VTGF

Dệt may và THỜI TRANG Việt Nam

ĐẶC SAN CỦA TẬP ĐOÀN DỆT MAY VIỆT NAM - VINATEX

THÁNG 8/2024









Thời trang Việt

CHINH PHỤC "NGƯỜI VIỆT DÙNG HÀNG VIỆT"

VTG

Triển lãm Quốc tế lần thứ 22 về
máy móc thiết bị ngành công nghiệp
Dệt & May

Thời trang bền vững:
Nhuộm thân thiện môi trường,
Tự động hóa
Chức năng dệt may

Diễn ra đồng thời:

VitaTex | DYECHEM Vietnam | VFM

25 – 28
Tháng 9. 2024

Trung tâm Hội chợ & Triển lãm Sài Gòn (SECC) Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam

vtg.chanchao.com.tw

Liên Hệ

Chan Chao International Co Ltd
Tel: +886-2-26596000 / Fax: +886-2-26597000
Mr. Neal Chen (ext. 202) / Ms. Hannah Chou (ext. 183)
E-mail: textile@chanchao.com.tw

Yorkers Exhibition Service Vietnam
Tel: +84-28-3827-9156 / Fax: +84-28-3827-9157
Ms. Jen Lau (ext. 107)
E-mail: salesC@chanchao.com.tw

Vinexad | YORKERS | JPC

VTGexpo

TỔNG CÔNG TY MAY HƯNG YÊN - CÔNG TY CỔ PHẦN

Địa chỉ : Số 8 Bạch Đằng, Minh Khai, Thành phố Hưng Yên
Điện thoại: (+84) 3213 862314 Fax: (+84) 3213 862500
Website: hugaco.vn hugago@hugaco.vn





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

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

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



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
UV BTV Đảng ủy, Phó Tổng Giám đốc
Trưởng Ban Tuyên giáo

PHỤ TRÁCH BIÊN TẬP
HOÀNG MẠNH CẦM
Phó 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 47/GP - XBĐS do Cục Báo chí, Bộ Thông tin & Truyền thông cấp ngày 05/4/2024

THƯ NGỎ

Bạn đọc thân mến!

Thời tiết tháng 8 đã chuyển giao sang một mùa mới, hoạt động xuất khẩu dệt may của Việt Nam cũng ghi nhận sự chuyển mình mạnh mẽ với kim ngạch xuất khẩu trong tháng 7 đạt mức 4,3 tỷ USD, là kim ngạch xuất khẩu cao nhất kể từ tháng 8 năm 2022. Điều này mang lại niềm hy vọng cho mục tiêu xuất khẩu 44 tỷ USD trong năm nay của toàn ngành.

Toàn hệ thống Tập đoàn với cầu nối là mạng lưới Người đại diện vốn đang chung tay, nỗ lực tổ chức sản xuất kinh doanh, khắc phục các điểm yếu trong từng hoạt động để cán đích năm 2024 thành công. Bên cạnh việc tập trung duy trì và phát triển thị phần xuất khẩu, Vinatex cũng dành nguồn lực phát triển thị trường nội địa để vừa đạt hiệu quả thông qua các thương hiệu nội địa của doanh nghiệp thành viên vừa viết tiếp sứ mệnh "Người Việt dùng hàng Việt".

Cũng trong tháng 8 này, lần đầu tiên sản phẩm vải chống cháy – thành quả từ hợp tác chiến lược giữa Vinatex và Tập đoàn Coats được giới thiệu chính thức tại Triển lãm quốc tế về kỹ thuật, thiết bị an toàn, bảo vệ, PCCC lần thứ 17 tại Việt Nam. Đây sẽ là bước đệm để những sản phẩm mới với hàm lượng kỹ thuật cao của Tập đoàn được đưa ra thị trường trong thời gian tới.

Trân trọng cảm ơn!

BAN BIÊN TẬP



Bìa 1: Thời trang Việt chinh phục "Người Việt dùng hàng Việt"



MỤC LỤC

• GÓC NHÌN

6 Mỗi doanh nghiệp có hướng đi riêng để cán đích năm 2024 còn nhiều biến động

12 Năng suất lao động tổng hợp Chìa khóa cạnh tranh của Vinatex

16 Nhân lên sức lan tỏa thỏa ước lao động tập thể ngành Dệt May Việt Nam

22 Thời trang nội địa: Chinh phục người tiêu dùng Việt bằng chất lượng sản phẩm

26 Người đại diện vốn Tập đoàn Dệt May Việt Nam tại doanh nghiệp: Điểm tựa cho phát triển bền vững

32 Đón đầu thị trường "ngách" với sản phẩm vải chống cháy

36 Vinatex chuyển mình khi đất nước bắt đầu mở cửa

40 Ý kiến chuyên gia

• DỆT MAY

42 Đơn hàng may nhỏ, khó không "làm khó" được doanh nghiệp

46 Hiểu người lao động hơn qua hoạt động công đoàn

48 Ứng dụng hệ thống ERP trong doanh nghiệp dệt may: Lợi ích, rào cản và điều kiện tiên quyết

52 Các thương hiệu thời trang hàng đầu sử dụng trí tuệ nhân tạo như thế nào ?

58 5 xu hướng chính của chuỗi cung ứng trong tương lai

• TIN TỨC & SỰ KIỆN

62 Bản tin Vinatex

64 Bản tin Công đoàn

• THỜI TRANG - CUỘC SỐNG

66 Olympic Paris 2024: Khi thời trang xa xỉ vượt lên trên trang phục thể thao

72 Trào lưu du lịch mới: Khám phá, trải nghiệm thiên nhiên

76 Lãnh đạo chuyển đổi



Mỗi doanh nghiệp có HƯỚNG ĐI RIÊNG để cán đích năm 2024 còn nhiều biến động

Bài: ANH BÁCH *(Thực hiện)*

Nhận định thị trường trong năm 2024 sẽ tiếp tục khó khăn, diễn biến khó lường, Vinatex và các doanh nghiệp thành viên đã có những giải pháp và hướng đi riêng của từng đơn vị để cán đích kế hoạch năm. Kinh doanh vải và sản xuất trang phục chống cháy là một trong những giải pháp đi vào thị trường ngách, tìm hướng gia tăng giá trị sản phẩm. Để hiểu hơn về những cơ hội cũng như thách thức của ngành dệt may trong tình hình mới cũng như chiến lược sản xuất sản phẩm vải chống cháy của Vinatex, Dệt May & Thời trang Việt Nam đã có cuộc trao đổi với ông Lê Tiến Trường – Chủ tịch HĐQT Vinatex về nội dung này.



Ông Lê Tiến Trường
Chủ tịch HĐQT Vinatex

"THUYỀN TO THÌ SÓNG LỚN"

PV: Thưa ông, ngành Dệt May Việt Nam hiện đang đứng thứ ba trên thế giới về kim ngạch xuất khẩu, nhiều ý kiến cho rằng đây là áp lực của ngành trước những diễn biến khó khăn của thị trường trong những năm gần đây. Xin ông cho biết áp lực lớn nhất của ngành hiện nay là gì và tình hình sản xuất dệt may trong những tháng đầu năm 2024?

Chủ tịch HĐQT Vinatex Lê Tiến Trường: "Thuyền to thì sóng lớn", với quy mô xuất khẩu đứng thứ ba trên thế giới, sử dụng hơn 2 triệu lao động, kim ngạch xuất khẩu hằng tháng phải đạt từ 3,5 đến 4 tỷ USD, rõ ràng những ảnh hưởng của thị trường, kinh tế thế giới đến ngành xuất khẩu dệt may Việt Nam rất lớn. Và thách thức lớn nhất của ngành đông lao động luôn là bảo đảm việc làm, ổn định thu nhập cho người lao động.

Những tháng đầu năm 2024, thị trường đã có tín hiệu khởi sắc hơn. Trước hết về cơ hội, chúng ta nhìn thấy sự dàn xếp nền kinh tế thế giới theo xu thế hạ cánh mềm càng ngày càng tốt hơn. Tuy là chính sách tài chính các nước hết sức nghiêm ngặt để đảm bảo quá trình hạ cánh mềm cũng làm tổng cầu dệt may không tăng như bình thường.

Năm 2023, tổng cầu dệt may đã giảm mạnh. Sang năm 2024, ngay cả trong điều kiện có tăng trưởng tương đối tốt thì cầu dệt may cũng chỉ tăng dưới 3% về cầu, thực tế sau 6 tháng đầu năm tổng cầu vẫn đang giảm khoảng 5% so với năm 2023, tức là vẫn thấp hơn xấp xỉ 7% so với năm 2019, thời điểm trước đại dịch Covid-19. Như vậy có nghĩa là quy mô tổng cầu thế giới vẫn chưa hoàn toàn hồi phục so với thời điểm trước đại dịch.

** Đơn giá vẫn không tăng, doanh thu và lợi nhuận chưa như kỳ vọng, ông đánh giá như thế nào với mục tiêu xuất khẩu 44 tỷ USD trong năm nay?*

7 tháng đầu năm 2024, Dệt May Việt Nam có khả năng xuất khẩu được 23,8 đến 24 tỷ USD, trong đó tháng 7 này là tháng đầu tiên có kim ngạch xuất khẩu được 4,2 đến 4,3 tỷ USD và là tháng có kim ngạch xuất khẩu cao nhất kể từ tháng 8/2022, tức là sau 24 tháng chúng ta mới có con số xuất khẩu cao trở lại.

Như vậy, sau 7 tháng, chúng ta đạt tốc độ tăng trưởng khoảng 6%, trong đó riêng quần áo xuất được 20,3 tỷ USD, tăng 6,3%; ngành sợi xuất được 2,5 tỷ USD, tăng 3,5%; các loại vải kỹ thuật, vải mành xuất được khoảng 460 triệu USD, tăng 18%; nguyên phụ liệu ngành dệt may xuất được trên 800 triệu USD, tăng 11%.



Sau 6 tháng đầu năm 2024, 5 thị trường chính của xuất khẩu Dệt May Việt Nam đều ghi nhận tăng trưởng so với cùng kỳ: thị trường Mỹ đạt 7,4 tỷ USD (tăng 3,1%), châu Âu đạt 2 tỷ USD (tăng 0,8%), Nhật Bản đạt 1,97 tỷ USD (tăng 4,9%), Hàn Quốc đạt 1,65 tỷ USD (tăng 2,6%), Trung Quốc đạt 1,68 tỷ USD (tăng 4,6%). Bên cạnh đó, còn có một thị trường mới có kim ngạch xuất khẩu "tỷ đô" sau 6 tháng đó là ASEAN khoảng 1,5 tỷ USD. Cuối năm nay, có khả năng thị trường Canada cũng đạt 1 tỷ USD, bởi 6 tháng đã đạt 580 triệu USD. Như vậy, đến cuối năm thì nhiều khả năng Việt Nam có 7 thị trường xuất khẩu có kim ngạch đạt trên 1 tỷ USD, trong đó thị trường Mỹ vẫn phấn đấu đạt 15-16 tỷ USD trong năm nay.

Mục tiêu đạt 44 tỷ USD xuất khẩu trong năm 2024 tức là chúng ta phải tăng trưởng 10% so với năm 2023. Nhìn lại, 6 tháng đầu năm 2023 Việt Nam xuất khẩu tương đối tốt, thậm chí đến tháng 8 còn dự định lập lại đỉnh cũ, xuất khẩu 4 tỷ USD, tuy nhiên 4 tháng cuối năm 2023 rơi vào tình trạng khủng hoảng, mùa cao điểm xuất khẩu mà chỉ đạt khoảng 3,1 đến 3,2 tỷ USD/tháng. Nguyên mùa cao điểm của ngành dệt may từ tháng 9-12/2023, Việt Nam xuất khẩu chỉ đạt 13 tỷ USD, (mùa cao điểm này năm 2019 xuất khẩu đạt 16 tỷ USD). Như vậy, để đạt mục tiêu xuất khẩu 44 tỷ USD thì phụ thuộc rất nhiều vào tín hiệu thị trường trong quý 4/2024. Nếu quý 4 quay trở lại như những tháng vừa qua, xuất khẩu đạt khoảng 4 tỷ USD/tháng thì chúng ta có thể đạt được mục tiêu đặt ra.

Tuy nhiên, theo kinh nghiệm của tôi, từ năm 2022 đến nay, những dự báo dài hạn 6 tháng đến 1 năm độ chính xác rất thấp, cho nên có thể nói thách thức lớn nhất của ngành Dệt May Việt Nam hiện nay là chưa biết dự báo tình hình như thế nào. Chúng ta có thể có những tháng rất tốt, nhưng ngay sau đó có 1-2 tháng lại trở nên rất xấu. Diễn biến thị trường từ năm 2022 đến nay đã cho những nhà quản lý ngành dệt may bài học là luôn luôn phải có những dự báo ngắn hơn, cập nhật hơn, quyết định quản lý nhanh hơn, linh hoạt hơn nếu muốn đón được các sóng của những đợt tăng trưởng trở lại trong ngắn hạn của thị trường thế giới.

** Xin ông cho biết tình hình các đơn hàng hiện nay như thế nào?*

Đến tháng 7/2024, tín hiệu đơn hàng của các đơn vị khá tích cực, Việt Nam là nước duy nhất trong 4 quốc gia xuất khẩu dệt may lớn nhất thế giới có thị phần tăng trưởng ở các quốc gia. Trong đó thị trường Mỹ tăng từ 17,6% lên 18,3% đứng đầu ở thị phần Mỹ và bằng với Trung Quốc. Cùng đó, Bangladesh giảm gần 1%, chỉ còn 9,8% thị phần; Ấn Độ đi ngang với 7% thị phần. Châu Âu tuy nhập khẩu dệt may giảm khoảng 5,5% nhưng xuất khẩu dệt may của Việt Nam vẫn giữ được thị phần vào châu Âu khoảng 4,4%. Việt Nam là quốc gia duy nhất giữ được mức tăng trưởng đồng đều.



Đến nay, đơn hàng tháng 8 cũng khả quan, dự kiến sẽ tốt hơn tháng 7, tháng 9 là tháng giao mùa, có thể giảm hơn một chút, đến tháng 10,11,12 thì đơn hàng dự báo sẽ tương đối dồi dào, nhưng phụ thuộc rất nhiều vào biến động kinh tế vĩ mô của các nước.

Hiện nay, tình hình kinh tế vĩ mô và tồn kho của các hãng thời trang đang cho những tín hiệu tích cực về đơn hàng 5 tháng cuối năm. Mỹ lạm phát thấp, đã có tín hiệu 1 đợt giảm lãi suất vào tháng 9 của FED, có thể cuối năm sẽ có một đợt giảm lãi suất nữa. Lãi suất của Anh vừa giảm lần thứ 2 kể từ tháng 3 năm 2020 vào ngày 1/8 với mức giảm 0,25%. Như vậy, với lãi suất giảm, hy vọng sức cầu sẽ tăng lên, đồng thời các hãng thời trang lớn có mức giảm tồn kho rất tích cực trong quý 2/2024, đặc biệt Nike giảm tới 11% tồn kho, Levi's giảm 7%, kết quả kinh doanh của các hãng thời trang, lợi nhuận của các hãng thời trang được cải thiện ở mức khá bền vững. Hai hãng thời trang có mức tăng trưởng lợi nhuận nổi bật nhất là H&M với khoảng 49% tăng trưởng lợi nhuận, Uniqlo tăng trưởng lợi nhuận khoảng 36%. Lợi nhuận của các hãng thời trang tăng lên cũng hy vọng việc cải thiện giá đặt hàng của các nhà sản xuất như chúng ta. Thực tế, 7 tháng qua giá các đơn hàng vẫn thấp, tuy đơn hàng dồi dào, tổ chức sản xuất tốt hơn, nhưng giá của từng đơn hàng chưa có cải thiện, thậm chí có những mã hàng còn thấp hơn cả năm 2023. Trên nền tảng đủ hàng, phần lớn doanh nghiệp dệt may có hiệu quả tích cực hơn so với năm 2023.

Ở góc độ quản lý, có đơn hàng được coi như đảm bảo được một điều kiện cần để doanh nghiệp duy trì hoạt động, giữ khách hàng, thị phần, thị trường cùng với lao động, đón cơ hội phát triển trở lại. Nhưng ở góc độ tài chính, cũng cần nhìn nhận hiệu quả chưa được cải thiện bởi đơn giá vẫn thấp hơn 2023. Để quay trở lại như năm 2021 - năm đầu tiên mở cửa sau dịch bệnh, với trào lưu quá mua, với kết quả sản xuất kinh doanh nhảy vọt thì năm 2024 sẽ khó đạt được ngưỡng này.

NÂNG CAO HƠN NỮA NĂNG SUẤT/ĐẦU NGƯỜI

** Vậy giải pháp để Vinatex giải quyết những khó khăn hiện nay là gì, thưa ông?*

Quá trình phát triển của ngành dệt may diễn ra khi đất nước còn chậm phát triển, thu nhập thấp, lao động nhiều. Chính vì thế, xuất phát của ngành ban đầu khá đơn giản, doanh nghiệp tận dụng được sức lao động, sản xuất với giá rẻ thì có thị trường. Chúng ta đi từ nước thu nhập thấp tiến lên nước có mức thu nhập trung bình, hướng tới

trung bình cao. Những lợi thế cạnh tranh ở thời điểm trước đây dựa vào lao động và giá lao động không còn phát huy hiệu quả, không chỉ Vinatex mà tất cả những người làm dệt may trong nước cũng đã nhận ra điểm yếu này và cần sớm có sự thay đổi để thích ứng với điều kiện mới.

Theo tôi, thay đổi đầu tiên là phải làm sao nâng cao hơn nữa năng suất/đầu người. Năng suất/đầu người sẽ quyết định thu nhập của người lao động. Để giải quyết vấn đề này, doanh nghiệp cần phải đầu tư và sử dụng thiết bị tự động hóa cao, giảm số lượng lao động trên một sản phẩm, đồng thời tìm kiếm sản phẩm ngách có giá trị cao hơn, qua đó nâng cao giá trị làm việc trên giờ của người lao động. Tất cả các giải pháp của doanh nghiệp trong hệ thống Vinatex đều hướng tới nội dung này. Bên cạnh việc thực hiện tự động hóa, còn có những ngành sản xuất nguyên liệu đã giảm tới 60% chi phí lao động/một sản phẩm, như thế mới đảm bảo tăng lương cho người lao động.

Đối với ngành may, tất cả những khâu đòi hỏi tay nghề cao, những đơn hàng có số lượng lớn đã triển khai tự động hóa. Ví dụ, trước đây để tăng trưởng 1 tỷ USD thì phải tuyển dụng thêm 100.000 lao động, ngày nay để tăng trưởng 1 tỷ USD chỉ cần khoảng 20.000 - 30.000 lao động. Bên cạnh lời giải chung, yêu cầu tổng quát phải đầu tư kỹ thuật, tăng năng suất, tự động hóa, gia tăng giá trị cao hơn thì mỗi doanh nghiệp sẽ có lời giải riêng, hướng đi riêng, không đơn vị nào giống đơn vị nào. Gần 40 đơn vị thành viên của Vinatex cũng có những cách đi và tìm kiếm thị trường ngách khác nhau, chứ không phải cùng đi chung vào một mặt hàng. Có doanh nghiệp sẽ tìm đến những mặt hàng rất đặc thù, đến thị trường ngách, nhỏ, nhưng đem lại hiệu quả lớn, như vải kỹ thuật chuyên biệt, vải chất lượng cao… là những sản phẩm khác biệt, không phải vải thời trang thông thường, phổ biến…

** Thưa ông, nói đến những mặt hàng giá trị cao, đi sâu vào thị trường ngách, Vinatex đã có mặt hàng mới nào?*

Hiện nay, Vinatex bước đầu đã nghiên cứu, sản xuất có kết quả sản phẩm vải công nghiệp đáp ứng yêu cầu đặc biệt. Vinatex đã liên doanh với Tập đoàn Coats, đối tác đã có 35 năm hợp tác với đơn vị thành viên của Vinatex (TCT Phong Phú) sản xuất các mặt hàng chỉ may, chỉ thêu và chỉ may giày. Mới đây, Vinatex và Coats hợp tác đầu tư sản xuất vải chống cháy. Vải này khác với công nghệ tráng phủ như hiện nay mà sản xuất vải chống cháy đi từ sợi, sợi chậm cháy, kém cháy, không cháy. Đây là mặt hàng có yêu cầu kỹ thuật cao, mang tính pháp lý, bản quyền, không phải mặt hàng thời trang thông thường. Có thể nói, mặt hàng vải chống cháy này cũng như thuốc điều trị bệnh trong ngành Y tế, cũng có những quy định riêng về sản xuất, có bản quyền và bằng sáng chế…

Hiện nay, Vinatex đang khẩn trương sản xuất, dự kiến trong quý 3 và đầu quý 4 này sẽ xuất khẩu những đơn hàng đầu tiên sang Indonesia, Ấn Độ, Trung Đông, Mỹ.





Đây là mặt hàng mà các quốc gia trên thế giới thẩm định, đưa ra tiêu chuẩn và quyết định đưa vào sử dụng. Quần áo chống cháy này được dùng cho nhiều ngành nghề kỹ thuật khác nhau như ngành dầu khí, điện, … hay ở những chung cư có yêu cầu làm rèm và các sản phẩm từ vải chống cháy để phòng ngừa cháy nổ. Sản phẩm làm từ vải chống cháy không phải là mặt hàng thương mại bán trên hệ thống siêu thị trên toàn cầu, mà sản phẩm phải tuân thủ hết sức nghiêm ngặt những tiêu chuẩn, quy định đánh giá ở quốc gia nhập khẩu. Chúng tôi đã nhận được đánh giá, chấp thuận của thị trường Mỹ. Đây là sản phẩm có thể có tốc độ tăng trưởng rất nhanh, nhưng sẽ phụ thuộc nhiều vào chính sách của mỗi quốc gia, sản phẩm đặc thù không hoàn toàn như sản phẩm mà chúng ta đã làm trong những năm qua.

Đối với hợp tác này, năm 2024 với 5 tháng sản xuất, chúng tôi đặt ra mục tiêu doanh thu 2- 2,5 triệu USD và trong 5 năm đầu tiên định hướng mỗi năm có thể tăng trưởng gấp đôi, mục tiêu trước hết là đáp ứng yêu cầu của thị trường Mỹ - thị trường rất quan trọng của dệt may thế giới, từ bước tiến ở thị trường Mỹ sẽ thuận lợi ở các thị trường EU, Nhật Bản, Hàn Quốc hay các thị trường khác trên thế giới. Bây giờ mà nói về hiệu quả trong tương lai đối với mặt hàng lần đầu tiên Vinatex bắt tay nghiên cứu và sản xuất là quá sớm, tuy vậy, nếu so với các mặt hàng thông thường khác thì dư địa phát triển của vải chống cháy rõ ràng hơn, ít cạnh tranh hơn trên thị trường và nó phụ thuộc vào đối tượng sử dụng công nghệ, đối tác của Vinatex hiện nay là Tập đoàn Coats.

Thế còn các sản phẩm vẫn đang là thế mạnh của Vinatex thì được nâng giá trị thế nào, thưa ông?

Bên cạnh sản phẩm vải chống cháy, Vinatex cũng tập trung nâng giá trị một số mặt hàng sợi. Nếu như trước đây chủ yếu sản xuất vải từ bông thì hiện nay, khoảng 70% vải được sản xuất từ nguyên liệu xơ, sợi tổng hợp, sợi có nguồn gốc thiên nhiên khác. Vinatex đã bắt tay sản xuất những mặt hàng sợi có tính chất đa dạng, nhiều thành phần trong một thân sợi với công nghệ, kỹ thuật khá phức tạp, để phục vụ sản xuất những loại vải đặc biệt.

Có thể nói, với ngành dệt may thời trang thì khu vực làm nguyên liệu, công nghệ vật liệu là khu vực sáng tạo cao nhất. Vinatex có những sáng tạo trong khu vực may mặc với những thiết kế mang đậm màu sắc, kích cỡ Việt Nam cho thị trường nội địa. Đồng thời cũng phát triển ngành may, từ công đoạn may đến công nghệ thiết kế thời trang, chuyển hóa ý tưởng nghệ thuật trở thành ý tưởng thiết kế, xác định giá thành, công nghệ, nguyên liệu và tổ chức sản xuất để chào bán trọn bộ thiết kế của mình cho các đối tác. Đây cũng là cách doanh nghiệp dệt may thay đổi chất của đội ngũ nhân lực, không chỉ dừng lại ở lao động giản đơn mà là lao động chất lượng cao cho khu vực sản xuất có giá trị gia tăng cao, bù đắp cho việc sản xuất thông thường, kéo giá trị lao động sản xuất trên đầu người tăng lên.

**Xin trân trọng cảm ơn ông!*❑



NĂNG SUẤT LAO ĐỘNG TỔNG HỢP

CHÌA KHÓA

CẠNH TRANH CỦA VINATEX

Bài: Ông PHẠM VĂN TÂN
Phó Tổng Giám đốc thường trực Vinatex



Thực tế hoạt động sản xuất kinh doanh đặt ra cho chúng ta câu hỏi: Với cùng hệ thống máy móc thiết bị và nguồn lực, nhân sự, vì sao một số doanh nghiệp có hiệu quả vượt trội, trong khi doanh nghiệp kia lại khó khăn hoặc phát triển chậm hơn rất nhiều lần? Các nhà kinh tế đã chỉ ra có 3 yếu tố quan trọng đóng góp vào tăng trưởng và phát triển của doanh nghiệp: Vốn + Lao động + TFP. Vậy TFP là gì và TFP có ý nghĩa như thế nào với sự phát triển của các doanh nghiệp Vinatex?

TẦM QUAN TRỌNG CỦA TFP



Năng suất lao động tổng hợp- TFP (Total factor productivity) là chỉ tiêu phản ánh kết quả sản xuất mang lại do nâng cao hiệu quả sử dụng vốn và lao động, nhờ vào tác động của các nhân tố đổi mới công nghệ, hợp lý hóa sản xuất, cải tiến quản lý, nâng cao trình độ lao động. Như vậy, TFP đại diện cho sự tiến bộ về khoa học, công nghệ, trình độ lao động và quản lý của mỗi doanh nghiệp.

TFP gồm 4 nhóm nội dung:

- *Năng suất kỹ thuật*: là sự tối ưu hóa việc sử dụng nguồn lực đầu vào để tạo ra lượng sản phẩm đầu ra tối đa.

- *Năng suất công nghệ:* ứng dụng công nghệ hiện đại để tối đa hóa sản lượng đầu ra hoặc tối thiểu hóa chi phí đầu vào. Bao gồm:
  + Công nghệ tiên tiến: sử dụng máy móc với phần mềm hiện đại để tăng năng suất và kiểm soát chất lượng.
  + Tăng tự động hóa, giảm sự phụ thuộc con người.
  + Đổi mới sáng tạo: đổi mới qui trình sản xuất thông qua đơn giản hóa thao tác sản xuất phức tạp, ví dụ: bằng ke, dưỡng… trong May.
  + Đào tạo phát triển nhân sự: để sử dụng hiệu quả thiết bị và công nghệ.
  + Quản lý thông tin và dữ liệu: sử dụng thông tin để tối ưu hóa qui trình và ra quyết định.

- *Năng suất quản lý:* là việc sử dụng hiệu quả các yếu tố đầu vào như kinh doanh, nhân sự, tài chính, công nghệ thông tin để tạo ra kết quả tốt nhất, bao gồm:
  + Năng suất có được từ qui trình kinh doanh và hệ thống quản lý tối ưu. Năng lực quản lý chuỗi cung ứng…
  + Khả năng phân tích và quản lý dữ liệu làm cơ sở cho tốc độ ra quyết định nhanh.
  + Phòng ngừa được rủi ro từ bên ngoài và bên trong có thể xảy ra.
  + Các kỹ năng quản lý chung và công tác đào tạo.

- *Năng suất đổi mới sáng tạo:* là việc tạo ra và triển khai các ý tưởng sản phẩm mới, qui trình mới… nhằm tăng cường hiệu quả hoạt động và cải thiện năng lực cạnh tranh, bao gồm:
  + Khả năng tạo ra các sản phẩm mới với tốc độ nhanh nhất, nghiên cứu phát triển (R&D).
  + Triển khai với năng suất cao các sản phẩm không truyền thống.
  + Khả năng khai thác và xử lý dữ liệu lớn từ quá khứ để tổ chức thực hiện các sản phẩm mới; Khả năng tiếp thu công nghệ mới.
  + Quản lý tập trung – giao diện thân thiện với toàn chuỗi cung ứng.

ĐÁNH GIÁ MỨC ĐỘ ĐẠT ĐƯỢC TRONG 4 NHÓM NỘI DUNG TFP VỚI CÁC DOANH NGHIỆP THUỘC VINATEX



Quá trình vận hành của các doanh nghiệp cho thấy, nhóm năng suất kỹ thuật và năng suất công nghệ đã và đang được Vinatex và các đơn vị thành viên khai thác tối đa. Còn nhóm năng suất quản lý và năng suất đổi mới sáng tạo cần phải tiếp tục tìm giải pháp để ứng dụng vào công tác quản trị, điều hành doanh nghiệp.

KHUYẾN NGHỊ CHUYỂN ĐỔI SỐ ĐỂ CẢI THIỆN TFP

Đối với các doanh nghiệp có quy mô doanh thu lớn và phức tạp, số lượng nhân viên quản lý cần tương tác lớn, chuỗi cung ứng phức tạp và yêu cầu rõ ràng về quản lý chất lượng thì sau khi tự phát triển ERP và đến một giai đoạn nhất định cần tính toán thuê giải pháp quản trị ERP tiên tiến để bắt nhịp với yêu cầu tăng trưởng.

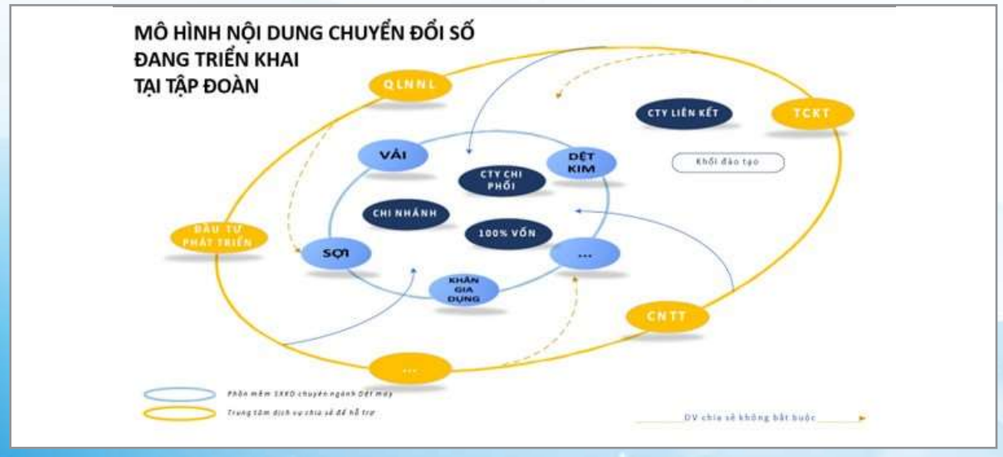
Bên cạnh đó, những doanh nghiệp này cần tiếp cận giải pháp quản trị mới, tiệm cận tiến tới cùng ngôn ngữ quản trị của thế giới, đồng thời cần đánh



giá khả năng hấp thụ kỹ năng số của nhân viên và thường xuyên cập nhật kỹ năng số cho đội ngũ nhân viên. Tìm kiếm người phụ trách chuyển đổi số là người có vai trò quyết định quan trọng trong quá trình kinh doanh của công ty và phụ trách công nghệ để số hóa.

Đối với các doanh nghiệp chưa đủ điều kiện để tự phát triển sẽ phối hợp cùng Tập đoàn với các giải pháp mua chung hoặc thuê phát triển chung. Giải pháp này có ưu điểm giá hợp lý và tận dụng được nguồn nhân sự về công nghệ, nhân sự về quản trị nghiệp vụ để phát triển.

Đây là cách thức tiếp cận nhanh nhất để tận dụng được năng lực sẵn có giữa các đơn vị trong công tác chuyển đổi số. Cần có người phụ trách chuyển đổi số là người có vai trò quyết định quan trọng trong quá trình kinh doanh của công ty. Sử dụng phần mềm theo hướng SAAS - Software as a Service (một mô hình cung cấp phần mềm dưới dạng dịch vụ qua internet. Trong mô hình này, các ứng dụng phần mềm được chạy từ trên đám mây và cung cấp cho người dùng cuối thông qua trình duyệt web hoặc ứng dụng di động).



TỐI ƯU MÔ HÌNH TỔ CHỨC ĐỂ CÓ THỂ THỰC HIỆN NHIỀU NHIỆM VỤ

Việc tìm hiểu các mô hình vận hành mới kết hợp với mô hình hiện tại giúp doanh nghiệp cải thiện khả năng phối hợp vận hành - vừa thực hiện nhiệm vụ SXKD, vừa chuyển đổi số.

Mô hình theo chức năng đang được vận hành phổ biến hiện nay đang dần bộc lộ các ưu, nhược điểm như sau:

Ưu điểm:

- Chuyên môn hóa, tập trung kỹ năng chuyên sâu;
- Cải thiện hiệu quả công việc và năng suất;
- Quản lý dễ dàng, cấu trúc rõ ràng, dễ kiểm soát;

Nhược điểm:

- Thiếu linh hoạt, cứng nhắc, khó khăn thích nghi với thay đổi của thị trường và khách hàng;
- Giao tiếp kém, thiếu phối hợp, nhiều rào cản;
- Chậm đổi mới, do quá tập trung vào chuyên môn cụ thể;
- Xung đột lợi ích giữa các bộ phận do mục tiêu và ưu tiên khác nhau;

Vinatex coi việc đào tạo và phát triển bộ máy quản lý là yếu tố then chốt để có khả năng thích nghi với việc xây dựng và vận hành các giải pháp mới. Trong đó, tập trung vào đào tạo kỹ năng và kiến thức nghề với các kỹ năng số cần thiết như, quản lý dự án, làm việc nhóm, hiểu và sử dụng các giải pháp phần mềm quản trị. Việc đào tạo chuyên môn nghiệp vụ gắn theo vị trí và ngành nghề trong sự thay đổi cách thức quản trị mới.

Chương trình đào tạo sẽ tập trung vào nội dung: Thiết kế các khóa học tập trung vào kỹ năng chuyên môn mới, kỹ năng mềm và công nghệ mới, Agile Scrum, OKR… với phương pháp đào tạo linh hoạt bằng hình thức trực tuyến, youtube, trực tiếp, kèm cặp và hướng dẫn tại chỗ để tối ưu thời gian. Cùng với đó là hướng đến chương trình phát triển nhân viên theo cách thức: Chương trình cố vấn: Ghép đôi nhân viên mới với những người có kinh nghiệm để chia sẻ kiến thức và kỹ năng; Kế hoạch phát triển cá nhân: Trao quyền cho đội ngũ nhân sự trẻ tự xây dựng đề tài, xây dựng nhóm (có thể bao gồm cả người bên ngoài công ty)…

DOANH NGHIỆP TIẾP CẬN TFP THẾ NÀO?

TFP là chìa khóa cạnh tranh của doanh nghiệp. Để cải thiện TFP, khuyến nghị các doanh nghiệp cần:

- Rà soát, đánh giá mức độ đạt được, tính sẵn sàng, chỉ tiêu đo lường của 4 nhóm nội dung của TFP để xây dựng kế hoạch hành động phù hợp.
- Đối với ứng dụng công nghệ và đổi mới sáng tạo cần ưu tiên rà soát nhân sự để có giải pháp triển khai.
- Đánh giá mức độ phức tạp và ưu tiên để chuyển đổi số từng hoạt động cụ thể.
- Có giải pháp và cần đầu tư kinh phí thích đáng vào nhân sự cho các vấn đề đổi mới sáng tạo, chuyển đổi số.
- Tìm hiểu các giải pháp quản lý để bổ sung vào mô hình hiện tại để có thể triển khai đổi mới sángtạo.
- Xây dựng chỉ tiêu đo lường và đánh giá hiệu quả đối với từng nhóm nội dung triển khai.❑



GÓC NHÌN



NHÂN LÊN sức lan tỏa

THỎA ƯỚC LAO ĐỘNG TẬP THỂ NGÀNH DỆT MAY VIỆT NAM

Bài: QUANG NAM *(ghi)*

Thỏa ước lao động tập thể (TƯLĐTT) cấp ngành ngoài việc mang đến các phúc lợi tốt hơn cho người lao động, trở thành kim chỉ nam để các doanh nghiệp (DN) xây dựng khung chính sách, thiết chế cho người lao động, còn là cơ hội, tiền đề để DN giữ chân, ổn định nguồn lực lao động trong bối cảnh cạnh tranh lao động ngày càng gay gắt.

Mới đây, Hiệp hội Dệt May Việt Nam (Vitas) và Công đoàn Dệt May Việt Nam (Công đoàn DMVN) tổ chức Lễ ký kết TƯLĐTT ngành Dệt May Việt Nam lần thứ VI, với 85 DN và 85 CĐCS đăng ký tham gia TƯLĐTT ngành Dệt May lần thứ VI (tính tới 30/6/2024).

Để thực hiện bản thỏa ước này, Vitas và Công đoàn DMVN đã tiến hành thương lượng, thống nhất một số nội dung sau: (1) Giữ nguyên các điều khoản đã xác lập trong TƯLĐTT ngành lần V về mức thu nhập tối thiểu, thang bảng lương, chế độ phụ cấp, tiền thưởng, thời giờ làm việc, nghỉ ngơi và quy định về đảm bảo duy trì, cải thiện các chế độ đã đạt được; (2) Tăng mức và xác định mức tiền cụ thể đối với một số chế độ, chính sách đã được xác lập từ TƯLĐTT ngành lần V gồm: tăng mức tiền ăn ca thêm



2.000 đồng/suất/vùng; tặng quà cho lao động nữ vào ngày 8/3 và ngày 20/10 hàng năm mức tối thiểu 50.000 đồng/người/lần; (3) Xác lập chế độ phúc lợi mới: Chi hỗ trợ NLĐ nuôi con nhỏ dưới 36 tháng tuổi mức tối thiểu 50.000 đồng/người/tháng; (4) Mở rộng đối tượng tham gia áp dụng TƯLĐTT. Theo đó, những DN mà người sử dụng lao động (NSDLĐ) không thuộc Hiệp hội và công đoàn cơ sở (CĐCS) không thuộc Công đoàn DMVN nhưng nếu cả NSDLĐ và đại diện tập thể lao động của DN cùng ký công văn xin tham gia TƯLĐTT ngành gửi cho Hiệp hội và Công đoàn DMVN và được cả hai bên chấp thuận thì được áp dụng TƯLĐTT ngành.

Đặc san Dệt May và Thời trang Việt Nam xin trích dẫn một số ý kiến xoay quanh bản TƯLĐTTT mới này.

Bà Trần Thị Thanh Hà

Ủy viên Đoàn Chủ tịch, Trưởng ban Quan hệ Lao động, Tổng Liên đoàn Lao động Việt Nam

Tiếp tục phát huy giá trị của TƯLĐTT cấp ngành đầu tiên của Việt Nam

Trong những năm qua, TƯLĐTT đã phát huy được vai trò là chính sách khung của ngành, là cơ sở để các doanh nghiệp thực hiện và điều chỉnh chế độ, chính sách trong các bản TƯLĐTT tại DN, áp dụng bền vững cho NLĐ. Việc duy trì TƯLĐTT ngành Dệt May trong 14 năm qua với 5 lần ký kết đã góp phần cải thiện đời sống, xây dựng quan hệ lao động hài hòa, ổn định và tiến bộ trong các doanh nghiệp. Tổng LĐLĐ VN đánh giá rất cao nỗ lực của Vitas và Công đoàn DMVN trong việc xây dựng, duy trì và ngày càng nâng cao chất lượng TƯLĐTT ngành Dệt May. Đồng thời, Tổng Liên đoàn cũng trân trọng cảm ơn các doanh nghiệp, các công đoàn cơ sở đã tin tưởng, đăng ký tham gia và thực hiện nghiêm túc các quy định của TƯLĐTT ngành tại đơn vị, để có thêm sức mạnh pháp lý ở cấp độ ngành trong việc đại diện, bảo vệ quyền và lợi ích hợp pháp cho đoàn viên và NLĐ trong hệ thống của mỗi bên.



Bản TƯLĐTT lần thứ VI sẽ tiếp tục lan tỏa sâu rộng trong ngành dệt may, tạo sự ổn định trong quan hệ lao động của các doanh nghiệp tham gia, tạo ra sự cạnh tranh giữa các doanh nghiệp trong và ngoài của TƯLĐTT cấp ngành. Từ đó sẽ thu hút thêm các doanh nghiệp tham gia thỏa ước. Với bản thỏa ước này, đề nghị Công đoàn DMVN làm tốt một số nhiệm vụ sau: (1) Tăng cường tuyên truyền tới NSDLĐ, các công đoàn cơ sở, đoàn viên, người lao động về lợi ích TƯLĐTT ngành; (2) Tiếp tục có các cơ chế phối hợp giữa 3 bên trong việc tuyên truyền, vận động và mở rộng 100% các doanh nghiệp là thành viên Vitas tham gia thỏa ước lao động tập thể ngành; (3) Phối hợp chuyên môn tổ chức đào tạo nâng cao chất lượng công đoàn tham gia tổ chức hội nghị NLĐ, đối thoại tại nơi làm việc; tập huấn, bồi dưỡng cho cán bộ công đoàn cơ sở kiến thức, kỹ năng đối thoại, kỹ năng thương lượng, nhất là kiến thức và kỹ năng thương lượng tập thể về tiền lương; (4) Tạo lập phần mềm quản lý đoàn viên, tăng cường hoàn thiện các nội dung phúc lợi cho đoàn viên, NLĐ cao hơn trong TƯLĐTT ngành; (5) Tăng cường công tác kiểm tra, giám sát thực hiện TƯLĐTT ngành tại các doanh nghiệp và đặc biệt tại CĐCS tham gia TƯLĐTT ngành và thường xuyên, định kỳ thực hiện phân loại, đánh giá chính xác, thực chất chất lượng công tác thương lượng tập thể, ký kết và thực hiện TƯLĐTT ngành và các bản TƯLĐTT doanh nghiệp.

Ông Vũ Đức Giang

Chủ tịch Vitas

Các thiết chế Công đoàn cần tính toán tới nhóm lao động trẻ



Ngành Dệt May Việt Nam đang đứng trước nhiều thách thức khi tổng cầu dệt may suy giảm và chưa chắc chắn dấu hiệu phục hồi, trong khi đó thách thức về sự chuyển dịch lao động, nghỉ việc, rút bảo hiểm xã hội một lần đang diễn biến hết sức phức tạp. Đây là điều các DN không mong muốn bởi nó gây ra nhiều hệ lụy, xáo trộn dây chuyền sản xuất, trong khi đó để đào tạo được một lao động lành nghề các DN phải mất vài tháng, thậm chí là 1 năm. Cùng với những thách thức về chuyển dịch lao động, các thách thức về đánh giá, tiêu chí của khách hàng ngày càng cao, các đánh giá này không có sự đồng nhất khi mỗi nhãn hàng lại có những quy định khác nhau. Trong bối cảnh đó, NLĐ chính là tài sản lớn nhất của DN, và để giữ chân, duy trì ổn định lực lượng lao động thì việc tham gia TƯLĐTT chính là "chìa khóa" để giúp các DN điều chỉnh kịp thời các nội dung, thiết chế chăm lo cho NLĐ, lấy NLĐ làm trọng tâm cho sự phát triển của DN.

Trong thời gian tới, Vitas sẽ tiếp tục phát huy vai trò của Hiệp hội nhằm kêu gọi các DN trực thuộc tham gia nhiều hơn vào TƯLĐTT ngành Dệt May Việt Nam, đặc biệt là các DN đang sinh hoạt tại các Liên đoàn lao động địa phương. Hơn hết, Công đoàn Dệt May Việt Nam cũng cần nhân rộng các mô hình hay, cách làm mới trong công tác chăm lo NLĐ để tạo ra sự lan tỏa trong toàn hệ thống. Cùng với đó, các thiết chế cho người lao động, đặc biệt là các thế hệ trẻ GenZ cũng cần được lưu ý. Đây là những thế hệ tiếp nối cho nguồn lao động đang già hóa, có sự năng động và tương đối nhạy cảm. Để giữ chân được nguồn lao động này thì cần có sự đổi mới trong công tác chăm lo NLĐ, đối xử công bằng giữa NSDLĐ và người lao động, hơn hết là xây dựng môi trường văn minh, hiện đại, tất cả vì người lao động.

Bà Phạm Thị Thanh Tâm

Chủ tịch Công đoàn DMVN

Nhân rộng thỏa ước không chỉ DN thuộc Công đoàn DMVN

Qua TƯLĐTT lần thứ VI này, quan hệ lao động của ngành Dệt May Việt Nam tiếp tục được củng cố, vun đắp, bổ sung theo chiều sâu về quan hệ việc làm, nâng cao công tác quản trị để đáp ứng các yêu cầu khắt khe của chuỗi cung ứng dệt may toàn cầu. Hơn hết, để vượt qua được những áp lực đang hiện hữu của cơ quan quản lý nhà nước về lao động, áp lực về đánh giá của khách hàng, TƯLĐTT sẽ là bộ xương sống để các DN tiếp tục cải thiện môi trường và điều kiện làm việc, nâng cao chất lượng cuộc sống cho NLĐ. Với Công đoàn DMVN, việc quan trọng nhất trong thời gian tới ngoài việc chăm lo cho NLĐ, đảm bảo mối quan hệ hài hòa, ổn định, tiến bộ… thì việc mở rộng TƯLĐTT cấp ngành là một nhiệm vụ trọng điểm để NLĐ được hưởng lợi từ thỏa ước này không chỉ giới hạn tại các DN đang sinh hoạt trong Công đoàn DMVN và Vitas, mà cần được nhân rộng ra các DN dệt may đang sinh hoạt tại các Liên đoàn lao động địa phương, nâng cao thêm sức mạnh cho các DN trong toàn ngành.



Để làm được điều này, ngoài sự nỗ lực của Vitas và Công đoàn DMVN, chúng tôi mong có sự ủng hộ, tiếng nói của VCCI, Bộ LĐ, TB & XH, đặc biệt là Tổng LĐLĐ VN trong việc thúc đẩy mô hình Công đoàn ngành tập trung xuyên suốt. Ngoài việc thí điểm mô hình Công đoàn cấp ngành mới, thì việc chuyển giao với các Liên đoàn Lao động địa phương cũng cần có sự phối hợp nhịp nhàng, kịp thời. Tôi mong rằng, TƯLĐTT ngành dệt may lần VI sẽ tiếp tục lan tỏa rộng hơn nữa tới tất cả những DN, NLĐ dệt may trên toàn quốc.

Bà Nguyễn Thị Liên

Phó Tổng Giám đốc Công ty CP Quốc tế Phong Phú (PPJ)

Không vì khó khăn mà "bỏ quên" người lao động

Những ý kiến của Chủ tịch Vitas đưa ra về những khó khăn của DN dệt may đang gặp phải đã tương đối bao hàm, nhưng có thể nhấn mạnh rằng chưa có thời điểm nào mà DN khó khăn như hiện nay. Với hơn 16 năm ở cương vị Chủ tịch Công đoàn công ty, tôi thấu hiểu rằng nếu không có sự đồng hành, chia sẻ, quan tâm và giải quyết những tâm tư, nguyện vọng của người lao động thì rất khó để giữ chân người lao động, để DN có cơ hội phát triển.

Thông qua TƯLĐTT ngành lần thứ VI, có rất nhiều điểm mới, nếu chỉ nhìn vào con số thì có thể nghĩ là nhỏ, nhưng với doanh nghiệp thì những tiêu chuẩn này không phải là dễ thực hiện, nhất là các DN có đông lao động thì những con số về ăn ca, chế độ phúc lợi cũng sẽ ngốn của DN chi phí tương đối lớn. Nếu nói về những khó khăn DN gặp phải, thì một trong những khó khăn là các tiêu chuẩn của khách hàng tương đối ngặt nghèo, mỗi khách hàng lại có hệ thống đánh giá khác nhau. Trước đây, trong quá trình lấy ý kiến của DN về vấn đề kinh doanh có trách nhiệm do Bộ Tư pháp, Chương trình Phát triển Liên Hợp Quốc (UNDP) tổ chức, tôi đã có nêu ý kiến về việc PPJ hiện nay có 33 nhà máy, trong đó có 5 công ty dệt vải để làm hàng FOB và ODM, trung bình mỗi năm có khoảng 235 cuộc đánh giá của khách hàng, trong khi đó các đối tác nhãn hàng đều không chấp nhận các báo cáo đánh giá trước đây của một nhãn hàng khác. Nếu nhìn qua về các tiêu chí đánh giá có thể thấy có những điểm tương đồng giống nhau, nhưng với khách hàng họ lại cho rằng có sự khác biệt giữa các bên. Thậm chí, với PPJ có một số công ty con là thành viên của Better Work, tuy nhiên tổ chức này chỉ chấp nhận các đánh giá đối với các công ty có tư cách thành viên, còn những đơn vị khác trong hệ thống của PPJ đều không được chấp nhận báo cáo đánh giá. Trong thời gian tới, chúng tôi sẽ tiếp tục làm việc cùng với Better Work – đơn vị trung lập trong đánh giá các DN dệt may có tiếng nói với các nhãn hàng để có sự nhất quán trong việc đánh giá, sử dụng chung khung đánh giá của Better Work để giảm bớt khó khăn cho DN.

Chia sẻ như vậy để nói rằng, các khó khăn của DN không chỉ ở sự trồi sụt của thị trường. Tuy nhiên, PPJ cam kết với Vitas và Công đoàn DMVN sẽ thực hiện đúng với những nội dung trong bản TƯLĐTT ngành lần VI, tiếp tục duy trì các điều khoản có lợi cho NLĐ từ những bản TƯLĐTT trước đây. Có như vậy, các chính sách về người lao động mới thực sự hiệu quả, thực chất và bền vững.



Bà Trần Tường Anh

Phó Tổng Giám đốc Tổng Công ty CP Dệt May Hòa Thọ

Vận dụng phương châm "một người lao động cũng phải giữ"

Có thể nói, Chủ tịch Vitas đã nêu đầy đủ những khó khăn chung của DN và đây không phải là khó khăn riêng của bất cứ DN dệt may nào. Với những đơn vị thâm dụng lao động như Hòa Thọ, hiện chúng tôi khoảng gần 11.000 lao động, với mỗi một nội dung mới trong bản TƯLĐTT ngành lần VI, tưởng như nhỏ nhưng khi tính ra sẽ tăng lên chi phí vận hành của DN tương đối nhiều. Đơn cử, mỗi bữa ăn chỉ tăng khoảng 2.000 VNĐ thì mỗi năm Hòa Thọ phải tăng 7,5 tỷ vào chi phí này, đấy là ví dụ về khoản tăng thêm nhỏ nhất trong thỏa ước này, nhưng với quan điểm của Hòa Thọ chúng tôi xác định nếu như không tham gia thỏa ước ngành thì Tổng Công ty vẫn phải thực hiện để đảm bảo quyền lợi tốt nhất cho NLĐ. Bởi lẽ, với Hòa Thọ thì ngoài phương châm NLĐ là tài sản quý nhất thì chúng tôi còn vận dụng phương châm "người lao động phù hợp", có nghĩa là NLĐ nếu như không phù hợp ở vị trí này, thì chúng tôi sẽ tiếp tục đào tạo ở vị trí khác để giữ chân được người lao động. Hơn hết, chúng tôi hiểu rằng trong bối cảnh khó khăn chung của ngành dệt may, thì việc giữ chân người lao động là ý chí tiên quyết của người sử dụng lao động, và để thực hiện được điều này chắc chắn sẽ phải thực hiện rất nhiều biện pháp phúc lợi, có lợi cho người lao động, thậm chí, có những điều khoản không có trong thỏa ước, chúng tôi vẫn sẽ tiếp tục thực hiện để gìn giữ nguồn lực vì định hướng "một người lao động cũng phải giữ".



Ông Bạch Thăng Long

Phó Tổng Giám đốc Tổng Công ty May 10 – CTCP

Suy nghĩ về giữ chân người lao động trẻ



Đặc thù của ngành dệt may là ngành sử dụng đông lao động, chỉ cần một chi phí tăng lên thì tổng chi phí trong năm có thể thành con số tương đối lớn, tuy nhiên ý chí của các DN khi đã thực hiện được các tiêu chí cho NLĐ thì thường sẽ không "giảm" mà chỉ có tiếp tục duy trì, thậm chí là tăng lên. Bởi những tiêu chí này đều hướng tới xây dựng môi trường làm việc tốt hơn cho NLĐ. Nhưng có thể nói, hiện nay với các thế hệ lao động mới, nhất là những người lao động trẻ, thế hệ GenY, GenZ thì chúng ta không còn dùng từ "dạy" nữa mà phải dùng từ "dỗ". Ý ở đây là, những thế hệ này có sự nhạy cảm về suy nghĩ, bất cứ có vấn đề gì thì cần phải tới tận nơi, hỏi trực tiếp, đáp ứng đủ các điều kiện trong khả năng cho phép, nhưng nếu đáp ứng rồi thì vẫn có nguy cơ lao động nghỉ việc, đây là thực trạng của không ít DN chứ không chỉ của riêng May 10. Trước yêu cầu mới, May 10 sẽ cam kết thực hiện có trách nhiệm, đảm bảo các tiêu chí trong thỏa ước đã ký, cùng với đó những tiêu chí ngoài thỏa ước chúng tôi sẽ cố gắng thực hiện trong phạm vi của đơn vị. ❑



Việt

Thời trang nội địa: Chinh phục người tiêu dùng bằng chất lượng sản phẩm

Bài: HOÀNG ANH

Thời gian gần đây, nhiều nhãn hàng thời trang Việt đã rầm rộ tấn công thị trường nội địa qua hệ thống showroom được các doanh nghiệp dệt may lớn mở ra tại các tỉnh, thành trên cả nước. Chất lượng sản phẩm với những thiết kế độc đáo, sáng tạo, mới lạ, gắn với xu hướng xanh và tiêu dùng thuận lợi cho người tiêu dùng đang được các doanh nghiệp phát huy để chiếm lĩnh thị trường nội địa, kéo người tiêu dùng Việt ưu tiên dùng hàng Việt…

ĐỊNH VỊ THƯƠNG HIỆU VIỆT ĐỂ CHIẾM LĨNH THỊ PHẦN NỘI ĐỊA

Tổng Công ty Đức Giang - CTCP vừa tổ chức kỷ niệm 10 năm thương hiệu HeraDG. Phát biểu tại sự kiện, ông Hoàng Vệ Dũng- Chủ tịch HĐQT Tổng Công ty Đức Giang cho biết: Đức Giang vốn là đơn vị chuyên làm xuất khẩu và bước vào lĩnh vực thời trang từ những năm 2000. Qua 10 năm nay, thương hiệu HeraDG đã phát triển và đưa thời trang hòa nhịp với bước tiến thời đại, bước vào kỷ nguyên thời trang thân thiện với môi trường bên cạnh những tiến bộ khoa học như công nghệ 3D, AI.

"Nhớ lại những ngày đầu khi Đức Giang chập chững bước vào thị trường nội địa, toàn thể Tổng Công ty, các nhà máy đã gồng mình trong đổi mới phương thức sản xuất kinh doanh. Đến ngày hôm nay, chúng tôi vẫn phải đối mặt với những thách thức của thị trường khi bước vào làng thời trang Việt và luôn phải nỗ lực để vừa đảm bảo chất lượng sản phẩm cung ứng ra thị trường nội địa, vừa đáp ứng với tiến độ, yêu cầu của hàng xuất khẩu. Tuy nhiên, điều đáng tự hào là thương hiệu HeraDG đã ghi dấu ấn trong lòng người tiêu dùng Việt, đã luôn mang lại ấn tượng, cảm xúc mới cho khách hàng từ việc thay đổi mẫu mã thường xuyên qua các bộ sưu tập mới theo xu hướng ứng dụng, ưu tiên sử dụng nguyên liệu tái tạo, thân thiện môi trường. Trong thị trường 100 triệu dân, chúng tôi phấn đấu đạt chạm đích thị trường nội địa khoảng 1% số dân, khi thị trường hội nhập, nở rộ nhiều thương hiệu nước ngoài, việc các thương hiệu trong nước ra đời hy vọng sẽ đem lại nhiều cảm xúc mới mẻ, thu hút khách hàng đến với mình"- Ông Hoàng Vệ Dũng chia sẻ.





Điều đáng tự hào là thương hiệu HeraDG đã ghi dấu ấn trong lòng người tiêu dùng Việt, đã luôn mang lại ấn tượng, cảm xúc mới cho khách hàng từ việc thay đổi mẫu mã thường xuyên qua các bộ sưu tập mới theo xu hướng ứng dụng, ưu tiên sử dụng nguyên liệu tái tạo, thân thiện môi trường.

Cũng như vậy, tại buổi khai trương cửa hàng thời trang mới của thương hiệu S.PEARL diễn ra hồi tháng 7, ông Phạm Tiến Lâm- Tổng Giám đốc Tổng Công ty Đức Giang – CTCP, cho hay: "Trong điều kiện thị trường bán lẻ cạnh tranh ngày càng khốc liệt với các nền tảng thương mại điện tử, kinh doanh trực tuyến, thói quen tiêu dùng của khách hàng có nhiều thay đổi, sức cầu thị trường yếu sau đại dịch, việc Tổng Công ty Đức Giang tiếp tục giới thiệu đến khách hàng trong nước một không gian mua sắm mới của thương hiệu S.PEARL là một minh chứng cho việc kiên định với định hướng phát triển thị trường nội địa bằng những sản phẩm thời trang chất lượng, thể hiện trách nhiệm với cộng đồng và môi trường".

Theo ông Lâm, Đức Giang là một trong những doanh nghiệp luôn hưởng ứng Cuộc vận động "Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam" và phát triển thị trường nội địa là một trong những chiến lược phát triển quan trọng của Tổng Công ty. Các thương hiệu thời trang của Đức Giang đã dần khẳng định được vai trò của mình trong việc đóng góp vào sự phát triển chung của Đức Giang nói riêng và ngành thời trang Việt Nam nói chung khi góp phần đưa doanh



thu hàng thời trang và hàng đồng phục của doanh nghiệp lên đến hàng trăm tỷ đồng.

Trước đó, chia sẻ tại buổi khai trương showroom mới thuộc thương hiệu thời trang HeraDG vào hồi tháng 5, ông Phạm Tiến Lâm, cũng nhận định: Tiến theo xu hướng chung của thế giới, các thương hiệu của Đức Giang hướng tới sản xuất xanh đáp ứng yêu cầu của đối tác về việc sử dụng nguồn nguyên liệu tái chế, thân thiện môi trường, đồng thời đẩy mạnh phát triển chuỗi giá trị và phát triển thị trường. Điều này không chỉ nhằm đáp ứng nhu cầu ngày càng cao về các tiêu chí thời trang, tái tạo và giảm phát thải, mà còn giúp nâng cao vị thế của doanh nghiệp, tăng thị phần và tạo thêm nhiều giá trị gia tăng.

BẮT NHỊP NHU CẦU NGƯỜI TIÊU DÙNG VIỆT

Cùng các doanh nghiệp khác, Tổng Công ty May 10- CTCP đón đầu xu hướng với việc đề ra những chiến lược, trong đó mở các cửa hàng mới để đáp ứng nhu cầu của thị trường, kích cầu tiêu dùng. Ngay trong 6 tháng đầu năm 2024, May 10 đã khai trương hai cửa hàng tại Hà Nội, 1 cửa hàng tại Thái Bình, trong đó có cửa hàng may đo veston cao cấp kết hợp với Trung tâm thời trang May 10. Đây là một phần trong chiến lược trung và dài hạn của May 10 trong nhiều năm qua nhằm phát triển thương hiệu nội địa.

> *Để hiện thực hóa việc chinh phục thị trường nội địa, ông Hoàng Thế Nhu, Phó Tổng Giám đốc May 10 cho biết, May 10 tập trung vào chất lượng, thẩm mỹ sản phẩm bằng cách đầu tư nhiều vào đội ngũ thiết kế. Trong quá trình sản xuất, May 10 đều thực hiện theo hệ thống tiêu chuẩn quốc tế, nhưng với sản phẩm trong nước luôn luôn dành ưu tiên quy chuẩn chất lượng cao hơn xuất khẩu.*

Với hơn 30 nhà thiết kế và khoảng 200 người làm trong khâu thiết kế sản phẩm mới, cùng với ứng dụng công nghệ hiện đại trong thiết kế như công nghệ 3D, AI…, theo ông Thân Đức Việt- Tổng Giám đốc May 10, tính hội nhập hiện nay của các nhà thiết kế Việt Nam đã hội nhập và bắt kịp với trình độ thiết kế của thế giới. May 10 vẫn tiếp tục phối kết hợp với các nhà thiết kế hàng đầu ở Ý, Pháp, Mỹ, Anh để giao thoa, hội nhập nhanh, sớm với các nhà thiết kế hàng đầu của thế giới để sản xuất các bộ sưu tập cho người Việt Nam nhưng chất lượng kiểu dáng mẫu mã ngang tầm với quốc tế. May 10 cũng đang áp dụng trí tuệ nhân tạo (AI) vào công tác thiết kế, giúp nâng cao tính hội nhập của các nhà thiết kế Việt Nam nói chung và May 10 nói riêng.

Để hiện thực hóa việc chinh phục thị trường nội địa, ông Hoàng Thế Nhu- Phó Tổng Giám đốc May 10 cho biết, May 10 tập trung vào chất lượng, thẩm mỹ sản phẩm bằng cách đầu tư nhiều vào đội ngũ thiết kế. Trong quá trình sản xuất, May 10 đều thực hiện theo hệ thống tiêu chuẩn quốc tế,





nhưng với sản phẩm trong nước luôn luôn dành ưu tiên quy chuẩn chất lượng cao hơn xuất khẩu. Trong số các nhà máy ở tỉnh, thành, May 10 tập trung vào nhà máy ở Hà Nội để phục vụ phân khúc này với chất lượng cao nhất, sản phẩm đầu ra đều được kiểm soát chặt chẽ theo quy trình.

Cùng với đó, May 10 triển khai các giải pháp nâng cao dịch vụ trước, trong và sau khi bán hàng, tăng trải nghiệm của khách hàng qua công nghệ số. Khi tìm các sản phẩm, khách hàng có thể trải nghiệm thông qua ứng dụng 3D trước khi chọn kiểu cách, màu sắc… và ra quyết định. May 10 có những kế hoạch đa dạng phân khúc sản phẩm, phải tận dụng tối đa sự phát triển của công nghệ số, tìm điểm chạm đến khách hàng từ kênh online, offline, tăng cường kênh thương mại điện tử để sản phẩm tới người tiêu dùng rộng và nhanh nhất. Hiện, May 10 cũng đang tập trung vào hai khâu thiết kế và sản xuất để thực hiện chiến lược sản xuất xanh. Trong thiết kế, Tổng Công ty chú trọng đảm bảo sản xuất xanh và sản phẩm xanh, sử dụng nguyên liệu tái chế và thân thiện môi trường, an toàn cho người tiêu dùng, đồng thời giảm thiểu rác thải.

Thị trường Việt Nam hiện có khoảng 200 thương hiệu thời trang nước ngoài từ cao cấp đến trung bình như Chanel, Giovani hay Mango, Zara… tiếp cận người tiêu dùng và liên tục mở rộng hệ thống bán lẻ. Điều này đòi hỏi các doanh nghiệp Việt phải thay đổi chiến lược phát triển sản phẩm thời trang đẳng cấp thuần Việt nhằm hóa giải mọi thách thức để chiếm lĩnh thị trường trong nước, chưa nói xuất khẩu.

Thực tế những năm gần đây, nhiều doanh nghiệp dệt may trong nước đã xây dựng phân khúc sản phẩm và đối tượng khách hàng riêng, từ đó dần tạo ra giá trị và khẳng định vị trí trên thị trường thời trang nội địa, như: Tổng Công ty CP May Việt Tiến, Tổng Công ty May Nhà Bè - CTCP, Tổng Công ty CP Dệt May Hòa Thọ với thời trang công sở…

Hưởng ứng cuộc vận động "Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam", các nhãn hiệu Việt tổ chức nhiều chương trình ưu đãi thu hút khách hàng trong các dịp lễ, tết, tham gia các gian hàng hội chợ, triển lãm giới thiệu sản phẩm và đa dạng hóa kênh bán hàng… Song song, các doanh nghiệp liên tục ra mắt các thiết kế mới để đáp ứng tốt hơn nhu cầu người tiêu dùng trong nước. Mong muốn



thổi "làn gió mới" vào thị trường thời trang nội địa, doanh nghiệp dệt may Việt Nam đang không ngừng đổi mới và phát triển về mọi mặt, khẳng định sự hiện diện của trí tuệ và sức sáng tạo Việt.

Nhìn chung, sân chơi của thương hiệu thời trang nội địa vẫn còn nhiều thị phần và cơ hội mở rộng thị trường ngay trong thời điểm kinh tế biến động. Tuy vậy, trước thách thức chính là cạnh tranh khốc liệt từ các thương hiệu quốc tế, nhu cầu, hành vi của người tiêu dùng thay đổi, không ít doanh nghiệp rơi vào tình trạng hàng tồn kho, phải giảm giá sâu để bán thu về vốn mà không có lợi nhuận. Chiếm lĩnh thị trường nội địa bên cạnh đòi hỏi các thương hiệu nội địa đột phá tạo nên bản sắc riêng, tìm lối đi riêng trong và ngoài nước thì cũng cần sự tiếp cận thân thiện, hướng về ưu tiên dùng hàng Việt Nam của người tiêu dùng. ❑



NGƯỜI ĐẠI DIỆN VỐN TẬP ĐOÀN DỆT MAY VIỆT NAM TẠI DOANH NGHIỆP

ĐIỂM TỰA CHO PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG

Bài: NHÓM PV

Tập đoàn Dệt May Việt Nam vừa tổ chức Hội nghị người đại diện vốn Vinatex tại doanh nghiệp nhằm tổng kết đợt đánh giá trực tiếp tại các đơn vị thành viên và tri ân người đại diện vốn của Tập đoàn tại các doanh nghiệp đã nỗ lực, quyết tâm, sáng tạo trải qua một năm sản xuất kinh doanh vô cùng khó khăn-năm 2023. Về phía người đại diện vốn, qua đợt đánh giá của Tập đoàn đã có nhiều chia sẻ và động thái tích cực để khắc phục những hạn chế và phát huy hơn nữa những thành quả đã đạt được trong vận hành doanh nghiệp.

Ông THÂN ĐỨC VIỆT

Tổng Giám đốc Tổng Công ty May 10- CTCP (May 10)

CẦN XÂY DỰNG MỘT MAY 10 PHÁT TRIỂN CÓ HỆ THỐNG TRÊN NỀN CÔNG NGHỆ SỐ

Vừa qua, Ban lãnh đạo Tập đoàn Dệt May Việt Nam đã có buổi làm việc đánh giá hoạt động người đại diện vốn tại May 10. Lãnh đạo Tập đoàn và các ban chức năng thực hiện đánh giá tại May 10 theo 3 nhóm nội dung: Quản lý chung; Thị trường và phát triển bền vững; Tài chính – Kiểm soát – Quản lý nguồn lực, tuy làm việc trong thời gian ngắn nhưng với cách nhìn toàn diện, sâu sắc, Lãnh đạo Tập đoàn đã chỉ ra cho May 10 những ưu điểm, hạn chế rất rõ nét, những khuyến nghị sát thực để May 10 tiếp tục nghiên cứu và triển khai thực hiện. Những đánh giá ghi nhận của Tập đoàn đối với thành tích đã đạt được là động lực giúp chúng tôi tiếp tục cố gắng, kiên định với mục tiêu và phương pháp đúng để xây dựng May 10 phát triển. Đặc biệt, những chỉ đạo sát sao của đồng chí Chủ tịch HĐQT Tập đoàn Lê Tiến Trường với những định hướng sát thực sẽ là cơ sở giúp cho Tổng Công ty nhìn nhận lại toàn diện hệ thống vận hành SXKD trong hiện tại và tương lai.

Với những hạn chế được đoàn đánh giá chỉ ra, đồng thời với những khuyến nghị của Lãnh đạo Tập đoàn, chúng tôi xin tiếp thu và coi đó là những định hướng chỉ đạo để triển khai hoạt động trong thời gian tới, cụ thể:

* Nghiên cứu xây dựng chiến lược phát triển Tổng Công ty May 10 trình HĐQT thông qua cho giai đoạn 2025-2030 định hướng đến 2045 trình Đại hội đồng cổ đông nhiệm kỳ 2025-2030.

* Đối với dự án chuyển đổi số, với mô hình hoạt động của Tổng Công ty (nhiều ngành nghề, phạm vi hoạt động trải rộng nhiều địa điểm), Tổng Công ty đã và đang từng bước thực hiện công tác số hóa và chuyển đổi số sao cho vừa đáp ứng thời gian báo cáo theo quy định vừa nâng cao công tác quản trị, tuy nhiên với chỉ đạo của Lãnh đạo Tập đoàn chúng tôi tiếp tục triển khai quyết liệt trong năm 2025 và phân công một Phó Tổng giám đốc chuyên trách tập trung các nội dung sau: Rà soát đánh giá công tác tổ chức, quy trình nghiệp vụ, loại bỏ những khâu trung gian (không tạo ra giá trị); Tập trung khai thác nguồn dữ liệu hiện có đẩy nhanh tốc độ báo cáo quản trị. Công tác số hóa, chuyển đổi số tiếp tục được nghiên cứu cải tiến đối với từng loại hình kinh doanh, đơn vị hoạt động, quy trình nghiệp vụ; Phát triển từ trong ra ngoài, từ gần tới xa, đảm bảo an toàn số liệu, thời gian báo cáo, và quản trị hệ thống. Đầu tư nhân sự công nghệ thông tin để gắn bó và thực hiện số hóa, dần xây dựng hệ sinh thái quản trị số trong toàn Tổng Công ty. Đầu tư nâng cập hệ thống thiết bị đảm bảo công tác an toàn và an ninh mạng bảo vệ dữ liệu.

* Quy hoạch thị trường, khách hàng, đánh giá những rủi ro tiềm ẩn đối với từng thị trường, từng khách hàng, kích cỡ đơn hàng nhằm đảm bảo an toàn tài chính và việc làm cho người lao động.

* Nghiên cứu giải pháp đầu tư công nghệ, nâng cao công tác đào tạo, chế độ thu nhập cho người lao động, đồng thời phát triển mạng lưới vệ tinh ứng phó với sự thiếu hụt lao động sản xuất hiện nay.

* Tiếp tục quan tâm công tác quy hoạch cán bộ cấp cao; thực hiện đào tạo, phát triển nguồn nhân lực cho chiến lược phát triển dài hạn của Tổng Công ty;

* Tiếp tục nghiên cứu xây dựng hệ thống chính sách tạo động lực thu hút nhân tài; Xem xét lại chế độ lương, thưởng, gắn với khung năng lực phù hợp với trình độ cán bộ, nhân viên nghiệp vụ.

Với sự bất định của thị trường, hoạt động SXKD ngày càng trở lên khó khăn. Sự yêu cầu của khách hàng, môi trường ngày càng khắt khe, chúng tôi hiểu rằng cần xây dựng một May 10 phát triển có hệ thống trên nền công nghệ số để đáp ứng được tốc độ thông tin, và tiết kiệm chi phí, tăng khả năng cạnh tranh.



Ông BÙI VĂN TIẾN

Tổng Giám đốc Tổng Công ty CP May Việt Tiến (Việt Tiến)

GẮN KẾT CÁC BAN CHỨC NĂNG CỦA TẬP ĐOÀN VỚI DOANH NGHIỆP TẠO DOANH THU TỐT NHẤT CHO HỆ THỐNG

Là người đại diện vốn của Vinatex tại doanh nghiệp, tôi xác định rõ trách nhiệm, công tác điều hành của mình có vai trò quan trọng đối với doanh nghiệp. Cũng giống như các doanh nghiệp dệt may khác, hoạt động SXKD của Việt Tiến thời gian qua gặp không ít thăng trầm. Năm 2019, Việt Tiến có doanh thu đạt tới 9.000 tỷ đồng, là người đại diện vốn, tôi cảm thấy rất tự hào, phấn khởi. Nhưng kinh doanh không phải lúc nào cũng thuận lợi, chỉ qua vài ba năm, sau mùa dịch lại khủng hoảng kinh tế, hoạt động SXKD suy giảm, vậy Việt Tiến phải đi lên như thế nào, vượt thách thức ra sao là bài toán mà người đại diện vốn có trách nhiệm phải giải đáp. Theo đó, để ứng phó với khó khăn và ổn định phát triển, giữ vững được thương hiệu, uy tín ở thị trường trong và ngoài nước, HĐQT- CQĐH Việt Tiến xác định tìm hướng bứt phá, đi đầu trong các lĩnh vực, từ môi trường, điều kiện SXKD theo các tiêu chuẩn mới đến chất lượng sản phẩm, tiến độ giao hàng, công tác chuyển đổi số ngày một nâng lên. Trong điều kiện SXKD cạnh tranh gay gắt, Việt Tiến có những đơn hàng vừa đòi hỏi chất lượng, vừa yêu cầu thời gian giao gấp (từ khi thống nhất ký hợp đồng đến khi giao sản phẩm chỉ từ 8-10 ngày), mỗi mã sản phẩm có yêu cầu kỹ thuật, sản xuất khác nhau… Với quyết tâm cao và năng lực đã có về thiết bị, công nghệ, nguồn nhân lực, những yêu cầu mới này đã được Việt Tiến huy động tổng lực đáp ứng kịp thời nhu cầu của khách hàng.

Để nâng cao năng suất lao động tổng hợp, sáng tạo thì theo tôi, mỗi doanh nghiệp cần phân tích, tìm hướng đi sao cho hiệu quả nhất. Doanh nghiệp căn cứ trên quy mô nhà máy, phấn đấu song hành vừa chất lượng vừa số lượng, nâng cao năng suất, hình thành phương pháp sao cho hiệu quả; năng suất về quản lý, quản trị, điều hành, năng suất tay nghề, mỗi doanh nghiệp đều có một cách làm khác nhau, đòi hỏi người đại diện vốn có hướng tiếp cận và đưa ra giải pháp phù hợp…

Tập đoàn mong muốn các doanh nghiệp bứt phá về giá trị, lấy giá trị cốt lõi, lợi nhuận mang về tương xứng với giá trị Tập đoàn đầu tư tại các doanh nghiệp, tín nhiệm, tin tưởng cắt cử người đại diện quản lý tốt đồng vốn đó. Theo đó, mỗi người đại diện vốn cần gắn kết với các ban chức năng của Tập đoàn, gắn kết với doanh nghiệp, linh hoạt trong sự phối hợp, điều hành nhằm tạo ra doanh thu, lợi nhuận tốt nhất cho doanh nghiệp.

Với sự đổi mới, phát triển ngày một mạnh mẽ, Tập đoàn đã xây dựng những khóa đào tạo cán bộ có chất lượng, góp phần hỗ trợ rất lớn cho hoạt động SXKD của doanh nghiệp, giúp lực lượng cán bộ vừa củng cố lại kiến thức, cập nhật thêm kiến thức mới, vừa được tạo động lực thôi thúc thế hệ trẻ phấn đấu, đáp ứng yêu cầu mới của thị trường. Đây cũng là hướng đi gợi mở đường hướng xây dựng đội ngũ người đại diện vốn đảm bảo các yêu cầu phát triển của Tập đoàn, của doanh nghiệp trong thời gian tới.



Ông NGUYỄN HÙNG QUÝ

Tổng Giám đốc Công ty TNHH Tổng Công ty Dệt May Miền Nam- Vinatex (VSC)

"CHẤT LƯỢNG LÀ DANH DỰ" VÀ "NĂNG SUẤT TĂNG TRƯỞNG BỀN VỮNG" LÀ MỤC TIÊU HƯỚNG TỚI

Sau đợt đoàn công tác của Tập đoàn trực tiếp đi đánh giá người đại diện vốn, với vai trò là người quản lý điều hành tại doanh nghiệp, chúng tôi cảm nhận đây là một trong những hoạt động thể hiện sự quan tâm của Lãnh đạo Tập đoàn đối với người đại diện vốn tại doanh nghiệp. Phương thức đánh giá rõ ràng, minh bạch và khách quan phản ánh rõ nét những việc doanh nghiệp làm được và những mặt còn tồn tại, hạn chế trong hoạt động, cho thấy kết quả SXKD thể hiện trên giấy tờ chưa đánh giá hết được khả năng của người đại diện vốn tại các đơn vị cũng như hành động cụ thể của đơn vị. Từ đó, giúp doanh nghiệp có thể hoàn thiện cơ chế hoạt động trong quá trình công tác và điều hành hoạt động SXKD bắt nhịp yêu cầu mới.

Trong thời gian tới, trước những khuyến nghị của Lãnh đạo Tập đoàn trong công tác điều hành tại doanh nghiệp nhằm nâng cao vị trí, vai trò và hiệu quả hoạt động của người đại diện vốn cũng như góp phần vào sự tăng trưởng của doanh nghiệp trong bối cảnh thị trường nhiều biến động, chúng tôi xây dựng những kế hoạch cụ thể như sau:

• Về nhân sự - lao động: Nhấn mạnh con người là quan trọng nhất, là cốt lõi tạo ra những giá trị bền vững nhất. Tiếp tục kiện toàn bộ máy quản lý trên khối văn phòng và sản xuất, phân bổ và sắp xếp đúng chuyên môn từng khối phòng ban để phát huy tối đa hiệu quả công việc. Tận dụng lợi thế thị trường để tuyển dụng và đào tạo thêm lao động có tay nghề, mở rộng năng lực sản xuất. Mục tiêu hướng tới tăng thu nhập và nâng chất lượng đời sống cho NLĐ.



•Về thị trường – nguồn hàng: Thành lập 3 nhóm sale hướng mạnh vào 3 thị trường chính: US, EU, ASEAN. Phát triển và mở rộng thêm nhiều khách hàng. Chọn lựa các khách hàng hiệu quả và đồng hành lâu dài. Tiếp tục nâng cấp nguồn hàng giá trị, chuyển hướng FOB, DDP để tăng giá trị khác biệt.

•Về sản xuất: nhấn mạnh "Chất lượng là danh dự" và "Năng suất tăng trưởng bền vững" là mục tiêu hướng tới. Không ngừng học hỏi, nghiên cứu và áp dụng nhiều sáng kiến cải tiến vào sản xuất để thúc đẩy NSLĐ. Tận dụng tối ưu các máy móc thiết bị hiện có, có phương án đầu tư máy móc thiết bị chuyên dùng để đẩy nhanh NSLĐ.

•Về tài chính: Khai thác và tận dụng tối đa công tác tài chính, quản lý hiệu quả dòng tiền, đàm phán mức lãi suất tối ưu, đẩy nhanh vòng quay vốn, sử dụng đòn bẩy tài chính hợp lý.

•Từng bước xây dựng hệ thống nhà máy theo tiêu chuẩn xanh, sạch, đẹp, an toàn và hướng đến nhà máy sản xuất thông minh.

Trong quá trình quản lý điều hành doanh nghiệp, chúng tôi mong muốn các ban chức năng của Tập đoàn tăng cường hỗ trợ, hướng dẫn hoàn thiện các quy định, quy chế hoạt động của VSC để công tác quản lý điều hành hoạt động SXKD hiệu quả hơn. Kịp thời giải quyết kiến nghị, vướng mắc, khó khăn của VSC trong tình hình thị trường nhiều biến động và doanh nghiệp gặp nhiều khó khăn trong hoạt động SXKD. Tăng cường công tác huấn luyện, đào tạo, bồi dưỡng nghiệp vụ cho các cấp quản lý của VSC. Đồng thời, chúng tôi mong muốn Tập đoàn có những quyết định linh hoạt, phù hợp với tình hình hoạt động SXKD tại VSC, hỗ trợ để doanh nghiệp nhanh chóng cổ phần hóa. Và hòa chung với chương trình chuyển đổi số của Tập đoàn, với những hỗ trợ, định hướng của Tập đoàn, doanh nghiệp sẽ nỗ lực để nhanh chóng tiếp cận, học hỏi và áp dụng những chương trình chuyển đổi số, ứng dụng phần mềm hiệu quả trong quản lý và SXKD…

Dưới đây là ý kiến của người đại diện vốn thuộc thế hệ lãnh đạo trẻ tại các đơn vị thành viên:

Bà NGUYỄN THỊ TỐ TRANG

Tổng Giám đốc Công ty CP Vinatex Phú Hưng

MỖI ĐẠI DIỆN VỐN HIỂU ĐƯỢC VỊ TRÍ CỦA DOANH NGHIỆP MÌNH TRÊN "BẢN ĐỒ" TỔNG THỂ CỦA VINATEX

Hội nghị Người đại diện vốn năm 2024 của Tập đoàn Dệt May Việt Nam đã mang đến một bức tranh toàn diện về "sức khoẻ" của các đơn vị thành viên, qua đó, mỗi người đại diện vốn hiểu được vị trí của doanh nghiệp mình trên "bản đồ" tổng thể của Vinatex. Trên cơ sở đó, Tập đoàn cũng phân tích và đưa ra những định hướng phát triển lớn, ngang tầm chiến lược cho mỗi đơn vị, mang đến ý nghĩa vô cùng quan trọng cho mỗi đại diện vốn để từ đó mở ra những suy nghĩ về định hướng phát triển dài hạn cho chính đơn vị của mình. Đối với Vinatex Phú Hưng, chỉ số Zscore của đơn vị đang ở mức thấp, do đặc thù vốn có cùng với khó khăn trong 2 năm vừa qua đã ảnh hưởng rất nhiều đến "sức khỏe" của chỉ số này. Trong bối cảnh hiện tại, Vinatex Phú Hưng sẽ cần nhiều thời gian để phục hồi và cải thiện các chỉ số tài chính của đơn vị.

Cũng tại Hội nghị, Tập đoàn đã xác định được vai trò quan trọng của mình trong giai đoạn hiện nay là nghiên cứu phát triển các sản phẩm mới, nhằm tìm một hướng đi phát triển dài hạn cho các đơn vị. Đối với ngành sợi, làm thế nào để hạn chế sự phụ thuộc, từng bước giảm các dòng sản phẩm đang mất dần lợi thế cạnh tranh hiện nay như các loại sợi pha CVC, TC; sợi Cotton truyền thống. Việc này đòi hỏi quá trình đầu tư, nghiên cứu một cách bài bản, có hệ thống và chiều sâu vốn nằm ngoài năng lực riêng lẻ của mỗi thành viên. Từ đó, các dự án đầu tư mới trong thời gian đến cũng sẽ được thực hiện trên nền tảng này để đạt được hiệu quả sản xuất – kinh doanh bền vững.

Hiện nay, ngành dệt may đang đứng trước giai đoạn thử thách mới: giai đoạn của sự sàng lọc và định hình sang một bước phát triển mới. Do vậy, khó khăn và thử thách đặt ra gấp nhiều lần so với những giai đoạn trước cho các đơn vị thành viên Vinatex. Trong bối cảnh đó, yếu tố con người càng trở nên quan trọng hơn bao giờ hết. Với vai trò là đại diện vốn của Tập đoàn tại đơn vị, trong thời gian đến, đơn vị sẽ tiếp tục tập trung vào việc tuyển dụng và đào tạo một đội ngũ cán bộ trẻ kế cận năng động, tài năng, bản lĩnh, hội nhập để có thể từ trong khó khăn, thử thách tìm ra được những cơ hội giúp đơn vị tồn tại, phát triển cũng như xác định được những hướng phát triển mới, mạnh mẽ và bền vững hơn. Quá trình đó sẽ rất cần sự đồng hành và ủng hộ của Tập đoàn để đơn vị có thể xây dựng tốt và hoàn thiện nguồn nhân lực của chính mình.

Ông PHẠM MINH ĐỨC

Tổng Giám đốc Công ty CP May Nam Định

MẠNH DẠN ĐỔI MỚI, DÁM NGHĨ, DÁM LÀM, DÁM ĐƯƠNG ĐẦU VỚI NHỮNG THÁCH THỨC MỚI

Công ty CP May Nam Định được thành lập từ năm 2004, tuổi đời doanh nghiệp còn trẻ, lãnh đạo trẻ nên hoạt động SXKD còn gặp nhiều thách thức. Đón bắt xu thế của thị trường, May Nam Định đã chuyển đổi từ làm hàng gia công, hàng CM sang FOB, doanh số hiện ước đạt 1.000 tỷ đồng/năm, trong đó 90% là hàng FOB. Khi chuyển đổi thì vốn của doanh nghiệp rất nhỏ, khó khăn trăm bề. Ban lãnh đạo Công ty và bản thân tôi là người đại diện vốn của Vinatex tại doanh nghiệp đã cùng tính toán, mạnh dạn đổi mới, dám nghĩ, dám làm, dám đương đầu với những thách thức mới trên cơ sở định hướng của Tập đoàn cũng như theo dõi, nắm bắt nhu cầu của thị trường, của khách hàng.

Vấn đề lớn nhất của các doanh nghiệp nhỏ trong Tập đoàn là nhu cầu được hỗ trợ về vốn. Doanh nghiệp mong được tăng vốn điều lệ và Tập đoàn bảo lãnh cho vay vốn. Đối với trường hợp của May Nam Định, doanh nghiệp không thuộc Tập đoàn chi phối nên chưa được hưởng lợi nhiều từ nguồn vốn của ADB, nếu May Nam Định được hưởng lợi từ nguồn vốn ADB thì sẽ có nhiều cơ hội hơn để phát triển doanh nghiệp, mở rộng phương thức sản xuất. Vấn đề đòn bẩy về tài chính đối với doanh nghiệp có vai trò và ý nghĩa vô cùng quan trọng trong nâng cao năng lực SXKD và khả năng cạnh tranh trên thị trường nội địa và quốc tế. Tôi mong rằng, lãnh đạo Tập đoàn, các ban chức năng sẽ hỗ trợ doanh nghiệp nhiều hơn nữa trong thời điểm thị trường biến động khó lường như hiện nay, đặc biệt là những doanh nghiệp vừa và nhỏ được tiếp cận nguồn vốn, tiếp cận về ưu đãi và lãi suất để doanh nghiệp có điểm tựa phát triển.

Ông TRẦN ĐÌNH HIỆP

Tổng Giám đốc Công ty CP Sợi Phú Bài

MONG MUỐN TẬP ĐOÀN HỖ TRỢ ĐÀO TẠO CÁN BỘ QUẢN LÝ CÁC CẤP

Ngay khi nhận được thông báo của Tập đoàn về chuẩn bị tài liệu cho đoàn đánh giá thì toàn bộ đội ngũ cán bộ quản lý của Công ty đã cảm nhận được sự sâu sát của Lãnh đạo Tập đoàn với nội dung khảo sát tập trung vào nhìn nhận đánh giá thực chất công tác tổ chức, vận hành SXKD tại đơn vị cũng như vai trò của người đại diện trong điều hành hoạt động tại đơn vị.

Thực tế kết quả đánh giá của đoàn công tác không chỉ giúp các đơn vị xác nhận và thấu hiểu được những tồn tại hạn chế mà còn nhìn nhận được xu hướng đổi mới của hoạt động SXKD trong thời đại chuyển đổi số. Mô hình, cơ chế của các đơn vị truyền thống như Sợi Phú Bài trong thời gian qua đã chứng minh được ưu điểm, tạo nhiều lợi thế. Tuy nhiên, mô hình, cơ chế cần có sự tự vận động đổi mới để có thể đạt được mục tiêu, tầm nhìn trong bối cảnh cơ hội, thách thức luôn biến động.

Công ty CP Sợi Phú Bài là đơn vị truyền thống, có nhiều ưu điểm và đã đạt được thành tích trong thời gian qua. Tới thời điểm hiện nay, các thế hệ đi trước đã tạo được thương hiệu, phong cách vận hành SXKD riêng của Sợi Phú Bài. Tuy nhiên, bên cạnh ưu điểm về sự cần cù, chịu khó và yêu nghề thì đơn vị vẫn còn nhiều hạn chế do hầu hết NLĐ tại công ty được đào tạo theo hình thức truyền nghề, người trước dạy người sau, cùng với hệ thống quản trị chưa có nhiều thay đổi nên năng lực hệ thống còn phụ thuộc vào cá nhân khi vận hành. Do đó, để có thể giữ vững hoạt động SXKD trong thời kỳ mới với nhiều thách thức mới thì yếu tố cần và đủ là phải nhanh chóng chuyển đổi mô hình quản trị, thay đổi cách thức vận hành để có thể phát huy toàn bộ sức mạnh tập thể.

Nhận được những khuyến nghị của Lãnh đạo Tập đoàn, tôi xác định đây là kim chỉ nam cho công tác điều hành tại doanh nghiệp để có thể duy trì sự phát triển của thương hiệu Sợi Phú Bài trong bối cảnh nhiều khó khăn, biến động. Một số giải pháp đã và đang được thực hiện ngay để đáp ứng các điều kiện trong tình hình mới, đó là tổ chức nâng cao năng lực chủ động hoàn thành các mục tiêu nhiệm vụ của các cấp quản lý thông qua các chương trình đạo tạo nội bộ của Tập đoàn cũng như tổ chức các lớp đào tạo chuyên sâu ngay tại đơn vị.

Ngay trong quý 3/2024, Công ty đã lập dự án đầu tư thay thế thiết bị năm 2024 cũng như dự kiến đầu tư năm 2025 và kế hoạch đầu tư chiều sâu giai đoạn năm 2026-2030 để thay thế hoàn toàn các thiết bị đã sử dụng trên 20 năm cho mục tiêu phát triển bền vững tới 2030. Công tác đầu tư được cân nhắc, tính toán kỹ lưỡng đảm bảo ổn định sản xuất, giữ khách hàng, ổn định tài chính Công ty, hướng đến mục tiêu chi phí nhân công/kg sợi không cao hơn của nhà máy 30.240 cọc sợi hiện hữu.

Để có thể triển khai kế hoạch nêu trên, Công ty rất cần một lực lượng nhân lực quản lý các cấp được đào tạo cơ bản, được trang bị kiến thức, kỹ năng quản trị hiện đại phù hợp với thời kỳ chuyển đổi số như hiện nay. Do đó, người đại diện vốn tại đơn vị mong muốn được Tập đoàn hỗ trợ trong công tác đào tạo cán bộ quản lý các cấp.❑

GÓC NHÌN

Đón đầu thị trường "NGÁCH" VỚI SẢN PHẨM VẢI CHỐNG CHÁY

Bài: NAM CAO

Sau hơn 4 tháng ký kết biên bản ghi nhớ hợp tác (MOU) giữa Tập đoàn Dệt May Việt Nam (Vinatex) và Tập đoàn Coats về sản xuất vải và trang phục chống cháy, Vinatex đã có sự chuẩn bị kỹ lưỡng về chuỗi cung ứng trong sản xuất, đồng thời phía Tập đoàn Coats đã tích cực xúc tiến thị trường để xuất khẩu những lô hàng đầu tiên trong năm 2024. Có thể nói, đây là bước đi mới trong sản xuất, thoát khỏi khu vực sản xuất dệt may thông thường ngày càng cạnh tranh gay gắt, mở rộng cơ hội từ thị trường ngách .



TÍCH CỰC CHUẨN BỊ CHO SẢN XUẤT

Tháng 3/2024, Vinatex và Tập đoàn Coats (Vương Quốc Anh) đã tổ chức ký kết MOU trong sản xuất vải và trang phục chống cháy. Để cấp tập chuẩn bị cho dự án, phía Vinatex đã tích cực đầu tư cơ sở hạ tầng, thiết bị và con người, đồng thời bên phía Tập đoàn Coats cũng cử các chuyên gia từ Ấn Độ sang Việt Nam hướng dẫn và chuyển giao công nghệ, quy trình sản xuất.

Ông Phạm Xuân Trình – Giám đốc điều hành Vinatex cho biết, trong chiến lược phát triển của Tập đoàn Coats thì mặt hàng vải chống cháy là một trong những mặt hàng trọng tâm trong 5 năm tới, do đó bên phía đối tác đã có sự chuẩn bị kỹ lưỡng về nghiên cứu phát triển sản phẩm, cùng tận dụng những lợi thế kinh doanh mặt hàng này đã được Coats triển khai tại Mexico và Ấn Độ. Đối với Vinatex, xuyên suốt thời gian qua Vinatex tập trung định hướng sẽ phát triển dựa trên nền tảng, thế mạnh của chuỗi cung ứng từ sợi – dệt – nhuộm – may để đáp ứng được tất cả khách hàng trên toàn cầu. Do đó, sự liên kết và hợp tác lần này dựa trên thế mạnh của hai bên, cũng như quy mô và tiềm năng của thị trường. Cùng với đó, quá trình chuẩn bị cho sản xuất mặt hàng "đặc biệt" này bao gồm rất nhiều nguyên tắc, các quy định cần tuân thủ như thị trường, nhân sự, nhà xưởng và công nghệ. Đến nay phía Vinatex đã chuẩn bị đầy đủ bộ máy, đủ nhân sự để làm việc với đối tác, tiếp nhận các thông tin, nhận chuyển giao công nghệ, làm hàng mẫu… Về cơ bản, một số sản phẩm mẫu đều đạt yêu cầu về kỹ thuật do phía đối tác đề ra.



Nâng cao điều kiện làm việc cho người lao động tại nhà máy nhuộm theo khuyến nghị của Coats

"Tuy nhiên, chúng ta cũng gặp phải một số khó khăn ban đầu do đây là hóa chất đặc biệt, khác với các nhà cung cấp hóa chất thông thường, có một số nhãn sản phẩm hóa chất cần tới 1-2 tháng để đặt hàng và vận chuyển về Việt Nam, thậm chí phải đi bằng máy bay. Các hóa chất này cần đáp ứng các tiêu chuẩn toàn cầu về dư lượng hóa chất, các hóa chất cấm sử dụng đối với mặt hàng sản phẩm vải chống cháy. Thậm chí, có những hóa chất có thể sử dụng được, nhưng có thành phần



trong danh sách các loại hóa chất bị cấm sử dụng cho vải chống cháy thì đều không được sử dụng. Tất cả các nhà cung ứng về hóa chất, thuốc nhuộm đều phải được "đánh giá" đạt các yêu cầu từ phía Tập đoàn Coas thì phía Vinatex mới triển khai ký kết để đưa vào sản xuất. Đối với xơ sợi, một phần hiện nay phía Tập đoàn Coats cung cấp, một phần do phía Coats giới thiệu tới các nhà cung ứng có uy tín được đánh giá theo hệ thống toàn cầu, đặc biệt là phải sử dụng bông cao cấp như bông Ai Cập, bông Pima… Trong nội dung MOU đã ký kết, nhà sản xuất phải đảm bảo và chịu trách nhiệm đối với người tiêu dùng, do đó đây là một tiêu chí "tiên quyết" mà phía Vinatex phải tuân thủ về lâu dài trong sản xuất, thông qua việc lựa chọn kỹ lưỡng từ nguyên liệu, hóa chất, thuốc nhuộm"- Ông Phạm Xuân Trình thông tin.

TIẾN TỚI LÀM CHỦ CÔNG NGHỆ, QUY TRÌNH SẢN XUẤT

Ông Nguyễn Xuân Vũ – Phó Tổng Giám đốc Tổng Công ty CP Dệt May Nam Định (Natexco) thông tin, khi được Vinatex lựa chọn Natexco là đơn vị sản xuất dòng sản phẩm mới, Ban Lãnh đạo Tổng Công ty đã triển khai sâu rộng tới toàn thể CBNV và NLĐ vì xác định đây không chỉ là nhiệm vụ chính trị, mà còn là cơ hội để Natexco chuyển biến về mọi mặt như: nền tảng sản xuất, hiệu quả sản xuất kinh doanh trong lâu dài. Đồng thời, đây cũng là cơ hội để Natexco phát huy chuỗi cung ứng, có sản phẩm hoàn chỉnh theo chuỗi mang thương hiệu của Tổng Công ty.



Nhà máy nhuộm hoàn tất sẵn sàng cho sản xuất lô hàng đầu tiên

Theo khảo sát của đoàn chuyên gia thuộc Tập đoàn Coats, Natexco đáp ứng được cơ bản trên 90% các yêu cầu về máy móc thiết bị và điều kiện sản xuất. Tuy nhiên, vẫn còn một số thiết bị còn thiếu cần phải đầu tư đồng bộ. Ban Lãnh đạo Công ty đã xin ý kiến Tập đoàn về chủ trương đầu tư và nhận được sự hỗ trợ tuyệt đối của Tập đoàn về chủ trương cũng như cách thức triển khai. Cùng với đó, công tác đánh giá về phòng cháy chữa cháy, các yêu cầu về biển báo, đường đi, thoát hiểm, chính sách cho người lao động… cũng phải hoàn thiện theo yêu cầu của Tập đoàn Coats.

> *"Đây là những sản phẩm đặc thù, mang đặc tính kỹ thuật cao theo những tiêu chuẩn khắt khe nhất của Mỹ và châu Âu, không phải sản phẩm đại trà cạnh tranh về giá. Do đó, nếu như sản phẩm được các nhãn hàng lớn đón nhận thì chắc chắn tiềm năng về thị trường sẽ rộng mở."*

"Trong quá trình chuẩn bị, Natexco đã tiến hành sản xuất thử (từ khâu dệt vải) từ sản phẩm sợi chống cháy do Coats cung cấp để đánh giá và hiệu chỉnh các thông số, làm chủ công nghệ. Với công đoạn dệt thì đáp ứng ngay các thông số kỹ thuật, công đoạn may chuyên gia Coats đánh giá cao về tay nghề của người lao động tại Natexco, tuy nhiên công đoạn hoàn tất cần phải điều chỉnh một số vấn đề. Ngay sau đó, chúng tôi đã tiến hành sản xuất lại, ngay cả khi sản phẩm vải mộc sau dệt đã đạt các yêu cầu thì vẫn tiến hành dệt lại để đáp ứng các thông số kỹ thuật và cấu trúc vải cao hơn về mật độ dọc, mật độ ngang, độ co… Đối với công đoạn nhuộm hoàn tất thì cần có sự điều chỉnh về thông số màu. Cuối tháng 7 vừa qua, 2 mẫu vải mới đã đạt các yêu cầu kỹ thuật và nhuộm đúng màu vải ngay lần đầu. Có thể nói, trong thời gian tương đối ngắn, với sự quyết liệt chỉ đạo của Lãnh đạo Tập đoàn, sự quyết tâm cao độ của nhóm dự án và tập thể CBNV Natexco, chúng ta đã có thể làm chủ được công nghệ từ khâu dệt – nhuộm và may. Và ngay trong tháng 8 này, các chuyên gia của Coats sẽ sang Việt Nam 2 tuần để tiếp tục triển khai khâu kéo sợi, tiến tới sản xuất những lô hàng đầu tiên trong tháng 8" - Phó Tổng Giám đốc Natexco nhấn mạnh.

TIỀM NĂNG RỘNG MỞ VỀ THỊ TRƯỜNG

Giám đốc điều hành Vinatex thông tin, mới đây, ngay trong đầu tháng 8/2024, phía đối tác do Coats chỉ định đã tiến hành đánh giá về về cơ sở hạ tầng, năng lực sản xuất, chế độ làm việc cho người lao động và các chính sách khác đối với nhà sản xuất. Kết quả, Vinatex đạt 92 điểm, con số tương đối cao cho lần đầu tiên đánh giá khi đây là mặt hàng mới mà Vinatex sản xuất lần đầu. Với một số thiết bị trong khâu hoàn tất còn thiếu, phía Vinatex sẽ đầu tư ngay để đáp ứng các yêu cầu kỹ thuật của thị trường Mỹ và châu Âu. Trong quá trình đánh giá, Vinatex cũng kịp thời nắm bắt được tâm tư của người lao động để có điều chỉnh kịp thời. Hầu hết, tất cả NLĐ đều hài lòng về môi trường làm việc được cải thiện, công tác phòng ngừa rủi ro trong lao động được tăng cường, môi trường làm việc, phúc lợi cho người lao động được nâng cao, hướng tới việc xây dựng môi trường xanh, nhà máy xanh cho toàn bộ chuỗi cung ứng.

"Ngay trong tháng 8 và tháng 9 này, chúng tôi sẽ sản xuất các đơn hàng với giá trị khoảng 500.000 USD để một số khách hàng thử nghiệm sản phẩm. Đây là bước rất quan trọng, để đánh giá thị trường, sự hài lòng của khách hàng đối với sản phẩm trước khi tung ra thị trường, đón nhận những đơn hàng tiếp theo. Có thể nói, đây là những sản phẩm đặc thù, mang đặc tính kỹ thuật cao theo những tiêu chuẩn khắt khe nhất của Mỹ và châu Âu, không phải sản phẩm đại trà cạnh tranh về giá. Do đó, nếu như sản phẩm được các nhãn hàng lớn đón nhận thì chắc chắn tiềm năng về thị trường sẽ rộng mở. Cùng với đó, chúng tôi cũng sẽ cung cấp cho thị trường 2 loại sản phẩm chủ lực gồm vải chống cháy từ nguyên liệu chống cháy (xơ, sợi chống cháy) và vải chống cháy từ nguyên liệu thông thường (bông, xơ) được phủ hóa chất chống cháy. 2 sản phẩm này đều đáp ứng các tiêu chuẩn kỹ thuật cao nhất về vải chống cháy. Tuy nhiên với sản phẩm từ nguyên liệu chống cháy giá thành sẽ cao hơn, còn đối với sản phẩm được phủ hóa chất chống cháy, đặc tính kỹ thuật sẽ bị mất đi (khoảng từ 30 – 60 lần giặt) tùy vào chất liệu sợi cotton hay TC. Với thị trường nội địa, Vinatex và Coats kỳ vọng có thể mang tới các sản phẩm được sản xuất tại Việt Nam cho các đối tác khách hàng hiện nay đang phải nhập khẩu vải chống cháy từ nước ngoài. Tiến tới cung ứng ngay trong nước, thay thế các nhãn hàng đang cung cấp cho sản xuất FOB tại Việt Nam cho một số ngành nghề đặc thù. Cùng với đó, xây dựng chương trình truyền thông về cấp độ chất lượng vải theo đúng với 2 sản phẩm chiến lược do Vinatex sản xuất, tùy theo nhu cầu của từng khách hàng" - Ông Phạm Xuân Trình thông tin thêm.❑



Mới đây, ông Lê Tiến Trường – Chủ tịch HĐQT Vinatex đã đi kiểm tra công tác chuẩn bị đánh giá hệ thống phục vụ sản xuất chính thức trong khuôn khổ Dự án vải chống cháy hợp tác giữa Vinatex và Tập đoàn Coats. Chủ tịch Lê Tiến Trường nhận định: "Hiện trạng nhà xưởng bao gồm cả tổ chức, bố trí bên trong và cảnh quan bên ngoài đã hoàn toàn lột xác so với thời điểm 6 tháng trước đây khi đoàn công tác của Tập đoàn về khảo sát. Chỉ trong vòng hơn 4 tháng kể từ khi chính thức ký Biên bản ghi nhớ hợp tác với Tập đoàn Coats, một khối lượng lớn công việc đã được hoàn thành".

Chủ tịch đánh giá cao kết quả hoạt động của Dự án vải chống cháy và tuyên dương tập thể Ban quản lý dự án, Natexco đã nỗ lực, trách nhiệm trong triển khai công tác tổ chức và vận hành hoạt động trong thời gian qua. Kết quả đánh giá thử rất khả quan, đề nghị Ban quản lý dự án tiếp tục khắc phục theo khuyến nghị của chuyên gia tư vấn, phấn đấu đạt trên 80 điểm trong kỳ đánh giá chính thức. Dự án hiện đang đi đúng định hướng, bộ máy hoạt động trơn tru, hiệu quả. Đề nghị Ban quản lý dự án nỗ lực hoàn thành việc sản xuất đơn hàng trong những tháng cuối năm 2024 như đã cam kết với đối tác. Đồng thời giao nhiệm vụ cho lãnh đạo Ban quản lý dự án rà soát nhu cầu về nhân sự, đầu tư máy móc thiết bị phục vụ sản xuất cũng như các vấn đề vướng mắc khác để chủ động báo cáo Tập đoàn xem xét hỗ trợ.

M.CẦM

Vinatex chuyển Thình KHI ĐẤT NƯỚC BẮT ĐẦU MỞ CỬA M

Bài: NGUYỄN- NGUYỄN

Mặc dù đã nghỉ hưu hơn 10 năm, nhưng ông Đào Quang Hiệp- nguyên Thành viên HĐQT Tập đoàn Dệt May Việt Nam (Vinatex), nguyên Tổng Giám đốc Tổng Công ty CP Dệt May Nam Định (Dệt May Nam Định) vẫn thường xuyên theo dõi, nắm bắt thông tin của ngành dệt may và hoạt động của Tập đoàn Dệt May Việt Nam. Câu chuyện về ngành và người dệt may trong những năm đầu thế kỷ XX với bao khó khăn vẫn vẹn nguyên trong tâm trí ông nên theo dõi mỗi bước đi đổi mới của ngành trong những năm gần đây luôn khiến ông thấy tự hào, xúc động.

VINATEX ĐƯỢC THÀNH LẬP LÀ TẤT YẾU KHÁCH QUAN

Từ Đại hội VI khi xác định mở cửa, Đảng ta luôn chủ trương xây dựng kinh tế Việt Nam là một nền kinh tế tham gia sâu rộng vào chuỗi cung ứng toàn cầu, đẩy mạnh xuất khẩu. Để đáp ứng được yêu cầu mới, ông Hiệp chia sẻ, việc thành lập Tập đoàn khi đó là kịp thời, phù hợp, khách quan và khoa học. Bởi Tổng Công ty Dệt -May Việt Nam được thành lập từ Liên hiệp các xí nghiệp May và





Ông Đào Quang Hiệp

Tổng Công ty Dệt. Đây là một quá trình phát triển. Ngành dệt may phát triển rất nhanh, Tổng Công ty cần mở rộng, có cơ chế và sức mạnh hơn nữa. Quyết định thành lập Tập đoàn của Chính phủ khi đó cũng đáp ứng được mong mỏi của người lao động toàn ngành, đặc biệt là đáp ứng được yêu cầu mới, tình hình mới khi đất nước đang bước đầu đổi mới, đáp ứng được việc xây dựng chuỗi liên kết dệt, may, sau này là nguyên liệu bông, xơ. Ngành Dệt May Việt Nam đã đứng thứ 2, thứ 3 trên thế giới về xuất khẩu, trong nước rất nhiều doanh nghiệp có vốn nhà nước, doanh nghiệp tư nhân ngày một mở rộng và phát triển như ngày hôm nay, trong đó có sự đóng góp không nhỏ của Tập đoàn.

Ông Hiệp tự hào nói, Tập đoàn khi đó ra đời là một trong những ngành công nghiệp có sự thay đổi nhanh nhất, đã đáp ứng được yêu cầu của thời kỳ đầu đất nước đổi mới. Tập đoàn không chỉ góp phần dịch chuyển cơ cấu kinh tế, lao động từ nông nghiệp nông thôn sang công nghiệp hóa, giải quyết việc làm cho người lao động, đặc biệt là lao động nữ, bảo đảm hàng hóa thiết yếu cho người dân mà còn thu ngoại tệ xuất khẩu về cho đất nước. Khi đó và ngay cả bây giờ, so với các lĩnh vực khác trong ngành công nghiệp thì dệt may có nguồn lực tài sản không lớn, nhưng hoạt động mang lại việc làm cho số đông người lao động. Trong số các tổng công ty, tập đoàn kinh tế trong cả nước, thì ngành dệt may giải quyết được số đông người lao động nhất, đặc biệt là lao động nữ, lao động ở vùng nông thôn.

Tại rất nhiều cuộc họp, hội thảo Đảng, Nhà nước, Chính phủ thảo luận, nghiên cứu và quan tâm tới vấn đề giải quyết việc làm, ổn định đời sống cho người lao động, nhất là lao động ở vùng nông thôn, lao động nữ. Ngành dệt may, lúc đó là Tập đoàn Dệt May đã giải quyết được vấn đề này. Thực tế, người lao động có việc làm, có thu nhập ổn định đã mang lại giá trị lớn cho xã hội, hạnh phúc cho mỗi gia đình.

Ông Hiệp cho biết, cùng ở thời điểm mới đi vào hoạt động, Tập đoàn đã nhanh chóng giải bài toán xuất khẩu hàng hóa ra thế giới. Ngành dệt may khi xuất khẩu hàng hóa sang các nước đã đưa được nguồn ngoại tệ về góp phần cân bằng ngân sách quốc gia; nhà nước có nguồn tài chính để tạo cơ chế cho doanh nghiệp nhập các thiết bị hiện đại hơn, công nghệ mới cho nhu cầu phát triển ngành công nghiệp. Vấn đề hòa nhập ở khu vực Đông Nam Á và toàn cầu cũng có sự đóng góp không nhỏ của ngành dệt may, của Tập đoàn. Bởi ngành dệt may đẩy mạnh được xuất khẩu hàng hóa đã góp phần tăng cường giao lưu văn hóa, ngoại giao nhân dân, ngoại giao đất nước trong thời kỳ hội nhập...

LUỒNG SINH KHÍ MỚI TỪ CHIẾN LƯỢC "TĂNG TỐC"

Ông Hiệp nhớ lại, khi Tập đoàn mới thành lập gặp rất nhiều khó khăn. Khó khăn nhất phải kể đến vấn đề thiếu vốn, công nghệ, thiết bị, máy móc ở các ngành đều lạc hậu, người lao động tay nghề non, yếu, làm theo kinh nghiệm, không có tác phong công nghiệp, số cán bộ, lao động được đào tạo rất ít; đặc biệt đất nước ta lúc



Tập đoàn không chỉ góp phần dịch chuyển cơ cấu kinh tế, lao động từ nông nghiệp nông thôn sang công nghiệp hóa, giải quyết việc làm cho người lao động, đặc biệt là lao động nữ, bảo đảm hàng hóa thiết yếu cho người dân mà còn thu ngoại tệ xuất khẩu về cho đất nước.



đó rất nghèo, khó tiếp cận được các nguồn vốn ưu đãi, phát triển của thế giới; Tập đoàn lại hoạt động trải dài từ Bắc vào Nam, giao thông đi lại, thông tin liên lạc chưa thuận tiện nên khi điều hành, chỉ đạo hoạt động SXKD của các đơn vị cũng gặp trắc trở.

Tuy nhiên, ông Hiệp phấn khởi cho biết, Tập đoàn khi thành lập có sức mạnh mới, có sự thống nhất, xuất hiện sản xuất liên kết, thuận lợi trong công tác chỉ đạo. Vì vậy, Tập đoàn đã thành lập những nhóm sợi, dệt, nhuộm, may từng khu vực để cung cấp nguyên vật liệu cho nhau, bắt đầu hình thành khu sản xuất chuyên sâu. Tập đoàn với vai trò và vị trí của mình, thành lập công ty tài chính, cấp vốn cho các doanh nghiệp, đặc biệt là những đơn vị khó khăn. Khi đó doanh nghiệp nào khó khăn, nợ quá hạn, chưa kịp thời vay được vốn từ ngân hàng, Tập đoàn lại đứng ra lo vốn cho doanh nghiệp sản xuất. Ngày đó, khi đất nước vẫn còn khó khăn trăm bề, với sức mạnh của Tập đoàn đã chi phối được toàn ngành, đưa toàn ngành đến một sự phát triển mới.

Giai đoạn 1990-1995 là thời kỳ bắt đầu sản xuất kinh doanh theo cơ chế thị trường, ngành Dệt May Việt Nam đứng trước những khó khăn về thiết bị công nghệ sợi, dệt, nhuộm cũ, lạc hậu. Các máy dệt đa phần khổ hẹp, tiêu hao năng lượng cao và sử dụng nhiều lao động, thị trường xuất khẩu truyền thống bị phá vỡ, thiếu đơn hàng, công nhân không có việc làm, một số doanh nghiệp phải đóng cửa trong bối cảnh kinh tế Việt Nam đang bị cấm vận... Trước thực trạng này, Tập đoàn đề xuất nhiều giải pháp khắc phục để sản xuất, bảo đảm ổn định việc làm cho người lao động.

Ông Hiệp cho biết, Chính phủ nhất trí với đề xuất thực hiện chiến lược "tăng tốc, tăng tốc" của Tập đoàn. Tập đoàn quyết định tập trung vào sản xuất vải. Có được nguồn vốn vay với lãi suất thấp, thời gian vay dài hạn, đầu tư vào sợi, dệt, nhuộm nên hầu hết các đơn vị chớp được thời cơ đó để đầu tư. Ví dụ, sợi Trà Lý được đầu tư dây chuyền hiện đại, Phong Phú được xây dựng nhà máy dệt ở Đà Nẵng, Khu công nghiệp Phố Nối được xây dựng, Hòa Thọ có nhà máy sợi mới. Đầu tư tăng tốc đã mang lại luồng sinh khí mới cho ngành dệt may, bởi nhờ đó các đơn vị được đầu tư đồng bộ; có thiết bị mới, hiện đại; được vay vốn với lãi suất thấp, lâu dài.

Cũng thời điểm đó, định hướng tạo chuỗi liên kết nguyên liệu cho may đã được Tập đoàn triển khai và dần bắt đầu hình thành, tuy nhiên đây là phương thức mới nên các doanh nghiệp đều vừa làm vừa điều chỉnh và hoàn thiện. Lúc bấy giờ, các doanh nghiệp may trong Tập đoàn được cung cấp vải để sản xuất. Tập đoàn đã sản xuất được hàng FOB từ nguồn vải trong nước, như sản xuất theo yêu cầu của hãng H&M, MECIA và nhiều khách hàng nước ngoài khác, họ đặt mua sản phẩm được sản xuất từ sợi, vải, dệt, nhuộm, may của Việt Nam. Thực tế, ngày đó việc sản xuất những đơn hàng như này còn nhỏ, lẻ. Ông Hiệp cho rằng, dù những đơn hàng, những phương thức sản xuất liên kết chưa đạt được hiệu quả lớn, nhưng khi đó lãnh đạo Tập đoàn đã nhận thấy được sự phát triển bền vững khi liên kết chuỗi sản xuất, làm những đơn hàng trọn gói, cả in, nhuộm, may và xuất khẩu.

DỆT MAY NAM ĐỊNH KHÔNG NGỪNG NỖ LỰC

Nhớ lại thời điểm điều hành tại Dệt May Nam Định, ông Hiệp chia sẻ, là đơn vị có nhiều thăng trầm, nhưng Nhà máy luôn tìm được những giải pháp để vượt qua khó khăn, dần đạt được kết quả sản xuất kinh doanh tốt. Có thể nói, trong quá trình phát triển, Dệt May Nam Định đã được Tập đoàn tạo điều kiện và hỗ trợ nhiều, điển hình như việc tạo điều kiện về vốn. Tập đoàn đã bảo lãnh, công ty tài chính cho vay vốn để mua bông, xơ để sản xuất. Đồng thời, Tập đoàn cũng quan tâm chỉ đạo về chiến lược đầu tư, đổi mới, định hướng sản xuất, công tác thị trường, xuất nhập khẩu…

Với niềm tự hào là người của dệt may, ông Hiệp cho biết, văn hóa, tinh thần đoàn kết, sẻ chia của Tập đoàn trong bao năm qua vẫn được giữ vững và ngày một bền chặt. Khi khó khăn, tinh thần đoàn kết luôn được dâng lên. Không có Tập đoàn, không có các anh em, doanh nghiệp trong Tập đoàn hỗ trợ thì Dệt May Nam Định khó mà vượt qua chông gai, thử thách. Giai đoạn từ năm 1992 đến 2011, khi không có tài chính, không thể mua được nguyên liệu, phụ tùng, thiết bị thay thế hay sửa chữa, doanh nghiệp trong Tập đoàn đã đứng ra mua hộ nguyên liệu, sau khi bán sản phẩm, thu được tiền là trả cho các đơn vị. Cứ dần dần, Dệt May Nam Định phục hồi, sản xuất kinh doanh dần ổn định. Ông Hiệp tâm sự, đây là thời điểm vô cùng khó khăn của Dệt May Nam Định, giai đoạn lịch sử doanh nghiệp đã vượt qua mà không phải đóng cửa, không phải cho công nhân nghỉ việc.

Ngày đó, Dệt May Nam Định sản xuất khăn xuất khẩu sang Nhật Bản, sản xuất hàng FOB xuất khẩu sang châu Âu, lấy được ngoại tệ để vừa tái sản xuất, vừa tích góp trả nợ dần, trả được nợ lần nào là mừng lần đó, cứ dần dần đơn vị trả hết nợ và có tích lũy. Bấy giờ, Dệt May Nam Định không chỉ nợ trong nước mà còn nợ cả nước ngoài, bởi mua thiết bị của Nhật Bản, Đức, Pháp thì con đường tốt nhất là xuất khẩu, có ngoại tệ mới trả được nợ. Nhớ lại, ông Hiệp cho biết, người lao động của mình cũng rất tinh nhanh, khó nhưng không bó cái khôn, thiết bị mà hỏng sẽ được thay dần từng bộ phận, tận dụng tối đa khung máy. Thiết bị, máy móc của Dệt May Nam Định khi được thay thế thì chất lượng ngày một tốt, năng suất cũng dần được nâng lên. Chính nhờ đầu tư, tuy nhỏ, nhưng thường xuyên, cứ bộ phận lạc hậu nhất thì đầu tư, thay thế, đặc biệt sau khi trả được hết nợ, khấu hao để lại, thiết bị vẫn hiệu quả, năng suất, chất lượng sản phẩm nâng lên. Một máy khi được nâng cấp thiết bị, năng suất có thể gấp 5 lần máy cũ, khi đó một người lao động đứng được 5-10 máy. Đây là một trong những kinh nghiệm, là vũ khí của Dệt May Nam Định để vừa trụ vững được hoạt động sản xuất kinh doanh, vừa có sản phẩm chất lượng để xuất khẩu.



Thời điểm đó, các tiêu chí, chỉ tiêu về chất lượng được các đối tác khách hàng rất quan tâm, kể cả những chi tiết, phụ kiện rất nhỏ cũng được kiểm duyệt. Cụ thể như độ bền mầu, chất lượng vải phải theo tiêu chuẩn… Dệt May Nam Định kiên trì, tìm kiếm những thuốc nhuộm chất lượng, nguồn nguyên liệu bông, xơ chất lượng để sản xuất các đơn hàng. Khách hàng còn lấy mẫu của Dệt May Nam Định về các nước (Mỹ, Đức, Pháp, Nhật Bản) để kiểm tra. Trước những tiêu chuẩn rất khắt khe, sản phẩm vẫn luôn đạt yêu cầu, có như vậy, Dệt May Nam Định mới dần ổn định và phát triển.

Cả cuộc đời gắn bó với dệt may, ông Hiệp vẫn nhớ về tiếng còi tầm ở Dệt May Nam Định, nhớ những giai đoạn thăng trầm của ngành dệt may và không giấu niềm hạnh phúc khi đất nước phát triển, ngành Dệt May Việt Nam đang có chỗ đứng, có vị thế trên thế giới như hôm nay. Ông Hiệp mong Vinatex, Dệt May Nam Định và các đơn vị trong Tập đoàn luôn đoàn kết, đổi mới và sáng tạo, có thương hiệu, ứng dụng nhiều hơn nữa tự động hóa, công nghệ 4.0, phát triển bền vững. Ở đó, môi trường lao động ngày một hiện đại, xanh hóa, đời sống của người lao động tiệm cận ở mức cao, thu hút nguồn lực chất lượng cao đóng góp chất xám, trí tuệ và sức lao động sáng tạo để Vinatex mãi rạng danh "Gấm vóc non sông-Hào khí Lạc Hồng", chào đón thời khắc tròn 3 thập kỷ xây dựng và phát triển đang đến rất gần.❑