan trọng của việc thay đổi tư duy, cũng như lợi ích, giá trị của CMCN 4.0 mang lại.

BẢN TIN QUẢN TRỊ RỦI RO:

ĐỀ XUẤT MÔ HÌNH TỔ CHỨC CỦA CHỨC NĂNG QTRR

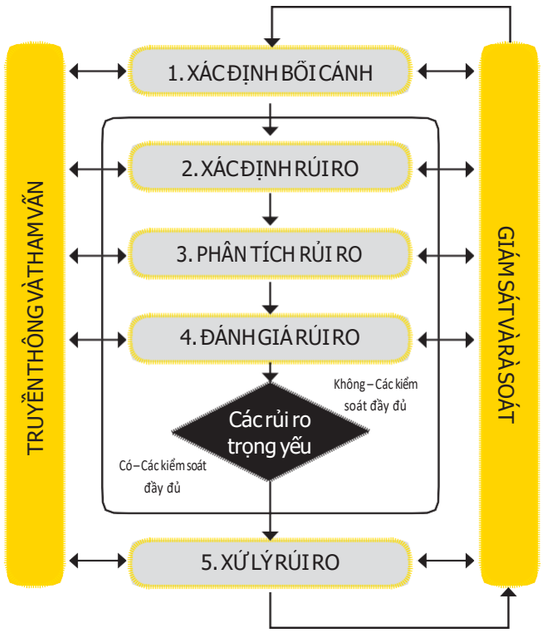
Bài: **BAN QUẢN TRỊ RỦI RO**
Tập đoàn Dệt May Việt Nam

Bốn bước đầu tiên của Quy trình Quản trị rủi ro (QTRR) đang áp dụng tại Tập đoàn Dệt May Việt Nam là Xác định bối cảnh, Xác định – Phân tích – Đánh giá – Xử lý rủi ro đã được chúng tôi giới thiệu tới độc giả trong các số Tạp chí trước.

Qua bốn bước đầu tiên, các rủi ro đã được nhận diện và đánh giá. Tuy nhiên, nếu doanh nghiệp không có người theo dõi và giám sát về vấn đề xử lý rủi ro đó thì coi như doanh nghiệp chưa có hệ thống về QTRR.

Do vậy, để QTRR một cách có hệ thống thì việc giám sát, rà soát, truyền thông và tham vấn là rất quan trọng. Ý nghĩa của các bước công việc này như sau:

- Giám sát để kế hoạch xử lý rủi ro đảm bảo được thực hiện;
- Rà soát để cập nhật rủi ro;
- Truyền thông giúp minh bạch hóa rủi ro trong toàn tổ chức;
- Tham vấn để có kinh nghiệm và kiến thức tốt nhất từ trong tổ chức cho việc xử lý rủi.



Sơ đồ miêu tả vị trí bước công việc trong Quy trình Quản trị rủi ro theo ISO 31000:2009

1. GIÁM SÁT VÀ RÀ SOÁT

1.1. Mục tiêu của việc giám sát và rà soát nhằm giúp đảm bảo các kế hoạch hành động QTRR đã xác định được thực hiện đầy đủ hoặc được điều chỉnh kịp thời trước những thay đổi của tổ chức, con người, quy trình, hệ thống, mục tiêu kinh doanh hay các tác động từ môi trường bên ngoài.

1.2. Phương pháp tiếp cận:
(i) Hoạt động theo dõi và rà soát của Quy trình QTRR cần được tích hợp trong mỗi bước của quy trình nhằm đảm bảo các kế hoạch hành động sẽ xử lý rủi ro được thiết lập, thực thi và đạt được mục tiêu như kỳ vọng.

Việc giám sát và rà soát tiến độ thực hiện kế hoạch sẽ được thực hiện thông qua 2 cấp độ:

- ***Tự giám sát và rà soát:*** Các hoạt động giám sát được thực hiện bởi trưởng bộ phận chức năng chịu trách nhiệm về kế hoạch hành động để quản lý rủi ro.

- ***Giám sát và rà soát độc lập:*** Các hoạt động được thực hiện định kỳ bởi 1 bộ phận hoạt động với chức năng độc lập (ví dụ: Kiểm toán nội bộ) nhằm đảm bảo kế hoạch hành động được thực hiện phù hợp như đề ra. Các kế hoạch hành động để quản trị các rủi ro trọng yếu nhất sẽ được tập trung và ưu tiên đánh giá trước.

(ii) Trách nhiệm xử lý rủi ro cần được hiểu và quy định rõ ràng. Trưởng các bộ phận chức năng có trách nhiệm đảm bảo hiệu quả các kế hoạch hành động và báo cáo về tình hình triển khai một cách thường xuyên.

(iii) Việc giám sát và rà soát kế hoạch hành động xử lý rủi ro cũng bao gồm việc cân nhắc giữa kết quả đạt được và chi phí bỏ ra, từ đó đánh giá hiệu quả của các biện pháp xử lý rủi ro hiện tại và đề xuất cải thiện.

1.3. Nhận diện và giám sát các rủi ro mới phát sinh:
Những rủi ro mới phát sinh là các rủi ro còn chưa rõ ràng và doanh nghiệp chưa hiểu biết hoàn toàn về khả năng xảy ra cũng như mức độ ảnh hưởng nếu xảy ra.

Toàn bộ nhân viên và cán bộ lãnh đạo doanh nghiệp có trách nhiệm nhận diện rủi ro tiềm tàng, đánh giá mức độ trọng yếu và khả năng xảy ra, đề xuất, giám sát và thường xuyên báo cáo về kế hoạch xử lý các rủi ro này.

2. TRUYỀN THÔNG VÀ THAM VẤN

2.1. Mục tiêu
Cơ chế trao đổi thông tin và tham vấn về rủi ro với các bên liên quan đóng vai trò quan trọng trong hoạt động QTRR và cần được xem xét tại mỗi bước trong quy trình QTRR. Việc trao đổi thông tin và tham vấn rủi ro được định nghĩa như là cuộc đối thoại đa chiều giữa các bên liên quan về sự tồn tại, tính chất, hình thức, mức độ nghiêm trọng, hoặc khả năng chấp nhận rủi ro.

2.2. Phương pháp tiếp cận
Hiện trạng của kế hoạch hành động được triển khai để quản lý rủi ro và hiện trạng của từng rủi ro được theo dõi cần được truyền thông đến các cấp liên quan. Điều này hỗ trợ nâng cao hiệu quả công tác QTRR và giúp doanh nghiệp tránh được các khó khăn trong quá trình thực hiện các mục tiêu kinh doanh chiến lược.

3. QUẢN LÝ VÀ BÁO CÁO

Bên cạnh hệ thống các báo cáo quản trị của doanh nghiệp, chức năng QTRR doanh nghiệp sẽ hỗ trợ lãnh đạo doanh nghiệp giám sát và chịu trách nhiệm lập báo cáo tình hình triển khai công tác QTRR với sự hỗ trợ của các đơn vị, phòng ban chức năng tại doanh nghiệp.

Công tác báo cáo giúp lãnh đạo doanh nghiệp xác nhận sự phù hợp của các hoạt động từ nhận diện, phân tích và đánh giá rủi ro, tính hiệu quả của các kế hoạch hành động và giám sát việc thực hiện các kế hoạch hành động nhằm xử lý rủi ro và hiệu quả hoạt động của hệ thống QTRR doanh nghiệp.

Các báo cáo QTRR ít nhất cần có các thông tin sau:

- Hồ sơ rủi ro doanh nghiệp (bao gồm sơ đồ rủi ro);
- Các rủi ro đã được loại trừ và lý do giải trình;
- Các rủi ro mới và thứ hạng của rủi ro;
- Các thay đổi trọng yếu về rủi ro;
- Tiến độ thực hiện kế hoạch hành động.

Công tác báo cáo về rủi ro cần đảm bảo cung cấp cho các bên liên quan thông tin về:

- Những thay đổi trong hồ sơ rủi ro, những rủi ro mới phát sinh hoặc những thay đổi trong mục tiêu chiến lược của doanh nghiệp;
- Những thiếu hụt trong hệ thống kiểm soát nội bộ làm gia tăng các rủi ro cho doanh nghiệp;
- Các sự kiện và cảnh báo rủi ro và hiệu quả các kế hoạch hành động nhằm xử lý rủi ro;
- Tình hình phù hợp của khung QTRR doanh nghiệp với bối cảnh bên trong và bên ngoài của doanh nghiệp.

4. ĐỀ XUẤT MÔ HÌNH TỔ CHỨC CHỨC NĂNG QTRR TRONG DOANH NGHIỆP:

