TẬP ĐOÀN DỆT MAY VIỆT NAM

Dệt may & THỜI TRANG Việt Nam

VTGF

Số 381. THÁNG 7/2020



9 770086 839481

Giá: 25.000 VNĐ

Thành lập từ năm 1966 với tổng diện tích 28.155m2. Với hơn 2.300 công nhân lành nghề tại Tổng Công ty và hơn 10.000 công nhân tại các công ty liên doanh. Sản phẩm của Tổng Công ty đã được xuất khẩu sang thị trường Mỹ, EU, Nhật... với những dây chuyền máy móc thiết bị hiện đại, Tổng Công ty đã sản xuất và xuất khẩu nhiều chủng loại, sản phẩm có chất lượng cao như jacket, sơ mi, quần, áo thun, váy, áo vest nữ và các sản phẩm truyền thống khác.

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

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



TỔNG CÔNG TY MAY HƯNG YÊN - CÔNG TY CỔ PHẦN

Địa chỉ: Số 8 Bạch Đằng, Minh Khai, Thành phố Hưng Yên

Điện thoại: (+84) 3213 862314 - **Fax:** (+84) 3213 862500

Website: hugaco.vn - **Email:** hugago@hugaco.vn

LECTRA

VECTOR

Giải pháp phòng cắt thông minh hàng đầu trong ngành

Vector - máy cắt nhiều lớp bán chạy nhất của chúng tôi, rất linh hoạt và có thể sử dụng cho tất cả các hình thức sản xuất cùng loại vật liệu đa dạng, hỗ trợ quý doanh nghiệp sản xuất với tốc độ và hiệu quả tối ưu nhất.



Lectra là một tập đoàn đa quốc gia có trụ sở tại Pháp và công ty con tại 34 quốc gia. Lectra dẫn đầu trong nghành về các giải pháp công nghệ tích hợp từ khâu lên kế hoạch, thiết kế tới phát triển, sản xuất và đưa sản phẩm ra thị trường cho 3 lĩnh vực: sản xuất thời trang-may mặc, ô tô và đồ nội thất.

Công ty TNHH Lectra Việt Nam, Lầu 7, tòa nhà An Phú Plaza, 117-119 Lý Chính Thắng, phường 7, quận 3, TP. HCM.
Thông tin liên hệ:
Mr. Phạm Tiến Sĩ – Sale – M: 0903 879 113 E: ts.pham@lectra.com
Ms. Phạm Ngọc – Marketing – M: 0906 799 196 E: n.pham@lectra.com

LECTRA

Dệt may & THỜI TRANG Việt Nam

TỔNG BIÊN TẬP
LÊ TIẾN TRƯỜNG
TV HĐQT, TGĐ Vinatex

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

PHÓ TỔNG BIÊN TẬP
PHẠM NGỌC HÂN
Trưởng Ban TT&TT Vinatex

THƯ KÝ TOÀ SOẠN
KIỀU BÍCH HẬU

THIẾT KẾ MỸ THUẬT
TRẦN BẢO KHANH

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

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

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

THƯ TÒA SOẠN

Bạn đọc thân mến,

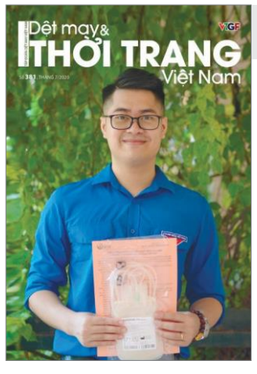
Một nửa năm 2020 đã trôi qua với nhiều biến động, trong đó sự xuất hiện không báo trước của đại dịch Covid-19 đã khiến hơn 13 triệu người bị nhiễm và cướp đi sinh mạng của gần 600.000 người trên toàn thế giới. Việt Nam chúng ta may mắn kiểm soát được dịch bệnh ngay từ khi Covid-19 khởi phát, nhờ đó đã 90 ngày Việt Nam không có ca lây nhiễm mới trong cộng đồng và không có tử vong trong suốt thời gian diễn ra dịch.

Tuy nhiên, dịch bệnh vẫn đang diễn biến vô cùng phức tạp trên toàn thế giới, khiến cầu tiêu dùng bị dừng đột ngột. Việt Nam đã gia nhập sâu vào chuỗi cung ứng toàn cầu, và vì vậy chúng ta bị ảnh hưởng vô cùng nghiêm trọng. Tính đến thời điểm hiện tại, các doanh nghiệp thành viên của Vinatex vẫn đang phải "cầm cự", tìm mọi phương cách để duy trì sản xuất và giữ việc làm ổn định cho người lao động, với tôn chỉ "người lao động là tài sản lớn nhất của doanh nghiệp".

Trước khi dịch bệnh xuất hiện, ngành Dệt May không phải là một ngành sáng giá và có nguồn thu nhập cao nhất. Mặc dù vậy, với tình cảm gắn bó, sự sẻ chia, đồng cảm sâu sắc giữa Lãnh đạo và CBCNV, ngành Dệt May lại "nổi lên" là một ngành nhân văn, đặc biệt trong các doanh nghiệp thành viên của Vinatex. Tuy rằng chúng ta đều đang rất khó khăn, đơn hàng nhỏ giọt, tài chính eo hẹp, nhưng không một người lao động nào trong chúng ta phải nghỉ việc.

Những nghĩa cử đó hẳn sẽ mãi mãi được ghi dấu ấn tốt đẹp trong lòng những người lao động ngành Dệt May. Chúng ta sẽ cùng đồng lòng để vượt qua quãng thời gian khó khăn này! Đoàn kết nhất định sẽ tạo nên sức mạnh!

BAN BIÊN TẬP



ẢNH BÌA:

Nguyễn Vinh Quang - Cán bộ điều động sản xuất - Tổng Công ty May 10 - CTCP.

Anh đã hiến máu 8 lần kể từ khi còn là sinh viên để góp vào ngân hàng máu quốc gia, chung tay vì sức khỏe cộng đồng, bảo vệ mạng sống quý giá của người bệnh.

TÁC GIẢ: Xuân Quý

MỤC LỤC

SỐ 381 *Tháng 7/2020*





GÓC NHÌN

06 Vinatex - Kiên trì mục tiêu bảo vệ nguồn lực cốt lõi

16 Biến nguy cơ thành cơ hội

18 Dự báo tình hình thị trường Dệt May 6 tháng cuối năm 2020

22 Ý kiến chuyên gia

24 Truyền thông nội bộ với mục tiêu Minh bạch thông tin - Xây dựng niềm tin

30 Sẻ chia là khỏe

KHOA HỌC & CÔNG NGHỆ

48 Bản tin Khoa học - Công nghệ tháng 6/2020

50 Chuyển đổi số trong ngành thời trang: Bây giờ hoặc Không bao giờ

44 Ứng dụng trí tuệ nhân tạo (AI) trong ngành Dệt may

DỆT MAY

12 Một đời cùng sợi

32 Doanh nghiệp Dệt may tiết kiệm điện

40 Thực trạng và nhu cầu lao động ngành Sợi - Dệt - Nhuộm

56 Những kiến thức cơ bản về The SAC và chỉ số Higg

TIN TỨC & SỰ KIỆN

15 Chính sách mới tháng 7/2020

29 Sự kiện Tập đoàn

76 Tin hoạt động Vitas

77 Bản tin công đoàn

THỜI TRANG & CUỘC SỐNG

60 Hoàng hậu Nam Phương - Fashion icon đầu tiên của Việt Nam

64 Truyện ngắn: Mỹ nhân truyền thông

68 HeraDG tái hiện vẻ đẹp thiên nhiên qua bộ sưu tập mùa hè

72 Khám phá vẻ đẹp của Bulgaria

VINATEX: KIÊN TRÌ MỤC TIÊU BẢO VỆ NGUỒN LỰC CỐT LÕI



Trong lúc cả thế giới khủng hoảng vì đại dịch Covid-19, lệnh đóng cửa, giãn cách xã hội vẫn duy trì ở nhiều quốc gia, vùng lãnh thổ, thì cũng là lúc nhiều người lao động mất việc làm. Ước tính đến tháng 6, Việt Nam có hơn 30,8 triệu lao động bị "ảnh hưởng tiêu cực" bởi Covid-19 và khả năng 5 triệu người bị mất việc vào cuối năm 2020 (theo Tổng cục thống kê công bố ngày 10/7). Trong khi tại Mỹ, số người mất việc làm đã vượt con số 42 triệu (theo báo cáo ngày 05/6 của Bộ Lao động Mỹ).

Bài: Ông **LÊ TIẾN TRƯỜNG** - TGĐ Vinatex

Trong bối cảnh đó, Tập đoàn Dệt May Việt Nam (Tập đoàn) với gần 160 ngàn người lao động (NLĐ) đã và đang ngày đêm nỗ lực tìm ra nhiều giải pháp để không ai mất việc làm. Ngay từ ngày đầu tiên quay trở lại công sở sau kỳ nghỉ Tết Canh Tý, Tập đoàn đã bắt đầu với cuộc họp khẩn cấp nhằm triển khai hàng loạt các biện pháp phòng chống đại dịch Covid-19 với nhiều dự báo nhanh được đưa ra về những khó khăn sẽ phải đối mặt trong hoạt động sản xuất kinh doanh năm 2020. Tiếp sau đó, vào ngày 25/3, Hội nghị trực tuyến toàn quốc của Tập đoàn với sự tham dự của toàn thể Lãnh đạo cấp cao tại các đơn vị thành viên đã được tổ chức và xác định các **thách thức** cơ bản cũng như mức độ sụt giảm của thị trường, cụ thể đó là:

- Sự đứt gãy của chuỗi cung ứng toàn cầu;

- Cầu tiêu dùng dừng đột ngột, kéo theo hàng hóa đã sản xuất không thể xuất khẩu được; Vật tư đã nhập về không thể đưa vào sản xuất; Hàng hóa đã xuất khẩu không được thanh toán; Đơn hàng mới không được đặt hàng;

- Tình trạng thiếu việc làm, thiếu nguồn tài chính đặt doanh nghiệp đứng trước rủi ro bị đứt thanh khoản, thiếu nguồn tiền để trả lương cho người lao động.

Đồng thời, Tập đoàn cũng đã xác định được những **mục tiêu cốt lõi** phải bảo vệ, bao gồm:

- Tích cực chăm sóc và giữ chân khách hàng cũng như duy trì vị trí của doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng. Áp dụng mọi biện pháp có tính hợp tác, chia sẻ giữa các thành viên trong chuỗi cung ứng để cùng nhau vượt qua giai đoạn khó khăn;

- Đội ngũ người lao động cần được duy trì để đảm bảo khi thị trường quay trở lại, doanh nghiệp có sẵn lực lượng để nhanh chóng phục hồi sản xuất, chiếm giữ thị trường và khách hàng.



Ban lãnh đạo Tập đoàn DMVN

Dưới đây là **cụm giải pháp** Tập đoàn chúng ta đã thực hiện trong thời gian vừa qua:

- Phát triển nhanh, sáng tạo các mặt hàng phục vụ nhu cầu phòng chống đại dịch Covid-19, chủ yếu là khẩu trang và quần áo phòng dịch. Xác lập và duy trì vị trí dẫn đầu trong sản xuất, dẫn dắt thị trường trong các mặt hàng này;

- Bố trí thời gian sản xuất linh hoạt, chia sẻ khối lượng công việc ít ỏi với mục tiêu duy trì thu nhập và việc làm cho nhiều người lao động nhất có thể;

- Sử dụng nhiều công cụ truyền thông, bao gồm các kênh trực tuyến như website, youtube, phát thanh, mạng xã hội và các kênh truyền thống như Tạp chí, bản tin nội bộ, ... nhằm tuyên truyền và vận động, giúp NLĐ hiểu đúng về tình hình thực tiễn, cũng như kêu gọi sự đoàn kết, sẻ chia giữa NLĐ với nhau và NLĐ với doanh nghiệp.

Với việc phản ứng nhanh nhạy, kịp thời và đưa ra các giải pháp sáng tạo, hiệu quả, chúng ta đã vượt qua 6 tháng đầu năm với kết quả đáng khích lệ so với mức độ suy giảm của thị trường, cụ thể:

- Tổng doanh thu hợp nhất ước giảm ~15% so với cùng kỳ năm 2019, trong khi dự báo giảm tới trên 30%;

- Lợi nhuận hợp nhất ước giảm ~ 25% so với cùng kỳ năm 2019, trong khi dự báo giảm tới 50%;

- Đa số các đơn vị thành viên vẫn tạo ra lợi nhuận, ngoại trừ các doanh nghiệp ngành Sợi do khó khăn kéo dài về thị trường và bị ảnh hưởng nặng nề bởi cuộc chiến thương mại Mỹ - Trung nên vẫn tiếp tục có nhiều diễn biến bất lợi;

- Và điều quan trọng nhất, thành công lớn nhất đó là, toàn hệ thống chúng ta vẫn duy trì được việc làm cho 100% người lao động. Dù thời gian làm việc và thu nhập giảm nhưng vẫn tốt hơn nhiều so với việc phải nghỉ và hưởng trợ cấp thôi việc.

Như vậy có thể thấy, bài học 6 tháng đầu năm của chúng ta đó là sự quyết liệt, sáng tạo, sự thống nhất từ trên xuống dưới với mục tiêu để giữ được các tài sản cốt lõi của hệ thống, bao gồm: thị trường, khách hàng và người lao động. Trong khó khăn, chúng ta đã tập trung trí tuệ để đưa ra được những nhận định kịp thời, chính xác vấn đề và tổ chức thực hiện nhanh nhất, hiệu quả nhất.



Ban lãnh đạo Tập đoàn DMVN

Mặc dù vậy, thách thức thực sự đối với chúng ta lại là thời gian tới đây và trước mắt là trong 6 tháng còn lại của năm 2020.

Những khó khăn về thị trường Dệt May mà chúng ta đã đưa ra dự báo từ đầu năm là hoàn toàn chính xác. Tuy nhiên, trong 6 tháng đầu năm, chúng ta vẫn còn có một nguồn hàng kéo lại, đó là các sản phẩm khẩu trang và PPE (trang bị bảo hộ cá nhân) nói chung. Điều đó giúp các cơ sở sản xuất của Tập đoàn chưa bị lâm vào tình trạng thiếu việc làm trầm trọng, vẫn có thanh khoản tốt do bán hàng khẩu trang và PPE chủ yếu thu tiền trực tiếp, kể cả ứng trước. Thêm vào đó, đơn giá thời gian đầu cho xuất khẩu các sản phẩm này tương đối hiệu quả. Ngược lại, tình hình sẽ khác rất nhiều đối với 6 tháng cuối năm, bao gồm các đặc điểm sau:

- Thị trường và nhu cầu PPE đang và sẽ thu hẹp rất nhanh. Đã có những dấu hiệu cho thấy nhu cầu này sẽ gần như trở về mức cầu bình thường từ tháng 9/2020. Trong khi đó tại Việt Nam, việc các nhà sản xuất ồ ạt lao vào mặt hàng này trong giai đoạn vừa qua đã dẫn tới nguồn cung lớn hơn cầu. Giá cả đã tới giới hạn của chi phí. Mặt hàng PPE không còn dễ tiêu thụ và mang lại hiệu quả. Việc trông đợi vào nhu cầu PPE như 6 tháng đầu năm là không còn thực tế.

- Dịch bệnh trên thế giới có giảm tốc nhưng chưa chấm dứt và cũng không ai có thể đưa ra dự báo về thời điểm các hoạt động xã hội sẽ trở lại bình thường. Các quốc gia đưa ra lệnh chấm dứt giãn cách, không bắt buộc sử dụng khẩu trang nữa nhưng việc làm và thu nhập của người dân vẫn chưa phục hồi. Điều này có tác động quan trọng và khiến mức cầu hàng hóa tiêu dùng chưa thể trở lại.

- Hành vi tiêu dùng sau đại dịch Covid-19 đã thay đổi đáng kể. Các khảo sát gần đây trên cả thị trường quốc tế (do Deloitte thực hiện) và trong nước (do Tập đoàn thực hiện) đều cho chung một nhận định: ưu tiên về dược phẩm, thực phẩm và gửi tiền tiết kiệm là những ưu tiên hàng đầu của mọi người. Quần áo tuy vẫn có vị trí thứ 4 trong danh mục ưu tiên nhưng sau tiết kiệm, do đó ngân sách dành cho hàng may mặc rất hạn chế. Xu thế tiêu dùng ít đi, sử dụng các mặt hàng cơ bản nhiều hơn, hạn mức mua sắm thấp đi, ... sẽ chi phối thị trường thời trang trong thời gian tới.

- Việc tổng cầu giảm sẽ đẩy cuộc cạnh tranh giữa các quốc gia sản xuất dệt may trở nên khốc liệt hơn. Giá thấp hơn. Áp lực của người mua lớn hơn. Đặc biệt là trong 6 tháng đầu năm vừa qua, do Việt Nam không bị ngừng sản xuất như Trung Quốc hay Bangladesh vì cách ly xã hội, nhờ đó thị phần của dệt may Việt Nam tại Mỹ và EU đã tăng lên. Cuộc chiến giành lại thị phần sẽ diễn ra gay gắt trong thời gian tới.

Từ những nhận định này sẽ dẫn tới **dự báo** của 6 tháng cuối năm như sau:

- Thị trường xuất khẩu có nguy cơ giảm tới 30-40% so với năm trước. Giá bán cũng sẽ chịu áp lực giảm;

- Thời gian thanh toán kéo dài hơn, áp lực dòng tiền lớn hơn sẽ là chủ đề chi phối hoạt động của doanh nghiệp;

- Việc làm không đủ cho toàn bộ hệ thống, thấp hơn cả mức có thể san sẻ của người lao động cho nhau để duy trì 100% việc làm.

Do đó **những giải pháp trọng tâm** mà các đơn vị thành viên trong 6 tháng cuối năm cần tập trung là:

- Tình hình thị trường của tất cả các sản phẩm trong chuỗi cung ứng dệt may đều khó khăn, tuy nhiên những sản phẩm cơ bản sẽ có nhu cầu cao hơn. Do đó, cần triển khai giải pháp để có thể phục vụ được các mặt hàng cơ bản cho khách hàng và chấp nhận phương án sản xuất linh hoạt, không chuyên môn hóa trong ngắn hạn;

- Tổ chức sản xuất trên cơ sở đội ngũ được thanh lọc, tinh nhuệ, đúng khu vực tạo ra giá trị. Tiếp tục tập trung tiết kiệm chi phí, nâng cao năng lực cạnh tranh;

- Chấp nhận cạnh tranh và sản xuất trong điều kiện khó khăn để duy trì hệ thống;

- Mặc dù quy mô của thị trường nội địa nhỏ (chỉ chiếm 10% đối với năng lực của ngành), do đó không thể là giải pháp cho giải quyết việc làm. Tuy nhiên vẫn cần được quan tâm như là một giải pháp cho tâm lý người lao động, khích lệ tinh thần sử dụng hàng Việt Nam.

- Tiếp tục kiến nghị Chính phủ cho miễn BHXH, công đoàn phí năm 2020. Chính sách hỗ trợ tín dụng tại các ngân hàng. Giãn, hoãn các khoản phải nộp của doanh nghiệp.

Như vậy, trong 12 tháng tới đây sẽ là cuộc thử lửa khốc liệt đối với các doanh nghiệp, trong đó có các doanh nghiệp Dệt May. Vượt qua được 12 tháng tới, chúng ta mới có cơ hội để tiếp tục phục hồi và phát triển, đồng thời cũng là sự khẳng định năng lực của các doanh nghiệp còn tồn tại. **Tỉnh táo – Sáng tạo – Đoàn kết – Phản ứng nhanh** sẽ là chìa khóa thành công trong thực hiện nhiệm vụ của 12 tháng tới. Không có lời giải chung cho các doanh nghiệp, mà mỗi doanh nghiệp sẽ cần có lời giải của riêng mình, phù hợp với mình để từng bước vượt khó khăn.



Ban lãnh đạo Tập đoàn và Trưởng, Phó các Ban chức năng



Bà **PHẠM THỊ PHƯƠNG HOA**
Tổng Giám đốc
TCT May Hưng Yên – CTCP

“Hiện nay, TCT May Hưng Yên chúng tôi vẫn đang duy trì hoạt động sản xuất khá ổn định và có thể chia đều việc làm cho NLĐ. Tuy rằng mức thu nhập có giảm so với trước đây, có NLĐ thông cảm và cũng có người buồn. Mặc dù vậy, mọi người đều quyết định ở lại với Tổng Công ty để cùng nhau vượt qua quãng thời gian khó khăn này. Hiện nay, chúng tôi đã có đơn hàng đến hết Quý 3 và đang tìm kiếm đơn hàng cho Quý 4. Mặc dù rất lo lắng nhưng Ban Lãnh đạo May Hưng Yên vẫn đang nỗ lực tìm kiếm các giải pháp để vượt qua năm 2020 đầy thách thức này.”



Bà **TRẦN TƯỜNG ANH**
Phó Tổng Giám đốc
TCT CP Dệt May Hòa Thọ

“Tuy doanh thu và đơn hàng trong thời gian đại dịch Covid-19 bị suy giảm, nhưng Tổng Công ty CP Dệt May Hòa Thọ chúng tôi không có ý định sa thải NLĐ bởi hầu hết mọi người đều đã gắn kết với TCT trong một thời gian dài. Thêm vào đó, chúng tôi tin rằng tình hình sẽ ổn định dần lại và như vậy sau khi ổn, chúng tôi có sẵn lực lượng NLĐ làm việc. Trong thời gian khó khăn này, chúng tôi linh hoạt chuyển đổi mặt hàng, luân phiên làm việc để NLĐ có một phần thu nhập duy trì cuộc sống và tiếp tục gắn bó với TCT. Đồng thời, chúng tôi cũng dành ra một khoản hỗ trợ NLĐ trong những ngày nghỉ không lương và công đoàn TCT hỗ trợ thêm tiền thuê nhà,... giúp giảm bớt gánh nặng lo lắng cho cuộc sống của NLĐ”.



Ông **CAO HỮU HIẾU**
Phó Tổng Giám đốc
Tập đoàn Dệt May Việt Nam

“Nhớ lại thời kinh tế phát triển bình thường thì ngành dệt may không mấy hấp dẫn đối với xã hội nói chung và người đi tìm việc làm nói riêng, bởi định kiến rằng, đây là ngành có lương thấp, chủ yếu làm gia công, lấy công làm lãi, không có tích lũy đáng kể. Nhưng trong thời khủng hoảng vì Covid-19, thì chính ngành dệt may lại chống chọi với thách thức bền bỉ nhất, vừa xoay sở để tối thiểu hóa thiệt hại, vừa tìm kiếm việc làm để duy trì sức sống DN, bảo toàn việc làm cho NLĐ.

Thực tế, ngành dệt may đang tạo ra 2,5 triệu việc làm trên toàn quốc, góp phần thúc đẩy công cuộc công nghiệp hóa đất nước, thay đổi diện mạo các vùng nông thôn, tạo ra nguồn ngoại tệ đáng kể nhờ xuất khẩu và ngành hoàn toàn có thể phát triển bền vững. Có thể nói, sự phát triển quy mô lớn của ngành Dệt May Việt Nam chủ yếu nhờ nội lực của cộng đồng DN trong ngành.”



Ông **NGUYỄN VĂN MIÊNG**
Tổng Giám đốc
TCT CP Dệt May Nam Định

“Để đảm bảo duy trì việc làm cho NLĐ, Tổng Công ty CP Dệt May Nam Định chúng tôi trong thời gian qua đã có những xoay chuyển trong cơ cấu sản xuất. Nếu như đối với ngành Sợi trước đây TCT sản xuất 1.100 tấn, trong đó xuất khẩu được 600 tấn, nghĩa là tỷ trọng xuất khẩu lên tới 65%, thì giờ đây xuất khẩu sợi chỉ còn 45%. Chúng tôi bù đắp sự thiếu hụt đó bằng cách đẩy mạnh khai thác thị trường nội địa. Về mặt hàng vải, hiện TCT đang sản xuất khoảng 1,2 triệu mét/tháng, đến quý 3+4 năm nay nhiều khả năng chúng tôi sẽ bị sụt giảm khoảng 230-300.000 mét. Do đó, chúng tôi đang mở rộng thị trường ra các tỉnh phía Bắc, hướng tới dòng sản phẩm mới và tận dụng lợi thế vải qua nhuộm để bán sản phẩm đã qua hoàn tất và cung cấp cho các công ty May. Đồng thời, chúng tôi nâng cao liên kết chuỗi Sợi-Dệt-Nhuộm để các đơn vị trong chuỗi cùng ổn định và phát triển.

Tựu chung lại, các mặt hàng sợi, vải, nhuộm của TCT CP Dệt May Nam Định từ nay đến cuối năm dự kiến sẽ có tăng trưởng, chúng tôi có thể sẽ tiến rất gần đến kế hoạch đã đề ra, mặc dù 6 tháng đầu năm chúng tôi đang bị lỗ”.



Ông **THÂN ĐỨC VIỆT**
Tổng Giám Đốc
Tổng công ty May 10 - CTCP

“Từ khi dịch Covid-19 bùng phát đã làm đứt gãy chuỗi cung ứng, lưu thông hàng hóa bị đình trệ, May 10 chúng tôi bị thiếu nguyên liệu từ cuối tháng 3-2020. Khi dịch được kiểm soát tại Trung Quốc, các công xưởng bắt đầu hoạt động trở lại thì đại dịch lại lan mạnh ở châu Âu và Mỹ khiến các đơn hàng bị đình trệ. Thời điểm đó, vào tháng 4-2020, May 10 thiếu hụt 30% đơn hàng, còn tháng 5 và 6 chúng tôi bị thiếu hụt khoảng 60%. Để bảo đảm đời sống và việc làm cho cán bộ, công nhân viên, May 10 đã chuyển sang chế độ làm việc luân phiên tại nhiều phân xưởng. Và trong khó khăn, đơn vị đã có những cách đi mới để duy trì hoạt động, giúp công nhân có việc làm. Cụ thể, nhiều người được hướng dẫn nhanh để vào làm việc tại các công đoạn đơn giản của xưởng may khẩu trang như: cắt, gập, đóng túi khẩu trang... Tại đây, những công nhân lành nghề sẽ thực hiện các công đoạn khó và hướng dẫn để những người lao động chuyển đổi làm công đoạn đơn giản hơn.

Tổng công ty đồng thời mạnh dạn chuyển đổi sang may khẩu trang vải phục vụ nhu cầu trong nước và xuất khẩu. Tính bình quân trong một tháng, Tổng công ty đã làm được 5 triệu chiếc khẩu trang vải, doanh thu đạt 35 tỷ đồng. Tổng công ty cũng chuyển đổi sang sản xuất khẩu trang y tế và đã có đối tác lớn đặt mua hàng. Cùng với đó, Tổng công ty đang sản xuất các bộ đồ phòng, chống dịch... Nhờ đó, chúng tôi đã và đang duy trì việc làm cho NLĐ trên toàn hệ thống của Tổng công ty.”



Ông **PHẠM XUÂN TRÌNH**
Tổng Giám đốc
Tổng Công ty CP Phong Phú

“Covid-19 thực sự là một cuộc khủng hoảng chưa có tiền lệ trong suốt thời kỳ hình thành và phát triển tới nay của Phong Phú. Tuy hiện nay, kể cả ở Việt Nam và trên thị trường thế giới, chúng ta chưa thể đoán trước được tình hình sẽ diễn tiến ra sao, nhưng mục tiêu cao nhất của Phong Phú là duy trì toàn bộ lực lượng người lao động (NLĐ), không để ai phải ra đi, không để người nào mất hoàn toàn việc làm. Giải pháp của chúng tôi là tất cả NLĐ đều được đi làm, đảm bảo 70% thu nhập so với trước khi có dịch. Trong Quý II, chúng tôi căn cứ theo số lượng hợp đồng, chia việc làm cho NLĐ, sao cho công nhân có thể đi làm hết thứ Năm, thứ Sáu và nghỉ những ngày còn lại trong tuần. NLĐ được tính thu nhập theo sản phẩm vào những ngày họ đi làm, còn những ngày nghỉ không có việc thì được tính mức lương cơ bản theo vùng. Cũng do được truyền thông tốt, nên NLĐ trong TCT Phong Phú đều hiểu tình hình, thông cảm, chia sẻ với sự khó khăn của TCT trong đại dịch, họ yên tâm làm việc và nghỉ xen kẽ, nguyện gắn kết với Phong Phú. Tới Quý IV, dù chưa biết tình hình dịch bệnh cũng như thị trường thế giới và trong nước xoay chuyển ra sao, nhưng Phong Phú phấn đấu cao nhất để có được đơn hàng, khai thác tối đa hiệu suất máy móc, thiết bị. Các nhà nhập khẩu vẫn đặt hàng dè dặt, nên đơn hàng của tháng nào sẽ được triển khai đều cho NLĐ trong tháng đó. Chúng tôi cũng đã phát triển mặt hàng khăn bông kháng khuẩn phục vụ thị trường nội địa để tạo thêm việc làm trong lúc chờ đợi thị trường xuất khẩu khởi sắc”.



MỘT ĐỜI CÙNG SỢI!

Ông Mai Hoàng Ân, nguyên TGĐ Tổng Công ty Dệt May Việt Nam (nay là Tập đoàn Dệt May Việt Nam), nguyên TGĐ Hanosimex đã ghi dấu ấn đậm nét hình ảnh cá nhân của ông trong sự phát triển của doanh nghiệp này. Để rồi sau đó, dù ông đã phát triển lên vị trí cao hơn trong sự nghiệp quản lý của mình, thì quãng đời gắn với sợi, với dệt ở Hanosimex vẫn là thời gian ông đóng góp ý nghĩa cho Ngành.

Bài: **KIỀU MAI**

Xây dựng đội ngũ sắc bén, mạnh mẽ

Không chỉ đến với Hanosimex khi còn khó khăn, ông Mai Hoàng Ân cũng đã làm việc ở thời đỉnh cao của Hanosimex, lúc đơn vị đã có tới hơn 6000 cán bộ công nhân viên, hoạt động theo chuỗi cung ứng sợi-dệt nhuộm hoàn tất-may, vừa xuất khẩu vừa phát triển mạnh thị trường nội địa với hai sản phẩm chất lượng cao, được thị trường hết sức ưa chuộng, đó là sợi và hàng may mặc dệt kim.

Cho đến nay, ông vẫn hết sức tự hào vì đã cùng anh chị em của Hanosimex, tạo nên đội ngũ sắc bén và mạnh mẽ bậc nhất, tạo nên thương hiệu Hanosimex vang danh khắp đất nước, và được khách hàng Nhật Bản hợp tác nhiều năm. Nhưng để đạt đến đỉnh cao đó, thì ông và đội ngũ của mình cũng đã vượt qua không ít thử thách.

Năm 1964, ông làm công nhân tại nhà máy 8/3. Cho tới năm 1965 Mai Hoàng Ân được cử đi học kỹ sư ngành dệt trong năm năm tại trường Đại học Bách khoa. Tốt nghiệp Đại học Bách khoa năm 1970, với tấm bằng kỹ sư ngành dệt, ông trở về làm việc tại nhà máy 8/3. Làm kỹ thuật trong năm năm tiếp theo thì ông được đề bạt làm tổ trưởng tổ sửa chữa máy móc. Sau đó cứ tuần tự năm năm lại lên một bậc chức vụ, ông từ tổ trưởng, lên chủ nhiệm bộ phận sửa chữa máy, rồi vào vị trí phó quản đốc, có tên trong danh sách quy hoạch lớp cán bộ kế cận.

Năm 1983, ông được cử đi học lớp quản lý kinh tế ở Liên Xô (cũ), theo một Hiệp định đào tạo cán bộ quản lý giữa Việt Nam và Liên Xô. Ngay sau khi học xong, trở về nước, ông được điều chuyển sang công tác tại Hanosimex.

Nhờ một Hiệp định lắp máy với nước Đức từ năm 1980, nên vào năm 1983 xưởng sợi 2 của nhà máy Hanosimex đã hoạt động với 100% công suất. Nhưng khi ông về làm việc tại nhà máy năm 1984 thì thấy một thực trạng, ở xưởng sợi 1 (thiết kế 75 ngàn cọc sợi), nhiều máy còn chưa lắp, để chỏng chơ, xưởng mới chạy được 50 máy, tình trạng sản xuất không ổn. Không những vậy, trong xưởng còn có hiện tượng ống sợi con bị mất cắp thường xuyên, một số người lao động tụ tập cờ bạc. Được giao vị trí là quản đốc xưởng sợi 1, ông đã lập tức xiết lại kỷ luật. Kiên quyết đình chỉ việc với những ai bị phát hiện ăn cắp tài sản nhà máy, hoặc đánh bạc. Ông cũng đề xuất với ông Nguyễn Nhã (lúc bấy giờ là Giám đốc nhà máy Hanosimex) được chấp thuận cơ chế thưởng nóng cho nhóm anh em lắp máy thành công. Trong giai đoạn "đóng cửa", mà máy móc lại của phương Tây, không có thiết bị, phụ tùng thay thế, nên việc lắp máy vào xưởng để hoạt động được vô cùng khó khăn. Nhưng nhờ mức thưởng khá cao (tới 2 triệu đồng/máy, sau đó tăng tiếp lên 4 triệu đồng/máy) nên anh em kỹ thuật rất phấn khởi, đã lắp được thêm 11 máy, đi vào hoạt động. Cả lãnh đạo và anh em đều phấn khởi với kết quả bất ngờ từ "đòn bẩy kinh tế" này. Và từ ban đầu chỉ hoạt động được 50 máy, xưởng 1 đã hoạt động được hơn 80 máy. Như vậy, với việc lắp đặt thêm máy, kỷ luật nghiêm khắc, hoạt động của xưởng 1 đã dần đi vào ổn định, có hiệu quả tốt dần lên.



Tổng bí thư Đỗ Mười thăm Nhà máy Hanosimex

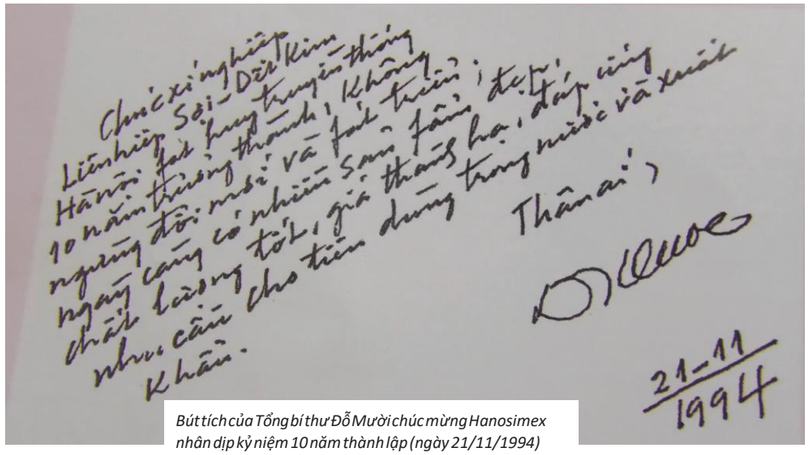
Dịch chuyển khó khăn thành vận hội thay đổi

Ông giữ vị trí quản đốc xưởng sợi 1 suốt thời "đóng cửa" vô cùng khó khăn, từ 1984-1990, không xuất khẩu được, ông đốc thúc anh em phải tìm mọi cách khai thác thị trường nội địa. Có những khi, sợi sản xuất ra bị tồn hàng ngàn tấn, chất cao lên tận nóc trong kho, nhìn rất đau xót. Lúc ấy, sợi của Hanosimex cố gắng lắm mới tìm được thị trường ở Tp. Hồ Chí Minh. Đặt mục tiêu phải đạt năng suất cao nhất, ông vận dụng những kinh nghiệm quý về quản lý và kỹ thuật tích lũy từ thời gian khá dài làm việc cho Nhà máy dệt 8/3 để tăng năng suất dần lên cho Hanosimex. Ví dụ với máy sợi con, ban đầu tốc độ chỉ chạy được 10 ngàn vòng/phút, thì dần tăng lên 10 ngàn 500 vòng/phút, rồi 11 ngàn vòng/phút. Về chất lượng cũng phải tốt nhất, ông cùng anh chị em bám xưởng bám máy, cải tiến sáng tạo, với tâm niệm rằng, không có chất lượng cao thì không có gì cả. Trên thị trường khi ấy, chỉ có sợi của Nha Trang và Hanosimex, một phần do được đầu tư dàn thiết bị hiện đại của Nhật và Đức, nên sản phẩm đạt chất lượng cao nhất. Ông đặt ra yêu cầu với anh em rằng, sản phẩm của chúng ta nhất định phải ngang bằng sợi Nha Trang và thậm chí vượt. Nhờ quyết tâm đó, mà trong thời kỳ khó khăn, Hanosimex đã xây dựng được thương hiệu sợi uy tín ở thị trường nội địa.

Tuy bán được sợi cho thị trường Tp. Hồ Chí Minh, nhưng tình hình khó khăn chưa hết. Giám đốc Hanosimex khi ấy là ông Nguyễn Nhã đã rất thông minh và nhanh nhạy khi nhờ quan hệ mà tìm ra được một đầu mối xuất khẩu đồ lót sang Hungary. Và năm 1989, ông Nhã chỉ đạo Mai Hoàng Ân dựng một nhà máy dệt kim, 2 nhà máy may để phục vụ nhu cầu làm hàng xuất khẩu kể trên. Lúc đó, họ đâu biết làm hàng dệt kim như thế nào. Ông Nhã có quen với ông Đinh Công Hùng, là Tổng Giám đốc của Nhà máy Thành Công, nơi có sản xuất hàng dệt kim, nên đưa Mai Hoàng Ân và Vương Trọng Hải (lúc ấy là Phó Giám đốc Hanosimex) vào miền Nam học tập cách làm hàng dệt kim của Thành Công.

Khi ông cùng anh chị em với bao vất vả dựng được xưởng làm hàng dệt kim, thì hợp đồng làm đồ lót cho Hungary bị vỡ. Khó khăn chồng chất khó khăn, họ phải chạy đôn chạy đáo tìm khách hàng khác, và cũng có một số khách hàng tới kiểm tra, làm thử hàng, ví dụ như nhãn hàng H & M, nhưng lại từ chối vì chất lượng hàng dệt kim các ông làm ra không đáp ứng được yêu cầu của họ. Nguyên nhân do hạn chế về thiết bị là chính. Sau khi đã nỗ lực rất nhiều vẫn không thể tìm được khách hàng để làm hàng xuất khẩu, ông đề xuất với ông Nhã để được làm hàng phục vụ thị trường nội địa. Được sự đồng ý của Giám đốc, thế là ông lập tức tổ chức tập trung sản xuất hàng dệt





Bút tích của Tổng bí thư Đỗ Mười chúc mừng Hanosimex nhân dịp kỷ niệm 10 năm thành lập (ngày 21/11/1994)

kim dành cho người Việt, chủ yếu là Polo và T-shirt, trên tinh thần khi có đơn hàng, phải hết sức cố gắng để sản xuất đảm bảo chất lượng tốt nhất. Và như thế, ngoài mặt hàng sợi, Hanosimex có thêm hàng may mặc dệt kim. Bài học rút ra trong thời khó khăn đó, là không được phép lùi, mà phải tìm cách thoát ra khỏi khó khăn, bằng chất lượng và mặt hàng mới.

Sáng tạo bước ngoặt quan trọng

Khi ông Vương Trọng Hải nghỉ hưu, ông Mai Hoàng Ân lên thay ông Hải giữ vị trí Phó giám đốc Hanosimex. Qua một số kênh, ông tiếp xúc được với một số thương gia Đài Loan, mời họ đến thăm quan nhà máy. Và họ đã tin tưởng ông, sát cánh để hỗ trợ đơn vị có thể làm hàng dệt kim xuất khẩu sang Nhật. Họ đưa đơn hàng, mẫu vải, và thậm chí cử cán bộ sang làm việc, hướng dẫn từng bước thiết kế may mẫu, và dần dần đơn vị làm được một quy trình hàng dệt kim xuất khẩu Nhật Bản, một thị trường nổi tiếng khó tính. Đó chính là một bước ngoặt quan trọng trong sự phát triển của Hanosimex. Đơn vị đã làm được hàng may mặc dệt kim xuất khẩu sang Nhật Bản, và hợp đồng này kéo dài, bền vững, tạo nền tảng để Hanosimex có bước nhảy vọt trong tăng trưởng, với một mô hình sản xuất khép chuỗi sợi-dệt nhuộm-may. Khi thấy Hanosimex sản xuất kinh doanh ổn định, Bộ Công nghiệp nhẹ bàn giao cho đơn vị thêm nhà máy sợi Vinh và nhà máy khăn tay khăn mặt Hà Đông, vốn là những đơn vị đang trì trệ, bị lỗ, để Hanosimex vực hai đơn vị này lên, tiếp tục phát triển.

Năm 1997, ông được giữ vị trí Tổng Giám đốc Hanosimex. Tận dụng những kinh nghiệm về làm sợi của mình, ông đẩy mạnh mảng sợi lên quy mô khác hẳn với trước. Chất lượng và năng suất luôn đi đôi, hàng sợi Hanosimex chiếm lĩnh thị trường Tp. HCM, được khách hàng tin tưởng. Thậm chí, hàng làm ra không đủ bán. Bên cạnh đó, Hanosimex được đầu tư thêm thiết bị máy dệt kim hiện đại, vừa nâng cao chất lượng, tăng năng suất, tiết kiệm điện, lại có thể phát triển mạnh song song mặt hàng may mặc dệt kim. Từ cơ sở làm hàng xuất khẩu Nhật Bản, họ đã phát triển làm hàng dệt kim phục vụ thị trường nội địa, rất thành công, doanh thu nội địa đạt từ 60 tỷ đ – 70 tỷ đ/năm. Thương hiệu sợi Hanosimex, hàng dệt kim Hanosimex luôn đứng đầu trên thị trường nội địa. Sản xuất kinh doanh hiệu quả, lương cán bộ công nhân viên rất cao. Thường thì sau khi chi tiêu, mỗi tháng anh chị em vẫn để dành được từ 1-2 chỉ vàng. Trong thị trường lao động lúc đó, được làm công nhân của Hanosimex là ước mơ của bao người, lượng đơn xin việc vào Hanosimex rất nhiều. Đơn vị đặt tiêu chuẩn tuyển người rất cao: nữ cao từ 1m55 trở lên, nam cao từ 1m60 trở lên, trình độ tốt nghiệp THPT. Được làm việc cho Hanosimex, là người Hanosimex quả là đáng vinh dự và tự hào khi đó. Bởi với những sản phẩm chất lượng cao, được thị trường trong nước ưa chuộng, khách hàng Nhật Bản tin tưởng, thì Hanosimex đã là một "ngôi sao" trong Ngành DMVN thời ấy.

Sau đó, được tạo điều kiện mặt bằng trên khu đất của Công ty dệt 8/3, Hanosimex đầu tư thêm một nhà máy dệt vải jeans công suất 1,5 triệu mét/năm, một nhà máy may quần jeans, một nhà máy may hàng thời trang. Hanosimex đến năm 2000 đã có nhà máy 100 ngàn cọc sợi, 4 nhà máy may, 1 nhà máy dệt kim, một nhà máy dệt vải jeans.

Trong giai đoạn từ 1984 cho tới 2001, trải qua gần hai thập niên làm việc đam mê, nhiệt huyết tại Hanosimex, khó khăn chồng chất nhưng thắng lợi cũng đáng tự hào, thì điều tâm đắc nhất mà ông rút ra được trong sản xuất kinh doanh, đó là yếu tố CON NGƯỜI. Nhân sự quản trị phải có nghệ thuật điều hành, thu phục lòng người, phát huy tốt nhất vai trò cán bộ, kiên quyết trong xử lý tình huống nhạy cảm khi dùng người. Phải nhìn toàn cục để có quyết định hiệu quả nhất cho tập thể, tránh cả nể vì một người mà hại muôn người ●

Sơ lược những dấu mốc quan trọng trong sự nghiệp Mai Hoàng Ân

Sinh ngày 21/10/1943 tại Bảo Khê, Kim Động, Hưng Yên.
Chuyên môn: Kỹ sư CN sợi (ĐH Bách Khoa)
3/1964 - 10/1965: Công nhân nhà máy dệt 8/3
10/1965 - 10/1970: Sinh viên trường ĐH Bách Khoa Hà Nội
11/1970 – 7/1984: Tổ trưởng bảo toàn – Tổ trưởng kỹ thuật, Phó quản đốc phân xưởng Dệt
8/1984 - 7/1985: Học quản lý kinh tế tại Liên Xô
8/1985 – 5/1990: Quản đốc phân xưởng sợi 1 – Nhà máy sợi Hà Nội
6/1990 – 5/1997: Phó Tổng Giám đốc Công ty Dệt May Hà Nội
6/1997 – 4/2002: Tổng Giám đốc Công ty Dệt May Hà Nội, Bí thư Đảng bộ Công ty
10/1999 – 4/2001: Phó Tổng Giám đốc thường trực Tổng Công ty Dệt May Việt Nam
5/2001- 2004: Tổng Giám đốc Tổng Công ty Dệt May Việt Nam, Ủy viên thường vụ Đảng ủy Khối DN Hà Nội khóa 1997-2002.

Tặng thưởng:

Huân chương Lao động hạng Ba
Huy chương chống Mỹ cứu nước hạng Nhất
Chiến sĩ thi đua nhiều năm

CHÍNH SÁCH MỚ tháng 7/2020

Cơ quan ban hành	Số Quyết định	Nội dung	Ngày có hiệu lực
Chính phủ	Nghị định 57/2020/ NĐ-CP	Sửa đổi, bổ sung một số điều của Nghị định số 122/2016/NĐ-CP ngày 01/9/2016 của Chính phủ về biểu thuế xuất khẩu, biểu thuế nhập khẩu ưu đãi, danh mục hàng hóa và mức thuế tuyệt đối, thuế hỗn hợp, thuế nhập khẩu ngoài hạn ngạch thuế quan và Nghị định số 125/2017/NĐ-CP ngày 16/11/2017 sửa đổi, bổ sung một số điều của Nghị định số 122/2016/NĐ-CP.	10/07/2020
Chính phủ	Nghị định 61/2020/ NĐ-CP	Sửa đổi, bổ sung một số điều của Nghị định số 28/2015/NĐ-CP ngày 12/3/2015 của Chính phủ quy định chi tiết thi hành một số điều của Luật việc làm về bảo hiểm thất nghiệp.	15/07/2020
Ủy ban Thường vụ Quốc hội	Thông tư 09/2020/ TT-BCT	Điều chỉnh mức giảm trừ gia cảnh của Thuế thu nhập cá nhân. Theo đó, mức giảm trừ gia cảnh quy định tại khoản 1 Điều 19 Luật thuế thu nhập cá nhân 2007 (đã được sửa đổi, bổ sung một số điều theo Luật thuế thu nhập cá nhân sửa đổi 2012) được điều chỉnh như sau: - Mức giảm trừ đối với bản thân người nộp thuế là 11 triệu đồng/ tháng (132 triệu đồng/năm). Hiện hành mức giảm trừ này là 9 triệu đồng/tháng (108 triệu đồng/năm). - Mức giảm trừ đối với mỗi người phụ thuộc là 4,4 triệu đồng/tháng. Hiện hành mức giảm trừ này là 3,6 triệu đồng/tháng. Như vậy, quy định mới đã tăng mức giảm trừ đối với đối tượng nộp thuế thêm 2 triệu đồng/tháng và đối với mỗi người phụ thuộc thêm 800 nghìn đồng/tháng. Các trường hợp đã tạm nộp thuế theo mức giảm trừ gia cảnh hiện hành được xác định lại số thuế thu nhập cá nhân phải nộp theo mức giảm trừ gia cảnh tại Nghị quyết 954/2020/UBTVQH14 khi quyết toán thuế thu nhập cá nhân năm 2020.	01/07/2020

BIẾN NGUY CƠ THÀNH CƠ HỘI

Bài: Ông **NGUYỄN XUÂN DƯƠNG**
Chủ tịch HĐQT May Hưng Yên



Những khó khăn cho doanh nghiệp may Việt Nam do đại dịch Covid-19 không bất biến, nếu như chúng ta biết dịch chuyển. Hãy dịch chuyển thời gian nghỉ do thiếu việc làm, thành thời gian đào tạo nâng cao tay nghề cho người lao động.

Hiện nay các doanh nghiệp ngành may Việt Nam đã và đang phải đối mặt với nguy cơ thiếu việc do ảnh hưởng của dịch Covid-19. Việc thiếu đơn hàng do 3 nguyên nhân chính, thứ nhất đó là sức mua của các thị trường giảm do dịch Covid 19. Các khách hàng tại Mỹ và Châu Âu giảm bớt hoặc cắt hẳn một số đơn hàng đã đặt. Nguyên nhân thứ hai đó là, ngành May xuất khẩu Việt Nam hiện bị phụ thuộc quá nhiều vào nguồn nguyên liệu nhập khẩu, trong đó chủ yếu là nguồn cung từ Trung Quốc. Do thời gian cách ly tại Trung Quốc do dịch Covid-19 đã làm nguyên phụ liệu giao hàng chậm, ảnh hưởng đến tiến độ sản xuất và giao hàng của các doanh nghiệp Việt, vì thế các đơn hàng này bị hủy bỏ. Nguyên nhân thứ ba đó là, giá nhân công của thị trường Việt Nam cao hơn các nước trong nhóm đầu xuất khẩu hàng dệt may, bao gồm Bangladesh và Ấn Độ. Đây cũng là nguyên nhân khiến các khách hàng lựa chọn Ấn độ và Bangladesh là nơi sản xuất thay thế cho Việt Nam.

Sau đợt dịch này, có thể các thị trường nhập khẩu chính như Mỹ, Châu Âu, Nhật Bản sẽ cơ cấu lại thị trường cung ứng. Họ có thể giảm nhập khẩu từ Trung Quốc và chuyển sang một số nước khác (trong đó có Việt Nam). Tuy nhiên, dù có "san trứng vào nhiều giỏ" thì



Nguồn ảnh: Công nhân May Hưng Yên

họ vẫn không thể bỏ qua quy luật giá trị mà thị trường đòi hỏi, đó là:

- Hàng tốt;

- Giao đúng thời gian;

- Giá rẻ

Vậy ngành may Việt Nam cần làm gì để đáp ứng yêu cầu trong giai đoạn tới, và nhà nước cần có chính sách hỗ trợ gì để duy trì lực lượng lao động nghề may, giúp cho ngành Dệt May Việt Nam hướng tới mục tiêu xuất khẩu đạt 45 tỷ, 50 tỷ rồi 60 tỷ USD trong những năm tới, nhất là sau dịch Covid–19 này, thị trường nhập khẩu hàng may mặc thế giới có thể cơ cấu lại vùng và quốc gia cung cấp hàng may mặc thời trang?

Là người làm quản lý nhiều năm trong ngành May, tôi đưa ra những đề xuất như sau:

Hiện nay, năng suất lao động bình quân ngành May còn khá thấp (bằng khoảng 60 – 70% của Trung Quốc và Thái Lan). Nguyên nhân của tình trạng này là trình độ tay nghề công nhân thấp (số người được qua đào tạo chính quy chỉ chiếm 20 – 30% tổng số lao động của doanh nghiệp); Thiết bị, công nghệ kỹ thuật lạc hậu so với khu vực và thế giới (do thiếu vốn và sự hỗ trợ của nhà nước).

Để có thể cạnh tranh giành lại thị trường với Ấn độ và Bangladesh thì các doanh nghiệp Dệt May Việt Nam phải đầu tư tăng năng suất lao động.

- Nếu tập trung cho việc đào tạo nâng cao tay nghề cho người lao động thì năng suất có thể tăng thêm 7 - 10%/năm.

- Nếu đầu tư thiết bị, công nghệ và kỹ thuật thì năng suất lao động có thể tăng thêm 10 – 15% /năm.

- Nếu nhà nước có chính sách ưu đãi nhằm thu hút đầu tư vào ngành Dệt, nhuộm, hoàn tất, để đáp ứng hầu hết nhu cầu nguyên phụ liệu cho ngành May xuất khẩu, thì ngành Dệt May Việt Nam có thể tăng thêm 30 – 40 tỷ USD kim ngạch xuất khẩu sau 3 năm (do được hưởng ưu đãi thuế quan của các thị trường nhập khẩu lớn như Mỹ, Châu Âu, Nhật Bản).

Trước mắt, khi đối mặt với vấn đề NÓNG là doanh nghiệp bị thiếu việc do ảnh hưởng của dịch Covid-19 thì doanh nghiệp và nhà nước cần làm gì?

- Nếu doanh nghiệp cho công nhân nghỉ việc thì vẫn phải trả lương ngừng việc (= 50% lương tối thiểu). Doanh nghiệp không có tiền thì được vay lãi suất 0% – không thế chấp – từ ngân hàng chính sách xã hội.

- Người lao động ngừng việc thì chính phủ sẽ hỗ trợ 50% lương tối thiểu (khoảng 1,8 tr đ/ng/tháng).

- Nếu doanh nghiệp chấm dứt hợp đồng lao động thì phải trả trợ cấp thôi việc mỗi năm làm việc là 0,5 tháng lương. Và nhà nước phải trả trợ cấp thất nghiệp, trợ cấp đào tạo nghề… theo luật định.

Vậy ta nên làm thế nào để vẫn giữ được lao động, đồng thời lại nâng được khả năng cạnh tranh cho doanh nghiệp sau khi dịch Covid kết thúc?

Thiết nghĩ, Chính phủ nên hướng cho các doanh nghiệp ngành May chuyển thời gian nghỉ việc thành thời gian đào tạo lại nghề. Thời gian này Chính phủ vẫn hỗ trợ 50% lương tối thiểu cho số lao động học nghề. Đồng thời, giao cho ngành lao động địa phương kiểm tra, giám sát thời gian và số lượng lao động đào tạo. Việc này sẽ rất hiệu quả vì vừa quan tâm được doanh nghiệp và người lao động; vừa giúp doanh nghiệp nâng cao chất lượng lao động; vừa tạo được sự ổn định xã hội



DỰ BÁO TÌNH HÌNH THỊ TRƯỜNG DỆT MAY 6 THÁNG CUỐI NĂM 2020

Triển vọng kinh tế toàn cầu 6 tháng cuối năm 2020

Theo Báo cáo mới nhất của IMF xuất bản vào cuối tháng 6 năm 2020, tăng trưởng toàn cầu được dự báo ở mức (4,9%) vào năm 2020, thấp hơn 1,9 điểm % so với dự báo Triển vọng kinh tế thế giới (WEO) đưa ra vào tháng 4 năm 2020. Đại dịch Covid-19 đã có tác động tiêu cực hơn đến hoạt động trong nửa đầu năm 2020 so với dự đoán và sự phục hồi được kỳ vọng sẽ giảm dần so với dự báo trước đây. Năm 2021, tăng trưởng toàn cầu được dự kiến ở mức 5,4%. Nhìn chung, điều này sẽ khiến GDP 2021 giảm khoảng 6 điểm phần trăm so với các dự báo trước Covid-19 vào tháng 1 năm 2020.

Tại Hội nghị Bloomberg Invest Global vào ngày 23/6/2020 vừa qua, ông Carmen Reinhart, Kinh tế trưởng Ngân hàng Thế giới cho biết: "Phục hồi thực sự là ít nhất nền kinh tế phải quay trở lại mức sản lượng trước khi cuộc khủng hoảng bắt đầu. Theo tôi, chúng ta còn rất lâu mới làm được điều đó!".

IMF ước tính rằng vào cuối năm nay, 170 quốc gia - tương đương gần 90% thế giới - sẽ chứng kiến mức thu nhập bình quân đầu người giảm. Cho dù các chính phủ có nỗ lực đến thế nào, thế giới vẫn đang phải gánh chịu cuộc khủng hoảng kinh tế tồi tệ nhất kể từ cuộc Đại khủng hoảng đến nay. Phải thừa nhận rằng, một số chỉ số sản xuất và bán lẻ tại các nền kinh tế lớn đang cho thấy sự cải thiện. Tuy nhiên, hi vọng cho sự phục hồi hình chữ V đã bị phá vỡ, khi việc mở lại các doanh nghiệp vẫn còn rất yếu, rủi ro tạm ngừng hoạt động sang phá sản vĩnh viễn vẫn còn rình rập quanh nền kinh tế.

Tình hình bệnh dịch trên toàn cầu cập nhật đến 06/7/2020

Tính từ đầu mùa dịch đến 15/7/2020, đã có 13 triệu ca nhiễm Covid-19 trên toàn cầu và khoảng 600.000 người đã tử vong vì bệnh dịch này, theo tin cập nhật mới nhất của Reuters mới đây. Trong đó, Mỹ dẫn đầu về số ca nhiễm siêu virus này trên thế giới, với 2,8 triệu trường hợp nhiễm và gần 130 ngàn người tử vong. Ở thời điểm hiện tại, số người bị nhiễm Covid-19 mới ở các bang tại Mỹ vẫn không ngừng gia tăng.

Tại Châu Á - Thái Bình Dương, Ấn Độ dẫn đầu với số ca nhiễm mới một ngày, với khoảng 22 ngàn ca nhiễm mới. Hiện tại, số ca nhiễm tại Ấn Độ lên tới 648 ngàn ca, trong đó 18,65 ngàn ca nhiễm Covid-19 đã tử vong. Tại Úc, nhiều nơi đã ra lệnh cách ly các địa điểm có người phơi nhiễm nơi công cộng.

Tại Châu Âu, Tây Ban Nha đã cách ly vùng El Sergia sau khi số ca nhiễm tại địa phương này đã tăng thêm 60 trường hợp chỉ trong 24 giờ. Trong khi đó tại Anh, các quán rượu và rạp chiếu phim đã mở cửa trở lại sau khi Anh tuyên bố phần nào kiểm soát được tình trạng bệnh dịch. Tại Brazil, quốc gia có số người nhiễm và tử vong cao thứ 2 thế giới hiện đang áp dụng các biện pháp kiểm tra thân nhiệt đã được thực thi ở khắp các chốt điểm công cộng, người dân cũng được phát nước rửa tay và các dụng cụ bảo hộ.

Cuộc khủng hoảng Covid-19 đã gây ra những tác động ngay lập tức và tiêu cực đối với công nhân và chuỗi cung ứng, thể hiện rõ nét trong lĩnh vực sản xuất dệt may. Các nhà bán lẻ quần áo ở các quốc gia hầu hết đều trải qua thời kỳ khó khăn, bắt đầu từ đầu năm 2019 khi phải đóng các cửa hàng do cầu tiêu dùng giảm. Doanh số bán hàng từ ngoại tuyến tới trực tuyến đều suy yếu, tạo ra những cú sốc trực tiếp cho chuỗi cung ứng dệt may toàn cầu.

Bài: **ĐỨC ANH - HỒNG HẠNH**

(real GDP, annual percent change)	2019	PROJECTIONS 2020	2021
World Output	**2.9**	**-4.9**	**5.4**
Advanced Economies	**1.7**	**-8.0**	**4.8**
United States	2.3	-8.0	4.5
Euro Area	1.3	-10.2	6.0
Germany	0.6	-7.8	5.4
France	1.5	-12.5	7.3
Italy	0.3	-12.8	6.3
Spain	2.0	-12.8	6.3
Japan	0.7	-5.8	2.4
United Kingdom	1.4	-10.2	6.3
Canada	1.7	-8.4	4.9
Other Advanced Economies	1.7	-4.8	4.2
Emerging Markets and Developing Economies	**3.7**	**-3.0**	**5.9**
Emerging and Developing Asia	5.5	-0.8	7.4
China	6.1	1.0	8.2
India	4.2	-4.5	6.0
ASEAN-5	4.9	-2.0	6.2
Emerging and Developing Europe	2.1	-5.8	4.3
Russia	1.3	-6.6	4.1
Latin America and the Caribbean	0.1	-9.4	3.7
Brazil	1.1	-9.1	3.6
Mexico	-0.3	-10.5	3.3
Middle East and Central Asia	1.0	-4.7	3.3
Saudi Arabia	0.3	-6.8	3.1
Sub-Saharan Africa	3.1	-3.2	3.4
Nigeria	2.2	-5.4	2.6
South Africa	0.2	-8.0	3.5
Low-Income Developing Countries	5.2	-1.0	5.2

Hình 1: Dự báo GDP toàn cầu và một số quốc gia chính 2020&2021

Nhìn chung đến thời điểm hiện tại, bệnh dịch do Covid-19 gây ra vẫn chưa được kiểm soát trên toàn cầu, gây không ít lo lắng và quan ngại cho toàn thế giới, cũng như những tác động tiêu cực cho nền kinh tế toàn cầu.

Tình hình bệnh dịch trên toàn cầu cập nhật đến 06/7/2020

Có thể khẳng định, đại dịch Covid-19 đã và đang tác động nghiêm trọng đến cả hai phía cung và cầu của nền kinh tế. Nhu cầu tiêu dùng bị ảnh hưởng bởi các hoạt động dự trữ, giãn cách xã hội, tâm lý không chắc chắn về diễn biến tương lai cùng những chính sách thắt lưng buộc bụng của các hộ gia đình và hành động dè dặt trong đầu tư, chi tiêu của các doanh nghiệp. Về phía cung, Covid-19 cũng tác động đến nguồn cung khi gây nên sự đứt gẫy, gián đoạn chuỗi cung ứng, buộc nhiều nhà máy phải tạm thời đóng cửa, hạn chế mở các cửa hàng ở một số quốc gia, gây nên tâm lý dự trữ của người tiêu dùng.

Hồi tưởng lại khi đại dịch do Covid-19 nhen nhóm trong những ngày đầu năm 2020 rồi bùng phát không lâu sau đó đã dẫn đến việc hàng loạt các nhà máy dệt may của Trung Quốc tạm ngưng sản xuất, đóng cửa các nhà máy, sau đó là việc đóng cửa các cửa hàng bán lẻ quần áo ở những quốc gia khác trên thế giới bởi lệnh giãn cách xã hội.

Về tổng cầu dệt may thế giới, bước sang quý II/2020, tình hình thị trường dệt may thế giới nhìn chung vẫn chưa đón nhận nhiều dấu hiệu khả quan, cầu thị trường chưa chuyển biến nhiều. Cụ thể, niềm tin tiêu dùng các mặt hàng ở Mỹ, EU và Nhật Bản chưa có nhiều tín hiệu vui.

Các số liệu nhập khẩu hàng may mặc và một loạt động thái giảm giá kích cầu, đẩy hàng tồn kho đi nhằm tránh tồn đọng vốn của các hãng bán lẻ, cũng như tạm ngừng nhập khẩu may mặc của các nhà nhập khẩu lớn cho thấy, thị trường cũng như cầu tiêu dùng các mặt hàng quần áo khá chững.

Ví dụ, số liệu nhập khẩu dệt may của Mỹ cho thấy, kim ngạch nhập khẩu dệt may trong 4 tháng đầu năm của nước này chỉ đạt 28,7 tỷ USD, giảm tới 18,4% so với cùng kỳ năm ngoái, điều chưa từng thấy trong 10 năm trở lại đây.

Sự kiện một loạt hãng thời trang đệ đơn xin phá sản, ví dụ như trường hợp của JCPenny với 850 cửa hàng phải đóng cửa cho thấy sức ép tài chính lên các thương hiệu thời trang trong thời kỳ kinh tế bị ảnh hưởng bởi dịch bệnh là rất lớn. Nhiều nhãn hàng rơi vào tình trạng vẫn phải chi trả các chi phí quản lý vận hành, trả tiền thuê nhà, tiền lương nhân viên, kho bãi, tiền lãi vay, tuy nhiên không thu được nhiều doanh thu do lệnh giãn cách xã hội, do niềm tin tiêu dung suy giảm, ... Kết quả là, nhiều công ty may mặc phải thay đổi cách thức chi trả với các nhà cung ứng hoặc hoãn, hủy đơn hàng. Hiện tại, tình trạng hoãn, hủy đơn hàng của các nhà bán lẻ tại Châu Âu và Mỹ - hai thị trường nhập khẩu dệt may lớn nhất của thế giới - cho tới nay vẫn đang tiếp diễn, gây không ít quan ngại cho nhiều quốc gia cung ứng.

Một khảo sát của ITMF trên 700 công ty dệt may trên toàn thế giới cho thấy, các đơn đặt hàng hiện tại trên toàn cầu giảm trung bình 31%.

Khoảng 959 nhà máy ở Bangladesh cho biết, do Covid-19 mà lượng đơn hàng xuất khẩu may mặc với số lượng 826,42 triệu chiếc, tương đương 2,67 tỷ USD đã bị hoãn, hủy, đẩy nhiều doanh nghiệp vừa và nhỏ vào trạng thái "sống dở chết dở". Ngoài việc tạm dừng các đơn đặt hàng mới, người mua cũng yêu cầu các nhà cung cấp không chuyển đơn quần áo đã may và trả chậm. Trong những trường hợp này, các nhà sản xuất đã phát sinh chi phí và có thể mắc nợ các nhà cung cấp nguyên liệu đầu vào. Ngay cả khi một số công ty đang chuyển sang sản xuất thiết bị bảo vệ cá nhân cho mục đích y tế, nhìn chung vẫn không đủ đối với nhiều nhà sản xuất vì các đơn hàng này không cung cấp đủ việc làm cho tất cả những người bị sa thải do ảnh hưởng của đại dịch.

Nhiều doanh nghiệp nhập khẩu viện dẫn các điều khoản "bất khả kháng" trong các hợp đồng để tạm dừng các đơn đặt hàng. Ngày 08/4 vừa qua, mạng lưới Dệt may bền vững của khu vực Châu Á (STAR), cơ quan tập hợp đại diện của các hiệp hội sản xuất dệt may lớn từ Bangladesh, Campuchia, Trung Quốc, Myanmar, Pakistan và Việt Nam, đã đưa ra một tuyên bố chung về vấn đề này. STAR kêu gọi các thương hiệu quần áo và doanh nghiệp bán lẻ xem xét tác động của đại dịch Covid-19 và các quyết định hoãn, hủy đơn của họ trong đại dịch này có thể gây ra cho công nhân và các doanh nghiệp nhỏ trong chuỗi cung ứng, để từ đó tôn trọng hợp đồng mua bán với các nhà cung cấp. Trong tuyên bố của mình, mạng lưới STAR đã mời các doanh nghiệp toàn cầu hỗ trợ các đối tác kinh doanh trong chuỗi cung ứng càng nhiều càng tốt và hướng tới một chiến lược dài hạn về sự liên tục trong kinh doanh, sự thống nhất chuỗi cung ứng và sự bền vững xã hội.

Nhìn chung, tổng cầu dệt may toàn thế giới năm 2020 nhiều nguy cơ bị sụt giảm. Năm 2019, kim ngạch nhập khẩu dệt may thế giới là 755 tỷ USD. Với kịch bản dịch bệnh kéo dài đến hết năm 2020, ước tổng nhập khẩu dệt may thế giới chỉ đạt đến ngưỡng 600 – 640 tỷ USD, giảm từ 15-20% so với mức 755 tỷ USD của năm 2019. Khảo sát của Liên đoàn các nhà sản xuất thiết bị và hàng hoá dệt may cũng đưa ra dự báo về khả năng suy giảm 25% tổng cầu 2020 toàn thế giới.

Các chuyên gia tư vấn về dệt may toàn cầu thuộc dự án của Wazir Advisors còn dự đoán tình trạng tiêu thụ dệt may, da giầy năm 2020 tại Mỹ và EU còn giảm lần lượt xấp xỉ khoảng 30% do tâm lý người tiêu dùng lo lắng về tương lai. Dự kiến từ quý III/2021, mức tiêu thụ mới có khả năng hồi phục lại mức bình thường. Tuy nhiên, điều này phụ thuộc vào sự kiểm soát bệnh dịch cũng như việc mở cửa trở lại các cửa hàng tại các quốc gia nhập khẩu lớn.

Xuất khẩu dệt may Việt Nam 6 tháng cuối năm 2020

Kim ngạch xuất khẩu dệt may của Việt Nam trong 6 tháng đầu năm 2020 ước đạt 15,68 tỷ USD, giảm tới 13,4% so với cùng kỳ 2019. Đây là lần đầu tiên kim ngạch dệt may trong 6 tháng đầu năm của Việt Nam chứng kiến mức giảm mạnh trong 1 thập kỷ trở lại đây. Kết quả này một lần nữa cho thấy rõ tác động của dịch bệnh Covid-19 lên các doanh nghiệp dệt may Việt Nam.

Với ngành Dệt May Việt Nam, nhất là đối với ngành may mặc, trong quý I/2020, tình trạng hủy, giãn đơn hàng rất nghiêm trọng. Nhiều doanh nghiệp đã chứng kiến ngay mức doanh thu giảm 20% trong quý I/2020 và tiếp tục trượt giảm ở quý II/2020, thời gian mở LC cũng kéo dài.

Cùng với tình trạng hủy đơn hàng là tình trạng giãn đơn hàng, với các đơn hàng giao trong tháng 3 đều bị lùi xuống tháng 4, tháng 5. Nhiều doanh nghiệp còn chuyển sang may khẩu trang trong nỗ lực duy trì được việc làm cho công nhân, hạn chế tổn thất do dịch bệnh. Tuy nhiên hiện nay, khi thị trường trong nước đã bão hòa, các doanh nghiệp phải tìm cách xuất khẩu

Bảng 1: Dự báo kim ngạch nhập khẩu 6 tháng cuối năm 2020 (Đv: Triệu USD)

	Q3+Q4 2018	Q3+Q4 2019	Ước Q3+Q4 2020	Q3+Q4.2019/ Q3+Q4.2018 (%)	Q3+Q4.2020/ Q3+Q4.2019 (%)
Thế giới	444.039	451.646	382.925	1,71	-15,22
Mỹ	64.190	62.020	55.694	-3,38	-10,2
EU	143.540	142.075	125.651	-1,02	-11,56
Trung Quốc	17.680	15.371	14.018	-13,06	-8,8
Nhật Bản	20.375	20.003	18.083	-1,83	-9,6
Hàn Quốc	8.930	8.754	8.325	-1,97	-4,9
Khác	189.324	203.423	161.154	7,45	-20,78

Bảng 2: Dự báo kim ngạch xuất khẩu DM của Việt Nam theo thị trường 2018-2020 (Đv: Triệu USD)

	Q3+Q4 2018	Q3+Q4 2019	Ước Q3+Q4 2020	Q3+Q4.2019/ Q3+Q4.2018 (%)	Q3+Q4.2020/ Q3+Q4.2019 (%)
Thế giới	36.375	39.026	32.755	7,29	-16,07
Mỹ	14.006	15.146	12889	8,14	-14,9
EU	5.869	6.189	5149	5,45	-16,8
Trung Quốc	4.059	4.228	3344	4,16	-20,9
Nhật Bản	4.031	4.197	4042	4,12	-3,7
Hàn Quốc	3.825	3.835	3455	0,26	-9,9
Khác	4.585	5.431	3875	18,45	-28,7

sang nước ngoài dẫn tới cạnh tranh ở mức cao. Tuy thực tế cho thấy, nhiều doanh nghiệp có các đơn hàng khẩu trang đến hết quý III/2020 và có thể giúp duy trì tạo công ăn việc làm cho công nhân trong thời điểm khó khăn do Covid-19 gây ra, nhưng biên lợi nhuận chưa được cao do có tới 80% các đơn hàng làm khẩu trang theo hình thức gia công, chưa tạo được nhiều giá trị thặng dư như đơn hàng FOB, ODM. Hơn nữa, nếu trong giai đoạn tới, khi xuất khẩu khẩu trang, quần áo bảo hộ lao động giảm sẽ khiến doanh nghiệp còn khó khăn hơn nữa vào những tháng cuối năm.

Với tình hình thị trường kể trên, dự báo xuất khẩu dệt may của Việt Nam 6 tháng cuối năm tiếp tục giảm khoảng từ 14-18% so với cùng kỳ, khiến tổng kim ngạch xuất khẩu năm 2020 vào khoảng 32,75 tỷ USD, giảm khoảng 16% so với 2019.

Thị trường tiêu thụ dệt may nội địa

Trong điều kiện bình thường, quy mô ngành Dệt May Việt Nam đã vượt quá xa nhu cầu nội địa với tỷ trọng xuất khẩu chiếm 90% và 10% còn lại phục vụ nhu cầu trong nước. Việc trông đợi vào thị trường nội địa làm cứu cánh cho xuất khẩu ngưng trệ là điều không hề dễ dàng.

GDP 6 tháng đầu năm 2020 tăng 1,81% - đây là mức tăng thấp nhất của 6 trong 10 năm trở lại đây, một phần do quý II/2020 chịu ảnh hưởng nặng nề nhất của dịch Covid-19, khi Chính phủ chỉ đạo thực hiện mạnh mẽ các giải pháp nhằm giãn cách xã hội.

Theo số liệu của Tổng cục thống kê, doanh thu bán lẻ hàng hóa 6 tháng đầu năm đạt 1.895,6 nghìn tỷ đồng (khoảng 78 tỷ USD), tăng 3,4% so với cùng kỳ năm trước. Trong đó, lương thực, thực phẩm tăng 7% nhưng may mặc giảm 1,2%, đặc biệt trong bối cảnh doanh thu bán lẻ tại 2 thành phố lớn đều tăng khá, cụ thể: thành phố Hồ Chí Minh tăng 10,1%; Hà Nội tăng 9,9%. Điều này cho thấy, ưu tiên của người dân trong bối cảnh dịch bệnh Covid-19 là nhu cầu về lương thực, thực phẩm chứ không phải quần áo may mặc.

Nếu như các năm trước, GDP tăng 6-7% thì hàng may mặc nội địa có thể tăng 9-10%. Tuy nhiên năm nay, dự kiến GDP chỉ tăng 3-4%, kèm theo thu nhập của doanh nghiệp và lao động giảm, hàng nhập khẩu vào Việt Nam phá giá. Dự kiến, kịch bản tốt nhất tiêu thụ nội địa hàng may mặc tăng không quá 5%, tương đương khoảng 200-250 triệu USD, quá nhỏ so với quy mô xuất khẩu hơn 39 tỷ USD năm 2019 của ngành Dệt May Việt Nam.

Hướng đi nào cho doanh nghiệp dệt may 6 tháng cuối năm 2020

Có thể nói, 6 tháng cuối năm 2020 doanh nghiệp dệt may mới thực sự bước vào giai đoạn khó khăn khi các mặt hàng truyền thống, thế mạnh của nhiều doanh nghiệp may như veston, sơ mi cao cấp gần như chưa có đơn hàng cho 2 quý cuối năm do tình hình dịch bệnh Covid-19 trên thế giới vẫn tiếp tục tăng mạnh. Đặc biệt tại Mỹ, mỗi ngày vẫn có thêm 50-60 nghìn người nhiễm mới và một số bang vẫn phải tiếp tục đóng cửa, trong khi mặt hàng khẩu trang và đồ bảo hộ được coi là cứu cánh cho nhiều doanh nghiệp may trong quý II thì hiện tại giá đã giảm mạnh do dư thừa nguồn cung trên toàn thế giới.

Do vậy, trong 6 tháng cuối năm 2020, doanh nghiệp dệt may cần tối thiểu hóa sự sụt giảm doanh thu và lợi nhuận bằng việc quản trị chi phí sản xuất chặt chẽ, giữ vững chất lượng sản phẩm, bố trí lại lực lượng sản xuất, xác định lực lượng lao động chủ lực cần duy trì việc làm và thu nhập để người lao động đồng hành cùng doanh nghiệp vượt qua giai đoạn khó khăn khi thị trường chưa hồi phục

Ý KIẾN chuyên gia

Ông Trần Thanh Hải, Phó Cục trưởng Cục Xuất nhập khẩu:

"Mặc dù một số nước khác có lợi thế về ưu đãi EBA, GSP+, nhưng với Hiệp định EVFTA, chúng ta có thế mạnh rất lớn. Các nước có Hiệp định với EU rất ít, ở khu vực Châu Á, EU chỉ ký hiệp định hợp tác với Hàn Quốc, Singapore, tuy nhiên, hai nước này lại không có cơ cấu sản xuất giống như Việt Nam. Do vậy, về lâu dài, Hiệp định sẽ tạo ra lợi thế ổn định cho xuất khẩu của Việt Nam". Với EVFTA, hàng dệt may Việt Nam sẽ có lợi thế cạnh tranh hơn hàng của Trung Quốc và cạnh tranh ngang bằng về giá với các nước hiện đang được hưởng thuế 0% như Campuchia, Bangladesh... nhưng có lợi thế hơn các nước này về tay nghề cao, chất lượng bảo đảm"

Ông Lê Triệu Dũng, Cục trưởng Cục Phòng vệ Thương mại (Bộ Công Thương):

"Để giảm thiểu khả năng bị áp dụng biện pháp PVTM trong các FTA nói chung và EVFTA nói riêng, Việt Nam cần có một chiến lược tổng thể, dài hạn trong việc phát triển chuỗi sản xuất, nâng cao giá trị gia tăng cho hàng hóa xuất khẩu. Bên cạnh việc chú trọng phát triển theo chiều sâu (tăng giá trị gia tăng trong nước), Việt Nam cũng cần theo dõi kỹ để cảnh báo sớm nếu như xuất khẩu của Việt Nam sang một số thị trường gia tăng nhanh đột biến"

Ông Thân Đức Việt, Tổng Giám đốc Tổng Công ty May 10-CTCP:

"Nút thắt lớn nhất của doanh nghiệp dệt may là vấn đề quy tắc xuất xứ, vấn đề của đầu vào. Vì vậy, cần kết nối giữa doanh nghiệp "đầu vào" và "đầu ra" để gỡ dần nút thắt này, tìm lối ra cho vấn đề quy tắc xuất xứ của sản phẩm dệt may"

Ông Phạm Xuân Hồng - Chủ tịch Hội Dệt May Thêu đan TP. Hồ Chí Minh:

"Ước tính tới thời điểm này đã có trên 100 doanh nghiệp dệt may cả nước chuyển sang hoạt động sản xuất khẩu trang và đồ bảo hộ y tế. Ban đầu hoạt động sản xuất và xuất khẩu khẩu trang là hình thức chuyển đổi tốt nên đã có khá nhiều doanh nghiệp chuyển đổi, dẫn đến số lượng khẩu trang sản xuất ra không thể kiểm soát, trong khi không phải sản phẩm của doanh nghiệp nào cũng đạt được tiêu chuẩn xuất khẩu. Do đó các doanh nghiệp cần cân nhắc kỹ phương án kinh doanh mặt hàng này"

Ông Trương Văn Cẩm, Phó Chủ tịch Hiệp hội Dệt May Việt Nam:

"Hiệp định EVFTA sẽ đem lại cơ hội bứt phá cho các ngành, trong đó có dệt may. Do ảnh hưởng của dịch Covid-19, tháng 5/2020, kim ngạch xuất khẩu của ngành dệt may giảm 36% so với cùng kỳ 2019. 5 tháng đầu năm chỉ xuất khẩu được 12,37 tỷ USD, giảm hơn 15,5% so với cùng kỳ. Tất cả các mặt hàng xuất khẩu chủ lực đều giảm... vì vậy, công tác chuẩn bị cần rất chu đáo, tỉ mỉ để đón đầu các lợi ích ngay khi Hiệp định được thông qua và có hiệu lực"

Ông Mạc Quốc Anh - Phó Chủ tịch Hiệp hội DNNVV:

"Thị trường EU cho dù có EVFTA nhưng vẫn không phải "miếng bánh dễ ăn" khi nguồn vốn, công nghệ sản xuất, khả năng cạnh tranh và đáp ứng các tiêu chuẩn, quy chuẩn hàng hóa... của các DNNVV Việt Nam rất hạn chế. Thiếu vốn, kinh nghiệm thương mại quốc tế hạn chế, sản phẩm chưa được xây dựng và bảo hộ thương hiệu... đang "bó chân" DN khi thực hiện các hoạt động XTTM"



Nguồn ảnh: blog.marsal.edu.vn

TRUYỀN THÔNG NỘI BỘ VỚI MỤC TIÊU MINH BẠCH THÔNG TIN XÂY DỰNG NIỀM TIN

Trong môi trường doanh nghiệp, công tác giáo dục chính trị tư tưởng cho cán bộ Đảng viên, quần chúng và xây dựng văn hóa doanh nghiệp có mối liên hệ mật thiết với nhau, và đều có mục tiêu chung là nhằm định hướng nhận thức, minh bạch thông tin, từ đó xây dựng và củng cố niềm tin của cán bộ, đảng viên và quần chúng lao động. Hệ thống truyền thông nội bộ sẽ là công cụ để thực hiện được cả 2 nhiệm vụ đó.

Bài: **NGỌC HÂN**

Đối với môi trường lao động mang nhiều nét đặc thù như ngành Dệt May thì truyền thông nội bộ lại càng quan trọng, thậm chí đóng vai trò chủ chốt trong công tác giáo dục chính trị tư tưởng và xây dựng văn hóa Doanh nghiệp. Đây là một trong những ngành thâm dụng lao động, trong đó đa phần NLĐ xuất thân từ nông thôn, có hoàn cảnh kinh tế khó khăn, trình độ văn hóa hạn chế và có nhu cầu khẩn thiết về việc làm để có thu nhập. Vì vậy, những chủ trương, chính sách của Đảng và Nhà nước đôi khi trở nên quá cao siêu và phức tạp, những tuyên truyền về sứ mệnh và văn hóa doanh nghiệp có thể trở thành xa vời với những NLĐ vốn chỉ đặt mục tiêu cao nhất là kiếm kế sinh nhai. Khi đó, truyền thông nội bộ không được biến thành chiếc loa phát lại nguyên văn những chỉ thị, chủ trương phức tạp, mà cần chuyển hóa thành những gì gần gũi, thiết thực, dễ hiểu, đảm bảo đến được với những NLĐ ở trình độ nhận thức hạn chế nhất.

Đảng bộ Tập đoàn Dệt May Việt Nam xác định, các hoạt động truyền thông nội bộ chính là công cụ để giáo dục chính trị tư tưởng cho Đảng viên và CBCNV-NLĐ, đồng thời xây dựng văn hóa doanh nghiệp mang đặc trưng riêng của Vinatex.

Hai mục tiêu lớn của công tác giáo dục chính trị tư tưởng, chính là đào tạo đội ngũ Đảng viên, quần chúng hiểu rõ và kiên định thực hiện (1) Xây dựng nền kinh tế thị trường, định hướng XHCN; (2) Xây dựng xã hội công bằng - dân chủ - văn minh.

Chúng ta đều biết rằng, nhiệm vụ của mỗi doanh nghiệp, song song với nhiệm vụ chung của cả nước, là xây dựng nền kinh tế thị trường, định hướng XHCN, xây dựng xã hội công bằng - dân chủ - văn minh. Tuy nhiên, đa phần NLĐ của ngành DMVN là lao động phổ thông, do đó nếu chỉ dừng lại ở việc hô khẩu hiệu mà không chuyển hóa thành các hành động cụ thể, minh chứng một cách rõ rệt, thì NLĐ sẽ không thể nhận thức được đầy đủ và rõ ràng.

Với chức năng làm truyền thông nội bộ, các công cụ truyền thông của Đảng bộ Tập đoàn bao gồm Tạp chí Dệt May và Thời trang Việt Nam với tần suất xuất bản 1 tháng/lần, website Tập đoàn, website Công đoàn, kênh Youtube của Tập đoàn, kênh phát thanh của Công đoàn, mạng xã hội,... đã giúp truyền tải được các chủ trương, đường lối, chính sách bằng các minh chứng cụ thể mà Đảng bộ Tập đoàn và các Đảng bộ cơ sở đã và đang thực hiện, để mọi NLĐ, kể cả những người có trình độ nhận thức trung bình và thấp vẫn hiểu được về thị trường, về định hướng XHCN.

Nói một cách gần gũi và dễ hiểu, nền kinh tế thị trường, định hướng XHCN được thể hiện rất rõ rệt tại các doanh nghiệp sản xuất dệt may, thông qua việc mọi hoạt động sản xuất kinh doanh, công tác cạnh tranh, tìm kiếm đơn hàng, kết nối khách hàng đều phải theo sát với thị trường. Do đó, truyền thông nội bộ cần phải giúp NLĐ hiểu được nguyên lý: đã là thị trường thì ắt phải có cạnh tranh, dẫn đến điều tất yếu là năng suất lao động phải cao - kỹ năng NLĐ phải tốt - giá thành sản xuất phải thấp - doanh nghiệp và NLĐ phải tiết kiệm tối đa - thời gian giao hàng phải đúng hạn - phải tôn trọng và coi khách hàng là thượng đế, nhờ vậy thì NLĐ mới giữ được công việc, doanh



Nguồn ảnh: Octanner.com

nghiệp mới có thể trụ vững và duy trì được hoạt động hiệu quả. Đặc biệt đối với một ngành cạnh tranh khốc liệt như Dệt May, mỗi NLĐ đều cần ý thức được rằng, chỉ cần ngơi nghỉ một chút, dễ dãi một chút, xuề xòa với các định mức và tiêu chuẩn một chút thì ngay lập tức "miếng bánh" thị phần sẽ rơi vào tay người khác.

Trong khi đó, định hướng XHCN thể hiện rõ nhất ở khía cạnh phân chia lợi nhuận của doanh nghiệp. Lợi nhuận thu được không dồn hết vào tay giới chủ hay các cổ đông, mà phần lớn được dành để chia sẻ cho toàn thể NLĐ, bởi đối với các doanh nghiệp dệt may, NLĐ luôn được coi là tài sản lớn nhất, là trung tâm của sự phát triển và trường tồn của doanh nghiệp. Công tác chăm lo cho NLĐ còn được thể hiện ở việc chất lượng bữa ăn cho NLĐ ngày càng được nâng cao; nhà máy được trang bị máy lạnh để NLĐ được làm việc trong môi trường mát mẻ hơn; thu nhập bình quân tuy vẫn không ngang bằng được so với một số ngành kinh tế khác nhưng đã cho thấy những bước tiến vượt bậc; các thiết chế phục vụ NLĐ ngày càng được quan tâm đầu tư theo đúng Nghị quyết chỉ đạo của Đảng ủy Tập đoàn, như nhà ở giá rẻ, nhà trẻ, trường học, trung tâm y tế, các siêu thị được trợ giá, sân bóng mini…

Đối với mục tiêu xây dựng xã hội công bằng, dân chủ, văn minh, trong môi trường doanh nghiệp thì:

Công bằng là – đảm bảo sự thụ hưởng tương ứng với đóng góp cho DN. Muốn giữ được công bằng, trước hết phải đảm bảo trong toàn bộ hệ thống không có bộ phận/con người không tạo ra giá trị gia tăng cho DN. Đồng thời phải đánh giá được hiệu quả đóng góp của từng bộ phận chức năng.

Dân chủ là – công khai, minh bạch mọi quy trình hoạt động. Từ đó, mọi cá nhân đều có thể kiểm tra, giám sát, do vậy không thể làm sai và không dám làm sai.

Văn minh là – ý thức được trách nhiệm phải đóng góp sức mình vào giá trị của DN, trân trọng thành quả lao động của mình và đồng nghiệp.

Có thể nói, một trong những mối bận tâm lớn nhất của mọi NLĐ trong cùng một doanh nghiệp là sự không công bằng, không được đối xử đồng đều, hoặc chênh lệch thu nhập giữa những người cùng vị trí công việc. Thấu hiểu được điều đó, truyền thông nội bộ đã thể hiện sự công bằng trong môi trường doanh nghiệp ở việc công khai, minh bạch các tiêu chuẩn về tiền lương, bảo hiểm, các chế độ phúc lợi như nghỉ mát, sinh nhật, hiếu hỉ, thưởng Lễ/Tết, ... Hiện nay, khoảng 80% các đơn vị trên toàn Tập đoàn đã được trang bị hệ thống theo dõi năng suất công khai trên chuyền, giúp công nhân đo lường được hiệu quả công việc của mình, tính toán được thu nhập trong ngày và so sánh được mức độ hoàn thành công việc với những công nhân cùng bộ phận.

Trong khi đó, dân chủ thể hiện ở hệ thống Công đoàn các cấp, đại diện cho tiếng nói và quyền lợi của NLĐ; hệ thống giám sát thông qua Thanh tra Nhân dân; ở việc tổ chức các Hội nghị NLĐ, các buổi đối thoại trực tiếp, trang bị hòm thư góp ý, ... để NLĐ có tiếng nói, xây dựng nền dân chủ. Nhưng đồng thời, cũng thể hiện sự văn minh, gắn liền với văn minh công sở, văn hóa doanh nghiệp. Từ đó, truyền thông nội bộ giúp cho các cán bộ Đảng viên và quần chúng lao động hiểu được đường lối của Đảng hiện đang được cụ thể hóa tại doanh nghiệp, đặc biệt là doanh nghiệp dệt may như thế nào.

Đối với việc **xây dựng văn hóa doanh nghiệp** mang bản sắc riêng của Vinatex, mục tiêu là khiến tất cả NLĐ đều "Hiểu công việc mình làm – Giỏi công việc mình làm – Yêu công việc mình làm – Tự hào về thành tích tập thể". Hàng năm, Tập đoàn đều duy trì tổ chức các hoạt động như Ngày hội sáng chế, Hội thi thợ giỏi,… đồng thời truyền thông về những NLĐ lành nghề nhất thông qua các bản tin trên website, Tạp chí hoặc các video clip ngắn. Những hoạt động này nhằm tôn vinh NLĐ có tay nghề, kích thích tính sáng tạo và đẩy mạnh phong trào thi đua trong nội bộ doanh nghiệp nói riêng và toàn hệ thống Vinatex nói chung. Bên cạnh đó, các tấm gương lao động giỏi có thể trở thành nguồn động lực để các doanh nghiệp khác học hỏi, các sáng chế có hiệu quả có thể được mua lại để triển khai ở nhiều doanh nghiệp bạn, giúp tăng năng suất và tạo ra hiệu quả cao hơn.

Có thể khẳng định rằng, thông qua các cuộc thi và phong trào này, Tập đoàn đã hình thành được một thị trường nhỏ về các hoạt động nghiên cứu và sáng chế trong ngành dệt may, mà ở đó truyền thông nội bộ chính là cầu nối, giúp gắn kết các cá nhân yêu nghề, lan tỏa tinh thần sáng tạo không ngừng nghỉ, từ đó hình thành nên một văn hóa chung. Đó chính là văn hóa sáng tạo, văn hóa yêu công việc của mình, văn hóa tự hào về thành tích sáng tạo của tập thể.



Hoạt động truyền thông nội bộ giống như mạch nước ngầm bên trong mỗi doanh nghiệp, vì vậy khó có thể tìm ra một thước đo đánh giá mức độ hiệu quả của nó một cách rõ ràng. Tuy nhiên, nhìn lại khoảng thời gian 5 năm về trước, chúng ta không có Hội thi sáng tạo, mà chỉ có Hội thi Thợ giỏi được tổ chức 5 năm/lần, không hình thành được Hội chợ các sáng kiến toàn Tập đoàn, không truyền tải được những câu chuyện liên quan đến chuẩn mực, tiêu chuẩn trong nhà ăn, bữa ăn, điều kiện làm việc, ... Có thể thấy rằng, các hoạt động truyền thông nội bộ đã đi được một bước tiến khá dài, giúp toàn thể NLĐ thấu hiểu và từ đó có thêm niềm tin, thêm gắn bó với doanh nghiệp.

Đặc biệt, trong những thời điểm khó khăn, ngặt nghèo như giai đoạn diễn ra đại dịch Covid-19 vừa qua, chúng ta có thể nhận ra những điểm sáng tích cực. Toàn bộ hệ thống Vinatex đã xây dựng được tinh thần đoàn kết trong khó khăn, cụ thể trong 5 tháng đại dịch diễn ra, toàn Tập đoàn không sa thải một người công nhân nào. Ngược lại, NLĐ sẵn sàng san sẻ công việc cho nhau, để dù lương thấp đi một chút nhưng tất cả đều được đi làm, bảo toàn lực lượng. Các đơn vị trong cùng hệ thống cũng nhường nhau đơn hàng với tinh thần "một miếng khi đói, một gói khi no". Hệ thống Vải vẫn cấp nguồn nguyên liệu cho hệ thống May dù chưa nhận được thanh toán, vì hiểu rằng các doanh nghiệp May cũng chưa thu được tiền từ khách hàng. Trong những lúc khó khăn như vậy, tinh thần đoàn kết, sẻ chia và sẵn sàng giang tay nâng đỡ nhau giữa NLĐ với NLĐ, doanh nghiệp với doanh nghiệp đã sáng lên rực rỡ nhất, giúp Vinatex trở thành một mái nhà vững chãi, khiến bão giông không dễ gì quật ngã được.

Đồng thời, trong suốt 5 năm nhiệm kỳ vừa qua, trong toàn hệ thống Vinatex không xảy ra bất kỳ một cuộc đình công, lãn công nào. Trong khi đó, theo thống kê của Tổng liên đoàn Lao động Việt Nam, năm 2018 ngành May có 84 cuộc đình công, chiếm tỷ lệ 39,25% các cuộc đình công trên cả nước, với nguyên nhân chính liên quan đến tiền lương. Theo báo cáo của Thành ủy TP. Hồ Chí Minh, từ năm 2008 đến năm 2018, toàn thành phố xảy ra 1.022 vụ đình công, trong đó ngành dệt may, da giày chiếm 85%, nguyên nhân chủ yếu là đòi nợ lương, đề nghị công khai chi trả lương, thưởng, thanh toán phép năm và thực hiện quy định làm thêm giờ. Điều đó cho thấy, công tác giáo dục chính trị tư tưởng cho NLĐ của Đảng ủy Tập đoàn và hoạt động truyền thông nội bộ đã mang lại hiệu quả đáng ghi nhận. Và phải nhấn mạnh thêm rằng, Vinatex không phải đơn vị trả lương cho NLĐ cao nhất trên thị trường, nhưng rõ ràng chúng ta đang công bằng nhất, minh bạch nhất, nhờ đó chúng ta thắng lợi trong việc đạt được sự đồng thuận cao từ phía NLĐ.



Nguồn ảnh: newsunlaw.vn

Nhìn nhận một cách khách quan, hệ thống truyền thông nội bộ của Tập đoàn vẫn tồn tại những hạn chế cần sớm khắc phục, cụ thể: chiến lược truyền thông tổng thể vẫn chưa được xây dựng bài bản và cập nhật thường xuyên; kỹ năng làm các phóng sự multimedia của nhân sự truyền thông nội bộ còn yếu; việc xác định các đề tài truyền thông chuyên sâu vẫn còn nghèo nàn do năng lực, trình độ và hiểu biết thực tế của nhân sự đảm nhiệm còn chưa cao; các kênh ghi nhận phản hồi và góp ý của NLĐ chưa được thiết lập đồng bộ trên toàn hệ thống.

Từ đó, hệ thống truyền thông nội bộ đặt ra phương hướng hoạt động trong thời gian tới như sau:

- Cần phải xác định được giá trị cốt lõi của hoạt động truyền thông nội bộ của Vinatex là ***"minh bạch thông tin – xây dựng niềm tin"***, để từ đó xây dựng chiến lược truyền thông xoay quanh giá trị cốt lõi này, nhằm nêu bật vai trò cụ thể của website, Tạp chí và các công cụ truyền thông đa phương tiện.

- Tổ chức các khóa đào tạo chuyên sâu thường niên và các chuyến đi khảo sát tại các doanh nghiệp cho các cán bộ chuyên trách công tác truyền thông nội bộ nhằm nâng cao năng lực, kiến thức thực tế, cũng như cập nhật các xu hướng truyền thông hiện đại, đảm bảo tính chuyên nghiệp và phù hợp với các tình hình xã hội mới.

- Thực hiện tốt hơn việc truyền thông 2 chiều bằng cách thiết lập các kênh ghi nhận phản hồi từ phía NLĐ tại các doanh nghiệp còn thiếu để kịp thời giải đáp các vướng mắc và kiến nghị, giúp truyền thông nội bộ thực sự là cầu nối hiệu quả giữa doanh nghiệp và NLĐ.

- Phát triển các sản phẩm truyền thông thân thiện, dễ gần, dễ hiểu dưới dạng infographic (tranh ảnh, đồ họa), video, ... nhằm giúp NLĐ có thể dễ dàng tiếp thu các thông điệp doanh nghiệp muốn truyền tải.

Như vậy có thể thấy, định hướng công tác cũng như vai trò của hoạt động truyền thông nội bộ là nhằm khiến NLĐ tin hơn vào chế độ, vào doanh nghiệp; giúp NLĐ thấy được tiêu chuẩn thực tiễn của công bằng, của dân chủ và văn minh; giúp NLĐ hiểu rõ những khái niệm về thị trường và định hướng XHCN. Truyền thông nội bộ phải là công cụ để có thể truyền đạt cho NLĐ hiểu và tin, rằng mục đích cuối cùng của các doanh nghiệp hướng tới chính là tạo ra một môi trường làm việc thuận lợi nhất, để NLĐ thỏa sức sáng tạo và cống hiến, hoàn thành các mục tiêu sản xuất kinh doanh, mang lại lợi ích và thu nhập cho cả doanh nghiệp và bản thân. Có được sự đồng thuận của NLĐ cũng như sở hữu được một bó đũa, sẽ không có khó khăn nào có thể "bẻ gãy" được bó đũa đoàn kết này của các doanh nghiệp dệt may Vinatex ●

SỰ KIỆN CỦA TẬP ĐOÀN

tháng 6/2020

Ngày 19/6/2020

Natexco: Đại hội đồng cổ đông thường niên năm 2020



Ngày 19/6 tại Nam Định, Tổng công ty Cổ phần Dệt May Nam Định (Natexco) đã tổ chức Đại hội đồng cổ đông thường niên năm 2020 với sự tham gia của 90 cổ đông, đại diện cho 12.305.120 cổ phần.

Trong năm 2020, Natexco phấn đấu đạt mức doanh thu 1.750 tỷ đồng, xuất khẩu 63 triệu USD, chia cổ tức 5%. Mức lương người lao động bình quân khoảng 6,63 triệu đồng/người/tháng. Tuy nhiên, với tình hình thị trường còn nhiều khó khăn, do cuộc chiến thương mại Mỹ – Trung chưa chấm dứt, dịch bệnh Covid diễn biến phức tạp, không lường trước hậu quả, nên HĐQT Tổng công ty định hướng: Tăng cường quản trị nhằm ngăn ngừa và hạn chế nguy cơ, rủi ro trong quá trình SXKD. Tiết giảm chi phí trên tất cả các lĩnh vực, kiểm soát chặt chẽ từng khoản mục chi phí, định mức tiêu hao, tăng cường công tác tiết kiệm. Tận dụng các chính sách hỗ trợ, miễn giảm của nhà nước về thuế, phí, điện, lãi suất, bảo hiểm... đối với DN và NLĐ. Điều hành SX linh hoạt, tập trung kết nối tối đa các lĩnh vực trong chuỗi sản phẩm Sợi-Dệt-Nhuộm, tiến tới Sợi-Dệt-Nhuộm-May.

Ngày 26/6/2020

Vinatex tập huấn nghiệp vụ PCCC năm 2020 cho CBCNV Văn phòng 1



Ngày 26/6, Tập đoàn Dệt May Việt Nam (Vinatex) đã phối hợp với Phòng Tuyên truyền và Xây dựng phong trào toàn dân PCCC và cứu nạn cứu hộ (Cục Cảnh sát PCCC và cứu nạn cứu hộ) tổ chức buổi tập huấn nghiệp vụ công tác phòng cháy chữa cháy (PCCC) năm 2020 cho cán bộ nhân viên (CBCNV) Văn phòng 1 Tập đoàn.

Trong những năm qua, công tác phòng cháy chữa cháy luôn là một trong những hoạt động được lãnh đạo Tập đoàn và các đơn vị thành viên quan tâm và triển khai đến toàn thể CBCNV nhằm giảm thiểu tối đa những thiệt hại do cháy nổ gây ra đối với hoạt động sản xuất kinh doanh. Trong đó, đẩy mạnh công tác tuyên truyền, giáo dục, phổ biến kiến thức, nâng cao nhận thức và hiểu biết về PCCC cho toàn thể CBCNV là một trong những hoạt động thường xuyên được Tập đoàn và các đơn vị thành viên tổ chức.

Ngày 26/6/2020

Học sinh – sinh viên tham gia Ngày hội việc làm Trường Cao đẳng Kinh tế – Kỹ thuật Vinatex TP. Hồ Chí Minh

Nhằm tạo điều kiện cho các bạn sinh viên tiếp cận nhiều cơ hội việc làm và đảm bảo đầu ra cho sinh viên tốt nghiệp, ngày 26/06/2020, tại Cơ sở 1, Trường Cao đẳng Kinh tế – Kỹ thuật Vinatex TP. Hồ Chí Minh đã tổ chức "Ngày hội việc làm năm 2020" với sự tham gia của gần 1.000 học sinh, sinh viên.

"Ngày hội việc làm năm 2020" tại Trường Cao đẳng Kinh tế – Kỹ thuật Vinatex TP. Hồ Chí Minh cũng thu hút 48 doanh nghiệp, tổ chức lớn tham gia tuyển dụng trực tiếp, trong đó có: Tổng công ty CP May Việt Tiến, Tổng Công ty May Nhà Bè – CTCP, Công ty Cổ phần May Hữu Nghị, Công ty Cổ phần May Phương Đông, Công ty Cổ phần Sợi Thế kỷ, Công ty Cổ phần Viễn thông FPT Telecom,...Các DN tập trung tuyển dụng các ngành nghề chính như: Quản trị kinh doanh, Kế toán, Ngoại ngữ, tin học, Công nghệ May – Thiết kế thời trang... Sự kiện tuyển dụng hết sức sôi động, mang lại ý nghĩa thiết thực cho các em HSSV cũng như các DN tham gia tư vấn, tuyển dụng.



Ảnh: Xuân Quý

"SẺ CHIA LÀ KHỎE"

Bài: **KIỀU BÍCH HẬU**



Trong "Ngày hội hiến máu nhân đạo" nhân kỷ niệm 91 năm Ngày thành lập Công đoàn Việt Nam do Công đoàn và Đoàn Thanh niên TCT May 10 tổ chức (13/7/2020), tôi đã gặp chàng trai trẻ lập kỷ lục hiến máu lần thứ 8 tại đây – anh Nguyễn Vinh Quang – Cán bộ điều động sản xuất của Tổng Công ty.

Vậy điều gì đã khiến anh Nguyễn Vinh Quang tâm huyết với nghĩa cử ấy? Chúng ta cùng trò chuyện với anh để biết được động lực của anh trong công việc, cũng như trong hành động hiến máu nhân đạo này.

Chào Nguyễn Vinh Quang, được biết đây là lần thứ 8 anh đi hiến máu nhân đạo. Hẳn rằng anh phải có sức khỏe phi thường thì mới tạo được kỷ lục như vậy?

Thực ra, tôi đi hiến máu từ thời còn là sinh viên. Tôi cũng đã làm việc ở May 10 được 7 năm rồi, nên mỗi năm tôi đi hiến máu một lần. Cũng không có gì là quá ghê gớm, tôi có sức khỏe bình thường như bao trai tráng khác mà thôi.

Sau khi hiến máu, anh cảm thấy trong người có gì thay đổi hay không?

Qua nhiều lần hiến máu, tôi chỉ thấy sức khỏe của mình tốt hơn. Giống như việc cơ thể được đổi mới, kích hoạt để mạnh mẽ hơn lên, dòng máu được sinh ra mới mẻ khiến cơ thể sung sức hơn. Tôi cho rằng hiến máu là hoàn toàn lành mạnh. Không những thế, với ý nghĩa "Một giọt máu cho đi, một cuộc đời ở lại" thì thông qua hành động hiến máu nhiều lần của mình, tôi muốn lan tỏa tới thanh niên cả nước, hãy chung tay vì sức khỏe cộng đồng, vì mạng sống quý giá của đồng bào chúng ta.

Vậy trong lần hiến máu đầu tiên, anh có cảm xúc ra sao?

Hồi đó tôi là sinh viên, mới mười tám tuổi, quyết định đi hiến máu lần đầu. Tôi hiểu rằng ai đó, ở nơi nào đó trên đất nước chúng ta, đang gặp nguy hiểm tới tính mạng, cần những giọt máu của tôi và thế là tôi đủ mạnh mẽ để vượt qua lo lắng khi đi hiến máu. Tuy cũng có chút hồi hộp, thậm chí lo sợ nữa trước khi hiến máu, nhưng rồi sau đó thấy cơ thể vẫn bình thường thì cảm giác này cũng qua nhanh.



Ban Lãnh đạo TCT May 10 tham gia hiến máu nhân đạo

Người thân của anh có ủng hộ anh làm việc này?

Ban đầu, bố mẹ tôi đã ngăn cản tôi vì sợ rằng tôi không đủ sức khỏe, sợ tôi sẽ suy yếu sau khi hiến máu. Tôi phải kiên trì thuyết phục bố mẹ. Sau đó, bố mẹ hiểu hành động đẹp của con trai mình nên đã đồng ý. Rồi bố mẹ thấy tôi khỏe, hào hứng với việc tốt, nên những lần sau đã ủng hộ tôi đi hiến máu. Thậm chí, tới khi mẹ tôi làm công tác ở Hội chữ thập đỏ, còn vận động tôi hiến máu tại phường.

Vậy là hành động đẹp của anh đã lan tỏa, thuyết phục được người thân. Còn các bạn học của anh, đồng nghiệp của anh thì sao? Anh có thuyết phục được họ cùng đi hiến máu như anh?

Hồi tôi là sinh viên, đã hoạt động công tác Đoàn Thanh niên, tôi có vận động các bạn đi hiến máu. Lúc đầu, có những phản đối, có thể là họ sợ hoặc là họ không thích, nên họ cho rằng đó là đi bán máu, hoặc nghĩ mình còn thiếu máu thì đi hiến máu sao được! Tôi đã giải thích với họ rằng, mỗi lần hiến máu, chúng ta chỉ cho đi 1/20 lượng máu của cơ thể, do đó sẽ không thể khiến mình suy yếu được. Tất nhiên, nếu ai không đủ sức khỏe thì không nên làm. Khi nói về ý nghĩa của việc hiến máu, dần dần tôi cũng thuyết phục được họ thay đổi suy nghĩ, và kết quả là 50% số thanh niên trong trường đã tham gia.

Đó cũng là một tỷ lệ ấn tượng rồi! Vậy với kinh nghiệm nhiều lần hiến máu, thì anh cần tự chăm sóc mình ra sao để có sức khỏe, sức bền? Bởi theo suy đoán của tôi, chắc chắn anh không dừng lại ở lần hiến máu thứ 8.

Đúng vậy, tôi sẽ còn tiếp tục hiến máu cứu người. Đó là một trong những việc ý nghĩa mà tôi mong muốn được làm trong cuộc đời mình. Còn về kinh nghiệm tự chăm sóc sau hiến máu thì tôi thấy cũng không có gì đặc biệt lắm. Chúng ta chỉ cần ăn uống điều độ, bổ sung sữa, thịt bò, trứng, gan, nhưng không ăn quá nhiều, tránh bị quá tải cho hệ tiêu hóa và bị béo. Không uống rượu, bia, không thức khuya quá 22h. Trong tuần đầu tiên sau hiến máu thì không vận động quá mạnh như đá bóng, tập gym, làm việc quá sức. Còn để giữ sức bền, cân nặng lý tưởng thì tôi chơi bóng đá 2 lần/tuần.

Anh có nhắc tới việc không thức khuya quá 22h, nhưng tuổi trẻ như anh mà làm được điều đó hẳn không dễ. Bởi như tôi thấy, hiện nay các bạn trẻ 9X hầu hết đều thức quá 0h, thậm chí tới 2-3h sáng mới ngủ, rất ảnh hưởng tới sức khỏe về lâu dài.

Thức quá khuya, ngày uể oải, khó tập trung,... đó là một trong những hiện tượng không hay mà giới trẻ chúng tôi thường mắc phải. Có quá nhiều những thứ thu hút chúng tôi, như điện thoại thông minh, tivi, máy tính, những mối quan tâm, quan hệ ảo trên mạng, những trò giải trí với bạn ở bên ngoài,... Để có thể đi ngủ trước 22h30, cần phải có sự tự kỷ luật nghiêm ngặt. Ví dụ khi đi hiến máu, muốn giữ sức khỏe thì cần đi ngủ đúng giờ, nên tôi thấy việc này lại có tác dụng tốt trong việc rèn ý chí. Như vậy, hiến máu có hai tác dụng: đó là sẻ chia những giọt máu của chính mình để cứu người, và lại là tác nhân gián tiếp cho mình sức khỏe. Do đó tôi thấy rằng, sẻ chia là khỏe ra, chứ không phải sẽ suy yếu như cách nghĩ của một số người. Sẻ chia giọt máu đào, hay bất cứ thứ gì cho cộng đồng, sẽ giúp cộng đồng khỏe hơn, và khi cả cộng đồng khỏe, thì ngược lại mình cũng rất khỏe. Ví dụ như dịch Covid-19 vừa qua, nếu chỉ mình ta khỏe, mà trong cộng đồng lây lan dịch rất nhanh, thì ta cũng khó tránh.

Cách nghĩ, cách nhìn của anh thật thú vị. Vậy anh hiểu chữ KHỎE đầy đủ như thế nào?

KHỎE có nghĩa rất rộng, không chỉ thể chất, mà còn tinh thần, ý chí, sự nghiệp, quan hệ xã hội. Cụ thể hơn, muốn sống thực sự khỏe, thì cần có tinh thần cân bằng, có cộng đồng thấu hiểu, yêu thương, chia sẻ với nhau. Mọi người cùng khỏe, cùng hạnh phúc. Mình cần hạnh phúc khi thấy qua sự hỗ trợ của mình, người khác được khỏe, vui, thì đó mới là hạnh phúc trọn vẹn. Chứ không phải ta cứ cố khỏe hơn, giàu hơn, đẹp hơn người khác thì ta mới hạnh phúc.

Điều gì khiến anh có động lực để luôn suy nghĩ tích cực như vậy?

Đó là lòng biết ơn của tôi và gia đình tôi đối với Tổng Công ty May 10 – Ngôi nhà thứ hai của cả gia đình tôi. Bố tôi học đại học xong là vào làm ở May 10. Tại đây bố tôi gặp mẹ và kết hôn, để có tôi bây giờ. Bố mẹ tôi cả đời gắn kết với May 10, được đãi ngộ xứng đáng nên đã từ hai bàn tay trắng mà phát triển được một cuộc sống đầy đủ, hạnh phúc. Bố mẹ tôi mua được đất, xây nhà 4 tầng chỉ cách May 10 khoảng nửa cây số nên đi làm rất thuận lợi. Ngay khi tốt nghiệp, tôi đã về May 10 làm việc, được các cô chú, anh chị em đồng nghiệp hỗ trợ rất nhiều. Vì tất cả những lẽ đó, trong tôi là tình yêu lớn, lòng biết ơn đối với May 10, và tôi xác định sứ mệnh của mình là cống hiến cho TCT May 10, phát triển năng lực của mình ở đây.

Xin cảm ơn anh và chúc anh làm tốt sứ mệnh của mình !

DOANH NGHIỆP DỆT MAY TIẾT KIỆM ĐIỆN

Tiết kiệm điện đặc biệt quan trọng đối với ngành Dệt May - ngành có mức tiêu thụ điện lớn. Nhất là trong bối cảnh dịch bệnh Covid-19 hiện nay, bài toán tiết kiệm năng lượng điện càng trở nên quan trọng hơn bao giờ hết, nó trở thành một trong những mục tiêu "sống còn" của các doanh nghiệp.

Bài: **MINH HƯƠNG**



May 10 - Đơn vị đi đầu trong tiết kiệm điện

Đồng bộ các giải pháp

Năm 2019, tổng điện năng tiêu thụ tại trụ sở Tổng công ty May 10 là hơn 4 triệu kWh tương ứng với số tiền gần 11 tỷ đồng, chiếm 10% chi phí sản xuất của doanh nghiệp. Do vậy, tiết kiệm điện luôn là "kim chỉ nam" của May 10 trong hoạt động sản xuất kinh doanh. Lãnh đạo Tổng công ty đã có những giải pháp đồng bộ, kịp thời từ các biện pháp để quản lý sản xuất, đầu tư,... cùng các biện pháp kỹ thuật để tiết kiệm điện năng tiêu thụ cho doanh nghiệp một cách hiệu quả.

May 10 là một trong những đơn vị thành viên đầu tiên thuộc Tập đoàn Dệt May Việt Nam (Vinatex) đầu tư các thiết bị công nghệ để tiết kiệm năng lượng điện với 100% các xưởng may sử dụng máy động cơ Servo thay thế cho động cơ ly hợp. Bên cạnh đó, Công ty còn đầu tư vào các thiết bị sử dụng biến tần để điều khiển động cơ, như: Máy cắt vòng, máy ép mex, bàn hút... qua đó kiểm soát được tốc độ động cơ theo yêu cầu mà vẫn đảm bảo tiết kiệm điện, hiệu quả sản xuất. Trong các thiết kế và lắp đặt hệ thống điện thi công các dự án, May 10 luôn lựa chọn dây dẫn phù hợp đảm bảo, giảm tổn hao truyền dẫn và an toàn. Các công trình xây dựng mới đều phải chú ý thiết kế tăng cường cửa kính, sử dụng ánh sáng tự nhiên. Tại các văn phòng làm việc độ sáng yêu cầu là 300 - 400 Lux nên những hôm trời sáng, ánh sáng ngoài trời 10.000 - 66.000 Lux chỉ cần mở rèm cửa là tận dụng được ánh sáng tự nhiên, qua đó tắt các thiết bị đèn trong phòng để tiết kiệm điện.

Không những vậy, May 10 còn đầu tư vào các hệ thống làm mát dạng Tunnel (hệ thống quạt thông gió và làm mát bằng hơi nước) có hiệu quả làm mát cao nhưng sử dụng ít điện năng và hạn chế thời gian chạy máy điều hòa trung tâm. Hiện tại, Công ty cũng cho cải tạo nâng cấp các trạm biến áp, trung tâm phân phối điện, trung tâm nén khí. Thiết bị tập trung tại một vị trí giúp giảm tổn hao do truyền tải điện, tổn hao khí nén trên đường ống, qua đó tiết kiệm chi phí điện, nâng cao hệ số an toàn.

Ngoài các giải pháp về đầu tư, May 10 còn tập trung chú trọng các giải pháp về kỹ thuật để giảm khả năng tiêu thụ điện năng của doanh nghiệp. Công ty cho thay thế toàn bộ bóng đèn huỳnh quang T8, T10 chiếu sáng cũ chuyển 100% sang bóng đèn LED cho các dự án mới và các đơn vị của doanh nghiệp như: Khu sơ mi, Khu Veston, khối văn phòng tại trụ sở Tổng công ty và các đơn vị địa phương (xí nghiệp Veston Hưng Hà, XN May Hưng Hà, Thái Hà, Đông Hưng, Bỉm Sơn, Vị Hoàng). Giảm số bóng đèn chiếu sáng chung và những khu vực không cần thiết, sử dụng bóng đèn LED công suất nhỏ chiếu sáng cục bộ đầu máy.

Đối với những nơi chiếu sáng công cộng, biển quảng cáo và tại các cửa hàng đều sử dụng bóng đèn LED nhằm giảm tiêu thụ điện năng, đã thực hiện tại: Các cửa hàng May 10, Grusz, chiếu sáng cổng...
Tại các xí nghiệp, Công ty cho lắp đặt biến tần điều khiển quạt hút, quạt đẩy cho lò hơi than làm giảm tiêu thụ năng lượng điện, nhiên liệu đốt. Hệ thống nước nóng sử dụng năng lượng mặt trời cũng được lắp đặt cho các tòa nhà, giảm tiêu thụ điện từ bình nóng lạnh. Phân chia công tắc điều khiển đèn chiếu sáng trong xí nghiệp thành các cụm nhỏ để dễ bật tắt khi cần thiết và khi có ít người đi làm. May 10 luôn quan tâm lắp đặt bù hệ số công suất và kiểm tra bảo dưỡng hệ thống làm việc ổn định đảm bảo hệ số công suất 0.9 trở lên. Công tác thực hiện kiểm toán năng lượng định kỳ theo đúng quy định của pháp luật.

Theo Ông Thân Đức Việt – Tổng Giám đốc Công ty May 10: "Sau khi áp dụng đồng bộ các giải pháp và tích cực thực hiện tiết kiệm điện, trong những năm qua May 10 đã giảm được lượng điện tiêu thụ khoảng 572.070kWh điện so với trước khi áp dụng. Giá trị tiết kiệm điện khi thay thế đèn LED tại các phân xưởng; xí nghiệp như sau: Tại Khu Veston: 239.632.000đ/năm. Tại Khu sơ mi, ODM: 73.000.000đ/năm. Tại XN May Hưng Hà: 341.845.000đ/năm. Tại XN Veston Hưng Hà: 165.478.000đ/năm. Tại XN Thái Hà: 212.784.000đ/năm. Siêu thị M10 mart: 85.084.646đ/năm.

Đẩy mạnh công tác tuyên truyền

Tiết kiệm điện là ý thức tự giác của mỗi người, đặc biệt là đối với các doanh nghiệp thì ý thức tự giác của người lao động đóng vai trò quan trọng trong việc tiết kiệm năng lượng sản xuất.

Ông Phí Ngọc Trịnh – Tổng Giám đốc Công ty May Hồ Gươm cho biết: "Ngoài các biện pháp về kỹ thuật, đầu tư công nghệ mới thì việc tăng cường công tác tuyên truyền giáo dục cho cán bộ, công nhân viên nâng cao ý thức sử dụng tiết kiệm điện không những ở nơi làm việc mà còn tại chính gia đình của mỗi người. Đầu năm các đơn vị xí nghiệp tham gia ký giao ước thi đua tiết kiệm chi phí trong đó có tiết kiệm điện và cuối năm Tổng công ty xét thưởng cho các cá nhân, đơn vị đạt được kết quả tốt. Việc bố trí mặt bằng, dây chuyền sản xuất hợp lý, đào tạo nâng cao tay nghề cũng nhằm thúc đẩy tăng năng suất phát huy hiệu quả dây chuyền công nghệ".

Tổng Công ty May Hồ Gươm còn cho xây dựng quy chế sử dụng điện, sử dụng thiết bị cho các đơn vị. Thực hiện lộ trình giảm giờ làm, hạn chế làm thêm và giảm tối đa thời gian làm việc vào giờ cao điểm, ngày Chủ Nhật. Các xí nghiệp trong Công ty lắp công tơ điện theo dõi điện năng tiêu thụ tới từng bộ phận của đơn vị sản xuất. Hàng tháng, Công ty thống kê, đánh giá và so sánh lượng điện tiêu thụ. Hiện nay, May Hồ Gươm còn nghiên cứu thao tác chuẩn đưa vào áp dụng để tăng năng suất lao động, giảm vị trí làm việc trên chuyền may do đó giảm số lượng thiết bị, giảm lượng đèn chiếu sáng không cần thiết để tiết kiệm chi phí.

Ông Vũ Đức Giang - Chủ tịch Hiệp hội Dệt May Việt Nam cho biết: "Ngành DMVN là ngành xuất khẩu mũi nhọn của đất nước. Mỗi năm kim ngạch xuất khẩu đạt hàng chục tỷ USD. Năm 2019 ngành xuất khẩu đạt trên 39 tỷ USD, nhưng ngành DMVN cũng là ngành tiêu thụ điện lớn, mỗi năm chi phí cho năng lượng điện trên 3 tỷ USD. Nếu tiết kiệm tối đa chi phí về năng lượng điện sẽ tăng khả năng cạnh tranh của sản phẩm dệt may xuất khẩu. Đồng nghĩa với đời sống thu nhập của người lao động ngày càng được cải thiện hơn."



Ông Phí Ngọc Trịnh – Tổng Giám đốc Công ty May Hồ Gươm

THỰC TRẠNG VÀ NHU CẦU LAO ĐỘNG NGÀNH SỢI - DỆT - NHUỘM TRONG BỐI CẢNH CMCN 4.0

Nguồn lực lao động là một yếu tố cốt lõi của Ngành DMVN, nhất là nhân lực sợi-dệt-nhuộm, vậy trong bối cảnh CMCN 4.0, Ngành sẽ quản trị nguồn lực này ra sao?

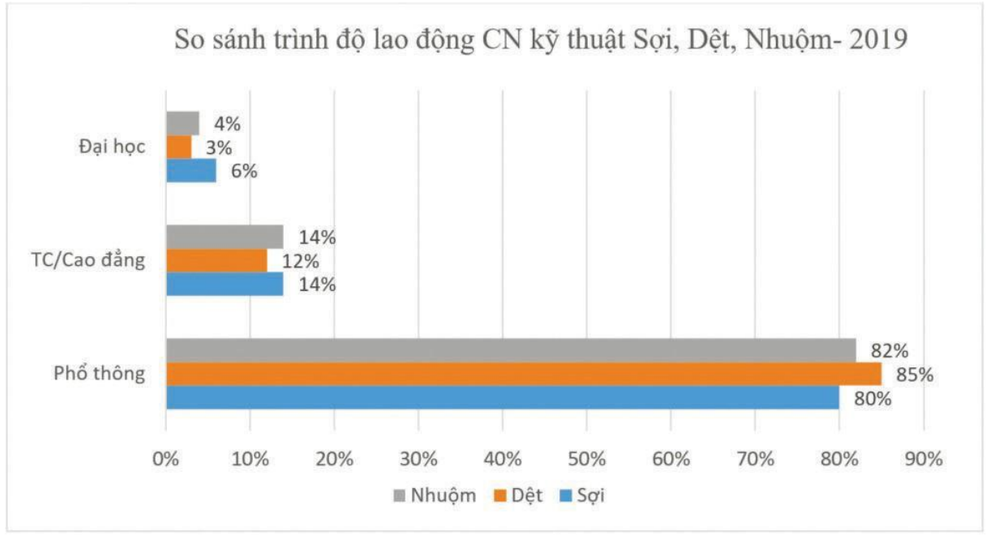
Bài: **TS. TẠ VĂN CÁNH**
Phó Trưởng Khoa Kinh tế
Trường Đại học Công nghiệp Dệt May Hà Nội

THỰC TRẠNG VỀ TRÌNH ĐỘ ĐÀO TẠO CỦA NHÓM NGÀNH SỢI, DỆT, NHUỘM

Đối với công nhân kỹ thuật

Qua khảo sát thực trạng lao động tại một số doanh nghiệp sợi, dệt, nhuộm thuộc Tập đoàn cho thấy lao động công nhân kỹ thuật được đào tạo về văn hóa ở bậc cao đẳng và đại học có xu hướng tăng lên so với 5 năm trước (theo Tổng cục Thống kê năm 2016, lao động phổ thông chiếm 87%, đại học xấp xỉ 3%, Trung cấp cao đẳng xấp xỉ 10%). Hình 1 dưới đây cho thấy xấp xỉ 20% lao động kỹ thuật được đào tạo tại các trường cao đẳng và đại học, điều này cho thấy có sự dịch chuyển về nhận thức trong lao động, điều này giúp cho công tác quản lý và triển khai công việc có hiệu quả hơn. Mặc dầu vậy tỷ lệ này vẫn còn rất thấp do tâm lý người lao động vẫn còn e ngại rằng học cao đẳng và đại học phải làm ở các vị trí quản lý không phải làm công nhân.

Việc lao động trực tiếp có trình độ đào tạo phổ thông chiếm đa số gặp khá nhiều hạn chế. Thứ nhất, về tư duy logic xử lý vấn đề còn yếu do chưa được đào tạo bài bản về chuyên môn. thứ hai, làm việc thụ động, đa số lao động trình độ thấp đều xuất phát từ việc học hành yếu, thiếu năng lực vượt khó và do đó họ hay buông xuôi, được đến đâu hay đến đó. Thứ ba, ý thức tuân thủ kỷ luật đối với lao động có phần kém hơn các lao động được đào tạo bài bản do nhận thức hạn chế.



Hình 1. Trình độ lao động công nhân kỹ thuật

Lao động được đào tạo qua các trường cao đẳng, đại học có lợi thế hơn do được sàng lọc bởi nhiều cấp độ khác nhau như: sàng lọc đầu vào khi nhập học, chịu áp lực học, thi và các áp lực trí tuệ khác khiến họ được tôi luyện về tư duy tốt do vậy sẽ rất thuận lợi cho việc tiếp nhận tri thức mới, điều này có lợi cho việc ứng dụng CMCN 4.0. Do vậy, lãnh đạo doanh nghiệp cần chú trọng trong công tác đào tạo, bồi dưỡng lao động thường xuyên, nhằm trang bị kiến thức, kỹ năng và thái độ tích cực cho người lao động.

Đối với cán bộ kỹ thuật

Cán bộ kỹ thuật được đào tạo bài bản chiếm đa số (xấp xỉ 70%) đây là điểm thuận lợi cho doanh nghiệp, số lao động còn lại trưởng thành từ lao động phổ thông (30%) đây là những cá nhân xuất sắc có kinh nghiệm và kỹ năng chuyên môn tốt. Mặc dù vậy, qua trao đổi trực tiếp với lãnh đạo một số doanh nghiệp lớn thì phần lớn các cán bộ kỹ thuật có trình độ đào tạo cao hơn công nhân kỹ thuật với đa số được đào tạo hệ trung cấp, cao đẳng (xấp xỉ 50%) do đó vẫn còn nhiều hạn chế về các kiến thức hàn lâm, chủ yếu tích lũy từ kinh nghiệm "làm được nhưng chưa nói được", theo nhận xét của lãnh đạo doanh nghiệp.

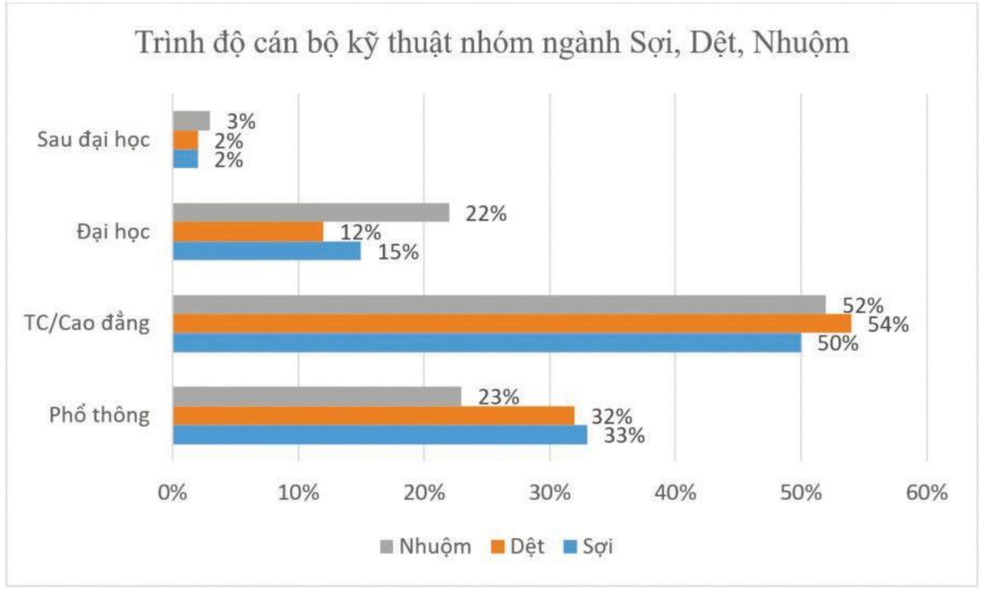
Theo quy chuẩn về chức danh nghề nghiệp, cán bộ kỹ thuật thường là những người được đào tạo ở các trường đại học, cao đẳng và trung cấp, có khả năng lãnh đạo, chỉ đạo, quản lý, giám sát một nghề chuyên môn kỹ thuật nhất định. Nhưng hiện nay nhiều cán bộ kỹ thuật vẫn còn ở trình độ phổ thông, chỉ làm một số chuyên môn nhất định, do đó việc linh hoạt chuyển đổi công việc sẽ gặp nhiều khó khăn, đặc biệt với CMCN 4.0 đòi hỏi cán bộ kỹ thuật phải được đào tạo đa năng có khả năng linh hoạt, làm chủ công nghệ.

Đối với cán bộ quản lý

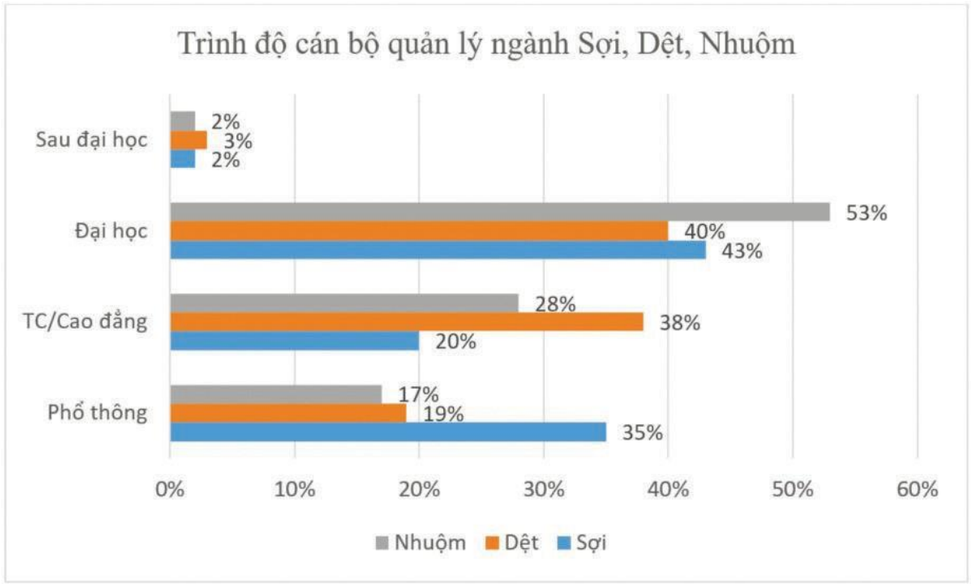
Hình 3 cho thấy sự khác biệt đối với cán bộ kỹ thuật và công nhân kỹ thuật về cơ cấu trình độ. Tỷ lệ cán bộ quản lý chưa qua đào tạo chiếm xấp xỉ 20%, riêng ngành sợi tỷ lệ này cao hơn (35%). Tỷ lệ đại học và sau đại học chiếm xấp xỉ 50%, như vậy có thể nói là cứ hai cán bộ quản lý thì có một người được đào tạo ở bậc đại học. Đây là tỷ lệ hợp lý tại thời điểm này, tuy nhiên xét về lâu dài thì tỷ lệ cán bộ quản lý được đào tạo ở bậc đại học cần nâng đến xấp xỉ 90%, bởi ở cấp này họ được đào tạo nhiều kỹ năng cần thiết như: Kỹ năng mềm, kỹ năng công nghệ thông tin, kỹ năng ngoại ngữ (các kỹ năng này phải đạt chuẩn thì mới tốt nghiệp được) những kỹ năng này rất cần thiết cho việc chuyển đổi sang CMCN 4.0.

THỰC TRẠNG VỀ KIẾN THỨC, KỸ NĂNG CHUYÊN MÔN CỦA CÔNG NHÂN KỸ THUẬT

Theo quy định của luật lao động 2012, công nhân kỹ thuật là những người thực hiện hoạt động thừa hành kĩ thuật, đã trải qua giáo dục



Hình 2. Trình độ lao động cán bộ kỹ thuật



Hình 3. Trình độ cán bộ quản lý

H1	H2	H3	H4	H5
3%	14%	44%	30%	8%

Bảng 1. Kiến thức CNKT Sợi

H1: Rất yếu; H2: Yếu; H3: Trung bình, H4: Tốt, H5: Rất tốt

H1	H2	H3	H4	H5
4%	11%	44%	42%	0%

Bảng 2. Kỹ năng CNKT Sợi

H1: Rất yếu; H2: Yếu; H3: Trung bình, H4: Tốt, H5: Rất tốt

H1	H2	H3	H4	H5
21%	13%	38%	29%	0%

Bảng 3. Kiến thức CNKT dệt, nhuộm

H1: Rất yếu; H2: Yếu; H3: Trung bình, H4: Tốt, H5: Rất tốt

H1	H2	H3	H4	H5
6%	9%	47%	38%	0%

Bảng 4. Kỹ năng CNKT dệt, nhuộm

H1: Rất yếu; H2: Yếu; H3: Trung bình, H4: Tốt, H5: Rất tốt

đào tạo nghề từ 1 tới 3 năm và phải có bằng tốt nghiệp giáo dục nghề đó. Tuy nhiên, từ thực tế ngành dệt may, lao động bao gồm cả lao động được đào tạo và cấp bằng, chứng chỉ cả lao động phổ thông tốt nghiệp cấp 2,3 được đưa vào làm tại một số vị trí kỹ thuật, do đó tạm thời đưa họ vào danh sách công nhân kỹ thuật để đánh giá.

Kiến thức, kỹ năng với CNKT sợi

Kiến thức

Qua khảo sát 10 nhóm kiến thức cốt lõi của công nhân ngành sợi, xấp xỉ 17% lao động cần phải được đào tạo bổ sung gấp, 44% cần được chú trọng đào tạo nâng cao kiến thức chuyên môn để phục vụ công việc.

Kỹ năng

Khoảng 15% lao động có kỹ năng ở mức kém và rất kém cần được rèn luyện thường xuyên hơn và 44% cần chú ý bồi dưỡng tay nghề cho phù hợp. Trong đó đáng chú ý là kiến thức và kỹ năng về ngoại ngữ, công nghệ thông tin, công nghệ, cơ khí, khí nén, mối ghép, truyền động còn nhiều hạn chế.

Kiến thức, kỹ năng với CNKT dệt, nhuộm

Kiến thức

Nhìn chung lao động ngành dệt nhuộm cần được bồi dưỡng về kiến thức trên 30%, lao động cần chú trọng bồi dưỡng thường xuyên xấp xỉ 38%. Như vậy có thể thấy lao động dệt nhuộm cần chú ý đào tạo về kiến thức xấp xỉ 60%.

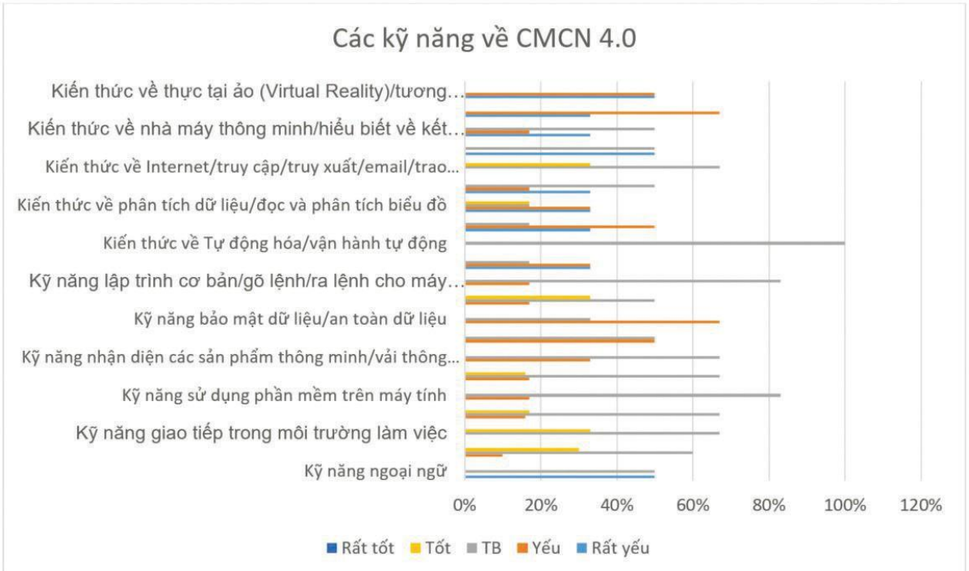
Kỹ năng

Trong 8 nhóm kỹ năng quan trọng được đánh giá, có xấp xỉ 15% lao động chưa đạt yêu cầu cho công việc, 47% tạm chấp nhận được. Đáng chú ý là kỹ năng sử dụng thành thạo các thiết bị trên dây chuyền, kiểm tra đánh giá các chỉ tiêu chất lượng, an toàn vệ sinh công nghiệp, xấp xỉ 25% lao động được đánh giá ở mức yếu. Do đó doanh nghiệp nên chú ý đào tạo về vấn đề này.

THỰC TRẠNG KIẾN THỨC, KỸ NĂNG VỀ CMCN 4.0

Khảo sát về kiến thức và kỹ năng đáp ứng CMCN 4.0, trong tổng số 21 kỹ năng cơ bản đối với toàn bộ công nhân kỹ thuật và cán bộ kỹ thuật cho thấy kỹ năng ngoại ngữ, kỹ năng về IoT, kỹ năng vận hành trong môi trường ảo, kỹ năng sử dụng công nghệ RFID, kỹ năng lập trình/vận hành robot còn rất nhiều hạn chế, phần vì những công nghệ này chưa được phổ biến tại các doanh nghiệp, phần nữa do thiếu sự chủ động trong việc học hỏi, tìm tòi và sáng tạo. Điều quan trọng nữa là rất ít các kỹ năng về CMCN 4.0 được đào tạo tại các cơ sở giáo dục.

Với kết quả khảo sát các kỹ năng cơ bản về CMCN 4.0 ở trên cho ta thấy sự sẵn sàng cho CMCN 4.0 còn rất nhiều hạn chế. Điểm yếu cố hữu của lao động Việt Nam nói chung và lao động ngành may nói riêng đó chính là năng lực ngoại ngữ và năng lực công nghệ thông tin. Đây chính là điểm nút thắt để tiếp cận



Hình 4. Kỹ năng CMCN 4.0 của CNKT và CBKT Sợi, Dệt, Nhuộm

và sử dụng thành thạo công nghệ mới trong ngành sản xuất. Bởi ngôn ngữ hệ thống và giao tiếp với máy móc chủ yếu là tiếng Anh do đó nếu khắc phục được điểm yếu này thì rõ ràng khả năng tiếp cận và sự sẵn sàng cho CMCN 4.0 sẽ dễ dàng hơn rất nhiều.

Quy trình triển khai ứng dụng CMCN 4.0 tại doanh nghiệp

Hiện nay trên thế giới đã có 15 quốc gia đang có chiến lược rõ ràng về triển khai CMCN 4.0, trong đó đáng chú ý châu Á có 4 quốc gia đang đi đầu về lĩnh vực này: Nhật Bản (2015-Industrial Value chain initiative), Hàn Quốc (2014-Manufacuring Innovation 3.0), Trung Quốc (2015- Made in China 2025), Singapore (2014-Smart nation). Để doanh nghiệp không đi lệch hướng, kinh nghiệm triển khai CMCN 4.0 được tóm tắt như sau: *Giai đoạn 1: Khởi tạo CMCN 4.0 (lập quy hoạch, đào tạo, đánh giá khả năng sẵn sàng, xác định mốc chuẩn trong ngành, các công nghệ cần thiết, xác định KPIs, xác định trọng tâm) -> Giai đoạn 2: Lộ trình và giải pháp (Phân tích quá trình, chuyển đổi kiến trúc hạ tầng v.v, xác định tầm nhìn, thiết kế, thử nghiệm, triển khai, giám sát, kiểm tra, duy trì, cải tiến v.v)-> Giai đoạn 3: Vận hành, cải tiến liên tục*

Với những nội dung đã nêu trên, rõ ràng cá nhân một doanh nghiệp hiện nay khó có thể tự mình thực hiện được, điều này cần có đội ngũ chuyên gia, tư vấn có kinh nghiệm để thực hiện. Trong phạm vi nghiên cứu này việc xác định nhu cầu lao động ngành sợi, dệt, nhuộm, may dựa trên các yếu tố như: mục tiêu tăng trưởng, kim ngạch xuất khẩu, chủng loại sản phẩm ưu tiên, khả năng ứng dụng thành tựu CMCN 4.0, mô hình sản xuất thông minh, các yếu tố bên ngoài như dịch bệnh, thiên tai, chiến tranh thương mại v.v.

STT	Năm	Kỳ (6 tháng)	Dự báo
1	2020	1	80,266
2		2	75,684
3	2021	1	75,296
4		2	74,290
5	2022	1	73.896
6		2	72.895
7	2023	1	72.496
8		2	71.501
9	2024	1	71.096
10		2	70.107
11	2025	1	69.696
12		2	68,712

Bảng 5. Dự báo xu thế lao động theo biến động thị trường

Dự báo nhu cầu lao động trong những năm tới

Với sự thay đổi nhanh chóng về công nghệ, đồng thời dưới tác động từ môi trường bên ngoài như thay đổi cung cầu, dịch bệnh, thiên tai, nhu cầu lao động sẽ có những thay đổi bất thường khó đoán định. Ở đây cũng cần lưu ý sự khác nhau giữa nhu cầu tuyển dụng lao động và khả năng cung cấp lao động của thị trường. Nhu cầu lao động căn cứ vào sự phát triển của doanh nghiệp, đặc biệt là nhu cầu của thị trường về sản phẩm sợi, dệt, nhuộm, may. Khả năng cung cấp lao động chính là lao động có sẵn và sẵn sàng làm cho doanh nghiệp. Trong những năm gần đây, nhu cầu về lao động ngành dệt may luôn cao trong khi đó khả năng cung cấp lao động của thị trường hạn chế do sự cạnh tranh từ các ngành khác như điện tử, da giày, cơ khí chế tạo, thực phẩm v.v. Do đặc thù dịch Covid-19 hiện nay nhu cầu về lao động tại các doanh nghiệp dệt may có phần chững lại vì doanh nghiệp đang thiếu đơn hàng do lệnh phong tỏa từ các quốc gia nhiễm bệnh, đặc biệt từ Mỹ.

Do tính chất của CMCN 4.0, có thể đưa ra hai giả định quan trọng để từ đó dự báo kết quả gần nhất với thực tế:

Case study 1. Việc ứng dụng CMCN 4.0 chưa thực sự rộng rãi trong 5 năm nữa hay nói cách khác doanh nghiệp chưa đầu tư nhiều vào công nghệ 4.0 do chưa xác định được nhu cầu ổn định của thị trường. Thị trường biến động do các yếu tố bên ngoài như dịch bệnh, thiên tai, các tranh chấp thương mại, chiến tranh lạnh. Do đó số lao động biến động theo xu hướng giảm dần và dịch chuyển sang ngành nghề khác do chuỗi cung ứng ngành dệt may bị gián đoạn, doanh nghiệp thiếu đơn hàng (Bảng 5).

Case study 2. Các doanh nghiệp từng bước áp dụng CMCN 4.0, ở đây lưu ý việc số hóa, tự động hóa và đào tạo nguồn nhân lực đáp ứng được các yêu cầu để triển khai CMCN 4.0. Song song với đó là giả định các mục tiêu tăng trưởng được Tập đoàn đề ra cả về giá trị sản xuất công nghiệp và kim ngạch xuất khẩu.

Chỉ tiêu/Năm	2020	2025	2030	Ghi chú
Giá trị sản xuất công nghiệp (Tỷ VND)	46.258,3	55.198,0	67.156,8	Mục tiêu doanh thu dự kiến (tăng xấp xỉ 10-21%%/năm theo tính toán về nhà máy thông minh, chỉ tính 30% các doanh nghiệp của Tập đoàn ứng dụng CN4.0)
Kim ngạch xuất khẩu (Tr. USD)	2.987,00	3.957,50	5.050,90	
Doanh thu (Tỷ VND)	50.922,00	66.216,50	88.612,60	
Mức độ tự động hóa theo CMCN 4.0				Mức độ tác động của CMCN 4.0 đến ngành dệt may/nhà máy thông minh
Đối với ngành Sợi	10%	30%	70%	Cơ sở lấy tỷ lệ % dựa trên khảo sát thực trạng về công nghệ và tự động hóa tại mục 2.5 chương 2 và xu thế tự động hóa của CMCN 4.0 trong các năm tiếp theo. Cũng theo Cisco, khi áp dụng CMCN 4.0 bước đầu đã giảm 20% nhân lực vận hành máy.
Đối với ngành Dệt- Nhuộm	5%	15%	40%	Dữ liệu được tính toán có tính đến hệ số tăng trưởng bình quân hiệu quả lao động, mức lao động cần có để đáp ứng mục tiêu kim ngạch xuất khẩu gấp 2 lần năm 2020 và hệ số ứng dụng công nghệ 4.0
Đối với ngành May	2%	10%	20%	
Lao động trong các DN Sợi (người)	17.510	14.271	11.417	
Lao động trong các DN Dệt, nhuộm (người)	20.798	17.678	15.027	
Lao động trong các DN May (người)	41.958	37.762	39.650	
Tổng số lao động tại các doanh nghiệp	80.266	69.711	66.094	

Bảng 6. Dự báo số lượng lao động dưới tác động của CMCN 4.0

Qua phân tích ở bảng 6 có thể thấy, mặc dù chỉ tiêu về doanh thu, kim ngạch xuất khẩu không ngừng tăng, số lượng lao động lại có xu hướng giảm. Điều này có thể giải thích rằng ngoài việc tiếp tục cải tiến, nâng cao năng suất lao động ra, các doanh nghiệp từng bước nâng cấp các trang biết bị hiện đại ở quy mô lớn hơn (ví dụ: Uster Tester 6 trong sợi, dệt và máy trải vải, cắt vải CNC tự động trong ngành may v.v) có thể thay thế lao động ở một số vị trí nhất định dẫn đến số lượng lao động bị giảm xuống.

Lao động tại các doanh nghiệp thuộc Vinatex trình độ đào tạo còn thấp, khả năng chuyển đổi từ sản xuất truyền thống sang CMCN 4.0 chắc chắn sẽ gặp rất nhiều khó khăn, vì vậy lãnh đạo các doanh nghiệp cần cân nhắc chiến lược đào tạo bồi dưỡng cho nguồn nhân lực hiện có, đồng thời có chiến lược tuyển dụng nhân lực có khả năng thực hiện tốt nhiệm vụ của CMCN 4.0.

Số lượng lao động có xu hướng giảm là yếu tố không thể tránh khỏi, ngoài nguyên nhân do tỷ lệ sinh giảm, sự cạnh tranh về lao động ngoài ngành dệt may ngày càng gay gắt, điểm mấu chốt chính là ứng dụng công nghệ mới kết hợp với quản trị thời CMCN 4.0 sẽ giảm thâm dụng lao động của ngành đồng thời giải quyết được vấn đề chất lượng sản phẩm tăng lên nhưng giá cả thì lại có xu hướng giảm xuống

ỨNG DỤNG TRÍ TUỆ NHÂN TẠO (AI) TRONG NGÀNH DỆT MAY

Sản xuất may mặc sử dụng nhiều lao động, có đặc trưng là đầu tư vốn cố định thấp, nhiều mẫu thiết kế sản phẩm, và do vậy sử dụng nhiều loại nguyên vật liệu đầu vào, lượng sản phẩm biến động, tính cạnh tranh cao và thường có yêu cầu cao về chất lượng sản phẩm.

Bài dịch: **HOÀNG THU HÀ**
Nguồn: https://clothingindustry.blogspot.com/2018/03/artificial-intelligence-apparel-industry.html

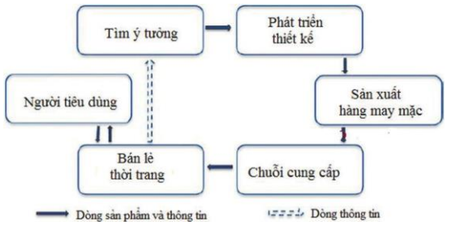
Tuy nhiên, yêu cầu cao về chất lượng hàng may mặc và sự hiểu biết của người tiêu dùng ngày càng tăng đã dẫn đến việc sử dụng các công cụ và thiết bị tự động hóa trong những năm gần đây trong sản xuất. Tự động hóa trong sản xuất may mặc đang trở thành hiện thực do những phát triển kỹ thuật và sử dụng mô hình hóa và mô phỏng. Do bản chất sử dụng nhiều lao động, ngành may mặc có thể hưởng nhiều lợi ích lớn từ việc sử dụng AI trong sản xuất kinh doanh.

Trong kỷ nguyên công nghệ thông tin, trí tuệ nhân tạo (AI) đã làm cuộc cách mạng trong lĩnh vực kỹ thuật, vật lý, y học và quản lý. Các mô hình toán học truyền thống được sử dụng để giải quyết các vấn đề hoặc trong quá trình đưa ra quyết định, là nguyên tắc chủ chốt của AI. AI có thể cung cấp các giải pháp ưu việt cho nhiều vấn đề do các đặc tính tự tìm tòi và thông minh. Có thể đạt được các kết quả rất đáng kể như cải tiến chất lượng, tăng năng suất và hạ thấp chi phí sản xuất với sự giúp đỡ của AI.

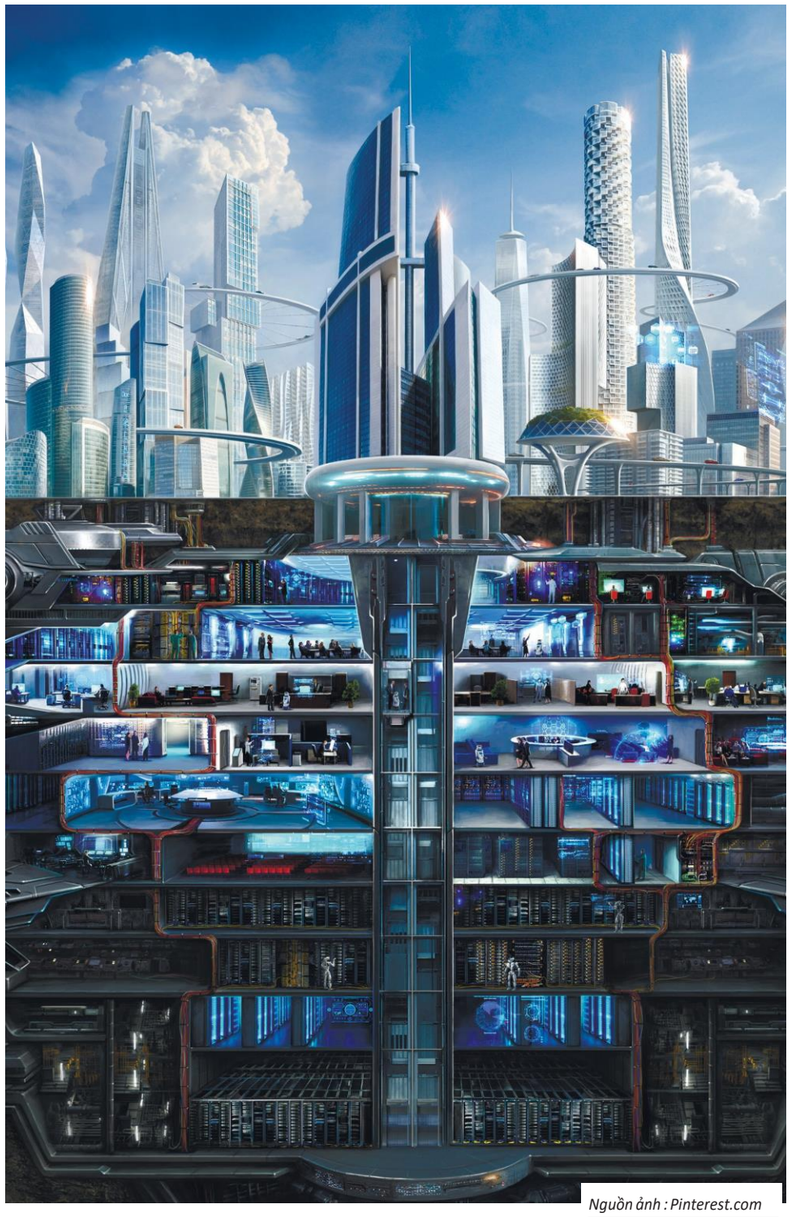
AI là một lĩnh vực của khoa học máy tính có thể mô phỏng các đặc tính của trí tuệ và năng lực cảm giác của con người. Các hệ thống AI có thể cung cấp các giải pháp ưu việt so với các hệ thống cổ điển do bản chất tự tìm tòi và thông minh của chúng.

Quá trình sản xuất hàng may mặc được mô tả trong Hình 1. Bắt đầu từ pha tìm ý tưởng, qua phát triển thiết kế, sản xuất, chuỗi cung cấp và bán lẻ cho đến khi đi tới người tiêu dùng. Trong pha tìm ý tưởng, nhà thiết kế tạo nên ý tưởng của một chủ đề dựa trên dự đoán các xu hướng về màu, vải, hình bóng (silhouette) và đồ trang trí.

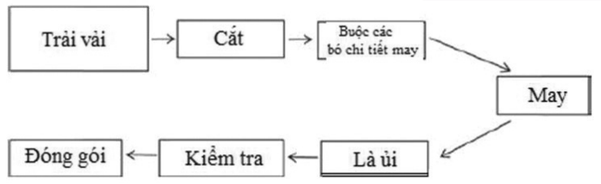
Khi đã hoàn thành quá trình phát triển sản phẩm thì quá trình sản xuất hàng may mặc bắt đầu. Quá trình sản xuất hàng may mặc bao gồm trải vải, cắt, buộc các bó chi tiết may, là ủi, kiểm tra và đóng gói (Hình 2). Vải là thành phần chính của hàng may mặc và vải là nguyên liệu đầu vào của nhà máy may. Khi nhận được vải thì vải được kiểm tra chất lượng, được bảo quản trong kho trong một thời gian và sau đó vải được trải lên bàn để cắt. Phụ thuộc vào thiết kế hàng may mặc, các chi



Hình 1 – Các quá trình sản xuất trong sản xuất may mặc



Nguồn ảnh : Pinterest.com



Hình 2 – Chu trình của quá trình sản xuất hàng may mặc

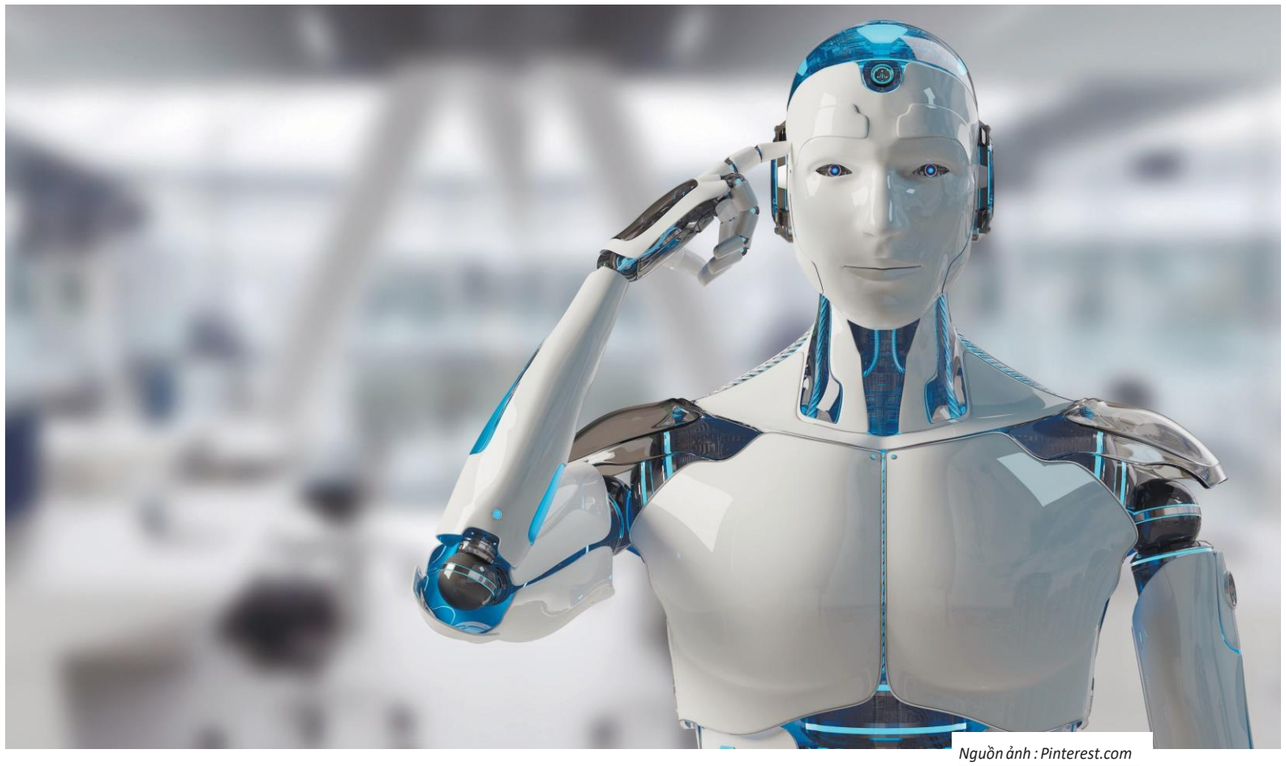
tiết may được cắt bằng các thiết bị cắt. Các chi tiết may đã cắt được buộc lại thành bó và được gắn thẻ, sau đó được đưa qua nhà máy may.

Các chi tiết may của quần áo được các thợ may lành nghề may ráp lại, là ép và hàng may mặc thành phẩm được kiểm tra chất lượng. Sau đó hàng may mặc được đóng gói và được nhà sản xuất hoặc nhà cung cấp logistic bên thứ ba gửi tới các nhà bán lẻ. Điểm bán lẻ là nơi mà người tiêu dùng mua sản phẩm. Người tiêu dùng ngày nay biết rõ về kiểu dáng quần áo, độ vừa vặn, chất lượng và giá. Phần lớn các thông số này được kiểm soát chặt trong các bước sản xuất như được mô tả trong Hình 2. Do vậy, trong các quá trình này, đội ngũ quản lý cần kiểm soát nhiều nhiệm vụ và có thể là khó khăn trong một vài tình huống. Việc sử dụng AI có thể giúp kiểm soát các vấn đề này một cách hiệu quả để đưa ra quyết định, lập kế hoạch cắt, giác sơ đồ trên vải, lập kế hoạch sản xuất, quản lý chuỗi cung cấp (SCM) và bán lẻ.

Các nhà sản xuất hàng may mặc phải sản xuất nhiều loại sản phẩm đa dạng do khó hiểu hết người tiêu dùng và dự đoán được nhu cầu của họ. Lựa chọn của họ không ổn định và không dự đoán được, và do nhiều biến động về nhân khẩu học và địa lý tự nhiên. Chất lượng sản phẩm phụ thuộc vào một vài yếu tố liên quan tới sản xuất sợi, chuẩn bị vải (dệt thoi và dệt kim), gia công hóa học vải và sản xuất hàng may mặc. Do vậy, tất cả các yếu tố này có thể được kiểm soát tốt hơn bằng việc ứng dụng AI trong toàn bộ quá trình sản xuất hàng may mặc. Mặc dầu có một vài khâu được tự động hóa, ngành may mặc vẫn còn đi sau các ngành công nghiệp khác và dựa vào con người.

AI đang được đẩy mạnh trong hai thập kỷ qua trong ngành may mặc và trong nhiều lĩnh vực khác nhau của ngành. Nhiều thiết bị được tự động hóa nhờ ứng dụng AI trong trải vải, cắt, may và xử lý nguyên vật liệu có thể làm giảm chi phí sản xuất và giảm lỗi tới mức thấp nhất.

Sản xuất dệt và hàng may mặc bao gồm nhiều biến số liên quan tới nguyên vật liệu và quá trình. Ngoài việc có nhiều công đoạn sản xuất, nguyên vật liệu thô có nhiều biến thiên lớn, rất khó kiểm soát chính xác các thông số gia công để đạt kết quả đầu ra mong muốn. Cho đến nay, thiết lập một quan hệ đúng giữa các biến số này và các tính chất của vải phụ thuộc vào sự tinh thông nghề nghiệp của con người. Trong nhiều trường hợp có nhiều sai số tham dự vào công việc của con người do luôn phải nhớ lượng lớn các biến số



Nguồn ảnh : Pinterest.com

như vậy và áp dụng kiến thức để dự đoán chính xác các tính chất là việc khó khăn. Việc áp dụng AI có thể giải quyết dải dữ liệu lớn trong quá trình đào tạo để thiết lập mối quan hệ hiệu quả giữa các biến số và các tính chất của sản phẩm. Do vậy, trong thập kỷ qua, việc sử dụng AI đang phát triển nhanh cho nhiều ứng dụng trong ngành sản xuất dệt may.

Ứng dụng trí tuệ nhân tạo trong ngành may mặc

AI có thể được sử dụng trong nhiều quá trình sản xuất dệt như là phân cấp xơ, dự đoán các tính chất của sợi, phân tích lỗi vải, và dự đoán đơn nhuộm. Tương tự, AI có thể được ứng dụng trong tất cả các công đoạn (tiền sản xuất, sản xuất và hậu sản xuất) của sản xuất hàng may mặc. Một số ứng dụng chính của AI trong sản xuất dệt may được thảo luận ở phần này. Trong số một vài dạng AI được thảo luận ở trên, ANN (mạng trí tuệ nhân tạo – Artificial Neural Network) được sử dụng rộng rãi trong sản xuất hàng may mặc chủ yếu trong các lĩnh vực sau:

1. Dự đoán các tính chất cơ học;

2. Phân loại và phân cấp;

3. Nhận biết và phân tích lỗi;

4. Kiểm soát quá trình và theo dõi online;

5. Quản lý chuỗi cung cấp và bán lẻ.

PHẦN TIẾP THEO DƯỚI ĐÂY MÔ TẢ ỨNG DỤNG CỦA AI TRONG NHIỀU QUÁ TRÌNH SẢN XUẤT HÀNG MAY MẶC:

Ứng dụng AI trong sản xuất xơ và sợi

Xơ dệt là nguyên liệu thô cơ bản cho sản xuất hàng may mặc và các hàng dệt khác. Do có nhiều loại xơ dệt khác nhau nên thường khó nhận biết các loại xơ chưa biết qua kiểm tra bằng mắt thường. Nhận biết xơ bằng các phương pháp truyền thống được dựa trên các thử nghiệm phá hủy bằng cách dùng ngọn lửa hoặc hóa chất. Các tiến bộ gần đây gồm sử dụng kính hiển vi quang học, quang phổ chuyển đổi hồng ngoại và quang phổ Raman. AI cũng có thể được sử dụng để nhận biết và phân cấp xơ theo màu và các tính chất như độ mảnh, chiều dài, tỷ số đồng đều, độ bền tương đối, và ảnh hưởng của quá trình kéo sợi lên các tính chất của sợi. Đã có một vài ứng dụng AI trong sản xuất sợi gồm mô hình hóa ảo sợi từ các tính chất xơ, dự đoán các tính chất bền kéo của sợi, dự đoán độ đều sợi và kỹ thuật sản xuất sợi.

Ứng dụng AI trong sản xuất vải
Nguyên liệu chính cho sản xuất hàng may mặc là vải. Chất lượng của vải ảnh hưởng tới chất lượng của quần áo, năng suất và khả năng dễ dàng may sản phẩm. Vải được chọn dựa trên loại quần áo và nhu cầu sử dụng cuối của quần áo. Các yêu cầu kỹ thuật về vải để sản xuất bất kỳ loại hàng may mặc nào có thể được phân loại như là sơ cấp và thứ cấp. Các kích thước vật lý được xem xét là sơ cấp, trong khi phản ứng của vải tới các lực bên ngoài được xem là thứ cấp. Từ triển vọng của người tiêu dùng, ngoại quan của quần áo, tính tiện nghi và tính bền lâu là các thông số quan trọng nhất.

AI có thể được ứng dụng để kiểm soát các thông số sau:

Dự đoán các tính chất của vải

AI có thể được sử dụng để dự đoán các tính chất của vải trước khi sản xuất với sự giúp đỡ của neuro-fuzzy hoặc các phương thức tiếp cận khác

bằng cách dùng dữ liệu cấu trúc của xơ, sợi và vải. Khi ứng dụng AI, điều thiết yếu là thiết lập mối quan hệ tuyến tính và phi tuyến giữa các thông số đầu vào của xơ và sợi và các tính chất của vải cần được dự đoán. Tuy nhiên, việc ứng dụng AI có thể rất đắt tiền cho các nhà sản xuất vải, có thể làm tăng chi phí sản xuất. Cũng có thể ứng dụng AI để khảo sát các tính chất tiện nghi. Trong khi tính tiện nghi xúc giác được xem xét thì vải có thể được phân loại theo giá trị cảm giác sờ tay bằng cách ứng dụng AI.

Giải pháp màu

Màu là thành tố đầu tiên của thiết kế mà người tiêu dùng hướng tới, do nó là một trong những đặc tính quan trọng của hàng dệt. Người tiêu dùng chọn hoặc loại bỏ quần áo hoặc các phụ kiện thời trang khác trên cơ sở màu. Do vậy để có được màu đúng, điều cốt yếu là kiểm soát chất lượng chính xác trong quá trình nhuộm và in, có thể ảnh hưởng tới lượng hàng bán ra. Cả quá trình nhuộm và in cần đảm bảo đạt được độ bền màu, độ đậm màu, hợp màu và các đặc tính bề mặt. Các thông số này bị ảnh hưởng bởi kết hợp thuốc nhuộm và vải và các quy tắc hóa học khống chế chúng. Các thông số này lệch ra khỏi giới hạn cho phép có thể dẫn tới việc phải gia công lại hoặc loại bỏ cả mẻ vải. Việc sử dụng AI có thể giải quyết các vấn đề này, có thể được sử dụng để dự đoán đơn nhuộm, kiểm soát quá trình trong khi nhuộm và in, ghép màu, và đánh giá vải nhuộm hoặc vải in cuối.

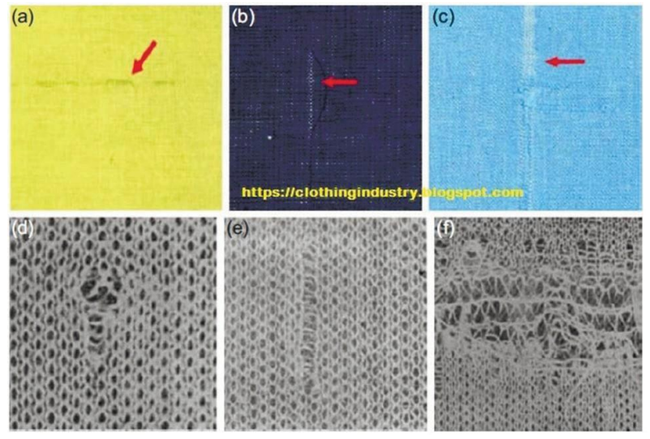
Một trong những ứng dụng của AI cho giải pháp màu là trong công đoạn trộn xơ, khi mà sợi thô được biến đổi thành sợi con. Việc sử dụng AI có thể hỗ trợ dự đoán màu được tạo ra khi xơ có các màu khác nhau được trộn cùng nhau. Trong trường hợp hỗn hợp đồng nhất, có thể thực hiện việc dự đoán màu chính xác hơn bằng cách sử dụng các mô hình lý thuyết và thực nghiệm.

Có thể dùng AI để so màu vải và phân loại ánh màu. Nó có thể được dùng để sản xuất màu thật bằng cách dự đoán nồng độ của các thuốc nhuộm từ hấp thụ quang phổ thuốc nhuộm.

Phát hiện lỗi vải

Vải chất lượng tồi có thể dẫn đến hàng may mặc không đạt chuẩn cũng như làm giảm năng suất trong quá trình sản xuất. Bất kỳ lỗi nào trong vải đi đến hàng may mặc cuối có thể dẫn đến loại bỏ sản phẩm may mặc. Do vậy điều quan trọng là kiểm tra chất lượng của vải trước khi sản xuất hàng.

Nói chung việc kiểm tra vải do công nhân lành nghề thực hiện khi sử dụng bàn hoặc thiết bị được chiếu sáng. Quá trình này khá là chậm và nhiều lần có thể để lọt lỗi đi tới hàng may mặc. Hơn nữa, hiệu quả của nhân viên kiểm tra vải sẽ giảm đi nhanh chóng khi họ mệt mỏi. Tuy nhiên sử dụng AI có thể thực hiện nhiệm vụ này với tốc độ nhanh hơn, độ chính xác cao hơn nhiều và không bị mệt mỏi.



Hình 3 – Các lỗi vải khác nhau được kiểm tra (các mũi tên chỉ ra lỗi) bởi trí tuệ nhân tạo: (a) vết bẩn (b) nổi sợi dọc (c) lộ sợi ngang, d) lỗ thủng), e) tuột mũi, (f) lỗi mạng nhện.

AI có thể được áp dụng để kiểm tra lỗi và phân cấp vải khi nhận vải trong ngành may. Ảnh của các lỗi được lưu trữ trong hệ thống và được so sánh với ảnh được bắt giữ (Hình 3). Nếu quan sát được sự sai khác thì nhận biết được lỗi và nhân viên kiểm tra tính toán các điểm lỗi.

Ứng dụng trí tuệ nhân tạo trong sản xuất hàng may mặc

Quá trình sản xuất hàng may mặc đang được tự động hóa để cung cấp cho nhu cầu ngày càng tăng của người tiêu dùng, làm giảm số lượng lỗi và giữ chi phí sản xuất thấp. AI đang ngày càng được sử dụng nhiều để dự đoán công năng của đường may, thiết kế quần áo và trong lập kế hoạch và kiểm soát sản xuất (PPC), trong nhiều hoạt động may và trong kiểm soát chất lượng sản phẩm. AI có thể được ứng dụng để sản xuất thông minh hàng may mặc, để dự đoán các tính chất của hàng may mặc sau một quá trình nhất định. Nên nó có thể được dùng cho quá trình thiết kế quần áo phù hợp bằng thiết kế và sản xuất vải và theo dõi các quá trình sản xuất hàng may mặc.

Công năng của đường may

Các đường may và mũi may được sử dụng trên hàng may mặc để liên kết hai hoặc nhiều chi tiết may lại với