TẬP ĐOÀN DỆT MAY VIỆT NAM

Dệt may & THỜI TRANG Việt Nam

VTGF

Số 397. THÁNG 12/2021 + 01/2022



Chào Xuân Nhâm Dần 2022

9 770086 839481

Giá: 50.000 VNĐ

Phu Bai Spinning
SỢI PHÚ BÀI

CÔNG TY CỔ PHẦN SỢI PHÚ BÀI

KCN Phú Bài, P. Phú Bài, TX. Hương Thủy, tỉnh Thừa Thiên Huế, Việt Nam

+84-234- 3863240/ 3863355/ 3863367 +84-234- 3863363

sales@phubaispinning.com www.phubaispinning.com









Mừng Xuân Mới - Thắng Lợi Mới

2022

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

Công ty có dây chuyền kéo sợi với 80.400 cọc sợi được đầu tư với máy móc thiết bị đồng bộ, công nghệ tiên tiến, hiện đại của các hãng chế tạo nổi tiếng như: Trutzschler và Volkmann-Đức, Rieter và SSM-Thụy Sỹ, Murata và Toyota-Nhật Bản... Đặc biệt, Công ty vừa đưa vào khánh thành Nhà máy Sợi 3, được thiết kế 2 tầng với quy mô 30.240 cọc sợi, được trang bị các thiết bị tiên tiến bậc nhất thế giới, với hệ thống pin năng lượng mặt trời trên mái, hướng tới phát triển năng lượng xanh. Công suất thiết kế khoảng 500 tấn/tháng, mặt hàng mục tiêu là sợi 100% cotton chải kỹ và chải thô có chi số bình quân Ne 32 – 34.

- **Năng lực:** 80.400 cọcsợi.
- **Các sản phẩm chính:** Sợi TCCm & TCCd - CVCm & CVCd các loại; sợi TR...
- **Sản phẩm mới:** Sợi Cotton CD & CM.
- **Chi số:** Ne 20 ~ 45.
- **Thu nhập người lao động bình quân:** 9 triệu/người/tháng.

HUGACO

TỔNG CÔNG TY MAY HƯNG YÊN - CÔNG TY CỔ PHẦN





Chúc Mừng Năm Mới 2022

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, SA8000:2001.

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.

Số 8 Bạch Đằng, Minh Khai, Thành phố Hưng Yên

(+84) 3213 862314 (+84) 3213 862500

hugaco.vn hugago@hugaco.vn









TỔNG CÔNG TY CỔ PHẦN DỆT MAY NAM ĐỊNH

NAM DINH TEXTILE GARMENT J.S.CORP

Địa chỉ: Số 43 Tô Hiệu, Phường Ngô Quyền, Thành Phố Nam Định, Tỉnh Nam Định
Điện thoại: (0228) 3849 586 - 3849 886; Fax: (0228) 3849 750
Email: natexco.nd@gmail.com; Website: natexco.com.vn

PHONG PHU

Cho cuộc sống thêm Phong Phú



Chúc mừng năm mới
2022

SAN PHẨM CHÚ LỰC

Sợi - Chỉ may

Khăn bông

TỔNG CÔNG TY CỔ PHẦN PHONG PHÚ
48 Tăng Nhơn Phú, KP.3, P.Tăng Nhơn Phú B, Tp. Thu Đ(c, TP. Ho Chí Minh
phongphucorp.com - mollis.com.vn

VINATEX

CHI NHÁNH TẬP ĐOÀN DỆT MAY VIỆT NAM - NHÀ MÁY SỢI VINATEX NAM ĐỊNH
Địa chỉ: Đường N7A Lô T&S Khu Công Nghiệp Hòa Xá - Xã Mỹ Xá - TP Nam Định
Tel: 02283 6272666



Mừng Xuân
Nhâm Dần 2022

Số lao động thường xuyên: 220 người

Số lượng cọc sợi: 21,600 cọc sợi

Các mặt hàng chủ yếu: 100% Cotton: 32 CD; 32 CM; 30 CM

Sợi pha: 30 CVCd 52/48; 30CVCd 60/40; 26CVCd 50/50, 30CVCM60/40

Chi số: Ne 20/1 ~ Ne40/1

Nhà máy Sợi Vinatex Nam Định là đơn vị trực thuộc Tập Đoàn Dệt May Việt Nam. Thành lập và chính thức đi vào hoạt động ngày 01/7/2016. Nhà máy sản xuất sợi xuất khẩu sang các thị trường như Trung Quốc, Đài Loan, Bangladesh, Hàn Quốc, Malaysia, Bồ Đào Nha, Thổ Nhĩ Kỳ.

HANOSIMEX®







Tổng Công ty CP Dệt May Hà Nội là một hệ thống chuỗi cung ứng Sợi-Dệt-May hàng đầu Việt Nam. Hoạt động trong các lĩnh vực sản xuất và cung cấp các sản phẩm sợi, vải, quần áo dệt kim, may xuất khẩu.

Sự gắn bó, đoàn kết, tầm nhìn, tính sáng tạo, sự năng động, niềm tự hào và sự phát triển không ngừng của đội ngũ cán bộ nhân viên là những giá trị cốt lõi làm nền tảng tạo ra những sản phẩm và lợi ích, góp phần đưa HANOSIMEX trở thành tên tuổi hàng đầu của ngành Dệt May Việt Nam và là đối tác tin cậy của bạn hàng quốc tế suốt hơn 30 năm qua.

Trụ sở Tổng công ty: Tầng 8 - Tòa nhà Nam Hải LakeView, KĐT Vĩnh Hoàng, Phường Hoàng Văn Thụ, Quận Hoàng Mai, Hà Nội
Điện thoại: 84 24 83621224 **Fax:** 84 24 38621225
Email: support@hanosimex.com.vn
Fanpage: www.facebook.com/hanosimexcorp



THƯ TÒA SOẠN

Bạn đọc thân mến!

Năm 2021 là năm Covid thứ 2 trên toàn thế giới nhưng dường như mới là năm đầu tiên chúng ta cảm nhận được sức mạnh tàn phá của dịch bệnh, điều mà chúng ta mới chỉ "chứng kiến" qua các phương tiện thông tin đại chúng khi dịch xảy ra ở các nước Châu Phi, Châu Mỹ La tinh hay Ấn Độ trong suốt năm 2020. Những tháng ngày đóng cửa, giãn cách xã hội, sống với "3 tại chỗ" là những dấu ấn không thể quên đối với toàn thể người lao động, đặc biệt trong cả quý 3 năm 2021 gần như toàn bộ doanh nghiệp tại 19 tỉnh phía Nam phải ngừng hoạt động.

Trong gian khó, tinh thần "chiến đấu với dịch bệnh" và vươn lên của "con người dệt may" nói chung và của Vinatex nói riêng càng mạnh mẽ hơn bao giờ hết. Về đích năm 2021 với kết quả sản xuất kinh doanh tốt nhất kể từ khi hoạt động dưới hình thức là công ty cổ phần - Vinatex đã đóng góp vào kết quả xuất khẩu chung của cả ngành Dệt May Việt Nam dự kiến đạt hơn 39 tỷ USD, phục hồi quay trở lại mức trước đại dịch của năm 2019 sớm hơn so với dự báo thị trường chung.

Mừng với kết quả đạt được của năm 2021 nhưng không ngủ quên trên thắng lợi, với nền tảng vững chắc, những bài học kinh nghiệm có được suốt 2 năm khó khăn của dịch bệnh cùng những mục tiêu chiến lược điều chỉnh đã được Lãnh đạo Tập đoàn xác định rõ, giai đoạn 2022-2025 được kỳ vọng sẽ mở ra chặng đường phục hồi và phát triển mới với Tập đoàn Dệt May Việt Nam nói riêng và ngành dệt may Việt Nam nói chung.

"MẠNH LỰC VƯƠN LÊN" chính là thông điệp Ban Biên tập xin gửi đến quý độc giả trong năm 2022.

Xin trân trọng cảm ơn quý độc giả đã đồng hành cùng Tạp chí Dệt may và Thời trang trong suốt năm qua. Chúng tôi hi vọng sẽ tiếp tục là người bạn đồng hành tin cậy cùng doanh nghiệp dệt may cả nước trong thời gian tới.

BAN BIÊN TẬP

MỤC LỤC

Thông điệp năm 2022 của Chủ tịch HĐQT Vinatex: Phát triển dựa trên tốc độ của niềm tin 10

Kế hoạch thực hiện chiến lược phát triển Vinatex giai đoạn 2022-2025, tầm nhìn 2030: Tạo đà bứt phá trong điều kiện mới 12

Kinh tế Việt Nam vững bước đi tiếp trong năm con Hổ 18

Nhâm Dần: "Lửa thử vàng, gian nan thử thách... ngành Dệt May" 22

Chuyên gia kinh tế Phạm Chi Lan: Ngành Dệt May luôn có vị trí quan trọng trong nền kinh tế 24

Top 10 sự kiện tiêu biểu Vinatex năm 2021 28

Top doanh nghiệp có doanh thu lớn nhất Tập đoàn 30

Vai trò các ngành thâm dụng lao động trong cơ cấu nền kinh tế Việt Nam giai đoạn 2021-2030: Vận hành 3 trụ cột Kinh tế - An sinh - Môi trường 38

Mô hình tổ chức linh hoạt: Giải pháp thích nghi với môi trường kinh doanh bất định 42

Nghiên cứu phát triển sản phẩm mới ngành Dệt giai đoạn 2022-2025: Đón đầu xu thế của thời đại mới 46

Triển vọng phục hồi Ngành Dệt May 50

Kinh tế thế giới năm 2021 54

Bức tranh ngành thời trang năm 2022: Những gam màu sáng 58

Tắc nghẽn Logistic tác động đến ngành thời trang 62

Văn hóa quản lý Hồ Chí Minh 66

Tinh thần doanh nhân Vinatex: Kế thừa để đột phá và phát triển 68

Tìm hướng đi vững chắc để từng bước vươn lên thang bậc cao hơn của chuỗi giá trị ngành 74

Bắt đầu hành trình chuyển đổi từ bán sản phẩm dệt may sang bán giá trị (Value based selling) 78

Số hóa ngành Sợi năm 2021: Đòn bẩy phát triển cho năm 2022 82

Xây dựng môi trường văn hóa học tập tại Vinatex: Gỡ nút thắt về nguồn nhân lực 86

25 năm Công đoàn Dệt May Việt Nam: Một đội ngũ, một hành trình 90

Tổng Công ty May Hưng Yên - CTCP: Xứng đáng danh hiệu "doanh nghiệp vì người lao động" 94

Sức sống "mãnh liệt" của các doanh nghiệp dệt may khu vực Nam bộ 97

Tổng Công ty CP Dệt May Hòa Thọ: Cơ hội được tạo ra từ thử thách 100

Ngành Sợi Hanosimex: Tạo "sức bật" 2022 từ thành công 2021 102

Công ty Cổ phần Tiên Hưng: Khi người lao động là trọng tâm 106

Công ty CP Vinatex Hồng Lĩnh: Đi lên từ gian khó 110

Đón Tết lịch lãm 112

Hà Nội chờ đón Tết, hoa chen người đi... 118

Trang Thơ 120

Truyện ngắn: Tết ở rừng Yên Thế 122

Đế vương nước Việt và một số giai thoại liên quan đến Hổ 126

Chào mừng diện mạo mới của cửa hàng Dệt kim Đông Xuân tại 67 Ngô Thì Nhậm 130

Dệt may& THỜI TRANG Việt Nam

TỔNG BIÊN TẬP
LÊ TIẾN TRƯỜNG
Bí thư Đảng ủy, Chủ tịch HĐQT Vinatex

HỘI ĐỒNG BIÊN TẬP
VŨ ĐỨC GIANG - Cố vấn cao cấp
Chủ tịch Vitas
TRẦN QUANG NGHỊ - Cố vấn cao cấp
Phó Chủ tịch HĐQT Vinatex
CAO HỮU HIẾU
Phó Bí thư Đảng ủy, Tổng Giám đốc Vinatex
ĐẶNG VŨ HÙNG
TV HĐQT Vinatex

PHÓ TỔNG BIÊN TẬP
VƯƠNG ĐỨC ANH
Chánh Văn phòng HĐQT

THƯ KÝ TÒA SOẠN
NGUYỄN KIỀU GIANG

THIẾT KẾ MỸ THUẬT
VƯƠNG NGUYỄN

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 IN&TM Trường Xuân*
GPHĐBC 439/GP-BTTTT-3/2012





Chào Xuân Nhâm Dần 2022

THÔNG ĐIỆP NĂM 2022 CỦA CHỦ TỊCH HĐQT VINATEX

PHÁT TRIỂN DỰA TRÊN TỐC ĐỘ CỦA NIỀM TIN

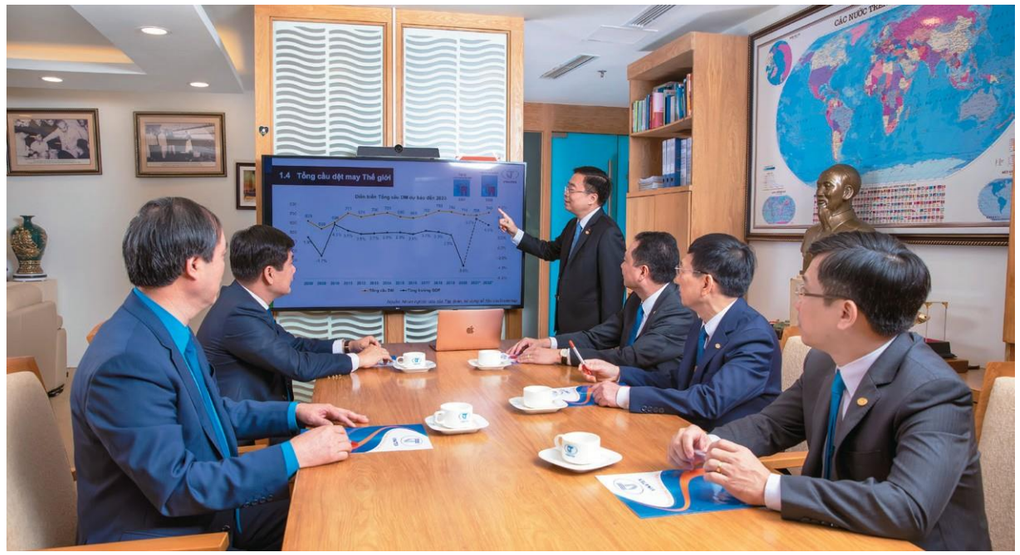


Chúng ta vừa trải qua một năm 2021 nhiều biến động, thực sự nếm trải thử thách của đại dịch.

19 tỉnh Nam Bộ phải đóng cửa sản xuất để chống dịch lên tới 3 tháng, cùng với đó là gần 40 ngày phong tỏa ở Bắc Ninh, Bắc Giang cũng như việc tổ chức sản xuất gián đoạn ở nhiều địa phương khác. Vào lúc cao điểm nhất, trong Tập đoàn có tới trên 60.000 lao động không thể đến nhà máy, chiếm trên 40% lực lượng của chúng ta.

Vượt lên tất cả các khó khăn thách thức, Tập đoàn bằng sức sáng tạo không ngừng và tinh thần đoàn kết đã đạt được những thành quả ấn tượng, có thể nói là tốt nhất trong 25 năm qua. Lần đầu tiên trong lịch sử Tập đoàn có lợi nhuận hợp nhất trên 1000 tỷ, các doanh nghiệp sản xuất nguyên liệu có khó khăn kéo dài đã hoàn toàn lột xác trở thành các đơn vị có hiệu quả, đồng thời các doanh nghiệp trụ cột vẫn duy trì được vị thế đã củng cố một bước cơ bản năng lực cạnh tranh toàn Tập đoàn.

Với năng lực nội tại đã được cải thiện cùng với nhiều bài học rút ra trong 2 năm dịch bệnh, Tập đoàn đã có những điều chỉnh mục tiêu chiến lược từ mục tiêu chung là ***doanh nghiệp hàng đầu châu Á*** sang mục tiêu cụ thể là ***một điểm đến cung ứng giải pháp trọn gói cho ngành dệt may thời trang***. Với mục tiêu giai đoạn 2022-2025 là hình thành năng lực cung ứng đủ lớn cho ngành hàng dệt kim, đáp ứng được yêu cầu ban đầu của các chuỗi cung ứng quy mô lớn của thế giới, trên nền tảng của ngành Sợi đã khá phát triển trong 5 năm qua, cùng với một ngành May quy mô và có uy tín.



Chủ tịch HĐQT Lê Tiến Trường trao đổi công việc với lãnh đạo Tập đoàn

Với các diễn biến hiện nay của dịch bệnh, chúng ta vẫn phải tiếp cận 2022 là năm có cả cơ hội phục hồi nhưng đi kèm với thách thức lớn, nhiều bất ngờ. Cùng với nó là các vấn đề của thị trường tài chính thế giới, nhất là nguy cơ lạm phát mà khả năng xấu nhất là hiện tượng đình lạm của kinh tế thế giới (*kinh tế đình trệ, nhưng lạm phát tăng cao*). Các rủi ro tiềm ẩn đó có thể tác động rất nhanh, rất mạnh vào sức cầu tiêu dùng của các thị trường chính của dệt may.

Thị trường dệt may toàn cầu hiện nay là một thị trường minh bạch và lệ thuộc vào nhau. Lúc này "***tốc độ gia nhập thị trường***" là vũ khí tối thượng của cạnh tranh. Cơ hội có nhưng sẽ có rất nhiều người cùng tham gia, chỉ có người nhanh nhất mới có thể thu hoạch được kết quả tốt.

Các nhà học giả trên thế giới đều khẳng định, tốc độ nhanh nhất là tốc độ của niềm tin. ***Tốc độ chỉ xuất hiện khi người ta...thật sự tin cậy nhau*** (*Edward Marshall*), hay trực diện hơn khi nói - "***Nếu không nhanh bạn sẽ chết***" (*Jack Welch – CEO General Electric*)

Đồng thời cũng khẳng định "*chúng ta có thể có đầy đủ dữ liệu và con số, mọi bằng chứng mà ta cần, nhưng nếu chúng ta không tạo được niềm tin, chúng ta sẽ không đi đến đâu*" – Nail Fitzgerald – cựu chủ tịch Unilever.

Cũng như một trong những "guru – bậc thầy" của thế giới, nhà tư vấn chính của Mc Kinsey, GS Tom Peter đã viết – "*kỹ thuật và công nghệ là quan trọng, nhưng tạo được niềm tin mới là vấn đề hàng đầu của thế giới ngày nay*".

Rõ ràng trong đại dịch vừa qua, một nguyên nhân chủ yếu giúp chúng ta vượt qua, có dấu ấn mạnh mẽ về kết quả sản xuất kinh doanh chính là niềm tin của toàn tổ chức, niềm tin lẫn nhau của người lao động và nhà quản lý, niềm tin của khách hàng, của nhà cung cấp, của cơ quan hữu quan với chúng ta. Tiếp nhận bài học sâu sắc này sẽ là động lực mới cho quá trình phát triển của Tập đoàn.

Sau những phân tích, đánh giá và dự báo kỹ lưỡng, chúng ta quyết định chọn hướng đi đột phá là cung ứng giải pháp trọn gói trước mắt cho hệ thống sản phẩm dệt kim, muốn làm được trọn gói rõ ràng phải có sự tham gia của cả một chuỗi các doanh nghiệp từ người làm kinh doanh, marketing, đến sản xuất sợi, dệt kim, hoàn tất vải và may. Như vậy yếu tố then chốt là có sự phối hợp nhịp nhàng giữa các thành viên, sự điều phối của Tập đoàn ở vai trò nhạc trưởng, là sự bổ sung các "nhạc cụ" còn thiếu trong dàn nhạc. Đây là một việc mới với chúng ta, rõ ràng chúng ta đã làm dệt may hàng chục năm qua, nhưng làm có liên thông giữa các doanh nghiệp trong Tập đoàn đem đến sản phẩm cuối cùng trọn gói thì chúng ta còn làm rất ít, chưa dài hạn, chưa định vị cụ thể với nhóm sản phẩm và khách hàng nào. Chính trong điều kiện làm mới, lại cạnh tranh trên cơ sở tốc độ gia nhập thị trường, chúng ta phải đặt niềm tin vào nhau.

Xây dựng niềm tin chiến lược giữa các doanh nghiệp trong Tập đoàn cùng tham gia cung ứng từng phần của giải pháp trọn gói là cơ sở để xây dựng được niềm tin của khách hàng với chúng ta. Đặt niềm tin vào đối tác trong chuỗi, đồng thời mỗi thành viên trong chuỗi cũng có tinh thần tự trọng cao, quyết không phụ niềm tin của các thành viên khác sẽ là nền tảng tạo nên năng lực cạnh tranh.

Một năm mới với nhiều thách thức lại đến trong niềm tin ở sức mạnh Vinatex, sức mạnh đã giúp chúng ta có dấu ấn đáng ghi nhận trong 2 năm dịch bệnh khó khăn nhất, hoàn thành vượt mức ở mức cao mọi chỉ tiêu kế hoạch, nhất là bảo toàn được đội ngũ. Với niềm tin từ văn hoá, sức mạnh nội tại của các doanh nghiệp và toàn Tập đoàn, chúng ta cùng bước vào năm mới 2022 với quyết tâm cao nhất, quyết tâm phát triển nhanh, bền vững từ **sức mạnh niềm tin** ❑

KẾ HOẠCH THỰC HIỆN CHIẾN LƯỢC PHÁT TRIỂN VINATEX GIAI ĐOẠN 2022-2025, TẦM NHÌN 2030:

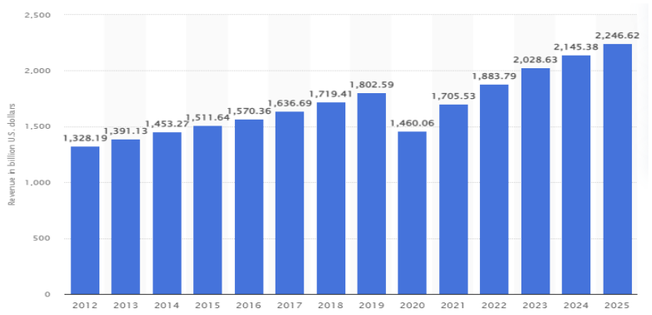
TẠO ĐÀ BỨT PHÁ TRONG ĐIỀU KIỆN MỚI

Bài: **Ông CAO HỮU HIẾU**
Tổng Giám đốc Vinatex

Trong giai đoạn 2022-2025, Vinatex đã xác định mục tiêu chiến lược "Trở thành một điểm đến cung cấp giải pháp trọn gói về dệt may thời trang cho khách hàng doanh nghiệp. Từng bước vươn lên thang bậc cao hơn của chuỗi giá trị về thiết kế và thương hiệu". Để cụ thể hóa mục tiêu chiến lược cần một kế hoạch đồng bộ và toàn diện, tổng hòa những thành tựu đã đạt được với những quyết sách mới trên cơ sở những giá trị cốt lõi và nền tảng văn hóa Vinatex.

TỪ NHỮNG XU HƯỚNG MỚI

Ngành dệt may thế giới đã và đang trải qua cơn khủng hoảng lớn nhất trong lịch sử kể từ khi đại dịch Covid-19 xảy ra. Mặc dù vẫn chưa rõ Covid-19 sẽ tác động đến ngành may mặc ở mức độ nào trong dài hạn, các chuyên gia hiện vẫn đang tranh luận về mức độ mà khủng hoảng sẽ ảnh hưởng đến sản xuất hàng may mặc trong khu vực ra sao sau đại dịch, song có thể khẳng định thị trường dệt may thế giới sẽ tiếp tục có sự tăng trưởng. Doanh thu hàng may mặc toàn cầu dự báo tăng khá trong giai đoạn 2020-2025. Năm 2020, quy mô toàn thị trường đạt xấp xỉ 1,46 ngàn tỷ USD, giảm gần 20% so với 2019 do ảnh hưởng của Covid -19. Thế nhưng, theo dự báo của Statista, thị trường tiêu thụ may mặc toàn cầu sẽ hồi phục trở lại từ 2022 và tới năm 2025 quy mô thị trường sẽ đạt 2,25 ngàn tỷ USD.



(Nguồn: Statista)

Bên cạnh đó, sự tác động của dịch bệnh Covid-19 cũng như sự phát triển tự thân của ngành dệt may thế giới cũng tạo nên những xu hướng mới trong chuỗi cung ứng, có thể điểm qua một số xu hướng nổi bật như sau:

Những thay đổi trong chuỗi cung trên tầm quốc gia

Ngoài các quốc gia có ngành dệt may phát triển như Trung Quốc và Hàn Quốc, các quốc gia như Malaysia hay Thái Lan, Ấn Độ đều có dư địa cùng khả năng tiến lên mắt xích cao hơn trong chuỗi cung ứng. Ngành dệt may ở các quốc gia này đã được quy hoạch và sắp xếp để có thể cung cấp sản phẩm trọn gói thông qua các hình thức xuất khẩu mang lại giá trị gia tăng cao hơn như OEM, ODM. Những quốc gia khác, như Việt Nam, Bangladesh, Campuchia, Pakistan đã và đang tiếp tục phương thức sản xuất gia công các mặt hàng giá rẻ. Thế nhưng, cạnh tranh giữa các nhà máy gia công CMT ngày càng khốc liệt vì không cần nhiều điều kiện để tham gia vào chuỗi, lấy cạnh tranh về giá làm lợi thế cạnh tranh chính, tăng quy mô theo chiều rộng không theo chiều sâu.

Vì vậy, trong giai đoạn từ 2017 tới nay, Bangladesh và Việt Nam đã có xu thế thay đổi phương thức gia công xuất khẩu, tỷ lệ OEM cũng cải thiện dần. Trong khi đó, tại Trung Quốc trong 5 năm vừa qua Chính phủ đã khuyến khích phát triển các "siêu nhà máy", thuộc nhóm các công ty dệt may có quy mô lớn nhất trên thế giới, có khả năng cung cấp trọn gói các sản phẩm, dịch vụ mang lại giá trị gia tăng cao, đơn hàng nhỏ, tùy chỉnh theo nhu cầu của khách hàng. Những công ty này tạo nên sức cạnh tranh rất lớn, hoàn toàn có năng lực chi phối thị trường và chi phối các nhà sản xuất khác.





Ông CAO HỮU HIẾU
Tổng Giám đốc Vinatex

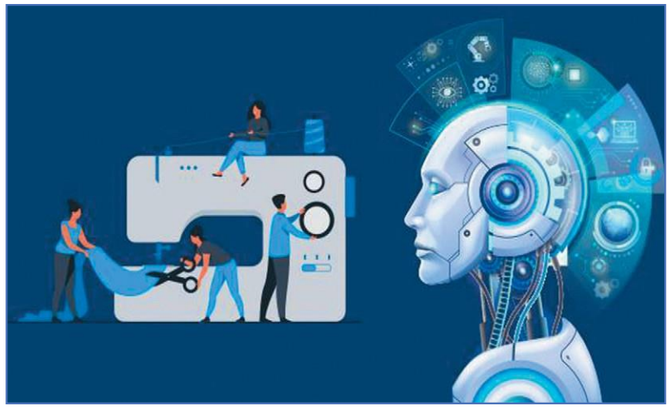
Mối quan hệ trong chuỗi cung ứng dệt may toàn cầu

Trong một thời gian dài, chi phí lao động là một yếu tố quan trọng nhất đối với người mua trong quyết định tìm nguồn cung ứng. Tuy nhiên, hiện nay, người mua ngày càng tăng cường xem xét tới các lợi thế cạnh tranh lâu dài của nhà cung cấp như khả năng số hóa, tốc độ đáp ứng, tính chuyên nghiệp của môi trường làm việc (bao gồm cả việc tuân thủ các tiêu chuẩn về an toàn lao động) và tính bền vững. Đặc biệt, với tập quán tiêu dùng mới, đòi hỏi chu kỳ sản xuất sản phẩm ngắn hơn với số lượng đơn hàng nhỏ hơn và nhanh hơn, các nhà máy phải đối mặt với nhiều áp lực để rút ngắn thời gian thực hiện đơn hàng, tăng năng suất và tính linh hoạt để duy trì tính cạnh tranh. Theo một cuộc khảo sát được thực hiện bởi McKinsey & Co cùng với tạp chí ngành Sourcing Journal, 79% người trả lời trong cộng đồng cung ứng quốc tế tin rằng Covid-19 sẽ làm tăng độ linh hoạt và tốc độ đáp ứng đơn hàng trong những năm tới.

ĐẾN SỰ CHUYỂN DỊCH CHIẾN LƯỢC CỦA VINATEX

Trải qua các giai đoạn phát triển từ 1995 đến nay, Vinatex đã tận dụng rất tốt các cơ hội thị trường, đề ra các chiến lược hợp lý để phát triển được tối đa những lợi thế của Tập đoàn. Cụ thể, trong giai đoạn 1995-2001, chiến lược dựa trên lợi thế tự nhiên là chi phí thấp, nhất là chi phí lao động, tập trung phát triển ngành may, mở rộng quy mô may gia công, mang lại công ăn việc làm và thu nhập cải thiện cho người lao động. Giai đoạn 2001-2007, lợi thế cạnh tranh về chi phí lao động cả trên phương diện quốc gia và phương diện ngành đều suy giảm. Đặc biệt, giai đoạn 2007-2015, Việt Nam tham gia hội nhập quốc tế sâu rộng. Bên cạnh những cơ hội do các hiệp định thương mại quốc tế đem lại, ngành Dệt May Việt Nam cũng đứng trước những thách thức không nhỏ, đặc biệt là khi yêu cầu về xuất xứ sản phẩm tại tất cả các hiệp định đều được đề cao. Nếu không chủ động được nguồn nguyên liệu, không tận dụng được ưu đãi từ các FTA thì khả năng gia nhập vào chuỗi cung ứng toàn cầu là rất khó khăn. Vì vậy, chiến lược của Tập đoàn trong giai đoạn 2015-2020 là giảm dần sản xuất may, chuẩn bị nguồn lực cho phát triển nguyên phụ liệu. Kết quả giai đoạn đầu tiên áp dụng chiến lược mới cho thấy, các chỉ số tài chính đều có sự tăng trưởng cao: ROE tăng từ 12% (năm 2015) lên 18% (năm 2019); ROS tăng từ 3% lên trên

5%; tốc độ tăng trưởng kép doanh thu đạt 9%. Đặc biệt, Tập đoàn đạt được mục tiêu quan trọng trong tự chủ nguyên liệu phục vụ may xuất khẩu (tăng từ 40% lên 58%), trong đó, xuất khẩu nguyên liệu có tỷ trọng tăng từ 10% lên 18%. Những kết quả sản xuất kinh doanh đáng tự hào của Tập đoàn Dệt May Việt Nam trong giai đoạn vừa qua cho thấy sự xác định hướng đi đúng đắn cũng như tính chính xác, phù hợp của chiến lược mà Tập đoàn đã áp dụng.



Trong thời kỳ Cách mạng Công nghiệp 4.0, công nghệ tiên tiến đã cung cấp các công cụ để tăng năng suất lao động một cách đột biến, làm mất dần lợi thế cạnh tranh về lao động giá rẻ của Việt Nam. Đặc biệt, sự xuất hiện của những tiến bộ vượt bậc như Internet vạn vật (IoT), trí tuệ nhân tạo (AI), big data... đã tạo nên làn sóng chuyển đổi số và đưa kinh tế số lan tỏa khắp các thành phần kinh tế. Kinh tế số đang được coi là động lực phát triển quan trọng để đưa Việt Nam trở thành nước phát triển vào năm 2045. Vì vậy, trong giai đoạn 2022-2025, Vinatex cần phải tiếp tục xác định chính xác chiến lược phát triển, đảm bảo trang bị cho các doanh nghiệp thuộc Tập đoàn những vũ khí sắc bén để cạnh tranh trong điều kiện mới.

Trong giai đoạn 2022-2025, Vinatex đã xác định mục tiêu chiến lược *"Trở thành một điểm đến cung cấp giải pháp trọn gói về dệt may thời trang cho khách hàng doanh nghiệp. Từng bước vươn lên thang bậc cao hơn của chuỗi giá trị về thiết kế và thương hiệu"*. Với định vị sản phẩm về cơ bản vẫn đảm bảo mức độ cạnh tranh về giá, tuy nhiên có sự tiến dần đến các mục tiêu khác biệt hoá và phục vụ thị trường ngách.

Có thể cụ thể hóa mục tiêu chiến lược như sau:

Mục tiêu chiến lược đối với từng nhóm ngành

- Ngành Sợi: định hướng sản phẩm vẫn là các loại sợi phổ thông nhưng chất lượng cao với chi phí tốt nhất trên thị trường; mục tiêu xuất khẩu là chủ yếu nhưng với hình thức liên kết trực tiếp với các nhà sản xuất dệt nhuộm trong chuỗi, bên cạnh đó đảm bảo cung ứng một phần cho ngành dệt của Tập đoàn.
- Ngành Dệt nhuộm: định hướng sản xuất dệt kim là chủ đạo, tạo tiền đề tạo chuỗi Sợi - Dệt kim của Tập đoàn, đồng thời cung ứng sang ngành may. Đối với dệt thoi, chủ yếu phát triển vải gia dụng và một số loại vải dệt thoi đặc thù cho các thị trường ngách.
- Ngành May: định vị chủ yếu vẫn tập trung vào các sản phẩm may cơ bản, có nâng cao. Tăng cường hệ thống quản trị sản xuất để có thể triển khai các đơn hàng vừa và nhỏ với.

Tuy nhiên, còn đó những khó khăn trước mắt trong việc cân đối chuỗi sản xuất Sợi - Dệt - Nhuộm - May hoàn chỉnh:

Khó khăn trong việc cân đối chuỗi sản xuất

- Ngành Sợi hiện nay chủ yếu sản xuất các loại sợi phổ thông, chỉ số thấp và trung bình, chưa đáp ứng yêu cầu chất lượng để sản xuất vải phục vụ may xuất khẩu;
- Ngành Dệt nhuộm hiện là "nút thắt cổ chai" của chuỗi sản xuất, do năng lực cung còn rất thấp so với cầu. Việc đầu tư ngành Dệt nhuộm cũng yêu cầu suất đầu tư cao, chưa hấp dẫn nhà đầu tư. Chưa kể quy định chặt chẽ về môi trường cũng chưa tạo điều kiện cho ngành nhuộm phát triển. Hiện nay, ngành Dệt nhuộm trong Tập đoàn mới chỉ chủ yếu đáp ứng được 20% nhu cầu về vải dệt kim trong chuỗi sản xuất;
- Ngành May với một giai đoạn quá dài thực hiện hình thức sản xuất gia công, vì vậy việc chuyển đổi sang các phương thức sản xuất mang lại giá trị gia tăng cao hơn như OEM, ODM gặp nhiều khó khăn. Chủ yếu là do thiếu khả năng chủ động nguyên phụ liệu để có thể tận dụng lợi ích từ các hiệp định thương mại tự do; thiếu năng lực về lao động, đặc biệt là nhân lực liên quan đến thiết kế và phát triển sản phẩm, marketing...



Tổng Giám đốc Cao Hữu Hiếu trao đổi công việc với cơ quan điều hành và lãnh đạo các Ban của Tập đoàn

NHỮNG TRỤ CỘT CỦA KẾ HOẠCH THỰC HIỆN CHIẾN LƯỢC

Để thực hiện tốt các mục tiêu chiến lược của Tập đoàn Dệt May Việt Nam giai đoạn 2022-2025, tầm nhìn đến năm 2030, Cơ quan Điều hành Tập đoàn xác định, việc quan trọng nhất trong ngắn hạn vẫn là làm tốt công tác phòng chống dịch bệnh, ổn định lao động để phát triển sản xuất. Bên cạnh đó, cần phải có kế hoạch thực hiện ngay các giải pháp như sau:

Tạo liên kết chuỗi sản xuất dệt may:

Quy hoạch quy mô sản xuất công nghiệp của Tập đoàn trong giai đoạn tới, với mục tiêu tăng trưởng xuất khẩu, cung cấp sản phẩm trọn gói và có sự cân bằng tương đối giữa các lĩnh vực. Các mô hình liên kết chuỗi sản xuất được hình thành theo lộ trình:

Hình thành mô hình cụm doanh nghiệp Sợi - Dệt nhuộm – May (tập trung vào sản phẩm dệt kim) với một số doanh nghiệp hiện có, chia sẻ năng lực sản xuất, tạo chuỗi liên kết hoàn chỉnh. Từ đó nhân rộng ra các chuỗi sản phẩm khác và nhóm doanh nghiệp khác, đảm bảo đa dạng hóa sản phẩn trọn gói trong chuỗi sản xuất của Tập đoàn.

Tăng cường đầu tư các dự án nhà máy Sợi chất lượng cao, đáp ứng nhu cầu xuất khẩu và yêu cầu chất lượng sản xuất vải dành cho may xuất khẩu;

Đầu tư một số dự án Dệt nhuộm tại những khu vực phù hợp, cân đối dần năng lực sản xuất của chuỗi cung ứng;

Mục tiêu, đến năm 2025 có thể đạt quy mô ngành Sợi với 70 vạn cọc sợi, năng lực sản xuất 150.000 tấn/ năm với tỷ lệ XK 70%, đến năm 2030 đạt 1 triệu cọc sợi trong hệ thống Vinatex. Hình thành chuỗi sản xuất dệt kim quy mô 50.000 tấn vải/năm, là đầu vào của sản xuất may dệt kim với công suất 30 đến 35 triệu sản phẩm/ năm; dệt thoi với 2 triệu mét vải dệt thoi đặc chủng, 12 đến 15 triệu mét vải phục vụ ngành gia dụng. Hình thành chuỗi sản xuất sản phẩm khăn với năng lực sản xuất từ 10.000 – 15.000 tấn/ năm.

Giải pháp quản trị chung:

Tập trung thực hiện chuyển đổi số, tiến tới Công ty Mẹ và toàn bộ các đơn vị chi phối cùng chung một môi trường số hoá quản trị toàn bộ hoạt động – coi đây là chìa khóa để đảm bảo cho việc thực hiện thành công mục tiêu chiến lược giai đoạn 2022-2025.

Hoàn thiện quy trình quản trị theo nhóm ngành, phát huy vai trò của các Ban SXKD Sợi, Ban KD Nội địa, Ban SXKD Vải, Ban SXKD Khăn – Gia dụng.

Giải pháp về thị trường, khách hàng:

Đối với ngành SXKD Sợi:

Vẫn xác định thị trường xuất khẩu là chủ đạo với tỷ lệ xuất khẩu chiếm khoảng 70%, tuy nhiên phải có các biện pháp tăng cường liên kết chuỗi sản xuất toàn cầu, nỗ lực phân phối trực tiếp đến các nhà sản xuất dệt nhuộm để 50% lượng sợi xuất khẩu tham gia chuỗi.

Tăng cường vai trò của Ban SXKD Sợi trong việc trao đổi kịp thời các thông tin thị trường, giá cả nguyên liệu bông cũng như sợi thành phẩm; chia sẻ, điều phối đơn hàng, khách hàng giữa các đơn vị trong Ban; xây dựng các biện pháp bình ổn giá nguyên liệu để phòng trừ rủi ro.

Đối với ngành May

Xác định cơ cấu thị trường, cơ cấu sản phẩm sau thời kỳ đại dịch, do có sự thay đổi lớn về tập quán tiêu dùng, đảm bảo chuyển dịch sản xuất các sản phẩm có dung lượng thị trường cao.

Chào Xuân Nhâm Dần 2022

Phát triển thị trường mới, hướng đến các sản phẩm bảo hộ đặc chủng.

Đối với ngành Dệt nhuộm

Tăng sản lượng dệt kim trên 50%, tiếp tục bám sát khách hàng và thị trường đã khai thông năm 2021.

Tiếp tục phát triển và khai thác mặt hàng vải gia dụng. Đồng thời nghiên cứu phát triển các sản phẩm vải đặc biệt (chống đâm, chống cháy, chống hóa chất...), dần dần mở rộng chuỗi cung ứng sang các mặt hàng mang tính khác biệt.

Giải pháp về đầu tư, công nghệ

Đầu tư chủ động theo định hướng chiến lược của Tập đoàn để tạo liên kết chuỗi; nâng cao tỷ lệ ứng dụng công nghệ 4.0 trong thiết bị sản xuất, cải thiện năng suất, chất lượng, điều kiện làm việc, hướng tới quản trị thông minh, sản xuất xanh và bền vững.

Giải pháp về lao động, đào tạo

Tiếp tục thực hiện các khóa đào tạo nâng cao trình độ cho cán bộ của Công ty Mẹ Tập đoàn và các đơn vị thành viên.

Xây dựng hệ thống đánh giá giá trị công việc theo thực tế nhằm đánh giá và đãi ngộ chính xác, tạo động lực cho sự phát triển nguồn nhân lực

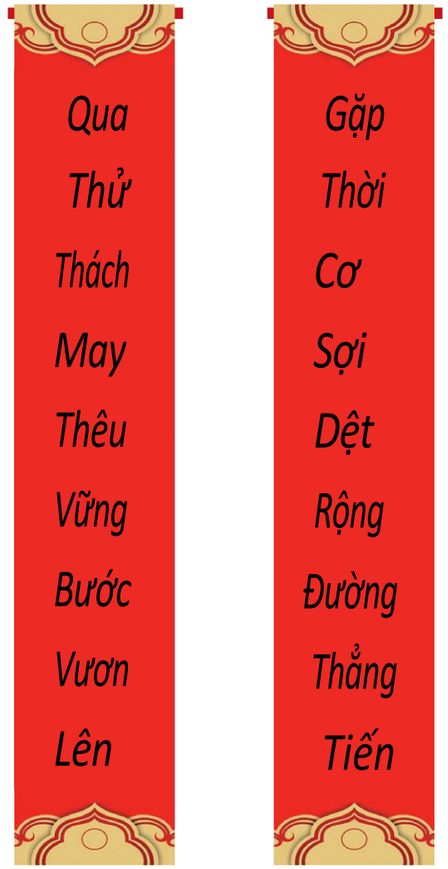
Xác định nhu cầu cụ thể về nguồn nhân lực cho Công ty Mẹ Tập đoàn và các đơn vị thành viên cũng như nhân lực cho các dự án mới, để chủ động tuyển dụng đủ các vị trí cần thiết.

Giải pháp về tài chính và tái cơ cấu

Lập kế hoạch để tận dụng có hiệu quả các nguồn lực tài chính của Tập đoàn.

Tăng cường công tác quản trị rủi ro, đảm bảo phát hiện sớm những dấu hiệu bất hợp lý để kịp thời điều chỉnh.

Năm 2022, những dự báo đều cho thấy, thế giới vẫn tiếp tục có một năm bất định với những thuận lợi, khó khăn, cơ hội và thách thức đan xen nhau. Một mặt do tình hình dịch bệnh còn diễn biến phức tạp, có thể tiếp tục xuất hiện các biến chủng nguy hiểm hơn. Mặt khác, giá nguyên liệu đầu vào tiếp tục xu thế tăng; bên cạnh đó chi phí logistics vẫn đang cao sẽ là thách thức không nhỏ đối với doanh nghiệp dệt may trong giai đoạn tới. Tuy nhiên, chúng ta tin tưởng rằng, với những mục tiêu chiến lược đúng đắn và những giải pháp cụ thể, Tập đoàn Dệt May Việt Nam sẽ tiếp tục có một giai đoạn phát triển thuận lợi, tiếp nối sự thành công của những giai đoạn trước.



NGUYỄN XUÂN DƯƠNG

Giai đoạn 2022-2025 sẽ là thời kỳ ứng dụng tối đa các công nghệ của cuộc CMCN lần thứ tư trong sản xuất và đời sống. Nếu không kịp thời nắm bắt các cơ hội, chắc chắn các doanh nghiệp của Tập đoàn sẽ tụt hậu, không thể phục hồi năng lực cạnh tranh trong các giai đoạn tiếp theo. Vì vậy, Cơ quan Điều hành xác định, việc thực hiện tốt chiến lược phát triển là nhiệm vụ cốt lõi trong giai đoạn này và quyết tâm dành toàn bộ tâm lực cho việc thực hiện thắng lợi các mục tiêu chiến lược đã đề ra.

VINATEX - VNC
EMTEXCO





Sản lượng: 14.500 tấn/năm

Doanh thu: 900 tỷ đồng

Sản phẩm chủ yếu: Sợi Siro CD, Siro CD Slub, Siro CD Spande

CÔNG TY TNHH MTV DỆT 8-3
Văn phòng: Tầng 3 - Tòa nhà ICT, KCN Hoàng Mai, P. Hoàng Văn Thụ, Q. Hoàng Mai, TP. Hà Nội

NHÀ MÁY SỢI YÊN MỸ
Địa chỉ: Nhà máy Sợi Yên Mỹ, Km6+200, quốc lộ 39, thị trấn Yên Mỹ, huyện Yên Mỹ, tỉnh Hưng Yên

Điện thoại: 024. 3862 4460 Fax: 024. 3862 4463 Website: emtexco.vn Email: info@em-texco.com

KINH TẾ VIỆT NAM VỮNG BƯỚC ĐI TIẾP TRONG NĂM CON HỔ

Bài: **TS. Nguyễn Đức Kiên**
Tổ trưởng Tổ tư vấn Kinh tế của Thủ tướng Chính phủ



Trải qua năm 2021 đầy khó khăn bởi ảnh hưởng của đại dịch Covid-19, năm 2022 Chính phủ cần ưu tiên đẩy mạnh đầu tư công, hỗ trợ các doanh nghiệp và người lao động bằng các chính sách cụ thể… nhằm đưa năm Nhâm Dần là năm xây dựng nền tảng cho việc khôi phục kinh tế sau đại dịch.

TS. Nguyễn Đức Kiên
Tổ trưởng Tổ tư vấn Kinh tế của Thủ tướng Chính phủ

NHÌN LẠI NĂM 2021

Năm Tân Sửu đã qua, có thể nói sự linh hoạt trong công tác phòng chống đại dịch Covid-19 đã giúp cho nền kinh tế Việt Nam giữ được ổn định kinh tế vĩ mô, cùng với đó là một số chỉ tiêu quan trọng như: tỷ lệ lạm phát thấp, tăng trưởng kim ngạch xuất nhập khẩu giữ được nhịp độ, tạo ra xuất siêu nhẹ cho nền kinh tế. Bên cạnh việc chuyển đổi tư duy phòng chống dịch phù hợp với việc tiêm phòng vắc xin đã giảm thiểu số ca tử vong do dịch. Chính phủ đã kịp thời ban hành nhiều chính sách hỗ trợ người lao động, người nghèo và doanh nghiệp gặp khó khăn.

Nhìn lại cả năm 2021 về kinh tế, có thể tổng hợp một số tồn tại lớn cần có kế hoạch khắc phục ngay trong năm 2022 là:

Tốc độ khôi phục nền kinh tế còn chậm, chưa đều ở các địa phương

Đầu tư công không giải ngân hết số vốn đã bố trí từ đầu năm. Trong lúc kinh tế khó khăn thì dư vốn là một khuyết điểm lớn.

Các chính sách hỗ trợ cho doanh nghiệp, người lao động về cơ bản là ngắn hạn, chưa kết hợp được các khoản hỗ trợ đột xuất gắn với mục tiêu dài hạn của nền kinh tế.

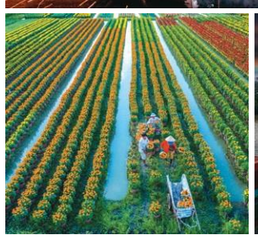
Chính vì vậy, ngay từ những ngày đầu năm 2022 này, cần có các biện pháp quyết liệt, đồng bộ, đủ sức lan tỏa và có người chịu trách nhiệm cụ thể. Có thể nói, việc đầu tiên là thống nhất nhận thức chỉ đạo kinh tế thể hiện ở một số trọng tâm:

Các nhóm giải pháp đề ra để thực hiện phải dài hạn, các chính sách, nguồn lực thực hiện trong năm 2022 phải là một bộ phận của kế hoạch 2 năm khôi phục kinh tế - xã hội sau Covid-19 và gắn liền với Đề án Tái cơ cấu nền kinh tế sửa đổi giai đoạn 2021-2025.

Ưu tiên ban hành chính sách huy động được các nguồn lực của xã hội và phục vụ nhiệm vụ khôi phục và tái cơ cấu nền kinh tế. Sửa đổi ngay các điểm bất hợp lý của các Luật được ban hành trong điều kiện bình thường bằng một Nghị quyết của Quốc hội để tháo gỡ khó khăn của đầu tư công, đảm bảo giải ngân hết và vượt vốn được phân hàng năm và đột xuất từ gói hỗ trợ đẩy mạnh sản xuất mà Quốc hội, Chính phủ ban hành. Sau thời kỳ thực hiện sẽ tổng kết để sửa Luật được căn cơ, khoa học.









Ưu tiên các giải pháp tài khóa trước, giải pháp tiền tệ kết hợp để đảm bảo ổn định vĩ mô, an toàn hệ thống các ngân hàng thương mại cổ phần.

NHỮNG VẤN ĐỀ ƯU TIÊN CHO NĂM 2022

Trên cơ sở thống nhất ba nhóm quan điểm lớn đã nêu, cần xây dựng kế hoạch cụ thể hàng năm, đặt trong kế hoạch hai năm khôi phục sau Covid-19 và chiến lược phát triển kinh tế xã hội 10 năm để thực hiện các mục tiêu đề ra tới năm 2030. Ngay từ năm 2022, cần tập trung vào một số công việc trọng tâm:

Về đẩy mạnh và huy động vốn ngoài ngân sách:

Xác định rõ đầu tư công là trụ đỡ của phát triển kinh tế. Trong đó, trong hai năm 2022-2023, đẩy mạnh đầu tư hạ tầng y tế, hạ tầng năng lượng, hạ tầng kỹ thuật số bên cạnh hoàn thiện hạ tầng giao thông. Cần xây dựng đề án đầu tư hạ tầng nông nghiệp gắn với biến đổi khí hậu để có thể triển khai vào cuối nhiệm kỳ. Ưu tiên lựa chọn một số ngành công nghiệp trong số 17 ngành công nghiệp mũi nhọn đã được Đại hội Đảng toàn quốc lần thứ XIII chọn để tạo cơ chế, chính sách thông thoáng, đủ sức hấp dẫn doanh nghiệp của thành phần kinh tế khác đầu tư, còn lại giao cho Ủy ban Quản lý vốn nhà nước tại doanh nghiệp cùng các tập đoàn, tổng công ty nhà nước triển khai.

Đối với các doanh nghiệp nhà nước thuộc Ủy ban Quản lý vốn Nhà nước tại doanh nghiệp quản lý:

Thay thế Nghị định số 131/2018/NĐ-CP Quy định chức năng, nhiệm vụ, quyền hạn và cơ cấu tổ chức của Ủy ban Quản lý vốn Nhà nước tại doanh nghiệp bằng Nghị định mới theo hướng chuyển từ quản lý hành chính vốn đầu tư sang quản lý hiệu quả vốn đầu tư, khả năng hoàn thành nhiệm vụ kinh tế - chính trị được giao. Thực hiện phân cấp triệt để giữa Chính phủ, Ủy ban, và Hội đồng quản trị, Hội đồng thành viên các doanh nghiệp nhà nước được giao cho Ủy ban làm cơ quan đại diện chủ sở hữu. Trên cơ sở Luật quản lý sử dụng vốn nhà nước tại doanh nghiệp ban hành Nghị định mới ủy quyền cho Ủy ban quản lý vốn nhà nước tại doanh nghiệp được phép điều động vốn giữa các doanh nghiệp nhà nước để thực hiện các công trình trọng điểm của kế hoạch phát triển kinh tế xã hội 5 năm đã được các cơ quan có thẩm quyền phê duyệt.

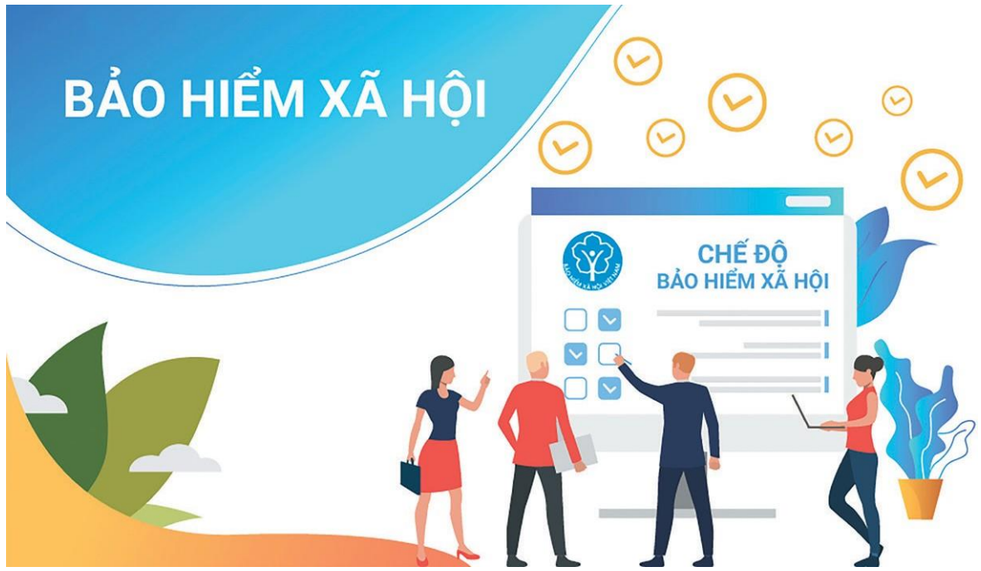


Về nhóm hỗ trợ cho doanh nghiệp, người lao động và phúc lợi xã hội

Tập trung hỗ trợ doanh nghiệp vừa và lớn thông qua đấu thầu trong nước các dự án về tái cơ cấu và khôi phục kinh tế, mở ra khả năng tạo hệ sinh thái với doanh nghiệp nhỏ, doanh nghiệp khởi nghiệp trong lĩnh vực phát triển bền vững: tiết kiệm năng lượng, năng lượng tái tạo sử dụng cho hộ tiêu thụ đơn lẻ và doanh nghiệp, ứng phó với biến đổi khí hậu… theo hướng quy định ngay trong hồ sơ mời thầu hoặc giảm thuế, phí cho doanh nghiệp áp dụng công nghệ mới thân thiện với môi trường, tạo thêm nhiều việc làm.

Trước mắt, dành vốn từ ngân sách nhà nước trong gói hỗ trợ khôi phục và tái cơ cấu nền kinh tế đủ lớn, kéo dài 4 năm để các địa phương xây dựng nhà ở cho người lao động thuê.





Khuyến khích doanh nghiệp tự bỏ vốn xây nhà, Nhà nước cho thuê đất không thu tiền sử dụng đất và coi đây là yêu cầu bắt buộc đối với doanh nghiệp đầu tư trong các khu công nghiệp, doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài.

Tiến hành đánh giá lại việc đóng bảo hiểm xã hội và sử dụng Quỹ bảo hiểm thất nghiệp trong thời gian dịch vừa qua để điều chỉnh chính sách kịp thời, thu hút 100% người lao động tham gia đóng bảo hiểm.

Xây dựng Luật kinh doanh cá thể để quản lý tốt hơn mô hình hộ kinh doanh cá thể theo theo hướng đảm bảo quyền lợi cho cả chủ hộ và người làm thuê về an sinh xã hội.

Đẩy mạnh công cuộc công nghiệp hóa nông nghiệp, phát triển mô hình kinh tế tập thể, kinh tế trang trại theo hướng ưu tiên kinh tế tập thể, ủng hộ việc tích tụ ruộng đất để phát triển kinh tế hợp tác xã, kinh tế doanh nghiệp trong nông nghiệp, nông thôn.

Về nhóm chính sách tín dụng

Hài hòa quyền lợi của các doanh nghiệp sản xuất, thương mại với doanh nghiệp kinh doanh tiền tệ theo hướng tôn trọng các nguyên tắc của kinh tế thị trường, đảm bảo ổn định vĩ mô và an toàn tài chính tiền tệ, tránh các biện pháp "dân túy".

Thực hiện giám sát chặt chẽ nợ xấu của các tổ chức tín dụng, đánh giá hiệu quả 5 năm thực hiện Nghị quyết số 42/2017/QH14 về thí điểm xử lý nợ xấu của các tổ chức tín dụng. Bố trí nguồn lực đủ để chọn một đến hai ngân hàng đã mua "0 đồng" để thực hiện tái cơ cấu. Cần coi việc cấp vốn này như là Nhà nước đầu tư thành lập một ngân hàng thương mại cổ phần mới để trước mắt đảm bảo an toàn hệ thống sau đó sẽ thoái vốn như đã làm trong lĩnh vực đầu tư chứng khoán.



Thời gian 4 năm còn lại của Kế hoạch phát triển kinh tế xã hội 2021-2025 là rất ngắn, bên cạnh việc hoàn thành công việc hàng năm, thực hiện được tốt bốn nhóm việc lớn đã nêu đòi hỏi sự cố gắng vượt bậc của cả hệ thống. Tuy khó, nhưng chúng ta tin tưởng vào dân tộc ta, nhân dân ta sẽ cùng với Đảng vượt qua thử thách cùng thực hiện mục tiêu ý Đảng, lòng dân đã đồng tâm nhất trí: xây dựng một nước Việt Nam dân giàu nước mạnh, xã hội công bằng – dân chủ – văn minh.

TRƯỜNG ĐẠI HỌC CÔNG NGHIỆP DỆT MAY HÀ NỘI



TRƯỜNG ĐẠI HỌC CÔNG NGHIỆP DỆT MAY HÀ NỘI (HTU)

Tầm nhìn: Trở thành trường đào tạo nguồn nhân lực chất lượng cao, đa ngành, phát triển đồng hành cùng doanh nghiệp thông qua các chương trình đào tạo nguồn nhân lực theo hướng ứng dụng, đạt chuẩn quốc tế
Giá trị cốt lõi: Chất lượng – Năng động – Đáp ứng nhu cầu xã hội.

- Địa chỉ: Xã Lệ Chi – Huyện Gia Lâm – TP. Hà Nội.
- Email: phongtchc@hict.edu.vn/phongdaotao@hict.edu.vn
- Điện thoại: 024-38276514
- Website: www.hict.edu.vn

Chào Xuân Nhâm Dần 2022



Thời khắc năm mới Nhâm Dần 2022 đang tới. Con hổ được coi là chúa tể của muôn thú, dũng mãnh, uy vũ nên chắc chắn sẽ kiến tạo những chuyển động mạnh mẽ, năng động trong đời sống kinh tế, xã hội của đất nước. Thực tế, cuộc sống càng khó khăn, nguy hiểm

bao nhiêu thì thành tựu lại càng vang dội, hãnh diện bấy nhiêu. Hai năm chống đại dịch Covid-19, cho dù cũng phải trả giá không ít cho những bài học kinh

nghiệm, nhưng đã chứng tỏ Việt Nam có thể mạnh mẽ vượn lên trong muôn vàn khó khăn như thể "lửa thử

NHÂM DẦN: "LỬA THỬ VÀNG, GIAN NAN THỬ THÁCH... NGÀNH DỆT MAY"

T

rong những ngày cuối năm, tôi nhận được cuốn sách "Hệ thống thẻ điểm cân bằng - BSC và các chỉ số quản lý chủ chốt cho các doanh nghiệp may Việt Nam" do Chủ tịch Vinatex Lê Tiến Trường là chủ biên gửi tặng. Tôi thật sự tâm đắc với những giải pháp quản trị doanh nghiệp tiên tiến, dựa trên hệ thống đo lường định lượng phản ánh chân thực hoạt động của doanh nghiệp, khởi đầu của quá trình chuyển đổi số, cung cấp đầy đủ thông tin để nhà quản lý ra quyết định chính xác, hợp lý nhất, được trình bày trong nghiên cứu có giá trị thực tiễn sâu sắc này.

Chủ tịch Vinatex Lê Tiến Trường cho biết, mặc dù dịch bệnh Covid-19 diễn biến phức tạp, gây ảnh hưởng sâu rộng, để lại hậu quả nặng nề đối với nền kinh tế khi tốc độ tăng trưởng kinh tế của cả nước chỉ đạt khoảng 3%, nhưng nhờ những cải tiến, đổi mới liên tục, kết quả sản xuất kinh doanh của Tập đoàn năm 2021 vẫn khả quan. Có vẻ như các hiệp định thương mại tự do song phương và đa phương (FTA) mà Việt Nam tham gia đang phát huy kết quả đối với nền kinh tế, trong đó có công nghiệp dệt may, góp phần thúc đẩy tăng trưởng xuất khẩu, tạo cơ hội cho hàng hóa Việt Nam thâm nhập vào các thị trường tiêu chuẩn cao. Các FTA đã góp phần đa dạng hóa thị trường xuất nhập khẩu, giảm bớt sự phụ thuộc vào thị trường truyền thống, góp phần tạo lập môi trường đầu tư kinh doanh thông thoáng hơn, thu hút được nhiều nhà đầu tư lớn với công nghệ hiện đại, phương thức quản trị tiên tiến. Các FTA cũng tạo áp lực thúc đẩy doanh nghiệp Việt Nam nâng cao năng lực cạnh tranh, thay đổi văn hóa kinh doanh để hội nhập quốc tế, nâng cao chất lượng nguồn nhân lực, tạo thêm nhiều việc làm, nâng cao đời sống của người lao động. Các giá trị này của các FTA thể hiện rõ nét trong thành công của các doanh nghiệp dệt may Việt Nam và là một trong những yếu tố quan trọng góp phần vào sự thành công của ngành dệt may trong đại dịch Covid-19.

Với tốc độ tiêm và tỷ lệ bao phủ vaccine tương đối rộng khắp, bước vào năm 2022, các hoạt động kinh tế toàn cầu bắt nhịp trở lại. *Mordorintelligence.com* cho thấy tốc độ tăng trưởng hàng năm kép CAGR (Compounded Annual Growth Rate) ngành dệt toàn cầu được dự báo hơn 4,2%, trong đó thị trường tăng trưởng cao nhất là Bắc Mỹ, thị trường có thị phần lớn nhất là Châu Á-Thái Bình Dương. Theo *expomap.ru*, trong năm 2022, ngành dệt may thế giới lại nhộn nhịp trở lại với lịch trình phong phú của các triển lãm, hội chợ quốc tế lớn ngành dệt may, từ The London Textile Fair Winter, Innatex Winter ở Đức, Apparel Sourcing New York, Munich Fabric Start Spring-Summer, Milano Unica Milan, Jitac European Textile Fair Spring, Techtextil Frankfurt,... rồi Saigon Tex 2022 tại thành phố Hồ Chí Minh ngày 6-9 tháng 4.

Trong năm 2022 và thời gian tới, các doanh nghiệp dệt may cần chú ý tới xu hướng chuyển dịch kinh tế trên thế giới dưới tác động của Covid-19. Các chính sách kích thích kinh tế đã triển khai tại các nước lớn đang tạo ra các áp lực về lạm phát và những thay đổi chính sách kinh tế của các nước lớn khi dịch bệnh được kiểm soát được cho là sẽ tác động mạnh tới thị trường tài chính - tiền tệ toàn cầu, đặc biệt là các nền kinh tế đang phát triển. Những bất ổn và bất định này đặt ra yêu cầu các doanh nghiệp phải chú ý hơn đến khả năng chống chịu không chỉ của doanh nghiệp mình mà cả nền kinh tế trước các biến động bên ngoài.

Toàn cầu hóa và hội nhập có bước thay đổi về tốc độ, bản chất, phạm vi và quy mô, chuyển từ đa phương quốc tế sang khu vực, nhóm đối tác và hợp tác song phương. Nhiều nước phát triển có xu hướng thu hút doanh nghiệp chuyển đầu tư về thị trường nội địa, cơ cấu lại chuỗi cung ứng nhằm đa dạng hóa nguồn cung, tránh rủi ro khi phụ thuộc vào một nước khác, nhất là phụ thuộc vào Trung Quốc khi cạnh tranh chiến lược giữa Mỹ-Trung Quốc trở nên ngày càng gay gắt và tiếp tục kéo dài. Xu hướng số hóa và xanh hóa ngày càng mạnh mẽ hơn, trở thành trọng tâm trong quá trình cơ cấu lại nền kinh tế của nhiều nước trên nền phát triển như vũ bão của cuộc Cách mạng công nghiệp lần thứ 4.

Tại kỳ họp thứ 2, Quốc hội khóa XV đã thông qua Nghị quyết về Kế hoạch

cơ cấu lại nền
2025, theo đó
của cả giai đo
là: hình thàn
hiệu quả tron
vực; giữa các
cả nền kinh tế
nhiều sản ph
vào công ngh



Ảnh minh họa

thương trường dày dạn, kiến thức và linh cảm nghề nghiệp sâu sắc, tầm nhìn xa trông rộng, chắc chắn các doanh nghiệp dệt may Việt Nam và Tập đoàn Dệt May Việt Nam sẽ tận dụng các cơ chế, chính sách, các gói hỗ trợ doanh nghiệp trong chương trình phục hồi kinh tế 2 năm 2022-2023 do Quốc hội thông qua tại phiên họp bất thường tháng 12 này, nhất là các chính sách giãn, hoãn, miễn giảm thuế, phí và gói hỗ trợ lãi suất để hình thành các quyết sách đúng đắn, chiến lược, kế hoạch, chiến thuật hợp lý để phát triển doanh nghiệp, làm giàu cho mình và cho đất nước trong năm Nhâm Dần đầy những thách thức và triển vọng đan xen ❑

Chào Xuân Nhâm Dần 2022

CHUYÊN GIA KINH TẾ PHẠM CHI LAN:

NGÀNH DỆT MAY

LUÔN CÓ VỊ TRÍ QUAN TRỌNG TRONG NỀN KINH TẾ





Người lao động Dệt May nỗ lực hoàn thành mục tiêu "kép"

Theo chuyên gia kinh tế Phạm Chi Lan, ngành Dệt May luôn có vị trí quan trọng trong việc phục hồi kinh tế năm 2022. Đồng thời, với một ngành thâm dụng lao động như Dệt May, Chính phủ và các địa phương cần có nhiều cơ chế hơn nữa để giúp các doanh nghiệp (DN) khôi phục sản xuất. Đồng thời, với thị trường xuất khẩu đang có dấu hiệu phục hồi, năm 2022 ngành Dệt May sẽ có nhiều tín hiệu khởi sắc.

Thưa bà, bà nhìn nhận thế nào về nền kinh tế năm 2021 vừa qua, cũng như chính sách điều hành của Chính phủ?

Có thể nói, năm 2021 nền kinh tế Việt Nam gặp những khó khăn chưa từng có. Chúng ta cũng đã từng gặp những lần gặp khủng hoảng như: khủng hoảng trước những năm đổi mới, khủng hoảng khu vực cuối những năm 90, khủng hoảng tài chính toàn cầu năm 2008... Nhưng lần này mức độ khủng hoảng còn "kinh khủng" hơn rất nhiều khi làn sóng dịch Covid-19 lần thứ 4 đánh sâu vào những đầu tàu kinh tế của Việt Nam, cũng như những ngành chủ chốt về xuất khẩu. Đó là những cú đánh hết sức nặng nề, kéo theo Quý 3/2021 Việt Nam có mức tăng trưởng âm 6,17% - điều chưa từng có trong tiền lệ kể từ khi đất nước đổi mới. Điều này đã ảnh hưởng tới bức tranh và mức tăng trưởng cho cả năm 2021. Mặc dù Quý 4/2021 một số ngành đã có những phục hồi nhưng đến nay chưa có ngành nào khôi phục lại được 100% công suất, thậm chí có những đơn vị chỉ mới khôi phục được 30-50% công suất. Do đó, tôi đánh giá đây là một năm vô cùng khó khăn của nền kinh tế.

Đối với việc điều hành của Chính phủ, khi dịch bệnh xảy ra, Chính phủ tập trung vào công tác chống dịch là hoàn toàn đúng đắn, tuy nhiên những giải pháp về phòng chống dịch như giãn cách xã hội quá lâu đã tạo ra những vấn đề lớn cho nền kinh tế và cuộc sống của người dân.

Những người bị ảnh hưởng của dịch chỉ một phần, nhưng những người bị ảnh hưởng tới sinh kế lại còn lớn hơn rất nhiều. Điều này, vô hình chung đã góp phần thêm vào việc tăng trưởng âm trong Quý 3. Tuy nhiên, sau đó Chính phủ đã nhanh chóng nhìn nhận và ra Nghị quyết 128. Đây là cách sửa đổi rất cơ bản trong việc phòng chống Covid-19 theo tinh thần sống chung linh hoạt và thích ứng với dịch bệnh, đồng thời giữ được tăng trưởng của kinh tế như nhiệm vụ đã được đề ra.

Năm 2021 chúng ta chứng kiến làn sóng Covid-19 thứ 4 ảnh hưởng nặng nề đến tăng trưởng kinh tế, cũng như dòng vốn FDI, nhất là khu vực phía Nam. Vậy theo bà, chúng ta phải làm thế nào để khôi phục kinh tế trong bối cảnh bình thường mới của năm 2022?

Tôi nghĩ rằng, trong thời gian qua Quốc hội và Chính phủ đã bàn rất nhiều, đồng thời cuối kỳ họp thứ 2 Quốc hội khóa XV đã đưa ra và phê chuẩn tất cả các gói hỗ trợ cho việc phục hồi kinh tế và hỗ trợ doanh nghiệp. Điều này là vô cùng quan trọng và cần thiết để các ngành, các lĩnh vực và các doanh nghiệp phục hồi dần, cũng như xây dựng đà tăng trưởng cho các năm tiếp theo.

Trong kỳ họp lần này, Quốc hội đã đưa ra rất nhiều về việc phục hồi và tạo lập, xây dựng các nền tảng mới cho tăng trưởng kinh tế. Tuy nhiên, việc phục hồi kinh tế đã là một nhiệm vụ lớn và nặng nề. Nhưng tôi cho rằng, dường như chúng ta mới chỉ bàn đến số tiền mà các chính sách cụ thể lại chưa được bàn thấu đáo. Tôi mong rằng, Nhà nước cần phải lắng nghe cộng đồng doanh nghiệp, có những giải pháp cụ thể và thấu đáo hơn. Ví dụ như lĩnh vực ưu tiên để phục hồi kinh tế, hay những khu vực, doanh nghiệp đã quá yếu kém thì không nhất thiết phải phục hồi. Chúng ta nên dành nguồn lực kinh tế đó cho

Đối với việc điều hành của Chính phủ, khi dịch bệnh xảy ra, Chính phủ tập trung vào công tác chống dịch là hoàn toàn đúng đắn, tuy nhiên những giải pháp về phòng chống dịch như giãn cách xã hội quá lâu đã tạo ra những vấn đề lớn cho nền kinh tế và cuộc sống của người dân. Những người bị ảnh hưởng của dịch chỉ một phần, nhưng những người bị ảnh hưởng tới sinh kế lại còn lớn hơn rất nhiều.

Chào Xuân Nhâm Dần 2022

Chào Xuân Nhâm Dần 2022

những ngành cần hơn để phát triển cho nền kinh tế. Tôi nghĩ rằng điều này sẽ hiệu quả hơn rất nhiều, cũng như giúp ích được cho người dân và doanh nghiệp.

Hiện nay các chính sách của các địa phương chưa đồng nhất, vẫn có tình trạng "trên nóng dưới lạnh", vậy theo bà chúng ta phải làm như thế nào để có sự thống nhất, xuyên suốt trong các chỉ đạo của Chính phủ nhằm phục hồi kinh tế?

Tôi cho rằng điều đầu tiên là cần phải có những quy định nghiêm ngặt, minh bạch hơn về việc phân công, phân cấp, phân trách nhiệm, phân quyền cho các địa phương.

Khi phân cấp, phân quyền như vậy thì cần phải phân rõ trách nhiệm của các địa phương, đặc biệt là không được làm những việc Chính phủ không cho phép. Tôi ví dụ rằng việc giãn cách xã hội quá lâu hay đặt ra thêm những quy định vô lý, siết chặt hơn gây khó khăn cho doanh nghiệp và người dân, do đó cần phải có giới hạn quyền cho các địa phương. Đồng thời phân rõ trách nhiệm, kể cả trách nhiệm không thi hành những chỉ đạo của Chính phủ theo kiểu "trên bảo dưới không nghe", điều này cần phải được xử lý và có chế tài nghiêm khắc với các địa phương.

Ngay cả đối với các Bộ - Ngành, phải có những chế tài khi đưa ra các quy định "vô lý", đồng thời các cơ đơn vị cấp trên có quyền tước bỏ ngay những quy định phi lý khi các Bộ - Ngành ban hành. Đã có rất nhiều quy định để thời gian rất lâu mới được sửa đổi, điều này gây không ít khó khăn tới doanh nghiệp và người dân.



Phục hồi việc làm và thu nhập cho người lao động là mục tiêu hàng đầu



Năm 2022, ngành Dệt May có thể hồi phục sớm

Mặc dù bị ảnh hưởng nặng nề với dịch bệnh, kim ngạch xuất khẩu ngành Dệt May năm 2021 vẫn cán mốc đạt khoảng 39 tỷ USD, tăng trưởng hơn 10% so với năm 2020. Vậy theo bà, thành công của ngành Dệt May phải chăng do chúng ta đã có những chính sách linh hoạt hay do nội tại từ các doanh nghiệp?

Tôi cho rằng ở đây có 2 yếu tố. Thứ nhất, nó đã thể hiện sức mạnh nội tại của các doanh nghiệp dệt may Việt Nam. Có lẽ đây là một ngành bị cạnh tranh vô cùng gay gắt, chiến đấu để thích nghi với các quy định cao hơn của các Hiệp định FTAs thế hệ mới. Đồng thời, đây cũng là ngành bị ảnh hưởng không nhỏ bởi tình trạng đứt gãy chuỗi cung ứng khi xảy ra chiến tranh thương mại Mỹ - Trung và đại dịch Covid-19. Điều này, một phần gây ra không ít khó khăn, nhưng cũng đã giúp cho các DN dệt may "thức tỉnh" sớm, biết được những thách thức mới đặt ra để tìm cách vượt qua. Từ những điều đó, các DN đã vững vàng hơn và bản lĩnh hơn. Tuy nhiên, đợt dịch lần thứ 4 do biến chủng Delta xảy ra và diễn biến quá nhanh, quá rộng đồng thời các biện pháp giãn cách xã hội quá mức cần thiết đã tạo ra cú sock đối với các DN, nhưng tôi cho rằng các DN dệt may đã có sẵn nội lực và có thể vượt qua.

Đối với chính sách điều hành của Chính phủ, ngành Dệt May luôn có vị trí hết sức quan trọng đối với nền kinh tế. Không chỉ là một ngành đóng góp rất lớn cho xuất khẩu, mà ngay cả số lượng các DN dệt may trong nước (không tính DN FDI) cũng đã rất lớn. Đây cũng là ngành thu hút và tạo ra việc làm cho đông đảo lao động, được đầu tư tại nhiều địa phương, cho nên công tác điều hành của Chính phủ cũng đã đưa ra được các chính sách để giúp cho các DN trong ngành bớt khó khăn và phục hồi sớm nhất.

Với một ngành thâm dụng lao động như Dệt May, theo bà vai trò của ngành thể hiện như nào khi chúng ta bắt tay vào phục hồi kinh tế?

Tôi nghĩ rằng đây cũng là một trong những việc ngành Dệt May cần phải phục hồi sớm, bởi trong việc phục hồi kinh tế thì việc phục hồi công ăn việc làm cho người lao động là mục tiêu hàng đầu. Hiện nay, một số khu vực, trung tâm kinh tế lớn như TP. Hồ Chí Minh, Bình Dương, Đồng Nai vẫn còn tình trạng thiếu hụt lao động do làn sóng di dân và người lao động bỏ việc về quê. Nhiều lao động vẫn chưa sẵn sàng trở lại làm việc, mặc dù đã có những chính sách ưu đãi. Sau thời gian ảnh hưởng của dịch bệnh, người lao động đang bị "chấn động" về tâm lý, điều này khiến đông đảo người lao động chưa sẵn sàng quay trở lại làm việc, cũng như chờ đợi khi tình hình dịch bệnh ổn hơn, đời sống được cải thiện hơn khi chi phí sinh hoạt tại khu vực như TP. HCM, Bình Dương... hiện đang rất đắt đỏ. Trong điều kiện đó, chúng ta cần phải tổ chức, xây dựng môi trường làm việc tốt hơn thì mới có thể thu hút được lao động quay trở lại, vì vậy vai trò của ngành Dệt May trong việc khôi phục kinh tế là vô cùng lớn.



Nhà nước nên có chính sách tốt hơn đối với các DN sử dụng nhiều lao động. Đó là việc chúng ta cần có những nơi ở cho NLĐ nhập cư, hay điều kiện sống tốt hơn cho công nhân tại địa phương. Có thể là ưu đãi về đất đai hay nguồn vốn... để các DN có thể xây dựng các khu nhà ở cho công nhân.

Trước đó, tôi đã có nhiều lần bày tỏ với báo chí rằng Nhà nước nên có chính sách tốt hơn đối với các DN sử dụng nhiều lao động. Đó là việc chúng ta cần có những nơi ở cho NLĐ nhập cư, hay điều kiện sống tốt hơn cho công nhân tại địa phương. Có thể là ưu đãi về đất đai hay nguồn vốn... để các DN có thể xây dựng các khu nhà ở cho công nhân. Tôi thiên về việc để cho các DN tự chủ trong việc xây dựng hơn là để chính quyền địa phương thực hiện. Bởi trong ngành thì các DN sẽ hiểu rõ hơn cơ cấu lao động, nhu cầu của người lao động, đồng thời việc DN tự chủ động sẽ có chất lượng tốt hơn, chi phí hợp lý và thời gian sử dụng lâu hơn.

Với góc nhìn của một chuyên gia kinh tế, bà đánh giá thế nào về ngành Dệt May của chúng ta trong những năm qua và kỳ vọng của bà đối với ngành trong năm 2022?

Tôi rất kỳ vọng trong năm 2022 ngành Dệt May có thể phục hồi sớm. So với những ngành khác thì ngành Dệt May, cùng với ngành Da giày là một trong những ngành xuất hàng hàng tiêu dùng chúng ta có thế mạnh, cũng như có được sự quan tâm từ các nhà đầu tư nước ngoài. Hiện thị trường thế giới, nhất là những thị trường xuất khẩu chính của dệt may đang trên đà phục hồi về sức tiêu dùng. Do đó, với tổng cầu cao ở thị trường bên ngoài cộng với nội lực sẵn có của các doanh nghiệp và các chính sách hợp lý của Chính phủ sẽ tạo ra sức bật cho ngành trong năm 2022, thậm chí là "thắng" lớn so với năm 2021.

Xin trân trọng cảm ơn bà!

Chào Xuân Nhâm Dần 2022

TOP 10 SỰ KIỆN TIÊU BIỂU VINATEX NĂM 2021

1. ĐƯỢC CHỦ TỊCH NƯỚC GẶP MẶT VÀ BIỂU DƯƠNG LÀ ĐIỂN HÌNH TIÊU BIỂU TRONG THỰC HIỆN MỤC TIÊU KÉP:

Tại buổi gặp mặt các điển hình tiên tiến trong thực hiện mục tiêu kép của ngành Dệt May Việt Nam, Chủ tịch nước Nguyễn Xuân Phúc đã gửi lời thăm hỏi ân cần tới toàn thể công nhân, lao động toàn ngành Dệt May Việt Nam đang đối mặt với nhiều khó khăn do dịch bệnh Covid-19. Phát biểu tại buổi gặp gỡ, Chủ tịch nước Nguyễn Xuân Phúc ghi nhận và đánh giá cao sự nỗ lực vượt khó khăn của hơn 3 triệu lao động toàn ngành Dệt May, mang lại kết quả khá toàn diện, biến nguy thành cơ, thực hiện tốt mục tiêu kép đã đưa ra.

2. HOÀN THÀNH VƯỢT MỨC KẾ HOẠCH SXKD:

Năm 2021, các doanh nghiệp thuộc Tập đoàn Dệt May Việt Nam phải đối mặt với nhiều khó khăn thách thức do làn sóng dịch Covid-19 lần thứ 4 đem lại. Tuy nhiên, với sự chỉ đạo, điều hành sát sao của lãnh đạo Tập đoàn, lãnh đạo các doanh nghiệp thành viên và sự chia sẻ, đồng lòng cùng vượt khó của toàn thể CBCNV, lao động Tập đoàn Dệt May Việt Nam đã hoàn thành vượt mức mọi chỉ tiêu Đại hội cổ đông giao. Trong đó, lợi nhuận trước thuế hợp nhất năm 2021 đạt 1.200 tỷ đồng, vượt 70% kế hoạch.

3. TĂNG CƯỜNG HỢP TÁC, MỞ RỘNG THỊ TRƯỜNG:

Với định hướng sẽ trở thành một điểm đến có thể cung cấp giải pháp trọn gói cho khách hàng doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng toàn cầu, trong năm 2021, lãnh đạo Tập đoàn Dệt May Việt Nam đã có nhiều buổi gặp gỡ, trao đổi trực tiếp với lãnh đạo các Tập đoàn lớn của Rieter, Dassy và Itochu để bàn về các kế hoạch hợp tác phát triển chuỗi giá trị mới và mở rộng thị trường xuất khẩu.

4. TỔ CHỨC THÀNH CÔNG NGÀY HỘI CÔNG NHÂN, PHIÊN CHỢ NGHĨA TÌNH XUÂN TÂN SỬU 2021:

Tập đoàn Dệt May Việt Nam đã phối hợp với Công đoàn Dệt May Việt Nam tổ chức thành công Chương trình Tết sum vầy – Ngày hội Công nhân – Phiên chợ nghĩa tình Xuân Tân Sửu 2021. Chương trình được tổ chức tại 3 khu vực Bắc – Trung – Nam, mỗi khu vực 2 điểm bán hàng. Việc tổ chức ngày hội bán hàng trợ giá vừa là hoạt động chăm lo cho người lao động, vừa là dịp để giao lưu, kết nối giữa các doanh nghiệp dệt may, mang đến cho công nhân các sản phẩm có chất lượng tốt với giá cả phải chăng, nhằm giảm bớt một phần khó khăn cho người lao động.

5. TRIỂN KHAI NHIỀU GIẢI PHÁP HỖ TRỢ DOANH NGHIỆP, NLĐ TRONG DỊCH COVID- 19:

Để kịp thời hỗ trợ, động viên các doanh nghiệp bị tác động nặng nề bởi dịch bệnh, Tập đoàn Dệt May Việt Nam đã phối hợp với CĐ ngành Dệt May triển khai nhiều hoạt động hỗ trợ doanh nghiệp, NLĐ như: Hỗ trợ thêm tiền ăn cho LĐ sản xuất 3 tại chỗ mức 1 triệu đồng/lần; trợ cấp cho gia đình công nhân bị tử vong do Covid, mức 5 triệu đồng/người; hỗ trợ hơn 800 lao động F0 với mức 3 triệu đồng/người; hỗ trợ hơn 1.000 trường hợp F1 có hoàn cảnh khó khăn với mức 1,5 triệu/người và hơn 15.000 LĐ nghỉ dịch cách ly có hoàn cảnh khó khăn với mức từ 200 đến 1 triệu/người). Hỗ trợ cho 33 CĐCS với số tiền gần 1,4 tỷ đồng, trao sổ tiết kiệm cho 17 trẻ mồ côi có bố mẹ là đoàn viên, NLĐ không may tử vong vì dịch Covid-19 với số tiền 10 triệu đồng/suất. Tổng số tiền chăm lo cho NLĐ và đồng hành cùng doanh nghiệp được chi từ nguồn kinh phí của CĐ Dệt May Việt Nam gần 35 tỷ đồng... Nhờ luôn quan tâm, đồng hành cùng NLĐ mọi lúc, mọi nơi và trong mọi hoàn cảnh nên ngay sau khi các DN được hoạt động trở lại sau giãn cách thì trên 95% NLĐ trong hệ thống đã quay lại làm việc.

Chào Xuân Nhâm Dần 2022



6. CHỦ ĐỘNG TIÊM VẮC XIN CHO NGƯỜI LAO ĐỘNG:

Ngay khi đợt dịch Covid-19 lần thứ 4 bùng phát ở Việt Nam, Vinatex đã có văn bản chính thức gửi đến Ban chỉ đạo Nhà nước về phòng, chống dịch Covid-19 với thông điệp các doanh nghiệp của Vinatex sẵn sàng chi trả tất cả các chi phí dành cho việc tiêm vắc xin cho toàn thể CBNV-NLĐ. Tập đoàn Dệt May Việt Nam đã chủ động trong việc vận động vắc xin, vì vậy, trước khi người lao động được tiêm ở địa phương thì đã được doanh nghiệp triển khai tiêm. Hiện tại, 100% người lao động thuộc Tập đoàn đã được tiêm vắc xin.

7. TRAO TẶNG TRANG THIẾT BỊ PHÒNG CHỐNG DỊCH CHO CÁC ĐỊA PHƯƠNG, BỆNH VIỆN:

Nhằm chung tay hỗ trợ các địa phương và bệnh viện trong cuộc chiến chống dịch Covid – 19, Tập đoàn Dệt May Việt Nam và các đơn vị thành viên đã tổ chức nhiều chương trình ủng hộ, đồng hành cùng các đơn vị, địa phương trong công tác phòng, chống dịch bệnh. Trong đó, toàn Tập đoàn đã đóng góp cho Quỹ vắc xin phòng chống Covid-19 của Chính phủ gần 14 tỉ đồng. Ngoài ra, Tập đoàn và các đơn vị trong hệ thống đã trao nhiều trang thiết bị cho địa phương và bệnh viện như áo choàng mổ bệnh nhân, quần áo bệnh nhân, chăn, ga, gối, khẩu trang... với số tiền hàng chục tỷ đồng.

8. XÂY DỰNG VĂN HÓA HỌC TẬP VINATEX:

Tập đoàn Dệt May Việt Nam đã tổ chức các chương trình đào tạo nội bộ trực tuyến (không thu phí) cho các học viên là cán bộ quản lý cấp trung, cán bộ nguồn của Tập đoàn, đến từ các đơn vị thành viên. Các khóa đào tạo này đã củng cố và cập nhật kiến thức cho các cán bộ lãnh đạo cấp trung tại các doanh nghiệp trong hệ thống của Tập đoàn; đồng thời góp phần nâng cao chất lượng nhân sự quản lý cấp trung, duy trì và nâng cao hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp trong điều kiện mới. Đặc biệt, Tập đoàn đã tổ chức riêng một lớp đào tạo để hướng dẫn CBNV chủ chốt của văn phòng Tập đoàn và các đơn vị thành viên về năng lực triển khai chuyển đổi số của Vinatex. Cùng với đó, Tập đoàn đã tổ chức hơn 20 buổi Hội thảo trực tuyến để đào tạo chiến lược cho cán bộ các doanh nghiệp thành viên.

9. TĂNG CƯỜNG CÔNG TÁC CHUYỂN ĐỔI SỐ:

Nhận thức rõ sự cấp thiết của chuyển đổi số trong doanh nghiệp, ngay từ đầu năm 2021, Đảng ủy Tập đoàn Dệt May Việt Nam đã tổ chức Hội nghị Ban Thường vụ Đảng ủy Tập đoàn về Chuyên đề "Chuyển đổi số của Tập đoàn Dệt May Việt Nam giai đoạn 2021-2025". Ban Thường vụ Đảng ủy Tập đoàn Dệt May Việt Nam đã ban hành QĐ Thành lập BCĐ chuyển đổi số gồm 8 thành viên do ông Lê Tiến Trường- Bí thư Đảng ủy, Chủ tịch HĐQT là Trưởng ban. Tổng Giám đốc Tập đoàn ban hành QĐ Thành lập Ban Quản lý Dự án Chuyển đổi số của Tập đoàn Dệt May Việt Nam để xây dựng và triển khai thực hiện Đề án "Chuyển đổi số trong Tập đoàn Dệt May Việt Nam giai đoạn 2021 – 2025" gồm 23 thành viên do ông Phạm Văn Tân – Phó Tổng Giám đốc Tập đoàn là Trưởng ban. Trong năm 2021, Tập đoàn đã hình thành quy hoạch tổng thể mô hình quản trị vận hành sau khi số hóa các tác nghiệp cụ thể từ công ty mẹ đến các công ty thành viên.

10. TĂNG TỐC ĐẦU TƯ NÂNG CAO NĂNG LỰC CHUỖI CUNG ỨNG:

Để nâng cao năng lực cạnh tranh chung toàn Tập đoàn, đáp ứng được yêu cầu quy tắc xuất xứ của các Hiệp định Thương mại tự do như CPTPP và EVFTA... trong năm 2021, bên cạnh việc đầu tư chiều sâu để nâng cao năng lực của các đơn vị thì Tập đoàn Dệt May đã đưa vào hoạt động 2 nhà máy Sợi mới đó là:

- Nhà máy Sợi 3, Công ty CP Sợi Phú Bài với quy mô 3,2 vạn cọc sợi, đi vào hoạt động từ tháng 6/2021. Đây là Nhà máy có quy mô 2 tầng đầu tiên trong hệ thống các đơn vị trực thuộc Vinatex.
- Nhà máy Sợi 2, Công ty CP Vinatex Phú Hưng với quy mô 2,28 vạn cọc sợi, đi vào hoạt động từ tháng 10/2021.

Chào Xuân Nhâm Dần 2022

DOANH NGHIỆP
có doanh thu
LỚN NHẤT
TẬP ĐOÀN

1.

Vốn điều lệ	441 tỷ đồng	*% vốn Tập đoàn*	30,4%	*Lao động bình quân*	5.552 người

	2021	2022	Chỉ tiêu		
Doanh thu	5.914 tỷ đồng	6.500 tỷ đồng	*Thu nhập bình quân NLĐ*	6,7 triệu đồng	6,8 triệu đồng
Kim ngạch xuất khẩu	361,476 triệu USD	379,550 triệu USD	*Cổ tức*	10%	15%

2.

Vốn điều lệ	225 tỷ đồng	*% vốn Tập đoàn*	64,96%	*Lao động bình quân*	9.581 người

Doanh thu	3.700 tỷ đồng	4.000 tỷ đồng	*Thu nhập bình quân NLĐ*	8 triệu đồng	8,5 triệu đồng
Kim ngạch xuất khẩu	208,450 triệu USD	223,700 triệu USD	*Cổ tức*	10%	20%



Chỉ tiêu	2021	2022

Chỉ tiêu	2021	2022

Chỉ tiêu	2021	2022

3. TỔNG CÔNG TY MAY 10 – CTCP

- Vốn điều lệ: 302,4 tỷ đồng
- % vốn Tập đoàn: 33,82%
- Lao động bình quân: 7.170 người

Chỉ tiêu	2021	2022
Doanh thu	3.356 tỷ đồng	3.800 tỷ đồng
Kim ngạch xuất khẩu	187,956 triệu USD	244,343 triệu USD

Chỉ tiêu	2021	2022
Thu nhập bình quân NLĐ	7,8 triệu đồng	8,3 triệu đồng
Cổ tức	12%	15%

4. TỔNG CÔNG TY MAY ĐỨC GIANG

- Vốn điều lệ: 89,996 tỷ đồng
- % vốn Tập đoàn: 35,21%
- Lao động bình quân: 1.580 người

Chỉ tiêu	2021	2022
Doanh thu	2.236 tỷ đồng	2.442 tỷ đồng
Kim ngạch xuất khẩu	135,456 triệu USD	168,689 triệu USD

Chỉ tiêu	2021	2022
Thu nhập bình quân NLĐ	9,49 triệu đồng	
Cổ tức	15%	15%

Chào Xuân Nhâm Dần 2022

5. TỔNG CÔNG TY CP PHONG PHÚ

- Vốn điều lệ: 746,749 tỷ đồng
- % vốn Tập đoàn: 50,1%
- Lao động bình quân: 1.887 người

Chỉ tiêu	2021	2022
Doanh thu	2.043 tỷ đồng	2.375 tỷ đồng
Kim ngạch xuất khẩu	31,853 triệu USD	40,701 triệu USD

Chỉ tiêu	2021	2022
Thu nhập bình quân NLĐ	8,6 triệu đồng	9,2 triệu đồng
Cổ tức	15%	20%

6. CÔNG TY CP DỆT MAY HUẾ

- Vốn điều lệ: 100 tỷ đồng
- % vốn Tập đoàn: 63,9%
- Lao động bình quân: 4.570 người

Chỉ tiêu	2021	2022
Doanh thu	1.760 tỷ đồng	1.860 tỷ đồng
Kim ngạch xuất khẩu:	148,236 triệu USD	132,749 triệu USD

Chỉ tiêu	2021	2022
Thu nhập bình quân NLĐ	6,86 triệu đồng	7,17 triệu đồng
Cổ tức	15%	30%

3.

TỔNG CÔNG TY MAY 10 – CTCP

Chào Xuân Nhâm Dần 2022

5.

TỔNG CÔNG TY CP PHONG PHÚ

7. TỔNG CÔNG TY MAY NHÀ BÈ - CTCP

Vốn điều lệ	182 tỷ đồng	% vốn Tập đoàn	27,69%	Lao động bình quân	30.49 người

Chỉ tiêu	2021	2022
Doanh thu	1.700,671 tỷ đồng	3.000 tỷ đồng
Kim ngạch xuất khẩu	144,320 triệu USD	190,510 triệu USD

Chỉ tiêu	2021	2022
Thu nhập bình quân NLĐ	7,5 triệu đồng	11 triệu đồng
Cổ tức	10%	15%

8. TỔNG CÔNG TY VIỆT THẮNG - CTCP

Vốn điều lệ	210 tỷ đồng	% vốn Tập đoàn	46,93%	Lao động bình quân	1.671 người

Chỉ tiêu	2021	2022
Doanh thu	1.529,409 tỷ đồng	1.610,2 tỷ đồng
Kim ngạch xuất khẩu	8,550 triệu USD	10,3 triệu USD

Chỉ tiêu	2021	2022
Thu nhập bình quân NLĐ	8,5 triệu đồng	9,5 triệu đồng
Cổ tức	25%	25%

Chào Xuân Nhâm Dần 2022

9. CÔNG TY CP SỢI PHÚ BÀI

Vốn điều lệ	95 tỷ đồng	% vốn Tập đoàn	53,85%	Lao động bình quân	880 người

Chỉ tiêu	2021	2022
Doanh thu	1.050 tỷ đồng	1.400 tỷ đồng
Kim ngạch xuất khẩu	39,5 triệu USD	54,5 triệu USD

Chỉ tiêu	2021	2022
Thu nhập bình quân NLĐ	8,5 triệu đồng	9,2 triệu đồng
Cổ tức	30%	30%

10. CÔNG TY CP MAY HỮU NGHỊ

Vốn điều lệ	118,9 tỷ đồng	% vốn Tập đoàn	29,24%	Lao động bình quân	2.855 người

Chỉ tiêu	2021	2022
Doanh thu	769,373 tỷ đồng	850 tỷ đồng
Kim ngạch xuất khẩu	33,463 triệu USD	

Chỉ tiêu	2021	2022
Thu nhập bình quân NLĐ	8,2 triệu đồng	9,9 triệu đồng
Cổ tức	20%	20%

7. TỔNG CÔNG TY MAY NHÀ BÈ - CTCP

Chào Xuân Nhâm Dần 2022

9. CÔNG TY CP SỢI PHÚ BÀI

11. CÔNG TY CP TỔNG CÔNG TY MAY ĐỒNG NAI

109,356	25,7%	1.958
Vốn điều lệ	tỷ đồng	*% vốn Tập đoàn*		*Lao động bình quân*	người

Chỉ tiêu	2021	2022
Doanh thu	740 tỷ đồng	1.200 tỷ đồng
Kim ngạch xuất khẩu	16,828 triệu USD	21,876 triệu USD

Chỉ tiêu	2021	2022
Thu nhập bình quân NLĐ	8 triệu đồng	9 triệu đồng
Cổ tức	8%	12%

12. TỔNG CÔNG TY MAY HƯNG YÊN - CTCP

162,597	35,01%	2.520
Vốn điều lệ	tỷ đồng	*% vốn Tập đoàn*		*Lao động bình quân*	người

Chỉ tiêu	2021	2022
Doanh thu	736,1 tỷ đồng	540 tỷ đồng
Kim ngạch xuất khẩu	85,660 triệu USD	78 triệu USD

Chỉ tiêu	2021	2022
Thu nhập bình quân NLĐ	7,6 triệu đồng	7,6 triệu đồng
Cổ tức	25%	15%

NBC
TỔNG CÔNG TY CP MAY NHÀ BÈ
THƯƠNG HIỆU QUỐC GIA
HÀNG VIỆT NAM CHẤT LƯỢNG CAO
DO NGƯỜI TIÊU DÙNG BÌNH CHỌN



Kính chúc Quý Khách hàng
và Đối tác năm mới Nhâm Dần
Phúc Tường An Khang



TỔNG CÔNG TY CỔ PHẦN MAY NHÀ BÈ
SÁNG TẠO - HỌC HỎI
Tạo dựng nguồn thu nhập ổn định
Luôn chăm lo cuộc sống của người lao động
Xây dựng nền tảng cho sáng tạo và phát triển



LIÊN HỆ TUYỂN DỤNG 0975.192.498 0906.811.324 077.895.9337

DECELSO mattana novelty

Địa chỉ: Số 4, Đường Bến Nghé, Phường Tân Thuận Đông, Quận 7, TP. Hồ Chí Minh
ĐT: (028) 3872 0077 - 3872 9124 Fax: (028) 3872 5107
Email: info@nhabe.com.vn Website: www.nhabe.com.vn

VAI TRÒ CÁC NGÀNH THÂM DỤNG LAO ĐỘNG TRONG CƠ CẤU NỀN KINH TẾ VIỆT NAM GIAI ĐOẠN 2021-2030

VẬN HÀNH 3 TRỤ CỘT KINH TẾ - AN SINH - MÔI TRƯỜNG

Bài: **Ông LÊ TIẾN TRƯỜNG**
Chủ tịch HĐQT Tập đoàn Dệt May Việt Nam



Ông LÊ TIẾN TRƯỜNG
Chủ tịch HĐQT Vinatex

ĐẶT VẤN ĐỀ

Đại hội Đảng toàn quốc lần thứ 13 tháng 1/2021 đã xác định các mục tiêu chủ yếu cho phát triển kinh tế Việt Nam đến năm 2030 nhân dịp kỷ niệm 100 năm ngày thành lập Đảng Cộng sản Việt Nam, định hướng đến năm 2045 nhân dịp kỷ niệm 100 năm ngày thành lập nước Việt Nam Dân chủ Cộng hoà nay là nước CHXHCN Việt Nam, trong đó nhấn mạnh mục tiêu trọng tâm là:

Đến năm 2025, kỷ niệm 50 năm giải phóng hoàn toàn miền Nam, thống nhất đất nước: là nước đang phát triển, có công nghiệp theo hướng hiện đại, vượt qua mức thu nhập trung bình thấp, đạt GDP đầu người 4.700-5.000 USD.

Đến năm 2030 kỷ niệm 100 năm thành lập Đảng: là nước đang phát triển, có công nghiệp hiện đại, thu nhập trung bình cao với GDP đầu người đạt 7.500 USD.

Trong định hướng phát triển kinh tế 2021-2025 tập trung chủ yếu vào:

"***Đổi mới mạnh mẽ mô hình tăng trưởng, cơ cấu lại nền kinh tế, nâng cao năng suất, chất lượng, hiệu quả và sức cạnh tranh của nền kinh tế***" và nhấn mạnh một số nội dung mới của mô hình:

Mô hình tăng trưởng mới cần tận dụng tốt cơ hội của cuộc Cách mạng công nghiệp lần thứ 4, cần dựa trên tiến bộ KHCN, sáng tạo và đổi mới.

Phát triển các sản phẩm có lợi thế cạnh tranh, sử dụng công nghệ cao, thân thiện môi trường, tham gia hiệu quả vào chuỗi cung ứng toàn cầu.

Xác định kinh tế số đến 2025 chiếm khoảng 20% nền kinh tế, đến 2030 chiếm 30%.

Xoá bỏ mọi rào cản, định kiến với kinh tế tư nhân, phấn đấu đến 2030 có 2 triệu doanh nghiệp. Đóng góp của khối tư nhân chiếm 60-65% tổng GDP cả nước.

Lựa chọn phát triển một số ngành trọng điểm, dựa trên công nghệ hiện đại, có giá trị gia tăng cao.

Quy hoạch không gian lãnh thổ quốc gia một cách hợp lý, phát huy tốt nhất các lợi thế đặc thù của mỗi vùng, địa phương và tăng cường tính liên kết nội vùng và liên vùng để tham gia vào chuỗi giá trị toàn cầu, tạo không gian phát triển mới.

Với đặc điểm Việt Nam là nước có dân số đông, dự báo đến 2030 có 105 triệu dân, dân số trong độ tuổi lao động lớn nhưng tốc độ già hoá dân số khá nhanh (dự báo đến 2025 trên 20% dân số sẽ trên 65 tuổi), tỷ trọng dân số trong khu vực nông nghiệp có thu nhập thấp hơn bình quân GDP đầu người chung của cả nước còn lớn, cơ sở hạ tầng còn đang ở mức thấp trong hệ thống đánh giá chung của thế giới.

Nếu lùi lại một khoảng thời gian từ 2018 đến 2020 thì sự phân bổ GDP có sự khác biệt: GDP trong công nghiệp và xây dựng chiếm 34,15%, dịch vụ và thương mại chiếm 41,46%, nông, lâm nghiệp và thủy sản chiếm 14,5% và thuế sản phẩm, trợ cấp sản phẩm chiếm 9,89%.

Với đóng góp trong GDP như vậy nhưng việc phân bổ lao động tại các khu vực kinh tế còn nhiều vấn đề cần phải giải quyết vì hiện nay có khoảng 50 triệu lao động trên 98 triệu dân được phân bổ trong khu vực nông lâm thuỷ sản có 13,9 triệu người; khu vực công nghiệp và xây dựng có 16,4 triệu người và khu vực dịch vụ có 19,6 triệu người.

Theo báo cáo Việt Nam của Ngân hàng thế giới (WB) (cập nhật 7/4/2021), Chỉ số vốn nhân lực của Việt Nam là 0,69. Điều đó có nghĩa là một em bé Việt Nam được sinh ra tại thời điểm hiện nay khi lớn lên gia nhập thị trường lao động sẽ đạt mức năng suất bằng 69% so với cũng đứa trẻ đó được học tập và chăm sóc đầy đủ sống ở các nước công nghiệp có thu nhập cao. Đây cũng là một giới hạn của Việt Nam trên con đường hướng tới nước phát triển, chỉ số vốn nhân lực của Việt Nam là cao so với các nước có thu nhập trung bình thấp, nhưng lại là thấp so với các nước thu nhập trung bình cao và khá xa so với các nước phát triển, mục tiêu mà chúng ta mong muốn vào năm 2045.

Theo báo cáo của WB thì tỷ lệ phụ thuộc ở Việt Nam là khoảng 45% vào năm 2020, tức là dân số ngoài độ tuổi lao động (dưới 15 tuổi và trên 65 tuổi) bằng 45% số lượng trong độ tuổi lao động. Tuy nhiên trên thực tế về báo cáo việc làm thì tỷ lệ phụ thuộc này có thể lên tới 82%.

Báo cáo trên của WB cũng cho thấy thách thức lớn đối với sự phát triển liên tục của các dịch vụ cơ sở hạ tầng hiện đại cần thiết cho giai đoạn tăng trưởng tiếp theo khi mà Việt Nam còn xếp hạng 89/137 quốc gia về chất lượng cơ sở hạ tầng.

Việt Nam ở xuất phát điểm thấp vào năm 2020 có quy mô nền kinh tế sau đánh giá lại khoảng 340 tỷ USD (trước đánh giá lại là 271 tỷ USD), với mục tiêu năm 2030 đạt 7.500USD/người và quốc gia có 105 triệu dân thì quy mô kinh tế cần đạt trên 780 tỷ USD. Áp lực tốc độ phát triển là rất lớn, con đường duy nhất là mọi người có khả năng lao động đều có cơ hội lao động để đóng góp vào tổng GDP cả nước. Như vậy, người lao động có thu nhập được điều tiết bởi luật lao động, lương tối thiểu, hạn chế tạo lập bất bình đẳng thu nhập giữa khu vực có việc làm và thiếu việc làm. Việc tạo tối đa việc làm cũng là cơ hội để mọi người dân được tham gia các chính sách an sinh xã hội do luật lao động quy định và được hưởng phúc lợi xã hội ngày được nâng cao do khả năng tích lũy của nhà nước tăng lên.

Theo báo cáo Dự báo dân số Việt Nam giai đoạn 2014-2049 do Tổng cục Thống kê Việt Nam và Quỹ Dân số của Liên hợp quốc (UNFPA) xuất bản năm 2016 (NXB Thông tấn) thì dân số đến 2025 là khoảng 100 triệu người. Với hệ số phụ thuộc là 0,475, năm 2025, sẽ có khoảng 67,8 triệu dân trong độ tuổi lao động, năm 2030, số dân trong độ tuổi lao động còn cao hơn, xấp xỉ 70 triệu dân.

Với giả thiết xây dựng mô hình kinh tế toàn dụng lao động, trên cơ sở lực lượng lao động có việc làm trung bình gần đây khoảng 53 triệu thì trong 5 năm tới cần tạo thêm việc làm cho khoảng 13 triệu lao động, trung bình khoảng 2,6 triệu lao động/năm.

Thực trạng về lao động, việc làm và đóng góp của mỗi khu vực ngành kinh tế trong GDP hiện nay (số liệu hết tháng 6-2021 của GSO)



VAI TRÒ CỦA CÁC NGÀNH THÂM DỤNG LAO ĐỘNG TRONG CƠ CẤU NỀN KINH TẾ

Nhìn vào số liệu GDP trên đầu người của các khu vực trong 6 tháng đầu năm 2021 có thể thấy khu vực dịch vụ đang tạo ra giá trị đầu người cao hơn mức cần phấn đấu của trung bình toàn thị trường lao động năm 2025, khu vực công nghiệp và xây dựng chỉ cần 1 năm tăng trưởng khoảng 3% là đạt mức trung bình toàn thị trường lao động. Tuy nhiên khu vực nông, lâm, thuỷ sản hiện có mức thu nhập trung bình chỉ tương đương 40% mức cần có năm 2025. Như vậy, bên cạnh cải thiện năng suất, khu vực này còn có nhu cầu rút bớt lao động khoảng



Lãnh đạo Tập đoàn trao đổi với lãnh đạo các Ban về chiến lược giai đoạn 2022-2025

20-25% so với hiện nay, tương đương khoảng 3 – 3,2 triệu lao động. Rõ ràng với cách tiếp cận này khu vực dịch vụ và công nghiệp xây dựng sẽ có nhiệm vụ cần tạo ra khoảng 16 triệu việc làm trong 5 năm tới nếu muốn đạt mức bình quân chung khoảng 7.000USD/người lao động/năm vào năm 2025.

Chính vì vậy, quan điểm tiếp cận trong tái cơ cấu nền kinh tế nên là: **"Tái cơ cấu mô hình kinh tế trên cơ sở nền tảng của Cách mạng công nghệ 4.0, toàn dụng lao động quốc gia, đảm bảo an sinh, phúc lợi xã hội. Trong đó toàn dụng lao động quốc gia là mục tiêu trung tâm để gợi mở phương án tái cơ cấu nền kinh tế nhằm đảm bảo ổn định xã hội, dân giàu nước mạnh".** Để xây dựng mô hình phát triển kinh tế, mô hình mới sẽ góp phần phân bổ nguồn lực quốc gia còn hạn hẹp để trả lời câu hỏi:

- Những ngành nào sẽ cần được quan tâm định hướng cho đầu tư phát triển? Những ngành đó tạo ra bao nhiêu việc làm? Vấn đề cơ cấu lực lượng lao động vào các ngành tạo ra giá trị cao như thế nào?

- Chính sách tác động vào khu vực dịch vụ tạo tăng trưởng.

- Định hướng và không gian phát triển các ngành công nghiệp.

-Chính sách phát triển công nghiệp.

Và một câu hỏi riêng cho ngành thâm dụng lao động như Dệt May đó là Dệt May có còn là ngành nằm trong cơ cấu kinh tế Việt nam đến 2030, tầm nhìn 2045 không? Nếu còn thì đảm nhiệm vai trò vị trí như thế nào?

Với lĩnh vực dệt may, quan niệm cho đây là một ngành giá trị gia tăng thấp, sử dụng nhiều lao động nhưng thu nhập cũng thấp là chưa chính xác. Nó mới chỉ xuất phát từ cách làm của chúng ta, chứ không phải là bức tranh chung của dệt may thế giới.

Trên thực tế, hiện nay ngành dệt may vẫn tồn tại ở các nước phát triển thu nhập gấp 10-15 lần Việt Nam như Pháp, Ý, Đức… cho các phân khúc cao cấp, hàng hiệu. Nhưng tương đồng với Việt Nam là các quốc gia sản xuất quy mô lớn như Trung Quốc, Ấn Độ thì dệt may vẫn được xác định là ngành kinh tế trọng điểm. Kế hoạch 5 năm lần thứ 14 của Trung Quốc ban hành tháng 4-2021 tiếp tục có mục tiêu trọng tâm cho ngành dệt may dù GDP đầu người Trung quốc đã vượt mức 10,000USD/người. Trung Quốc vẫn xác định ngành dệt may thế giới có quy mô tới 1800 tỷ USD trong đó có 800 tỷ USD thông qua xuất nhập khẩu từ các nước sản xuất vào các nước tiêu thụ. Xu hướng dịch chuyển làm tăng kim ngạch xuất nhập khẩu vẫn diễn ra làm quy mô cầu của ngành này với các nước sản xuất có tốc độ tăng CAGR ~6-7% là mức tốt trong các ngành sản xuất. Trung Quốc đặt mục tiêu đến 2030 cung ứng tới 40% nhu cầu ngành dệt may thế giới với KNXK khoảng 300 tỷ USD, tuy nhiên có dịch chuyển giảm tỷ trọng hàng may mặc từ 39% xuống khoảng 33%, tăng hàng dệt công nghiệp từ 30%-35% tổng lượng xuất khẩu dệt may của Trung Quốc. Đặt ra nhiều mục tiêu xanh hoá ngành dệt may như tỷ lệ sử dụng nguyên liệu tái chế sẽ chiếm 15-30% tổng lượng sử dụng, trong khi năng lượng sử dụng giảm 18%. Đặt mục tiêu số doanh nghiệp quy mô trên 1,5 tỷ USD doanh thu 1 năm lên 50 công ty. Ngành dệt may vẫn có nhiệm vụ tạo việc làm và thu nhập tương đương GDP đầu người tức là trên 12.000 USD/năm hiện nay và lên xấp xỉ 18.000 USD/năm vào năm 2030 cho khoảng 15 triệu lao động. Như vậy có thể kết luận, với GDP đầu người đến 2030 phấn đấu đạt 7500 USD, đến 2045 khoảng trên 12.000 USD thì ngay cả đến 2045 dệt may cũng chưa phải là đã hết lợi thế cạnh tranh trong sản xuất từ Việt Nam. Chưa cần bị loại bỏ ra khỏi cơ cấu kinh tế, nhưng cần đổi mới triệt để cách làm đảm bảo 3 trụ cột kinh tế - an sinh – môi trường.

Với thực tế của Việt Nam hiện nay, chúng ta khó hình thành những sản phẩm đột phá về công nghệ so với thế giới nhưng chúng ta lại đang ở thời kỳ dân số vàng. Vì vậy, không thể coi nhẹ ngành công nghiệp dệt may mà phải coi đây là ngành quan trọng trong vòng vài chục năm tới vì **sử dụng được số lượng lớn lực lượng lao động tay nghề đào tạo ngắn hạn (dưới 3 tháng) nhưng lại có thu nhập cao hơn 2-3 lần lao động nông nghiệp.** Vấn đề là phải tập trung đầu tư xây dựng công nghiệp dệt may đáp ứng được yêu cầu cao của các hiệp định thương mại tự do mới là đi từ sợi để từng bước tham gia được cả vào 4 công đoạn: thiết kế - sản xuất nguyên liệu – gia công – phân phối của ngành công nghiệp dệt – may trong vòng 20-30 năm tới, giúp giải quyết được việc làm cho một số lượng lớn lao động nông nghiệp chuyển đổi nghề. Do vậy, phải gắn phát triển công nghiệp dệt – may với quá trình công nghiệp hóa nông nghiệp nông thôn, đô thị hóa nông thôn Việt Nam.

Hiện tại dệt may Việt Nam đang sử dụng khoảng 2,5 triệu lao động trên cả nước, tạo ra KNXK 40 tỷ USD, thặng dư thương mại (kim ngạch XK trừ đi KN nhập khẩu nguyên phụ liệu cho dệt may) đạt gần 20 tỷ USD là ngành có thặng dư cao nhất trong các ngành xuất khẩu do có tỷ lệ nội địa hoá khả quan nhất. Đồng thời đang chi trả thu nhập cho NLĐ khoảng 3800 USD/người/năm. Với mục tiêu khả thi có thể đạt KNXK khoảng 70 tỷ USD đến năm 2030, ngành dệt may hoàn toàn có thể sử dụng khoảng 4 triệu lao động trực tiếp (tăng 1,5 triệu so với hiện nay) và tạo việc làm cho 1,5 triệu lao động dịch vụ phục vụ ngành. Cùng với tỷ lệ hưu trí tự nhiên 5%/năm, mỗi năm ngành có thể tạo việc làm cho 250.000-300.000 việc làm mới.

Để đạt được mục tiêu này trước hết cần thay đổi tư duy về ngành dệt may của đất nước lớn thứ 2 về xuất khẩu dệt may trên thế giới. Do đó không thể sản xuất phân tán, vụn vặt, quy mô nhỏ, không có ngành sản xuất nguyên liệu và ngành nghiên cứu phát triển về vật liệu, thiết kế. Kinh nghiệm từ quy hoạch dệt may của 2 quốc gia lớn nhất thế giới là Trung Quốc và Ấn Độ thì nhà nước đều có đầu tư các khu tập trung lớn quy mô hàng ngàn hecta cho sản xuất nguyên liệu và khoảng 20% nguyên liệu được làm đến khâu may tại KCN. Xác thực vai trò của một điểm đến cung ứng trọn gói giải pháp cho người mua hàng hoá dệt may toàn cầu. Tại Trung quốc, có những địa phương cấp huyện được quy hoạch chiến lược chuyên sản xuất vải như tại Thiệu Hưng – Chiết Giang với quy mô KNXK của huyện lên trên 25 tỷ USD/năm, có lợi thế cạnh tranh lớn về quy mô, giao hàng nhanh, giao được trọn gói các loại mặt hàng và kích cỡ đơn hàng từ nhỏ đến lớn. Chính nhờ các trung tâm này mà hiện nay xuất khẩu dệt may của Trung Quốc trên 300 tỷ USD thì hàng may mặc chỉ còn khoảng 140 tỷ USD, còn lại là nguyên liệu công nghiệp, kể cả ngành sản xuất thiết bị dệt may cũng được tích hợp chung vào chiến lược phát triển dệt may.

Với cách tiếp cận đó, ít nhất Việt Nam cần 8- 10 khu công nghiệp quy mô trên 1000 ha cho dệt may với 1 ở Trung du Bắc bộ, 2 đồng bằng Nam sông Hồng, 1 Bắc trung bộ, 2 ở Trung bộ và Nam trung bộ, 2 ở Nam bộ. Các khu CN cần có điều kiện tiếp cận giao thông thuận tiện với cảng biển, có quy hoạch để xây dựng KTX cho công nhân. Mỗi khu công nghiệp sẽ có module đầu tư từ 1 triệu – 1,5 triệu cọc sợi, khả năng sản xuất 150 triệu mét vải dệt thoi, 60.000 tấn dệt kim, và khoảng 250 triệu sản phẩm may. Toàn khu đạt KNXK từ 2,3-2,5 tỷ USD, thu hút 25-30.000 lao động. Các khu tập trung chủ yếu sản xuất nguyên liệu nên sử dụng ít lao động, kim ngạch xuất khẩu trên đầu người cao gấp 3-4 lần hiện nay (hiện nay 40-50.000 lao động mới tạo ra 1 tỷ USD kim ngạch xuất khẩu nếu chỉ dựa vào khâu may)

Dệt may cùng các ngành thâm dụng lao động đảm bảo hài hòa phát triển kinh tế xã hội theo mô hình tam giác phát triển: kinh tế - môi trường sống – an sinh phúc lợi xã hội. Trong đó chú trọng việc quy hoạch hạ tầng cho lao động sống ổn định cả về văn hoá – tinh thần – giáo dục.

Trong quá trình phát triển kinh tế, tất yếu là chúng ta phải có tác động vào hệ cân bằng sinh thái – môi trường sống của con người. Vấn đề là sau đó chúng ta ứng xử thế nào. Với dệt may, hiện nay vấn đề các địa phương lo ngại là nước thải khi sản xuất vải, tuy nhiên không thể tiếp cận theo hướng có rủi ro thì không cho làm, mà nên quản trị rủi ro theo pháp luật. Có quy định, có đánh giá cấp phép hoạt động và sẵn sàng đóng cửa nếu vi phạm về mô trường. Đảm bảo công bằng trong cạnh tranh giữa doanh nghiệp tuân thủ và doanh nghiệp vi phạm

LỜI KẾT

Phân tích khách quan về nhu cầu của thị trường thế giới, hành vi của chuỗi cung ứng toàn cầu, cũng như các điều kiện về dân cư – thu nhập của Việt Nam cho thấy, đến năm 2045, ngành dệt may vẫn còn có dư địa phát triển và lợi thế cạnh tranh. Vấn đề là trong quy hoạch vĩ mô chúng ta có xác định duy trì và phát triển ngành dệt may hay không? Nếu dự kiến có ngành này trong cơ cấu kinh tế Việt Nam đến 2045 thì cần có chính sách cụ thể, nhất là quy hoạch phát triển theo hướng duy trì và củng cố vị trí là quốc gia có quy mô xuất khẩu dệt may nằm trong top 3 của thế giới. **Đáp ứng được các yêu cầu của cả 3 trụ cột Kinh tế - An sinh – Môi trường** ❑

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

- *Văn kiện Đại hội Đảng toàn quốc lần thứ XIII;*
- *Báo cáo tình hình kinh tế xã hội 6 tháng đầu năm 2021 – Tổng cục thống kê, tháng 7-2021;*
- *Báo cáo Tổng quan Việt Nam – World Bank, tháng 4-2021;*
- *Báo cáo về Dân số Việt Nam 2014-2049 – Tổng cục thống kê & quỹ dân số của Liên hiệp quốc – NXB Thông tấn, 2016.*



Ông PHẠM VĂN TÂN
Phó Tổng Giám đốc Vinatex



Mô hình tổ chức linh hoạt:
GIẢI PHÁP THÍCH NGHI VỚI
MÔI TRƯỜNG KINH DOANH BẤT ĐỊNH

Bài: **Ông PHẠM VĂN TÂN**
Phó Tổng Giám đốc Vinatex

Hai năm qua, thế giới đã thay đổi nhanh và bất định hơn bao giờ hết, việc phân loại công việc và bổ sung các giải pháp phù hợp để triển khai là việc làm cần thiết, đặc biệt là trong các lĩnh vực cần đổi mới sáng tạo cao, những nội dung và sản phẩm của nó chưa từng có trong quá khứ. Chính vì vậy, cũng sẽ chưa có qui trình hoặc cách thức thực hiện để có các hướng dẫn đồng bộ.

MÔ HÌNH LINH HOẠT, CÁCH LÀM SÁNG TẠO

Trong các lĩnh vực đổi mới sáng tạo, nhân sự luôn cần một không gian sáng tạo, một sự tự do và cách làm khác biệt để hướng tới một mục tiêu tốt đẹp và chúng ta có thể hiểu đơn giản rằng kết quả của nó sẽ là những ngọn Hải đăng để đưa các doanh nghiệp lên một tầm cao mới. Chính vì vậy, việc xây dựng một môi trường làm việc linh hoạt để đổi mới sáng tạo có khả năng phát triển là việc làm cấp thiết.

Hoạt động đổi mới sáng tạo bắt đầu từ tất cả các khâu trong quá trình vận hành của một doanh nghiệp, từ việc nghiên cứu phát triển một sản phẩm mới; xây dựng và triển khai một qui trình mới chưa từng có trong tiền lệ như các dự án chuyển đổi Chuẩn mực kế toán Việt Nam sang Chuẩn mực Kế toán quốc tế; Các dự án liên quan đến tái cấu trúc hoạt động của một doanh nghiệp; Các dự án đào tạo... Đặc điểm chung của các dự án này là cần rất nhiều nhân sự chất lượng cao cùng tham gia để thực hiện nhiệm vụ, có thời gian đủ dài và ngân sách lớn, sản phẩm đầu ra rõ ràng ...

Như vậy, với yêu cầu đặt ra liên tục cho các dự án như trên đòi hỏi chúng ta phải bổ sung thêm một cách thức của mô hình tổ chức linh hoạt để triển khai. Mô hình này không thay thế mô hình hiện tại, mà là sự bổ sung cần thiết để tăng thêm khả năng thích nghi, giúp cho các tổ chức lớn như Văn phòng công ty Mẹ Tập đoàn và văn phòng các Tổng công ty có đủ qui mô linh hoạt hơn trong việc quản trị các nhiệm vụ.



MÔ HÌNH LÀM VIỆC LINH HOẠT TỔ CHỨC VÀ VẬN HÀNH NHƯ THẾ NÀO?

Trang bị một số kiến thức Agile Scrum và OKRs:

Về Agile Scrum:

Những năm 80 của thế kỷ 20 chứng kiến một thời kỳ khủng hoảng của giới làm phần mềm về phương pháp luận phát triển phần mềm theo thác nước (waterfall), do tỷ lệ thất bại của các dự án phần mềm quá cao. Thập niên 90, xuất hiện nhiều phương pháp phát triển như Scrum, Kanban, XP, Scrumball... và đó là *"khung qui trình"* để có thể đơn giản hóa việc phát triển phần mềm bàn giao cho khách hàng.

Tháng 2 năm 2001, các nhà phát triển phần mềm đã cho ra đời bản tuyên ngôn Agile, đây là một *"khung tư duy"* đề cập đến cách thức làm ra phần mềm đến tay người dùng nhanh nhất có thể và thống nhất bao trùm cho tất cả các khung qui trình phải tuân thủ khi phát triển phần mềm.

Cách thức này sau đó biến chuyển thành một hình thức quản lý dự án và những năm gần đây nó trở thành một *"dạng thức quản lý"* đang được thảo luận và ứng dụng ở khắp mọi nơi để có thể thích ứng với một thế giới mà hiện nay chúng ta hay gọi là VUCA (dễ biến đổi – bất định – phức tạp – kém rõ ràng).

Agile Scrum bao gồm: *khung làm việc* với các vị trí được phân công rõ ràng về trách nhiệm và *một cơ chế vận hành*.

Khung làm việc này rất đơn giản, dễ hiểu, dễ vận dụng, ứng dụng, song nếu người sử dụng có tính sáng tạo cao sẽ đem lại nhiều hiệu quả cho quản lý công việc, đặc biệt là những công việc khó đo lường và nhận biết rõ ràng kết quả trước khi nó hoàn thành.

❖ Nhóm làm việc theo Agile Scrum gọi là ScrumTeam: ScrumTeam có 3 vai trò chính như sau:



Product Owner (PO): là người chủ của sản phẩm cần sản xuất. Người này hiểu rất rõ đặc tính, yêu cầu và có khả năng đặc tả sản phẩm cho người khác hiểu rõ các yêu cầu để phát triển. Họ là người quản lý các sản phẩm và các đặc tính, họ quản lý nó trong một danh sách và gọi là: Product Backlog.



Scrum Master (SM): là người có hiểu biết về cách thức vận hành của nhóm Scrum, đảm bảo nhóm Scrum được vận hành đúng theo yêu cầu (như thực hiện đầy đủ các cuộc họp, đúng thời gian và đảm bảo mọi người đều đóng góp ý kiến...); đảm bảo môi trường làm việc của nhóm đầy đủ các điều kiện cần thiết để thực hiện nhiệm vụ. Tóm lại, Scrum Master là một lãnh đạo phục vụ cho ScrumTeam thực thi nhiệm vụ.



Development Team: là nhóm phát triển sản phẩm, họ là những người có đủ năng lực để thực hiện đầy đủ nhiệm vụ phát triển sản phẩm theo mô tả của Product Owner.

❖ **ScrumTeam có 2 tính chất rất quan trọng:**

- Tự quản: không có ai làm trưởng nhóm, mọi người đều ngang hàng và thực hiện các nhiệm vụ riêng biệt.
- Đa năng: họ gồm nhiều chức năng và phối hợp với nhau đủ để hoàn thành công việc của PO.

❖ **Nhiệm vụ của ScrumTeam:**

- Biến những sản phẩm trong Backlog thành những sản phẩm khả dụng tối thiểu (Minimum Viable Product – MVP) là những sản phẩm nhỏ nhất nhưng có thể sử dụng được ngay cho khách hàng và triển khai nhanh chóng xây dựng chúng trong thời gian ngắn (thông thường từ 1 đến 4 tuần).
- Các sản phẩm cơ bản sẽ được bàn giao để đưa vào sử dụng, sau đó sẽ được cập nhật liên tục đến khi hoàn thiện.

ScrumTeam trong quá trình phát triển sản phẩm sẽ được đánh giá qua các cuộc họp: các cuộc họp này đều là cuộc họp đóng khung thời gian: 15 phút hoặc nửa tiếng, 1 tiếng nếu quá thời gian trên vẫn chưa hết nội dung vẫn chấm dứt cuộc họp để tiếp tục giải quyết công việc, các cuộc họp bao gồm:

- Họp hàng ngày vào một thời gian, một địa điểm, đứng để họp để đỡ mất thời gian lập kế hoạch. Với 3 nội dung chính: đã hoàn thành được công việc gì trong 24 giờ qua, làm gì trong 24 giờ tiếp theo và có gì cản trở công việc không.
- Họp đánh giá về sản phẩm đã làm ra.
- Họp đánh giá về cách thức làm ra sản phẩm.

nữa, hay không thích hợp như đã viết ra. Các kết quả then chốt có thể được thay đổi hoặc bỏ luôn giữa chu kỳ OKRs.

- Dám thất bại: các mục tiêu cam kết phải được hoàn thành đầy đủ, mục tiêu mở rộng có thể không hoàn thành một cách dễ dàng hoặc có thể thất bại, mục tiêu mở rộng là mục tiêu có thể đưa cá nhân và tổ chức lên một tầm cao mới.

ỨNG DỤNG AGILESCRUM VÀO THỰC TIỄN HOẠT ĐỘNG CỦA DOANH NGHIỆP

Phương pháp AgileScrum có thể ứng dụng vào trong tổ chức, xây dựng mô tả công việc theo HAY value và sử dụng OKRs để quản lý các mục tiêu.

Hệ thống phòng ban trong một doanh nghiệp được thiết kế theo chức năng để thực hiện nhiệm vụ chính của Công ty, dựa trên hệ thống chức năng đó, chúng ta xây dựng các Bản Mô tả công việc. Về cơ bản, hệ thống mô tả công việc được xây dựng dựa trên các chức năng đó sẽ được sử dụng để tuyển dụng, đào tạo nhân viên để thực hiện các nhiệm vụ của công ty.

Việc xây dựng bản mô tả công việc và thực hiện các phương pháp đo lường theo HAY value là một cơ sở quan trọng để đưa về một mặt bằng, nó được xem là một Bản đồ các bản mô tả công việc (JD) để thực hiện đầy đủ mục tiêu của một công ty, trên cơ sở đó công ty có hướng đào tạo, đánh giá. Nếu công ty muốn thực hiện các mục tiêu lớn hơn mục tiêu hiện tại, các JD này cũng cần được cải thiện về chất lượng và số lượng.

Ứng dụng nguyên lý quản lý công việc của OKRs và lý thuyết quản lý AgileScrum và các JD được xây dựng theo HAY value, chúng ta có thể đưa ra một nguyên tắc quản lý công việc như sau:

Phân chia công việc thành hai nhóm, theo đó:

- Nhóm 1: là các công việc cố định được thực hiện chuyên biệt theo chức năng riêng biệt hàng ngày;
- Nhóm 2: là các công việc có tính chất dự án, vụ việc đòi hỏi sự phối hợp của nhiều chức năng trong một doanh nghiệp, hay nói cách khác là nó đòi hỏi sự phối hợp của nhiều loại JD với chức năng khác nhau để hoàn thành một nhiệm vụ.

Có thể ứng dụng hỗn hợp (Hybrid) 2 cách thức quản lý theo Kim tự tháp (cách thức quản lý truyền thống) và Phương pháp quản lý linh hoạt (Agile) trong cùng một doanh nghiệp.

Xác định hệ thống các mục tiêu công việc sử dụng theo OKRs, trong đó:

- Có các mục tiêu cá biệt của từng chức năng và các mục tiêu thực hiện đòi hỏi liên chức năng.
- Hệ thống mục tiêu này nên cần được xây dựng và phát triển bởi các nhân viên và lãnh đạo phòng ban và có sự phối hợp giúp đỡ của lãnh đạo công ty.
- Hệ thống mục tiêu này sẽ được thỏa thuận và trao quyền cho người thực hiện là các Product Owner (PO), đó sẽ là người sẽ xây dựng ScrumTeam làm việc để xác định ra các kết quả then chốt và triển khai thực hiện.

ScrumTeam sẽ có trách nhiệm quản lý và phát triển các công việc trong Backlog từ việc xây dựng kế hoạch hành động, ngân sách, chia nhỏ công việc thành các sản phẩm khả dụng tối thiểu (MVP) để bàn giao cho công ty.

Trang bị công cụ quản lý

Việc quản lý và triển khai sản phẩm công việc cần được trực quan hóa, quản lý theo tiến độ và cần được thông tin phản hồi đầy đủ, minh bạch đến tất cả các thành viên trong nhóm làm việc.

Để có thể đơn giản hóa công tác quản trị, ScrumTeam có thể trực quan hóa bằng bảng KANBAN và sử dụng bản KANBAN để vận hành công việc của nhóm.

Hiện nay, có nhiều phần mềm ứng dụng đơn giản chạy trên nền tảng đa phương tiện, tức là có thể sử dụng được trên nhiều thiết bị khác nhau để phản ánh một nội dung quản trị đến tất cả mọi người như Planner và Microsoft ToDo hoặc Trello.



Chương trình đào tạo Agile tại Tập đoàn Dệt May Việt Nam

LỜI KẾT:

Cấu trúc của công ty sau khi bổ sung việc ứng dụng mô hình trên sẽ đóng góp kết quả tích cực trong việc triển khai các nhiệm vụ bất thường và chỉ xảy ra một lần tại các doanh nghiệp. Từng cá nhân có thể tham gia vào nhiều ScrumTeam và cũng là những thành viên thuộc các mô tả cố định theo các chức năng nhiệm vụ của các phòng ban.

Các ScrumTeam này có khả năng tự chủ cao nhờ vào cơ chế phân nhiệm với yêu cầu kết quả được mô tả rõ ràng, ScrumTeam cũng được kiểm soát về độ tin cậy dựa trên hệ thống tác nghiệp được số hóa bằng các công cụ của nhiều nhà phát triển phần mềm để nắm bắt nhanh chóng thành tích làm việc, tiến độ triển khai...

Các ScrumTeam có thể học hỏi lẫn nhau và đưa các bài học tốt nhất lên hệ thống quản lý tri thức chung của công ty. Khối kiến thức quý báu này sẽ là tài sản trọng tâm của tổ chức – đặc biệt khi chúng ta tiến đến tổ chức tri thức.

Vấn đề quan trọng để triển khai thành công hệ thống quản lý công việc theo ScrumTeam, là xây dựng một tổ chức học tập liên tục để có thể cập nhật liên tục các tri thức mới đảm bảo đủ kiến thức giải quyết công việc.

Việc xây dựng các phần mềm, các hệ thống dữ liệu, tự động hóa các qui trình và các báo cáo sẽ được tập trung hướng vào các mô tả công việc của các chức năng riêng biệt. Điều đó cho thấy, việc xây dựng các ScrumTeam sẽ là một xu hướng vận hành song song cùng với mô hình truyền thống trong tương lai, nó là cơ chế vận hành không biên giới để giải quyết các công việc thách thức đòi hỏi mức độ đa dạng bên ngoài, những công việc không lặp đi lặp lại, công việc khó nắm rõ bản chất và bất thường đòi hỏi một cách thức giải quyết khác với cách thức hiện tại ❑

> ***"Chúng ta nên bắt đầu linh hoạt từ phạm vi các dự án nhỏ và lan dần sang việc triển khai các dự án có qui mô lớn với nguồn lực bao gồm bên trong và bên ngoài doanh nghiệp, nhóm linh hoạt sẽ làm cho doanh nghiệp linh hoạt hóa. Môi trường và phương tiện, phương thức đã sẵn sàng và đầy đủ, đòi hỏi tính sáng tạo, tính cam kết và đương đầu với sự thay đổi của nhân sự tham gia mô hình. Qua đó, chúng ta sẽ có được các cá nhân chủ động, phòng ban chủ động với khả năng huy động được các nguồn lực cả bên ngoài doanh nghiệp, tạo nền tảng vững chắc giúp doanh nghiệp chủ động và có khả năng đối mặt với các thách thức một cách linh hoạt."***

Về quản lý theo Mục tiêu và các Kết quả then chốt (OKRs)

Phương pháp luận của OKRs rất đơn giản: O là mục tiêu và KR (kết quả then chốt). Mục tiêu là định hướng: "Chúng tôi muốn hoàn thành việc chuyển đổi chuẩn mực kế toán Việt Nam – VAS sang chuẩn mực kế toán quốc tế - IFRS", đây là mục tiêu, đây là nơi ta sẽ đến. Vậy kết quả then chốt cho là: "Hoàn thành công tác đào tạo IFRS trước năm 2023 cho 30 doanh nghiệp thành viên; hoàn thành việc xây dựng Bộ chính sách kế toán chung trước 2024; Đánh giá mức độ ảnh hưởng của IFRS trước 2023; Hoàn thành việc chuyển đổi năm 2024 cho 30 doanh nghiệp thành viên".

Kết quả then chốt cần phải đo đếm được, kết quả cuối cùng cần nhìn thấy được và không cần bất cứ lời giải thích nào.

Một số nội dung yêu cầu cơ bản của OKRs:

- Chỉ cần một vài mục tiêu nhưng được chọn lựa rất kỹ, có thể truyền đạt rất rõ thông điệp. Doanh nghiệp và nhóm, cá nhân chỉ cần đưa ra 3 đến 5 mục tiêu để lựa chọn: "Cái gì là quan trọng nhất". Nói chung, mỗi mục tiêu nên có 5 hoặc ít hơn các kết quả then chốt.
- Các mục tiêu nên được thiết lập từ dưới lên, trong tổng số các OKRs nhóm làm việc và cá nhân nên được khuyến khích để đưa ra hơn nửa số OKRs. Nếu tất cả các mục tiêu đều đưa từ trên xuống, động lực làm việc sẽ dần bị ăn mòn.
- Không ra mệnh lệnh, OKRs là một dạng hợp đồng hợp tác xã hội để thiết lập các ưu tiên và định nghĩa các tiến triển công việc được đo đếm như thế nào, thỏa ước tập thể là cần thiết nhằm tối đa hóa khả năng hoàn thành mục tiêu.
- Linh hoạt. Nếu hoàn cảnh thay đổi và một mục tiêu không hữu dụng

Chào Xuân Nhâm Dần 2022

NGHIÊN CỨU PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM MỚI NGÀNH DỆT GIAI ĐOẠN 2022-2025:

ĐÓN ĐẦU XU THẾ CỦA THỜI ĐẠI MỚI

Bài: **ÔNG PHẠM XUÂN TRÌNH**
Giám đốc điều hành Vinatex



Ông PHẠM XUÂN TRÌNH
Giám đốc điều hành Vinatex

Từ xa xưa, quần áo không thể thiếu là vật che thân của con người với nhiều vật liệu được dùng chủ yếu là từ thiên nhiên, không ngoài mục đích là mặc ấm. Xã hội càng phát triển, nhu cầu càng tăng, "con đường tơ lụa" đã đưa những tấm vải lụa là, rực rỡ, quí phái đến khắp các nước đông, tây, là món quà thiên nhiên ban tặng cho con người thỏa mãn như một món trang sức, tài sản và thể hiện đẳng cấp trong xã hội. Cuộc cách mạng vải sợi cotton từ Anh và Mỹ giúp thế giới phát triển sản xuất dệt may, đáp ứng một phần về nhu cầu mong mỏi quần áo của con người trên khắp thế gian.

TINH TẾ NGHỀ DỆT VẢI

Từ xa xưa ấy, con người Việt Nam đã trồng dâu nuôi tằm - kéo kén - ươm tơ - dệt vải; trồng bông - se sợi - nhuộm sợi - dệt vải đáp ứng nhu cầu thiết yếu của xã hội. Nhiều làng, vùng đã lưu truyền nghề đến đời nay như: Làng Lụa Vạn Phúc, Chăn Chiên Hà Nội, thổ Cẩm làng Chăm... Mỗi năm đến ngày 12 tháng Chạp âm lịch, mọi người thợ đều nhớ đến những người Tổ đã sáng lập, phát triển và lưu truyền nghề này.

Trải qua bao thăng trầm, ngành Dệt May Việt Nam tiếp tục thực hiện sứ mạng của mình từ mặc ấm đến mặc đẹp, mặc sang; từ một quốc gia tiêu thụ sản phẩm nhập khẩu đã tiến đến xuất khẩu. Đặc biệt, trong 10 năm trở lại đây, Dệt May Việt Nam đã ghi tên mình vào bản đồ xuất khẩu hàng dệt may của thế giới, vươn lên top 5 trong các nước hàng đầu về may mặc. Việc trở thành đất nước xuất khẩu sản phẩm dệt may hàng đầu của thế giới đã đưa kim ngạch xuất khẩu hàng năm tăng trên 10% đạt mức gần 40 tỉ USD năm 2021, giải quyết hàng triệu lao động có việc làm từ thành thị đến nông thôn, đặc biệt là làm nền tảng để thu hút hàng tỉ USD của các doanh nghiệp nước ngoài đầu tư vào Việt Nam

Để có được truyền thống và niềm tự hào này, hàng triệu lao động Việt Nam qua bao thế hệ đã vun đắp, giữ gìn, xây dựng ngành nghề của mình bằng sức lực và trí óc, từ không ngừng ngày đêm miệt mài bên bàn may, khung cửi đến đổi mới sáng tạo, cải tiến và tìm tòi để chuyển giao và ứng dụng công nghệ, thiết bị mới và tiến bộ khoa học kỹ thuật của thế giới vào ngành nghề của mình.

Nhìn lại lịch sử phát triển của dệt may, đúng nghĩa lao động là sáng tạo, từ những khung cửi bằng gỗ thô sơ, chân đạp để nâng go dệt, tay đập sợi ngang để dệt thành vải; từ những con xa, tay quay tay vê để tạo ra sợi, từ những mũi kim được may bằng tay để kết áo rồi đến các cuộc cách mạng công nghệ từ 1.0 đến nay. Trải qua hàng trăm năm, ngành dệt may đã có máy móc hiện đại thay thế sức lao động của con người và với kỹ thuật hiện nay dệt may được xem là ngành tự động hóa cao, kỹ thuật cao trong kéo sợi, dệt vải, nhuộm vải và may mặc.

Với sự tìm kiếm vật liệu để đáp ứng thỏa mãn nhu cầu của con người, sự tiến bộ khoa học kỹ thuật, nhiều loại sợi có nguồn gốc từ thiên nhiên và nhân tạo được ứng dụng, những chiếc áo ấm từ lông thú toát lên vẻ dũng mãnh, anh hùng của chủ nhân trong mùa đông lạnh giá, những chiếc áo lụa mượt mà, thướt tha, yểu điệu làm mềm mại dáng vóc đài các của các tiểu thư.

Những chiếc áo, chăn bông làng nghề Hà Nội, một sản phẩm tinh tế, ba lớp áo được kết nối với nhau bằng một sợi chỉ mong manh (ở giữa có lớp tơ tằm giữ ấm mùa đông) mãi là ký ức đẹp một thời. Nhiều thế hệ 6X, 7X hẳn còn nhớ khi còn thơ bé được mẹ mặc cho chiếc áo bông, mặc suốt qua ba mùa đông liền, quí và nâng niu giữ gìn để nỗi nhớ mùa hạ lá sen xanh ào ạt đung đưa qua gió, mùa thu lá bay, mái phố dội nghiêng dội đỏ, mùa đông cành khô gió bấc, chiếc áo có gì vô hình như mùi hương, cuốn hút bao người vào một thời ăm ắp kỷ niệm...Con người không cần phải trải qua một thời gian dài để thích nghi với hoàn cảnh thay đổi của tự nhiên mà đã có quá nhiều sự lựa chọn từ vải vóc. Những bộ đồ trượt tuyết trong mùa đông lạnh giá; những quân phục trong sa mạc ngày nóng đêm lạnh sẽ tự điều chỉnh nhiệt độ, những quần áo thông minh sẽ biết được tình trạng sức khỏe của cơ thể, những tấm vải, tấm khăn kháng khuẩn, kháng virus hay những vật liệu bảo vệ con người ở nơi hầm mỏ, điều kiện dễ cháy, điều kiện bị ma sát nhiều hay những trò chơi mạo hiểm...

Sự kết hợp tinh tế giữa vật liệu, kiểu dệt, công nghệ nhuộm, may tạo nên sự đa dạng phức hợp, tạo cảm giác gợi cảm, quyến rũ như bị thôi miên. Nhìn ở một góc độ khác như siêu thực, kỳ lạ, long lanh trong ánh sáng như tô điểm thêm cho cuộc đời này.

GIAI ĐOẠN 2022 – 2025: ĐỊNH HÌNH SẢN PHẨM MỚI CỦA NGÀNH DỆT

Ngành Dệt May Việt Nam đã gặt hái được những thành tựu trong một thời gian dài, khẳng định vai trò là chuỗi cung ứng toàn cầu, đáp ứng được nhu cầu thị hiếu của khách hàng trong và ngoài nước, có khả năng tiếp cận công nghệ hiện đại cũng như vật liệu mới với đòi hỏi ngày càng cao của người tiêu dùng như an toàn, thoải mái, tiện ích, đẹp... Việc sản xuất sản phẩm đòi hỏi phải gắn liền với môi trường xanh, sạch và bền vững, yêu cầu chúng ta luôn vận động để đáp ứng trong từng sản phẩm của mình, ngoài duy trì sản xuất các mặt hàng thông dụng cần có các giải pháp để tạo ra các sản phẩm mới nhằm tạo thêm giá trị gia tăng và phong phú sản phẩm. Đó là:

**Phát triển sản phẩm mới trên nền tảng thế mạnh sản phẩm đang có* bằng cách thay đổi, thêm bớt nguyên liệu, công nghệ, kỹ thuật từ phương pháp kéo sợi, nguyên liệu sợi đến hiệu ứng dệt, công nghệ nhuộm, may mặc, đóng gói.

Chẳng hạn: trộn xơ visco vào cotton để kéo sợi cellulo sẽ cho màu sắc rất tươi và đậm khi nhuộm.





Từng bước hiện đại hóa quá trình sản xuất sợi

Trộn xơ PVA vào cotton để tạo sợi sẽ tạo nên sản phẩm rất xốp, mềm, thấm nước cao... lúc xử lý hoàn tất nhuộm. Tạo nên sợi Fancy và kiểu dệt chéo nổi gân sẽ tạo hiệu ứng mạnh mẽ sau khi wash của quần áo denim.

Phối hợp hai loại nguyên liệu khác nhau tạo hiệu ứng khác nhau trong cùng một điều kiện môi trường.

Dùng xơ cotton để bao bọc quanh lõi filament tạo nên sợi để dệt vải nhằm tăng cường lực, độ ma sát, mài mòn, tăng khả năng hút ẩm, giặt mau khô, tạo cảm giác thoải mái trong đồng phục bảo hộ lao động... và rất nhiều cách thức để tạo nên sản phẩm khác lạ từ phương pháp này. Nói tóm lại, tạo ra sản phẩm bằng cách thay đổi trên toàn chuyền, thay đổi ở công đoạn trước sẽ tạo ra những thay đổi ở công đoạn sau.

** Ứng dụng vật liệu mới vào việc phát triển sản phẩm:* ngày nay với sự tiến bộ của khoa học kỹ thuật, nhiều loại sợi mới được ra đời và ứng dụng vào việc tạo ra sản phẩm được chế biến từ vỏ trấu, vỏ dừa, bắp, chất nhờn từ cat fish, vỏ cua, sữa chua, chai nhựa, than hoạt tính, carbon....

> ĐỂ ĐƯA ĐẾN THÀNH CÔNG, MỘT ĐỘI NGŨ CÓ NĂNG LỰC XUYÊN SUỐT TỪ SỢI - DỆT - NHUỘM - MAY LÀ YẾU TỐ THEN CHỐT.

Tạo ra sản phẩm đáp ứng yêu cầu về chống cháy như dùng sợi aramid kết hợp với nano chống cháy được làm từ vỏ trấu.

Dùng sợi micro, nano để tạo ra sản phẩm làm sạch bề mặt đòi hỏi độ bóng cao như màn hình điện thoại, vi tính, kính xe hơi.

Đưa hoạt chất kháng virus vào vải, sản phẩm gia dụng...

Ứng dụng một số loại sợi vào dệt vải thông minh như biết được tình trạng sức khỏe hoặc có khả năng làm mát khi nhiệt độ cao và làm ấm khi nhiệt độ thấp...

** Kết hợp các làng nghề truyền thống để phát triển sản phẩm* ngay cả việc đầu tư để vực dậy những làng nghề danh tiếng như Lụa Vạn Phúc, Áo Chần Bông Hà Nội, Thổ Cẩm Làng Chăm...

Phát triển sản phẩm tơ tằm trên máy dệt kim, nhằm đơn giản hóa qui trình sản xuất, tạo ra trang phục mặc trong nhà rất quí phái và thoải mái trong mùa hè cũng như mùa đông cho thị phần cao cấp với mọi lứa tuổi. Nghề trồng dâu nuôi tằm, ươm tơ kéo kén cũng là nghề truyền thống có thể phát triển ở nước ta .



Áo chần bông được may bằng tay với một sợi chỉ khác gì nghệ thuật vải quilt được ưa chuộng tại các nước Trung đông và châu Âu. Một chiếc caracat đũi tơ tằm được thêu bằng tay của các nghệ nhân cũng xứng tầm thương hiệu quốc gia và chủ nhân sở hữu, một chiếc khăn mùi xoa tơ tằm dành cho quí cô tẩy trang có thể để trong giỏ xách vài ngày hoặc cả tuần không mùi và có khả năng kháng khuẩn, chiếc khăn quàng cổ bằng tơ tằm, thổ cẩm là một kỉ niệm khó quên sau kỳ du lịch...

** Sản phẩm gắn liền với môi trường, xanh, sạch* là xu thế của thế giới ngày nay: các sản phẩm có xơ sợi từ xơ dừa, chuối, đay hoặc cellulo hữu cơ kết hợp với các phương pháp chế biến tiết kiệm năng lượng, dùng năng lượng sạch, có nguồn gốc hữu cơ như thuốc nhuộm từ cây lá, củ quả (mạc nưa, nghệ, chàm...) chủ yếu dùng nước sôi và thời gian hoặc sản phẩm tái tạo như xơ PE recycle, công nghệ nhuộm Clean dye không nước

**Những mặt hàng tiềm năng tại thị trường Việt Nam chưa có nhà sản xuất lớn* như ga chăn áo gối, thảm lót sàn theo công nghệ dệt thoi hoặc cấy, vải không dệt 100% cotton để làm khăn ăn hoặc dụng cụ tẩy trang ...

** Kết hợp giữa doanh nghiệp, viện, trường với đối tác khách hàng*, nghiên cứu thị trường để luôn tìm kiếm nguyên liệu mới, công nghệ mới, thiết bị mới; việc nghiên cứu gắn với thực hành để tạo ra sản phẩm tại đơn vị sản xuất.

Để đưa đến thành công, một đội ngũ có năng lực xuyên suốt từ **sợi- dệt-nhuộm-may** là yếu tố then chốt .

Năm Nhâm Dần sắp đến - năm sư tử mặc Áo Lụa Hà Đông. Hãy chuẩn bị những trang phục lay động lòng người, thôi miên quyến rũ, long lanh để nghênh Xuân và làm đẹp thêm cuộc đời ❑

Đủ Trí Khôn, Trâu Tậu Tân Sửu Thong Dong Về Đích

Thừa Sức Mạnh, Hổ Nhâm Dần Tăng Tốc Vươn Xa



NGUYỄN XUÂN DƯƠNG



PGS.TS. QUÁCH MẠNH HÀO
Giảng viên Trường Đại học Lincoln (Anh)

Triển vọng của ngành dệt may sẽ dần sáng sủa hơn trong năm 2022 khi nền kinh tế hoạt động trở lại rõ ràng hơn. Việc thực hiện bao phủ tiêm vắc xin khá nhanh có thể sẽ là điều kiện cần để các doanh nghiệp trong ngành có thể từng bước quay lại hoạt động sản xuất thông thường. Theo ước tính, đến khoảng giữa năm 2022 thì các hoạt động sản xuất thông thường có thể quay trở lại, nhưng công suất có thể cần thêm thời gian so với thời kỳ trước đại dịch.

TRIỂN VỌNG PHỤC HỒI NGÀNH DỆT MAY

Bài: **PGS.TS. QUÁCH MẠNH HÀO**
Giảng viên Trường Đại học Lincoln (Anh)

THỰC TẾ KHÓ KHĂN

Đại dịch Covid – 19 đã làm chậm đà phát triển của nền kinh tế Việt Nam trên hầu hết các lĩnh vực của nền kinh tế thực, với việc GDP lần đầu tiên tăng trưởng âm 6.17% trong Quý 3/2021, là mức giảm sâu nhất kể từ khi Việt Nam tính và công bố GDP quý đến nay. Trong đó, khu vực nông, lâm nghiệp và thủy sản tăng 1,04%; khu vực công nghiệp và xây dựng giảm 5,02%; khu vực dịch vụ giảm 9,28%.

Tính chung 9 tháng đầu năm GDP chỉ tăng 1.42% so với cùng kỳ năm trước do dịch Covid-19 ảnh hưởng nghiêm trọng tới mọi lĩnh vực của nền kinh tế, nhiều địa phương kinh tế trọng điểm phải thực hiện giãn cách xã hội kéo dài để phòng chống dịch bệnh. Trong mức tăng chung của toàn nền kinh tế, khu vực nông, lâm nghiệp và thủy sản tăng 2,74%, đóng góp 23,52%; khu vực công nghiệp và xây dựng tăng 3,57%, đóng góp 98,53%; khu vực dịch vụ giảm 0,69%, làm giảm 22,05%.

Trong lĩnh vực dệt may, kim ngạch xuất khẩu năm 2021 đạt 39 tỷ Đô la, cao hơn 11,2% so với năm 2020 là năm chịu ảnh hưởng lớn bởi đại dịch và chỉ tăng 0,3% so năm 2019 là thời điểm trước đại dịch, thấp hơn nhiều so với mức tăng trưởng bình quân hàng năm trước đại dịch luôn ở mức cao 10% - 15%.

Những số liệu thống kê cho thấy ngành dệt may đang trải qua giai đoạn hết sức khó khăn mặc dù đã có những chuyển biến tốt hơn so với năm trước. Sự khó khăn này chủ yếu đến từ việc các nhà máy phải đóng cửa hoặc hoạt động cầm chừng, đặc biệt tại khu vực phía nam, theo các biện pháp kiểm soát dịch bệnh của Chính phủ.



Ảnh minh họa

Nếu để ý rằng nhu cầu của các thị trường dệt may lớn trên thế giới đã tăng trưởng trở lại thì có thể hình dung rằng khó khăn của ngành dệt may còn đến từ sự cạnh tranh khốc liệt từ các thị trường xuất khẩu truyền thống.

Cụ thể, tổng cầu dệt may trên thế giới mặc dù chỉ bằng 91% so với năm 2019 nhưng đã tăng 116% so với 9 tháng năm 2020. Tại các thị trường xuất khẩu chủ yếu như Mỹ, EU, Nhật Bản, Trung Quốc, tổng cầu dao động ở mức 73% - 91% so với cùng kỳ năm 2019 tính theo số liệu của 6 tháng đầu năm, nhưng đều đã đạt mức 100%-123% (trừ Trung Quốc chỉ đạt 81%) so với cùng kỳ năm 2020. Điều này cho thấy rằng sau khi vắc xin được phổ biến tại các thị trường này, nền kinh tế mở cửa và hoạt động trở lại đã dẫn tới nhu cầu hàng dệt may tăng lên rõ rệt.

Trong khi Việt Nam chậm lại, các quốc gia cạnh tranh chính như Trung quốc, Ấn độ và Bangladesh, có kim ngạch xuất khẩu đều tăng nhanh so với cùng kỳ năm trước. Ví dụ, Trung Quốc tăng 12% so với cùng kỳ, trong đó hàng may mặc tăng 40% và hàng dệt tăng 29%. Còn Ấn Độ thì có mức tăng trưởng 52% so với cùng kỳ năm ngoái và vượt 13% so với năm 2019 là thời kỳ trước đại dịch. Bangladesh cũng có mức tăng trưởng 13% so với cùng kỳ năm trước.

Như vậy, có thể thấy rằng, khó khăn của Việt Nam đã bất ngờ mang lại thuận lợi trong tăng trưởng tại các thị trường cạnh tranh, đặt biệt là Ấn Độ. Nếu biết rằng năm 2020, Việt Nam là nước có kim ngạch xuất khẩu lớn thứ 2 trên thế giới thì điều này càng giúp chúng ta nhận diện tốt hơn đâu là lý do căn bản. Năm 2020, Việt Nam được cho là quốc gia kiểm soát dịch bệnh tốt, nhưng sự bùng phát dịch bệnh trở lại trong năm 2021, đặc biệt là lần bùng phát thứ 4 vào Quý 3/2021, đã gần như làm gián đoạn hoạt động

> ***Trong lĩnh vực dệt may, kim ngạch xuất khẩu năm 2021 đạt 39 tỷ Đô la, cao hơn 11,2% so với năm 2020 là năm chịu ảnh hưởng lớn bởi đại dịch và chỉ tăng 0,3% so năm 2019 là thời điểm trước đại dịch, thấp hơn nhiều so với mức tăng trưởng bình quân hàng năm trước đại dịch luôn ở mức cao 10% - 15%.***



Chào Tân Sửu, năm cũ thành công đoàn kết dựng xây, mái nhà Dệt May, phát triển bền vững

Chúc Nhâm Dần, niên mới ghi dấu chặng đường sáng tạo, đội ngũ lao động, chung sức đi lên

CỬ NGUYỄN



Triển vọng của ngành Dệt May sẽ sáng hơn trong năm 2022

sản xuất của các doanh nghiệp trong ngành, ảnh hưởng lớn tới vị thế xuất khẩu của Việt Nam.

Kể từ tháng 10 năm 2021, các biện pháp nới lỏng nền kinh tế đã được thực hiện. Mặc dù vậy, ước tính tăng trưởng kinh tế của Việt Nam trong đó có ngành dệt may sẽ tiếp tục khó khăn. GDP cả năm được phần lớn các tổ chức trong và ngoài nước điều chỉnh xuống trong khoảng từ 2-3% trong khi hồi đầu năm các dự báo tương đối khả quan ở mức 6-7%.

Khó khăn do dịch bệnh và do sự đóng cửa nền kinh tế để đảm bảo các biện pháp chống dịch của Chính phủ là bất khả kháng. Nhưng ngay cả khi mở cửa trở lại, ngành dệt may, do đặc thù sử dụng nhiều lao động, cũng đồng thời phải đối mặt với một hệ quả tiếp theo là chi phí liên quan tới trang thiết bị phòng chống dịch bao gồm chi phí test covid để có thể đi làm trở lại và sự thiếu hụt nguồn lực lao động do công nhân chưa thực sự sẵn sàng trở lại làm việc, hoặc ngay cả khi sẵn sàng thì vẫn có một khoảng trống thời gian do phải huấn luyện lại do họ đã lâu không vận hành máy móc.

TRIỂN VỌNG TÍCH CỰC

Tuy nhiên, triển vọng của ngành dệt may sẽ dần sáng sủa hơn trong năm 2022 khi nền kinh tế hoạt động trở lại rõ ràng hơn. Việc thực hiện bao phủ tiêm vắc xin khá nhanh có thể sẽ là điều kiện cần để các doanh nghiệp trong ngành có thể từng bước quay lại hoạt động sản xuất thông thường. Theo ước tính, đến khoảng giữa năm 2022 thì các hoạt động sản xuất thông thường có thể quay trở lại, nhưng công suất có thể cần thêm thời gian so với thời kỳ trước đại dịch.

Để có thể thực hiện tốt việc quay trở lại, cần nhận thức rằng khó khăn sẽ còn tiếp tục và không thể giải quyết nhanh. Theo đánh giá chung, sự hồi phục hoàn toàn chỉ có thể diễn ra sau ít nhất 3 năm với điều kiện năm 2022 các hoạt động sản xuất thông thường quay trở lại. Điều này không hẳn là do vấn đề năng lực sản xuất mà còn do yếu tố cạnh tranh do các đơn hàng được chuyển sang các thị trường khác sẽ khó quay trở lại ngay lập tức.

Trong tình hình như vậy, việc xác định các mục tiêu lớn cho giai đoạn 3 năm và chiến lược cụ thể cho từng năm là quan trọng. Theo quan điểm cá nhân, năm 2022 nên là năm tập trung vào khôi phục sản xuất, đảm bảo sự vận hành trơn tru của hệ thống máy móc và sự quay lại làm việc của công nhân và người lao động. Song song với quá trình đó là sự phục hồi các thị trường khách hàng truyền thống có thể đã tạm giảm đi do hoạt động dịch chuyển đơn hàng.

Trong các năm tiếp theo, các hoạt động liên quan tới cấu trúc tài chính có thể sẽ là bài toán quan trọng cần được giải. Điều này là do sự giảm sút của doanh thu xuất khẩu do sự bứt phá tạm thời của các thị trường cạnh tranh truyền thống. Các chi phí sản xuất có thể sẽ tăng lên bao gồm chi phí sửa chữa và vận hành máy móc

thiết bị, chi phí nhân sự cũng có thể tăng do nhu cầu lao động trở lại sẽ lớn, bao gồm cả đào tạo mới và đào tạo lại, và chi phí tài chính cũng có thể là một yếu tố quan trọng khác khi kỳ vọng về lạm phát kéo theo việc tăng lãi suất sẽ đi liền với quá trình hồi phục của nền kinh tế.

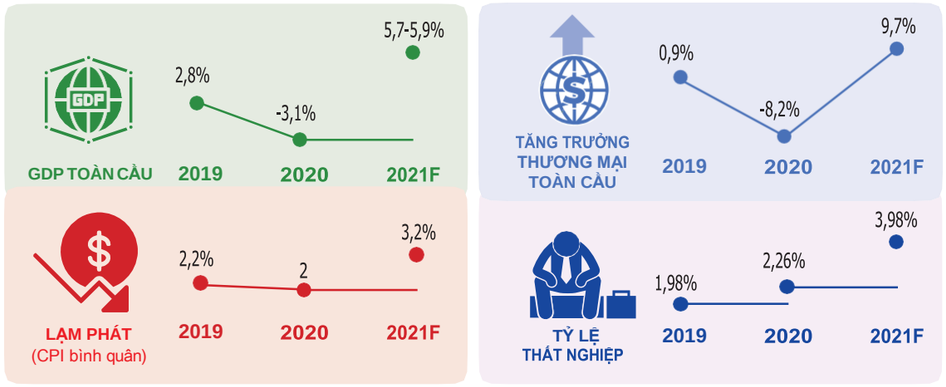
Triển vọng phục hồi của ngành cũng có thể được nhìn thấy qua kỳ vọng của giới đầu tư vào cổ phiếu của Tập đoàn Dệt May Việt Nam– mã chứng khoán VGT – đã có sự tăng trưởng hơn 4 lần về giá so với thời điểm đại dịch toàn cầu bùng nổ. Mức tăng trưởng này cao hơn so với mức tăng trưởng chung của thị trường (hơn 2 lần) cho thấy nhà đầu tư vẫn đặt niềm tin với hoạt động kinh doanh của Tập đoàn nói riêng và của ngành dệt may nói chung trong bối cảnh khó khăn kinh tế. Thị trường định giá cổ phiếu VGT ở mức 18 lần PE và khoảng 1.4 lần giá trị sổ sách. Con số này có phần nhỉnh hơn thị trường chung, cho thấy kỳ vọng tích cực của giới đầu tư vào kết quả kinh doanh của toàn ngành và Tập đoàn trong những năm tới ❑

> ***Trong tình hình như vậy, việc xác định các mục tiêu lớn cho giai đoạn 3 năm và chiến lược cụ thể cho từng năm là quan trọng. Theo quan điểm cá nhân, năm 2022 nên là năm tập trung vào khôi phục sản xuất, đảm bảo sự vận hành trơn tru của hệ thống máy móc và sự quay lại làm việc của công nhân và người lao động. Song song với quá trình đó là sự phục hồi các thị trường khách hàng truyền thống có thể đã tạm giảm đi do hoạt động dịch chuyển đơn hàng.***



KINH TẾ THẾ GIỚI NĂM 2021

- Kinh tế thế giới duy trì xu hướng phục hồi
- Chỉ số PMI toàn cầu liên tục tăng với sự dẫn dắt của các nền kinh tế lớn Mỹ, EU...



Nguồn: IMF (10/2021), OECD (12/2021)

KINH TẾ THẾ GIỚI NĂM 2021 – KHÓ KHĂN, THÁCH THỨC

Các vấn đề làm ảnh hưởng đến kinh tế toàn cầu phục hồi:

- ✓ Covid-19 còn phức tạp, Biến thể mới của virut: Delta, Omicron...
- ✓ Lạm phát tăng, giá cả tăng
- ✓ Tình trạng đứt gãy chuỗi cung ứng vẫn diễn ra
- ✓ Thiếu một số nguồn cung: Chất bán dẫn, nhân lực trong ngành vận tải, nguyên liệu thô...
- ✓ Khủng hoảng logistics: Thiếu container, đóng cửa cảng biển do số ca nhiễm Covid-19
- ✓ Khủng hoảng năng lượng tại Trung Quốc và châu Âu

KINH TẾ THẾ GIỚI NĂM 2021 - TÀI CHÍNH, TIỀN TỆ

QUY MÔ CÁC GÓI HỖ TRỢ TÀI KHÓA VÀ TIỀN TỆ
(Từ đầu năm 2020 đến hết Tháng 10/2021)

Nhóm nước	Gói hỗ trợ tài khóa		Gói hỗ trợ tiền tế		Tổng % GDP 2020
	Tỷ USD	% GDP	Tỷ USD	% GDP	
Các nước phát triển	9.648	11,8	6.237	7,63	19,43
Các nước mới nổi	1.579	5,1	747	2,41	7,51
Các nước thu nhập thấp	55	3,8	7	0,48	4,28
Việt Nam	8	2,94	3	1,05	3,99
Toàn thế giới	**11.281**	**10,2**	**6.991**	**6,2**	**16,4**

Nguồn: IMF (10/2021), UBKTQH

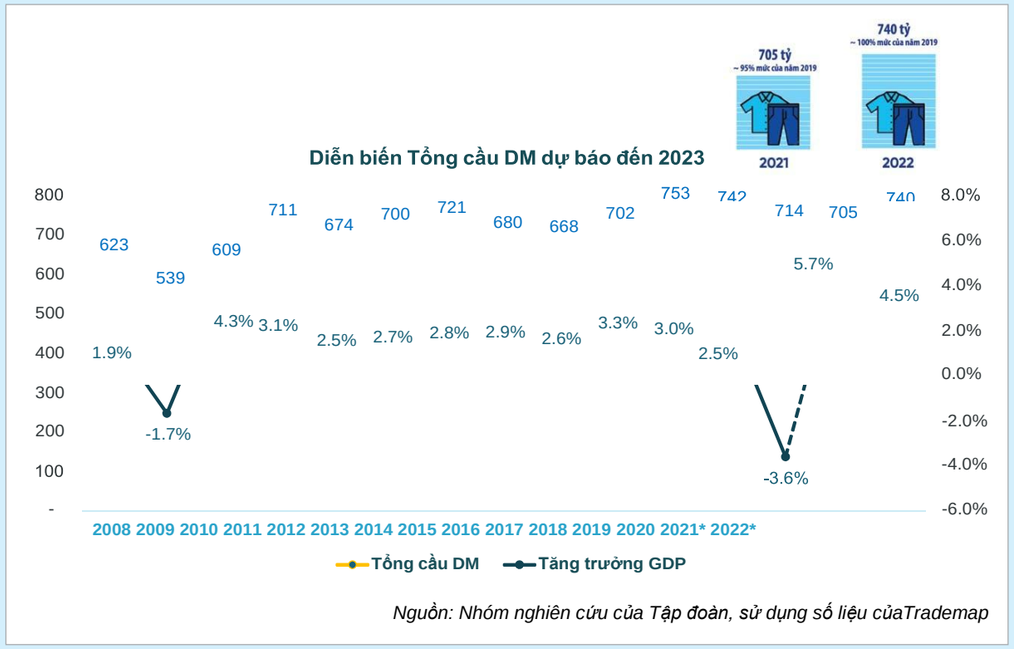
DỰ BÁO NĂM 2022

- ✓ Kinh tế thế giới tiếp tục đà phục hồi
- ✓ Tăng trưởng GDP toàn cầu 4,9%
- ✓ Tăng trưởng thương mại toàn cầu 7%
- ✓ Lạm phát toàn cầu dự kiến sẽ hạ nhiệt vào nửa cuối năm 2022 với mức 3%

MỘT SỐ NỀN KINH TẾ LỚN

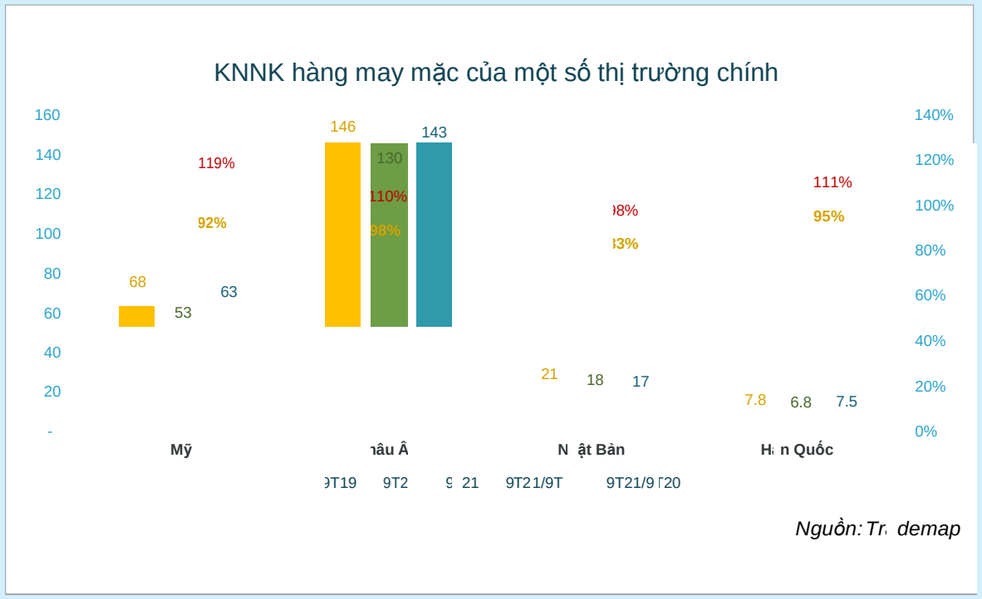
	Năm 2021	Năm 2022
	■ **Kinh tế Mỹ dự kiến tăng trưởng đạt 5,5-6%** (năm 2020: -3,4%) ■ **Tỷ lệ thất nghiệp tiếp tục xu hướng giảm từ 8,8% của Quý 3, dự kiến 6,8% trong Quý 4.** ■ **Lạm phát: 4,3%** (năm 2020: 1,2%)	Tăng trưởng kinh tế dự kiến đạt 5,2%
	■ **Tăng trưởng kinh tế của khối dự kiến đạt từ 5%** (năm 2020: -6,3%) ■ **Lạm phát của cả khu vực là 4,1%** (năm 2020: 1,3%) ■ Chỉ số giá công nghiệp tăng gần 11%, chỉ số giá nông sản tăng 22% ■ **Chỉ số PMI Quý 3 tổng hợp của khu vực đạt 58,5 điểm**	Tăng trưởng kinh tế toàn khối dự kiến 4,2%
	■ **Kinh tế Trung Quốc** tiếp tục xu hướng **phục hồi ổn định** đi cùng với chính sách **Zero-COVID** ■ **Tăng trưởng kinh tế dự kiến 8%** (năm 2020: 2,3%) ■ **Lạm phát: 1,1%** (năm 2020: 2,4%) ■ **Chỉ số PMI tháng 10 đạt 51,5 điểm**	Tăng trưởng kinh tế dự kiến từ 5-5,5%
	■ **Kinh tế Nhật phục hồi chậm** ■ **Tăng trưởng kinh tế dự kiến 2,4%** (năm 2020: -4,6%) ■ **Lạm phát: -0,2%** (năm 2020: 0%) **Chính phủ Nhật đưa ra các chính sách nhằm khôi phục kinh tế:** ➢ Tháng 11 công bố gói kích thích kỷ lục 490 tỷ USD (gói thứ 3) ➢ Chính sách giảm thuế ➢ Nâng lương cho NLĐ ➢ Khôi phục di chuyển nội địa	Tăng trưởng kinh tế dự kiến mức 2,7%

TỔNG CẦU DỆT MAY THẾ GIỚI



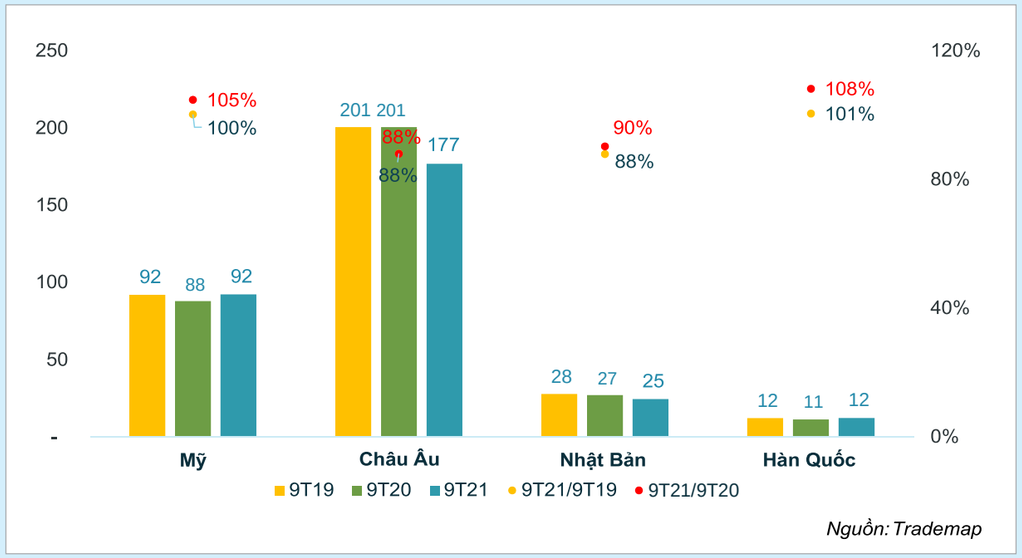
Nguồn: Nhóm nghiên cứu của Tập đoàn, sử dụng số liệu của Trademap

KNNK (TÁCH RIÊNG HÀNG MAY MẶC) CỦA MỘT SỐ THỊ TRƯỜNG CHÍNH 9T NĂM 2021



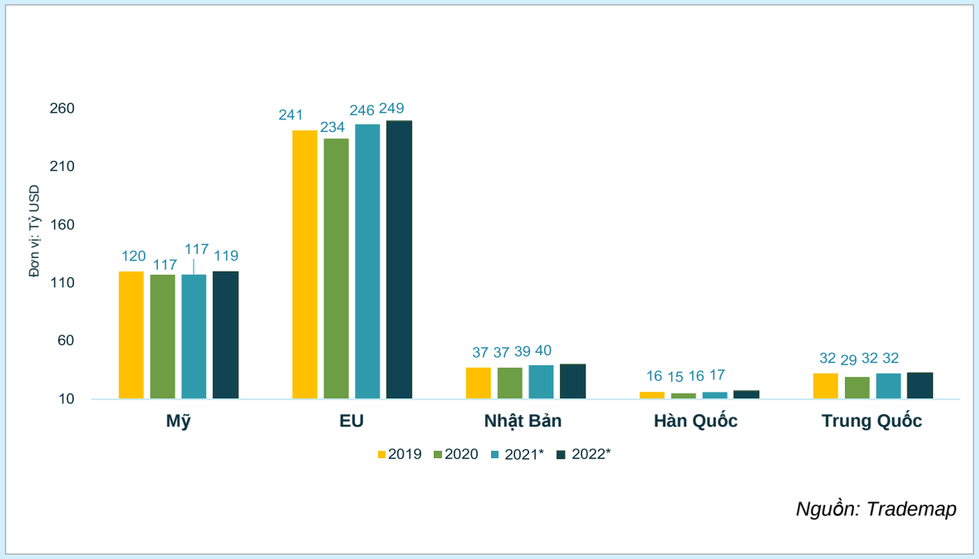
Nguồn: Trademap

KNNK (TỔNG CẦU) HÀNG DỆT MAY CỦA MỘT SỐ THỊ TRƯỜNG CHÍNH 9T NĂM 2021



Nguồn: Trademap

TỔNG CẦU DỆT MAY CỦA 5 THỊ TRƯỜNG CHÍNH



Nguồn: Trademap

BỨC TRANH NGÀNH THỜI TRANG NĂM 2022:

NHỮNG GAM MÀU SÁNG



Bài: **VƯƠNG ĐỨC ANH**

Nguồn: Tổng hợp từ báo cáo State of Fashion 2022 của Mc Kinsey

Các giám đốc điều hành trong ngành thời trang toàn cầu nhìn nhận năm 2022 lạc quan một cách thận trọng. Trong khi một số thị trường đang bắt đầu phục hồi sau 18 đến 20 tháng gián đoạn do đại dịch nhờ sự gia tăng thương mại điện tử và chi tiêu trong nước thì những thách thức do tắc nghẽn chuỗi cung ứng và nhu cầu tiêu dùng không đồng đều có thể khiến ngành thời trang suy giảm tăng trưởng trong tương lai.

Ông VƯƠNG ĐỨC ANH

Chánh Văn phòng HĐQT Vinatex

Nhìn chung, doanh số bán hàng thời trang toàn cầu sẽ tiếp tục đà tăng trưởng trong năm 2022, khi sức mua dồn nén của người tiêu dùng được giải phóng, nhu cầu "làm mới tủ quần áo" khi cuộc sống bắt đầu trở lại ở nhiều thị trường trọng điểm trên thế giới. Khu vực thời trang xa xỉ dự kiến sẽ đạt được sự phục hồi hoàn toàn so với năm 2019 trước đại dịch vào ngay cuối năm 2021, còn ngành thời trang nói chung phải đợi đến đầu năm 2022 mới hồi phục về mức trước đại dịch. Đây là mức phục hồi nhanh hơn nhiều so với dự kiến đưa ra trước đây.

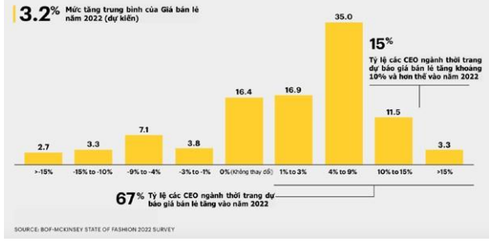
Trong cuộc khảo sát của BoF-McKinsey State of Fashion 2022, Giám đốc điều hành các hãng thời trang lựa chọn ***ba cụm từ hàng đầu để mô tả các điều kiện kinh doanh trong năm tới*** bao gồm: ***"Phục hồi"*** (được 59% giám đốc điều hành thời trang trích dẫn), ***"Thách thức"*** (50%) và ***"Thay đổi"*** (42%). Nếu như năm 2021 các CEO đặt vấn đề "không chắc chắn" là chủ đề quan tâm của năm thì năm 2022 các CEO phần lớn đều tập trung vào chủ đề ***"phục hồi"***.

Thật vậy, năm 2022 ngành thời trang tiếp tục được hỗ trợ bởi các động lực phục hồi của nền kinh tế nói chung. ***Tâm lý người tiêu dùng đang có xu hướng tích cực, đặc biệt là ở những thị trường có tỷ lệ tiêm chủng và tiết kiệm cao***. Tại Mỹ, tiết kiệm trong quý đầu tiên của năm 2021 ước tính cao hơn 3,1 lần so với quý đầu tiên của năm 2019. Bên cạnh đó, 43% người tiêu dùng Mỹ cho biết, họ sẽ tăng chi tiêu cho thời trang vào năm 2021 cho quần áo đi làm và những dịp đặc biệt. Thực tế năm 2021 đã chứng minh nhu cầu bị dồn nén đã diễn ra cái gọi là "mua sắm trả thù" trong phân khúc thời trang xa xỉ ở Trung Quốc *(xem Biểu đồ số 2)*, và câu chuyện tương tự đối với nhu cầu hàng thời trang nói chung ở Mỹ sẽ tăng vào đầu năm 2022. Tại thị trường châu Âu, niềm tin của người tiêu dùng vào sự phục hồi của nền kinh tế thận trọng hơn, khoảng 1/4 số người được

Biểu đồ số 1

Áp lực của chuỗi cung ứng đối với chi phí đầu vào sẽ dẫn đến việc tăng giá bán lẻ của một số công ty thời trang trong năm tới

GIÁ BÁN LẺ DỰ KIẾN THAY ĐỔI NĂM 2022, THEO TỶ LỆ %



SOURCE: BOF-MCKINSEY STATE OF FASHION 2022 SURVEY

hỏi trong cuộc khảo sát tháng 9 năm 2021 lạc quan rằng nền kinh tế sẽ phục hồi trở lại mức trước đại dịch vào cuối năm 2021, trong khi hơn một nửa dự kiến chỉ phục hồi vào năm 2022 hoặc muộn hơn.

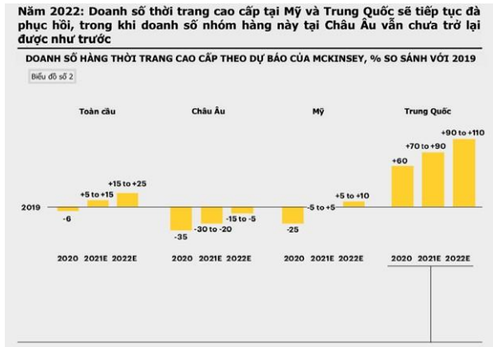
Kết quả khảo sát cũng chỉ ra triển vọng của các CEO ở các phân khúc thời trang có sự thay đổi khi triển vọng của khu vực thời trang tầm trung năm 2022 đã tăng lên đáng kể so với năm 2021. Nếu như khảo sát vào năm 2020 chỉ có 22% các CEO hi vọng phân khúc tầm trung phục hồi vào năm 2021 thì khảo sát năm nay đánh giá triển vọng cho năm 2022, có 61% các CEO kỳ vọng phân khúc tầm trung sẽ khởi sắc.

Từ góc độ nhu cầu, thế hệ Z và nhóm người giàu lên từ nhóm thu nhập trung bình được dự báo sẽ tăng chi tiêu cho nghỉ dưỡng và giải trí mạnh nhất (bao gồm thời trang, ăn uống, du lịch, giải trí, điện tử…). Thời trang là một trong ba danh mục hàng đầu mà họ sẽ chi tiêu hoặc tự thưởng cho mình. ***Tại Trung Quốc, dự kiến thu nhập bình quân đầu người tăng sẽ tạo ra sức chi tiêu tiêu dùng tương đương 10.000 tỷ USD trong giai đoạn 10 năm tới từ 2021 đến 2030.***

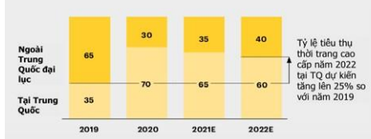
Năm 2022: Doanh số thời trang cao cấp tại Mỹ và Trung Quốc sẽ tiếp tục đà phục hồi, trong khi doanh số nhóm hàng này tại Châu Âu vẫn chưa trở lại được như trước

DOANH SỐ HÀNG THỜI TRANG CAO CẤP THEO DỰ BÁO CỦA MCKINSEY, % SO SÁNH VỚI 2019

Biểu đồ số 2



KHÁCH HÀNG TRUNG QUỐC MUA THỜI TRANG CAO CẤP THEO KHU VỰC



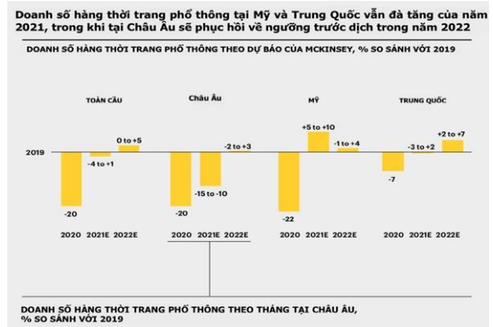
Tại thị trường Mỹ, doanh số bán hàng thời trang thuộc phân khúc không cao cấp năm 2021 dự kiến sẽ vượt 5% đến 10% kết quả của năm 2019 trước đại dịch, trong khi phân khúc cao cấp/xa xỉ dự kiến giao động trong mức tăng giảm 5% so với năm 2019 do giảm lượng tiêu dùng lớn hàng cao cấp của khách Trung Quốc tại Mỹ. ***Tại thị trường châu Âu, phân khúc thời trang không cao cấp có phục hồi nhưng mới chỉ đạt 85% đến 90% so với mức của năm 2019 trước đại dịch và dự kiến dần phục hồi hoàn toàn về ngưỡng trước dịch vào cuối năm 2022.*** Trong khi đó, phân khúc hàng cao cấp/xa xỉ ở châu Âu sẽ duy trì dưới mức của năm 2019 cho đến năm 2022, với kỳ vọng hoạt động du lịch giữa châu Á và châu Âu trong năm 2022 sẽ phục hồi bằng 51% của năm 2019.

Triển vọng, cơ hội và những rủi ro, thách thức của năm 2022

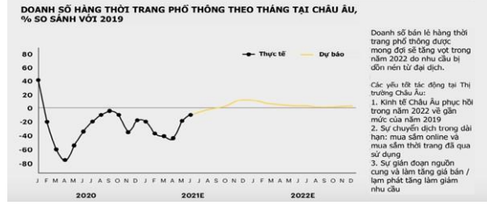
Về tổng thể thị trường thời trang toàn cầu sẽ tiếp tục phát triển trong năm 2022 nhưng không đồng đều giữa các khu vực địa lý, tùy thuộc vào khả năng phục hồi và sức khỏe nền kinh tế tại từng thị trường sau cú sốc của đại dịch. Thị trường thời trang Trung Quốc - bao gồm cả phân khúc cao cấp và không cao cấp - đã trở lại mức doanh số trước Covid-19. Phân khúc không cao cấp 6 tháng đầu năm 2021 tăng trưởng 2% so cùng kỳ năm 2019 trước dịch, tuy nhiên, dự báo cả năm 2021 có thể chỉ tăng trưởng nhẹ dưới 2% so với năm 2019 do những yếu tố tác động như lạm phát, biến thể virut mới. ***Bất chấp những gián đoạn của nền kinh tế, phân thúc thời trang cao cấp tại Trung Quốc có dấu hiệu tăng trưởng mạnh mẽ*** trong bối cảnh các nước hạn chế đi lại dẫn đến chi tiêu trong nước tăng lên; ***dự kiến cả năm 2021 phân khúc hàng cao cấp đạt doanh số từ tăng trưởng 70% đến 90% so với năm 2019.***

Doanh số hàng thời trang phổ thông tại Mỹ và Trung Quốc vẫn đà tăng của năm 2021, trong khi tại Châu Âu sẽ phục hồi về ngưỡng trước dịch trong năm 2022

DOANH SỐ HÀNG THỜI TRANG PHỔ THÔNG THEO DỰ BÁO CỦA MCKINSEY, % SO SÁNH VỚI 2019



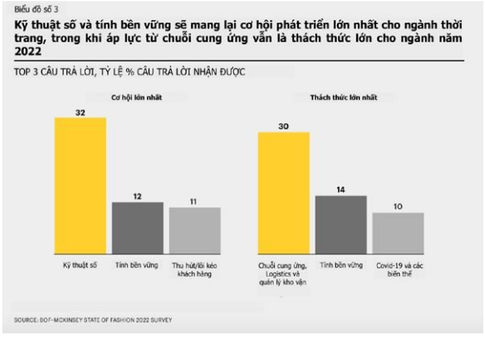
DOANH SỐ HÀNG THỜI TRANG PHỔ THÔNG THEO THÁNG TẠI CHÂU ÂU, % SO SÁNH VỚI 2019



Biểu đồ số 3

Kỹ thuật số và tính bền vững sẽ mang lại cơ hội phát triển lớn nhất cho ngành thời trang, trong khi áp lực từ chuỗi cung ứng vẫn là thách thức lớn cho ngành năm 2022

TOP 3 CÂU TRẢ LỜI, TỶ LỆ % CÂU TRẢ LỜI NHẬN ĐƯỢC



SOURCE: BOF-MCKINSEY STATE OF FASHION 2022 SURVEY

Biểu đồ số 3 thể hiện kết quả khảo sát của BoF-McKinsey đối với CEO các hãng thời trang lớn đánh giá về cơ hội và thách thức lớn nhất đối với ngành thời trang trong năm 2022.

Về cơ hội thì kỹ thuật số (digital) được đánh giá là cơ hội tốt nhất còn căng thẳng chuỗi cung ứng, logistic là thách thức lớn nhất cho năm 2022. Yêu cầu về tính bền vững vừa là cơ hội nhưng cũng đồng thời là thách thức.

Trong khi cả cơ hội kỹ thuật số và tính bền vững đều là những chủ đề dài hạn đã được các CEO nhấn mạnh hàng năm, điểm mới trong nhận định về cơ hội cho năm 2022 nằm ở vấn đề "thu hút/lôi kéo sự tham gia của người tiêu dùng" (consumer engagement). Điều này phản ánh quan điểm việc trải nghiệm của khách hàng với thương hiệu trên các kênh trực tuyến và ngoại tuyến ngày càng trở nên quan trọng hơn để tạo sự khác biệt cho thương hiệu trong một thị trường cạnh tranh cao. Do đó, các doanh nghiệp tham gia trong lĩnh vực thời trang sẽ cần đẩy nhanh việc sử dụng dữ liệu và phân tích thông tin chi tiết về khách hàng để điều chỉnh chiến lược kinh doanh cho phù hợp.

Chúng tôi xin điểm lại 10 chủ đề chính tác động đến ngành thời trang trong năm 2022 như sau: