Dệt may&
THỜI TRANG Việt Nam
ĐẶC SAN CỦA TẬP ĐOÀN DỆT MAY VIỆT NAM - VINATEX

VTGF

THÁNG 10/2022



KỲ VỌNG 2023



HUGACO

TỔNG CÔNG TY MAY HƯNG YÊN - CÔNG TY CỔ PHẦN



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

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

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

Số 8 Bạch Đằng, Minh Khai, Thành phố Hưng Yên
(+84) 3213 862314 (+84) 3213 862500
hugaco.vn hugago@hugaco.vn

Merriman
cảm nhận sự tinh tế

THỜI TRANG CÔNG SỞ CAO CẤP
MERRIMAN

Hotline: 18001760
Website: www.merriman.com.vn
Fanpage: fb.com/thoitrangnammerriman

Dệt may & THỜI TRANG Việt Nam

CHỊU TRÁCH NHIỆM XUẤT BẢN
LÊ TIẾN TRƯỜNG
Bí thư Đảng ủy, Chủ tịch HĐQT Vinatex

HỘI ĐỒNG CỐ VẤN
TRẦN QUANG NGHỊ - Cố vấn cao cấp
Phó Chủ tịch HĐQT Vinatex
CAO HỮU HIẾU
Phó Bí thư Đảng ủy, Tổng Giám đốc Vinatex
ĐẶNG VŨ HÙNG
TV HĐQT Vinatex
PHẠM VĂN TÂN
UV BCH Đảng bộ, Phó Tổng Giám đốc, Phụ trách Ban Tuyên giáo - Truyền thông

PHỤ TRÁCH BIÊN TẬP
VƯƠNG ĐỨC ANH
Chánh Văn phòng HĐQT

THƯ KÝ BIÊN TẬP
NGUYỄN KIỀU GIANG

THIẾT KẾ MỸ THUẬT
VƯƠNG NGUYỄN

Thông tin liên hệ
Địa chỉ: 25 Bà Triệu - Q. Hoàn Kiếm - Hà Nội
Điện thoại: 024. 38257700
Email: bantgtt@vinatex.com.vn

In tại: *Công ty TNHH IN&TM Trường Xuân*
Giấy phép xuất bản: Số 59/GP - XBĐS do Cục Báo chí cấp

THƯ NGỎ

Bạn đọc thân mến!

Những chao đảo của nền kinh tế thế giới đã xoáy sâu vào mỗi doanh nghiệp. Các tổ chức quốc tế liên tiếp hạ dự báo tăng trưởng toàn cầu năm 2022 so với dự báo đưa ra trước đó. Đi qua 3/4 chặng đường sản xuất kinh doanh với nhiều thăng trầm, sóng gió nhưng vẫn có những thành công nhất định, doanh nghiệp dệt may Vinatex vững vàng trước khó khăn với những định hướng sắc bén và năng lực sẵn có.

Tiềm lực này tiếp tục tạo đà cho các doanh nghiệp giữ vững thành quả sản xuất kinh doanh trong quý 4 năm 2022 và quan trọng hơn là nắm bắt được xu thế thị trường để xây dựng kế hoạch hành động cho năm 2023 với kỳ vọng đón bắt được các cơ hội mới.

Lúc này đòi hỏi bản lĩnh, sự nhạy bén, linh hoạt và cả dũng cảm trong điều hành của các nhà quản lý - doanh nhân thời đại mới. Bởi chỉ khi nỗ lực vươn lên tầm cao mới, doanh nghiệp mới sớm hóa giải được khó khăn để đứng vững và phát triển trên thị trường nhiều biến động.

Trân trọng cảm ơn!

BAN BIÊN TẬP



Bìa 1: Kỳ vọng 2023



Tháng 10 2022

MỤC LỤC

■ GÓC NHÌN

7 Thư Chúc Mừng Ngày Phụ nữ Việt Nam (20/10/2022) của Tổng Giám đốc Tập đoàn Dệt May Việt Nam
8 Khép kín chuỗi các chương trình đào tạo quản lý chung của tập đoàn: Hướng tới mô hình người lãnh đạo đóng vai trò khai vấn
12 Chương trình Đào tạo Cán bộ cấp cao mới bổ nhiệm tại Tập đoàn và các doanh nghiệp thành viên
15 Nhìn lại 9 tháng 2022: Kiên định mục tiêu chiến lược là giải pháp trọng tâm để tiếp tục vượt qua thách thức
18 Linh hoạt gỡ khó, quyết tâm cán đích 2022
22 Tận dụng lợi thế để tạo đà cho năm 2023
28 Dự báo kinh tế vĩ mô toàn cầu: Con sóng lạm phát liệu có nhấn chìm nền kinh tế thế giới?
40 Ý kiến chuyên gia

■ DỆT MAY

32 Dự báo thị trường dệt may 2023
36 Bangladesh với mục tiêu 100 tỷ USD xuất khẩu vào năm 2030
42 Đánh giá tác động của kinh tế tuần hoàn với kinh doanh dịch vụ hàng tiêu dùng: Kịch bản nào tối ưu?
44 Phát triển kinh tế tuần hoàn trên toàn bộ chuỗi giá trị
48 Chỉ số đánh giá phát triển bền vững: 3 trụ cột tiến tới kinh tế tuần hoàn
51 Hoa nở trên con đường gấm vóc
56 Công ty CP Dệt lụa Nam Định: Xây dựng lợi thế từ chuỗi cung ứng

■ TIN TỨC - SỰ KIỆN

64 Bản tin Vinatex
66 Bản tin Công đoàn

■ THỜI TRANG VÀ CUỘC SỐNG

68 Swan love: Nàng thơ ngọt ngào cho ngày Phụ nữ
72 Ý - Pháp - Monaco: Hành trình của những di sản. Bài 2: Những "mảnh ghép" lãng mạn của vùng Địa Trung Hải
76 "Tiếp đất" giải pháp cần làm khi căng thẳng



Thư Chúc Mừng

NGÀY PHỤ NỮ VIỆT NAM (20/10/2022)
CỦA TỔNG GIÁM ĐỐC TẬP ĐOÀN DỆT MAY VIỆT NAM

Thân mến gửi các chị em đồng nghiệp trong Tập đoàn Dệt May Việt Nam!

Thay mặt Lãnh đạo Tập đoàn và toàn thể nam đồng nghiệp, tôi xin gửi những lời chúc tốt đẹp nhất đến các chị, các em nhân dịp kỷ niệm ngày Phụ nữ Việt Nam 20/10.

Tại Tập đoàn Dệt May Việt Nam (Vinatex), chị em phụ nữ chiếm đa số và ngày càng có những đóng góp quan trọng trong thành quả của Tập đoàn. Là người công tác hơn 20 năm tại Vinatex, có cơ hội được làm việc cùng nhiều nữ đồng nghiệp, tôi luôn trân trọng và xin ghi nhận sự tận tâm, nhiệt huyết với công việc, sự chân thành, tình cảm với đồng nghiệp của các chị em. Bên cạnh những đức tính truyền thống của Phụ nữ Việt Nam như kiên nhẫn, chịu khó, cẩn thận, chu đáo,... vốn rất phù hợp với đặc thù sản xuất của ngành dệt may là những công việc mang tính chất lặp lại, đòi hỏi sự kiên nhẫn, tỉ mỉ, khéo léo; các chị em còn phát huy những ưu điểm riêng có nhạy bén, sáng tạo và không ngừng học hỏi để hoàn thiện bản thân. Giỏi việc nước, đảm việc nhà, ngoài hoàn thành xuất sắc công việc ở đơn vị, các chị em còn mang những trọng trách lớn với gia đình, là người vợ, người mẹ, nhen thắp ngọn lửa tình yêu ấm áp. Chắc chắn các chị phải mang trong mình nội lực mạnh mẽ lắm mới có thể cùng lúc đảm nhận tốt đến như vậy hai vai trò song song với gia đình và xã hội.

Trong những năm vừa qua, kết quả sản xuất kinh doanh của Tập đoàn có nhiều khởi sắc: năm 2021, lần đầu tiên lợi nhuận của toàn Tập đoàn cán mốc 1.500 tỷ; 9 tháng đầu năm 2022 kết quả sản xuất kinh doanh đạt và vượt mức kế hoạch đề ra, ở đó có phần đóng góp không nhỏ của các chị em. Quý 4 năm nay, dự báo tình hình thị trường sẽ vô cùng bất lợi, ảnh hưởng tiêu cực đến hoạt động sản xuất kinh doanh của ngành. Một lần nữa, chúng ta cần sự chung tay, đoàn kết của tất cả người lao động trong Tập đoàn, trong đó có các chị em, để vượt qua giai đoạn khó khăn này, cùng nhau đạt đến những thành công mới.

Với truyền thống văn hoá được vun đắp qua bao thế hệ, Tập đoàn Dệt May Việt Nam luôn tự hào với đội ngũ cán bộ công nhân viên chức lao động nữ vừa giỏi nghề vừa nhân văn, các chị em luôn là nguồn động lực, là tấm gương vượt khó để chúng tôi - những người vẫn được mệnh danh là "phái mạnh" - phải nhiệt huyết, trí tuệ hơn nữa, xây dựng Tập đoàn ngày càng vững mạnh, đời sống CBCNV ngày càng được cải thiện và tạo cơ hội để chị em phát triển nghề nghiệp, đóng góp nhiều hơn nữa vào sự nghiệp của Tập đoàn.

Một lần nữa, tôi xin gửi lời cảm ơn chân thành đến các chị em. Chúc các chị em luôn mạnh khoẻ, hạnh phúc và mãi là hình ảnh tượng trưng cho cái đẹp cùng những điều ngọt ngào trong cuộc sống!

TỔNG GIÁM ĐỐC

Cao Hữu Hiếu

KHÉP KÍN CHUỖI CÁC CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO QUẢN LÝ CHUNG CỦA TẬP ĐOÀN

HƯỚNG TỚI MÔ HÌNH NGƯỜI LÃNH ĐẠO ĐÓNG VAI TRÒ KHAI VẤN

Bài: **Ông LÊ TIẾN TRƯỜNG**
Bí thư Đảng ủy, Chủ tịch HĐQT Vinatex
Chủ tịch Hội đồng trường ĐH Công nghiệp Dệt May Hà Nội

Tháng 10 này, Tập đoàn Dệt May Việt Nam (Vinatex) khai giảng khoá đào tạo cho cán bộ cấp cao (từ PTGĐ, GĐĐH, KTT tại doanh nghiệp thành viên) mới được bổ nhiệm với thời gian 10 ngày tập trung. Chương trình được thiết kế với 50% thời lượng cho các chuyên đề về pháp luật, tài chính, nhân sự…, 50% thời gian còn lại là các cuộc làm việc thực tế tại 3 DN đang có hệ thống quản trị được đánh giá là hiệu quả của Tập đoàn.





Ông LÊ TIẾN TRƯỜNG
Bí thư Đảng ủy, Chủ tịch HĐQT Vinatex

TIẾP MẠCH XÂY DỰNG MÔI TRƯỜNG HỌC TẬP

Với việc đưa chương trình cán bộ cấp cao vào đào tạo, hệ thống đào tạo nội bộ về quản trị chung (general management) của Vinatex gồm đào tạo cán bộ trẻ (young talent program); đào tạo cán bộ trung cấp (giám đốc, phó giám đốc đơn vị trực thuộc các công ty thành viên của Tập đoàn, trưởng phó phòng tại đơn vị thành viên Tập đoàn) và nay là đào tạo cán bộ cao cấp đã được khép kín. Đây là nỗ lực rất cao của lãnh đạo Tập đoàn, các ban chức năng mà chủ chốt là Ban Quản lý Nguồn nhân lực và Đại học Công nghiệp Dệt May Hà Nội để vừa xây dựng chương trình - nội dung đào tạo, vừa trực tiếp soạn bài, đứng lớp và quan trọng nhất là bước đầu xây dựng được môi trường học tập, văn hoá học tập trong toàn Tập đoàn.

Điểm riêng có trong các chương trình đào tạo của Vinatex là sự kết hợp hài hoà giữa nhắc lại và cập nhật lý thuyết, lý luận với việc phân tích các mô hình hiệu quả và kém hiệu quả trong thực tế hoạt động tại Tập đoàn. Có sự kết hợp giữa giảng viên chuyên nghiệp cấp cao của các tổ chức đào tạo lớn và các nhà quản lý kinh nghiệm của Vinatex. Lần đầu tiên, lãnh đạo Tập đoàn và các DN tham gia trực tiếp giảng dạy nhiều nội dung, thiết kế thành chuỗi hoàn chỉnh, thành chủ đề, chứ không phải là các buổi nói chuyện mang nhiều tính ngẫu hứng. Điều quan trọng nhất là nỗ lực trang bị tư duy tự giải bài toán của đơn vị mình, mà không phải copy các mô hình thành công đã có của đơn vị bạn. Lãnh đạo là giảng viên bước đầu thực hành rõ rệt hơn vai trò người khai vấn của mình. Với nội hàm của người khai vấn là người giúp gợi mở vấn đề, đối thoại, hỗ trợ để nhân viên học cách thích ứng với môi trường thay đổi liên tục, sẵn sàng giải phóng năng lượng và chấp nhận đổi mới có cam kết. Quá trình đào tạo thiết kế dựa trên cách tiếp cận lãnh đạo là người khai vấn và tìm kiếm sự khai vấn trong phê bình.

LÃNH ĐẠO TRONG VAI TRÒ NGƯỜI KHAI VẤN

Trong quá khứ, nhìn chung mọi người đều bắt đầu sự nghiệp bằng một công việc chuyên môn cụ thể về kỹ thuật, chức năng… Làm tốt công việc này, với những đóng góp được ghi nhận sẽ có các bước thăng tiến, và cuối cùng trở thành người quản lý con người. Do vậy, tiêu chuẩn cũ của nhà quản lý là biết rõ những gì cần phải làm, có thể dạy người khác cách làm và đánh giá được hiệu suất của họ. Chỉ huy và kiểm soát là chức năng cốt lõi của nhà quản lý kinh điển, mục tiêu rất cụ thể là hướng dẫn, phát triển nhân viên hiểu được cách thức doanh nghiệp vận hành, tiếp tục tạo ra thành công cho DN.

Tuy nhiên, ngày nay khó có thể thực hiện theo cách đó; thay đổi nhanh chóng, liên tục và đột phá trở thành tiêu chuẩn mới. Mọi thành công trong quá khứ không còn là chỉ dẫn đảm bảo cho tương lai. Các nhà quản lý thế kỷ 21 đơn giản là không (chính xác là không thể) có được tất cả các lời giải đúng. Do vậy, mô hình chỉ huy và kiểm soát với một chỉ huy toàn tài, cùng với giám sát quá trình chặt chẽ, đang phải lùi dần và thay thế bởi một mô hình trong đó lãnh đạo là người hỗ trợ, hướng dẫn phương pháp, cách tiếp cận để nhân viên tuỳ tình hình thực tế đưa ra giải pháp linh hoạt. Một cách ngắn gọn nhất, lãnh đạo trở thành người "khai vấn - gợi mở vấn đề, trao đổi làm rõ, gợi ý, hướng dẫn tiếp cận xử lý vấn đề". Một nhà quản lý khai vấn là người đưa ra câu hỏi thay vì đưa ra câu trả lời, hỗ trợ nhân viên thay vì phán xét họ, tạo điều kiện cho họ phát triển thay vì chỉ định những việc họ phải làm. Khai vấn ở một góc nhìn khác lại mang ý nghĩa không chỉ chia sẻ kinh nghiệm của mình, hỗ trợ tư vấn cho nhân viên, mà còn góp phần khai phá ra các thế mạnh tiềm năng của nhân viên để tối đa hoá hiệu suất của chính họ.

Các phong cách khai vấn

Nhiều thông tin đưa vào hơn	**1 - chỉ đạo**	**4- tình thế**
Ít thông tin đưa vào hơn	**2- tự thân**	**3- phi chỉ đạo**
	Ít năng lượng kéo ra hơn	nhiều năng lượng kéo ra hơn

Người ta phân chia các phong cách khai vấn của lãnh đạo thành 4 nhóm:

1. Khai vấn chỉ đạo, là các lãnh đạo có kinh nghiệm rất sẵn lòng chia sẻ với nhân viên, tuy nhiên chủ yếu lại là chỉ dẫn cách làm. Điều này có mặt tích cực là nếu nhân viên học tập cẩn thận, cũng có thể có nhanh các kinh nghiệm thực tiễn. Tuy nhiên vì là cách thụ động và đã có cả giải pháp nên thường có ít thông tin đưa vào và cũng không khơi dậy (kéo ra) được nguồn năng lượng tiềm tàng của nhân viên.

2. Khai vấn tự thân, khi có một nhóm nhân viên tốt, có khả năng làm việc hiệu quả, năng suất thì nhà quản lý cần để cho họ chủ động làm việc.

3. Khai vấn phi chỉ đạo, là cách gợi mở, thảo luận, không có kết luận. Nhân viên tự đối đầu với tình hình, thử thách. Đây là cách rất khó vì phần lớn lãnh đạo, nhà quản lý quen khai vấn kiểu chỉ đạo.

4. Khai vấn tình thế, là cách khai vấn cân bằng nhất, tuỳ tình thế để khai vấn chỉ đạo hay phi chỉ đạo. Tuy nhiên, cần có sự chuẩn bị, nhà quản lý phải tập với phong cách phi chỉ đạo trước, đến khi thành bản chất mới áp dụng được khai vấn tình thế.



Rèn luyện năng lực phê bình - đổi mới - cải tiến trong đội ngũ

Rõ ràng, để thực hiện được phương thức đào tạo và tiếp cận công việc mang tính chất gợi mở, đặt vấn đề, hướng dẫn từ lãnh đạo khai vấn thì một phần quan trọng là năng lực tiếp nhận của cả lãnh đạo và nhân viên, mà ở đây trung tâm là khả năng phê bình, tiếp nhận phê bình, tạo niềm tin trong tổ chức. Khi còn nghi ngờ, mọi người có xu hướng giả định điều tồi tệ nhất, thậm chí còn quăng những lời khuyên hữu ích vào "sọt rác". Nếu không rèn luyện được kỹ năng tiếp nhận phê bình xu thế sẽ mặc nhiên quay lại hướng chỉ đạo - kiểm soát của lãnh đạo và chỉ biết thực hiện ở nhân viên mà chúng ta đã xác định là không còn phù hợp với môi trường biến động nhanh trong kinh doanh hiện nay.

6 BƯỚC ĐỂ TIẾP NHẬN PHẢN HỒI TỐT HƠN, XÂY DỰNG MÔITRƯỜNG CÔNG VIỆC CÓ TƯƠNG TÁC

Tiếp thu phản hồi, nhất là trái chiều chưa bao giờ là dễ dàng. Ngay cả khi chúng ta nhận thức đó là điều cần cho sự phát triển cá nhân mình, và có niềm tin ở thiện chí của người phản hồi thì phản hồi vẫn có thể kích nổ tâm lí tiêu cực, cảm thấy mình bị đánh giá sai, bị lợi dụng... Người phản hồi có thể giỏi, có thể dở, phản hồi có thể đúng có thể sai, tuy nhiên, nếu xác định mục tiêu trung tâm là phát triển năng lực cá nhân thì cần tiếp tục khai vấn sâu hơn từ lãnh đạo, từ đồng nghiệp và kể cả nhân viên để tự tích luỹ năng lực phân tích, hình thành khả năng tạo đột phá. Trong thời đại thông tin và biến động nhanh như hiện nay, không thể có cách nào học hết mọi vấn đề, đào tạo chính yếu là tạo ra năng lực tiếp nhận và phân tích các phản hồi. Nó đã và đang trở thành năng lực gốc cho phát triển cá nhân.

1. ***Nắm rõ khuynh hướng phản ứng của mình trước các phản hồi***

Cần tự xác định lại khuynh hướng cá nhân của mình khi nhận các phản hồi: tức giận không tiếp nhận; lập tức phản bua, phản ứng ngược; im lặng tiếp nhận nhưng không quan tâm xem xét; bình tĩnh xem xét gạn lọc các phản hồi có ý nghĩa. Việc xác định khuynh hướng cá nhân nhằm rèn luyện cho mình khả năng bình tĩnh đón nhận phản hồi, lựa chọn thời điểm phù hợp nghiên cứu các phản hồi, tiếp cận tích cực với quan điểm phản hồi là thiện chí.

2. ***Tách bạch "vấn đề" khỏi "người phản hồi"***

Về mặt tâm lý, con người có những thiên kiến nhất định với các nhân sự khác, có người thân thiện, tin cậy; có người ít quan hệ, không hiểu nhau; có người là cảm giác không thân thiện. Chính vì vậy, khi tiếp nhận các nguồn phản hồi thường bị lấn át bởi ấn tượng về người phản hồi, trước khi xem xét đến nội dung phản hồi. Trong quá trình học tập và tự rèn luyện, một nội dung quan trọng đó là luôn phải tách bạch "vấn đề" ra khỏi "người phản hồi", đảm bảo một thái độ trung thực, vô tư khi tiếp nhận ý kiến khác.

3. ***Nghiêng về hướng khai vấn***

Với cán bộ quản lý, biết cách đặt vấn đề, lật đi lật lại vấn đề, tìm các cách tiếp cận khác nhau, biết đánh giá tác động trung-dài hạn của các quyết định là kỹ năng then chốt. Chính vì vậy, trong phản hồi và tiếp nhận phản hồi luôn cần duy trì được nghiêng về hướng khai vấn, tạo môi trường thảo luận, đặt câu hỏi gợi mở để huy động được sự tham gia của cấp dưới.

4. ***Phân tích phản hồi***

Kỹ năng phân tích phản hồi là kỹ năng tiếp theo cần rèn luyện sau khi đã hoàn tất tương đối các kỹ năng về tâm lý cá nhân trong công việc. Phân tích phản hồi chỉ hiệu quả khi dựa trên hiểu biết sâu sắc về vấn đề mình đặt ra, hiểu cả các vấn đề còn ẩn sau mệnh đề chính, có như vậy mới có thể phân tích và tìm ra phản hồi hiệu quả từ các nguồn.

5. ***Yêu cầu và điều hướng phản hồi***

Xác định được khâu còn hạn chế của chính mình, khâu mong đợi có nhiều phản hồi tích cực để hoàn thiện, qua đó điều hướng hay tạo sự tập trung của các phản hồi vào khu vực này. Thậm chí có thể đặt yêu cầu phản hồi về các nội dung cụ thể.

6. ***Thực hành nhỏ***

Sau phân tích phản hồi, phải mạnh dạn lựa chọn các phản hồi nhỏ để thử nghiệm. Đó cũng là cách để ta tin hơn ở phản hồi và các cá nhân góp ý cho ta.

Rõ ràng việc học và rèn luyện kỹ năng của cán bộ quản lý cấp cao, tham gia điều hành chung có rất nhiều khác biệt so với đào tạo chuyên môn cụ thể hay đào tạo quản lý cấp trung, những người vẫn dùng chuyên môn là chính. Cán bộ quản lý cấp cao bắt buộc phải thành thục kỹ năng đặt vấn đề, kỹ năng gợi mở, phân tách và xác định phạm vi vấn đề phù hợp nguồn lực hiện có. Đồng thời cán bộ quản lý có kỹ năng tiếp nhận, điều chỉnh và áp dụng các phản hồi có ý nghĩa. Lãnh đạo là người kiến tạo môi trường học tập, văn hoá khai vấn trong tổ chức, và là người giữ cho tổ chức mình luôn là một tổ chức học tập. Will Rogers (1879-1935) diễn viên hài nổi tiếng của Mỹ thập niên 20-30 thế kỷ 20 có một câu nói nổi tiếng "A man only learns in two ways, one by reading, and the other by association with smarter people" – (người ta có 2 cách học, 1 là đọc sách, 2 là chơi với người giỏi hơn mình). Lãnh đạo phải kết hợp nhuần nhuyễn và sử dụng cả 2 phương pháp đó. ❑

CHƯƠNG TRÌNH

ĐÀO TẠO CÁN BỘ CẤP CAO

MỚI BỔ NHIỆM TẠI TẬP ĐOÀN VÀ CÁC DOANH NGHIỆP THÀNH VIÊN



Tập đoàn Dệt May Việt Nam quyết định tổ chức Chương trình Đào tạo Cán bộ cấp cao mới bổ nhiệm tại Tập đoàn và các doanh nghiệp thành viên, thông tin cụ thể như sau:

1. MỤC TIÊU:

- ☑ Trang bị kiến thức và thông tin định hướng chính thức của Tập đoàn về chiến lược phát triển, mô hình hoạt động;
- ☑ Trang bị kiến thức tối thiểu đảm bảo các cán bộ mới được bổ nhiệm hiểu và làm đúng trong các lĩnh vực chuyên môn khác ngoài chuyên môn sâu của mình;
- ☑ Trang bị kiến thức cơ bản về Luật doanh nghiệp, Luật chứng khoán và các vấn đề cần quan tâm trong khi ra quyết định điều hành;
- ☑ Trang bị, cung cấp năng lực đảm bảo nắm bắt được toàn bộ quá trình hoạt động trong doanh nghiệp, từ tài chính, sản xuất, nhân lực, thị trường.

2. ĐỐI TƯỢNG ĐÀO TẠO:

- Cán bộ mới được bổ nhiệm giai đoạn 2018-2022, chức danh từ Phó ban chức năng trở lên tại Tập đoàn và từ cấp GĐĐH, Phó TGĐ, Kế toán trưởng tại các đơn vị thành viên.

3. NỘI DUNG, PHƯƠNG PHÁP ĐÀO TẠO:

Tổng số học viên được triệu tập: 51 người, chia làm 2 lớp

Đào tạo lý thuyết 05 ngày, học tập trung cả 02 lớp – Trực tiếp tại Văn phòng Tập đoàn: đào tạo các chuyên đề liên quan đến:

- Chiến lược phát triển của Tập đoàn Dệt May Việt Nam;
- Quy chế quản lý của Tập đoàn: các quy chế về tài chính, nhân sự, quy chế hoạt động của HĐQT, Ban Kiểm soát;
- Quy định về Quản lý Người đại diện vốn, Đánh giá Người đại diện, Quy chế Đánh giá tín nhiệm doanh nghiệp;
- Các vấn đề về pháp luật trong doanh nghiệp: Luật doanh nghiệp, Luật chứng khoán...
- Đọc và phân tích báo cáo tài chính doanh nghiệp;
- Hệ thống báo cáo của doanh nghiệp với Tập đoàn;

- Đào tạo thực tế tại doanh nghiệp 05 ngày, chia 02 lớp (Lớp 1: 26 học viên, lớp 2: 25 học viên) – Trực tiếp tại các doanh n ghiệp: TCT CP Dệt May Hòa Thọ, CTCP Dệt May Huế, CTCP Sợi Phú Bài.

Tại đây, học viên trao đổi, học hỏi thực tế về:

1. Quản trị sản xuất nhà máy sợi, dệt nhuộm, may dệt thoi, may dệt kim;
2. Quản trị nhân lực tại doanh nghiệp
3. Quản trị đơn hàng, khách hàng
4. Quản trị chi phí
5. Kinh nghiệm thực tế trong quản trị hàng ngày tại doanh nghiệp theo ba mô hình quy mô: Tổng Công ty; Công ty có chuỗi sản xuất sợi – dệt – may; Công ty chuyên sợi
6. Xây dựng văn hóa doanh nghiệp

4. GIẢNG VIÊN:

- ☑ Lãnh đạo Tập đoàn;
- ☑ Lãnh đạo các doanh nghiệp miền Trung;
- ☑ Giảng viên trường Đại học Công nghiệp Dệt May Hà Nội;
- ☑ Chuyên gia bên ngoài.

5. KẾ HOẠCH THỰC HIỆN:

Dự kiến học từ cuối tháng 10/2022 – 11/2022.



NHÌN LẠI 9 THÁNG 2022

KIÊN ĐỊNH MỤC TIÊU CHIẾN LƯỢC LÀ GIẢI PHÁP TRỌNG TÂM ĐỂ TIẾP TỤC VƯỢT QUA THÁCH THỨC

Bài: **Ông LÊ TIẾN TRƯỜNG**
Bí thư Đảng ủy, Chủ tịch HĐQT Vinatex

9 tháng đầu năm 2022, ngành dệt may và Tập đoàn Dệt May Việt Nam đã trải qua nhiều cung bậc cảm xúc trái ngược nhau. Không khí hồ hởi phấn khởi quay lại sau sự tàn phá rất nặng nề của dịch Covid-19, cùng với một dự báo thị trường tươi sáng, đơn hàng và thoả thuận đơn hàng liên tiếp xác lập những kỷ lục mới về tăng trưởng. Lần đầu tiên chúng ta có tốc độ tăng trưởng quý 1 lên trên 40%, 6 tháng trên 35%, gấp 2 lần mức tăng chung của thị trường. Nhiều đơn vị có thỏa thuận đơn hàng đến hết tháng 9 ngay từ quý 1. Vinatex cũng đạt những mốc cao mới, trong 6 tháng đã hoàn thành kế hoạch lợi nhuận cả năm, riêng quý 2 là kỷ lục mới về lợi nhuận trước thuế của một quý đạt trên 600 tỷ đồng, vượt kỷ lục cũ trên 500 tỷ đồng của quý 4/2021.



Tuy nhiên, những dự cảm về thị trường bất ổn đã thấy ngay từ tháng 2 khi xung đột Nga - Ucraina xảy ra, cùng với nó là tin tức lạm phát lên cao ở các thị trường chính Mỹ, Nhật, liên minh Châu Âu, lãi suất FED liên tục lên cao. Đến quý 3, mọi dự báo trên thế giới đều ngược chiều hoàn toàn, giảm tới 75% so với tốc độ tăng trưởng dự báo năm nay khi chúng ta lập kế hoạch kinh doanh. Lạm phát cao nhất 40 năm, lãi suất cao nhất 30 năm, các đồng tiền mất giá so với USD bình quân 10-15%, kể cả với đồng nhân dân tệ.

Thị trường xoay chiều chỉ trong 2 tháng, đơn hàng quý 3, 4/2022 trở nên thiếu nghiêm trọng nhất là trong phân khúc hàng hoá cơ bản như dệt kim, sơ mi, quần âu. Đơn giá xuống thấp cả do cầu thấp và do tương quan tỷ giá Việt Nam đồng giảm nhẹ hơn các đồng tiền khác từ 7-10%. Ngành sợi, ngành chủ lực tại các đơn vị chi phối của Tập đoàn rơi vào trạng thái trầm lắng, thiếu hợp đồng, giá sợi rất thấp có thời điểm chỉ tương đương giá bông nguyên liệu. Các tín hiệu xấu của thị trường đã thể hiện rõ trong kết quả quý 3, với doanh thu hợp nhất của Tập đoàn dự kiến chỉ đạt 4.600 tỷ đồng, tuy vẫn cao hơn cùng kỳ 15%, nhưng đã thấp hơn bình quân doanh thu quý 1 và 2 gần 10%, trong khi theo thông lệ quý 3 có doanh thu bằng 110% quý 2, cho thấy thực tế đơn hàng và đơn giá đã tạo ra suy giảm doanh thu ~20% trong quý 3.

Về hiệu quả còn cho thấy sự sụt giảm mạnh hơn, nếu bình quân quý 1+2 lợi nhuận hợp nhất một quý đạt ~450-500 tỷ đồng, thì quý 3 chỉ ghi nhận mức lãi hợp nhất dự kiến ~200 tỷ, giảm trên 50% so với đầu năm, chỉ tương đương mức của những quý dịch Covid - 19 đang ở đỉnh điểm.

Nhìn về thị trường quý 4, tín hiệu chung là tiếp tục một quý khó khăn, lãi suất FED dự báo lên 4.4% như kế hoạch vào cuối năm, cầu chắc chắn vẫn ở xu hướng thu hẹp, ảnh hưởng cả đến đơn hàng năm 2023. Tình hình vĩ mô toàn cầu chưa ổn định, xác suất xảy ra khủng hoảng hoặc suy giảm mạnh đều đang tăng làm cho kế hoạch kinh doanh quý 1,2 năm 2023 đáng lẽ đến thời điểm thương thảo thì cũng đang bị tạm thời chậm lại. Giải quyết tồn kho, kéo dài thời hạn thanh toán, giảm giá mua, đặt đơn hàng nhỏ lẻ đang là hành động chủ đạo trên thị trường của các hãng thời trang và bán lẻ. Dự báo quý 4 sẽ tiếp tục ở mức như quý 3 dù cho quý 4 luôn là quý có doanh thu, hiệu quả cao nhất trong năm do tính mùa vụ.

Với dự kiến này, Tập đoàn vẫn hoàn thành vượt mức các chỉ tiêu năm 2022, đặc biệt là hiệu quả có thể vượt kế hoạch đại hội đồng cổ đông 25%, nhưng chỉ tương đương 97% năm 2021. Vấn đề quan ngại nhất chính là kế hoạch kinh doanh 2023 ở điều kiện tình hình thị trường lạnh và nhiều bất định.



Trong bối cảnh đó, lãnh đạo Tập đoàn đề nghị các doanh nghiệp triển khai một số giải pháp lớn sau:

1. ***Một là,*** kiên định mục tiêu chiến lược một điểm đến, tích cực củng cố và phát triển vị trí trong các chuỗi cung ứng, thể hiện năng lực là một thành viên tích cực có trách nhiệm trong chuỗi. Các dự báo đều cho thấy, xu thế lựa chọn một điểm đến đặt hàng của các khách hàng ngày càng gia tăng để giảm rủi ro đứt gãy chuỗi cung ứng cũng như gián đoạn logistic. Các thành viên trong chuỗi dù thị trường trầm lắng cũng sẽ suy giảm ít hơn so với các nhà sản xuất ngoài chuỗi, chỉ thực hiện một công đoạn theo hình thức gia công.

2. ***Hai là,*** dự báo cho thấy tốc độ suy giảm hàng phổ thông cao hơn hàng cao cấp, thậm chí hàng siêu cao (luxury) còn không giảm. Chính vì vậy, đảm bảo chất lượng tốt nhất, giao hàng đúng hẹn, sản xuất được đơn hàng nhỏ, nhiều mẫu kỹ thuật phức tạp là cách tiếp cận nhằm hạn chế suy giảm đơn hàng trong thời gian tới.

3. ***Ba là,*** gia tăng tỷ lệ sản phẩm có nguồn gốc tái chế, làm chủ công nghệ sản xuất các sản phẩm có hàm lượng nguyên liệu tái chế ngày càng cao. Nhận định chung cho thấy trong thời gian tới trên 50% nguyên liệu cho ngành dệt may sẽ có nguồn gốc tái chế, đây là thách thức về công nghệ, thiết bị mà nhà sản xuất muốn có đơn hàng phải vượt qua bao gồm nhưng không giới hạn ở năng lực thiết bị, công nghệ, thiết kế sản phẩm, nhân lực mới...

4. ***Bốn là,*** tiếp tục kiên định mục tiêu chuyển đổi số hệ thống quản lý. Đây là yêu cầu bức thiết của thị trường đòi hỏi các thành viên muốn tham gia một chuỗi cung ứng phải sử dụng chung một "ngôn ngữ" quản trị, chia sẻ thông tin trực tuyến với họ mà không có hệ thống số hoá thì không thể đáp ứng được.

5. ***Năm là,*** tiếp tục đẩy mạnh đào tạo cán bộ, trong ngắn hạn bù lấp chất lượng nhân lực thiếu, nhưng quan trọng hơn là trang bị kiến thức, kỹ năng tương thích với môi trường kinh doanh đang chuyển đổi.

6. ***Sáu là,*** tiết kiệm mọi chi phí không tạo ra giá trị gia tăng thông qua rà soát, hợp lý hoá. Thận trọng trong quản trị nguồn lực tài chính khi điều kiện thị trường nhiều bất định, có thể thay đổi rất nhanh trong một thời gian ngắn theo các chiều kích ngược nhau.

Đây là thời điểm đang chuẩn bị cho kế hoạch kinh doanh 2023, lãnh đạo Tập đoàn đề nghị từng doanh nghiệp đánh giá chi tiết, tiếp cận thông tin tin cậy với các thị trường và khách hàng của mình nhằm nhận diện sát nhất tình hình một cách khoa học, đồng thời chuẩn bị ngay giải pháp khắc phục các thiếu hụt của tệp khách hàng, thị trường hiện hữu. Quan điểm chung là nhận diện đúng tình hình nhưng đề ra kế hoạch khả thi với quyết tâm cao, duy trì tốc độ phát triển của doanh nghiệp. Cần tránh rơi vào xây dựng kế hoạch phòng thủ dẫn tới nếu thị trường xoay chiều thì không đủ nguồn lực đáp ứng. Chúng ta tin tưởng rằng với phương pháp chuẩn bị từ sớm, từ xa, tiếp cận khoa học, thận trọng nhưng quyết tâm cao, cùng với bài học kinh nghiệm quản trị trong biến động thời gian qua, chúng ta nhất định vượt qua thử thách thị trường đưa Tập đoàn tiếp tục phát triển đúng định hướng chiến [illegible] đã đ[illegible]

CESS

SUC

LINH HOẠT GỠ KHÓ, QUYẾT TÂM CÁN ĐÍCH 2022

Bài: Ông CAO HỮU HIẾU
Tổng Giám đốc Vinatex

Chúng ta đã đi được ba phần tư quãng đường "gập ghềnh" của năm 2022, kết quả sản xuất kinh doanh đến thời điểm này rất đáng tự hào, là sự cố gắng của toàn thể cán bộ công nhân viên trong toàn hệ thống Vinatex. Một phần tư chặng đường còn lại thực sự khó khăn, nhưng với sự đoàn kết, trí tuệ, linh hoạt, chủ động, quyết đoán, chúng ta có thể tin tưởng rằng sẽ cán đích kế hoạch đề ra. Đồng thời, cũng với tinh thần đó, chúng ta sẽ tiếp tục vững bước sang năm 2023, một năm được dự báo là đầy khó khăn, thử thách, nhưng chắc chắn cũng sẽ không thiếu những cơ hội.





Ông Cao Hữu Hiếu
Tổng Giám đốc Vinatex

THỊ TRƯỜNG ĐẢO CHIỀU, DOANH NGHIỆP KHÓ

9 tháng đầu năm 2022, tăng trưởng kinh tế Việt Nam đạt mức 8,83%, lạm phát bình quân được kiểm soát ở mức 2,73%. Đồng thời, đảm bảo ổn định vĩ mô và các cân đối lớn của nền kinh tế, đây là một thành công, được các tổ chức tài chính quốc tế đánh giá cao.

Kim ngạch xuất khẩu 9 tháng cả nước đạt 282,52 tỷ USD, tăng 17,3% so với cùng kỳ năm trước. Có thể nói nền kinh tế trong 9 tháng qua có nhiều điểm sáng, tuy nhiên chúng ta cần nhận diện các khó khăn, thách thức đang và sẽ phải đối mặt. Đó là hệ lụy của dịch Covid-19; khủng hoảng Nga-Ukraine; Fed và Ngân hàng trung ương các nước liên tục tăng lãi suất với mức cao làm cho đồng USD tăng giá rất mạnh so với các đồng tiền khác trên thế giới, tác động tiêu cực đến tỷ giá, lãi suất, giá trị đồng tiền Việt Nam.

Kim ngạch xuất khẩu toàn ngành dệt may Việt Nam 9 tháng năm 2022 ước đạt 35 tỷ USD, tương đương bình quân mỗi tháng đạt 3,7 - 3,8 tỷ USD, nhưng dự kiến 3 tháng cuối năm bình quân chỉ xuất khẩu được khoảng 3,1 - 3,2 tỷ USD/tháng do lo ngại lạm phát, tồn kho tăng cao tại nhiều thị trường lớn. Dù vậy, chúng ta cũng kỳ vọng ngành dệt may vẫn có cơ hội cán đích mục tiêu xuất khẩu 43 - 44 tỷ USD trong cả năm.

Đối với Tập đoàn Dệt May Việt Nam, trong 9 tháng qua là giai đoạn những thuận lợi và khó khăn đan xen. Bất ổn về thị trường do dịch bệnh Covid-19 và cuộc xung đột Nga – Ukraine gần như không làm ảnh hưởng đến hoạt động sản xuất kinh doanh 6 tháng đầu năm của Tập đoàn. Kết quả sản xuất kinh doanh 6 tháng rất thuận lợi với doanh thu và lợi nhuận hợp nhất đã vượt kế hoạch cả năm. Tuy nhiên, ngay từ những tháng đầu của quý 2, Lãnh đạo Tập đoàn cũng đã nhận định, dự báo tình hình thị trường sẽ diễn biến xấu trong nửa cuối năm 2022, đặc biệt là quý 4 và đã có những định hướng cho các đơn vị sản xuất từ khá sớm. Đây là một trong những yếu tố giúp kết quả sản xuất kinh doanh 9 tháng năm 2022 vẫn tương đối khả quan. Doanh thu hợp nhất 9 tháng ước





Công nhân Nhà máy Sợi Vinatex Nam Định

đạt khoảng 14.000 tỷ đồng, bằng 79% kế hoạch, lợi nhuận hợp nhất trước thuế ước đạt 1.150 tỷ đồng, cao hơn 24% so với kế hoạch. Tuy nhiên, ngay trong tháng 9, những dự báo thị trường bất lợi trước đó đã thực sự xảy ra và ảnh hưởng trực tiếp tới hầu hết các doanh nghiệp trong Tập đoàn. Vì vậy, hoạt động sản xuất kinh doanh trong quý 4 chắc chắn sẽ vô cùng khó khăn.

Với ngành Sợi, ba tháng cuối năm sẽ đối mặt với những diễn biến rất bất lợi. Ngay từ đầu năm, khi cuộc xung đột Nga-Ukraine xảy ra khiến tình hình thế giới bất ổn, giá dầu tăng đột biến thì giá bông nguyên liệu và giá sợi thành phẩm đã có những diễn biến trái chiều. Giá bông nhập khẩu tại thị trường Việt Nam liên tục tăng, giá bông tháng 9 tăng khoảng 46% so với thời điểm đầu năm 2022. Trong khi giá sợi xuất khẩu trung bình của Việt Nam có xu hướng giảm mạnh từ cuối tháng 5 năm 2022, hiện ở quanh mức 2,8 USD/kg sợi, giảm 15% so với thời điểm đầu năm 2022. Đỉnh điểm là thời điểm tháng 9 năm 2022, giá bông đưa vào sản xuất tại các đơn vị trong Tập đoàn và giá bán sợi trung bình đã ngang bằng nhau, doanh nghiệp lỗ toàn bộ phần biến phí. Dự báo, trong các tháng cuối năm 2022, giá bông đưa vào sản xuất tại các đơn vị vẫn tiếp tục cao do đã mua tại thời điểm giá bông đang đạt đỉnh, trong khi tình hình thị trường sợi vẫn ảm đạm. Các đơn vị sản xuất sợi gần như chắc chắn phải lường trước khả năng lượng sợi tồn kho tăng cao, lỗ rất sâu, các đơn vị phải cân nhắc giảm sản xuất hoặc dừng sản xuất có lựa chọn.

Các đơn vị sản xuất may cơ bản thuận lợi trong 9 tháng, xuất khẩu tăng mạnh so với cùng kỳ. Tổng KNXK hàng may mặc của Tập đoàn đạt 1.401 triệu USD, tăng 27% so với cùng kỳ năm 2021. Tuy nhiên, từ tháng 8 đơn hàng may giảm xuống do cầu thế giới giảm, đặc biệt là tại 2 thị trường Mỹ và EU là những thị trường chính của dệt may Việt Nam, giá giảm khoảng 30%, tiến độ cung ứng nguyên phụ liệu chậm dưới tác động của chính sách Zero-Covid của Trung Quốc, khủng hoảng logistics, lao động biến động… Thị trường may được dự báo sẽ trầm lắng hết quý 4 và kéo dài sang năm 2023. Dự kiến quý 4, doanh thu ngành may sẽ chững lại, chỉ bằng 20% kim ngạch xuất khẩu dự kiến cả năm (1.765 triệu USD).

Bên cạnh đó, thị trường tài chính tiền tệ cũng ảnh hưởng khá tiêu cực đến hoạt động sản xuất kinh doanh của các doanh nghiệp. Mặc dù, tỷ giá USD/VND tiếp tục tăng khoảng 15 điểm lên quanh mức 23.715 VNĐ/USD, mất giá 3,8% so với đồng USD, nhưng đây là mức thấp nhất trong các quốc gia xuất khẩu dệt may, đồng nghĩa với việc các DN xuất khẩu dệt may Việt Nam mất lợi thế cạnh tranh về giá. Dự báo trong những tháng cuối năm 2022, tỷ giá USD tiếp tục tăng khoảng 4% so với đầu năm (lên mức 23.900-24.000 VNĐ/USD). Lãi suất cho vay đồng USD cuối năm 2022 cũng được dự báo tăng 0,5 – 1%, đưa lãi suất cho vay ngắn hạn lên 5–5,5%. Lãi suất cho vay đồng Việt Nam kỳ hạn 6 tháng hiện nay của các NHTM đang giao dịch quanh mức 8,5–9%, cuối năm 2022 dự kiến cũng sẽ tăng thêm 0,5%-1% so với hiện nay, duy trì ở mức khoảng 9% đến 10%. Với mức tăng tỷ giá và lãi suất như hiện nay, dự tính chi phí tài chính của các doanh nghiệp Tập đoàn trong năm 2022 tăng khoảng 100 tỷ so với 2021.

Giữ vững lực lượng lao động, đảm bảo các điều kiện tốt nhất để có thể triển khai sản xuất trong mọi tình huống;

Tăng cường sự phối hợp giữa các đơn vị trong Tập đoàn, sử dụng sản phẩm của nhau để hoàn thiện chuỗi cung ứng trọn gói của Tập đoàn, đồng thời giúp tiêu thụ sản phẩm, giảm tồn kho tại các đơn vị;

Nhanh chóng hoàn thiện hệ thống quản trị trên nền tảng số của Tập đoàn, đáp ứng nhu cầu quản trị nhanh chóng, tức thời;

NỖ LỰC ỨNG PHÓ

Trước những nhận định không mấy khả quan như vậy, các doanh nghiệp trong Tập đoàn cần thận trọng nhưng cũng phải hết sức bình tĩnh để có thể ứng biến nhịp nhàng với tình hình biến động của thị trường. Trong quý 4 năm 2022, các giải pháp điều hành sản xuất kinh doanh cần linh hoạt, trọng tâm với các lưu ý sau:

Duy trì và ổn định chất lượng sản phẩm: Trong những thời điểm thị trường khó khăn như hiện nay, chất lượng luôn là một trong những tiêu chí hàng đầu của khách hàng khi lựa chọn nhà cung cấp;

Bố trí sản xuất linh hoạt, tận dụng tối đa các đơn hàng, kể cả các đơn hàng ngắn để đảm bảo duy trì sản xuất và giữ chân người lao động;

Cân đối lượng tồn kho và tiêu thụ để đảm bảo dòng tiền, đặc biệt là các doanh nghiệp sản xuất sợi;

Chuẩn bị sẵn sàng các nguồn lực để có thể tổ chức sản xuất chủ động ngay khi thị trường có các tín hiệu khởi sắc.

Sản phẩm dệt may là một trong những nhu cầu thiết yếu của con người, cũng giống như nhu cầu về lương thực. Việc sản xuất kinh doanh sản phẩm dệt may đôi khi cũng mang tính chất mùa vụ, việc được mùa mất giá và ngược lại không còn quá xa lạ với các doanh nghiệp sản xuất. Bên cạnh đó, các thông số thị trường không bao giờ là bất biến, bất cứ một yếu tố nào đó thay đổi cũng sẽ kéo theo những hệ quả đối với kết quả sản xuất kinh doanh. Là người quản lý trong lĩnh vực sản xuất, chúng ta cần phải biết nắm bắt, tận dụng tốt những cơ hội thị trường, nhưng đồng thời cũng phải biết dũng cảm chấp nhận những tình huống khó khăn, tiêu cực. Điều quan trọng là chúng ta có đầy đủ thông tin cần thiết để ra quyết định một cách nhanh chóng, kịp thời, chính xác; có đầy đủ nguồn lực để triển khai nhiệm vụ ngay cả trong những điều kiện bất thường; có hệ thống quản trị chặt chẽ, linh hoạt để có thể thay đổi tức thời kế hoạch sản xuất theo các yếu tố thị trường. Và trong những giai đoạn thị trường khó khăn như hiện nay, điều quan trọng nhất là chúng ta cần một người quản lý thông minh, quyết đoán và dám chịu trách nhiệm.

Trong quý 4 tới, Lãnh đạo, Cơ quan điều hành và các Ban chức năng của Tập đoàn sẽ tiếp tục đồng hành cùng các doanh nghiệp để quyết tâm giữ vững những thành quả đã đạt được, đảm bảo mức rủi ro thấp nhất, hoàn thành tốt kế hoạch sản xuất kinh doanh năm 2022. Các ban Kinh doanh cũng cần phát huy tốt hơn nữa vai trò của mình trong việc cung cấp đầy đủ, kịp thời thông tin thị trường; tư vấn cho các doanh nghiệp về công nghệ, mặt hàng ưu tiên sản xuất; điều phối việc sản xuất và tiêu thụ sản phẩm trong chuỗi cung ứng của Tập đoàn. ❑

> “Trong những giai đoạn thị trường khó khăn như hiện nay, điều quan trọng nhất là chúng ta cần một người quản lý thông minh, quyết đoán và dám chịu trách nhiệm.

TẬN DỤNG LỢI THẾ ĐỂ TẠO ĐÀ CHO NĂM 2023

(PV ghi tại Hội nghị sơ kết 9 tháng, triển khai kế hoạch Quý 4/2022 và dự báo tình hình sản xuất kinh doanh năm 2023 của BTV, CQĐH Vinatex)

ÔNG ĐẶNG VŨ HÙNG - THÀNH VIÊN HĐQT VINATEX:

Tận dụng nguồn lực, hệ thống đã đầu tư để tăng liên kết cùng hướng về thị trường, khách hàng



Kết quả của năm 2022 nhìn vào tổng thể thấy khả quan nhưng thực tế ngành Sợi đang có những khó khăn khi chuỗi đang xây dựng là hướng tới một ngành dệt kim chủ lực. Trong khi thị trường đi xuống thì khách hàng vẫn lựa chọn những doanh nghiệp có chuỗi cung ứng trọn gói. Vì vậy, chúng ta cần phải xây dựng chuỗi cung ứng với những doanh nghiệp mạnh trong Tập đoàn như Dệt May Huế, Hanosimex, Hòa Thọ… để kết nối với vải. Hiện tại, chúng ta vẫn còn hạn chế trong lĩnh vực thị trường, vì vậy cần có chiến lược, đầu tư thực sự thì mới có thể an toàn hơn.

Mặt hàng dệt kim như đồ mặc ở nhà, bộ đồ ngủ, thời trang, đồng phục… có thị trường rất rộng và tốc độ giảm rất nhanh nhưng quay lại cũng vậy. Quý 3/2022, mặt hàng dệt kim giảm mạnh nhất lên tới 70-80% nhưng có thể cuối quý 4 sẽ quay trở lại. Vì vậy chúng ta cần có chuỗi cung ứng để sẵn sàng đáp ứng nhanh cho khách hàng. Các tập đoàn bán lẻ lớn trên thế giới trong quí II vừa qua đã phải giảm giá rất sâu để giảm hàng tồn và tập trung vào mặt hàng thiết yếu, lợi nhuận có thể mất đi từ 85-90%. Tuy nhiên, những thương hiệu cao cấp lại ít bị ảnh hưởng hơn. Trong phân khúc cao, thấp, trung bình chúng ta cũng có cơ cấu trong hệ thống may mặc để giúp hoạt động ổn định khi không dồn vào bất kỳ phân khúc nào. Trong năm 2023, nhiều nhà bán lẻ đã yêu cầu các nhà cung ứng đóng hàng để lấy.

Các doanh nghiệp đa dạng mặt hàng như Hòa Thọ sẽ bị tác động ít hơn so với các doanh nghiệp chỉ làm một mặt hàng hoặc chỉ phát triển trong một thị trường hẹp. Năm 2022, hệ thống bán lẻ phụ thuộc chủ yếu vào công nghệ và người mua không phải theo ý của mình mà mua theo gợi ý. Các hệ thống bán lẻ có hệ thống trao đổi và phản hồi với người tiêu dùng để họ có thể hỏi về dữ liệu màu sắc, phong cách, kiểu dáng và cả loại vải sử dụng. Vì vậy các doanh nghiệp cũng cần phải đầu tư mạnh về công nghệ để trở thành đối tác của các khách hàng lớn. Các nhà cung ứng đang đòi hỏi phải có kết nối với hệ thống của họ trên nền tảng số và như vậy thì chu kỳ phát triển sản phẩm sẽ rút ngắn lại. Trước đây để hoàn thành một mẫu sẽ mất khoảng 3 tuần bây giờ khách hàng muốn rút xuống còn 5-7 ngày.

Các doanh nghiệp May cần đầu tư vào các phòng phát triển, sản xuất mẫu để nắm kịp xu thế kỹ thuật số. Trong thời gian tới, những nền tảng này sẽ được tích hợp lên hệ thống đánh giá thương hiệu. Các nhà bán lẻ muốn giữ được khách hàng phải đáp ứng và đưa ra những cải tiến nhanh nhất trên nền kỹ thuật số. Công nghệ mô phỏng sản phẩm được đa số các nhà bán lẻ có thương hiệu đang đi theo hướng này. Dần dần họ sẽ chọn lọc ra các nhà cung ứng có nền tảng chuỗi kết hợp.

Vấn đề tiếp theo là thân thiện với môi trường từ xơ sợi… Ngành Sợi cần có những doanh nghiệp đầu tư vào xơ tái chế. Việc đầu tư lớn về công nghệ tái chế đòi hỏi các doanh nghiệp may mặc của Tập đoàn phải hình thành chuỗi hoạt động lúc đó mới thúc đẩy việc đầu tư vào phát triển nguyên liệu.

Kế hoạch SXKD đặt ra cho năm 2023 cần có những nhìn nhận và định hướng cụ thể. Chiến lược đầu tư phải được vận hành một cách tốt nhất. Các doanh nghiệp trong nước cần cùng nhìn nhận và kết hợp lại trong hoạt động để tận dụng được những nguồn lực, hệ thống đã đầu tư tăng tính liên kết cùng hướng về thị trường, khách hàng đem lại hiệu quả song hành trong thời gian tới.

ÔNG PHẠM VĂN TÂN - PHÓ TỔNG GIÁM ĐỐC THƯỜNG TRỰC VINATEX:

Doanh nghiệp cần nâng cao năng lực về quản trị dòng tiền

Sau 24 năm, lần đầu tiên Nhật Bản nâng lãi suất đồng Yên sau cuộc khủng hoảng tài chính năm 1998 để hỗ trợ tỷ giá, cùng với đó chính sách nới lỏng tiền tệ giai đoạn Covid-19 và khủng hoảng xung đột Nga – Ukraine có xu hướng gia tăng dẫn đến khả năng suy thoái kinh tế trên toàn cầu. Lạm phát tại Mỹ, EU cao nhất trong 40 năm qua... là một trong những yếu tố "bất lợi" của các nền kinh tế trên thế giới, dự báo một "bức tranh" ảm đạm của quý 4/2022 và năm 2023.

Trong phiên họp ngày 21 và 22/9 của FED, các thành viên FOMC đánh giá về chính sách tiền tệ với dự báo kết thúc 2022 mức lãi suất sẽ ở khoảng 4,3% - 4,5%, với dự báo mức cao nhất là 4,7% - 4,9% trong năm 2023. Cùng với đó là nhận định rủi ro suy giảm GDP của Mỹ tiếp tục tăng lên, lạm phát có thể "đạt đỉnh" vào quý 4/2022. Năm 2023, tăng trưởng của quốc gia này có thể dưới 2% với biên độ rộng, thậm chí có thể xảy ra tăng trưởng âm. Điều này có thể dẫn tới những dự báo không mấy "khả quan" về tỷ lệ thất nghiệp tại Mỹ có thể gia tăng trong năm 2023, xoay quanh ngưỡng 4%. Những yếu tố này khiến FED phải đưa ra các chính sách tiền tệ thắt chặt hơn nữa nhằm đạt mục tiêu lạm phát năm 2023 ở ngưỡng 2%.

Tại Việt Nam, ngay sau cuộc họp của FED tăng 0,75 điểm lãi suất, Ngân hàng Nhà nước lập tức tăng lãi suất tái cấp vốn lên 5%/năm, tái chiết khấu lên 3,5%/năm và mức lãi suất tối đa áp dụng đối với tiền gửi không kỳ hạn và có kỳ hạn dưới 1 tháng là 0,5%/năm; với tiền gửi có kỳ hạn từ 1 tháng đến dưới 6 tháng là 5,0%/năm... khiến cho các ngân hàng trong nước đồng loạt tăng thêm 1% lãi suất cho vay từ tháng 10/2022, với lãi suất không kỳ hạn của các ngân hàng lần đầu tiên chạm ngưỡng 7%. Cùng với lãi suất tiền vay tăng, giá bán trung bình các thiết bị, hãng máy sản xuất sợi đều tăng từ 15 – 20% so với đầu năm



2021, thời gian giao hàng cũng tăng thêm trung bình khoảng 2 lần, cao nhất 24 – 25 tháng (trước đó là 12-14 tháng).

Nhiều khó khăn "bủa vây" liên quan đến chi phí vận hành, tỷ lệ biến động lao động của các DN cũng tăng từ 28% năm 2021 lên khoảng 30% của năm 2022. Cùng với đó, thu nhập bình quân của người lao động tăng khoảng 12%, từ 8,09 triệu đồng/người/tháng năm 2019 lên 9,6 triệu/người/tháng cũng khiến cho DN tăng thêm "gánh nặng" vào chi phí vận hành của doanh nghiệp.

Nhiều khả năng "dư âm" của 2022 sẽ kéo sang 2023 với nhiều dự báo về lãi suất cho vay VNĐ sẽ tăng thêm 0,5 - 1% ở mức 10% - 11%. Lãi suất cho vay đồng USD cuối năm 2022 tăng 0,5-1%, khiến lãi suất vay ngắn hạn lên 5% - 5,5%. Tỷ giá đồng USD tiếp tục tăng, đạt mức 1 USD ~ 24.300 VNĐ, tỷ giá EUR/USD khoảng 0,95.

Giá nguyên phụ liệu có thể vẫn ở mức cao, trong đó giá xơ có thể chưa giảm ngay do tác động của giá dầu vẫn neo cao; Giá điện dự kiến tăng 6-8% so với năm 2022, chi phí tiền lương có thể tiếp tục tăng khoảng 5% và 10% (đối với đơn vị có tỷ lệ biến động lao động cao) so với năm 2022.

Do đó, năm 2023 các DN cần phải đảm bảo khả năng thanh toán trong các hoạt động, tận dụng tối đa room tín dụng để thương lượng với các tổ chức tín dụng nhằm có được ưu đãi về lãi suất vay. Cùng với đó là nâng cao năng lực quản trị nội bộ về quản trị dòng tiền (tồn kho và phải thu), quản trị tài sản và hiệu quả nhằm "tiết kiệm" tối đa chi phí vận hành, gia tăng về biên lợi nhuận.

Với các DN giao dịch, mua hàng hay vay bằng đồng USD, cần liên kết hệ thống để cân đối, tích trữ và chuẩn bị nguồn USD trả nợ trong điều kiện tỷ giá USD tăng cao hoặc chủ động liên kết giữa các đơn vị có nhu cầu mua bán đồng USD qua ngân hàng để được tỷ giá có lợi nhất; Tiếp tục tìm các giải pháp tín dụng và phân tích lựa chọn đồng tiền thanh toán mua thiết bị đảm bảo tính chất ngắn hạn và dài hạn.



ÔNG NGUYỄN ĐỨC TRỊ - PHÓ TỔNG GIÁM ĐỐC VINATEX:

Đa dạng hóa thị trường là yêu cầu bắt buộc



Ngành Sợi xác định khó khăn còn kéo dài không những trong quý 4/2022 mà sang cả quý 1, 2/2023. Trước tình hình hết sức khó khăn, theo định hướng chỉ đạo của Cơ quan điều hành Tập đoàn, ngành Sợi sẽ quyết tâm, hạn chế tối đa thua lỗ trong quý 4 để đảm bảo giữ lợi nhuận toàn bộ DN sợi đạt 37 tỷ đồng.

Ban SXKD Sợi đã đưa ra các giải pháp trọng tâm là: Tiếp tục phát huy năng lực, lợi thế của từng đơn vị như Phong Phú, Việt Thắng… để tạo ra lợi thế nhất định. Qua kết quả chung có thể thấy, những đơn vị làm thị trường tốt thì có hiệu quả tốt hơn và hạn chế tối đa lỗ trong thời gian đi xuống. Bên cạnh đó là đẩy mạnh phương thức bán hàng, giảm tối đa tồn kho và cân đối nguồn tiền. Phát huy khả năng phân tích của các nhóm về thị trường, kịp thời có những dự báo để từ đó đưa ra những quyết sách cho việc mua bông, xơ, bán sợi.

Trong tình hình như vậy, việc đa dạng hóa thị trường là yêu cầu bắt buộc vì khi chỉ lệ thuộc vào 1 thị trường, DN sẽ gặp rất nhiều khó khăn. Cần cân đối lại cơ cấu sản xuất của ngành Sợi trong thời gian này. Phải giữ vững được người lao động để khi thị trường sáng trở lại sẽ đảm bảo lực lượng để sản xuất…

Đối với ngành May hiện nay, thông tin cho biết thị trường sẽ xấu đến quý 1/2023 và khả năng sẽ kéo sang tận quý 2. Việc tăng lãi suất, lạm phát tại các quốc gia sẽ không dừng lại trong quý 1/ 2023. Đối với những doanh nghiệp tốt có thị trường và khách hàng thì vẫn giữ được một lượng nhất định. Trong tháng 8,9 vừa qua, chúng tôi đã làm việc với rất nhiều khách hàng, họ đều nhận định thị trường đang rất khó nhưng sẽ không từ bỏ thị trường Việt Nam.

Đối với Việt Nam, kim ngạch xuất nhập khẩu của Việt Nam dự kiến đạt 800 tỷ USD trong năm 2022 sẽ kéo theo những khách hàng có điều kiện đến với Việt Nam. Đối thủ của Việt Nam là Bangladesh thì logictics còn kém phát triển nên đây cũng là những điểm sáng mà chúng ta không nên quá lo lắng.

Với các giải pháp cho ngành May thì Hòa Thọ và Dệt May Huế đang tập trung rất nhiều cho giải pháp thị trường. Bên cạnh các dự báo của Tập đoàn thì các doanh nghiệp đã nâng cao tầm dự báo, đánh giá, phân tích thị trường để đưa ra những dự báo chính xác. Khai thác thêm nguồn khách hàng từ Tập đoàn, hội chợ, các chương trình xúc tiến thương mại… Xây dựng đội ngũ nắm vững công tác thị trường, đối với những doanh nghiệp lớn, mạnh cần phải có đội ngũ làm thị trường thật tốt tại các thị trường chính như Mỹ, EU, Nhật…

Khai thác nguồn nguyên liệu để đáp ứng các FTA và yêu cầu của khách hàng, xây dựng hệ thống quản trị ngành May tiên tiến trong đó số hóa và liên kết được với khách hàng thì mới có thể phát triển bền vững. Xây dựng công tác quản trị rủi ro; đồng thời phải có những nhà máy tiên tiến, hiện đại, xanh, năng suất cao và bảo vệ môi trường. Hiện nay, Hòa Thọ và Dệt May Huế đang xây dựng những trung tâm định hướng phát triển mới của ngành May và dự kiến đưa vào hoạt động trong tháng 10 này.



ÔNG LÊ TRUNG HẢI - PHÓ TỔNG GIÁM ĐỐC VINATEX:

Nâng chất lượng, tiêu chuẩn sản phẩm để giữ chân khách hàng



Thị trường hiện nay cho thấy một số nhận định.

Thứ nhất: Khách dệt kim đa phần giảm sản lượng. Vì giảm sản lượng nên họ co nhà cung ứng lại và làm thế nào để chúng ta có thể lọt vào các nhà cung ứng trong 70% sản lượng của họ là một vấn đề cần suy nghĩ đối với các doanh nghiệp thuộc Tập đoàn.

Thứ hai: Khi khách hàng giảm sản lượng thì sẽ rút ngắn chuỗi cung ứng và thực tế FDI đã có kế hoạch giảm khoảng 3.000 lao động từ giờ cho đến cuối năm nay và chúng ta cần có chính sách để đối phó.

Thứ ba: Vì giảm sản lượng nên chất lượng bị siết rất chặt. Vì vậy, chúng ta phải nâng chất lượng, tiêu chuẩn lên để giữ chân được khách hàng.

Thứ tư: Vấn đề ảnh hưởng không nhỏ đến doanh nghiệp dệt kim đó là thời gian thanh toán có thể lên đến 120 ngày. Do đó, các công ty cần chuẩn bị để đảm bảo duy trì được hoạt động.

Thứ năm: Là khả năng phá sản của các tập đoàn. Một dự báo của Tạp chí lớn tại Mỹ, châu Âu chuyên ngành về kinh tế đã nêu rõ 100 tập đoàn có khả năng phá sản trong năm 2023. Cho nên, chúng ta cần lập kế hoạch theo những dự báo hiện nay, cập nhật thêm theo từng tháng vì tình hình đang có những chuyển biến rất nhanh để đưa ra những đối sách kịp thời về mặt tài chính và các hoạt động khác.

Nguy cơ tiếp theo đối với các doanh nghiệp Việt Nam là lượng tiền rút ra sẽ dẫn đến lạm phát tăng vì vậy việc tăng lãi suất sẽ là rất nhanh. Vì vậy, dòng tiền của các đơn vị cần phải chuẩn bị như thế nào nhất là đối với các doanh nghiệp sợi.

Cuối cùng, chúng ta cần phải xem lại tối ưu hóa lợi thế của mình vì theo dự báo của thị trường vì vàng có thể sẽ tăng giá, lãi suất ngân hàng sẽ tăng, chúng ta cần chuẩn bị, rà soát lại tất cả để vượt qua giai đoạn thử thách này.

ÔNG NGUYỄN SONG HẢI - PHÓ TỔNG GIÁM ĐỐC VINATEX:

Tái cấu trúc và đổi mới định hướng theo xu hướng chung là xanh và tái chế



Những thuận lợi của 9 tháng năm 2022 đã ở sau lưng và trước mắt là hết sức khó khăn. Đối với mặt hàng dệt kim sau thời gian dịch bệnh, làm việc online ở nhà nhu cầu tăng lên nên chúng ta chưa dự báo được. Trong khi đó các khách hàng lại mua số lượng quá lớn nên khi dịch bệnh kết thúc mặt hàng dệt kim đã giảm đột ngột và các khách hàng phải thuê thêm kho chứa hàng…

Theo nhận định nếu sớm thì tháng 2,3 còn nếu không phải tháng 5,6 năm 2023, thị trường mới phục hồi. Như vậy, vải dệt kim phải tháng 2 mới phục hồi và sợi thì phải tháng 7,8 sang năm mới có thể có nhu cầu trở lại và ngành Sợi xác định còn khó khăn gần 1 năm nữa và phải chờ 10 năm nữa mới có những kết quả như 6 tháng đầu năm nay.

Năm 2023 có thể nói là năm thử thách khó khăn nhất của giai đoạn 2020 – 2025. Đối với ngành dệt kim của Vinatex cần phải tái cấu trúc và đổi mới định hướng theo xu hướng chung là xanh và tái chế. Nếu chỉ làm theo các đơn hàng truyền thống thì sẽ không thể tồn tại và phát triển được.

Trong thời gian vừa qua, qua làm việc với các đối tác thì từ tháng 11 này sẽ có đơn hàng đầu tiên 500 tấn vải tái chế cho các doanh nghiệp dệt kim trong 3 tháng 11,12/2022 và tháng 1/2023. Trong năm 2023 sẽ ký hợp đồng 3.600 tấn và sau đó sẽ cung cấp vải tái chế cho khách hàng Mỹ, Nhật tổng cộng nhu cầu khách hàng có thể đặt 12.000 -15.000 tấn/ năm. Nếu đáp ứng được yêu cầu và tham gia chuỗi cung ứng vải tái chế thì ngành dệt kim mới có hy vọng tiếp tục phát triển.

Đối với ngành vải dệt kim trong năm 2023, theo nhận định sẽ thuận lợi hơn vì năm 2022 đã xuống quá thấp. Các khách hàng lớn đang đợi dịp Noel và năm mới để giải phóng hết hàng tồn và bắt đầu một chu kỳ sản phẩm dệt kim mới…

ÔNG LÊ MẠC THUẤN - PHÓ TỔNG GIÁM ĐỐC VINATEX:

Đa dạng hóa khách hàng để phục hồi

Đối với ngành May phía Nam thì về thị trường ngắn hạn sẽ giảm sút nghiêm trọng có những khách hàng nguyên một quý không đặt hàng, do lượng hàng xuất quá nhiều. Lạm phát quá cao nên người tiêu dùng ưu tiên cho các chi phí ăn uống, nhà cửa và đi lại cùng với việc Fed tăng lãi suất 0,5% nên đồng tiền các quốc gia tăng cao. Cụ thể, lạm phát ở thị trường Mỹ 3,5% và do lượng mua quá nhiều nên lượng hàng tồn kho cao hoạt động của một số siêu thị lớn giảm xuống trầm trọng. Thị trường châu Âu đồng Euro, Bảng Anh đang mất giá một số thương hiệu nhỏ đang phải tái cấu trúc, những thương hiệu lớn thì giảm đơn hàng do tồn kho quá nhiều. Đa số khách hàng đã tạm dừng một mùa không đặt hàng do lượng hàng tồn nhiều. Bối cảnh đó đã ảnh hưởng rất nhiều đến tình hình hàng hóa quý 4/2022 của Việt Nam.



Việc kiểm soát tín dụng cũng có khó khăn, mặc dù Nhà nước đã nới room nhưng các doanh nghiệp không thể tiếp cận được dẫn đến tình trạng không thể làm được những đơn hàng FOB phải thương lượng qua làm CMT nhưng có những khách hàng không chấp nhận. Cùng với đó là những chính sách nhập khẩu của khách hàng liên tục thay đổi. Hiện nay, đến 80% các nhãn hàng trên thế giới có chính sách tăng lãi suất nên các khách hàng có xu hướng đẩy lùi thanh toán.

Dự báo tình hình năm 2023, chiến tranh Nga – Ukraine sẽ diễn biến khó lường và có thể gây ra vô vàn khó khăn cho nền kinh tế thế giới. Theo thống kê, EU giá nguyên liệu thường chiếm 2% GDP thì bây giờ lại chiếm 12%. Khủng hoảng lương thực và lạm phát trên thế giới sẽ còn tăng trong đó, Mỹ đã suy thoái về mặt kỹ thuật.

Về tương quan lãi suất và lạm phát, sau khi Fed tăng lãi suất buộc lãi suất các nước phải tăng theo nên người dân ít mua sắm hơn nên phía cung sẽ khó khăn. Lãi suất ngân hàng thương mại tăng dẫn đến chi phí vốn đối với các hãng bán lẻ tăng. Khủng hoảng ảnh hưởng đến người nghèo nhiều hơn những người giàu. Một số thương hiệu lớn đối với thị trường Mỹ thì đơn hàng sẽ giảm từ 18 – 20% và các nhãn cấp thấp sẽ giảm rất sâu. Trong đó có những thương hiệu không giảm và doanh nghiệp nào tận dụng thì cần tập trung vào khai thác như Nhà Bè sẽ được tăng thêm năng lực.

Đối với châu Âu thì các khách hàng cao cấp sẽ giảm từ 20 – 25%, các khách hàng cấp thấp sẽ giảm 30%. Đối với khách hàng Nhật thì các thương hiệu như Itocho sẽ giảm và đặt hàng bên Campuchia để tận dụng giá rẻ. Dự báo các khách hàng khác sẽ giảm từ 20-30%. Việt Nam có một bất lợi là đồng tiền quá chặt trong khi các nước khác mất giá nên ảnh hưởng đến việc xuất khẩu vào các nước. Giá của Việt Nam vẫn còn cao hơn các nước khác vì không được ưu đãi thuế quan. Mặc dù các FTA có hiệu lực nhưng sự chênh lệch trong tỷ lệ được áp dụng lại rất nhiều, nhiều chủng loại có nguyên liệu trong nước nhưng chưa được miễn thuế và những chủng loại không dùng vải trong nước lại được miễn thuế.



Phân tích sơ bộ các đối thủ cạnh tranh của Việt Nam trước hết về Trung Quốc thì đồng tiền yếu, mất giá cao nên đặt hàng từ Trung Quốc sẽ rẻ hơn so với Việt Nam. Nếu Trung Quốc nới rộng chính sách Zero covid thì không có hàng để chạy về Việt Nam. Khủng hoảng bất động sản của Trung Quốc, chính sách Zero covid cứng nhắc và phong tỏa từng phần làm thiệt hại người tiêu dùng. Tuy nhiên, Trung Quốc vẫn là nhà xuất khẩu dệt may lớn hàng đầu thế giới.

Ấn Độ đồng tiền mất giá và xuất khẩu rẻ hơn vì có nguồn nguyên liệu tại chỗ.

Myanmar do vấn đề nhân quyền của cuộc đảo chính nên có nhiều khách hàng rút khỏi đây.

Bangladesh cũng gặp phải một số vấn đề chậm lại do cuộc khủng hoảng năng lượng trong nước đe dọa làm chậm quá trình phục hồi sau đại dịch. Các khách hàng cũng đã trì hoãn đơn hàng đối với nước này. Chính phủ đã dùng các biện pháp cắt giảm năng suất để đảm bảo năng lượng dự trữ trong bối cảnh khủng hoảng năng lượng một phần do chiến tranh Nga – Ukraine mang lại. Hiện tại, Bangladesh đang rất khó khăn nhưng đây cũng là một nước rất có tiềm năng trong việc sản xuất hàng cao cấp.

Sri Lanka thiếu năng lượng trầm trọng nên cũng phải cắt giảm năng lực sản xuất.

Pakistan là nước vừa qua đã được IMF hỗ trợ tài chính và đây là quốc gia giống Nhật Bản trong việc không tăng lãi suất mà giảm lãi suất. Do đó quốc gia này phù hợp với yêu cầu để xử lý các đơn hàng nhanh.

Đánh giá trên cơ sở các thị trường, khách hàng, đối thủ cạnh tranh thì chúng tôi đưa ra các kịch bản. Trong đó, kịch bản tốt nhất là thị trường phục hồi đầu quý 2/2023. Kịch bản xấu là thị trường phục hồi cuối quý 2/2023. Với kịch bản nào thì quý 1/2023 đều vô cùng khó khăn và những mặt hàng cấp thấp thì phải cạnh tranh với Campuchia, Bangladesh… Các mặt hàng cao cấp có khả năng phục hồi nhanh hơn do đó cần tập trung chủ yếu vào các thị trường và tận dụng tối đa các thị trường khác, khách hàng khác và đa dạng hóa khách hàng để phục hồi.

ÔNG PHẠM XUÂN TRÌNH - GIÁM ĐỐC ĐIỀU HÀNH VINATEX:

Tránh bị động trong làm đơn hàng



Năm 2022, sản lượng của các doanh nghiệp đều tăng so với năm 2021, tuy nhiên do áp lực về lạm phát, đồng tiền mất giá nên thị trường tiêu dùng đã giảm sức mua, đặc biệt là đối với thị trường Nhật. Năng lực sản xuất khăn bông của Việt Nam có đối thủ cạnh tranh bây giờ là Ấn Độ, Pakistan chứ không phải Trung Quốc. Trong khi nhiều DN trong hệ thống Vinatex chưa khai thác hết công suất, chưa mở thêm được thị trường, không tăng thêm năng lực, sản phẩm mới và mất cân đối khả năng hiện có. Trong năm 2021-2022, nhiều công ty mới chỉ khai thác được khoảng 70% năng lực đang có. Trong xây dựng kế hoạch SXKD năm 2023, cần xem xét đến yếu tố này của các doanh nghiệp để nâng cao năng lực và sức cạnh tranh.

9 tháng năm 2022 với ngành Khăn có một số yếu tố ảnh hưởng làm tăng giá thành của doanh nghiệp gồm: Thu nhập của người lao động tăng trong thời gian vừa qua đã làm tăng tương đương 5% về giá thành sản xuất. Hóa chất thuốc nhuộm cũng tăng trong 6 tháng đầu năm là 12% tương đương 0,9% giá thành sản xuất. Điện tăng 6% thì giá thành tăng 1%; Hơi tăng 14% sẽ làm tăng giá thành 0,75%. Bên cạnh đó, việc khai thác không hết năng lực cũng ảnh hưởng đến việc khấu hao và đầu tư chưa kể đến việc mất khả năng cạnh tranh do tỷ giá đồng tiền của Việt Nam so với các chính sánh của các quốc gia xuất khẩu khác.

Theo đó, trong thời gian tới, chúng ta cần tập trung vào các giải pháp:

Thứ nhất: Phải đổi mới thiết bị vì ngành Khăn đang chiếm chi phí lao động lớn nhất, việc đổi mới thiết bị sẽ đem lại hiệu quả và giá trị lâu dài.

Thứ hai: Tính toán, xây dựng kế hoạch khai thác hết năng lực hiện có và bổ sung những năng lực đang khuyết thiếu.

Thứ ba: Xem xét lại các yếu tố về giá, chất lượng, tiến độ.

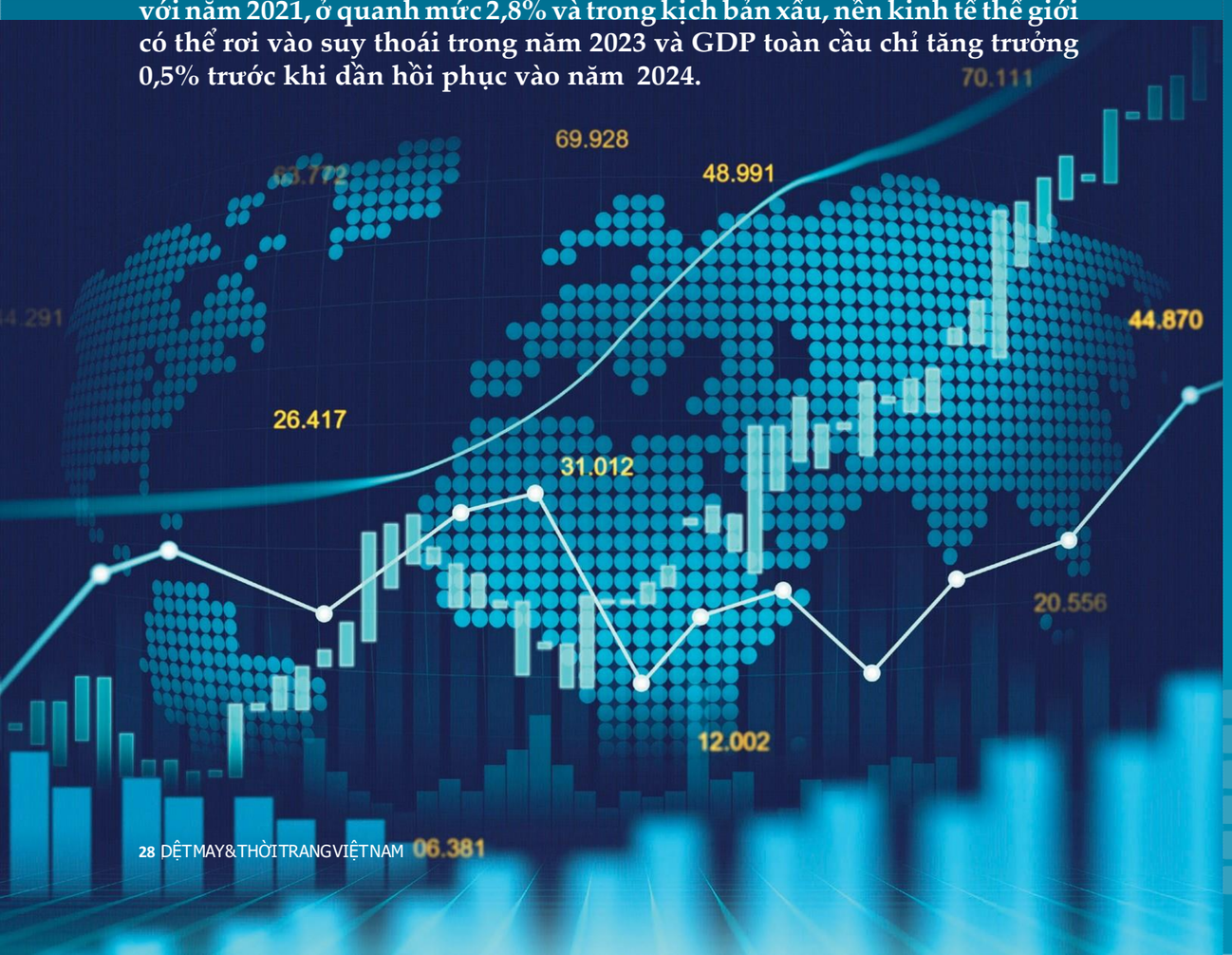
Xu thế mới đối với các sản phẩm dệt kim trong giai đoạn này là đại đa số khách hàng đều yêu cầu làm từ cotton tại Việt Nam do liên quan đến vấn đề xuất xứ về bông. Trong thời gian tới, các doanh nghiệp dệt kim cần chuẩn bị tốt để làm cotton tránh bị động trong việc làm hàng. ❑

DỰ BÁO KINH TẾ VĨ MÔ TOÀN CẦU

Con sóng lạm phát liệu có nhấn chìm NỀN KINH TẾ THẾ GIỚI?

Bài: **VƯƠNG ĐỨC ANH**

Dự báo mới nhất của Quỹ tiền tệ quốc tế - IMF (ngày 7/10) cho rằng trong 4 năm tới (đến năm 2026) GDP toàn cầu sẽ giảm 4000 tỷ USD, tương đương GDP của cả nước Đức. Trong khi đó, báo cáo tháng 9 của Ngân hàng thế giới – World bank dự báo năm nay tăng trưởng GDP toàn cầu giảm hơn 50% so với năm 2021, ở quanh mức 2,8% và trong kịch bản xấu, nền kinh tế thế giới có thể rơi vào suy thoái trong năm 2023 và GDP toàn cầu chỉ tăng trưởng 0,5% trước khi dần hồi phục vào năm 2024.



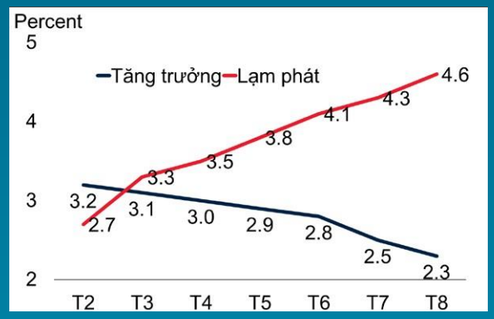
Rõ ràng Ngân hàng Trung ương và Chính phủ các nước đang đứng trước bài toán khó khi đối mặt với lạm phát cao khi chính sách tiền tệ không thắt chặt đủ sẽ khiến lạm phát vượt tầm kiểm soát nhưng thắt chặt quá mức sẽ đẩy thế giới vào suy thoái kéo dài.

BỐI CẢNH KINH TẾ VĨ MÔ THẾ GIỚI – GIAI ĐOẠN "RẤT MONG MANH"

Chỉ chưa đầy 3 năm, nền kinh tế thế giới phải đối mặt với liên tiếp các cú sốc từ dịch bệnh Covid - 19, đứt gãy chuỗi cung ứng, chiến tranh Nga-Ukraine kéo theo nhiều hệ luy cho nền kinh tế toàn cầu. Tất cả các nền kinh tế lớn nhất thế giới đều đang giảm tốc. Khủng hoảng năng lượng ở Châu Âu do xung đột Nga-Ukraine, bất ổn thị trường bất động sản ở Trung Quốc và lạm phát cao kỷ lục ở Mỹ và Châu Âu.

Kể từ đầu năm 2022, sự suy giảm nhanh chóng của các triển vọng tăng trưởng, cùng với lạm phát gia tăng và các điều kiện thắt chặt tài chính, đã làm dấy lên cuộc tranh luận về khả năng suy thoái toàn cầu - GDP bình quân đầu người toàn cầu giảm (Hình 1)

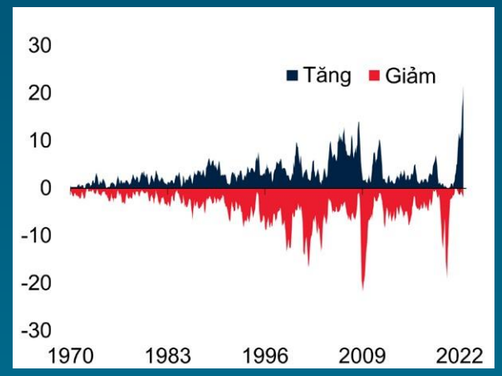
Hình 1. Biến động tăng trưởng và lạm phát toàn cầu



Diễn biến tình hình gần đây: Dự báo về tăng trưởng toàn cầu trong năm 2022 và 2023 đã bị hạ thấp đáng kể từ đầu năm. Mặc dù những dự báo này không chỉ ra một cuộc suy thoái toàn cầu vào năm 2022– 2023, nhưng kinh nghiệm từ những cuộc suy thoái trước đó cho thấy rằng ít nhất hai diễn biến – đã thành hiện thực trong những tháng gần đây hoặc có thể đang diễn ra – làm tăng khả năng suy thoái toàn cầu trong tương lai gần. Thứ nhất, mọi cuộc suy thoái toàn cầu kể từ năm 1970 đều đi trước bởi sự suy yếu đáng kể của tăng trưởng toàn cầu trong năm trước, như đã xảy ra gần đây. Thứ hai, tất cả các cuộc suy thoái toàn cầu trước đây đều trùng khớp với sự suy thoái mạnh hoặc suy thoái hoàn toàn ở một số nền kinh tế lớn.

Chính sách ứng phó của các quốc gia: Bất chấp tốc độ tăng trưởng toàn cầu đang chậm lại hiện nay, lạm phát đã tăng lên mức cao nhất trong nhiều thập kỷ ở nhiều quốc gia. Để tránh rủi ro do lạm phát cao kéo dài và trong bối cảnh tài khóa đang bị hạn chế, nhiều quốc gia đang rút các gói hỗ trợ tiền tệ và tài khóa. Do đó, nền kinh tế toàn cầu đang ở giữa một trong những giai đoạn thắt chặt chính sách tài khóa và tiền tệ đồng bộ nhất trên phạm vi quốc tế trong 5 thập kỷ qua (Hình 2).

Hình 2. Biến động lãi suất chính sách toàn cầu



Động thái các Ngân hàng Trung Ương 2022

Ngân hàng Trung ương	Lãi suất tháng 1/2022	Lãi suất tháng 9/2022	Ptd thay đổi
Cục Dự trữ Liên bang Mỹ (FED)	0,25%	3,25%	3,00%
Ngân hàng trung ương Châu Âu (ECB)	-0,50%	1,25%	1,75%
Ngân hàng trung ương Canada	0,25%	3,25%	3,00%
Ngân hàng Dự trữ Úc	0,10%	2,35%	2,25%
Ngân hàng trung ương Anh (BOE)	0,25%	2,25%	2,00%
Ngân hàng trung ương Nhật (BOJ)	-0,10%	-0,10%	0,00%
Ngân hàng Nhân dân Trung Quốc	3,85%	3,65%	-0,20%
Ngân hàng Trung ương Thái Lan	0,50%	0,75%	0,25%
Ngân hàng Trung ương Negara Malaysia	1,75%	2,50%	0,75%
Ngân hàng Trung ương Indonesia	3,50%	4,25%	0,75%
NHNN – Lãi suất chiết khấu	2,50%	3,50%	1,00%
NHNN – Lãi suất tái cấp vốn	4,00%	5,00%	1,00%

Nguồn: Các Ngân hàng Trung ương

Chỉ trong 9 tháng đầu năm, Cục Dự trữ liên bang Mỹ (FED) đã có 5 lần tăng lãi suất, đưa lãi suất từ mức 0-0,25% lên mức 3-3,25%, khu vực Châu Âu lần đầu tiên suốt 8 năm qua thay đổi chính sách lãi suất âm, tăng lãi suất lên mức 1,25% (tức tăng thêm 1,75% sau 9 tháng đầu năm 2022).

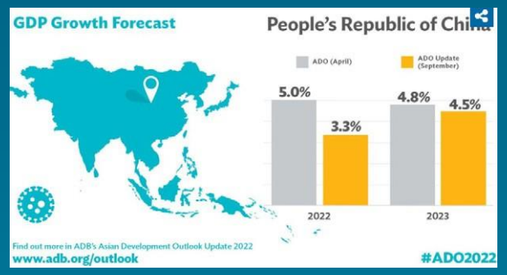
Dự kiến FED sẽ tiếp tục tăng lãi suất trong tháng 11 thêm 0,75% và tiếp tục tăng lên mức 4,6% duy trì trong năm 2023 cho đến khi lạm phát giảm về mức mục tiêu 2% (theo OECD lạm phát Mỹ dự kiến năm 2022 ở mức 7,04% và giảm xuống 3,47% trong năm 2023). Theo số liệu của Bộ Lao động Mỹ công bố ngày 7/10, số việc làm mới trong tháng 9 vẫn duy trì đà tăng tốt với 263.000 việc làm, tỷ lệ thất nghiệp giảm xuống 3,5% (thấp hơn tháng 8 ở mức 3,7% và là mức thấp trong 5 thập kỷ qua). Với thị trường việc làm vẫn duy trì tốt FED sẽ càng tự tin tăng lãi suất trong các đợt tiếp theo để kiềm chế lạm phát.

Tương tự FED, Ngân hàng trung ương Châu Âu (ECB) cũng dự kiến tiếp tục tăng lãi suất thêm 0,75%, đưa lãi suất lên mức 2% trong năm nay, mục tiêu của ECB kiềm chế lạm phát tiếp tục gia tăng và đưa lạm phát về mức

mục tiêu 2%. Theo ECB, Lạm phát dự kiến từ mức 8,1% năm 2022 xuống 5,5% năm 2023 và 2,3% năm 2024 chủ yếu phản ánh sự sụt giảm mạnh về lạm phát giá năng lượng và thực phẩm.

Nhật Bản và Trung Quốc là 2 nền kinh tế lớn duy nhất đi ngược lại xu hướng tăng lãi suất khi Nhật Bản tiếp tục duy trì chính sách lãi suất âm, Trung Quốc hạ lãi suất nhằm hỗ trợ đà phục hồi của nền kinh tế.

Theo báo cáo mới của Ngân hàng Phát triển Châu Á (ADB), tăng trưởng Trung Quốc dự kiến sẽ ở mức 3,3% trong năm 2022 (thấp hơn rất nhiều so với năm 2021 GDP Trung Quốc tăng trưởng 8,1%), trong bối cảnh các hạn chế của chính sách Zero Covid *(đây là lần đầu tiên sau 3 thập kỷ kinh tế Trung Quốc được dự báo tăng trưởng chậm hơn mức tăng trưởng chung của các nền kinh tế đang phát triển ở châu Á ở mức 4,3%)*. Dự báo năm 2023, GDP Trung Quốc sẽ tăng trưởng 4,5%.



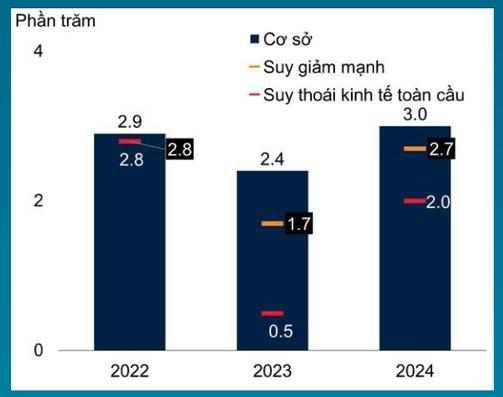
Lạm phát ở Trung Quốc được dự báo sẽ tăng tốc trong năm tới do giá lương thực cao hơn. Lạm phát Trung Quốc dự báo ở mức 2,3% trong năm 2022 và 2,5% vào năm 2023. Do giá thịt lợn tăng, lạm phát thực phẩm dự kiến sẽ tiếp tục tăng trong nửa cuối năm nay.

3 KỊCH BẢN TĂNG TRƯỞNG KINH TẾ TOÀN CẦU TRONG GIAI ĐOẠN 2022-2024

Dự báo về tăng trưởng toàn cầu đã bị hạ thấp đáng kể kể từ đầu năm nhưng vẫn được dự báo là chậm lại (slowdown) chứ không phải là suy thoái (recession). Dự báo này không hẳn là một kết quả xấu vì tốc độ tăng trưởng nhanh của năm 2021 là không bền vững, như đã được chứng minh bằng tình trạng quá nóng đã xuất hiện. Tuy nhiên, với những gì đã xảy ra trong lịch sử, sự suy yếu (weakening) gần đây của nhiều chỉ số về hoạt động toàn cầu và sự suy giảm nhanh chóng của triển vọng tăng trưởng ở các nền kinh tế lớn, cho thấy rằng những cú sốc liên tiếp và thay đổi chính sách có thể không chỉ gây ra suy giảm mạnh (downturn) mà còn dẫn đến suy thoái (recession) toàn cầu.

Trong 50 năm qua, suy thoái toàn cầu đã xảy ra khi nền kinh tế thế giới trải qua những cú sốc về nguồn cung đặc biệt lớn (cú sốc dầu mỏ năm 1973-1974; đại dịch Covid năm 2020), bất ổn tài chính, thường liên quan đến sự mất cân bằng tài chính tích lũy (1982, 1991 và 2009), hoặc những thay đổi mạnh mẽ trong chính sách (1982). Kể từ khi nền kinh tế toàn cầu phải chịu một cú sốc nguồn cung nghiêm trọng vào đầu năm nay, rủi ro chính với triển vọng là khả năng xảy ra các điều chỉnh chính sách lớn kèm theo các căng thẳng tài chính nghiêm trọng. Cụ thể, các ngân hàng trung ương có thể phải làm nhiều hơn để giảm lạm phát xuống mức mục tiêu so với dự đoán của thị trường tài chính hiện nay, giống như ở nhiều nền kinh tế tiên tiến, mức độ thắt chặt chính sách tiền tệ vượt quá kỳ vọng trước cuộc suy thoái năm 1982. Hơn nữa, kiểu điều chỉnh chính sách sắc bén này có thể gây ra căng thẳng trên thị trường tài chính như đã xảy ra trong giai đoạn năm 1982, đánh dấu sự khởi đầu của cuộc khủng hoảng nợ kéo dài một thập kỷ ở nhiều nước đang phát triển và thị trường mới nổi (gọi tắt là EMDE)

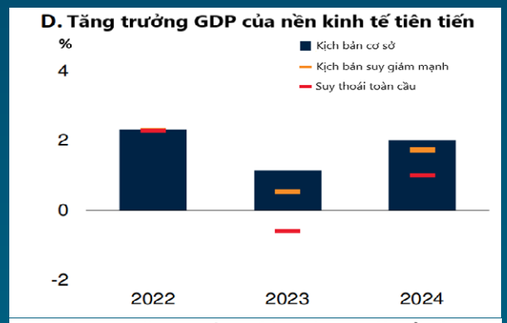
Báo cáo của Ngân hàng thế giới – World Bank trong tháng 9/2022 đưa ra 3 kịch bản tăng trưởng kinh tế toàn cầu dựa trên phản ứng chính sách tiền tệ của các quốc gia, được phân tích bằng việc sử dụng mô hình xuyên quốc gia trên quy mô lớn (Hình 0.D)

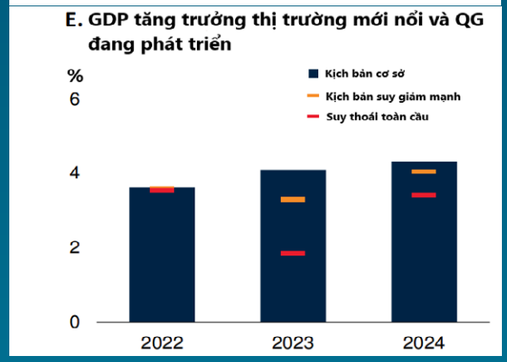


Hình 0.D. Tăng trưởng GDP toàn cầu theo các kịch bản khác nhau

Kịch bản đầu tiên là kịch bản cơ sở (Baseline), phù hợp chặt chẽ với các dự báo gần đây về tăng trưởng và lạm phát, cũng như kỳ vọng của thị trường đối với chính sách lãi suất. Theo kịch bản này giả định lãi suất ngắn hạn toàn cầu năm 2021 ở mức 1,6% và sẽ tăng lên 3,8% vào năm 2023 *(các Ngân hàng trung ương không thắt chặt chính sách tiền tệ quá mức, lạm phát giảm dần)*, tăng trưởng GDP toàn cầu năm 2022 ở mức 2,9%, giảm xuống 2,4% vào năm 2023 sau đó phục hồi tăng 3% vào năm 2024 (Hình 0.D). Lạm phát toàn cầu năm 2022 ở mức 7,7%, giảm về 4,6% năm 2023 và 3,2% vào năm 2024.

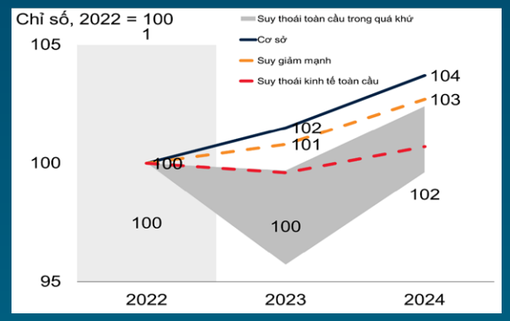
Với kịch bản cơ sở, các nền kinh tế phát triển tăng trưởng chậm lại trong năm 2023 và phục hồi tăng lại trong năm 2024 (Hình D). Ngược lại với các nền kinh tế phát triển, các nền kinh tế đang phát triển và nền kinh tế mới nổi (EMDE) vẫn duy trì tăng trưởng đều trong năm 2023 và 2024, tiếp đà phục hồi sau đại dịch Covid - 19 (Hình E). Lạm phát của nhóm EMDE được dự báo giảm nhanh từ mức 9,4% năm 2022 xuống 4,5% năm 2024.





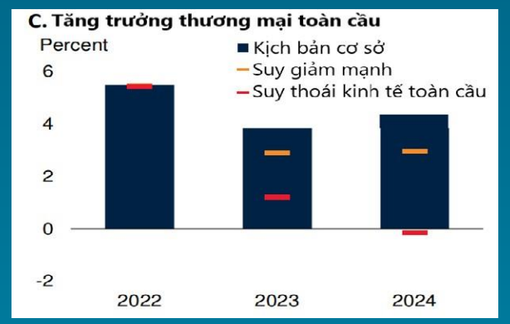
Kịch bản thứ hai: suy giảm mạnh (sharp downturn): *Kịch bản này xảy ra khi áp lực lạm phát kéo dài dai dẳng hơn và kỳ vọng lạm phát tiếp tục tăng khiến chính sách tiền tệ phải thắt chặt hơn.* Lãi suất sẽ tăng thêm 1% so với kịch bản cơ sở trong giai đoạn quý 4/2022 đến quý1/2023. Theo kịch bản này, nền kinh tế toàn cầu sẽ vẫn thoát khỏi suy thoái vào năm 2023 nhưng sẽ trải qua một đợt suy giảm mạnh toàn cầu, tăng trưởng GDP toàn cầu năm 2023 ở mức 1,7% (thấp hơn 0,7% so với kịch bản cơ sở), năm 2024 tăng trưởng 2,7% (thấp hơn 0,3% so với kịch bản cơ sở) (tính theo GDP bình quân đầu người toàn cầu năm 2023 ở mức 0,8% ngang bằng mức của giai đoạn suy giảm năm 2001). Lạm phát toàn cầu ghi nhận mức giảm mạnh hơn vào năm 2023 ở mức 4,1% (thấp hơn 0,5% so với kịch bản cơ sở phù hợp với việc thắt chặt chính sách tiền tệ hơn, tổng cầu toàn cầu giảm, giá năng lượng giảm nhanh hơn). Lạm phát toàn cầu năm 2024 ở mức 3,7% và kịch bản này đưa ra khả năng về việc thắt chặt chính sách tiền tệ vẫn không đủ để đưa tỷ lệ lạm phát trở lại mục tiêu.

Kịch bản thứ ba: suy thoái toàn cầu (recession): kịch bản này giả định rằng các nhà hoạch định chính sách ở các nền kinh tế lớn nhận thấy sự gia tăng kỳ vọng lạm phát lớn hơn so với giả định trong kịch bản thứ 2 suy giảm mạnh khiến chính sách tiền tệ tiếp tục thắt chặt hơn, lãi suất tăng thêm 1% so với kịch bản thứ 2 trong giai đoạn từ quý 1/2023 đến quý 4/2024. Theo kịch bản này, nền kinh tế toàn cầu sẽ trải qua một cuộc suy thoái trong năm 2023 với mức độ tương tự năm 1982, với tốc độ tăng trưởng GDP chỉ 0,5% trước khi phục hồi tăng trưởng 2% vào năm 2024.



Hình 0.E. GDP bình quân đầu người toàn cầu trong các kịch bản khác nhau

Thương mại toàn cầu sẽ bị ảnh hưởng nặng nề như trong các cuộc suy thoái toàn cầu trước đây, tăng trưởng thương mại giảm từ mức 5,4% năm 2022 xuống 1,2% năm 2023 (Hình C) (mức giảm của tăng trưởng thương mại toàn cầu 4,2% của năm 2023 so với năm 2022 sẽ tương đương với mức giảm mạnh 4,9% trong tăng trưởng thương mại toàn cầu đã trải qua năm 1982)



Việc thắt chặt các điều kiện tài chính toàn cầu sẽ đe doạ các nền kinh tế đang phát triển và mới nổi (EMDE) có thâm hụt tài khoản vãng lai lớn và phụ thuộc nhiều vào dòng vốn nước ngoài cũng như các nước EMDE có mức nợ chính phủ hoặc nợ tư nhân bằng ngoại tệ cao. Ngoài ra các nước EMDE xuất khẩu lớn sẽ chịu thêm tác động từ giá hàng hoá giảm do nhu cầu bên ngoài sụt giảm.

Điều này sẽ gây ra những hậu quả nghiêm trọng đối với triển vọng tăng trưởng dài hạn của các nước EMDE vốn đã bị ảnh hưởng nặng nề bởi cuộc suy thoái toàn cầu do đại dịch gây ra vào năm 2020.

Như vậy ở thời điểm hiện tại chưa thể khẳng định nền kinh tế toàn sẽ rơi vào suy thoái trong năm 2023, tuy nhiên điều chắc chắn xảy ra là các nền kinh tế lớn sẽ duy trì chính sách tiền tệ thắt chặt, Mỹ, EU sẽ tiếp tục tăng lãi suất từ quý 4/2022 và duy trì mức lãi suất cao trong năm 2023 (Mỹ ở mức 4,6%, EU ở mức 2%) cho đến khi lạm phát giảm về mức mục tiêu 2%, tăng trưởng GDP vì thế sẽ suy giảm so với năm 2022 theo các kịch bản phản ứng chính sách tiền tệ khác nhau. Chi tiêu tiêu dùng trong đó có chi tiêu cho hàng dệt may cũng sẽ không tránh khỏi suy giảm trong năm 2023. ❑

DỰ BÁO THỊ TRƯỜNG DỆT MAY 2023

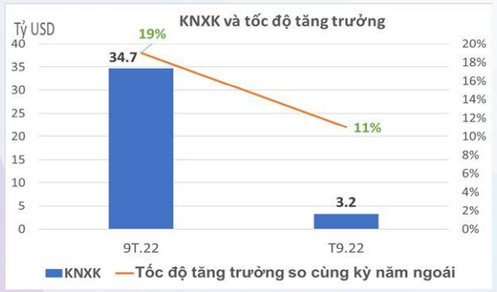
Bài: **VĂN PHÒNG HĐQT VINATEX**

2023 sẽ là năm khó khăn đối với ngành dệt may. Số liệu xuất khẩu dệt may tháng 9/2022 vừa được Tổng cục Hải quan công bố phần nào đã phản ánh tác động từ lạm phát và tồn kho cao tại các thị trường tiêu thụ dệt may lớn. Xuất khẩu đi Mỹ tháng 9 lần đầu tiên trong năm 2022 đảo chiều giảm so cùng kỳ năm ngoái. Kim ngạch xuất khẩu (KNXK) dệt may tháng 9 chỉ đạt 3,2 tỷ USD, giảm gần 30% so với tháng 8, thấp hơn ngưỡng trung bình 3,8 tỷ USD/tháng trong 8 tháng đầu năm 2022. Dự kiến quý 4, KNXK dệt may Việt Nam bình quân chỉ đạt 3,1-3,2 tỷ USD/ tháng và cả năm 2022 KNXK dệt may ước đạt khoảng 44 tỷ USD.

XUẤT KHẨU DỆT MAY VIỆT NAM THÁNG 9 VÀ 9 THÁNG ĐẦU NĂM 2022

Nếu như tháng 8/2022, KNXK dệt may tăng 38% so cùng kỳ năm ngoái, đạt 4,5 tỷ USD thì tháng 9 KNXK chỉ đạt 3,2 tỷ USD, mặc dù vẫn tăng 11% so cùng kỳ năm ngoái nhưng đã thấp hơn 15% so với mức KNXK bình quân theo tháng trong 8 tháng đầu năm 2022. Luỹ kế 9 tháng 2022, KNXK dệt may Việt Nam đạt 34,7 tỷ USD, tăng 19% so cùng kỳ năm 2021, tuy nhiên tốc độ tăng trưởng xuất khẩu tháng 9 đã giảm tốc *(Hình 1)*.

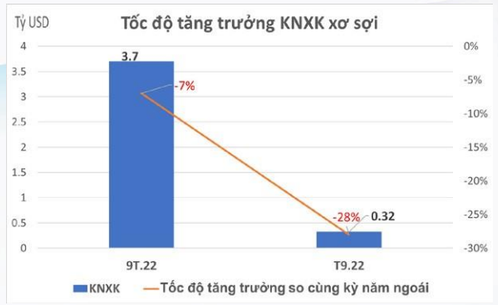
Hình 1. KNXK dệt may Việt Nam tháng 9 và 9 tháng đầu năm 2022



Nguồn: Tổng cục Hải quan

Xuất khẩu sợi tháng 9 nối tiếp đà giảm của tháng 8, KXNK sợi đạt 323 triệu USD, giảm 28% so cùng kỳ năm ngoái, luỹ kế 9 tháng 2022 KNXK xuất khẩu sợi đạt 3,7 tỷ USD, giảm 7%. Trong đó xuất khẩu sợi đi thị trường Trung Quốc tháng 9 đạt 149 triệu USD, giảm 35% so cùng kỳ năm 2021 *(Hình 2)*.

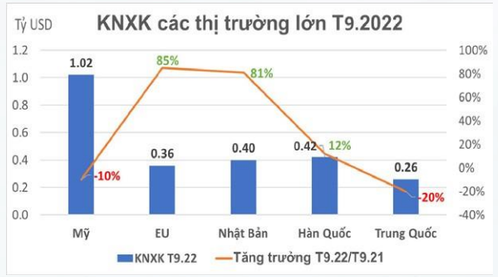
Hình 2. KNXK xơ sợi của Việt Nam tháng 9 và 9 tháng đầu năm 2022



Nguồn: Tổng cục Hải quan

Đặc biệt, tháng 9 đánh dấu lần đầu tiên trong năm 2022 xuất khẩu dệt may đi Mỹ giảm 10% so cùng kỳ năm ngoái *(Hình 3)*.

Hình 3. KNXK dệt may Việt Nam đi các thị trường chính tháng 9.2022



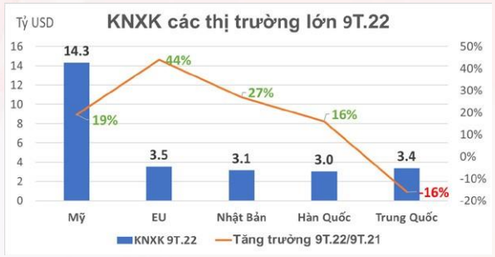
Nguồn: Tổng cục Hải quan

Luỹ kế 9 tháng năm 2022 xuất khẩu đi Mỹ đạt 14,3 tỷ USD, tăng 19% so cùng kỳ năm ngoái.

Xuất khẩu đi EU tháng 9 vẫn duy trì đà tăng tốt, tăng 85% so cùng kỳ năm 2021. Luỹ kế 9 tháng 2022, KNXK đi EU đạt 3,5 tỷ USD, tăng 44% so cùng kỳ năm ngoái và là thị trường có tốc độ tăng trưởng tương đối tốt nhất trong 5 thị trường xuất khẩu.

Như vậy về thị trường xuất khẩu 9 tháng năm 2022, xét về giá trị tuyệt đối tăng thêm so cùng kỳ năm 2021, thị trường Mỹ đứng đầu với 2,4 tỷ USD tăng thêm, thị trường EU đứng thứ 2 với 1,1 tỷ USD tăng thêm. Xét về giá trị tương đối tăng thêm (% tăng trưởng), thị trường EU dẫn đầu với mức tăng trưởng 44% so cùng kỳ năm 2021 *(Hình 4)*.

Hình 4. KNXK dệt may Việt Nam đi các thị trường chính 9 tháng 2022



Nguồn: Tổng cục Hải quan

TÌNH HÌNH XUẤT KHẨU CÁC QUỐC GIA CẠNH TRANH

Trung Quốc: 8 tháng năm 2022 KNXK dệt may của Trung Quốc đạt 220 tỷ USD, tăng 11% so cùng kỳ năm ngoái, trong đó xuất khẩu hàng may mặc đạt 118 tỷ USD, tăng 11,6% so cùng kỳ năm ngoái, xuất khẩu sợi, vải, hàng dệt đạt 102 tỷ USD, tăng 10,2% so cùng kỳ năm ngoái. Tuy nhiên xuất khẩu đi Mỹ trong tháng 8 của Trung Quốc đã giảm tốc và giảm 11% về giá trị so với trước mức của năm 2019 trước đại dịch Covid-19.

Bangladesh: KNXK dệt may của Bangladesh tháng 9 năm 2022 lần đầu tiên suy giảm so cùng kỳ năm ngoái sau 13 tháng tăng liên tiếp phục hồi sau Covid- 19, đạt 3,16 tỷ USD (tương đương Việt Nam), trong đó dệt kim đạt 1,74 tỷ USD giảm 9%, dệt thoi đạt 1,4 tỷ USD giảm 5,6%.

Ấn Độ: Tháng 9 xuất khẩu hàng may mặc của Ấn Độ giảm 21,6% so cùng kỳ năm ngoái, đạt 1,02 tỷ USD. Đây là tháng thứ 3 liên tiếp xuất khẩu dệt may Ấn Độ ghi nhận mức tăng trưởng âm và là tháng đầu tiên xuất khẩu dệt may Ấn Độ giảm 2 con số. Xuất khẩu giảm trong tháng 9 đã kéo tăng trưởng tổng xuất khẩu hàng may mặc giảm 10,8% xuống 8,1 tỷ USD trong nửa đầu của năm tài chính 2022-23 (từ tháng 4 đến tháng 9 năm 2022, khác với Bangladesh năm tài chính từ tháng 6 năm này đến tháng 6 năm sau, năm tài chính của Ấn Độ tính từ tháng 3 năm này đến tháng 3 năm sau). Xuất khẩu sợi bông, vải và các sản phẩm từ vải dệt thủ công ghi nhận mức tăng trưởng âm trong tháng 9 năm 2022, đây là tháng giảm thứ năm liên tiếp của nhóm hàng này với mức giảm tăng dần.

Biến động tỷ giá của các quốc gia xuất khẩu dệt may trong tháng 9 và 9 tháng năm 2022

- Trong tháng 9 năm 2022, đồng tiền của các nền kinh tế mới nổi đã tiếp tục giảm giá so với Đô la Mỹ, cụ thể:

Nhu cầu đối với đồng bạc xanh của Mỹ tăng mạnh trong tháng 9 do FED tăng lãi suất lần thứ 5 trong năm nay.

Đồng Pak rupee của Pakistan mất 3,7% và đồng Nhân dân tệ của Trung Quốc giảm 3%.

Đồng Rupee của Ấn Độ mất 2,1% trong khi đồng Rupiah của Indonesia giảm 2,6% trong tháng 9.

- Trong 9 tháng năm 2022, biến động đồng tiền các nước so với đồng USD như sau:

Đồng Taka của Bangladesh mất 12%.

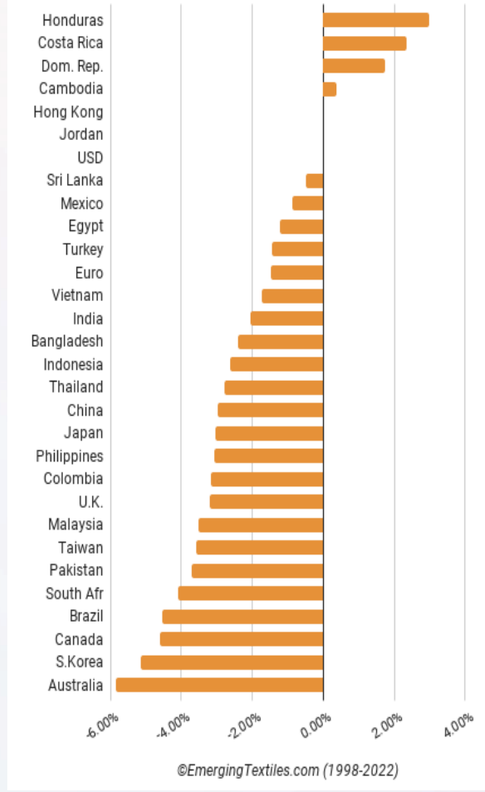
Đồng IDR của Indonexia giảm 6,7% và đồng Rupee của Ấn Độ giảm 8,7%.

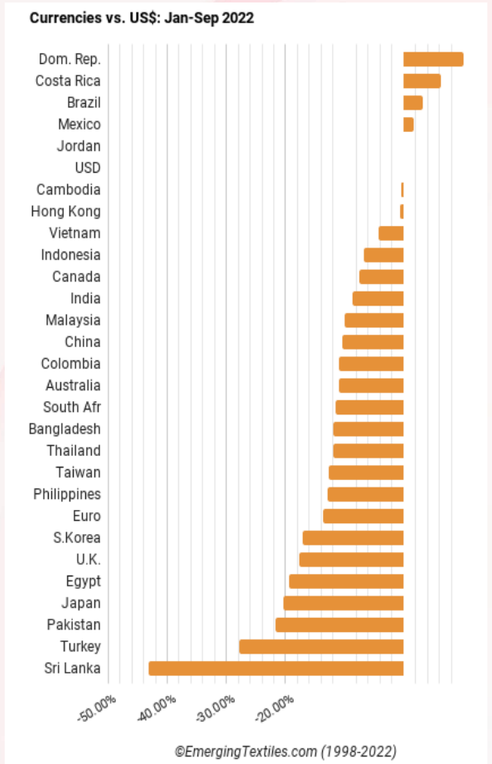
Đồng Pak rupee của Pakistan giảm 22% và đồng rupee Sri Lanka mất 43%.

Đồng Lira của Thổ Nhĩ Kỳ giảm 28%.

Mặt khác, lạm phát tăng vọt ở Pakistan, Sri Lanka và Thổ Nhĩ Kỳ, dẫn đến chi phí sản xuất cao hơn, trong khi giá nguyên liệu nhập khẩu tính theo đồng nội tệ tăng mạnh.

Trong khi đồng VND của Việt Nam chỉ giảm 4,4%, khiến hàng dệt may xuất khẩu của Việt Nam đắt hơn các đối thủ cạnh tranh chính bằng chênh lệch của độ mất giá đồng tiền của Việt Nam và các quốc gia cạnh tranh so với USD. So với bảng Anh, tiền đồng của Việt Nam thậm chí còn tăng 16,1%.

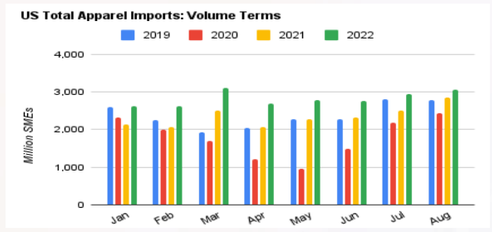


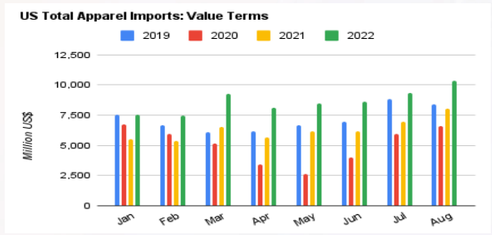


Bảng 1. Số liệu nhập khẩu dệt may của Mỹ trong tháng 8 và 8 tháng đầu năm 2022

	8T.21 (Tỷ $)	8T.22(Tỷ $)	SS 8T22/8T21(Tỷ $)	SS 8T22/8T21 %
Thế giới	71.3	91.7	20.3	28.55%
Top 10 quốc gia				
Trung Quốc	18.8	23.2	4.3	23.15%
Ấn Độ	6.2	7.9	1.7	26.96%
Việt Nam	10.3	13.7	3.4	33.19%
Thổ Nhĩ Kỳ	1.8	1.9	0.05	2.87%
Mexico	2.8	3.2	0.4	14.62%
Ai Cập	0.84	1.1	0.3	36.19%
Bangladesh	4.5	6.8	2.3	51.98%
Pakistan	2.6	3.3	0.7	26.28%
Israel	0.18	0.16	0.01	-7.61%
Malaysia	0.18	0.22	0.05	30.39%

Nguồn: OTEXA





BIẾN ĐỘNG TẠI THỊ TRƯỜNG MỸ - THỊ TRƯỜNG TIÊU THỤ DỆT MAY LỚN NHẤT CỦA VIỆT NAM

Xuất khẩu dệt may tháng 9 của các quốc gia xuất khẩu dệt may lớn quay đầu giảm phản ánh đúng nhận định về tình trạng lạm phát cao khiến bộ phận người tiêu dùng thu nhập trung bình thấp cắt giảm chi tiêu mua quần áo và tình trạng tồn kho cao của các hãng bán lẻ lớn sau giai đoạn "quá mua" của 6 tháng đầu năm 2022.

Theo dữ liệu chính thức mới nhất trên OTEXA, nhập khẩu hàng may mặc của Mỹ bắt đầu chậm lại vào tháng 8, tổng nhập khẩu dệt may của Mỹ về lượng chỉ tăng 7,6% so cùng kỳ năm ngoái, so với mức tăng 17,6% của tháng trước, mặc dù về giá trị, kim ngạch nhập khẩu vẫn tăng 28,4% so cùng kỳ năm ngoái, nhưng tốc độ tăng đã chậm hơn so với những tháng trước. Đơn giá tăng 19,3% so với cùng kỳ năm 2021. Số liệu nhập khẩu dệt may Mỹ chậm lại trong tháng 8 phản ánh tốc độ tăng trưởng chậm hơn của doanh số bán lẻ tại các cửa hàng may mặc (doanh số bán lẻ tại các cửa hàng may mặc gần như đi ngang trong tháng 8, chỉ tăng nhẹ 0,4% so với tháng trước).

Nếu nhìn vào số liệu xuất khẩu của dệt may Việt Nam đi Mỹ trong tháng 9 quay đầu giảm 10% so cùng kỳ năm 2021, dự báo số liệu nhập khẩu dệt may của Mỹ trong tháng 9 sẽ giảm tốc mạnh, thậm chí quay đầu giảm.

Xuất khẩu dệt may của Trung Quốc đi Mỹ trong tháng 8 đã giảm 6% và 11% về khối lượng và giá trị so với mức của tháng 8 năm 2019 trước đại dịch Covid. Nhập khẩu dệt may của Mỹ từ Trung Quốc chỉ tăng 5,1% về khối lượng trong tháng 8, từ mức 22,7% trong tháng 7; về giá trị, chỉ tăng 9,4%, từ mức 13,6% của tháng trước.

Xuất khẩu của Trung Quốc đi Mỹ dự kiến sẽ tiếp tục suy giảm sau một loạt các đợt ngừng hoạt động do chính sách Zero covid dẫn đến việc chậm trễ giao hàng.

NHẬP KHẨU QUẦN ÁO COTTON CỦA MỸ GIẢM

Do giá bông tăng mạnh trước đó, nhập khẩu hàng may mặc cotton đã giảm 2% về khối lượng trong tháng 8 (mặc dù tháng 4 vẫn tăng 26%).

Nhập khẩu hàng may mặc bằng sợi nhân tạo (MMF) tăng 13,2% về lượng và tăng 31% về giá trị. Đơn giá trung bình của quần áo cotton đã tăng 27% trong tháng 8 so với năm 2021, trong khi giá quần áo MMF chỉ tăng 15,7%. Nhập khẩu từ khu vực Nam Á tăng mạnh trong tháng 8 về khối lượng, phản ánh sự thay đổi nhu cầu của Hoa Kỳ sang khu vực này.

Nhập khẩu từ Sri Lanka tăng 49% về khối lượng, nhờ đồng nội tệ giảm mạnh.

Indonesia cũng đang phục hồi trên thị trường Mỹ, sau khi sụt giảm trong nhiều năm.

DỰ BÁO NHU CẦU DỆT MAY THẾ GIỚI VÀ XUẤT KHẨU DỆT MAY VIỆT NAM

Các thị trường tiêu thụ dệt may lớn như Mỹ và EU đều đang phải đối mặt với tình trạng lạm phát cao trong nhiều thập kỷ qua khiến ngân hàng trung ương các quốc gia này phải tăng lãi suất nhanh và mạnh để kiềm chế lạm phát, tăng trưởng theo đó sẽ chậm lại và nền kinh tế đứng trước rủi ro suy giảm và nặng hơn là suy thoái.

Trong bài viết dự báo kinh tế vĩ mô thế giới trong số Đặc san này chúng tôi đã trình bày nhận định của World Bank về kinh tế thế giới, theo đó tăng trưởng GDP toàn cầu năm 2022 chỉ ở mức 2,9% (chỉ bằng 50% tăng trưởng GDP toàn cầu năm 2021), đồng thời đưa ra dự báo 3 kịch bản tăng trưởng kinh tế toàn cầu, trong đó kịch bản xấu nền kinh tế toàn cầu sẽ rơi vào suy thoái trong năm 2023 với mức tăng trưởng GDP toàn cầu chỉ đạt 0,5% (tức tăng trưởng GDP toàn cầu giảm đến 90% so với tăng trưởng của năm 2021). ***Dự báo tổng cầu dệt may thế giới năm 2023 trong kịch bản cơ sở sẽ giảm về mức giữa năm 2020 và năm 2021, trước khi có sự phục hồi dần trở lại vào năm 2024.***



Với KNXK dệt may Việt Nam 9 tháng năm đạt 34,7 tỷ USD, quý 4 dự kiến mỗi tháng KNXK đạt 3,1-3,2 tỷ USD, dệt may Việt Nam dự kiến về đích năm 2022 với 44 tỷ USD kim ngạch xuất khẩu.

ĐÁNH GIÁ TRIỂN VỌNG DỆT MAY TRUNG HẠN CỦA CEO CÁC HÃNG THỜI TRANG LỚN

Mặc dù nền kinh tế thế giới đứng trước rủi ro suy thoái, nhưng kết quả phỏng vấn 34 CEO của các hãng thời trang lớn được công bố trong báo cáo Hiệp hội công nghiệp thời trang Mỹ (gọi tắt là USFIA) vào tháng 7/2022 có thấy những góc nhìn tích cực về triển vọng kinh doanh của họ và các vấn đề họ quan tâm trong trung hạn. Chúng tôi xin trích một số thông tin đáng chú ý trong báo cáo của USFIA:

Bất chấp những thách thức tài chính ngắn hạn, hầu hết các CEO được hỏi (77,4%) vẫn cảm thấy lạc quan hoặc hơi lạc quan trong 5 năm tới. Mặc dù tương đối nhiều người được hỏi cho rằng "trung lập" (tăng từ 8% lên 13%) hoặc hơi bi quan về 5 năm tới (tăng từ 8% lên 10%), nhìn chung tâm lý thị trường vẫn tốt hơn nhiều so với thời điểm bắt đầu đại dịch vào năm 2020.

Điều này phản ánh niềm tin tổng thể của các công ty thời trang vào triển vọng kinh doanh của họ vào thị trường việc làm vẫn đang duy trì tốt, gần như tất cả các CEO được hỏi (97%) dự định tăng tuyển dụng trong 5 năm tới, mức cao kỷ lục mới kể từ khi đại dịch bắt đầu.

Kế hoạch tuyển dụng của các công ty phản ánh các ưu tiên kinh doanh của họ trong 5 năm tới, dưới đây là 5 vị trí các hãng thời trang có nhu cầu tuyển dụng cao nhất trong 5 năm tới:

"Supply chain specialists – Chuyên gia về chuỗi cung ứng"

"Sourcing specialists – Chuyên gia sourcing"

"Environmental sustainability-related specialists – Chuyên gia liên quan đến phát triển bền vững môi trường"

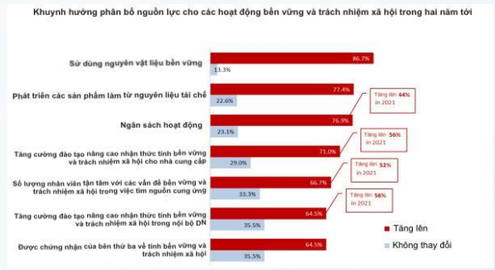
"Market analysts – Chuyên gia phân tích thị trường" và

"Trade and customs compliance specialists – Chuyên gia về tuân thủ quy định thương mại và hải quan"

Biểu đồ 1: Đánh giá của các hãng thời trang về triển vọng trong 5 năm tới



Xu hướng đầu tư nguồn lực cho việc đáp ứng các yêu cầu về phát triển bền vững



Bất chấp những bất ổn thị trường ngày càng gia tăng và nhiều thách thức kinh doanh trong năm 2022, các công ty thời trang của Mỹ vẫn cam kết thực hiện nguồn cung ứng hàng may mặc bền vững, có đạo đức và có trách nhiệm với xã hội.

Kỷ lục mới với 97% CEO được hỏi có kế hoạch phân bổ nhiều nguồn lực hơn cho tính bền vững và tuân thủ trong 2 năm tới, tăng từ 80% vào năm 2021, 70% vào năm 2020 và 63% vào năm 2019.

Trong đó khoảng 77% số CEO được hỏi có kế hoạch phân bổ thêm ngân sách hoạt động cho tính bền vững và tuân thủ, tăng đáng kể từ 44% vào năm 2021.

Khoảng 65% các hãng sẽ tăng cường phổ biến các quy định, yêu cầu về phát triển bền vững và trách nhiệm tuân thủ của các nhà cung cấp từ Tier 1, Tier 2 (quần áo, vải) và đến cả Tier 3 (sợi, chỉ, phụ kiện). ❑



Ảnh minh họa

BANGLADESH VỚI MỤC TIÊU 100 TỶ USD XUẤT KHẨU VÀO NĂM 2030

Bài: **VƯƠNG ĐỨC ANH**

Năm tài chính 2021-2022 của Bangladesh kết thúc (từ tháng 6/2021 đến tháng 6/2022) đánh dấu kết quả xuất khẩu dệt may cao kỷ lục của quốc gia này với kim ngạch xuất khẩu 42,6 tỷ USD, tăng 35% so năm ngoái. Trên đà thành công, mới đây Hiệp hội các nhà sản xuất và xuất khẩu hàng may mặc Bangladesh (BGMEA) đã đặt mục tiêu dệt may Bangladesh đạt 100 tỷ USD xuất khẩu vào năm 2030 và chỉ rõ hướng đi để ngành dệt may Bangladesh đạt được mục tiêu này.

Để đạt được mục tiêu xuất khẩu 100 tỷ USD vào năm 2030, kim ngạch xuất khẩu (KNXK) dệt may Bangladesh cần duy trì tốc độ tăng trưởng 11,2%/năm (tương đương tăng thêm khoảng 7,2 tỷ USD mỗi năm). Trước mắt đến năm 2025, ngành dệt may Bangladesh đặt mục tiêu chiếm 10% thị trường may mặc toàn cầu (tăng từ mức 7% hiện tại).

Mục tiêu đầy tham vọng được đặt ra vào thời điểm nền kinh tế toàn cầu đang đứng trước nguy cơ suy thoái do tác động của đại dịch Covid-19 và cuộc chiến Nga-Ukraine vẫn tiếp diễn chưa có hồi kết.

Ngoài ra, đến năm 2026 Bangladesh thoát khỏi danh sách quốc gia kém phát triển và sẽ không được hưởng chính sách thuế nhập khẩu ưu đãi mà các nước phát triển dành cho nhóm nước đang phát triển, trong đó có EU là thị trường xuất khẩu dệt may hàng đầu của Bangladesh (riêng Anh vẫn duy trì chính sách miễn thuế đối với dệt may Bangladesh kể cả sau khi Bangladesh trưởng thành không còn trong danh sách các quốc gia kém phát triển). Khi đó hàng dệt may Bangladesh xuất khẩu vào EU có thể sẽ phải chịu thuế nhập khẩu từ 9-12% thay vì được miễn thuế như hiện tại. Tuy vậy, ngành dệt may Bangladesh vẫn tự tin với kinh nghiệm 40 năm phát triển, lực lượng lao động có tay nghề và sự hỗ trợ từ ứng dụng công nghệ, chỉ cần Chính phủ có chiến lược và chính sách hỗ trợ liên tục trong 8 năm tới, họ vẫn tự tin đạt được mục tiêu xuất khẩu 100 tỷ USD vào năm 2030.

SẢN PHẨM KHÔNG PHẢI TỪ COTTON (NON-COTTON PRODUCT), HÀNG DỆT KỸ THUẬT (TECHNICAL TEXTILE) SẼ LÀ THỨ THAY ĐỔI CUỘC CHƠI

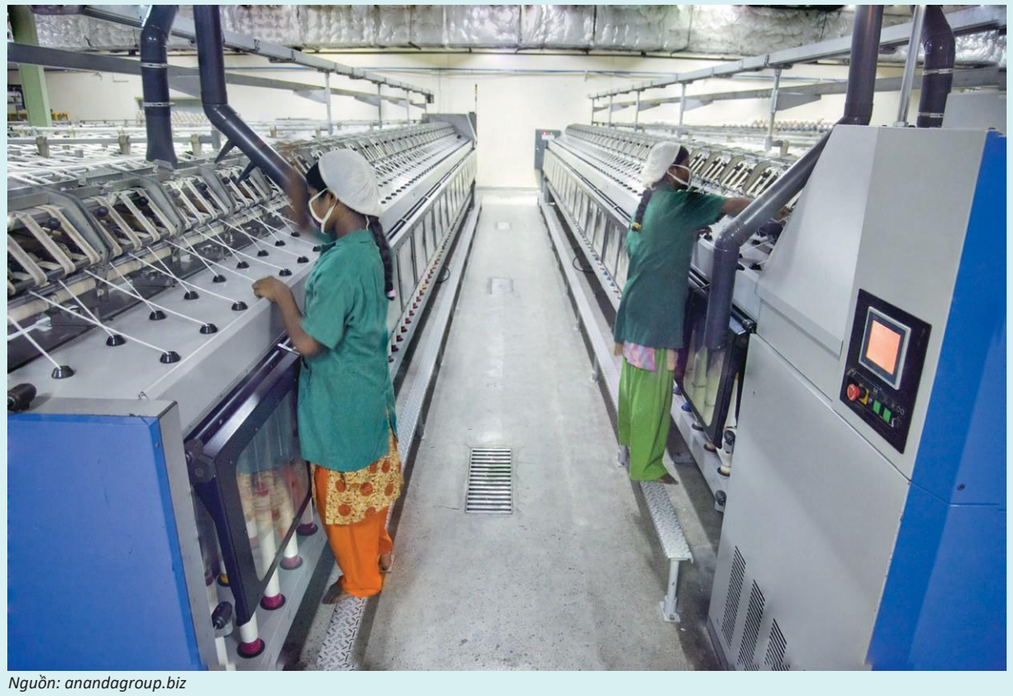
Khi các nhà xuất khẩu đặt ra tầm nhìn, Chủ tịch Hiệp hội các nhà sản xuất và xuất khẩu hàng may mặc Bangladesh – ông Faruque Hassan đã tuyên bố rằng họ có thể đạt được mục tiêu này vì họ đang đa dạng hóa sản phẩm và thị trường, tập trung vào các sản phẩm không dùng bông. Đồng thời nâng cấp máy móc và ưu tiên mở rộng quy mô và thu hút công nhân.

Ngành dệt may Bangladesh đánh giá các sản phẩm không làm từ bông sẽ là tương lai của thời trang. Để đạt được mục tiêu về kim ngạch xuất khẩu, không có giải pháp thay thế nào là thâm nhập dần vào phân khúc này. Hiện tại khoảng 75% kim ngạch xuất khẩu của Bangladesh tập trung vào các sản phẩm từ bông, nên dư địa để phát triển phân khúc sản phẩm non-cotton còn rất lớn.

Báo cáo nghiên cứu thị trường cho thấy quy mô thị trường vải không dùng bông (non-cotton fabric) toàn cầu ước tính đạt 27,51 tỷ USD vào năm 2021 và dự kiến đạt 45,85 tỷ USD vào cuối năm 2027, với tốc độ tăng trưởng kép hàng năm (CAGR) là 7,1% trong giai đoạn 2021-2027.

Trong khi đó, một báo cáo thị trường khác cho thấy quy mô thị trường vải không dùng bông sẽ đạt 44,50 tỷ USD vào năm 2028, với tốc độ CAGR là 7,11%.

Trong ngành thời trang nhanh toàn cầu, hơn 78% mặt hàng được làm từ xơ nhân tạo (gọi tắt MMF – man made fiber) và chỉ 22% từ bông.



Nguồn: anandagroup.biz

Bangladesh thì ngược lại, họ sản xuất 74% sản phẩm từ bông và chỉ 26% là từ xơ nhân tạo. Các nhà xuất khẩu đang tăng dần sản xuất các sản phẩm từ xơ nhân tạo (MMF) và tổng hợp do nhu cầu đang tăng rất nhanh. Để đạt được mục tiêu xuất khẩu 100 tỷ USD, Bangladesh sẽ dựa nhiều vào ba sản phẩm quan trọng như hàng may mặc tầm trung (mid-range garment), sản phẩm từ xơ nhân tạo và quần áo kỹ thuật bao gồm đồng phục được sử dụng bởi các chuyên gia chăm sóc sức khỏe và các chuyên gia trong các lĩnh vực dịch vụ khác. Để tăng xuất khẩu các sản phẩm không phải từ cotton, Bangladesh phải đầu tư nhiều hơn vào lĩnh vực dệt may sơ cấp để sản xuất các loại vải và sợi theo yêu cầu. Thu hút đầu tư nước ngoài và liên doanh có thể là một công cụ hiệu quả giúp tiếp thu kiến thức, kinh nghiệm trong lĩnh vực này.

CÂN BẰNG GIỮA XUẤT KHẨU HÀNG DỆT KIM VÀ HÀNG DỆT THOI

Trong năm tài chính 2021-2022, KNXK các sản phẩm may mặc đã tăng mạnh 35,5% lên 42,6 tỷ USD, trong khi năm trước chỉ đạt 31,4 tỷ USD, đóng góp gần 82% vào tổng KNXK quốc gia. Trong số 42,6 tỷ USD KNXK nói trên, các sản phẩm dệt kim đem về 23,2 tỷ USD, tăng 37% so với mức 16,9 tỷ USD của năm tài chính trước, trong khi các mặt hàng dệt thoi thu về 19,4 tỷ USD, ghi nhận mức tăng trưởng 34%. Sản phẩm dệt kim đóng góp tốt hơn nhiều so với sản phẩm dệt thoi. Để duy trì sự tăng trưởng và đạt mục tiêu xuất khẩu 100 tỷ USD, cần phải cân bằng tỷ lệ giữa các sản phẩm dệt thoi và dệt kim. *Sản phẩm dệt kim có mức đóng góp tốt do ngành có mối liên kết chuỗi mạnh mẽ và đáp ứng được 85% đến 90% nhu cầu nguyên phụ liệu từ các nguồn trong nước*. Mặt khác, *ngành dệt thoi có thể đáp ứng khoảng 50% nguyên phụ liệu từ các nguồn trong nước*, đây là một rào cản đối với tăng trưởng. Để giảm khoảng cách giữa lĩnh vực dệt thoi và dệt kim, ngành công nghiệp này



Nguồn: anandagroup.biz

phải đầu tư mới để nâng cao năng lực cung cấp nguyên liệu thô từ các nhà máy địa phương.

HỖ TRỢ BẰNG TIỀN LÀ THỨ CẦN PHẢI CÓ

Hiệp hội các nhà sản xuất và xuất khẩu hàng may mặc Bangladesh (BGMEA) đã gửi thư tới Bộ Thương mại, yêu cầu chính sách ưu đãi 10% tiền mặt đối với việc xuất khẩu các mặt hàng may mặc không phải bông, hoặc ưu đãi tiền mặt ít nhất 5% đối với xuất khẩu kèm ưu đãi miễn thuế đối với việc nhập khẩu nguyên liệu thô để sản xuất các mặt hàng non-cotton này. Đồng thời, Hiệp hội cũng đề nghị Chính phủ phải tiếp tục các biện pháp hỗ trợ tiền mặt hiện có đối với xuất khẩu hàng may mặc.

Để đạt được mục tiêu xuất khẩu 100 tỷ USD
Dệt may Bangladesh phải kiếm được thêm 7,2 tỷ USD mỗi năm với mức tăng trưởng kim ngạch xuất khẩu hàng năm 11,2% đến năm 2030



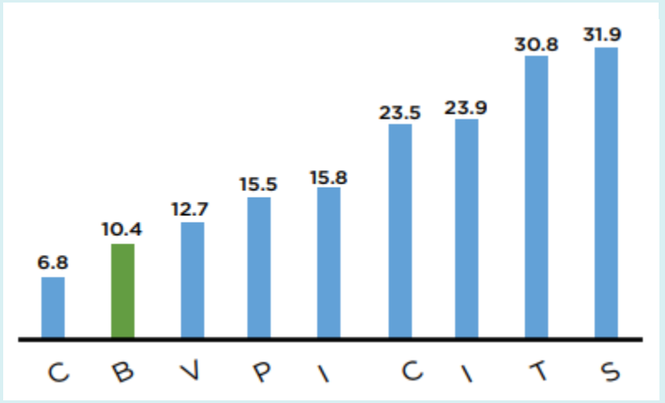
VIỆC THĂM DÒ THỊ TRƯỜNG MỚI RẤT QUAN TRỌNG

EU và Mỹ chiếm 71% kim ngạch xuất khẩu hàng may mặc của Bangladesh. Và cuộc khủng hoảng ở các thị trường này đe dọa đến tăng trưởng xuất khẩu của quốc gia này. Xuất khẩu sang các thị trường phi truyền thống hoặc thị trường mới chỉ chiếm gần 15%. Trong số các thị trường phi truyền thống, duy nhất xuất khẩu sang Nhật Bản đạt mốc tỷ USD, trong khi xuất khẩu đi Ấn Độ và Úc mới gần đạt ngưỡng tỷ USD, lần lượt ở mức 715 triệu USD và 812 triệu USD trong năm tài chính vừa qua. Hiệp hội DM Bangladesh đánh giá các thị trường tiềm năng với dệt may Bangladesh sẽ là Nhật Bản, Úc, Nga, Ấn Độ, Brazil và Malaysia. Thị trường Nam Á cũng có cơ hội phát triển vì vị trí địa lý gần, văn hóa và kiểu quần áo giống nhau. Không chỉ vậy, Bangladesh còn được hưởng các ưu đãi miễn thuế. Ngoài các thị trường này, Bangladesh cũng định hướng tập trung vào thị trường Trung Đông. So với quy mô thị trường trị giá 10 tỷ USD ở các nước vùng Vịnh, xuất khẩu của Bangladesh sang khu vực này mới chỉ đạt khoảng 367 triệu USD. Vì vậy, việc thâm nhập thị trường xuất khẩu của Các Tiểu vương quốc Ả Rập Thống nhất (UAE), Ả Rập Xê-út, Qatar, Oman, Kuwait và Bahrain sẽ là một lựa chọn tốt cho Bangladesh để mở rộng giá trị và khối lượng xuất khẩu.

CẦN CẢI THIỆN NĂNG LỰC VÀ NĂNG SUẤT

Năng lực và năng suất hiện có không đủ để đạt được mục tiêu xuất khẩu 100 tỷ USD vào năm 2030. So với các đối thủ cạnh tranh, hiện nay Bangladesh có năng suất thấp hơn 30-40% so với các đối thủ cạnh tranh

Hình trên cho thấy năng suất theo năm của người lao động giữa các quốc gia cạnh tranh xuất khẩu dệt may, năng suất của mỗi công nhân của Bangladesh một năm ở mức 10.400 USD trong khi năng suất của mỗi công nhân của Trung Quốc



Ghi chú: C: Campuchia, B: Bangladesh, V: Việt Nam, P: Pakistan, I: Ấn Độ, C: Trung Quốc, I: Indonesia, T: Thổ Nhĩ Kỳ, S: Sri Lanka

Nguồn: Tạp chí Dệt May Textile Today

một năm là 23.500 USD, cao nhất là Sri Lanka ở mức 31.900 USD.

Để duy trì khả năng cạnh tranh trên thị trường xuất khẩu toàn cầu, không có cách nào ngoài tăng năng suất. Các nhà sản xuất phải giữ chân công nhân lành nghề bằng cách cung cấp chế độ hưu trí và các lợi ích khác. Ngoài ra, tự động hóa và nâng cấp công nghệ là rất quan trọng để nâng cao năng suất. Công nhân cần được đào tạo để có khả năng vận hành công nghệ thay vì làm thủ công như trước đây.

NGHIÊN CỨU PHÁT TRIỂN (R&D) LÀ ĐIỀU PHẢI CÓ

Ngành công nghiệp thời trang

nhanh thay đổi mô hình mỗi ngày. Thị hiếu của người tiêu dùng cũng thay đổi nhanh chóng. Vì vậy, những người làm trong lĩnh vực này phải có một đội ngũ chuyên trách để đối phó với xu hướng ưa thích mới và giữ chân người mua toàn cầu. Các ngành công nghiệp và giới học thuật có thể chung tay nghiên cứu và đổi mới về lĩnh vực thời trang, may mặc, nâng ngành lên một tầm cao mới.

NGƯỜI MUA CÓ VAI TRÒ QUAN TRỌNG

Các thương hiệu toàn cầu, nhà bán lẻ và người mua cũng có vai trò quan trọng giúp Bangladesh đạt mục tiêu 100 tỷ USD. Kỳ vọng người mua sẽ chủ động tăng giá mua sản phẩm để điều chỉnh giá nguyên liệu đầu vào tăng cao. Ngược lại, các nhà xuất khẩu phải đảm bảo vận chuyển hàng hóa kịp thời và đảm bảo chất lượng sản phẩm để giữ được lòng tin của người mua.

XÂY DỰNG THƯƠNG HIỆU BANGLADESH

Bangladesh có nhiều câu chuyện như tiêu chuẩn an toàn, nhà máy xanh, vận hành tốt để kể cho người mua và người tiêu dùng toàn cầu. Bangladesh chú trọng quảng bá những điểm sáng trên cho những khách hàng hiện có và khách hàng mới để giành thêm thị phần trên thị trường xuất khẩu và có được nhiều đơn đặt hàng hơn. Theo dữ liệu của BGMEA, có 165 nhà máy xanh trong lĩnh vực làm hàng may mặc đã được chứng nhận bởi Hội đồng Công trình Xanh Hoa Kỳ (USGBC). Lĩnh vực hàng may mặc của Bangladesh dẫn đầu về sản xuất xanh với 50 nhà máy thuộc loại bạch kim, 101 loại vàng, 10 loại bạc và 4 nhà máy khác được chứng nhận LEED. Cũng như Việt Nam, Bangladesh cũng có cơ hội trước xu hướng đa dạng hoá nhà cung cấp China+1 của các nhà mua hàng, thoát dần khỏi sự phụ thuộc vào Trung Quốc. Ngoài ra, cuộc khủng hoảng chính trị ở Sri Lanka, Myanmar cũng là cơ hội cho dệt may Bangladesh. ❑



Ý KIẾN CHUYÊN GIA

P.V (Tổng hợp)

Thủ tướng Chính phủ Phạm Minh Chính:

Việt Nam kiên định mục tiêu kiểm soát lạm phát, ổn định kinh tế vĩ mô, thúc đẩy tăng trưởng và bảo đảm các cân đối lớn của nền kinh tế; thực hiện chính sách tiền tệ thận trọng, chắc chắn, bảo đảm tính chủ động, linh hoạt, hiệu quả; phối hợp đồng bộ, chặt chẽ, hài hòa với điều hành chính sách tài khóa mở rộng hợp lý, có trọng tâm, trọng điểm và các chính sách khác; triển khai chương trình phục hồi và phát triển với quy mô tương đương 4% GDP; phát triển các thị trường bất động sản, thị trường vốn, thị trường lao động, thị trường khoa học công nghệ...

Thứ trưởng Bộ Công Thương Đỗ Thắng Hải:

Về tốc độ tăng trưởng giá trị thương hiệu quốc gia, Việt Nam tiếp tục được đánh giá là điểm sáng trong bức tranh xây dựng, phát triển thương hiệu quốc gia và là thương hiệu quốc gia có tốc độ tăng trưởng giá trị nhanh nhất thế giới giai đoạn 2019-2022 (74%). Trong đó, năm 2019, giá trị thương hiệu quốc gia Việt Nam mới chỉ được Brand Finance định giá là 247 tỷ USD, năm 2020 là 319 tỷ USD tăng 29,1% so với năm 2019; năm 2021 là 388 tỷ USD tăng 21,6% so với năm 2020; thì năm 2022 đã là 431 tỷ USD tăng 11,1% so với năm 2021.

Thứ trưởng Bộ Kế hoạch và Đầu tư Trần Quốc Phương:

Các chuyên gia cho rằng, nếu các nước kiểm soát lạm phát cao với cường độ mạnh của các nền kinh tế lớn thì dễ dẫn tới sự suy thoái. Để khắc phục tình trạng lạm phát cao và kéo theo suy thoái thì thời gian không hề ngắn. Nền kinh tế của chúng ta quy mô lớn, nhưng độ mở rất lớn nên tác động của lạm phát toàn cầu là có. Ngoài ra, chúng ta còn phải cảnh giác với những yếu tố khách quan như thiên tai, dịch bệnh. Bộ Kế hoạch và Đầu tư tham mưu và kiến nghị với Chính phủ được lựa chọn kịch bản tăng trưởng năm 2023 là khoảng 6,5%.

Trưởng đoàn giám sát của Quỹ Tiền tệ quốc tế về kinh tế vĩ mô và tài chính, tiền tệ của các nước hội viên Era Dabla-Norris:

IMF dự báo tăng trưởng GDP của Việt Nam năm 2022 sẽ khoảng 7%-7,5%; lạm phát trung bình thấp hơn so với mục tiêu 4% và thấp so với các nước trên thế giới và khu vực; các hoạt động sản xuất kinh doanh đang phục hồi mạnh mẽ và rộng khắp

Tùy viên Nông nghiệp cao cấp, Tổng Lãnh sự quán Mỹ tại Tp. Hồ Chí Minh Benjamin Petlock:

Việt Nam là điểm đến quan trọng của các mặt hàng nông sản Mỹ nói chung và bông Mỹ nói riêng, nên Mỹ luôn mong muốn thúc đẩy hợp tác thương mại song phương giữa hai bên, cũng như trong cộng đồng doanh nghiệp. Đặc biệt, sự tin tưởng của đơn vị sản xuất dệt may Việt Nam vào nguồn cung và nhà cung cấp bông Mỹ đã tạo động lực cho bông Mỹ ngày càng tăng cường đa dạng giải pháp minh bạch thông tin, đồng hành cùng ngành dệt may và doanh nghiệp Việt Nam.

Chủ tịch Hiệp hội Bông Mỹ Carlos Garcia:

Việt Nam là một trong những thị trường nhập khẩu bông Mỹ lớn thứ 2 trên thế giới và cũng được xác định là thị trường quan trọng của nguồn nguyên liệu này. Năm nay, Ngày hội Cotton Day VietNam trở lại với hình thức trực tiếp có sự tham gia của nhiều chuyên gia, nhà cung cấp, đơn vị sản xuất nguyên liệu bông đến từ Mỹ nhằm cập nhật thông tin, chia sẻ xu hướng thị trường và thúc đẩy những cơ hội hợp tác trong ngành dệt may Việt Nam và bông Mỹ

Nguyên quyền Chủ tịch Ủy ban Giám sát Tài chính Quốc gia Việt Nam TS.Trương Văn Phước:

Việt Nam phải giữ cho bằng được ổn định tỷ giá. Đây là một phòng tuyến, nếu vỡ phòng tuyến này thì lạm phát sẽ tràn vào. Thời gian vừa qua, Ngân hàng Nhà nước đã làm tốt việc này, giữ tỷ giá trung tâm khoảng 0,6 và cho thị trường dao động trong biên độ cộng trừ 3%. Như vậy là sự lan truyền của lạm phát và Việt Nam sẽ bị ngưng lại bởi phòng tuyến tỷ giá, nếu vỡ phòng tuyến này thì tỷ giá vô cùng khó khăn.

Chuyên gia kinh tế, TS. Trần Du Lịch:

Từ nay cuối năm, về tín dụng còn khoảng 4%, phải bơm vào được những nơi cần bơm, như Nghị quyết 43 và Nghị quyết 11 của Chính phủ đã nêu. Những ưu tiên, gọi là dòng tín dụng đặc biệt, vào những lĩnh vực lan tỏa nhanh, phục hồi được, trong đó có gói (hỗ trợ lãi suất) 2%, phải bơm đúng và tác dụng nhanh.

Đánh giá tác động của kinh tế tuần hoàn với kinh doanh dịch vụ hàng tiêu dùng

KỊCH BẢN NÀO TỐI ƯU?

Rất nhiều doanh nghiệp, tổ chức, quốc gia đưa ra những khuyến cáo về việc chuyển đổi nền kinh tế tuyến tính sang nền kinh tế tuần hoàn (KTTH) mang lại tính bền vững cho hệ thống kinh tế và nhiều lợi ích về môi trường, xã hội. Nhưng tại sao các dự án triển khai KTTH vẫn chưa phổ biến? Một trong những lý do là các kịch bản KTTH có thể gặp nhiều thách thức từ góc độ kinh tế, để thúc đẩy quá trình chuyển đổi này cần có các phương pháp đánh giá tác động kinh tế, xã hội và môi trường cho mỗi kịch bản.



Bài: **NGUYỄN THANH NGÂN**

Nội dung của bài viết này mô tả một khuôn khổ (khung) đơn giản nhằm đánh giá tác động của các kịch bản KTTH ứng dụng chuyên biệt cho các loại hàng tiêu dùng có thời gian sử dụng lâu bền (durable goods). Đối tượng cụ thể của nghiên cứu này là "sử dụng máy giặt trong hộ gia đình" thông qua dịch vụ của một công ty với 4 kịch bản KTTH khác nhau, từ đó thấy được việc áp dụng khung đánh giá sẽ góp phần giảm thiểu những yếu tố gây trở ngại cho quá trình chuyển đổi sang KTTH.

4 ĐÒN BẨY CHO KỊCH BẢN KTTH

Doanh nghiệp muốn thực hiện một kịch bản KTTH *có thể áp dụng 4 đòn bẩy* chính: *Thiết kế sản phẩm tuần hoàn:* Là hình thức thiết kế sản phẩm tuần hoàn ngay từ trong tư duy để sau này có thể tái sử dụng, tân trang, tái sản xuất và tái chế sản phẩm từ đó có thể kéo dài thời gian sử dụng sản phẩm, giảm sử dụng tài nguyên, dần khép kín các vòng sản xuất.

Các mô hình kinh doanh dịch vụ: Với mô hình này, sản phẩm được thiết kế vì mục tiêu độ bền, công năng sử dụng và tuần hoàn nhằm hướng khách hàng chuyển từ hình thức sở hữu sang mô hình thanh toán dựa trên hiệu suất, khai thác các tiện ích của sản phẩm. Từ đó chuyển đổi từ mô hình kinh doanh định hướng bán hàng sang mô hình định hướng chức năng (hoặc giải pháp) và sự chuyển đổi này cần phải thiết kế lại Hệ thống Sản phẩm-Dịch vụ (PSS). PSS thường là các gói sản phẩm và dịch vụ tích hợp nhằm mục đích tạo ra giá trị và tiện ích cho khách hàng. Có 3 loại PSS chính: 1) *PSS định hướng sản phẩm:* mô hình kinh doanh vẫn chủ yếu hướng đến việc bán sản phẩm tuy nhiên sẽ bổ sung thêm một số dịch vụ như bảo trì; 2) *PSS định hướng sử dụng:* nhà cung cấp dịch vụ giữ quyền sở hữu sản phẩm và cung cấp sản phẩm thông qua hình thức cho thuê, trả cho mỗi lần sử dụng và chia sẻ dịch vụ; 3) *PSS định hướng kết quả:* khách hàng và nhà cung cấp đồng ý về nguyên tắc về một kết quả, không liên quan đến sản phẩm được xác định trước. Dịch vụ ăn uống hoặc hợp đồng trả theo kết quả là ví dụ khả thi về loại PSS thứ ba này. Mô hình kinh doanh dựa trên *PSS định hướng kết quả* là loại hiệu quả nhất để chuyển sang KTTH vì chúng thay đổi động cơ từ tối đa hóa doanh số bán sản phẩm sang tăng cường sử dụng sản phẩm.

Quản lý chuỗi cung ứng và logistic ngược: Mô hình kinh doanh tuần hoàn yêu cầu người mua sản phẩm trả lại chúng cho nhà sản xuất khi không còn sử dụng để tái sử dụng, tân trang, tái sản xuất và tái chế. Khi người dùng không còn muốn sở hữu sản phẩm, người ta cần đến dịch vụ logistics ngược. Chuỗi cung ứng ngược cấu trúc vòng mở được hiểu là cách sử dụng các nguyên vật liệu thu thập ở trên để sản xuất ra các sản phẩm khác với sản phẩm ban đầu, còn chuỗi cung ứng ngược cấu trúc vòng khép kín sẽ tạo ra sản phẩm mới nhưng có cùng chức năng với sản phẩm ban đầu. Nói chung, tái chế hoạt động theo cấu trúc vòng mở, trong khi các hoạt động tái sử dụng, tái sản xuất và tân trang lại hoạt động theo cấu trúc vòng khép kín.

Việc quản lý chuỗi cung ứng và logistic ngược này được thực hiện theo 3 quy trình: (1) thu gom, mua lại sản phẩm không còn sử dụng; (2) cải tạo, sửa chữa, tái sản xuất, tái chế chúng; (3) đưa sản phẩm sau cải tạo, tái chế quay trở lại thị trường.

Ứng dụng các công nghệ cao, số hóa vào việc thúc đẩy quá trình chuyển đổi sang KTTH. Với các sản phẩm được gắn RFID và kết nối IoT hay có thể hiểu là những sản phẩm thông minh được kết nối sẽ cho phép nhà sản xuất, người tiêu dùng, nhà cung ứng nắm được thông tin về sản phẩm một cách đầy đủ, truy xuất được nguồn gốc sản phẩm, đóng góp vào việc thu thập sản phẩm khi chúng không còn được sử dụng, quản lý được nguồn chất thải, khép kín được vòng lặp thông qua tái sử dụng, tái chế và tái sản xuất...

ĐÁNH GIÁ TÁC ĐỘNG CỦA CÁC KỊCH BẢN KTTH

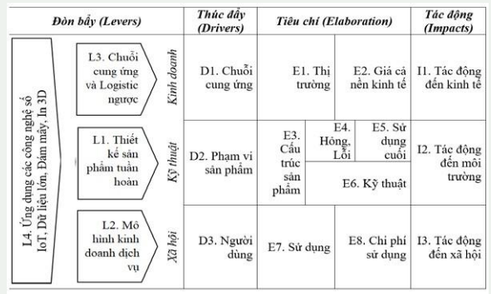
Quá trình chuyển đổi hướng tới KTTH có thể được đánh giá ở ba cấp độ: vi mô (cấp doanh nghiệp hoặc sản phẩm), trung bình (cụm hoặc các khu công nghiệp) và vĩ mô (cấp khu vực hoặc quốc gia).

Ở cấp độ vi mô, sản phẩm lựa chọn để áp dụng thí điểm mô hình KTTH là máy giặt và cung cấp dịch vụ giặt. Theo kết quả khảo sát năm 2015, thị trường EU tiêu thụ 14-15 triệu máy giặt/năm, tạo doanh thu khoảng 6 tỷ Euro/năm. Máy giặt được xếp vào danh mục hàng tiêu dùng lâu bền, tiêu thụ nhiều tài nguyên như điện, nước, chất tẩy rửa khi sử dụng. Mặc dù có tuổi thọ trung bình khoảng 12,5 năm nhưng tuổi này có thể thay đổi tùy thuộc vào chu kỳ giặt, ví dụ một máy giặt trung bình có tuổi thọ trung bình khoảng 2000 chu kỳ giặt nhưng đối với máy giặt cao cấp thì con số là có thể là 10.000. Tiêu thụ năng lượng của từng loại máy giặt cũng đã được các nhà sản xuất tối ưu tuy nhiên mỗi hộ gia đình ở EU vẫn dành khoảng 10% mức tiêu thụ năng lượng cho việc giặt giũ. Việc sản xuất ra máy giặt cũng tiêu tốn từ 70-100 kg từ hơn 20 loại vật liệu khác nhau như thép, nhựa, nhôm, thủy tinh, PP,...

Đối với máy giặt, giai đoạn sử dụng quyết định phần lớn các tác động đến môi trường và khoảng 60% tổng chi phí sở hữu. Các đặc điểm như chi phí mua máy giặt khá cao, công nghệ sử dụng tiên tiến, không đòi hỏi bảo trì và sửa chữa thường xuyên,... là những điểm rất phù hợp cho việc chuyển đổi mô hình kinh doanh từ định hướng bán hàng sang định hướng chức năng, tạo nên sản phẩm phù hợp với PSS.

Để đánh giá tác động của các kịch bản KTTH, một khung phân tích đơn giản đã được xây dựng dựa trên những nền tảng thông tin đã được cung cấp ở trên. Khung gồm 18 mô-đun, chia thành 4 nhóm: Đòn bẩy (Levers), Thúc đẩy (Drivers), Tiêu chí/khía cạnh (Elaboration) và Tác động (Impacts), mỗi mô-đun là một khối, bao gồm một hoặc nhiều phần tử và có thể được sử dụng (hoặc không) để thực hiện đánh giá.

Hình 1 – Khung phân tích



Mỗi mô-đun là một tập hợp các yếu tố đặc trưng cho các đối tượng và mối quan hệ có liên quan được xem xét để đánh giá một kịch bản KTTH. Bảng dưới đây cung cấp danh sách các yếu tố cho từng mô-đun.

Bảng 1 - Các yếu tố trong khung phân tích

Mã số	Nhóm	Tên mô-đun	Mục đích	Một số yếu tố đặc trưng
L1	Đòn bẩy (Levers)	Thiết kế sản phẩm tuần hoàn	Xác định và chọn đòn bẩy 'Thiết kế sản phẩm tuần hoàn' phù hợp với kịch bản KTTH được xem xét	- Thiết kế cho độ tin cậy - Thiết kế bền - Thiết kế cho khả năng phục vụ - Thiết kế để tiêu chuẩn hóa - Thiết kế để tháo rời - ....
L2	Đòn bẩy (Levers)	Mô hình kinh doanh phục vụ	Xác định và chọn đòn bẩy "Mô hình kinh doanh dịch vụ" phù hợp với kịch bản KTTH được xem xét	- Hợp đồng dịch vụ đầy đủ - Trả chi phí cho mỗi lần sử dụng - Cho thuê - Chia sẻ - Trả chi phí cho mỗi kết quả - ....
L3	Đòn bẩy (Levers)	Quản lý chuỗi cung ứng và Logistic ngược	Xác định và chọn đòn bẩy "Quản lý chuỗi cung ứng và Logistic ngược" phù hợp với kịch bản KTTH được xem xét	- Tái sử dụng - Cải tạo/Sửa chữa/Nâng cấp - Tái sản xuất - Tái chế - ....

xây dựng văn hóa doanh nghiệp.

"Tiếp đất" không chỉ đơn thuần là giúp bạn giải tỏa căng thẳng trong cuộc sống, nâng cao hiệu quả công