Dệt may và THỜI TRANG Việt Nam

ĐẶC SAN CỦA TẬP ĐOÀN DỆT MAY VIỆT NAM - VINATEX

VITGF

THÁNG 12/2023





TỔNG CÔNG TY MAY HƯNG YÊN - CÔNG TY CỔ PHẦN







Thành lập từ năm 1966 với tổng diện tích 28.155m^2. Với hơn 2.300 công nhân lành nghề tại Tổng Công ty và hơn 10.000 công nhân tại các công ty liên doanh. Sản phẩm của Tổng Công ty đã được xuất khẩu sang thị trường Mỹ, EU, Nhật... với những dây chuyền máy móc thiết bị hiện đại, Tổng Công ty đã sản xuất và xuất khẩu nhiều chủng loại, sản phẩm có chất lượng cao như jacket, sơ mi, quần, áo thun, váy, áo vest nữ và các sản phẩm truyền thống khác.

Công ty đã được chứng nhận hệ thống quản lý chất lượng theo tiêu chuẩn ISO 9001-2008, OHSAS, ISO 14001:2004, SA8000:2001.

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

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







Dệt may và 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, Thành viên HĐQT
Tổng Giám đốc Vinatex
ĐẶNG VŨ HÙNG
Thành viên HĐQT Vinatex
PHẠM VĂN TÂN
UVBTV Đảng ủy, Phó Tổng Giám đốc
Trưởng Ban Tuyên giáo

PHỤ TRÁCH BIÊN TẬP
VƯƠNG ĐỨC ANH
Chánh Văn phòng HĐQT

THƯ KÝ BIÊN TẬP
NGUYỄN KIỀU GIANG

THIẾT KẾ MỸ THUẬT
LÊ NGỌC SĨ

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 55/GP - XBĐS do Cục Báo chí, Bộ Thông tin & Truyền thông cấp ngày 06/4/2023

THƯ NGỎ

Bạn đọc thân mến!

Mới đây, các tổ chức quốc tế, định chế tài chính lớn đưa ra nhiều dự báo trái chiều về triển vọng kinh tế thế giới, các nước lớn trong năm 2024, cho thấy tình hình thế giới, khu vực thời gian tới dự báo có chuyển biến, nhưng tiếp tục diễn biến khó lường, tiềm ẩn nhiều rủi ro. Nền kinh tế nước ta tiếp tục chịu "tác động kép" từ yếu tố bất lợi bên ngoài và những hạn chế, bất cập nội tại nhiều năm. Nhìn chung, bối cảnh, tình hình thời gian tới có thời cơ, thuận lợi và khó khăn, thách thức đan xen, nhưng khó khăn, thách thức nhiều hơn…

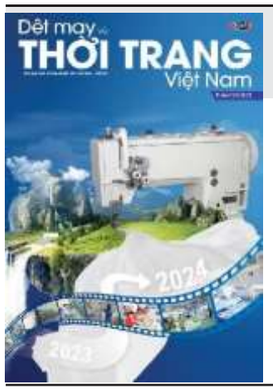
Thực tế này đòi hỏi doanh nghiệp phải tiếp tục tìm mọi cách để xoay chuyển hoạt động sản xuất kinh doanh, nỗ lực về đích năm 2023 với những tổn thất tối thiểu, giữ chân được người lao động và có những động thái tích cực trong chăm lo Tết cho người lao động.

Văn hóa doanh nghiệp Vinatex tiếp tục là mạch nguồn để mỗi doanh nghiệp, cán bộ nhân viên, người lao động tự hào thành quả tập thể, sẻ chia những rủi ro, thách thức, đoàn kết phát huy sức mạnh nội lực, đón bắt cơ hội quay trở lại trong năm 2024.

Dệt May và Thời trang Việt Nam sẽ tiếp tục lan tỏa mạch nguồn văn hóa ấy qua các thông tin hữu ích đến với bạn đọc trong và ngoài ngành.

Trân trọng cảm ơn!

BAN BIÊN TẬP





MỤC LỤC

· GÓC NHÌN

6 Trụ cột văn hóa Vinatex - định vị thương hiệu
10 Những điểm nhấn kinh tế thế giới và Việt Nam năm 2023- Triển vọng năm 2024
16 Ký ức với dệt may của vị bộ trưởng
20 Vinatex vững bước tăng trưởng
26 Ra sách mới về dệt may: Cẩm nang cho nhà quản lý
30 Nhìn lại ngành dệt may năm 2023: Vượt qua cơn bão
34 Cơ hội nào cho dệt may Việt Nam trong năm 2024?
36 Triển lãm ITMA ASIA + CITME 2022: Hành trình chuyển đổi số theo hướng phát triển hệ thống sản xuất hiện đại
40 Ý kiến chuyên gia
42 Phát triển đội ngũ cán bộ quản lý – Nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp

· DỆT MAY

46 Ổn định lao động là "thành công" của doanh nghiệp dệt may
50 Thay sức người bằng sức máy
54 Số hóa để chuyển đổi sang kinh tế tuần hoàn
58 May mặc 4.0: Lợi ích và thách thức

· TIN TỨC & SỰ KIỆN

64 Bản tin Vinatex
66 Bản tin Công đoàn

· THỜI TRANG - CUỘC SỐNG

68 Đông ấm theo xu hướng thời trang bền vững
70 Tái thiết các di sản công nghiệp bị "ngủ quên"
72 Truyện ngắn: Tri kỷ ơi, anh ở đâu ?
70 Trao quyền: phong cách lãnh đạo hiệu quả

GÓC NHÌN

TRỤ CỘT VĂN HÓA VINATEX

ĐỊNH VỊ THƯƠNG HIỆU



Ông Lê Tiến Trường
Chủ tịch HĐQT Vinatex

Bài: KIỀU GIANG - THANH THÚY



Một doanh nghiệp có nền tảng văn hoá mạnh, phù hợp với chiến lược dài hạn sẽ giúp cho người lao động cảm thấy tự hào, gắn bó và hạnh phúc mỗi ngày khi cống hiến. Ông Lê Tiến Trường - Bí thư Đảng ủy, Chủ tịch HĐQT Tập đoàn Dệt May Việt Nam (Vinatex) đã nhấn mạnh tầm quan trọng và giá trị của văn hóa doanh nghiệp đang được toàn Tập đoàn chú trọng, duy trì góp phần xây dựng Vinatex sớm trở thành một điểm đến cung ứng giải pháp thời trang xanh trọn gói.



PV: Vinatex lựa chọn 6 trụ cột chính để xây dựng văn hoá của mình gắn với điều kiện sản xuất kinh doanh, đó là hiểu việc mình làm, giỏi việc mình làm, yêu việc mình làm, tự hào vì thành quả tập thể, không đổ lỗi và học tập, cải tiến liên tục. Xin ông chia sẻ rõ hơn về 6 trụ cột này?

Ông Lê Tiến Trường: Trước hết, Vinatex có đặc điểm là một doanh nghiệp sử dụng rất đông lao động với bình diện văn hóa khác nhau, trình độ văn hóa khác nhau, đến từ nhiều vùng miền trên cả nước. Chính vì thế, khi xây dựng văn hóa của Vinatex phải làm sao có độ bao phủ để tất cả các vùng miền, độ tuổi, trình độ văn hoá đều có thể tiếp nhận các giá trị như một nét văn hóa chung. Đặc điểm thứ hai, công việc lao động sản xuất dệt may khá vất vả và cũng không phải là nghề hấp dẫn để thu hút được người lao động như các nghề đang có xu hướng phát triển hiện nay.

Chính vì thế, Vinatex đặt 3 nét văn hóa đầu tiên phải gắn liền với các cá nhân ở trong doanh nghiệp. Trước hết phải hiểu nghề, yêu nghề và giỏi nghề. Đây là ba nét khía cạnh văn hóa mà thuộc về cá nhân trong một tập thể lớn là Tập đoàn Dệt May Việt Nam. Với 3 mục tiêu đó, chúng tôi mong muốn xây dựng được đội ngũ cán bộ, công nhân viên của Tậpđoàn gắn bó một cách lâu dài với doanh nghiệp dệt may trong điều kiện thị trường cạnh tranh rất khốc liệt, nhiều biến động.

Tiếp đó, chúng tôi xây dựng thêm 3 khía cạnh văn hóa mang tính chất tập thể, trước hết là văn hóa mang tính chất căn bản, đó là văn hóa không đổ lỗi. Xuất phát từ thực tiễn Vinatex có số lượng lao động đông đảo, doanh nghiệp trong hệ thống chủ yếu làm xuất khẩu sản phẩm dệt may nên thường xuyên phải trao đổi, xử lý công việc trực tiếp với các khách hàng nước ngoài. Theo đó, bất cứ một sai sót nào ở trong tổ chức cũng có thể xảy ra tình huống khiếu nại của khách hàng. Thậm chí có thể phát triển thành những vấn đề lớn cần phải giải quyết. Cho nên, trước hết phải giải quyết nhanh khiếu nại của khách hàng. Như vậy, rất cần một văn hóa ở bên trong, đó là văn hóa không đổ lỗi để tập trung vào xử lý những điều khách hàng chưa thỏa mãn trước rồi bắt tay vào sửa lỗi, điều chỉnh lại cách làm cho chấtlượng, chuẩn mực hơn. Vănhóa không đổlỗi được đánh giá là một nét văn hóa quan trọng và thực sự là thách thức để xây dựng nó trong điều kiện Vinatex có lực lượng người lao động đông, trình độ không cao, thường có xu thế lo sợ trách nhiệm khi phát sinh lỗi trong quá trình làm việc. Vì thế, khi xây dựng nét văn hóa này sẽ giúp cho tổ chức cùng hướng đến tinh thần đoàn kết, tập trung vào chất lượng sản phẩm, phục vụ, thỏa mãn yêu cầu của khách hàng.

Nét văn hóa tiếp theo của Vinatex là cạnh tranh và tự hào thành quả tập thể. Bất cứ sản phẩm nào của dệt may cũng là một sản phẩm tập thể. Tất cả các khâu, ngay trong dây chuyền may mặc của những người công nhân cũng là sự kết hợp từ 30 đến 35 người mới tạo ra một sản phẩm. Chính vì thế họ phải tự hào sản phẩm chung và chấp nhận cạnh tranh chung, năng suất chung như một yếu tố để hình thành về năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp.

Nét văn hóa thứ 6 chung cho toàn Tập đoàn Dệt May Việt Nam là đổi mới liên tục. Do yêu cầu của thị trường, khách hàng, chính sách mới của các quốc gia về việc sử dụng hàng hóa khiến người làm ở lĩnh vực dệt may luôn luôn ở trong tâm thế phải có văn hóa đổi mới liên tục. Chỉ khi sáng tạo, cạnh tranh thì mới có thể tồn tại. Đó là những nét, điều kiện riêng của ngành dệt may, thúc đẩy chúng tôi suy nghĩ cần xây dựng nên 6 khía cạnh văn hóa Vinatex.

Ngoài 6 khía cạnh trụ cột văn hóa của Tập đoàn, tại Công ty mẹ còn phát triển thêm 2 giá trị văn hóa nữa là chấp nhận rủi ro có cân nhắc và đổi mới sáng tạo, tại sao phải bổ sung thêm 2 nét văn hóa này, thưa ông?

Trong quá trình xây dựng các nét văn hóa của Tập đoàn, Vinatex có chủ trương xây dựng 6 khía cạnh văn hóa cấp Tập đoàn là phổ quát, dùng cho tất cả các đơn vị thành viên của Tập đoàn Dệt May Việt Nam. Nhưng ở mỗi doanh nghiệp, đơn vị trong nét đặc trưng hoạt động sản xuất kinh doanh của mình có thể bổ sung thêm các khía cạnh văn hóa đặc thù. Riêng đối với Công ty mẹ, chúng tôi đặt ra 2 khía cạnh văn hóa là chấp nhận rủi ro có cân nhắc và đổi mới sáng tạo.

Thực tế, các doanh nghiệp thuộc Tập đoàn Dệt May Việt Nam là các doanh nghiệp sản xuất. Họ tương đối



ổn định về công nghệ, sản phẩm, tuy nhiên lại thiếu nghiên cứu phát triển và đổi mới chuyên sâu. Những nhiệm vụ định hướng phát triển của Tập đoàn, Công ty mẹ phải là đơn vị đảm nhiệm chính. Vì thế, tại Công ty mẹ rất cần 2 nét khía cạnh quan trọng, thứ nhất là đổi mới sáng tạo, tìm ra con đường đi mới, xác định những nguy cơ, những thách thức không phải của năm tới mà của trung hạn 5 năm, 10 năm. Ví dụ như chúng tôi đã xác định khá sớm các yêu cầu về môi trường, sản xuất xanh, gia tăng năng suất và các yêucầu trách nhiệmxã hội… Những nghiên cứu như thế, Công ty mẹ phải đưa ra lộ trình, hướng đi để định hướng cho doanh nghiệp thành viên của mình có sự chuẩn bị kịp thời.

Tuy là những thách thức của 5 năm 10 năm nhưng nó sẽ đến rất nhanh. Công ty mẹ có trách nhiệm quan trọng trong phát hiện, nghiên cứu và định hướng hoạt động sản xuất kinh doanh một cách phù hợp với từng giai đoạn. Chính vì thế, đổi mới sáng tạo ở Công ty mẹ có thể coi là một nét văn hóa trọng yếu.

Công ty mẹ là một nhà đầu tư chuyên nghiệp vào rất nhiều các công ty con. Trong các công ty con có rất nhiều công ty hoạt động ổn định dài hạn với một nền tảng tài chính và thị trường tương đối vững vàng. Tuy nhiên, nếu chỉ dựa vào các công ty con như thế thì khả năng phát triển, đổi mới hay mở rộng, tiếp cận những lĩnh vực mới mà ngành Dệt May Việt Nam và Tập đoàn DệtMayViệtNamchưalàmsẽkhôngcóngườithựchiện.

Đã có đổi mới sáng tạo thì phải có những nhà đầu tư như Công ty mẹ chấp nhận đầu tư vào lĩnh vực mới có nhiều rủi ro, như thế lại cần một bản lĩnh để chấp nhận rủi ro. Vìvậy,chúng tôi xâydựng nétvăn hóa chấp nhận rủi ro có cân nhắc, tức là có phân tích, đánh giá rủi ro một cách khoa học, gắn với thực tiễn hoạt động. Quan trọng hơn là mong muốn những người làm việc tại Công ty mẹ mang trong mình nét văn hóa này, dám chấp nhận rủi ro. Không chấp nhận rủi ro một cách có cân nhắc, thì không có lĩnh vực mới, không có phát triển theo chiều sâu, không có sự thay đổi đột biến về giá trị gia tăng và cũng không thể thay đổi được vị thế của Tập đoàn Dệt May Việt Nam trong chuỗi cung ứng toàn cầu.

Để tạo nên một nền văn hóa doanh nghiệp thì mỗi cá nhân trong doanh nghiệp đều phải thấm nhuần văn hóa đó, như ông đã chia sẻ Tập đoàn Dệt May Việt Nam có đặc thù là trình độ văn hóa rất khác nhau, vậy để làm sao mỗi cá nhân thấm nhuần được những giá trị của văn hóa doanh nghiệp?

- Thực tế các định nghĩa kinh điển cho rằng văn hóa bao gồmcả những nền tảng lý luận, nhưng với các khía cạnh văn hóa mà tôi vừa trao đổi thì quan trọng hơn chính là cách ứng xử và hành động thực tiễn hàng ngày của mỗi người. Đối với doanh nghiệp tập hợp đông lực lượng lao động có trình độ văn hoá trung bình, họ không hiểu nhiều về lý luận mà sẽ học tập, rèn luyện văn hoá thông qua hoạt động thực tế, hành động làm gương, làm mẫu của đội ngũ cán bộ quản lý, lãnh đạo. Cho nên, chúng tôi xác định để thể hiện nét văn hóa không đổ lỗi thì trước hết chính người quản lý từ cấp cao, cấp trung đến tổ trưởng phải là những người đầu tiên gương mẫu, không bao giờ đổ lỗi cho nhân viên, người lao động. Người công nhân sẽ nhìn vào đó để học tập. Trong tổng số 150.000 lao động của Tậpđoàn Dệt May Việt Nam thì có tới 130.000 người có trình độ trung học phổ thông và trung học cơ sở, họ sẽ "thấm" và tiếp nhận những giá trị văn hóa từ việc làm gương, tính nề nếp mà các cấp quản lý đã xác lập trong toàn bộ hệthống.

Bên cạnh đó, việc xây dựng và lan tỏa văn hóa doanh nghiệp được đơn vị thực hiệnbằng nhiềuhình thức khác nhau như qua chương trình đào tạo nội bộ của doanh

nghiệp, phong trào thi đua, làm sổ tay văn hóa… Sổ tay văn hóa của một số đơn vị không dùng nhiều chữ mà được xây dựng như một "kênh" truyền thông sáng tạo, hiện đại, sử dụng hình vẽ, thiết kế đồ họa sinh động, hấp dẫn những hành động, cách ứng xử mẫu, kiểu như truyệntranh. Khi người lao động tiếp cậncác tình huống xảy ra sẽ nhanh chóng hình dung phương pháp ứng xử một cách dễ hiểu, dễ thực hiện và chuẩn mực nhất.

Người lao động khi tiếp cận sổ tay văn hóa cũng không cócảm giác đang được "dạy" về văn hóa doanh nghiệp mà họ chỉ thấy đó là một quy trình được chuẩn hóa trong doanh nghiệp. Từ chỗ thực hiện theo quy trình sẽ trở thành một phản xạ mang tính chất tự nhiên của người lao động không cần ai nhắc nhở hay điều khiển. Mục tiêu cuối cùng chính là không phải nhắc người lao động đây là văn hóa mà nó trở thành hành động hàng ngày một cách tự nhiên, tự phát. Chính lúc đó, chúng ta có một nền tảng văn hóa doanh nghiệp thành công ở trong bối cảnh một doanh nghiệp đông lao động và trình độ văn hóa không đồng đều như Vinatex.

Vậy Đảng ủy Tập đoàn Dệt May Việt Nam có vai trò thế nào trong việc định hướng, xây dựng và lan tỏa văn hóa doanh nghiệp trong mỗi cá nhân, tập thể thưa ông?

- Xâydựng vănhóadoanh nghiệp là một nhiệm vụđược Đảng ủy Tậpđoàn chỉ đạo xuyên suốt trong toàn Đảng bộ, đến từng đảng ủy, chi ủy trực thuộc. Đảng ủy Tập đoàn trực tiếp chỉ đạo và xây dựng chương trình hành động cũng như bàn bạc, thảo luận để đưa ra các khía cạnh văn hóa. Đồng thời trong những chương trình huấn luyện, đào tạo nội bộ của Vinatex luôn có nội dung xây dựng văn hóa doanh nghiệp.

Có thể nói, xây dựng và thực hiện văn hóa doanh nghiệp, văn hóa công sở là trách nhiệm của các cấp ủy, tổ chức đảng, lãnh đạo các doanh nghiệp, cơ quan, đơn vị, các tổ chức chính trị - xã hội và của cán bộ, đảng viên, người laođộngtrong Đảngbộ Tậpđoàn; cần được cụ thể hóa trong các chương trình, kế hoạch công tác. Khi tổ chức sinh hoạt cấp uỷ, sinh hoạt chuyên đề của chi bộ có nội dung thực hiện các quy chế, quy định văn hoá công sở, văn hóa doanh nghiệp. Tăng cường lãnh đạo, chỉ đạo đổi mới nội dung, phương thức công tác, xâydựng và thực hiện văn hóa doanh nghiệp; triển khai đồng bộ công tác tuyên truyền; phát huy tính sáng tạo của các tổ chức chính trị - xã hội trong xây dựng văn hóa doanh nghiệp tại các đơn vị; trở thành nhiệm vụ thường xuyên, gắn với thực hiện chức năng, nhiệm vụ của từng tổ chức đảng, cơ quan, đơn vị, của từng cán bộ, đảng viên, người lao động.

Cấp ủy lãnh đạo, chỉ đạo nhân rộng các mô hình, điển hình tiêu biểu, cách làm hay trong thực hiện văn hóa doanh nghiệp, văn minhcông sở; khuyến khích cánbộ, đảng viên, người lao động giao lưu, chia sẻ những giải pháp, cách làm hiệu quả trong triển khai nhiệm vụ và vận hành hoạt động sản xuất kinh doanh.

Xin trân trọng cảm ơn ông!❑



Những ĐIỂM NHẤN kinh tế thế giới và Việt Nam năm 2023

TRIỂN VỌNG NĂM 2024

Bài: TS. NGUYỄN MINH PHONG



TS. Nguyễn Minh Phong

Năm 2023 là một năm khó khăn chung cho nền kinh tế thế giới, với sự giảm sút cả tăng trưởng GDP, thương mại và đầu tư toàn cầu; trong khi nợ xấu tăng và lạm phát vẫn duy trì ở mức cao, gắn với những diễn tiến căng thẳng của các xung đột địa chính trị và phân mảnh công nghệ, thời tiết cực đoan và dịch bệnh diện rộng...



MỘT NĂM NHIỀU THÁCH THỨC VÀ RỦI RO

Tăng trưởng chung của kinh tế thế giới năm 2023 sẽ đạt khoảng từ 2,5% GDP (theo Fitch Ratings) đến 3% GDP (theo IMF và OECD), so với mức tăng 3,3-3,5% của năm 2022. EU dự báo tăng trưởng kinh tế toàn cầu năm 2023 đạt 3,2%, tăng 0,1 điểm phần trăm so với dự báo trong tháng 5/2023; Thậm chí, Ngân hàng Thế giới (WB) bi quan hơn khi cho rằng tăng trưởng toàn cầu sẽ chỉ ở mức 2,1% trong năm 2023 (dù đã điều chỉnh tăng 0,4 điểm phần trăm so với dự báo đầu năm 2023); Các nền kinh tế phát triển chỉ tăng trưởng 0,7% GDP và các nền kinh tế đang phát triển và thị trường mới nổi sẽ đạt 4% GDP.

... nhận định tăng trưởng thương mại thế giới dự kiến sẽ giảm từ 5,2% năm 2022 xuống 2,0% năm 2023, thấp hơn nhiều so với mức trung bình 4,9% của giai đoạn 2000-2019. Suy giảm thương mại phản ánh nhu cầu toàn cầu giảm, gia tăng cơ cấu dịch vụ trong nước, tác động trễ của tăng giá đồng đô la Mỹ và gia tăng các rào cản thương mại toàn cầu. Lạm phát toàn cầu dự kiến sẽ giảm từ mức 8,7% trong năm 2022 xuống còn 6,8% vào năm 2023, khi lạm phát trung bình ở phần lớn các nền kinh tế trên thế giới dự kiến giảm trong năm 2023. Chính sách tiền tệ thắt chặt tiếp tục tạo áp lực cho một số ngân hàng, cả trực tiếp (thông qua chi phí huy động vốn cao hơn) và gián tiếp (do rủi ro tín dụng ngày càng tăng). Lãi suất thực tăng ở hầu hết ... kinh tế, ngoại trừ Nhật Bản, khuyến khích tiết kiệm, khiến đầu tư trở nên đắt đỏ hơn. Việc cho vay của ngân hàng đã chậm lại đáng kể ở các nền kinh tế tương đối phụ thuộc vào ngân hàng, đặc biệt là đối với các hộ gia đình. Số lượng vị trí tuyển dụng giảm, áp lực an sinh xã hội gia tăng.

Về tổng thể, nền kinh tế toàn cầu năm 2023 ... vấp bênh trong bối cảnh ... tác động kéo dài của các ... tiêu cực ... trước, như ... Covid-19, ... giữa Nga và U-crai-na và chính sách thắt chặt tiền tệ của các nước phát triển nhằm kiềm chế lạm phát và hướng tới tài chính công bền vững, xu hướng thu hẹp ... và sự giảm lượng đơn hàng xuất khẩu; Những vấn đề về cơ cấu kinh tế và sự suy giảm mạnh thị trường bất động sản... Giá năng lượng cao và tăng lãi suất cùng với hoạt động kinh tế chậm lại ở các nền kinh tế phát triển có thể dẫn đến gia tăng các khoản nợ xấu, làm giảm giá trị tài sản dài hạn. Sự kết hợp giữa giá nhà giảm và thị trường việc làm yếu có thể làm tăng tình trạng vỡ nợ thế chấp, gây áp lực lên lợi nhuận của các ngân hàng, dẫn tới tăng chi phí đi vay và hạn chế dư địa dành cho chi tiêu ưu tiên và làm tăng nguy cơ khủng hoảng nợ. Tăng trưởng

tiềm năng toàn cầu dự kiếnsẽ giảm xuống mức thấp nhất trong ba thập kỷ, đạt 2,2% trong thời gian còn lại của thập niên 2020 gắn với lực lượng lao động toàn cầu đang già đi và tăng trưởng chậm hơn, tốc độ tăng trưởng đầu tư và năng suất các nhân tố tổng hợp ngày càng giảm; sự phân mảnh địa kinh tế ngày càng sâu sắc, với nhiều hạn chế hơn về thương mại, dịch chuyển vốn xuyên biên giới, công nghệ, lao động và thanh toán quốc tế có thể làm gia tăng biến động về giá cả hàng hóa và cản trở sự hợp tác đa phương trong việc cung cấp hàng hóa công toàn cầu. Ngoài ra, nền kinh tế toàn cầu ngày càng dễ bị tổn thương trước những cú sốc do biến đổi khí hậu.

Việt Nam bước vào năm 2023 với những thuận lợi cơ bản từ đà phục hồi kinh tế ấn tượng của năm 2022: Việt Nam đã trở thành nền kinh tế lớn thứ tư của ASEAN và thứ 40 của thế giới, năng động và có độ mở cao, với quy mô thương mại quốc tế nằm trong top 20 của thế giới, xếp thứ 30 trong bảng xếp hạng các quốc gia hùng mạnh nhất thế giới. Chỉ số sẵn sàng trí tuệ nhân tạo (AI) của Việt Nam xếphạng 55 toàn cầu và xếp thứ 6/10 trong ASEAN. Việt Nam đứng thứ 7/30 trong khu vựcchâu Á- Thái Bình Dương vềchỉ số tích hợp phát triển bưu chính 2IPD trong Báo cáo về Hiện trạng phát triển bưu chính toàn cầu năm 2022 của Liên minh Bưu chính thế giới (UPU), với 174 nước thành viên công bố trong tháng 10/2023.

Đặc biệt, năm 2023, Việt Nam tiếp tục nhận được sự đánh giá cao và cải thiện nhiều chỉ số xếp hạng quốc tế: "Chỉ số hạnh phúc toàn cầu" của Việt Nam tăng 12 bậc trong xếp hạng của Liên hợp quốc năm 2023. Với"Chỉ số Đổi mới sáng tạo" của Việt Nam tăng 2 bậc so với năm2022, Việt Nam được xếphạng 46/132 quốc gia, nền kinh tế trong Báo cáo Chỉ số Đổi mới sáng tạo toàn cầu (Global Innovation Index 2023) năm 2023 của Tổ chức Sở hữu trí tuệ thế giới (WIPO) công bố 27/9/2023. Đồng thời, giá trị thương hiệu quốc gia Việt Nam đạt 431 tỷ USD, tăng 1 bậc lên thứ 32/100 thương hiệu quốc gia mạnh trên thếgiới.

Năm 2023, các hoạt động đối ngoại diễn ra sôi động, liên tục, nổi bật là sự kiện Việt Nam và Israel đã ký Hiệp định Thương mại tự do (FTA); Việt Nam đang khởi động đàm phán Hiệp định Đối tác kinh tế toàn diện giữa Việt Nam với Các Tiểu Vương quốc Ả rập Thống nhất (CEPA); Việt Nam và 13 đối tác trong khuôn khổ kinh tế Ấn Độ Dương-Thái Bình Dương vì Thịnh vượng (IPEF) cũng đã công bố kết thúc đàm phán về Thỏa thuận chuỗi cung ứng IPEF quốc tế đầu tiên giữa các thànhviên.

Đặc biệt, với việc nâng cấp quan hệ Việt-Mỹ lên đối tác chiến lược toàn diện, đến nay Việt Nam đã có quan hệ đối tác chiến lược toàn diện và đối tác chiến lược với tất cả các nước Thường trực Hội đồng Bảo an Liên hợp quốc và các nước phát triển nhất thế giới (G20).

Năm 2023, Chính phủ tiếp tục Chương trình phục hồi và các chương trình mục tiêu quốc gia, kiểm soát được sự ổn định vĩ mô, sự tăng trưởng cao của thị trường trong nước, duy trì được các cân đối lớn của nền kinh tế, kiểm soát an toàn lạm phát, nợ công, nợ Chính phủ, nợ nước ngoài, bội chi ngân sách nhà nước.

Tăng trưởng kinh tế từng bước được phục hồi, quý sau cao hơn quý trước, nhiều bứt phá trong cải thiện cơ cấu kinh tế. Theo Bộ Kế hoạch và Đầu tư, tăng trưởng GDP năm 2023 của cả nước ước đạt trên 5%, mặc dù thấp hơn chỉ tiêu đề ra (khoảng 6,5%) nhưng vẫn cao hơn gấp đôi mức tăng GDP trung bình thế giới và thuộc nhóm các nước có tốc độ tăng trưởng cao nhất thế giới năm2023.

Tính chung năm 2023, chỉ số giá tiêu dùng ước tăng 3,5% (bình quân 11 tháng năm 2023, CPI tăng 3,22% so với cùng kỳ năm trước;



lạm phát cơ bản tăng 4,27%). Vốn đầu tư toàn xã hội tăng 5,9% so với cùng kỳ năm trước; tổng kim ngạch xuất nhập khẩu đạt hơn 700 tỉ Đô-la Mỹ (USD), trong đó, xuất siêu khoảng 15 tỉ USD.

Đồng thời, Việt Nam tiếp tục đẩy mạnh công tác xây dựng, hoàn thiện thể chế, cơ chế, chính sách, tháo gỡ khó khăn cho sản xuất kinh doanh và đảm bảo an sinh xã hội.

Tuy vậy, năm 2023, nhiều động lực tăng trưởng chính chậm lại, đối mặt với nhiều khó khăn; kim ngạch xuất khẩu ước giảm 3,5%, nhập khẩu giảm 4,2%; nợ xấu có xu hướng tăng; các thị trường bất động sản, trái phiếu doanh nghiệp tiềm ẩn rủi ro. Việt Nam vẫn gặp áp lực hoàn thành mục tiêu tăng trưởng bình quân 5 năm (6,5-7%) do tăng trưởng kinh tế gặp nhiều thách thức; ổn định kinh tế vĩ mô chưa thực sự vững chắc; sức chống chịu của nhiều doanh nghiệp đã đến mức tới hạn; hoạt động sản xuất, kinh doanh tiếp tục còn nhiều khó khăn. Cùng với đó, một số chính sách trong chương trình phục hồi và phát triển KT-XH, 3 chương trình mục tiêu quốc gia triển khai còn chậm; giải ngân vốn đầu tư công đã được cải thiện đáng kể, nhưng chưa được như kỳ vọng. Việc sắpxếp, đổi mới doanh nghiệp nhà nước và đơn vị sự nghiệp công lậpchưađạtkế hoạch…Tiến độxây dựng thể chế, chính sách thúc đẩy cơ cấu lại nền kinh tế còn chậm. Cơ cấu kinh tế và mô hình tăng trưởng chưa có nhiều thay đổi đáng kể. Các ngành kinh tế chưa chuyển dịch mạnh về tăng năng suất, nhất là khu vực công nghiệp và dịch vụ; năng lực tự chủ và khả năng chống chịu còn nhiều hạn chế. Các loại thị trường hoạt động chưa hiệu quả, chưa đảm bảo điều kiện phát triển bền vững...

TRIỂN VỌNG KINH TẾ THẾ GIỚI VÀ VIỆT NAM NĂM 2024

Năm 2024, tình hình thế giới dự báo tiếp tục diễn biến phức tạp, khó lường; tăng trưởng kinh tế, thương mại, đầu tư toàn cầu tiếp tục xu hướng chậmlại.

Nềnkinh tế Việt Namvừacó những thuận lợi rất cơ bản, vừa tiếp tục chịu "tác động tiêu cực kép" từ những yếu tố bất lợi bên ngoài và những hạn chế, bất cập bên trong; thời cơ, thuận lợi và khó khăn, thách thức đan xen, nhưng khó khăn, thách thức nhiều hơn, nhất là triển khai các giải pháp trong điều hành kinh tế vĩ mô, vừa phải kiểm soát lạm phát, vừa phải thúc đẩy tăngtrưởng...

Nhiều tổ chức quốc tế có uy tín đánh giá cao kết quả và triển vọng của nền kinh tế nước ta và dự báo Việt Nam sẽ phục hồi nhanh trong thời giantới...

Theo dự báo của IMF tháng 10/2023, năm 2024 tăng trưởng bình quân kinh tế toàn cầu sẽ đạt khoảng 2,9%, trong đó Việt Nam tăng trưởng khoảng 5,8%, tức cao gấp đôi mức trung bình thế giới và thuộc nhóm 20 nền kinh tế có mức tăng trưởng cao nhất thế giới năm 2024.

Theo ADB tại Việt Nam, nền kinh tế Việt Nam vẫn vững vàng và dự kiến sẽ phục hồi nhanh trong tương lai gần nhờ tiêu dùng trong nước mạnh, được hỗ trợ bởi lạm phát ở mức vừa phải, tăng tốc giải ngân vốn đầu tư công và cải thiện các hoạt động thương mại, cũng như các lĩnh vực khác được dự báo tăng trưởng lành mạnh. Tiêu dùng nội địa sẽ được hỗ trợ bởi lạm phát ở mức vừa phải và tiếp tục tăng trưởng trong các tháng còn lại của năm, những trở ngại đối với xuất khẩu được dự báo sẽ giảm dần từ cuối năm 2023 đến năm 2024, khi nền kinh tế Hoa Kỳ và EU bắt đầu phục hồi.

Quốc hội đã thông qua các chỉ tiêu kế hoạch chủ yếu năm 2024, với tăng trưởng GDP khoảng 6-6,5%. GDP bình quân đầu người đạt khoảng 4.700-4.730 USD; tỷ trọng công nghiệp chế biến, chế tạo trong GDP đạt khoảng 24,1-24,2%. Tốc độ tăng chỉ số giá tiêu dùng (CPI) bình quân khoảng 4-4,5%; Tốc độ tăng năng suất lao động xã hội bình quân 4,8-5,3%; Tỷ lệ lao động qua đào tạo đạt khoảng 69%. Tỷ lệ thất nghiệp ở khu vực thành thị dưới 4%; Tỷ lệ hộ nghèo theo chuẩn nghèo đa chiều giảm trên 1%... Dự toán thu ngân sách nhà nước tăng khoảng 5%; bội chi ngân sách nhà nước dưới 4% GDP.

Để đạt các mục tiêu trên, Chính phủ đặt trọng tâm điều hành nền kinh tế vào việc thực hiện đồng bộ, hiệu quả các Nghị quyết của Đảng, Quốc hội, nhất là 3 đột phá chiến lược, 6 nhiệm vụ trọng tâm và 12 nhóm giải pháp chủ yếu; ưu tiên, thúc đẩy mạnh mẽ tăng trưởng gắn với củng cố, giữ vững ổn định kinh tế vĩ mô, kiểm soát lạm phát, bảo đảm các cân đối lớn của nền kinh tế; tạo chuyển biến tích cực hơn trong thực hiện các đột phá chiến



lược, cơ cấu lại nền kinh tế gắn với đổi mới mô hình tăng trưởng, nâng cao năng suất, chất lượng, hiệu quả, sức cạnh tranh và năng lực nội sinh của nền kinh tế; thúc đẩy chuyển đổi số, quyết liệt triển khai Đề án 06 về cơ sở dữ liệu dân cư. Tập trung cơ cấu lại, nâng cao hiệu quả hoạt động của các tập đoàn, tổng công ty nhà nước…

Tập trung thực hiện hiệu quả, thực chất cơ cấu lại nền kinh tế gắn với đổi mới mô hình tăng trưởng, nâng cao năng lực cạnh tranh, phát triển nhanh, nhưng phải bền vững. phát triển kinh tế số, kinh tế xanh, kinh tế tuần hoàn, thương mại điện tử, các ngành, lĩnh vực mớinổi.

Tiếp tục điều hành chính sách tiền tệ chủ động, linh hoạt, kịp thời, hiệu quả; phối hợp đồng bộ, hài hòa, chặt chẽ với chính sách tài khóa mở rộng hợp lý, có trọng tâm, trọng điểm và các chính sách khác; tiếp tục phấn đấu giảm mặt bằng lãi suất cho vay; tập trung tín dụng cho các động lực tăng trưởng (đầu tư, tiêu dùng, xuất khẩu), các lĩnh vực ưu tiên; triển khai hiệu quả các gói tín dụng ưu đãi hiện có và nghiên cứu bổ sung các gói mới; phấn đấu tăng trưởng tín dụng năm 2024 khoảng trên 15%.

Phát triển mạnh thị trường trong nước gắn với mở rộng, đa dạng hóa thị trường quốc tế, nâng cao chất lượng sản phẩm, khai thác hiệu quả các Hiệp định thương mại tự do (FTA) đã ký kết; đồng thời đẩymạnh đàm phán, ký kết các FTA mới; hỗ trợ doanh nghiệp nâng cao năng lực, tham gia các chuỗi cung ứng toàn cầu; đẩy mạnh phòng, chống buôn lậu, gian lận thương mại.

Cùng với đó rà soát, đề xuất sửa đổi, bổ sung một số chính sách để đáp ứng yêu cầu thực tiễn; phục hồi và phát triển các loại thị trường trái phiếu doanh nghiệp, quyền sử dụng đất, bất động sản, lao động, khoa học công nghệ… Tiếp tục cắt giảm, đơn giản hóa thủ tục hành chính, quy định kinh doanh; phấn đấu trong năm 2024 cắt giảm ít nhất 10% chi phí tuân thủ thủ tục hành chính, quy định kinh doanh.

Tập trung thực hiện hiệu quả, thực chất cơ cấu lại nền kinh tế gắn với đổi mới mô hình tăng trưởng, nâng cao năng lực cạnh tranh, phát triển nhanh, nhưng phải bền vững, phát triển kinh tế số, kinh tế xanh, kinh tế tuần hoàn, thương mại điện tử, các ngành, lĩnh vực mới nổi.

Tiếp tục cơ cấu lại, nâng cao hiệu quả hoạt động, đẩy mạnh đầu tư vốn của hệ thống doanh nghiệp nhà nước, nhất là các dự án quy mô lớn, tác động dẫn dắt, lan tỏa trong các ngành kinh tế chủ lực, các ngành, lĩnh vực mới; sửa đổi Luật Quản lý và sử dụng vốn nhà nước tại doanhnghiệp…

NỖ LỰC VƯỢT KHÓ, ĐA DẠNG HOÁ HOẠT ĐỘNG SẢN XUẤT KINH DOANH DỆT MAY VIỆT NAM

Năm 2023 là một năm đầy thử thách đối với ngành Dệt May Việt Nam. Những tháng đầunăm, nhiều doanh nghiệp xuất khẩu giảm sút đơn hàng từ 50-70%.

Đồng thời, ngày càng nhiều thị trường nhập khẩu dệt may lớn đưa ra những quy định mới mang tính bắt buộc liên quan tới thẩm định quyền con người và môi trường trong chuỗi cung ứng, quy định thiết kế sinh thái, sản phẩm tái chế, xử lý chất thải dệt may…

Ước tính chung cả năm 2023, danh mục thị trường và sản phẩm xuất khẩu đều mở rộng, với 104 thị trường và hơn với 36 mặt hàng may mặc. Kim ngạch xuất khẩu dệt may ước đạt 40,3 tỷ USD, giảm 9,2% so với năm 2022. Xuất khẩu hàng may mặc ước giảm 8,9% so với năm trước (khoảng 3,1 tỷ USD), xuất khẩu vải ước giảm 6,9% (186 triệu USD), xuất khẩu sơ sợi ước giảm 10,3% (485 triệu USD), xuất khẩu nguyên phụ liệu ước giảm 16% (218 triệu USD). Một số mặt hàng xuất khẩu chủ lực giảm mạnh, như đồ nỉ, quần short, quần áo trẻ em… Các thị trường lớn nhất của ngành Dệt May Việt Nam vẫn là thị trường Mỹ, trong 9 tháng sản phẩm may mặc xuất khẩu vào thị trường Mỹ đạt trên 11 tỷ USD, Nhật Bản khoảng 3 tỷ USD, Hàn Quốc là 2,4 tỷ USD, EU gần 2,9 tỷ USD, Canada khoảng 850 triệu USD, Trung Quốc 830 triệu USD, Campuchia hơn 600 USD, Anh 504 triệuUSD…

Để đạt được những kết quả trên, cộng đồng doanh nghiệp ngành dệt may đã và đang nỗ lực triển khai nhiều giải pháp đáp ứng chuẩn mực trong các điều khoản hợp đồng thương mại, tích cực thực hiện xanh hóa, đầu tư hạ tầng cơ sở giảm phát thải nhà kính, chuyển đổi nồi hơi nước bằng điện thay cho đốt than, củi, chuyển đổi số, tạo minh bạch trong sản xuất kinh doanh.



Đơn hàng từ các thị trường xuất khẩu lớn bị thu hẹp buộc các doanh nghiệp phải tìm cách mở rộng thị trường xuất khẩu như châu Phi, Nga, Ấn Độ… nhất là thông qua cộng đồng người Việt ở các quốc gia này.

Trong quý 4/2023, ngành Dệt May Việt Nam đã nhận được tín hiệu đơn hàng tốt hơn. Mục tiêu xuyên suốt năm 2024 của ngành Dệt May Việt Nam là hướng đến mục tiêu toàn ngành xuất khẩu 44 tỷ USD; tiếp tục đa dạng hóa thị trường xuất khẩu, phát triển bền vững và thích ứng mục tiêu đòi hỏi của thị trường toàn cầu về xanh hoá, giảm phát thải nhà kính, đầu tư sâu vào hệ thống nồi hơi đốt bằng điện, giảm dần nồi hơi đốt bằng nhiên liệu hóa thạch; tăng đầu tư vào quản trị số, kiểm soát thích ứng với ngành công nghiệp dệt may toàn cầu, thực hiện công nghệ hoá, tự động hoá ở một số dây chuyền sản xuất thích ứng giao hàng nhanh, mã hàng nhỏ và chất lượng cao và tập trung giải pháp phát triển công nghiệp thời trang.

Bối cảnh mới đòi hỏi ngành dệt may thích ứng nhanh luật chơi toàn cầu của các nhãn hàng, chủ động nền công nghiệp thời trang; chủ động xây dựng chuỗi chặt chẽ với nhà sản xuất sợi, nhuộm, xây dựng thương hiệu toàn cầu theo tinh thần Chiến lược phát triển ngànhDệtMayvàDaGiàyViệtNam đến năm 2030 tầm nhìn đến năm 2035 được Chính phủ phê duyệt mới đây.

Doanh nghiệp dệt may Việt Nam tiếp tục thực hiện đa dạng hóa thị trường, đa dạng hóa bạn hàng, đa dạng hóa mặt hàng; phát triển bền vững đi đôi với phát triển theo mục tiêu đòi hỏi toàn cầu về xanh hóa, giảm phát thải nhà kính; đầu tư vào quản trị số, kiểm soát và thích ứng với ngành công nghiệp dệt may toàn cầu đòi hỏi; tập trung cho các giải pháp đầu tư về công nghệ tự động hóa ở một số dây chuyền sản xuất, giao hàng nhanh, mã hàng nhỏ và chất lượng cao; tăng kết nối các doanh nghiệp trong nước với nhau và với các doanh nghiệp đầu tư nước ngoài hình thành chuỗi cung ứng; thực hiện các chương trình xúc tiến thương mại trong và ngoài nước tạo cơ hội cho doanh nghiệp Việt giao lưu, quảng bá hình ảnh…

Đặc biệt,cần tậptrungchogiải pháp tạo nền phát triển công nghiệp thời trang, lấy TP Hồ Chí Minh và Hà Nội làm trung tâm công nghiệp thời trang; quy hoạch các khu công nghiệp đạt chuẩn về môi trường để thu hút đầu tư trong ngành vải, kéo sợi…; định hình chiến lược cho một số nhãn hiệu Việt Nam không chỉ làm chủ ở Việt Nam, mà còn đưa ra thị trường thế giới; xây dựng nguồn lực về phát triển mẫu, thiết kế 3D, công nghệ quản trị số. Cộng đồng doanh nghiệp cần tuân thủ và thích ứng nhanh với luật chơi toàn cầu, yêu cầu mới từ các nhãn hàng; xây dựng nền tảng liên kết chuỗi chặt chẽ, chủ động mẫu mã và tiếp tục củng cố công nghệ, quản trị số để thích ứng nhanh, minh bạch với các nhãn hàng chủ động hơn về phát triển ý tưởng, mẫu mã, chủ động nguyênliệu đầu vào trong sản xuất. Từ đó mới khai thác hiệu quả các hiệp định thương mại tự do.❑



Ông Đặng Vũ Chư

Năm 1990, ông Đặng Vũ Chư được bổ nhiệm làm Bộ trưởng Bộ Công nghiệp nhẹ phụ trách các lĩnh vực điện lực, khoáng sản, cơ khí, hóa chất, dệt may... Tuy nhiên, những dấu ấn để lại và những vui buồn trong khoảng thời gian đảm nhận chức vụ Bộ trưởng Bộ Công nghiệp nhẹ lại đến từ ngành dệt may. Lật lại từng dòng hồi ức của mình đối với lĩnh vực dệt may, ông nhớ lại...

KÝ ỨC VỚI DỆT MAY CỦA VỊ BỘ TRƯỞNG

Bài: HOÀNG ANH- XUÂN QUÝ

NỖ LỰC GIỮ NGÀNH

Ngành Dệt May Việt Nam pháttriển theo đúng tinh thần Nghị quyết Đại hội Đảngkhóa VI đến tận ngày nay. Quá trình phát triển của ngành gắn liền với quá trình phát triển của đất nước dựa trên 3 trụ cột chính là: đổi mới cơ chế quản lý, phát triển cơ sở hạ tầng, đào tạo con người. Vào những năm 1987 đến 1990, ngành Dệt May Việt Nam chuyển mình rõ rệt hơn cả với sự ra đời của hàng ngàn công ty lớn nhỏ trên khắp đấtnước.



Tôiđến với ngành dệt may như một cái duyên. Sau 5 năm học tập và nghiên cứu bên Tiệp Khắc (nay là Cộng hòa Séc), tôi đã bảo vệ thành công luận án tiến sĩ với đề tài: "Điều khiển tối ưu độ đều con cúi trên dây chuyền kéo sợi tự động theo quá trình ngẫu nhiên". Năm 1983, tôi làm Giám đốc Nhà máy Dệt kim Đông Xuân trực thuộc Liên hiệp Dệt - May Việt Nam.



Nguyên Tổng bí thư Đỗ Mười nghe đồng chí Đặng Vũ Chư và lãnh đạo Hanosimex giới thiệu về sản phẩm may của công ty.

Tháng 2 năm 1990, tôi được bổ nhiệm làm Bộ trưởng Bộ Công nghiệp nhẹ thì tháng 8 năm ấy, hệ thống xã hội chủ nghĩa ở Liên Xô sụp đổ. Khi đó vào một buổi chiều chủ nhật, Đại sứ nước ta tại Liên Xô là đồng chí Nguyễn Mạnh Cầm đã gọi điện báo cho tôi biết thông tin. Nhận được tin sét đánh này tôi không khỏi bàng hoàng, lo lắng vì hiểu ngay rằng, sẽ có hàng vạn công nhân ngành dệt may mất việc chỉ trong nay mai. Bởi vì trước đó, ngành dệt may nước ta khá yên ổn với hiệp định Việt Nam ký với Liên Xô ngày 19/5/1980. Theo đó, mỗi năm Liên Xô cung cấp cho nước ta 6 vạn tấn bông, một nửa giá trị số bông đó Việt Nam trả bằng sản phẩm may mặc, chủ yếu là quần áo bảo hộ lao động còn lại một nửa số bông chính là tiền công, được ta dùng may quần áo phục vụ nhu cầu nội địa, trong đó có cả lực lượng vũ trang. Khi Liên Xô sụp đổ thì nguồn nguyên liệu và thị trường xuất khẩu này cũng khôngcòn.

Tối hôm đó, Chủ tịch Hội đồng Bộ trưởng Đỗ Mười đang công tác tại thành phố Hồ Chí Minh gọi điện cho tôi hỏi:

- Đồng chí đã nhận được điện từ Đại sứ quán ta ở Liên Xô chưa"?

- "Báo cáo anh, em đã nhận được rồi ạ!", tôi trả lời.

- "Vậy giải quyết thế nào bây giờ"- Chủ tịch Hội đồng Bộ trưởng Đỗ Mười hỏilại.

Suy nghĩ một lúc, trong đầu tôi chợt nhớ đến khoản viện trợ 25 triệu Đô la không hoàn lại của Chínhphủ Thụy Điểnvà liền đề nghị Chủ tịch Đỗ Mười: "Thưa anh, hiện ta đang có khoản viện trợ 25 triệu Đô-lakhông hoàn lạicủa Chính phủ Thụy Điển nhằm giúp ta nhập khẩu nguyên liệu, vật tư phát triển sản xuất trong nước. Xin Chủ tịch cho phép Bộ Công nghiệp nhẹ được dùng khoản này mua ngay bông về phục vụ ngành dệt".

Ngay đêm hôm đấy, Chủ tịch Đỗ Mười bay ra Hà Nội và sáng ngày hôm sau, một cuộc họp khẩn cấp của Hội đồng Bộ trưởng đã diễn ra. Tại cuộc họp, Chủ tịch quyết ngay, dành 18 triệu Đô-la để mua 1 vạn tấn bông và 7 triệu Đô-la chuyển cho ngành nông nghiệp để nhập phân bón và thuốc trừ sâu.

Nhưng 1 vạn tấn bông lúc này sẽ chưa đủ để cân đối sản xuất trong nước, khi đó tôi nhớ ra theo hiệp định 19/5 đã ký trước đây, Liên Xô vẫn còn chưa chuyển nốt 2 vạn tấn bông. Chính vì vậy, tôi xin phép Chính phủ sang Liên Xô đàm phán để lấy nốt 2 vạn tấn bông còn lại. Tôi phải di chuyển từ Matxcova đến Uzbekistan để đàm phán và tại đấy cũng mới chỉ thống nhất được nguyên tắc đổi bông lấy thực phẩm. Một tuần sau, đoàn bạn tới Hà Nội, rồi vào TP. Hồ Chí Minh đàm phán tiếp. Khó khăn chủ yếu của việc đàm phán chính là về giá cả và loại hàng, vì lúc này ta cũng không dư dả về thực phẩm, mà bạn đang rất cần.

Cuộc đàm phán căng thẳng kéo dài chủ yếu về giá lương thực, thực phẩm và giá bông tới tận 1 giờ sáng trước khi đoàn bạn lên máy bay về nước, 2 bên mới ký kết được hợp đồng. Sau khi cuộc đàm phán hiếm thấy nhất trong lịch sử ngoại thương kết thúc, phía Liên Xô trả chúng ta đủ 2 vạn tấn bông và lấy lương thực, thực phẩm gồm thịt, chè, gạo… Cùng với đó, Bộ Công nghiệp nhẹ đã chủ trương cho một số công ty trong nước hợp sức lại mua 1 vạn tấn sợi từ Cộng hòa Liên bang Đức bằng đồng Rúp, khi đem

về bán sợi ở trong nước các doanh nghiệp và Nhà nước đã có được một khoản lợi nhuận. Chính nhờ nguồn tài chính này mà các doanh nghiệp dệt may nước ta đã đầu tư được nhiều trang thiết bị để phục vụ cho sản xuất.

Giải quyết được nguồn nguyên liệu để phục vụ cho sản xuất thì ngành dệt may lại đối mặt với nguy cơ khác chính là về thị trường xuất khẩu. Trước đây, các doanh nghiệp dệt may chủ yếu xuất khẩu theo hình thức đổi hàng sang thị trường Liên Xô và các nước xã hội chủ nghĩa ở Đông Âu. Khi hệ thống xã hội chủ nghĩa ở Liên Xô sụp đổ, thị trường này cũng mất theo. Trong hoàn cảnh đó, chúng tôi đã nghĩ ra một sáng kiến đó là xuất khẩu tại chỗ. Theo đó, ngành dệt may sẽ bán hàng cho bên lương thực, thực phẩm để họ dùng sản phẩm dệt may trả tiền nông dân và xuất khẩu thực phẩm để lấy USD trả tiền hàng dệtmay.

Tuy nhiên, tôi hiểu được rằng đây chỉ là giải pháp tạm thời để giải quyết thị trường và việc làm cho người lao động. Chính vì vậy, tôi quyết tâm tìm kiếm thị trường để giúp ngành có thể phát triển ổn định. Năm 1991, tôi cùng đoàn công tác của Bộ sang châu Âu tổ chức một hội nghị về đầu tư tại Thụy Sỹ. Hội nghị đã thu hút rất nhiều các doanh nghiệp châu Âu đến tham dự. Năm 1992, tôi tiếp tục sang cộng đồng châu Âu tuy nhiên Ủy ban châu Âu chỉ cử một vụ trưởng ra tiếp vì lấy cớ Việt Nam vẫn còn vi phạm về nhân quyền và chưa có nền kinh tế thị trường. Cuối năm 1993 đầu năm 1994, tôi sang các nước trụ cột của cộng đồng châu Âu, lần này trong đoàn có một số doanh nghiệp dệt may tư nhân. Trước khi sang trụ sở Ủy ban châu Âu ở Bruxelles, Vương quốc Bỉ, đoàn dừng chân ở Pháp và Đức. Ở đâu, gặp quan chức chủ nhà hay các buổi hội thảo, tôi đều mời doanh nghiệp tư nhân dệt may phát biểu trước. Đến Bruxelles, Ủy ban châu Âu cử một bộ trưởng ra tiếp đoàn và tuyên bố đồng ý đàm phán hiệp định dệt may với Việt Nam.

THÀNH QUẢ XỨNG ĐÁNG

Với những nỗ lực không biết mệt mỏi đó mà Việt Nam và châu Âu đã ký kết hiệp định dệt may, cùng với đó Hội đồng Bộ trưởng đã ban hành Nghị định 114/HĐBT cho phép doanh nghiệp thuộc mọi thành phần kinh tế được quyền xuất nhập khẩu; cho phép mọi hàng hóa (trừ danh mục hàng hóa do Nhà nước quản lý) được xuất nhập khẩu. Nghị định 114 và hiệp định dệt may với châu Âu đã chắp cánh sản xuất và xuất khẩu cho ngành Dệt May Việt Nam.

Với sự đề xuất của Bộ Công nghiệp nhẹ, ngày 29/4/1995, Thủ tướng Chính phủ Võ Văn Kiệt ký quyết định số: 253-TTg về việc thành lập Tổng Công ty Dệt May Việt Nam với tên giao dịch là Vinatex trên cơ sở sáp nhập các doanh nghiệp thuộc Tổng Công ty Dệt Việt Nam và Liên hiệp Sản xuất – xuất nhập khẩu May. Việc thành lập Tổng Công ty Dệt May Việt Nam đãmở đườngcho việc tăng tốc đầu tư trang thiết bị hiện đại, đặt trọng tâm vào thiết kế các sản phẩm mới, tạo bước nhảy vọt về chất lượng và năng lực sản xuất, đáp ứng nhu cầu xuất khẩu và tiêu dùng trong nước của ngành Dệt May Việt Nam.

Cùng với việc chuyển đổi về cơ cấu tổ chức, ngành dệt may đã chuyển mạnh từ bao cấp kế hoạch hóa tập trung sang cơ chế tự chủ theo yêu cầu thị trường về kế hoạch sản xuất kinh doanh, tài chính, trả lương người lao động theo năng suất, xóa bỏ cơ chế hóa tập trung. Chỉ trong 8 năm từ năm 1992 – 2000 kim ngạch xuất khẩu dệt may đã tăng gấp 12 lần, từ 158 triệu USD lên 1,9 tỷ USD.

Tôi còn nhớ rất rõ, trong một buổi ngồi nói chuyện thân mật với Thủ tướng Phan Văn Khải, Thủ tướngđã nói: "Hồi Liên Xô và khối xã hội chủ nghĩa Đông Âu tan vỡ, thiết tưởng ngành dệt may xuất khẩu được vài trăm triệu USD đã là quý, thế mà giờ đây anh em xuất khẩu được vài chục tỷ USD, thật đáng trân trọng!".

Tháng 10 năm 1995, Bộ Công nghiệp nặng, Bộ Năng lượng và Bộ Công nghiệp nhẹ hợp nhất thành Bộ Công nghiệp và tôi được Chính phủ giao giữ chức Bộ trưởng. Cùng năm này, Mỹ dỡ bỏ cấm vận đối với Việt Nam. Năm 1996, tôi sang Mỹ ngay theo lời mời của 5 thượng nghị sỹ Mỹ để vận động thị trường.


Ảnh tư liệu

Phó Thủ tướng Nguyễn Mạnh Cầm và Bộtrưởng Đặng Vũ Chutham quan Triểnlãm Quốc tế Dệt và May năm 2001

Cùng với đà tăng trưởng nhanh chóng, ngành dệt may đã mở rộng thị trường xuấtkhẩu. Vớichủ trương chínhsáchđaphươnghoá, đadạng hoá,khôngchỉquanhệvớicácnước xãhộichủnghĩa,cácnước Đông Âu, mà còn từng bước thiết lập quan hệ ngoại giao và thương mại với nhiều nước khácrênthế giới. ViệtNam đã nộp đơn gia nhập WTO năm 1994, ASEANnăm 1995, ASEM năm 1996, tháng 11/1998, Việt Nam được kết nạp vào APEC, Hiệp định thương mại song phương với Hoa Kỳ có hiệu lực vào năm 2001 và gia nhập WTO năm 2006 đánh dấu mốc tăng trưởng vượt bậc của xuất khẩu hàng dệt may Việt Nam.

Từ năm 2001, Bộ Công nghiệp có chủ trương để Vinatex thực hiện chương trình sắp xếp và cổ phần hóa doanh nghiệp. Đến năm 2002 thì tôi nghỉ hưu theo qui định của Nhà nước. Ngày 2/12/2005, Tổng Công ty Dệt May Việt Nam được chuyển đổi theo mô hình Công ty mẹ- Tập đoàn Dệt May Việt Nam theo Quyết định 316/2005/QĐ-TTG của Thủ tướng Chính phủ.

Có thể nói, chính nhờ sự chuyển đổi mô hình hoạt động, đi đầu tái cơ cấu theo chủ trương cổ phần hóa doanh nghiệp mà Vinatex đã có những bước tăng trưởng ngoạn mục cả về qui mô và chất lượng.

NGÀNH DỆT MAY CÒN NHIỀU DƯ ĐỊA PHÁT TRIỂN

Tâm đắc với 3 trụ cột chính trong quá trình đổi mới, xây dựng đất nước cũng như phát triển ngành dệt may là: đổi mới cơ chế quản lý, phát triển cơ sở hạ tầng, đào tạo con người, ông Đặng Vũ Chư nhận



Ảnh tư liệu

Đ/c Đặng Vũ Chư tham dự Lễ đón nhận Huân chương Độc lập hạng Ba năm 2000 của Vinatex

định: Đất nước đã chuyển mạnh từ bao cấp kế hoạch hóa tập trung sang phát triển thị trường gắn với định hướng XHCN, giao quyền tự chủ SXKD cho doanh nghiệp. Doanh nghiệp sản xuất gì, bán cho khách hàng nào là theo nhu cầu thị trường chứ không theo nhiệm vụ; Tự chủ về tài chính, tự chủ về lao động, được tuyểndụng và trả lương theo năng suất lao động… Ngành dệt may đẩy mạnh hoạt động xoay quanh cơ chế này, quyền tự chủ nâng dần lên. Theo đó, nhanh chóng chuyển dệt may từ gia công sang sản xuất theo yêu cầu thị trường, sản xuất theo phương thức ODM, muađứtbán đoạn. Xâydựng được ngành dệt may phát triển đồng bộ từ sợi dệt nhuộm xử lý hoàn tất đến thiết kế may mặc xuất khẩu. Tập trung trọng tâm, trọng điểm cho đầu tư, xây dựng cơ sở hạ tầng, loại dần máy móc cũ sang thiết bị hiện đại, công nghệ số, tự động hóa nhập về từ các nước Tây Âu, Ý, Bỉ, Nhật Bản… Quantâmđào tạo, xây dựng đội ngũ từ công nhân lành nghề cho đến cán bộ kỹ thuật, quản lý. Mở rộng thị trường xuất khẩu sang các quốc gia lớn như: Mỹ, châu Âu, Nhật Bản…

Quan tâm theo dõi tiến trình xây dựng, đổi mới và phát triển của ngành Dệt May Việt Nam nói chung và Tập đoàn Dệt May Việt Nam nói riêng, nguyên Bộ trưởng Đặng Vũ Chư tâm tình: Ngành dệt may và Vinatex đã có những bước phát triển ngoạn mục, không những đảm đương vấn đề xã hội, tạo việc làm, thu nhập cho đông đảo người lao động mà còn tạo dựng uy tín vững vàng trong xuất khẩu sản phẩm ra toàn cầu. Ngành dệt may vẫn luôn đóng vai trò quan trọng trong sự phát triển của đất nước và nhu cầu của xã hội, vì vậy còn nhiều dư địa để phát triển mạnh mẽ trong những năm tới. Tuy nhiên, cũng cần nhìn thẳng vào những thách thức như: xu thế xanh hóa, tuần hoàn, phát triển bền vững; trách nhiệm xã hội; cạnh tranh nhân lực với lương, thu nhập của người lao động ngày càng tăng; thị trường biến đổi phức tạp… để có sự tính toán cẩn trọng bên cạnh những quyết sách đột phá cho đường hướng phát triển trong chuỗi cung ứng toàn cầu, khẳng định vị trí cao trong xuất khẩu dệt may trên thế giới.❑



Vinatex vững bước TĂNG TRƯỞNG

Bài: GIANG NGUYỄN – ĐỨC TOÀN

Ngành công nghiệp dệt may của Việt Nam đã trải qua những bước thăng trầm trong quá trình hình thành và phát triển. Chủ tịch Hiệp hội Dệt May Việt Nam Vũ Đức Giang - nguyên Chủ tịch HĐQT Tập đoàn Dệt May Việt Nam (giai đoạn 2010-2014) chia sẻ, quá trình mở cửa, hội nhập đã đưa dệt may Việt Nam từ một ngành chủ yếu phục vụ nhu cầu tiêu dùng trong nước trở thành một trong những ngành có kim ngạch xuất khẩu lớn nhất cả nước và hiện đứng trong top 2-3 các nước xuất khẩu dệt may hàng đầu thế giới.

KHÓ KHĂN TẠO ĐỘNG LỰC BỨT PHÁ

Trường thành từ một người lính, từng tốt nghiệp cử nhân kinh tế trường Đại học Kinh tế Thành phố Hồ Chí Minh, sau khi xuất ngũ, năm 1980, ông Vũ Đức Giang về làm công nhân nhà máy "Thái Bình Dương kỹ nghệ công ty" (nay là Tổng Công ty CP May Việt Tiến). Bồi hồi nhớ lại những ngày đầu bước chân vào ngành dệt may và vẫn gắn bó cho đến bây giờ, ông Giang tâm sự, môi trường dệt may đã đào tạo, vun đắp cho tôi ngày một trưởng thành.

Theo ông Giang, mốc năm 1991 gây ảnh hưởng rất lớn tới Việt Nam và ngành dệt may nói riêng. Đây là năm Liên Xô và Đông Âu tan rã, không còn những kế hoạch hóa thời bao cấp, thị trường nhập khẩu nguyên liệu và xuất khẩu cũng chấm dứt. Tầm nhìn của Đảng và Nhà nước về việc đổi mới khá sớm, từ năm 1986, Đại hội VI đã xác định Việt Nam quyết tâm đổi mới. Sau năm 1991, chúng ta bước vào giai đoạn quyết tâm hiện đại hóa đất nước. Ngành dệt may cũng phải thay đổi, đáp ứng những yêu cầu của thời kỳ mới. Thời điểm này, ngành công nghiệp dệt may chính là ngành đi đầu trong đổi mới tư duy và cơ chế quản lý kinh tế. Có thể kể đến một điển hình như Dệt Phong Phú đã xuất hiện và trở thành mô hình thí điểm đổi mới về quản lý.



Ông Vũ Đức Giang

Năm 1995, Tập đoàn Dệt May Việt Nam (Vinatex) được thành lập, là doanh nghiệp lớn nhất của ngành dệt may, tập hợp 120 đơn vị thành viên và liên kết, hoạt động chủ yếu trong lĩnh vực dệt may. Với vai trò hạt nhân trong sự phát triển của toàn ngành, Tập đoàn đi đầu trong việc tháo gỡ những tồn tại, khó khăncủa thời kỳ hoạt độngbao cấp, chuyển đổi từ cơ chế hành chính sang hạch toán kinh doanh theo cơ chế thị trường, mà trọng tâm là xuất khẩu ra thị trường quốc tế.

Ông Giang nhớ lại, lúc bấy giờ hàng loạt nhà máy gặp khó khăn, năm 1996, Chủ tịch HĐQT Vinatex Trần Quang Sừng và Tổng Giám đốc Bùi Xuân Khucùng HĐQTranghị quyết mà nay đã trở thành truyền thống văn hóa tốt đẹp của Vinatex, đó là đơn vị mạnh hỗ trợ đơn vị yếu, hàng loạt cánbộdoanh nghiệpphía Nam đã ra Bắc giúp đỡ các đơn vị như: Dệt May Nam Định, May Hưng Yên, May Đáp Cầu, Dệt Lụa Nam Định, May 10,… vực dậycảvùng dệt may, thêm sinh khí mới và khởi sắc. Điều đó thể hiện sự đoàn kết, gắn bó, chia sẻ và gánh vác trách nhiệm chung của các thành viên trong Vinatex, để cùng đi trên con đường phát triển, tạo dựng xuyên suốt một ngôi nhà Vinatex.

Ông Giang chia sẻ, chính khi đó "cái khó đã ló ra cái khôn", đòi hỏi doanh nghiệp phải nỗ lực "làm mới" mình, nâng cao năng lực sản xuất kinh doanh. Doanh nghiệpxác định cần phải thâm nhập vào thị trường trong nước, thị trường nội địa và bước đầu tìm thị trường ở nước ngoài. Sự hỗ trợ giữa các đơn vị với nhau thể hiện rõ nét từ chia sẻ đơn hàng, thiết bị, công nghệ đến nguồn lực con người. Doanh nghiệp ngành dệt, ngành may có sự kết nối, tạo ra bước đi trong giải pháp phát triển của Vinatex.

Đặc biệt, chính giai đoạn này, các doanh nghiệp tái cấu trúc dựa trên chính nội lực của mình. Đợt tái cấu trúc này cũng bộc lộ một loạt những bất cập cần phải đánh giá, nhìn nhận lại. Cụ thể như vai trò của những người lãnh đạo, HĐQT Vinatex đưa ra hàng loạt những quyết định để sắp xếp lại mô hình, tái cấu trúc từng doanh nghiệp, từng lĩnh vực ngành hàng. Ông Giang cho rằng, những quyết sách của lãnh đạo Vinatex lúc bấy giờ là kịp thời, cấp bách, đúng đắn, mang lại nhiều kết quả rõ nét cho sự phát triển của doanh nghiệp. Vinatex có vai trò dẫn dắt trong ngành Dệt May Việt Nam, đồng thời thể hiện được vị thế, uy tín đối với nền kinh tế đất nước và các nhãn hàng lớn trên thế giới. Vinatex - thương hiệu dệt may Việt Nam đã vượt ra ngoài



lãnh thổ, có uy tín trên thị trường toàn cầu. Nhiều tổ chức quốc tế, các nhà đầu tư nước ngoài, khi vào Việt Nam đầu tư đã đến tìm hiểu, học hỏi Vinatex.

Ông Giang đánh giá rất cao quá trình phát triển của Vinatex, đặc biệt giai đoạn chuyển từ doanh nghiệp nhà nước sang mô hình tập đoàn cổ phần hóa từ năm 2015. Mô hình này đã khẳng định việc thực hiện chủ trương đường lối của Đảng và Nhà nước, Chính phủ đối với các doanh nghiệp cổ phần hóa, trong đó có Vinatex là hiệu quả. Giai đoạn này Vinatex cũng thích ứng với những đòi hỏi của một nền kinh tế cạnh tranh toàn cầu, một lĩnh vực ngành hàng khi thực hiện các hiệp định thương mại tự do thế hệ mới. Vinatex bước vào giai đoạn thay đổi và chuyển mình. Quá trình hình thành và phát triển chung của Vinatex nói riêng, ngành dệt may nói chung đã bước vào một giai đoạn hội nhập có tính toàn cầu.



Ông Giangchorằng,ngànhdệtmay và Vinatex đã thực hiện được một chiến lược, giải pháp mà Đảng và Nhà nước, Chính phủ đặt ra, đó là hội nhập, thực hiện chiến lược đầu tư về lĩnh vực ngành công nghiệp kéo sợi, ngành công nghiệp dệt nhuộm, vàngành côngnghiệpmay.

Tăng trưởng xuất khẩu của Vinatex từ năm 2014, 2015 đáng được khích lệ. Giai đoạn này có 5 yếu tố tác động sống còn đến sự phát triển của Tập đoàn: một là tính hội nhập; hai là khả năng nguồn lực thích ứng được với đòi hỏi hội nhập toàn cầu; ba là công nghệ và tự động hóa, các doanh nghiệp đã đầu tư vào công nghệ; bốn là xây dựng thương hiệu, nhãn hiệu, các công ty có vốn của Vinatex bắt đầu xây dựng thương hiệu của mình, như xây dựng thương hiệu của ngành sợi, ngành dệt, ngành may, giai đoạn này cũng nhìn nhận được vị thế, tầm của Vinatex; năm là sự quan tâm của Đảng, Nhà nước, Chính phủ, Vinatex được nhận rất nhiều những phần thưởng cao quý như Anh hùng Lao động, Huân chương Sao vàng, Huân chương Hồ Chí Minh. Nhiều cá nhân và doanh nghiệp thuộc Vinatex cũng được ghi nhận, đánh giá cao và được nhận những phần thưởng cao quý.

VITAS ĐỒNG HÀNH XÂY DỰNG NGÀNH DỆT MAYVIỆT NAM

Ông Giang chia sẻ, Hiệp hội Dệt May Việt Nam (Vitas) có ngày hôm nay thì không thể không nhắc tới sự đóng góp to lớn, toàn diện của Vinatex ở 3 trụ cột chính. Đó là, trụ cột nguồn lực của Vinatex sang thực hiện nhiệm vụ quản lý chung của ngành Dệt May Việt Nam; trụ cột cơ sở vật chất của Vinatex tạo điều kiện hỗ trợ cho Hiệp hội Dệt May Việt Nam hình thành và phát triển gần 20 năm vừa qua; trụ cột thứ ba là những hội viên cốt lõi, ban đầu là doanhnghiệpthuộc Vinatex. Hiệp hội cóđược ngày hôm nay, hạt nhân ban đầu cũng là Vinatex.



Hiệp hội Dệt May Việt Nam (Vitas) có ngày hôm nay thì không thể không nhắc tới sự đóng góp to lớn, toàn diện của Vinatex ở 3 trụ cột chính. Đó là, trụ cột nguồn lực của Vinatex sang thực hiện nhiệm vụ quản lý chung của ngành Dệt May Việt Nam; trụ cột cơ sở vật chất của Vinatex tạo điều kiện hỗ trợ cho Hiệp hội Dệt May Việt Nam hình thành và phát triển gần 20 năm vừa qua; trụ cột thứ ba là những hội viên cốt lõi, ban đầu là doanh nghiệp thuộc Vinatex.

Với vai trò là Chủ tịch Vitas, ông Giang bày tỏ lời cảm ơn chân thành tới các vị lãnh đạo tiền bối, những lãnh đạo của ngành Dệt May Việt Nam nói chung, các vị lãnh đạo của Vinatex qua từng thời kỳ, từng giai đoạn đã luôn quan tâm, đóng góp, hỗ trợ cả về tinh thần, vật chất và nhân lực cho ngành Dệt May Việt Nam. Hiện nay, Vitas có những vị thế quan trọng trong ngành dệt may. Tiếng nói của Hiệp hội đối với ngành dệt may toàn cầu, với Chính phủ và các bộ, ngành địa phương về cơ chế, chính sách. Với tổ chức quốc tế, Vitas có vị thế, uy tín với đại sứ các nước, làm tốt công tác đối ngoại, luôn luôn trao đổi, đồng hành với hơn 20 tổ chức quốc tế.

Vitas có gần 1.000 hội viên, hội viên rất đa dạng, không chỉ ở lĩnh vực dệt may mà còn ngành hàng khác. Là tổ chức xã hội – nghề nghiệp, được thành lập trên cơ sở tự nguyện, bình đẳng của các tổ chức, cá nhân của mọi thành phần kinh tế hoạt động trong lĩnh vực sản xuất, xuất khẩu, tiêu thụ, dịch vụ thuộc chuyên ngành kinh tế - kỹ thuật dệt may Việt Nam, ngày càng nhiều doanh nghiệp tự nguyện xin tham gia Hiệp hội, ông Giang cho rằng, điều này cũng khẳng định uy tín của Vitas.

Là tổ chức phi Chính phủ, Vitas hỗ trợ doanh nghiệp về thông tin, chiến lược, liên kết chuỗi, cùng xây dựng giải pháp cho chiến lược phát triển dệt may tầm nhìn đến năm 2030-2035.

Vitas tổ chức hội thảo chuyên đề, hội trợ, sự kiện ở trong nước, nước ngoài. Là tổ chức đại diện cho cộng đồng doanh nghiệp, Vitas nắm bắt những khó khăn, vướng mắc của doanh nghiệp để kiến nghị, đề xuất giảipháp với các cơ quan Nhà nước,



với Chính phủ, góp phần xây dựng cơchế, chính sách hoàn chỉnh, phù hợp hơn. Vitas cũng là thành viên của VCCI – Liên đoàn Thương mại và Công nghiệp Việt Nam, thành viên trong Hội đồng tiền lương quốc gia, tiếng nói của Vitas được đánh giá cao và luôn có sự kết nối với cơ quan truyền thông, báo chí để chia sẻ những lĩnh vực ngành Dệt May Việt Nam đang đổi mới và phát triển…

Chúng ta cần có tài chính xanh, doanh nghiệp một lúc không thể vừa đầu tư cơ sở vật chất, vừa chi phí cho tổ chức hệ thống đánh giá, vì vậy ông Giang mong rằng, Chính phủ có cơ chế tạo cho doanh nghiệp nói chung và doanh nghiệp ngành dệt may nói riêng có một nguồn tài chính với lãi suất thấp, hoặc doanh nghiệp đạt tiêu chuẩn chứng chỉ xanh thì được giảm thuế cho doanh nghiệp, ví dụ giảm 1-2% thuế thì cũng tạo động lực, khuyến khích cho doanh nghiệp trong việc thực hiện chủ trương đến năm 2050 giảm phát thải về 0.

ĐẦU TƯ PHÁT TRIỂN CHIỀU SÂU

40 năm gắn bó với ngành dệt may, theo góc độ nhìn nhận của ông Giang, bài học có được khi doanh nghiệp làm xuất khẩu hàng hóa, trước tiên dựa vào nội lực từ doanh nghiệp, thứ hai chủ động tiếp cận, mời gọi đầu tư từ nước ngoài, thứ ba là chuyển đổi công ty cổ phần, để doanh nghiệp mạnh dạn đầu tư, có đà tăng trưởng nhanh. Chủ trương cổ phần hóa là đúng đắn, hiệu quả, HĐQT,cơquan điều hành có sự bứt phá trong quản trị doanh nghiệp, hội tụ nguồn lực phát huy năng lực sản xuất kinh doanh.

Nhiều doanh nghiệp dệt may đã có sự bứt phá mạnh mẽ, khi chưa cổ phần hóa, nhiều doanh nghiệp có 1.000 lao động mà sau đó phát triển lớn mạnh đến 7.000 lao động.

Năm 2023 có thể nói là năm chồng chất khó khăn đối với ngành dệt may, khi bất ổn kinh tế, chính trị kéo theo lạm phát, làm kìm hãm các chỉ tiêu tiêu dùng từ các thị trường xuất khẩu lớn của Việt Nam, trong khi đó mặt hàng dệt may không phải là nhóm hàng thiết yếu nên tỷ lệ sụt giảm rất cao. Tuy nhiên, thị trường lúc thăng, lúc trầm không phải là câu chuyện bất thường mà quan trọng là doanh nghiệp giữ vững tiềm lực, năng lực để vượt khó, trụ vững trước khó khăn, tạo đà bứt phá trước những bước chuyển tích cực của thị trường. Năm 2024 đã đến gần, nói về câu chuyện phát triển bền vững, xanh hóa dệt may, ông Giang khẳng định đây là xu thế tất yếu mà ngành dệt may và Vinatex cần tiếp tục thực hiện.

Bangladesh là địa chỉ mới nổi về xuất khẩu dệt may trong năm 2023.

Qua tìm hiểu, nghiên cứu về ngành dệt may của các quốc gia cạnh tranh, trong đó có Bangladesh, ông Giang nhìn nhận, tham gia vào các hiệp định thương mại, sân chơi toàn cầu, chúng ta cần tiếp tục đầu tư bền vững, đẩy mạnh quản trị số. Thực tế, xanh hóa trong ngành Dệt May Việt Nam không còn là câu chuyện định hướng tương lai, các doanh nghiệp đã bắt tay vào làm trong nhiều năm trở lại đây. Đơn cử như doanh nghiệp đang chuyển dần nồi hơi đốt than sang sử dụng điện để giảm thiểu khí thải carbon ra môi trường, đồng thời lắp đặt hệ thống điện mặt trời áp mái. Nhiều sản phẩm may mặc được sản xuất từ sợi cotton, sợi polyester pha với sợi tái chế (sợi làm từ các sản phẩm thiên nhiên, phế phẩm hoặc sản phẩm dệt may dư thừa). Chúng ta chỉ còn thiếu khâu tổ chức thế giới đánh giá chứng nhận về các chỉ số phát triển bền vững ESG (môi trường, xã hội và quản trị) và tiêu chuẩn LEED (định hướng thiết kế về năng lượng và môi trường). Do vậy, ông Vũ Đức Giang cho rằng, các doanh nghiệp dệt may sẽ phải quyết liệt với lộ trình xanh hóa hơn trong giai đoạn 2030-2050.

Chúng ta cần có tài chính xanh, doanh nghiệp một lúc không thể vừa đầu tư cơ sở vật chất, vừa chi phí cho tổ chức hệ thống đánh giá, vì vậy ông Giang mong rằng, Chính phủ có cơ chế tạo cho doanh nghiệp nói chung và doanh nghiệp ngành dệt may nói riêng có một nguồn tài chính với lãi suất thấp, hoặc doanh nghiệp đạt tiêu chuẩn chứng chỉ xanh thì được giảm thuế cho doanh nghiệp, ví dụ giảm 1-2% thuế thì cũng tạo động lực, khuyến khích cho doanh nghiệp trong việc thực hiện chủ trương đến năm 2050 giảm phát thải về 0.

Xu thế này là tất yếu, chúng ta không đứng ngoài cuộc đua toàn cầu. Nhưng để phát triển bền vững, theo ông Giang vẫn rất cần sự đồng bộ từ cơ chế, chính sách của Nhà nước, nội lực của mỗi doanh nghiệp và cần nguồn lực duy trì tài chính để đầu tư vào công nghệ.

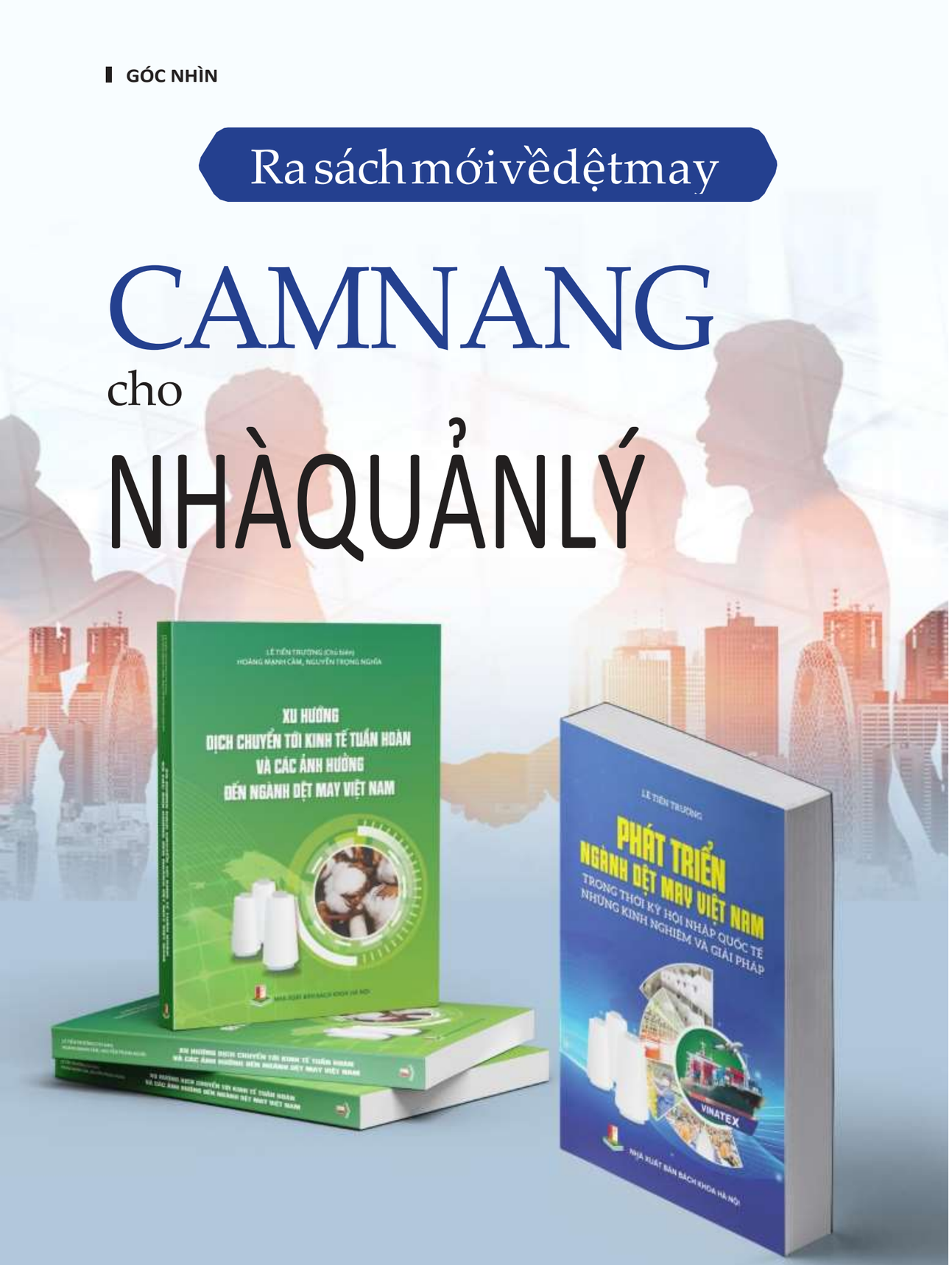
Nguyên Chủ tịch HĐQT Tập đoàn Dệt May Việt Nam Vũ Đức Giang bày tỏ, ngôi nhà chung Vinatex đã đứng vững trên thị trường trong nước và quốc tế, tập thể lãnh đạo HĐQT và toàn thể người lao động tiếp tục đoàn kết, bứt phá, sáng tạo, quyết đoán trong tiến trình hội nhập, bắt kịp xu thế về công nghệ, quản trị số, giải pháp phát triển bền vững để doanh nghiệp bắt kịp được với các doanh nghiệp nước ngoài đang đầu tư ở Việt Nam. Những doanh nghiệp này có vị thế và quy mô rất lớn về công nghệ, quản trị, phát triển bền vững, doanh thu, xuất khẩu…

Vinatex hiện là Tập đoàn có tầm ảnh hưởng chung cho tỷ trọng xuất khẩu, xong chúng ta cũng cần tạo ra những thương hiệu mạnh, mang tính khác biệt. Vinatex phát huy tiềm lực vươn ra nước ngoài, đầu tư ở các nước khác, như các tập đoàn, doanh nghiệp nước ngoài họ đầu tư tại Việt Nam nhằm khẳng định hơn nữa vị thế của Vinatex trên toàn cầu trong thời gian tới. Vinatex sẽ lớn mạnh và có tên tuổi đầu tư trên thế giới. Để rồi tự hào trong quá trình phát triển 10 năm, 20 năm tới trên bản đồ dệt may toàn cầu Vinatex có thương hiệu quốc gia, sản phẩm có trên các siêu thị, cửa hàng chuyên bán các sản phẩm cao cấp.❑



Ra sách mới về dệt may

CẨM NANG cho NHÀ QUẢN LÝ



Nhà xuất bản Bách Khoa Hà Nội vừa chính thức xuất bản hai cuốn sách do ông Lê Tiến Trường - Chủ tịch HĐQT Tập đoàn Dệt May Việt Nam (Vinatex) là tác giả và chủ biên. Đó là cuốn "Phát triển ngành Dệt May Việt Nam trong thời kỳ hội nhập kinh tế quốc tế - Những kinh nghiệm và giải pháp" và cuốn "Xu hướng dịch chuyển tới kinh tế tuần hoàn và các ảnh hưởng đến ngành Dệt May Việt Nam". Hai cuốn sách bổ sung thêm nguồn tư liệu có giá trị lý luận và ứng dụng vào thực tiễn phát triển ngành Dệt May Việt Nam, là sản phẩm đặc biệt hướng đến kỷ niệm 30 năm thành lập Tập đoàn Dệt May Việt Nam (1995-2025).

Dệt May và Thời Trang Việt Nam trân trọng giới thiệu bài viết cảm nhận về cuốn sách "Phát triển ngành Dệt May Việt Nam trong thời kỳ hội nhập kinh tế quốc tế - Những kinh nghiệm và giải pháp" của TS. Lê Quốc Ân - Nguyên Chủ tịch HĐQT Tập đoàn Dệt May Việt Nam và Hiệp hội Dệt May Việt Nam.



Tôi đã nhận được bản thảo cuốn sách của anh Lê Tiến Trường, Chủ tịch HĐQT Tập đoàn Dệt May Việt Nam, có tựa đề: "Phát triển ngành Dệt May Việt Nam trong thời kỳ hội nhập quốc tế- Những kinh nghiệm và giải pháp".

Cuốn sách dày 550 trang là tập hợp một cách có hệ thống những bài viết của tác giả đã được đăng tải trên các phương tiện truyền thông trong 10 năm gần đây, có nội dung liên quan đến nhiều khía cạnh, nhiều góc nhìn về sự phát triển của ngành Dệt May Việt Nam.

Cảm nhận đầu tiên của tôi sau khi đọc tập sách này là sự thích thú về khả năng tổng hợp và kiến thức uyên bác của tác giả đối với những vấn đề được nêu ra. Từ những vấn đề vĩ mô về quản lý ngành đến các vấn đề quản trị doanh nghiệp, từng chủ đề đã được tác giả phân tích và đánh giá khách quan, đa chiều và khoa học trước khi dùng kinh nghiệm thực tiễn của mình để đi đến những kết luận chính xác.

Từ sau khi có chính sách mở cửa và hội nhập kinh tế với thế giới của Nhà nước, ngành Dệt May Việt Nam cũng như nhiều ngành kinh tế khác đã có nhiều cơ hội cũng như thách thức trong con đường cạnh tranh và phát triển bền vững của mình. Đặc biệt là sau khi nước ta gia nhập Tổ chức Thương mại Thế giới (WTO) và tham gia nhiều hiệp định thương mại tự do (FTA), thì cơ hội và thách thức của ngành dệt may lại càng rõ nét.

Qua nghiên cứu và tổng hợp tình hình, tác giả đã có những nhận định, đóng góp thiết thực để giải quyết nhiều vấn đề mà vốn bản thân nó đã chất chứa những mâu thuẫn nội tại khắc nghiệt.

Trước hết, tôi hoàn toàn tán thành nhận định về vai trò và dư địa phát triển của ngành dệt may tại Việt Nam trong thời gian vài chục năm tới khi mà bối cảnh cạnh tranh xuất khẩu ngày càng khốc liệt và



cuộc Cách mạng công nghiệp lần thứ tư đang diễn ra với tốc độ vũ bão, hăm dọa sự tồn tại của những ngành thâm dụng lao động như dệt may, da giày… Qua phân tích, tác giả đã khẳng định tại các quốc gia hiện phát triển hơn Việt Nam như Đài Loan, Hàn Quốc, Trung Quốc… ngành dệt may của họ vẫn có đóng góp quan trọng trong phát triển kinh tế xã hội qua việc thu ngoại tệ từ xuất khẩu, phát triển chuỗi cung ứng và công nghiệp phụ trợ, ổn định dân sinh… Mục tiêu phát triển kinh tế nước ta đã được Đảng định hướng: đạt GDP bình quân đầu người khoảng 5.000 USD vào năm 2025 và khoảng 7.500 USD vào năm 2030. Với tốc độ phát triển kỳ vọng từ 6% đến 7% mỗi năm, thì trong vòng 10 đến 20 năm tới chúng ta vẫn chưa có GDP đầu người vượt qua mức đạt hiện nay của các nước nói trên. Do vậy, kinh tế đất nước vẫn còn đặt một phần quan trọng vào sự phát triển của dệt may, một ngành kinh tế quan trọng.

Cảm nhận đầu tiên của tôi sau khi đọc tập sách này là sự thích thú về khả năng tổng hợp và kiến thức uyên bác của tác giả đối với những vấn đề được nêu ra. Từ những vấn đề vĩ mô về quản lý ngành đến các vấn đề quản trị doanh nghiệp, từng chủ đề đã được tác giả phân tích và đánh giá khách quan, đa chiều và khoa học trước khi dùng kinh nghiệm thực tiễn của mình để đi đến những kết luận chính xác.

Cuộc cách mạng Công nghiệp 4.0 đang tiến triển với tốc độ vũ bão và hiện đang được các ngành kinh tế kỹ thuật, trong đó có ngành dệt may áp dụng để tăng hiệu năng quản lý và năng suất lao động. Một câu hỏi lớn đã được đặt ra: Liệu robot với AI thế hệ mới có thể thay thế lao động trong ngành dệt may hay không? Nếu điều này trở thành hiện thực, thì những nước châu Á sẽ mất năng lực cạnh tranh trong sản xuất dệt may, vì các nhà máy sản xuất được trang bị robot sẽ có khuynh hướng được tái lập tại ngay thị trường tiêu thụ. Thực tế, khâu tự động hóa và robot hóa đã và đang được triển khai nhanh ở công đoạn kéo sợi- với mức tiết giảm khoảng 60-70 lực lượng lao động trong sản xuất so với trước đây. Tuy nhiên, công đoạn kéo sợi không phải là công đoạn thâm dụng lao động trong chuỗi sản xuất dệt-may. Công đoạn may mới là khâu sử dụng đến trên 80% lao động của ngành thì theo nghiên cứu của tác giả, vẫn chưa thể robot hóa được trong vòng vài chục năm tới. Do vậy, những nước có lực lượng lao động dồi dào và khéo tay như Việt Nam vẫn còn nhiều dư địa trong phát triển ngành dệt may.

Một vấn đề quan trọng và hóc búa khác cũng đã được tác giả đặt ra: Ngành Dệt May Việt Nam phải cạnh tranh bằng khả năng của chuỗi cung ứng tốt, cung cấp nguyên phụ liệu tại chỗ kịp thời và phải thực hiện triệt để chiến lược sản xuất xanh, sản xuất bền vững và thân thiện môi trường. Tuy nhiên, việc phát triển các dây chuyền nhuộm và hoàn tất để cung cấp vải tại chỗ, lại có khả năng gây ra ô nhiễm môi trường nghiêm trọng? Qua nghiên cứu những công nghệ mới và hoạt động quản lý môi trường tại những khu vực nhuộm và hoàn tất ở một số nước châu Âu và ở một số khu công nghiệp dệt nhuộm mới tại Trung Quốc, tác giả đã khẳng định những vấn đề tưởng như mâu thuẫn nói trên có thể được giải quyết một cách rốt ráo với qui chế và tinh thần trách nhiệm của doanh nghiệp và nhà nước. Từ đó, tác giả đã đề xuất cơ chế khuyến khích xây dựng và quản lý các khu công nghiệp dệt nhuộm thân thiện môi trường một cách tập trung. Khuyến khích việc hình thành chuỗi doanh nghiệp sản xuất xanh và sản xuất tuần hoàn trong các tập đoàn và tổng công ty trong ngành. Đây là vấn đề cốt lõi trong chiến lược phát triển của ngành dệt may đất nước trong bối cảnh mới, cần có sự vào cuộc của Chính phủ, các địa phương và doanh nghiệp trong thời gian tới.



Yếu tố con người là yếu tố có tính quyết định trong phát triển doanh nghiệp và phát triển ngành đã được tác giả hết sức xem trọng qua một loạt các bài viết trong cuốn sách. Xây dựng nền văn hóa doanh nghiệp tạo môi trường cho nguồn nhân lực phát triển. Rút kinh nghiệm kịp thời các mô hình quản lý đang áp dụng để tăng hiệu lực quản trị. Đào tạo và hình thành một lớp cán bộ tài năng mới, cán bộ trẻ chất lượng cao- những người có khả năng thực hiện và dẫn dắt người khác thực hiện việc áp dụng công nghệ mới, áp dụng các mô hình quản lý mới trong thời đại số, những người có khả năng làm nên sự nghiệp cho đơn vị và cho cả ngành là những vấn đề mà tôi rất tâm đắc cùng tác giả trong cuốn sách này.

Yếu tố con người là yếu tố có tính quyết định trong phát triển doanh nghiệp và phát triển ngành đã được tác giả hết sức xem trọng qua một loạt các bài viết trong cuốn sách. Xây dựng nền văn hóa doanh nghiệp tạo môi trường cho nguồn nhân lực phát triển. Rút kinh nghiệm kịp thời các mô hình quản lý đang áp dụng để tăng hiệu lực quản trị.

Ngành Dệt May Việt Nam đã đạt kim ngạch xuất khẩu 44 tỉ USD năm 2022 với mức xuất siêu trên 19 tỉ USD (chiếm 43% kim ngạch xuất khẩu). Ngành cũng đã thu dụng gần 3 triệu lao động với mức thu nhập và đóng góp bình quân tương đương với GDP/đầu người của đất nước. Tôi hy vọng trong 10 năm tới, kim ngạch xuất khẩu của ngành sẽ đạt khoảng 70 tỉ USD và thu dụng thêm hàng triệu lao động như mong ước của tác giả trong tập sách này.❑



Nhìn lại ngành dệt may năm 2023
VƯỢT QUA CƠN BÃO

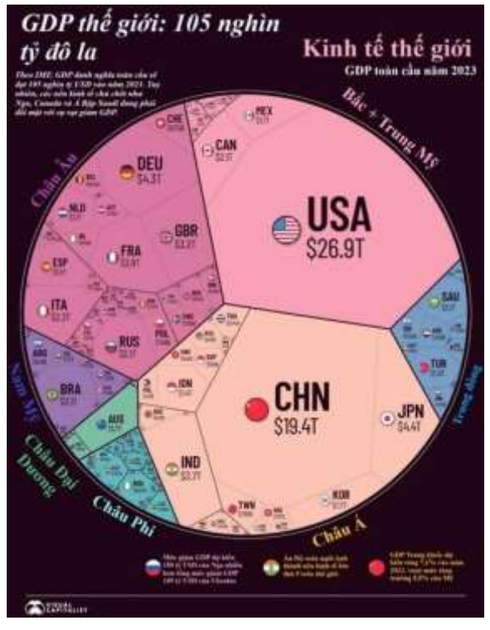
Bài: NGUYỄN TRỌNG NGHĨA

Cơn bão kinh tế trong năm 2023 đã làm biến động thị trường, gây không ít sóng gió đối với nền kinh tế thế giới. Theo dự báo của các tổ chức tài chính lớn trên thế giới, giai đoạn cuối năm 2023 và sang cả 2024 nền kinh tế thế giới tiếp tục đối mặt với thách thức dai dẳng với nhiều rủi ro tiềm ẩn, tạo áp lực không hề nhỏ cho các doanh nghiệp hiện nay đặc biệt là doanh nghiệp chú trọng xuất khẩu như dệt may. Trong bối cảnh đó, ngành dệt may cần làm gì để có thể vượt sóng thành công giữa triển vọng kinh tế bất định như hiện nay?

BỐI CẢNH KINH TẾ THẾ GIỚI NĂM 2023 VÀ TRIỂN VỌNG 2024

Năm 2023 chuẩn bị khép lại, các tổ chức quốc tế đã cập nhật, điều chỉnh lại dự báo về chỉ số tăng trưởng và lạm phát mục tiêu. Trong báo cáo tháng 10, Quỹ Tiền tệ Quốc tế (IMF) đưa ra dự báo tăng trưởng GDP toàn cầu ở mức 2,9% vào năm 2024, giảm từ mức 3% năm 2023 và 3,5% năm 2022. Trong đó, các nền kinh tế tiên tiến chỉ tăng trưởng 1,5% trong năm 2023 và 1,4% trong năm 2024 trong khi các nền kinh tế mới nổi và đang phát triển sẽ duy trì mức tăng trưởng 4% trong 2 năm 2023 và 2024. IMF coi sự suy thoái ở các nền kinh tế tiên tiến là thủ phạm chính kìm hãm tăng trưởng kinh tế.

Với chính sách tiền tệ thắt chặt chưa từng có trong lịch sử, lạm phát toàn cầu giảm tốc trong nửa cuối năm 2023 nhưng vẫn duy trì ở mức cao. Theo IMF, tỷ lệ lạm phát toàn cầu dự kiến sẽ giảm từ mức đỉnh 8,7% năm 2022 xuống còn 6,9% năm 2023 và 5,8% vào năm 2024.



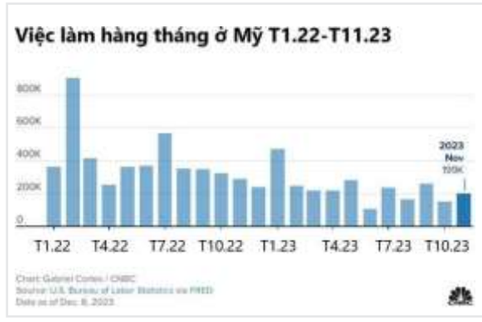
Nguồn: Báo cáo IMF

BỐI CẢNH KINH TẾ CÁC THỊ TRƯỜNG TIÊU THỤ DỆT MAY LỚN

Ở thị trường Mỹ, từ đầu năm 2022 cho tới nay Cục dự trữ liên bang (FED) đã 11 lần tăng lãi suất để kiềm chế lạm phát. Trong cuộc họp tháng 11/2023, FED quyết định giữ nguyên lãi suất qua đêm ở mức 5,25%-5,5%, mức cao nhất trong vòng 22 năm qua. Bằng những nỗ lực đó, lạm phát đã giảm mạnh về mức 3,2% trong tháng 10 từ mức 3,9% trong tháng 9. Chủ tịch FED Jerome Powell cho rằng sẽ còn quá sớm để kết luận khi nào chính sách tiền tệ có thể được nới lỏng. Tuy nhiên, để duy trì thành quả trong cuộc chiến chống lạm phát, FED được dự báo sẽ tiếp tục giữ "lãi suất cao trong thời gian dài" .Tăng trưởng GDP dự kiến sẽ chậm lại trong năm 2024 từ 2,1% xuống còn 1,5%.

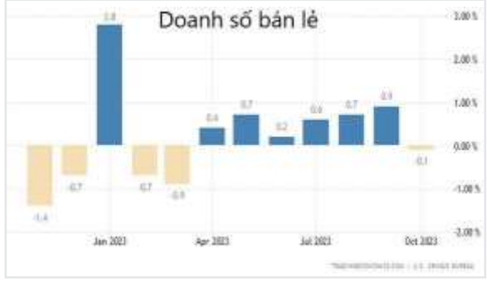
Theo báo cáo mới ra ngày 8/12 của Bộ Lao động Mỹ, việc làm phi nông nghiệp tháng 11 tăng 199.000, cao hơn so với dự báo của Dow Jones là 190.000 việc làm mới. Con số này cũng cao hơn mức tăng 150.000 việc làm trong tháng 10.

Tỷ lệ thất nghiệp giảm xuống 3,7% trong tháng 11 từ mức 3,9% trong tháng 10. Thu nhập bình quân mỗi giờ, thước đo chính của lạm phát đã tăng 0,4% trong tháng 11 - cao hơn so với ước tính 0,3% và tăng 4% so với một năm trước - phù hợp với dự báo.



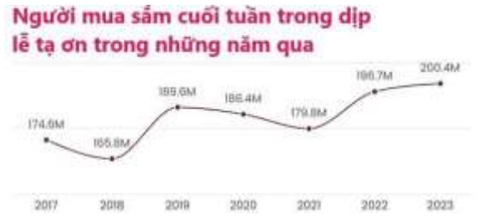
Nguồn: Cục Thống kê Lao động của Mỹ, CNBC

Doanh số bán lẻ tháng 10 tại Mỹ giảm 0,78% so với cùng kỳ và giảm 0,1% so với tháng 9, đây là mức giảm đầu tiên sau 6 tháng tăng liên tiếp.



Mặc dù doanh số bán lẻ giảm nhẹ, song chi tiêu hộ gia đình ở Mỹ, động lực chính đóng góp không nhỏ vào tăng trưởng quốc gia, vẫn tỏ ra mạnh mẽ trong bối cảnh kinh tế đầy biến động. Trong tháng 10, tiêu dùng cá nhân tăng 0,2%, đây là tháng thứ 7 tăng liên tiếp.

Dữ liệu từ Adobe Analytics cho thấy chi tiêu trực tuyến của người tiêu dùng đã tăng 7,8% trong tuần lễ điện tử, ngày Lễ tạ ơn, vượt xa kỳ vọng về mức tăng 5,4%. Trong dịp Black Friday vừa qua, số lượng người mua hàng tại Mỹ lập kỷ lục 200,4 triệu người trong 5 ngày từ ngày lễ Tạ ơn đến Cyber Monday (mức dự đoán ban đầu là 182 triệu người). Mặt hàng quần áo đứng đầu trong top 5 mặt hàng được mua làm quà tặng.





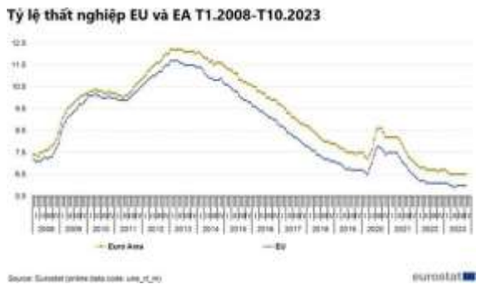


Về phía cầu, nhập khẩu hàng dệt may Mỹ tháng 10 đạt 8,91 tỷ USD giảm 17,7% so với cùng kỳ, trong đó hàng may mặc đạt 6,43 tỷ USD giảm 21,8% so với cùng kỳ. Lũy kế 10 tháng năm 2023, nhập khẩu hàng dệt may của Mỹ đạt 90 tỷ USD, giảm 21,5% so với cùng kỳ, trong đó hàng may mặc đạt 67,2 tỷ USD, giảm 22,7% so với cùng kỳ.

Ở châu Âu, bức tranh kinh tế vẫn ảm đạm trong bối cảnh cuộc chiến Nga – Ukraine tiếp tục gây áp lực lên triển vọng kinh tế ở lục địa già .GDP của châu Âu thực tế giảm dần vào cuối năm 2022 và hầu như không tăng trưởng trong ba quý vừa qua năm 2023. IMF dự báo EU sẽ tăng trưởng 1,3% trong năm 2023. Lạm phát tháng

11 năm 2023 tại EU đạt mức 2,4% thấp nhất kể từ tháng 10 năm 2021. Sau 10 lần tăng lãi suất kể từ tháng 7 năm 2022, EU hiện giữ nguyên lãi suất ở mức 4%. Cuộc khủng hoảng chi phí sinh hoạt đang diễn ra ở khu vực đồng euro đang khiến nhiều hộ gia đình căng thẳng.

Tại châu Âu, tín hiệu tiếp tục mang hướng tích cực đến từ việc lạm phát trong tháng 11 giảm xuống 2,4% (từ mức 5,3% trong tháng 8), mức thấp nhất kể từ tháng 10 năm 2021. Thị trường lao động EU tiếp tục hoạt động mạnh mẽ trong nửa đầu năm 2023, bất chấp tốc độ tăng trưởng kinh tế chậm lại. Trong quý 3, số người có việc làm tăng 0,2% so với quý 2 và trong tháng 9, tỷ lệ thất nghiệp vẫn ở mức 6% lực lượng lao động, gần mức thấp kỷ lục. Tỷ lệ thất nghiệp ở EU dự kiến sẽ duy trì ổn định ở mức 6,0% cho tới hết năm 2023 và cả năm 2024.



Theo EUROSTAT, lũy kế 8 tháng năm 2023, nhập khẩu hàng may mặc của EU đạt 61,15 tỷ USD, giảm 9,61% so với cùng kỳ. Nhập khẩu từ Trung Quốc đạt 16,19 tỷ USD, giảm 14,13% so với cùng kỳ, nhập khẩu từ Bangladesh đạt 13,33 tỷ USD, giảm 15,07% so với cùng kỳ, Thổ Nhĩ Kỳ đạt 7,35 tỷ USD giảm 10,8% so với cùng kỳ.

Nền kinh tế Trung Quốc đã phải đối mặt với nhiều trở ngại trong năm nay - bao gồm nợ chính quyền địa phương ngày càng tăng, thị trường nhà ở suy yếu và nhu cầu ảm đạm trong và ngoài nước - khi người tiêu dùng thắt chặt hầu bao, cảnh giác với những bất ổn trong bối cảnh kinh tế khó phục hồi. Kinh tế Trung Quốc còn ảm đạm hơn khi mà giá tiêu dùng (CPI) của Trung Quốc giảm nhanh nhất trong ba năm vào tháng 11, ở mức giảm 0,5% so với cùng kỳ. Đầu tư vào phát triển bất động sản tiếp tục hạ nhiệt trong 10 tháng năm 2023, giảm 9,3% so với cùng kỳ năm ngoái (9 tháng đầu năm 2023 giảm 9,1%). Tỷ lệ thanh niên thất nghiệp cao, mức nợ tăng cao và đồng nhân dân tệ suy yếu cũng đang làm phức tạp thêm nỗ lực phục hồi hoạt động của Bắc Kinh.

Khi những thách thức tài chính, địa chính trị mới đã và đang diễn ra đè nặng lên niềm tin của người tiêu dùng, thị trường thời trang ở Mỹ, châu Âu và Trung Quốc đang phải đối mặt với những cơn gió ngược khác nhau, đòi hỏi các nhà cung cấp, thương hiệu và nhà bán lẻ phải tăng cường lập kế hoạch dự phòng, cùng nhiều biện pháp khác.

XUẤT KHẨU DỆT MAY VIỆT NAM VÀ CÁC QUỐC GIA CẠNH TRANH

Xuất khẩu dệt may Việt Nam



Tháng 11/2023, kim ngạch xuất khẩu dệt may (KNXK) cả nước đạt 3,3 tỷ USD, giảm 3,1% so với cùng kỳ. Giai đoạn 11 tháng KNXK dệt may Việt Nam đạt 36,1 tỷ USD, giảm 12,3% so với cùng kỳ năm 2022. Cả năm 2023, KNXK dệt may ước đạt 39,4 tỷ USD, giảm 11,7% so với cùng kỳ.

Về thị trường xuất khẩu, điểm sáng ở thị trường Trung Quốc khi KNXK tháng 11 tăng 18% so cùng kỳ năm trước, đạt 312 triệu USD. Thị trường Mỹ đạt 1,19 tỷ USD giảm 5% so với cùng kỳ (tháng 9 đạt 1,05 tỷ USD tăng 2% so với cùng kỳ). Các thị trường EU, Hàn Quốc đạt lần lượt 337 triệu USD, 195 triệu USD giảm lần lượt 7%, 18% so với cùng kỳ. Riêng thị trường Nhật tháng 11/2023, KNXK đạt 418 triệu USD, tăng 0,07% so với cùng kỳ.



Lũy kế 11 tháng, xuất khẩu đi Mỹ đạt 13,6 tỷ USD, giảm 18,8% so với cùng Kỳ, đi EU đạt 3,68 tỷ USD, giảm 13,4% so với cùng kỳ, đi Hàn Quốc đạt 3,34 tỷ USD, giảm 8,7% so với cùng kỳ, đi Trung Quốc đạt 3,26 tỷ USD, giảm 1,4% so với cùng kỳ. Duy nhất KNXK đi thị trường Nhật Bản giảm nhẹ với KNXK đạt 3,94 tỷ USD, giảm 0,3% so với cùng kỳ.

Xuất khẩu dệt may các quốc gia cạnh tranh

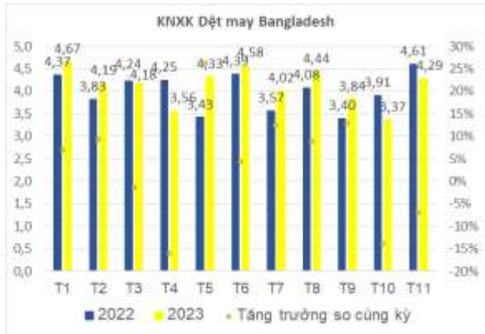
Xuất khẩu dệt may Trung Quốc



Trong tháng 11/2023, tổng KNXK dệt may của Trung Quốc đạt 23,66 tỷ USD, giảm 3% so với cùng kỳ, trong đó hàng may mặc và phụ kiện đạt 12,54 tỷ USD giảm 4,4% so với cùng kỳ, hàng dệt đạt 11,11 tỷ USD, giảm 1,3% so cùng kỳ.

Lũy kế 11 tháng năm 2023, tổng KNXK dệt may của Trung Quốc đạt 273 tỷ USD, giảm 8,5% so với cùng kỳ, trong đó hàng may mặc và phụ kiện đạt 148,2 tỷ USD, giảm 8% so cùng kỳ, hàng dệt đạt 124,7 tỷ USD, giảm 9,1% so cùng kỳ.

Xuất khẩu dệt may Bangladesh

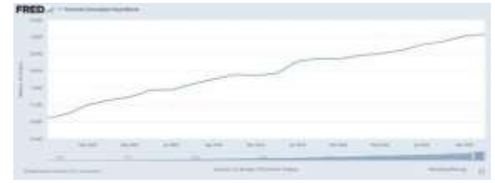


KNXK dệt may của Bangladesh tháng 11/2023 đạt 4,29 tỷ USD, giảm 7% so cùng kỳ. KNXK hàng may mặc đạt 4,05 tỷ USD, giảm 7,5% so cùng kỳ trong đó mặt hàng dệt kim đạt 2,31 tỷ USD giảm 3,2% so cùng kỳ và mặt hàng dệt thoi đạt 1,73 tỷ USD giảm 12,6% so cùng kỳ.

Lũy kế 11 tháng tổng KNXK dệt may của Bangladesh đạt 45,5 tỷ USD, tăng 3,2% so cùng kỳ. Tổng KNXK hàng may mặc đạt 42,8 tỷ USD, tăng 4,4% so cùng kỳ, trong đó mặt hàng dệt kim đạt 24 tỷ USD tăng 8,6% so cùng kỳ, mặt hàng dệt thoi đạt 18,7 tỷ USD giảm 0,6% so cùng kỳ.

VƯỢT QUA CƠN BÃO

Trải qua một năm 2023 đầy sóng gió, thậm chí đã có những thời điểm kinh tế toàn cầu đứng trước nguy cơ suy thoái, lãi suất và lạm phát đạt đỉnh kỷ lục, kinh tế trì trệ làm cho nhu cầu tiêu dùng của người dân sụt giảm, đặc biệt là ở các thị trường chính như châu Âu và Mỹ. Vào thời điểm cuối năm, thị trường đã bắt đầu có dấu hiệu khởi sắc. Mặc dù rủi ro sụng đột địa chính trị và áp lực lạm từ chính sách tiền tệ thắt chặt vẫn tiếp diễn, tuy nhiên giai đoạn khó khăn nhất có thể nói là đã qua. Lạm phát các nền kinh tế lớn đã hạ nhiệt, việc làm và thu nhập tại thị trường tiêu thụ lớn như Mỹ đã tăng lên, chi tiêu tiêu dùng cá nhân Mỹ vẫn tích cực sau 7 tháng tăng liên tiếp.



Nguồn: Cục Phân tích Kinh tế Hoa Kỳ

Theo báo cáo của McKinsey & Company, dự báo trong năm 2024, việc tiết kiệm chi phí trong ngành thời trang sẽ gần như đã tới giới hạn. Thay vào đó việc tăng doanh số bán hàng các chiến lược khuyến mại, giảm giá sẽ là ưu tiên chính thay vì tăng số lượng/sản lượng sản phẩm trên toàn ngành. Để tiếp tục đứng vững và hoạt động hiệu quả trong thị trường đầy biến động, ngành dệt may cần sẵn sàng tâm lý, chuẩn bị ứng phó bằng những giải pháp sau đây:

- Lập kế hoạch cho những tình huống biến động sắp tới, trang bị tốt hơn để quản lý chi phí và giá bán, sẵn sàng tăng tốc khi cơn bão bắt đầu tan.
- Chuẩn bị những chiến lược khuyến mại/giảm giá, sản xuất dựa theo nhu cầu và khả năng tiêu thụ thực tế của thị trường, tập trung vào những sản phẩm khó mang tính tay nghề cao.
- Minh bạch hóa và nâng cao khả năng truy xuất nguồn gốc (tracebility) trong chuỗi cung ứng để phù hợp với yêu cầu của thị trường xuất khẩu và nhà mua hàng.
- Tận dụng, khai thác công nghệ AI trong ngành thời trang từ khâu bán lẻ trực tuyến và trong lĩnh vực thiết kế.
- Tích cực mở rộng quan hệ, thị trường và khách hàng mới thông qua các chương trình xúc tiến thương mại, tận dụng các FTAs, ký kết biên bản hợp tác chiến lược với các nhà cung cấp, tìm hiểu cơ hội, khai thác thị trường mới phi truyền thống mà Chính phủ đang thúc đẩy quan hệ hợp tác như khu vực Trung Đông bao gồm UAE, Thổ Nhĩ Kỳ… khối thị trường chung Nam Mỹ (Mê-cô-sua).
- Trong giai đoạn trung và dài hạn, chủ động bám sát các yêu cầu về phát triển bền vững, ESG, tiêu chuẩn xanh của nhà mua hàng/xã hội; chuẩn bị kiến thức và nguồn lực hợp lý để tuân thủ các quy định mới của thị trường xuất khẩu, ví dụ như trách nhiệm mở rộng của nhà sản xuất (EPR) của EU (dự kiến sẽ chính thức áp dụng từ 1/1/2025).❑

CƠ HỘI NÀO CHO DỆT MAY VIỆT NAM TRONG NĂM 2024?

Bài: AN MY

Tận dụng những cơ hội nhỏ nhất từ thị trường, mở rộng tệp khách hàng, đa dạng hóa mặt hàng… là một trong những giải pháp được các DN dệt may thực hiện để duy trì hoạt động sản xuất kinh doanh. Năm 2024 dự báo còn rất nhiều khó khăn, DN đã xây dựng các kế hoạch thích ứng, duy trì hoạt động SXKD, giữ chân người lao động.

ĐÓN NHẬN NHỮNG CƠ HỘI NHỎ NHẤT TỪ THỊ TRƯỜNG

Theo ghi nhận của Hiệp hội Dệt May Việt Nam (Vitas), trong quý 4/2023 các DN đã bắt đầu có đơn hàng trở lại, thậm chí có những DN đã có một số đơn hàng lớn, thị trường ngành may bắt đầu ấm khi kỳ nghỉ Giáng sinh và Tết Dương lịch 2024 đang đến gần. Kỳ vọng khi sức mua của người tiêu dùng tăng lên trong dịp nghỉ lễ, kéo lượng hàng tồn kho giảm thì sẽ có những "điểm sáng" và cải thiện về thị trường trong năm 2024. Tuy nhiên, vẫn còn rất khó khăn khi tình hình xung đột địa chính trị, lạm phát trên toàn cầu vẫn còn ở mức cao, đồng thời dệt may vẫn luôn là mặt hàng không nằm trong thứ tự ưu tiên của người tiêu dùng tại các thị trường lớn như Hoa Kỳ, châu Âu…



Trước những khó khăn "bất định" của thị trường, đại diện Vitas cho biết, các DN cần tiếp tục mục tiêu đa dạng hóa thị trường, mặt hàng, khách hàng. Dựa trên những bài học kinh nghiệm của năm 2023; Phát triển bền vững, đi đôi với những yêu cầu của thị trường toàn cầu về dệt may bền vững. Đi sâu vào đầu tư quản trị số, giảm sử dụng nguyên liệu hóa thạch… để đáp ứng được các yêu cầu cao nhất của khách hàng; Đầu tư vào công nghệ hóa, tự động hóa ở các dây chuyền sản xuất nhằm đảm bảo tiến độ giao hàng nhanh, mã hàng nhỏ nhưng chất lượng sản phẩm cao. Đây chắc chắn sẽ là một trong những thay đổi mang tính chiến lược với các DN ngành may khi mà các đơn hàng lớn, chuyên biệt hóa sẽ ngày một ít đi; Tập trung giải pháp cho ngành công nghiệp thời trang.

Trong bối cảnh các quốc gia sản xuất dệt may có cạnh tranh gay gắt khi tổng cầu suy giảm, Việt Nam vẫn nổi lên là điểm sáng trong khu vực với sự ổn định về chính trị, năng lực sản xuất cao, tay nghề người lao động khéo léo, đồng thời các chính sách đãi ngộ cho NLĐ của Việt Nam đang tốt hơn với các quốc gia cạnh tranh như Bangladesh hay Campuchia. Trong chuyến khảo sát của Vitas và các DN dệt may tại Bangladesh, hiện nay quốc gia này mới chỉ có khoảng 200 nhà máy đạt chứng chỉ LEED Platinum trên tổng số 4.000 DN dệt may. Tuy nhiên,



Ảnh minh họa

họ có sự hậu thuẫn lớn từ phía các cơ quan truyền thông trong việc quảng bá và xây dựng hình ảnh toàn ngành. Nếu so với Việt Nam, thì chính sách và chế độ đãi ngộ đối với NLĐ còn ở mức rất thấp, do đó đây chắc chắn sẽ không phải là trở ngại của các DN dệt may Việt Nam trong thời gian tới. Điều quan trọng là các DN dệt may trong nước cần nâng cao hơn nữa năng lực, tay nghề NLĐ, linh hoạt trong sản xuất, chấp nhận các đơn hàng khó, có tính kỹ thật phức tạp nhưng có giá trị gia tăng cao…

LINH HOẠT TRONG SẢN XUẤT, MỞ RỘNG TỆP KHÁCH HÀNG

Bà Hoàng Thùy Oanh – Phó Tổng Giám đốc, Tổng Công ty CP Dệt May Hòa Thọ cho biết: Qua theo dõi và quan sát, chúng tôi thấy thời điểm hiện tại thị trường ngành may mặc chưa có định hình rõ nét và có thể tóm gọn vào 5 đặc điểm sau: (1) Thị trường năm 2024 sẽ còn có nhiều biến động, do đó các DN cần chủ động xây dựng các biện pháp thích ứng để giảm mức độ tác động khi thị trường xấu đi; (2) Theo dự báo của Wood Mackenzie thì GDP toàn cầu sẽ giảm so với năm 2023 và 2022, tình hình xung đột địa chính trị còn kéo dài… dẫn tới áp lực cho người tiêu dùng toàn cầu, giảm mua sắm các hàng hóa không thiết yếu trong đó có dệt may, điều này sẽ tác động trực tiếp tới tình hình đơn hàng của các DN dệt may; (3) DN dệt may sẽ có cơ hội tăng trưởng ở thị trường Mỹ và Nhật Bản khi Việt Nam thiết lập mối quan hệ đối tác chiến lược toàn diện với 2 quốc gia này; (4) Hành vi tiêu dùng của khách hàng đang dần thay đổi theo hướng chuyển sang bền vững với thời trang tuần hoàn, các sản phẩm sẽ mang tính đặc thù rõ nét hơn từ chất liệu cho tới giá thành; (5) Người tiêu dùng và các nước nhập khẩu ngày càng quan tâm hơn tới trách nhiệm của nhà nhập khẩu, các thành viên trong chuỗi cung ứng… điều này đặt ra những yêu cầu mới về năng lượng sạch, tái chế sản phẩm, trách nhiệm mở rộng của nhà sản xuất hay cơ chế điều chỉnh thuế carbon… và chắc chắn trong thời gian tới sẽ có thêm các tiêu chuẩn khác để hướng nhà sản xuất có trách nhiệm hơn đối với môi trường và người lao động.

Với 5 đặc điểm cơ bản của thị trường trong giai đoạn tới, Ban lãnh đạo Tổng Công ty đặt ra một số phương án để ứng phó, linh hoạt trong sản xuất và điều hành. Trong đó, tập trung vào công tác thị trường, những người làm công tác thị trường cần bám sát thị trường, đối tác để có những dự báo, xây dựng phương án cho sản xuất, duy trì hoạt động của doanh nghiệp; Với thị trường Mỹ và Nhật Bản cần nghiên cứu sâu về tệp khách hàng, nguồn hàng để tận dụng tối đa cơ hội tại 2 thị trường này, đồng thời tiếp tục mở rộng, xúc tiến thương mại tại các thị trường khác như: EU, Hàn Quốc, Thái Lan…; Với dự báo biến động liên tục về thị trường, tại các nhà máy cũng phải linh hoạt trong chuyển đổi mặt hàng theo năng lực tìm kiếm đơn hàng của phòng thị trường. Với xu hướng thời trang bền vững, thì sẽ cần có sự thay đổi về mặt chất liệu, cơ cấu mặt hàng sản xuất, tại Hòa Thọ hiện nay, tỷ trọng khách hàng ở phân khúc thấp còn tương đối nhiều, do đó Tổng Công ty tập trung nghiên cứu phát triển sản phẩm, dịch chuyển dần sang phân khúc trung và cao cấp. Trong trung và dài hạn, DN cần có sự đầu tư nghiêm túc, đáp ứng các tiêu chuẩn của thị trường nhập khẩu, thì DN mới có cơ hội tiếp cận nguồn hàng, duy trì hoạt động SXKD.

Cũng như vậy, bà Lê Thị Quê Hương – Phó Tổng Giám đốc, Công ty CP Sợi Phú Bài chia sẻ: Trong báo cáo của Công ty CP Sợi Phú Bài về kế hoạch năm 2024 gửi Tập đoàn Dệt May Việt Nam, chúng tôi vẫn nhận định thị trường ngành Sợi năm sau tương đối yếu, ít nhất là phải tới hết quý 1,2. Với Sợi Phú Bài, từ năm 2018 chúng tôi đã bắt đầu chuyển đổi và thực hiện kéo sợi recycled và tới thời điểm hiện tại, công ty đang chạy đủ công suất của 3 nhà máy với khoảng 70 – 80% là mặt hàng này. Mặc dù đánh giá đây là thị trường hẹp, nhưng với Sợi Phú Bài thì có lẽ đây là điều may mắn ở thời điểm hiện tại vì dù dung lượng thị trường nhỏ, nhưng vẫn có hiệu quả tuy không cao.

Với Nhà máy Sợi 3 – nhà máy sợi 2 tầng vừa đầu tư đồng bộ, trước đây chúng tôi chuyên kéo sợi 100% cotton, nhưng tới thời điểm này, công ty cũng đã phải chuyển đổi mặt hàng để đáp ứng với thị trường và khách hàng. Với thị trường, từ trước tới nay Sợi Phú Bài vẫn là một trong những đơn vị có thị trường xuất khẩu ổn định, tập trung vào 2 thị trường chính là Nhật Bản và Hàn Quốc. Mặc dù thị trường còn nhiều bất định khi cầu ngành may năm 2024 còn tương đối thấp, kế hoạch sản xuất hiện nay không còn tính theo quý và chỉ theo tháng, nhưng hiện tại chúng tôi đã cố gắng có đủ đơn hàng tới hết tháng 1 năm 2024 để chạy đủ công suất của 3 nhà máy.❑



Triển lãm ITMA ASIA + CITME 2022

Hành trình CHUYỂN ĐỔI SỐ

THEO HƯỚNG PHÁT TRIỂN HỆ THỐNG SẢN XUẤT HIỆN ĐẠI

Bài: ĐẶNG BÁ NAM

Triển lãm ITMA ASIA + CITME 2022 là triển lãm công nghệ dệt may lớn nhất khu vực Châu Á được tổ chức từ ngày 19-23/11/2023 tại Thượng Hải, Trung Quốc. Sau sự thành công của Triển lãm ITMA được tổ chức Milan- Ý, đây là triển lãm lớn thu hút được sự tham gia của nhiều hãng sản xuất máy móc thiết bị lớn cũng như nhiều khách hàng đến từ các quốc gia có ngành sản xuất dệt may lớn như Trung Quốc, Bangladesh, Thổ Nhĩ Kỳ, Ấn Độ ... cho thấy sự phục hồi mạnh mẽ của ngành dệt may thế giới sau đại dịch Covid- 19 cũng như trong bối cảnh ngành dệt may đang bị ảnh hưởng đáng kể của những yếu tố kinh tế và chính trị trên thế giới.

HỘI TỤ GIẢI PHÁP CÔNG NGHỆ DỆT MAY TIÊN TIẾN

Triển lãm ITMA (International Textile Machinery Exhibition) là sự kiện quan trọng hàng đầu trong lĩnh vực dệt may toàn cầu. Được tổ chức hai năm một lần, ITMA ASIA + CITME là nơi các nhà sản xuất, nhà thiết kế và các chuyên gia trong ngành công nghiệp dệt may tụ hội để giới thiệu những thành tựu, công nghệ tiên tiến và xu hướng mới nhất của ngành. ITMA ASIA + CITME thuộc sở hữu bởi CEMATEX (Ủy ban các nhà sản xuất thiết bị dệt may của Châu Âu) và đối tác Trung Quốc – Tiểu ban Công nghiệp Dệt May Trung Quốc (CCPIT-Tex), Hiệp hội Thiết bị Dệt May Trung Quốc (CTMA) và Trung tâm triển lãm Trung Quốc (CIEC).

Do năm 2022, Trung Quốc vẫn đóng cửa vì Covid-19 nên ITMA ASIA+CITME 2022 tại Thượng Hải, Trung Quốc được chuyển sang tổ chức trong năm 2023. Phiên bản năm nay đã thu hút được 1.500 nhà cung cấp tham gia đến từ 23 quốc gia trên thế giới, trong đó bao gồm các hãng thiết bị lớn nhất trên thế giới như: Truetzschler, Rieter, Uster, Picanol… Triển lãm năm nay trở lại với sứ mệnh mang đến những cái nhìn sâu sắc về sự phát triển của ngành công nghiệp dệt may và các xu hướng đang thay đổi cảnh quan sản xuất toàn cầu. Sự kiện này thu hút hàng ngàn khách tham quan từ khắp nơi trên thế giới, cung cấp một nền tảng lý tưởng cho các doanh nghiệp để giới thiệu và tìm hiểu về các giải pháp công nghệ tiên tiến và xu hướng sáng tạo trong ngành dệt may.

ITMA ASIA + CITME 2022 là nơi nhà sản xuất và khách tham quan tìm kiếm cơ hội hợp tác kinh doanh, nắm bắt xu hướng phát triển của ngành dệt may trên thế giới. Triển lãm là nơi các nhà sản xuất có thể tự hào về những sản phẩm và ý tưởng của họ, là nơi mọi người có thể thấy được những thành tựu mới nhất của dệt may thế giới hay nắm bắt được xu hướng sẽ xảy ra đối với ngành dệt may toàn cầu. ITMA ASIA+CITME 2022 tạo ra những cơ hội kết nối tốt nhất, nơi gặp gỡ những người ra quyết định quan trọng và những người có ảnh hưởng lớn trong ngành dệt may.

Với triển lãm hàng đầu châu Á này, Tập đoàn Dệt May Việt Nam đã cử nhiều cán bộ bao gồm lãnh đạo các doanh nghiệp, phụ trách kỹ thuật, đầu tư, kinh doanh… tham gia với mục đích tiếp cận các công nghệ tiên tiến của thế giới, làm việc với các đối tác sản xuất thiết bị và vật liệu. Đoàn công tác gồm nhiều thành viên ở các lĩnh vực sợi, dệt, nhuộm, may, chuyển đổi số… đã dành thời gian làm việc, tìm hiểu, học hỏi và cập nhật các kiến thức mới nhất trong ngành.





Đoàn công tác của Vinatex do ông Lê Tiến Trường – Chủ tịch HĐQT làm trưởng đoàn tham gia triển lãm và làm việc với các nhà sản xuất thiếtbị

ĐIỂM NHẤN TẠI ITMA ASIA + CITME 2022

Tại triển lãm lần này, bên cạnh giới thiệu các công nghệ tiên tiến hơn so với các phiên bản trước đây, các hãng tham gia đều thể hiện rõ nét hành trình chuyển đổi số theo hướng phát triển hệ thống sản xuất hiện đại, đồng bộ từ máy móc thiết bị đến hệ thống phần mềm quản lý tổng thể cho một nhà máy thông minh, tập trung vào phát triển bền vững và sử dụng năng lượngsạch.

Một số điểm nhấn chính tại ITMA ASIA + CITME 2022:

- *Công nghệ tiên tiến:* Triển lãm năm nay tại Thượng Hải tiếp tục trưng bày các công nghệ mới và tiên tiến đã được ra mắt tại ITMA 2023 tại Milan, Ý. Sự tiến bộ trong lĩnh vực trí tuệ nhân tạo, máy học (Machine learning), Internet vạn vật (Internet of Things - IoT) và tự động hóa được thể hiện trên các thiết bị, hệ thống và giải pháp dệt may tại triển lãm. Đa phần các nhà cung cấp thiết bị lớn và lâu đời đang phát triển mạnh mẽ hệ sinh thái của mình theo hướng cung cấp cho khách hàng những giải pháp trọn gói theo từng lĩnh vực Sợi – Dệt - Nhuộm – May cũng như theo chuỗi khép kín trên cơ sở nhu cầu khách hàng.Bêncạnhđó,nhiềuhãngmáy cũng giới thiệu những công nghệ, giải pháp mang tính chất định hướng nhu cầu khách hàng trong bối cảnh thị trường nhiều biến động, khó định đoán. Các công nghệ, giải pháp này hứa hẹn mang lại hiệu suất cao hơn, quy trình sản xuất thông minh hơn và chất lượng sản phẩm tốt hơn, đồng thời tăng cường tương tác giữa khách hàng và doanhnghiệp.

- *Tập trung vào phát triển bền vững:*Xu hướngcủangànhdệtmay thế giới đang chịu ảnh hưởng mạnh mẽ từ yếu tố phát triển bền vững. Phát triển bền vững đã trở thành một định hướng quan trọng trong sản xuất dệt may. Triển lãm lần này đặc biệt chú trọng vào các giải pháp bền vững trong ngành dệt may. Các công nghệ và sản phẩm nhằm giảm thiểu tác động môi trường thông qua tiết giảm dấu chân carbon, tiết kiệm năng lượng, tài nguyên, và thúc đẩy sử dụng vật liệu tái chế đã được giới thiệu.

- *Xuhướngthiếtkếvàmẫumãmới:* ITMA ASIA+CITME 2022 giới thiệu những xuhướngthiếtkế và mẫu mã mới nhất trong ngành dệt may (bao gồmcả máy móc thiếtbị và vật liệu). Các nhà thiết kế và doanh nghiệp có cơ hội khám phá những chất liệu đột phá, màu sắc sáng tạo, họa tiết mới và kiểu dáng độc đáo.

- *Cơ hội giao lưu và hợp tác tăng cao:* Triển lãm năm nay đã tạo ra môi trường giao lưu và hợp tác mạnh mẽ hơn so với phiên bản trước. Sự kiện đã tổ chức các buổi diễn đàn, hội thảo và hoạt động liên quan để khuyến khích sự trao đổi thông tin, chia sẻ kinh nghiệm và xây dựng mối quan hệ hợp tác giữa các doanh nghiệp và chuyên gia trong ngành dệt may.

Với những điểm nhấn chính trên, ITMA ASIA + CITME 2022 cho thấy sự tiến bộ và sự phát triển của ngành công nghiệp dệt may so với những phiên bản trước đây.

Triển lãm này sẽ là một nền tảng quan trọng để thúc đẩy sự đổi mới và tạo cơ hội cho sự hợp tác trong ngành dệt may toàn cầu.❑



Nguồn Internet



Nguồn Internet



Nguồn Internet

Ý kiến CHUYÊN GIA

tháng 12
2023

PV*(tổng hợp)*

Phó Thủ tướng Chính phủ Lê Minh Khái

"Ngân hàng Nhà nước cần phải bám sát tình hình thực tế của nền kinh tế và nhu cầu của cộng đồng doanh nghiệp, người dân, rà soát, "xem lại" các quy định để điều chỉnh, nhằm điều hành chính sách tiền tệ, tín dụng chủ động, linh hoạt hơn nữa. Ngân hàng Nhà nước bám sát các chỉ đạo của Chính phủ, Thủ tướng Chính phủ, nỗ lực hơn nữa tìm thêm các giải pháp điều hành, cấp tín dụng cho nền kinh tế, bảo đảm ổn định kinh tế vĩ mô, kiểm soát lạm phát, hướng dòng vốn vào các lĩnh vực ưu tiên theo quy định của pháp luật và bảo đảm an toàn hệ thống."

Thứ trưởng Bộ Công Thương Đỗ Thắng Hải

"Các doanh nghiệp xuất khẩu cần thay đổi tư duy, quan tâm tới "tính xanh" của chuỗi cung ứng, trong thương mại quốc tế để đáp ứng được các yêu cầu kỹ thuật khắt khe của thị trường. Bộ Công Thương đã và đang nỗ lực định hướng, hỗ trợ doanh nghiệp chuyển đổi mô hình tăng trưởng theo hướng giảm thải carbon, nghiên cứu ban hành chính sách, cơ chế hỗ trợ triển khai các giải pháp áp dụng công nghệ sạch, nâng cao hiệu quả sử dụng năng lượng, sản xuất sạch hơn, kinh tế tuần hoàn, đẩy mạnh phát triển các nguồn điện năng lượng tái tạo, giảm mạnh nhiệt điện than.

Đại diện Cục Phòng vệ thương mại (Bộ Công Thương) Phùng Gia Đức

"Số lượng điều tra phòng vệ thương mại với hàng Việt đang gia tăng, đặc biệt ở các nước có FTA thì số lượng này lại tăng một cách nhanh chóng. Ngoài những nước lần đầu tiên của FTA với Việt Nam như Canada hay Chile và Peru, đã có rất nhiều thành viên CPTPP điều tra biện pháp phòng vệ thương mại đối với Việt Nam như Australia hay Malaysia. Những mặt hàng dễ dàng bị "tổn thương" nhất, dễ bị điều tra nhất chính là những mặt hàng tăng trưởng nhanh, mạnh. Theo thống kê của Cục Phòng vệ thương mại, những mặt hàng đang có nguy cơ bị điều tra phòng vệ thương mại sẽ là những mặt hàng được coi là lợi thế và "xương sống" của Việt Nam như thủy sản, gỗ và các sản phẩm từ gỗ, các sản phẩm kim loại cơ bản như là thép, nhôm, các sản phẩm liên quan đến dệt may và một số sản phẩm hóa chất.

Tham tán thương mại - Thương vụ Việt Nam tại Canada Trần Thu Quỳnh

"Doanh nghiệp trong nước cần cẩn trọng, tránh bẫy lừa đảo trong làm ăn, giao dịch với các đối tác tại Canada. Cụ thể, theo Thương vụ, thời gian gần đây, số lượng các vụ lừa đảo doanh nghiệp Việt Nam có liên quan đến Canada đang gia tăng nhanh chóng. Các doanh nghiệp Việt Nam cần lưu ý, khi các doanh nghiệp Canada nhập khẩu đề nghị bên xuất khẩu tự đứng ra làm các chứng chỉ của Canada và coi đây là yêu cầu bắt buộc của giao dịch thì hầu hết đều là lừa đảo vì các doanh nghiệp nhập khẩu thường sẽ đứng ra thực hiện các thủ tục của sở tại. Các chứng chỉ như Canadian Anti-Terrorist Clearance Certificate, Canadian Food Inspection Agency… đều không có thật.

Tham tán thương mại- Thương vụ Việt Nam tại Bỉ và EU Trần Ngọc Quân

"Xây dựng thương hiệu dệt may là một vấn đề cần quan tâm tại thị trường EU, khi hiện nay DN Việt Nam rất khó có thương hiệu riêng. Thị trường EU yêu cầu các DN có thương hiệu phải xây dựng được chuỗi cửa hàng, chuỗi thu mua, xử lý, sửa chữa sản phẩm trong quá trình khách hàng sử dụng. Đây là vấn đề cản trở sự phát triển thị phần.

Chuyên gia đánh giá quốc tế về báo cáo kiểm kê khí nhà kính của Liên hợp quốc (UNFCCC) Nguyễn Phương Nam

"Doanh nghiệp cần phải đa đạng hoá các đối tác thương mại, thực hiện đánh giá rủi ro và lập kế hoạch các kịch bản và xây dựng chiến lược giảm lượng carbon, tham gia vào các dự án bù đắp carbon, bắt buộc đánh giá mức độ thâm dụng carbon, đầu tư vào đổi mới sáng tạo và công nghệ. Đặc biệt cần tham gia và ocác sáng kiến hợp tác công nghiệp vì phát thải khí nhà kính có đến hàng trăm nghìn sản phẩm trong khi Việt Nam có tới gần 200 nguồn phát thải, mỗi ngành hàng khác nhau nên cần các giải pháp cụ thể cho từng ngành hàng, từng sản phẩm.

Chủ tịch Giovanni Group Nguyễn Trọng Phi

"Thương hiệu quốc tế luôn có lợi thế về hình ảnh và truyền thông. Họ đã có hàng chục năm và lâu hơn thế về kinh nghiệm xây dựng thương hiệu, trong khi đó các thương hiệu Việt Nam mới chỉ phát triển trong những năm trở lại đây. Dù đầu tư mạnh bạo đến thế nào, chúng ta vẫn là những người đi sau các thương hiệu quốc tế.

Giám đốc Công ty cổ phần Lamer Vũ Thị Thu Thủy

"Nhiều sản phẩm may mặc của chúng tôi đang được xuất khẩu trực tuyến qua kênh Amazon. Những ngày đầu, sản phẩm thường nhận review là size quá nhỏ do hình thể khác biệt giữa người Mỹ và người Việt. Sau đó, chúng tôi bổ sung thêm nhiều kích cỡ sản phẩm từ XL đến 4XL, tương ứng với size XL của khách hàng Mỹ. Chúng tôi cũng chọn phát triển sản phẩm theo phong cách thoải mái, phóng khoáng và nhận được tín hiệu tích cực từ khách hàng. Tôi tin rằng những thế hệ tiếp theo hoàn toàn có thể đem nhiều thương hiệu Việt hơn nữa ra thế giới. Qua đó, giúp chúng ta khẳng định người Việt không chỉ thành công nhờ tay nghề giỏi, mà còn có tầm nhìn và tư duy kinh doanh nhạy bén.

Phát triển đội ngũ cán bộ quản lý
NÂNG CAO NĂNG LỰC CẠNH TRANH CỦA DOANH NGHIỆP

Bài: CẨM HÀ



Nhằm phát triển đội ngũ cán bộ vừa có kỹ năng tốt, vừa có kiến thức quản trị hiện đại, chuẩn bị cho nguồn quy hoạch cán bộ quản lý cấp cao trong giai đoạn tới, Vinatex đã tổ chức khóa "Đào tạo nội bộ khóa II năm 2023", với sự tham gia của 90 học viên đến từ Tổng Công ty CP Phong Phú (Phong Phú) và Tổng Công ty Việt Thắng – CTCP (Việt Thắng).

CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO XÂY DỰNG TRÊN NHU CẦU DOANH NGHIỆP

Trải qua hơn 20 buổi học của khóa "Đào tạo nội bộ khóa II năm 2023", các học viên được trau dồi các kỹ năng về phương pháp tư duy, phân tích dữ liệu, kỹ năng giải quyết vấn đề, kiến thức chuyên môn, kiến thức quản lý,… Ban tổ chức khóa học cho biết, chương trình đào tạo được xây dựng trên nhu cầu thực tế tại đơn vị, vì vậy thu hút sự tích cực học tập từ các học viên, với sự nhiệt tình giảng dạy của các thầy, cô trường Đại học Công nghiệp Dệt May Hà Nội cùng các cán bộ Tập đoàn giàu kinh nghiệm trực tiếp đào tạo đã giúp cho các học viên lĩnh hội được những kiến thức và kỹ năng quản lý cần thiết cho thực tiễn hoạt động tại đơn vị.

Ông Nguyễn Văn Đức – Phó Hiệu trưởng trường Đại học Công nghiệp Dệt May Hà Nội cho biết, chương trình đào tạo chủ yếu thiên về lĩnh vực dệt, sợi phù hợp với đặc thù sản xuất của đơn vị. Chương trình càng sát với thực tiễn sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp, yêu cầu vị trí việc làm của học viên thì càng áp lực đối với giảng viên. Giảng viên phải điều chỉnh cho phù hợp giữa lý luận và thực tiễn, trình độ giảng viên cũng phải tương xứng để truyền đạt kiến thức, kỹ năng đến học viên một cách hiệu quả nhất.



"Chương trình đào tạo được thiết kế rất khoa học, các chuyên đề đầu tiên là các phần tách rời nhưng các chuyên đề cuối là chuyên đề tổng hợp xâu chuỗi lại tất cả các kiến thức, giống như kể lại một câu chuyện về kiến thức, kỹ năng nghề nghiệp. Đặc biệt, điểm nhấn tạo ấn tượng với học viên là tại buổi học tổng kết chương trình có bài tập thực hành, phần mềm ứng dụng và tổng hợp lại tất cả các kiến thức đã học nhằm cung cấp tốt nhất các công cụ cho học viên khi về làm việc tại đơn vị" – Ông Đức nhận xét.

Ông Lê Tiến Trường – Bí thư Đảng ủy, Chủ tịch HĐQT Vinatex, giảng viên khóa đào tạo cho biết, đây là lần đầu tiên Tập đoàn phối hợp với đơn vị thực hiện chương trình đào tạo. Việc thực hiện thành công khóa học cũng là tiền đề để thực hiện các khóa đào tạo tiếp theo trên cơ sở bài giảng đảm bảo yêu cầu chất lượng, đạt được kết quả truyền đạt cao, nhằm từng bước nâng cao năng lực quản lý, điều hành cho đội ngũ cán bộ các cấp, tạo điều kiện cho đội ngũ cán bộ phát triển, nâng cao trình độ, kỹ năng thực hiện tốt công việc được giao.

Ông Nguyễn Quang Minh - Tổng Giám đốc Tổng Công ty Việt Thắng - CTCP cho rằng, khóa học bồi dưỡng cho cán bộ lần này rất thiết thực và ý nghĩa. Chương trình đào tạo gần gũi với đặc thù ngành nghề của đơn vị, không nặng về lý thuyết mà đi vào thực tế công việc. Giảng viên là những người nắm vững và hiểu sâu về ngành, giúp cho học viên có những cách nhìn tổng quan cũng như những kiến thức chuyên môn sâu, tạo cơ hội cho học viên được cọ xát với thực tế, từ đó có những sáng kiến, sáng tạo được phát huy…, đồng thời, thực hiện tốt công tác tham mưu cho lãnh đạo trong việc xây dựng chiến lược phát triển của đơn vị.

"Tôi mong muốn thời gian tới, Tập đoàn tạo điều kiện cho những cán bộ trẻ của Việt Thắng tiếp tục được tham gia các khóa đào tạo bổ sung thêm kiến thức, kỹ năng để hoàn thiện bản thân trở thành những cán bộ trẻ có đủ năng lực chuyên môn, kỹ năng quản lý, đóng góp vào sự phát triển của đơn vị" - Ông Minh bày tỏ.

ÁP DỤNG NHỮNG KIẾN THỨC ĐÃ HỌC VÀO THỰC TẾ TẠI ĐƠN VỊ

Để kiến thức đi vào thực tế, Chủ tịch Lê Tiến Trường mong muốn,

