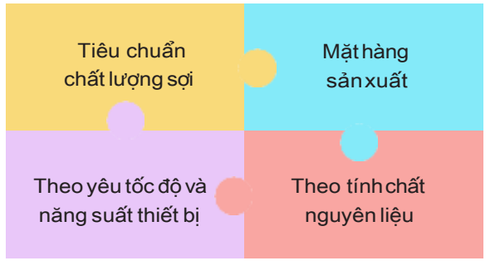
SXKD Sợi Vinatex đã tiến hành hội thảo tại 3 miền Bắc-Trung-Nam về việc sử dụng tối ưu phụ tùng vật tư, mục tiêu mang lại sự hiểu biết thấu đáo về:

Sử dụng phụ tùng vật tư đúng thông số kỹ thuật theo:



12 đơn vị (20 nhà máy trong toàn Tập đoàn) tham gia hội thảo sôi nổi với trên 20 đề tài và 40 tham luận. Hội thảo thực sự là sân chơi, là cơ hội hiểu biết toàn diện về nghề. Hội thảo đã giúp cho các đơn vị có cái nhìn thấu đáo về Tầm quan trọng của việc sử dụng vật tư đúng cách, đúng thông số công nghệ, nó mang lại nhiều lợi ích cho sản xuất:

- ✓ Đảm bảo ổn định chất lượng sợi;
- ✓ Nâng cao tuổi thọ phụ tùng vật tư;
- ✓ Tiết giảm chi phí sản xuất.

Lợi ích từ Hội thảo:

✓ *Các Công ty có cơ hội, trao đổi, chuẩn hóa các dữ liệu để đánh giá một cách đầy đủ, khoa học, có căn cứ dữ liệu để minh chứng, để biết chắc mình sử dụng vật tư phụ tùng hợp lý nhất theo dòng nguyên liệu, sản phẩm, cấu hình thiết bị và tốc độ khai thác các thiết bị của công ty.*

✓ *Biết rõ và tham khảo kinh nghiệm về cách thức sử dụng và các tình huống xảy ra trong quá trình sử dụng, phân tích nguyên nhân, cách xử lý, phòng ngừa => Yếu tố con người là rất quan trọng ảnh hưởng đến tuổi thọ và chất lượng của vật tư phụ tùng (chăm sóc, bảo trì thiết bị và phụ tùng).*

✓ *Qua Hội thảo các Công ty cũng sẽ có cái nhìn đầy đủ hơn về vật tư, phụ tùng sử dụng để có quyết định sử dụng, lựa chọn vật tư, phụ tùng hợp lý hơn, đảm bảo chất lượng sản phẩm và chi phí hợp lý.*

✓ *Tạo ra một thói quen, nguyên tắc trong việc đánh giá chất lượng sản phẩm và tuổi thọ vật tư phụ tùng sử dụng.Theo dõi quá trình sử dụng, lưu trữ các số liệu chất lượng, dữ liệu hình ảnh để có cơ sở khi đánh giá chất lượng, hiệu quả việc sử dụng khi hết chu kỳ sử dụng, làm căn cứ để mua vật tư phụ tùng theo chu kỳ, chủ động trong công tác dự trù phụ tùng vật tư.*

✓ *Có cơ sở để gom lại một số vật tư phụ tùng dùng chung để giảm lượng dự trữ dự phòng vật tư, có điều kiện đàm phán với đối tác cung cấp với giá cả tốt nhất cho toàn hệ thống. Tìm hiểu thêm một số vật tư phụ tùng mới cho kết quả sử dụng hợp lý với chất lượng sợi tốt hơn, ổn định hơn với điều kiện sử dụng thực tế các đơn vị.*

✓ *Lập nhóm Zalo bao gồm cán bộ kỹ thuật của các công ty 3 miền để cùng nhau trao đổi các vấn đề kỹ thuật và xử lý các vấn đề phát sinh trong quá trình sản xuất.*

✓ *Một số đơn vị sử dụng phụ tùng vật tư chưa tối ưu: Tuổi thọ thấp hơn các đơn vị khác trong khi mặt hàng sản xuất giống và tốc độ khai thác thấp. Một số đơn vị lại sử dụng tuổi thọ vật tư quá cao: 7-9 năm cho 1 đời suốt cao su sợi con và suốt phân ly chải kỹ.*

✓ *Một số đơn vị số liệu báo cáo các lần khác nhau, chứng tỏ số liệu thống kê và theo dõi chưa chuẩn xác, quản lý về phụ tùng theo từng chặng: Nhu cầu -mua- sử dụng trên máy-theo dõi tuổi thọ- chất lượng thống kê số lượng sử dụng chưa tốt, số liệu chưa tin cậy.*

✓ *Sau hội thảo, nhiều đơn vị đã có cái nhìn khác đi về quản lý và sử dụng phụ tùng vật tư.*

Xuất phát từ những lợi ích nêu trên của Hội thảo Phụ tùng vật tư ngành Sợi, lãnh đạo Tập đoàn đã tiến hành đàm phán với các hãng cung cấp phụ tùng theo mục tiêu win-win có lợi cho cả 2 bên.

Tập đoàn cam kết với các nhà cung cấp phụ tùng vật tư chính hãng về nhu cầu phụ tùng vật tư trong 3 năm 2025-2027 của 20 nhà máy trong toàn Tập đoàn. Vinatex thống nhất cùng các nhà cung cấp chuẩn bị 1 lượng phụ tùng vật tư trọng yếu của 3 miền có sẵn trong kho của các nhà cung cấp và sẵn sàng cung cấp cho các nhà máy trong toàn Tập đoàn. Các nhà cung cấp có được nhu cầu chắc chắn từ Vinatex nên họ yên tâm chuẩn bị kế hoạch sản xuất chủ động sẽ tiết giảm được chi phí khoảng 15% -20%.

Mục tiêu bắt đầu từ năm 2025, Tập đoàn sẽ đàm phán tập trung cho toàn hệ thống các loại vật tư trọng yếu sau:

a. Kim chải thô và kim chải kỹ các loại

b. Vòng da, suốt cao su

c. Khuyên-nồi

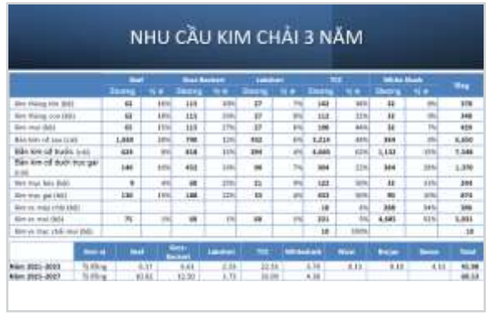
d. Dây săng

e. Vòng bi

Một số con số thống kê:







Việc đàm phán mua tập trung sẽ tiết giảm chi phí cho Tập đoàn mỗi năm 6-7 tỷ VNĐ. Tiếp sau 5 loại phụ tùng nêu trên, Tập đoàn sẽ tiến hành đàm phán mua chung cho:

✓ Các vật tư máy đánh ống;

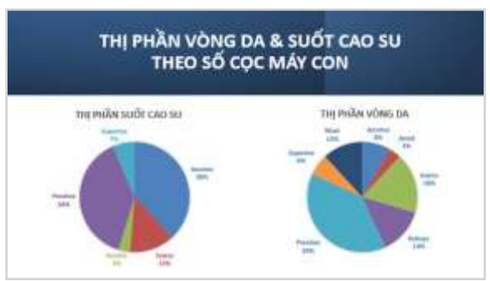
✓ Sửa chữa các loại biến tần, PLC, CPU…

Mới đây, vào đầu tháng 9, lãnh đạo Tập đoàn lên kế hoạch đàm phán tập trung nhu cầu các loại thiết bị mà các đơn vị trong toàn Tập đoàn có nhu cầu thay thế các thiết bị cũ và mua thiết bị mới cho các dự án.





STT	Tên thiết bị	Số lượng	Hãng SX	Năm SX	Tập đoàn mua và cho đơn vị thuê	Tập đoàn đàm phán, công ty ký HĐ
1	Máy ống mới thay thế máy cũ	15	Murata	2025	x	
2	Máy ống mới thay thế máy cũ	8	Murata	2025		x
2	Máy chải mới thay thế máy chải cũ	8	Jingwei	2025		x
3	Máy ống cải tạo Magazine thành bobin tray	37	Murata	2014-2018	x	
4	Máy ống cải tạo Magazine thành bobin tray	18	Savio	2015	x	x







Lãnh đạo Vinatex trao đổi, đàm phán với hãng Murata Nhật Bản.

Vinatex sẽ tiến hành đàm phán mua tập trung các loại thiết bị máy sản xuất sợi trên toàn dây chuyền sản xuất. Việc mua tập trung này góp phần mang lại lợi ích cho toàn Tập đoàn, dự kiến giảm khoảng 10-15 % tổng chi phí đầu tư, với toàn hệ thống đây là con số không nhỏ và thật sự mang lại lợi ích cho các doanh nghiệp, góp phần nâng cao vị thế cạnh tranh ngành Sợi thông qua tiết giảm chi phí.❑



Thị trường dệt may tiếp tục KHỞI SẮC

Bài: NGUYỄN TRỌNG NGHĨA

Tăng trưởng GDP toàn cầu được dự báo ở mức 3,2% trong năm 2024 và 3,3% vào năm 2025. Kinh tế toàn cầu có xu hướng tiếp tục phục hồi mặc dù tốc độ vẫn còn chậm. Việt Nam cũng theo đà xu hướng phục hồi về tăng trưởng kinh tế trong năm 2024. Riêng trong quý 2/2024, GDP Việt Nam tăng trưởng ở mức 6,93% so với cùng kỳ, là mức cao nhất kể từ quý 2/2022. Theo báo cáo ngày 26/8/2024 của Worldbank, Việt Nam dự kiến tăng trưởng ở mức 6,1% trong năm 2024 và 6,5% trong năm 2025 và 2026, tốt hơn so với mức tăng trưởng 5% trong năm 2023. Kim ngạch xuất khẩu (KNXK) hàng hóa chung cả nước 8 tháng đầu năm ước đạt 265 tỷ USD, tăng 15,8% so cùng kỳ. Mặc dù kinh tế trong nước khởi sắc, các doanh nghiệp xuất khẩu dệt may Việt Nam cần có những bước đi lạc quan nhưng thận trọng trong bối cảnh kinh tế thế giới phục hồi còn chậm và các yếu tố rủi ro vẫn còn đó.

KINH TẾ VĨ MÔ VÀ CÁC NỀN KINH TẾ LỚN

Các nền kinh tế lớn như Mỹ có dấu hiệu khởi sắc khi GDP quý II/2024 ở mức tăng 3% so với cùng kỳ và tăng 1,6% so với quý trước. Tại Nhật Bản, GDP quý II/2024 tăng trưởng 3,1% so với cùng kỳ, tăng 0,8% so với quý trước. Tại Châu Âu, nền kinh tế của lục địa già phục hồi với GDP quý II/2024 tăng 0,8% so với cùng kỳ, tăng 0,2% so với quý trước, tuy vậy đầu tàu kinh tế Đức vẫn gặp khó khăn hơn khi GDP chỉ ở mức -0,1% so với quý trước. Nền kinh tế lớn thứ 2 thế giới - Trung Quốc, có xu hướng tăng trưởng chậm lại khi GDP ở mức 4,7% so với cùng kỳ trong quý II/2024 (trong khi quý 1/2024 ở mức 5,3%) và PMI sản xuất có xu hướng giảm trong tháng 7/2024. Lạm phát ở các nền kinh tế lớn đang có xu thế quay lại mức mục tiêu 2% sau khoảng thời gian dài duy trì chính sách tiền tệ thắt chặt. Chi tiêu tiêu dùng và bán lẻ các thị trường này trong tháng 7 đều có xu hướng tăng trưởng ở mức 1-3% so với cùng kỳ. Các nền kinh tế lớn đang có dấu hiệu khởi sắc hơn, mặc dù tốc độ tăng trưởng còn chậm.

Tại Việt Nam, GDP quý II/2024 tăng trưởng tích cực ở mức 6,93% so với cùng kỳ năm trước, là mức cao nhất kể từ quý 2/2022. Tính đến hết ngày 31/8/2024, vốn FDI đầu tư Việt Nam đạt 20,5 tỷ USD, tăng 7% so với cùng kỳ. Xuất nhập khẩu hàng hóa Việt Nam tính chung 8 tháng năm 2024 ước đạt 511 tỷ USD, tăng 16,7% so với cùng kỳ, trong đó xuất siêu đạt 19 tỷ USD. Tổng mức bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ 8 tháng năm 2024 ở mức 4.148 nghìn tỷ đồng, tăng 8,5% so với cùng kỳ.

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

Xuất khẩu dệt may Việt Nam



Trong tháng 8/2024, KNXK dệt may Việt Nam đạt 4,66 tỷ USD, tăng 14,6% so với cùng kỳ và tăng 8,3% so với tháng trước. Đây là tháng đầu tiên trong năm 2024, KNXK DM Việt Nam đạt mốc 4,66 tỷ USD. Lũy kế 8 tháng 2024, Việt Nam xuất khẩu 28,6 tỷ USD hàng dệt may, tăng 7,2% so với cùng kỳ.





Về xuất khẩu đi các thị trường chính trong tháng 8, thị trường Mỹ - thị trường xuất khẩu lớn nhất của Dệt may Việt Nam, đạt 1,89 tỷ USD, tăng 20,8% so với cùng kỳ, thị trường Nhật Bản đạt 476 triệu USD, tăng 9,1% so với cùng kỳ, thị trường EU đạt 438 triệu USD, tăng 27,4% so với cùng kỳ, thị trường Trung Quốc đạt 353 triệu USD, giảm 11,3% so với cùng kỳ, thị trường Hàn Quốc đạt 471 triệu USD giảm 4,62% so với cùng kỳ. Lũy kế 8 tháng/2024 KNXK dệt may đi Mỹ đạt 11 tỷ USD, tăng 7,5% so với cùng kỳ, Nhật Bản đạt 2,89 tỷ USD tăng 5,3% so với cùng kỳ, Hàn Quốc đạt 2,43 tỷ USD, tăng 0,2% so với cùng kỳ, Trung Quốc đạt 2,38 tỷ USD tăng 0,6% so với cùng kỳ, EU đạt 2,92 tỷ USD, tăng 5,7% so với cùng kỳ. Ngoài ra thị trường ASEAN và Canada 8 tháng đạt lần lượt 2,02 tỷ USD và 0,8 tỷ USD tăng 8,6% và 3% so với cùng kỳ. Cuối năm nay có khả năng thị trường Canada cũng đạt 1 tỷ USD, bởi 8 tháng đã đạt 0,8 tỷ 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.

Xuất khẩu dệt may các quốc gia cạnh tranh



Tăng trưởng xuất khẩu dệt may của Trung Quốc có dấu hiệu chậm lại trong tháng 7/2024 so với các tháng trước. Cụ thể, KNXK dệt may Trung Quốc trong tháng 7/2024 ước đạt 26,8 tỷ USD, giảm 1,2% so với cùng kỳ, trong đó hàng dệt sợi đạt 11,5 tỷ USD, tăng 3,5% so với cùng kỳ và hàng may mặc đạt 15,2 tỷ USD, giảm 4,4% so với cùng kỳ. Lũy kế 7 tháng năm 2024, KNXK ước đạt 169,8 tỷ USD, tăng 1,1% so với cùng kỳ, trong đó hàng dệt, sợi đạt 80,8 tỷ USD, tăng 3,3% so với cùng kỳ, hàng may mặc đạt 88,9 tỷ USD, giảm 0,8% so với cùng kỳ.





Trong tháng 6/2024, xuất khẩu dệt may Ấn Độ tiếp nối đà tăng từ đầu năm với KNXK đạt 2,95 tỷ USD, tăng 3,6% so với cùng kỳ, trong đó hàng may mặc đạt 1,29 tỷ USD, tăng 3,6% so với cùng kỳ. Lũy kế 6 tháng/2024 đạt 18,7 tỷ USD, tăng 6% so với cùng kỳ trong đó hàng may mặc đạt 8,2 tỷ USD, tăng 2,4% so với cùng kỳ.

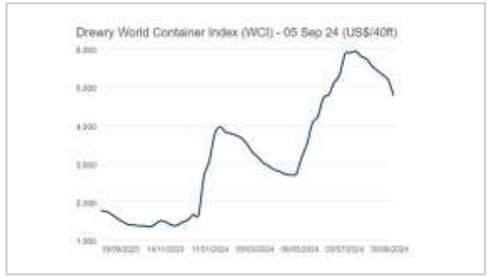
MỘT SỐ YẾU TỐ TÁC ĐỘNG

Các yếu tố tích cực

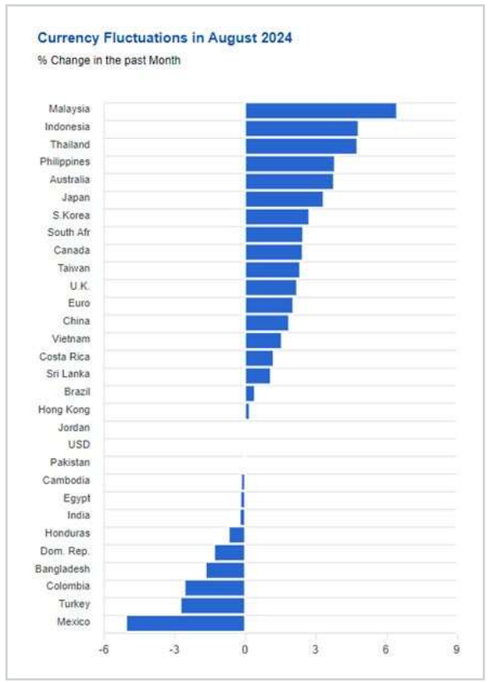
Tín hiệu tích cực tới từ việc kinh tế trong nước giữ được đà tăng trưởng trong năm 2024. Tăng trưởng GDP Việt Nam trong quý 2/2024 ở mức 6,93% so với cùng kỳ và cả năm sẽ ở mức 6,1% trong năm 2024 (cao hơn mức tăng trưởng 5% trong năm 2023).

Lạm phát tại Mỹ đang trên đà giảm về ngưỡng mục tiêu, gần như chắc chắn FED sẽ hạ lãi suất vào kỳ họp 19/9/2024 (có thể từ 0,25%-0,5%). Tại Châu Âu, ECB cũng đã cắt giảm lãi suất ở mức 0,25% trong tháng 6/2024. Từ đầu tháng 8/2024, BOE cũng đã cắt giảm lãi suất 0,25%. Tại Canada, Thụy Sĩ các ngân hàng trung ương cũng đều đồng loạt giảm lãi suất. Các nền kinh tế lớn đã bắt đầu cắt giảm lãi suất khi lạm phát có xu thế quay lại ngưỡng mục tiêu 2%. Dự kiến nhu cầu tiêu dùng tại các nền kinh tế lớn sẽ quay trở lại, thúc đẩy nhu cầu chi tiêu tiêu dùng cũng như nhập khẩu hàng dệt may.

Tình hình bất ổn chính trị - xã hội, các yếu tố thiên tai, rủi ro tại các quốc gia cạnh tranh tiếp tục gia tăng. Ngày 22/8/2024, hàng nghìn người đã xuống đường ở nhiều thành phố ở Indonesia để tham gia biểu tình để phản đối việc sửa đổi luật bầu cử. Việc này gây nên sự bất ổn tại Indonesia cũng như các hoạt động xuất nhập khẩu của quốc gia này. Tại Bangladesh, sau khi phải chịu làn sóng biểu tình từ sinh viên toàn quốc do bất cập chính sách về việc làm, quốc gia này tiếp tục bị đảo lộn trong chuỗi cung ứng do thiên tai bão lũ. Ngày 20/8/2024, gần 3 triệu người tại Bangladesh đã bị ảnh hưởng bởi lũ lụt trên khắp đất nước, làm tắc nghẽn cao tốc Dhaka-Chittagong, đình trệ tại cảng và làm chậm quá trình vận chuyển hàng hóa tại cảng Chittagong. Yếu tố thiên tai, bất ổn chính trị xã hội, bất cập về chính sách ở một số quốc gia cạnh tranh là cơ hội cho các doanh nghiệp dệt may Việt Nam đón đầu các đơn hàng dịch chuyển.



Về cước vận tải, chỉ số tổng hợp mới nhất của Drewry WCI ngày 5/9/2024 ở mức 4,775 USD/container 40ft, giảm 19% so với mức đỉnh mới 5,937 USD. Tình hình tắc nghẽn tại các cảng châu Á đã cải thiện hơn và giá cước vận tải quốc tế đang hạ nhiệt dần so với giữa năm. Giá cước vận tải hạ nhiệt làm giảm chi phí doanh nghiệp, làm tăng sức khỏe tài chính cho doanh nghiệp.



Tháng 8/2024 đánh dấu sự quay đầu của tỷ giá VNĐ so với đồng USD. Trong khi các quốc gia cạnh tranh như Bangladesh tiếp tục mất giá 1,68% so với đồng USD, Thổ Nhĩ Kỳ mất giá 2,75%, Mexico mất giá 5,07% so với đồng USD trong khi đó Việt Nam đồng tăng giá 1,57% so với đồng USD trong tháng 8. Từ đầu năm cho tới nay, Bangladesh mất giá 6,2%, Thổ Nhĩ Kỳ mất giá 13,8%, Ai Cập mất giá 36,4% so với đồng USD, Việt Nam chỉ mất giá 2,39% so với đồng USD. Việt Nam đã không còn dư địa/ lợi thế cạnh tranh về mặt tỷ giá so với các quốc gia cạnh tranh. Dự kiến VNĐ sẽ ổn định hơn trước tuy nhiên khả năng một số quốc gia như Bangladesh, Thổ Nhĩ Kỳ, Mexico có thể sẽ tiếp tục phá giá đồng tiền để hỗ trợ xuất khẩu. Điều này sẽ làm năng lực cạnh tranh của Việt Nam kém hơn so với các quốc gia xuất khẩu dệt may do bị cạnh tranh về mặt tỷ giá vào những tháng cuối năm 2024.

Việc đơn hàng dịch chuyển từ các quốc gia cạnh tranh là cơ hội cho doanh nghiệp dệt may Việt Nam tuy nhiên cũng đặt ra yêu cầu nghiêm ngặt hơn trong việc tuân thủ quy định từ các nhãn hàng và thị trường nhập khẩu. Ví dụ như việc không tuân thủ quy định UFLPA từ CBP, không chứng minh được nguồn gốc xuất xứ sẽ khiến lô hàng bị tiêu hủy, thậm chí còn bị xử phạt, ảnh hưởng tới tài chính và hình ảnh của doanh nghiệp, đặc biệt là khi CBP đang tăng cường kiểm tra các lô hàng từ Việt Nam trong thời gian gần đây. Thêm vào đó, mỗi một nhà mua hàng/ nhà bán lẻ lại có tiêu chuẩn khác nhau trong mặt bằng tiêu chuẩn của chất lượng sản phẩm cũng như có các đánh giá về chứng chỉ bền vững của từng sản phẩm. Ví dụ như hãng HM sử dụng tiêu chuẩn HIGG để đo lường tính bền vững của sản phẩm trong chuỗi cung ứng của mình… Khi các đơn hàng dịch chuyển tới, sẽ có rủi ro khi các doanh nghiệp chưa đáp ứng được các yêu cầu/các tiêu chuẩn của nhà mua hàng/ nhà bán lẻ và sẽ làm mất đơn hàng, làm mất đi cơ hội phát triển của doanh nghiệp.

Khuyến nghị cho doanh nghiệp

Trong thời gian tới các doanh nghiệp nên tận dụng cơ hội đón đầu các đơn hàng dịch chuyển từ các quốc gia cạnh tranh để gia tăng, phục hồi nhưng đồng thời cũng để sàng lọc, lựa chọn người mua hàng phù hợp, tham gia sâu hơn vào chuỗi cung ứng và tăng cường vị thế của mình trên thương trường quốc tế với vai trò là nhà cung cấp đảm bảo chất lượng sản phẩm, độ linh hoạt, thời gian giao hàng,..

Các doanh nghiệp nên tiếp tục minh bạch hóa các khâu trong chuỗi cung ứng để chứng minh truy xuất nguồn gốc, tuân thủ tốt các quy định từ nhà mua hàng và các quốc gia xuất khẩu.

Ngoài ra, doanh nghiệp nên tập trung thương lượng giá của các đơn hàng ở mức hợp lý trong tương quan tỷ giá USD/VNĐ tiếp tục giảm 1-2% trong thời gian tới, bên cạnh đó cũng cần cân nhắc việc chuyển đổi đồng USD sang VNĐ ở tỷ lệ hợp lý để tránh rủi ro khi USD giảm sau khi FED dự định giảm lãi suất.❑

HỘI CHỢ
YARN EXPO
AUTUMN 2024



CHẤT LƯỢNG SỢI ỔN ĐỊNH

Tiêu chí quan trọng kinh doanh lâu dài

Bài: BAN SXKD SỢI VINATEX

Tiếp nối thành công bước đầu khi tham gia Hội chợ Yarn Expo Autumn 2023 vào tháng 8 năm ngoái, năm nay Vinatex đã tổ chức đoàn các doanh nghiệp sợi tham dự Hội chợ Yarn Expo Autumn 2024 tại Trung tâm hội nghị và triển lãm Quốc gia, Thượng Hải, Trung Quốc từ ngày 27/8 – 29/8/2024. Tham dự hội chợ với vai trò là Nhà triển lãm (Exihibitor), đoàn có sự tham gia của 9 đơn vị sợi của Vinatex nhằm tăng cường xúc tiến thương mại, củng cố mối quan hệ với các khách hàng truyền thống, mở rộng tìm kiếm các khách hàng mới. Bên cạnh đó, đây cũng là dịp để các đơn vị nắm bắt được thông tin thị trường, xu hướng tiêu dùng và năng lực cạnh tranh của các đối thủ.



TOÀN CẢNH HỘI CHỢ YARN EXPO AUTUMN 2024

Nằm trong khuôn khổ chuỗi các Hội chợ thương mại dệt may quốc tế do Công ty Messe Frankfurt (HK) Ltd tổ chức, Hội chợ lần này được tổ chức tại Trung tâm hội nghị và triển lãm Quốc gia ở Thượng Hải, Trung Quốc. Khu triển lãm được chia thành 4 Hội chợ, bao gồm: Hội chợ vải và hàng may mặc (Intertextile Shanghai apparel fabrics); Hội chợ thời trang quốc tế Trung Quốc (CHIC – China Internatinal Fashion Fair); Hội chợ hàng Dệt kim quốc tế (PH – International Knitting Fair); Hội chợ sợi (Yarn Expo).

Khu triển lãm quy tụ khoảng 4.500 gian hàng, đến từ hơn 30 quốc gia và vùng lãnh thổ. Trong đó Hội chợ Yarn Expo chiếm khoảng 12% số gian hàng. Các gian hàng được nhóm theo chủng loại mặt hàng chính của từng doanh nghiệp: Sợi cotton (bao gồm cả sợi pha TC, CVC), sợi hoá học, sợi tổng hợp, sợi fancy, sợi linen, sợi cashmere, sợi len, sợi khác. Trong đó, các gian hàng sợi cotton, sợi hoá học, sợi fancy lần lượt chiếm 36%, 36%, 20% tổng số gian hàng.

Yarn expo chia thành 2 khu vực: Khu Domestic Exhibitors với 440 gian hàng chỉ dành cho các công ty Trung Quốcvàkhu International Exhibitors bao gồm các nước Ấn Độ, Việt Nam, Uzbekistan, Pakistan, Singapore, Hồng Kông, Indonesia, Bangladesh, Pháp, Thái Lan… và cả công ty Trung Quốcchuyênkinhdoanhsợinhập khẩu. Khu International Exhibitors có khoảng 83 gian hàng, trong đó 85% là sợi cotton, chủ yếu đến từ Ấn Độ với 48 gian hàng.

GIAN HÀNG VINATEX NỔI TRỘI TẠI KHU YARN EXPO

Với quy mô là hội chợ quốc tế, Yarn Expo thu hút được rất nhiều khách hàng đến tham quan, ngoài nước chủ nhà Trung Quốc còn có khách hàng Ấn Độ, Hàn Quốc, Pakistan, Indonesia, Đài Loan, Thái Lan, Hồng Kông, châu Âu, Ai Cập và Nam Mỹ.

Gian hàng của Vinatex ở vị trí trung tâm, là nơi giao thoa giữa khu sợi Domestic và khu sợi International. Gian hàng có diện tích rộng bằng 4 lần gian hàng tiêu chuẩn tối thiểu với 3 mặt thoáng, được trang trí logo nhận diện hình ảnh của Vinatex và từng đơn vị sợi. Với kinh nghiệm có được khi tham gia hội chợ năm 2023, Ban tổ chức hội chợ Vinatex đã thiết kế và sắp xếp gian hàng một cách hợp lý, tạo không gian gặp gỡ, tiếp đón khách hàng thuận tiện, thân thiện, chu đáo và chuyên nghiệp.



Trong 3 ngày diễn ra hội chợ, gian hàng đã thu hút được rất đông đảo khách hàng đến tham quan, không chỉ từ Trung Quốc, mà còn từ các quốc gia khác như Ấn Độ, Hàn Quốc, Pakistan, Indonesia, Đài Loan, Thái Lan, Hồng Kông, châu Âu, Ai Cập và Nam Mỹ. Từng đơn vị đã có brochure, video clip, mẫu sợi, QR code … kết hợp với trao đổi trực tiếp để giới thiệu về công ty, sản phẩm, năng lực sản xuất cũng như khả năng đáp ứng nhu cầu của khách hàng.

Tham gia hội chợ trong ngày khai mạc, ông Lê Tiến Trường – Chủ tịch HĐQT Vinatex đánh giá cao khâu chuẩn bị gian hàng của Ban tổ chức và công tác chuẩn bị triển lãm của các đơn vị sợi. Xác định thị trường sợi đang ở giai đoạn vô cùng khó khăn khi cung vượt quá cầu, các đơn vị sợi Vinatex đã rất nỗ lực, tận dụng các cơ hội để xúc tiến thương mại một cách hiệu quả nhất tại hội chợ.

Tại hội chợ, các trader thường có xu hướng thăm dò và trả giá thấp với khối lượng mua vào nhỏ lẻ, mặt hàng thường là các loại sợi phổ thông như cotton, sợi TC, CVC chải thô/chải kỹ chi số Ne10 đến Ne40. Các trader Trung Quốc thường đưa ra mức giá dưới kỳ vọng của các đơn vị khoảng 5-10 cent/kg. Cung - cầu không gặp nhau khiến việc chốt đơn hàng trở nên khó khăn. Ngược lại, các end-user chỉ mua khối lượng đủ dùng, không tích trữ, giá tốt hơn nhưng yêu cầu chất lượng khắt khe hơn các trader, hỏi hàng nhiều đối với các loại sợi recycle, các loại sợi pha nhiều thành phần. Sợi OE cũng là mặt hàng được quan tâm nhưng không có đơn vị nào sản xuất. Khách hàng châu Âu và Bangladesh có nhu cầu đối với sợi có thành phần organic cotton, recycled polyester hoặc sợi visco, tencel.

Ngoài các yêu cầu về chất lượng sợi tốt, giá cả hợp lý là "điều kiện cần" thì hầu hết các khách hàng đều có yêu cầu về "điều kiện đủ" như sợi compact, có các chứng nhận BCI, GRS, GOTS … Các "phụ kiện đính kèm" này đang là lợi thế cạnh tranh, góp phần quyết định việc chốt được đơn hàng.

Sau 3 ngày làm việc tích cực và hiệu quả tại hội chợ, nhiều đơn vị của Vinatex đã chốt được các đơn hàng giao trong tháng 9, 10 như: Công ty TNHH Dệt 8/3 (21 cont đi Trung Quốc, 8 cont đi Hàn Quốc, 2 cont đi Nhật Bản), TCT Dệt May Hà Nội (15 cont), Công ty CP Dệt May Huế (6 cont), Chi nhánh Phú Cường (1 cont), TCT CP Dệt may Nam Định (10 cont) và Tổng Công ty CP Dệt May Hòa Thọ (9 cont).

Ngoài các đơn hàng đã chốt, nhiều đơn vị cũng đã củng cố mối quan hệ bền chặt với các khách hàng truyền thống và tiếp cận thêm nhiều khách hàng tiềm năng, tiếp tục giữ liên hệ, trao đổi nhu cầu và chào các đơn hàng mới cho khách. Các khách hàng cũng đánh giá cao chất lượng sợi của các đơn vị Vinatex, đặc biệt là sợi CF do sử dụng nguyên liệu từ các vùng bông sạch thu hoạch bằng máy và có xuất xứ rõ ràng. Bên cạnh đó, việc đáp ứng khá đầy đủ các chứng nhận đi kèm đơn hàng cùng thiện chí giải quyết các vấn đề hậu giao hàng cũng là điểm cộng. Tuy nhiên, khách hàng cũng thường xuyên lưu ý các đơn vị về vấn đề chất lượng sợi ổn định và đồng đều. Đây là tiêu chí quan trọng để tạo uy tín thương hiệu và kinh doanh lâu dài với khách hàng, đặc biệt là các khách hàng End-user.





THỊ TRƯỜNG SỢI KHÓ CÓ SỰ BỨT PHÁ TỪ NAY ĐẾN CUỐI NĂM 2024

Qua những thông tin trao đổi tại hội chợ và đi thăm quan các gian hàng, đoàn Vinatex đã rút ra một số nhận định về tình hình thị trường, nhu cầu của khách hàng và khả năng cạnh tranh của các đối thủ.

Các Trader Trung Quốc có mạng lưới nhà cung cấp sợi khắp các nước như Việt Nam, Ấn Độ, Pakistan, Uzberkistan, Indonesia …. Nhu cầu mua sợi là thường xuyên, liên tục nhưng vấn đề cốt tử vẫn là giá. Mức giá các Trader chấp nhận mua không phải đơn vị nào cũng "chịu đựng" được. Bài toán nan giải của các đơn vị vẫn là lựa chọn phương án nào để tối ưu hiệu quả: nhận nhiều đơn hàng giá thấp để đẩy cao năng suất hay lựa chọn đơn hàng giá tốt hơn nhưng chấp nhận giảm công suất sản xuất?

Thị trường sợi dự kiến tiếp tục trầm lắng cho đến hết năm 2024. Với mức tồn kho cao ở các công ty thương mại sợi, giá bông nội địa Trung Quốc đang giảm mạnh, đồng Nhân dân tệ vẫn mất giá khiến hàng xuất khẩu vào Trung Quốc giảm tính cạnh tranh. Bản thân nội tại Trung Quốc cũng đang đối mặt với khó khăn "khủng hoảng thừa" là hậu quả của việc đầu tư ồ ạt các nhà máy sợi quy mô lớn cách đây 4-5 năm với các cấp chất lượng phổ thông tương tự nhau. Trung Quốc hiện có khoảng 110 triệu cọc sợi hiện đại, công suất cao, trong đó Tân Cương chiếm 22%. Sợi đại lục của Trung Quốc cũng đang phải cạnh tranh gay gắt với sợi sản xuất ở vùng Tân Cương do được hưởng nhiều ưu đãi và cũng chịu tình cảnh giảm năng lực sản xuất, bán lỗ.

Nhu cầu các loại sợi phổ thông có xu hướng bị thu hẹp trong khi nguồn cung dư thừa đặt ra thách thức đối với các nhà sản xuất sợi. Khảo sát thị trường tại hội chợ cho thấy nhu cầu dần có sự chuyển biến sang các loại xơ sợi hoá học, xơ sợi cellulose, sợi nhuộm, sợi đàn hồi, sợi fancy, các loại sợi pha như cotton/bamboo, cotton/modal, sợi có thêm xơ dài filament, xơ nhún spandex, thêm thành phần linen, wool … Trung Quốc đang dẫn đầu thị trường sản xuất các chủng loại sợi này, phục vụ cho ngành dệt nội địa và xuất khẩu. Vậy, ngành sợi Việt Nam có nên chuyển mình theo xu hướng mới này không? Đây có lẽ là thời điểm tốt để các doanh nghiệp sợi cân đối giữa nhu cầu thị trường và năng lực sản xuất để tìm hướng đi phù hợp nhất. Nghiên cứu, phát triển sản phẩm mới có thể sẽ là giải pháp cốt tử để bám trụ thị trường hoặc xâm nhập vào các chuỗi cung ứng bền vững.

Nguyên liệu tái chế không còn là trang sức đánh bóng tên tuổi như trước đây mà trở thành một phần hiện diện trong các sản phẩm của các nhà triển lãm, đặc biệt ở khu vải. Việc sử dụng nguyên liệu tái chế đã trở nên "phổ thông" hơn, hiện hữu nhiều hơn trong các sản phẩm. Nguyên liệu tái chế và thời trang tuần hoàn đã là một xu thế tất yếu trong thời gian tới.

Hội chợ lần này cũng cho thấy rõ tình thế suy giảm năng lực cạnh tranh của sợi Ấn Độ khi giá sợi cao do giá bông đầu vào cao. Năm nay đa phần các gian hàng Ấn Độ đều là các công ty sợi mới với mục đích "chào sân", thiếu vắng nhiều tên tuổi các công ty sợi có thâm niên kinh doanh trên thị trường. Thêm nữa, điều kiện thời tiết bất lợi do chuyển từ El Nino sang La Nina và việc giảm diện tích trồng bông dự kiến làm sản lượng bông Ấn Độ vụ 2024-2025 giảm mạnh. Dự kiến giá bông Ấn Độ tiếp tục suy trì mức cao so với thị trường từ nay đến cuối năm, thậm chí khả năng cao Chính phủ sẽ phải cấm xuất khẩu bông để đảm bảo nguồn cung trong nước. ❑



DỆT MAY

Trung Quốc đã lựa chọn giải pháp là tiên phong trong ứng dụng công nghệ số, đẩy mạnh tự động hóa ngành dệt may. Việc này không những giải quyết được bài toán về nhu cầu lao động số lớn, nâng cao thu nhập do chi phí lao động được cân bằng bởi ít nhân viên hơn mà còn định hình lại tương lai của ngành dệt may – từ ngành thâm dụng lao động chuyển dịch sang thâm dụng công nghệ. Thị trường việc làm dệt may Trung Quốc dần chuyển dịch sang kỹ năng cao hơn, thúc đẩy phát triển dịch vụ và giao hàng.

PHÁT TRIỂN NGÀNH DỆT MAY DỰA TRÊN NỀN TẢNG CÔNG NGHỆ HIỆN ĐẠI

BÀI HỌC từ Trung Quốc

Bài: HOÀNG MẠNH CẦM

Đã từng có nhiều nhận định rằng, việc các quốc gia đông dân như Ấn Độ, Bangladesh khai thác nguồn lao động giá rẻ sẽ tạo ra sự cạnh tranh trực tiếp với ngành sản xuất dệt may "Made in China". Tuy nhiên, bất chấp chi phí lao động tăng cao và sự hứng thú của lao động trẻ với công việc tại các nhà máy giảm sút, gã khổng lồ dệt may Trung Quốc vẫn duy trì được vị thế và sự tăng trưởng. Bài viết này đi vào tìm hiểu chiến lược phát triển dựa trên nền tảng công nghệ số và tự động hóa mà Trung Quốc đã áp dụng.

Khi các cải cách kinh tế bắt đầu vào những năm 1970, Trung Quốc rất cần giải pháp để kích thích nền kinh tế và tận dụng được lực lượng lao động không có kỹ năng, giá rẻ nhưng sẵn sàng làm việc. Các nhà hoạch định chính sách đã tập trung vào việc biến Trung Quốc thành cường quốc sản xuất của thế giới. Thành công của họ cuối cùng đã tạo nên nhãn hiệu "Made in China", với 83 triệu người làm việc trong các nhà máy vào năm 2000. Sự thúc đẩy sản xuất này, đặc biệt là trong ngành dệt may, đã đóng vai trò lớn trong việc đưa 800 triệu người dân Trung Quốc thoát khỏi cảnh nghèo đói cùng cực, được định nghĩa là những người sống với mức thu nhập dưới 1,9 đô la một ngày. Tính đến năm 2018, hơn 33 triệu hộ gia đình Trung Quốc đã chuyển sang tầng lớp trung lưu – là nhóm có thu nhập trung bình .

BỐI CẢNH MỚI CỦA TRUNG QUỐC: ÁP LỰC ĐỂ THAY ĐỔI

Nhờ hoạt động sản xuất kích thích, nền kinh tế của các tỉnh công nghiệp đã bắt đầu phát triển nhanh chóng, từ đó đã có nhiều người vào đại học hơn trong những năm gần đây, với hơn 11,58 triệu sinh viên tốt nghiệp đại học tại Trung Quốc vào năm 2023, tăng 800.000 sinh viên so với năm trước. Khi kinh tế Trung Quốc đi lên và mặt bằng trình độ học vấn cao hơn, người trẻ càng ít quan tâm đến việc làm tại nhà máy. Mặc dù ở khía cạnh nào đó, đây là một dấu hiệu mang tính đột phá cho sự phát triển của Trung Quốc, đất nước này đã có thể nâng cao kỹ năng và trình độ học vấn của công dân chỉ trong một thế hệ. Với nhiều lựa chọn nghề nghiệp hơn cho giới trẻ nhờ bằng cấp và trình độ học vấn, sự khan hiếm nguồn lao động kỹ năng trung bình – thấp đã làm cho chi phí lao động khu vực các nhà máy sản xuất tăng cao. Tuy nhiên, ngành dệt may Trung Quốc lại đối mặt với rủi ro kép: khan hiếm lao động trực tiếp và nguồn lao động giá rẻ ở các quốc gia khác



trở nên hấp dẫn hơn đối với các nhà sản xuất.

Đứng trước tình thế này, Trung Quốc đã lựa chọn giải pháp là tiên phong trong ứng dụng công nghệ số, đẩy mạnh tự động hóa ngành dệt may. Việc này không những giải quyết được bài toán về nhu cầu lao động số lớn, nâng cao thu nhập do chi phí lao động được cân bằng bởi ít nhân viên hơn mà còn định hình lại tương lai của ngành dệt may – từ ngành thâm dụng lao động chuyển dịch sang thâm dụng công nghệ. Thị trường việc làm dệt may Trung Quốc dần chuyển dịch sang kỹ năng cao hơn, thúc đẩy phát triển dịch vụ và giao hàng.

ÁP DỤNG CÔNG NGHỆ: MỘT BƯỚC TIẾN CHIẾN LƯỢC

Việc áp dụng các công nghệ số và tự động hóa không chỉ đơn thuần là phản ứng thụ động trước những thách thức mà còn là bước tiến chiến lược cho ngành may mặc tại Trung Quốc.Việc chuyển sang một ngành công nghiệp thâm dụng công nghệ hơn không phải là thay thế tài năng của con người mà là tăng cường năng lực của con người. Khi vai trò thay đổi để ứng phó với sự tích hợp công nghệ, giá trị của người lao động sẽ tiếp tục phát triển thay vì giảm sút. Về bản chất, công nghệ hiện đại trong ngành may mặc không chỉ đơn thuần là để tồn tại mà là chủ động bảo vệ tương lai cho ngành để tiến bộ và tăng trưởng bền vững.

Ngày càng nhiều doanh nghiệp dệt may Trung Quốc thúc đẩy quá trình chuyển đổi số dựa trên các sáng kiến 5G, internet công nghiệp và AI. Tại tỉnh Quảng Đông – một trong những trung tâm công nghiệp dệt may của Trung Quốc, các dây chuyền lắp ráp thâm dụng lao động truyền thống đang nhường chỗ cho các công cụ sản xuất xanh tự động, ít ô nhiễm, công nghệ cao và giá trị cao. Tỷ lệ số hóa trong ngành dệt may tại đây ước đạt trên 55% trong khi 75% thiết bị chế biến nguyên liệu thô, dệt, nhuộm và các quy trình khác đang ngày càng thông minh hơn.



NHỮNG CÔNG NGHỆ SỐ ĐIỂN HÌNH ĐƯỢC ÁP DỤNG

Trong thiết kế và phát triển sản phẩm:

✓ *CAD và CAM*: phần mềm Thiết kế hỗ trợ máy tính (CAD) và Sản xuất hỗ trợ máy tính (CAM) cho phép các nhà thiết kế tạo và sửa đổi các mẫu và nguyên mẫu kỹ thuật số, giúp tăng tốc quá trình thiết kế và cho phép thiết kế phức tạp hơn.

✓ *Mô hình hóa 3D*: các công cụ mô hình hóa 3D ảo cho phép các nhà thiết kế hình dung các sản phẩm may mặc trong môi trường kỹ thuật số, giảm nhu cầu về các mẫu vật lý và đẩy nhanh chu kỳ thiết kế.

Trong sản xuất:

✓ *In kỹ thuật số*: công nghệ in trực tiếp lên vải (DTG) và in kỹ thuật số cho phép tùy chỉnh và sản xuất theo yêu cầu, giảm thiểu chi phí lãng phí và tồn kho.

✓ *Nguyên liệu thông minh*: việc tích hợp công nghệ kỹ thuật số vào hàng dệt may (ví dụ: vải có nhũng cảm biến) cho phép phát triển quần áo thông minh với các tính năng tương tác hoặc phản hồi từ người dùng.

Trong quản lý chuỗi cung ứng:

✓ *Internet vạn vật*: thiết bị và cảm biến IoT cung cấp dữ liệu thời gian thực về quy trình sản xuất, trạng thái thiết bị và mức tồn kho, tăng cường tính minh bạch và hiệu quả.

✓ *Công nghệ Blockchain*: đang được khám phá để theo dõi nguồn gốc của nguyên liệu thô và đảm bảo tính minh bạch trong chuỗi cung ứng, từ sản xuất đến người tiêu dùng cuối cùng.

Máy cắt vải là một loại máy thường được sử dụng trong các nhà máy may mặc giúp cải thiện đáng kể quy trình cắt. Nó không chỉ cải thiện hiệu quả mà còn đảm bảo độ chính xác cao. Máy kiểm tra vải AI tận dụng các thuật toán tinh vi để kiểm tra hàng dệt may một cách chi tiết, xác định các lỗi tật mà mắt người có thể bỏ sót.

Trong phân tích trải nghiệm khách hàng:

✓ *Tích hợp thương mại điện tử*: Các nền tảng kỹ thuật số và thị trường trực tuyến đã trở nên quan trọng để tiếp cận người tiêu dùng toàn cầu, được hỗ trợ bởi các công cụ phân tích và tiếp thị kỹ thuật số tinh vi.

✓ *Phòng thử đồ ảo*: Công nghệ thực tế tăng cường (AR) và thực tế ảo (VR) cho phép thử đồ ảo, nâng cao trải nghiệm mua sắm trực tuyến và giảm tỷ lệ trả lại hàng

MỘT SỐ KẾT QUẢ ĐÃ ĐẠT ĐƯỢC

✓ *Tốc độ, hiệu quả và chất lượng*: Máy móc tự động vượt trội hơn đáng kể so với công nhân con người về những khía cạnh này, dẫn đến sản lượng cao hơn, giảm thiểu lỗi chủ quan, đảm bảo dòng sản xuất ổn định với tiêu chuẩn chất lượng cao nhất quán.

✓ *Tiết kiệm chi phí*: trước tình hình chi phí lao động tăng cao, máy móc tự động đóng vai trò là biện pháp tiết kiệm chi phí đáng kể trong trung và dài hạn. Sau khi vận hành, các hệ thống tự động có nhu cầu lao động trực tiếp thấp hơn nhiều so với trước.

✓ *Bảo trì dự đoán và thông tin chi tiết dựa trên dữ liệu (data-driven insights)*: Công nghệ giúp dự đoán các lỗi thiết bị tiềm ẩn, chúng giảm thiểu đáng kể thời gian chết và tăng năng suất. Hơn nữa, các máy móc này thu thập được rất nhiều dữ liệu, cung cấp thông tin chi tiết có giá trị có thể giúp tối ưu hóa quy trình, dự đoán xu hướng thị trường và tạo điều kiện cho các quyết định quản lý và kinh doanh sáng suốt.

NHỮNG THÁCH THỨC CẦN PHẢI VƯỢT QUA

✓ *Tác động đến lực lượng lao động*: sự chuyển dịch sang tự động hóa và số hóa đòi hỏi lực lượng lao động có các kỹ năng mới, dẫn đến nhu cầu đào tạo và đào tạo lại kỹ năng trong các lĩnh vực như phân tích dữ liệu, sử dụng và bảo trì máy móc, thiết bị công nghệ mới.

✓ *Chi phí đầu tư ban đầu cao*: việc triển khai các công nghệ tiên tiến có thể tốn kém, đặt ra thách thức cho các doanh nghiệp có quy mô nhỏ. Tuy nhiên, tiết kiệm và tăng hiệu quả trong dài hạn có thể bù đắp những chi phí này.

✓ *Tính bền vững*: Số hóa cũng hỗ trợ các nỗ lực phát triển bền vững, chẳng hạn như giảm chất thải thông qua sản xuất chính xác và cho phép lựa chọn vật liệu bền vững hơn. Tuy nhiên, chi phí cơ hội và đánh đổi giữa những tiến bộ công nghệ với các cân nhắc hướng tới môi trường vẫn là một thách thức chính.

✓ *Đổi mới và thích ứng*: Ngành công nghiệp dệt may phải liên tục thích ứng với các công nghệ mới nổi và xu hướng thị trường, tập trung vào đổi mới để duy trì khả năng cạnh tranh trong bối cảnh thay đổi nhanh chóng.❑



QUẢN TRỊ NGUỒN NHÂN LỰC TRONG NGÀNH THỜI TRANG

Không đơn thuần là LẤP ĐẦY các vị trí trống

Bài: TÚ ANH *(biên dịch)*



Sự kết hợp hài hòa giữa giải pháp quản trị nguồn nhân lực (HRM) và phần mềm quản lý thời trang được coi là yếu tố then chốt trong việc chuyển đổi doanh nghiệp và thúc đẩy sự phát triển. Trong một ngành công nghiệp sống động và có nhịp độ nhanh như thời trang, việc đi trước không chỉ đơn giản là phát hiện xu hướng tiếp theo mà còn là tạo ra xu hướng đó. Tuy nhiên, tạo ra xu hướng không chỉ là công việc của các nhà thiết kế tài ba hay những chuyên gia tiếp thị tiên phong mà còn là kết quả bộ phận nhân sự. Công tác nhân sự không chỉ đơn thuần là lấp đầy các vị trí trống mà còn kết nối văn hóa của doanh nghiệp, đảm bảo tổ chức phát triển trong môi trường cạnh tranh toàn cầu về phong cách và sự đổi mới.

HÓA GIẢI NHỮNG THÁCH THỨC

Ngành công nghiệp thời trang, với chuỗi cung ứng phức tạp, nhu cầu liên tục thay đổi và có tầm ảnh hưởng toàn cầu đang mang đến nhiều thách thức cho các chuyên gia nhân sự. Việc giải quyết những thách thức này đòi hỏi sự kết hợp giữa tư duy chiến lược, khả năng thích ứng và hiểu biết sâu sắc về ngành.

Dưới đây là những thách thức chính và các giải pháp để vượt qua:

Quản lý một lực lượng lao động đa dạng và phân tán	Giải pháp
Bản chất của kinh doanh thời trang là việc nhân sự thường trải rộng khắp các quốc gia, hoạt động ở các múi giờ khác nhau và đến từ các nền văn hóa đa dạng. Sự đa dạng và phân tán này có thể dẫn đến các rào cản trong giao tiếp, khó khăn trong kết nối và thách thức trong việc duy trì một văn hóa công ty thống nhất.	Tận dụng công nghệ để giao tiếp liền mạch là điều then chốt. Việc triển khai các nền tảng kỹ thuật số tập trung cho quản lý dự án và giao tiếp có thể thu hẹp khoảng cách địa lý giữa các đội ngũ. Các buổi gặp gỡ trực tuyến thường xuyên và các hoạt động xây dựng đội ngũ có thể giúp nuôi dưỡng tinh thần đoàn kết. Ngoài ra, việc cung cấp đào tạo về văn hóa doanh nghiệp, đảm bảo tất cả nhân viên được tôn trọng và coi trọng, thúc đẩy một môi trường làm việc hòa nhập hơn.

Thích ứng với sự thay đổi nhanh chóng của ngành	Giải pháp
Ngành thời trang nổi tiếng với nhịp độ nhanh, với các xu hướng đến và đi trong chớp mắt. Sự tiến hóa nhanh chóng cùng với sự chuyển dịch sang tính bền vững và số hóa, đòi hỏi một lực lượng lao động có kỹ năng và khả năng thích ứng.	Các chương trình học tập và phát triển liên tục là điều quan trọng. HRM nên tập trung vào việc tạo ra các cơ hội để nhân viên học các kỹ năng mới, đặc biệt là trong lĩnh vực kỹ thuật số và các thực hành bền vững. Điều này có thể bao gồm các khóa học trực tuyến, hội thảo và tham dự các hội nghị ngành. Bằng cách đầu tư vào sự phát triển của nhân viên, các công ty có thể đi trước các xu hướng của ngành và duy trì lợi thế cạnh tranh.

Giữ chân nhân tài trong một môi trường cạnh tranh	Giải pháp
Với sức hút hào nhoáng của ngành thời trang, việc thu hút nhân tài không phải là vấn đề mà giữ chân họ mới là mấu chốt. Trong bối cảnh cạnh tranh, các nhân tài hàng đầu thường bị thu hút bởi những lời đề nghị từ đối thủ, dẫn đến tỷ lệ thay đổi nhân viên cao.	Ngoài mức lương cạnh tranh, việc cung cấp một gói phúc lợi hấp dẫn bao gồm cân bằng giữa công việc và cuộc sống, sức khỏe và sự phát triển cá nhân có thể tạo nên sự khác biệt. Tạo ra các lộ trình thăng tiến rõ ràng trong tổ chức cũng giúp nhân viên nhìn thấy tương lai lâu dài ở công ty. Các buổi phản hồi thường xuyên và các chương trình ghi nhận thành tích cũng có thể tăng cường sự hài lòng và lòng trung thành của nhân viên.

TẬN DỤNG CÔNG NGHỆ ĐỂ TUYỂN DỤNG

Khi hành vi của người tiêu dùng thay đổi và công nghệ phát triển, nhu cầu về nhân viên sáng tạo và có kỹ năng chưa bao giờ gia tăng như hiện nay. Thực tế này đã thúc đẩy các doanh nghiệp thời trang phải suy nghĩ lại về chiến lược thu hút nhân tài của họ, với nhiều doanh nghiệp chuyển sang các giải pháp công nghệ HRM để tối ưu hóa quy trình tuyển dụng, nâng cao trải nghiệm ứng viên và đảm bảo tìm kiếm được những tài năng tốt nhất trong ngành. Một số chiến lược đang là xu hướng bao gồm:

Tiếp cận rộng hơn thông qua các nền tảng kỹ thuật số

Bước đầu tiên trong việc tận dụng công nghệ để tuyển dụng là mở rộng phạm vi tìm kiếm ra ngoài các kênh truyền thống. Các nền tảng kỹ thuật số như LinkedIn, Indeed và Glassdoor cho phép nhà tuyển dụng tiếp cận một lượng lớn ứng viên toàn cầu với các kỹ năng và kinh nghiệm đa dạng. Các nền tảng mạng xã hội, bao gồm Instagram và Twitter, cũng có thể đóng vai trò quan trọng, đặc biệt là đối với các vai trò đòi hỏi cảm nhận sắc bén về xu hướng thời trang hiện tại và hành vi người tiêu dùng. Những nền tảng này không chỉ mở rộng nguồn ứng viên mà còn giúp nhà tuyển dụng nhắm mục tiêu đến những cá nhân có sự hiện diện trực tuyến phù hợp với tư tưởng và giá trị của thương hiệu.

Áp dụng AI và Machine Learning

Trí tuệ nhân tạo (AI) và máy học (ML) đang đưa việc thu hút nhân tài lên một tầm cao mới. Những công nghệ này có thể cải thiện việc sàng lọc ứng viên bằng cách phân tích lý lịch và hồ sơ năng lực để dự đoán khả năng thành công của ứng viên. Các chatbot được hỗ trợ bởi AI có thể cải thiện sự gắn kết của ứng viên bằng cách trả lời câu hỏi, cung cấp cập nhật và thậm chí lên lịch phỏng vấn, đảm bảo một quy trình ứng tuyển linh hoạt và tương tác. Bằng cách tự động hóa các công việc thường ngày, AI và ML giúp nhà tuyển dụng tập trung vào tương tác cá nhân hóa, làm cho quá trình tuyển dụng hiệu quả hơn và thân thiện hơn với ứng viên.

Thúc đẩy sự đa dạng và hòa nhập

Thúc đẩy sự đa dạng và hòa nhập có thể đi một chặng đường dài trong việc làm phong phú môi trường làm việc, đặc biệt là đối với các doanh nghiệp thời trang. Nhưng để thấy được kết quả tích cực từ điều đó, các doanh nghiệp cần tiếp cận một cách chiến lược.

Phát triển chính sách đa dạng và hòa nhập rõ ràng

Nền tảng cho sự hiệu quả của bất kỳ sáng kiến đa dạng và hòa nhập nào chính là một chính sách rõ ràng và toàn diện, nêu rõ cam kết, mục tiêu và chiến lược của công ty. Chính sách này không chỉ phải tuân thủ tất cả các yêu cầu pháp lý mà còn cần đi xa hơn để nắm bắt những cơ hội mà sự đa dạng mang lại cho ngành công nghiệp thời trang. Chính sách này nên bao gồm các mục tiêu cụ thể, biện pháp trách nhiệm giải trình và một lộ trình để đạt được các mục tiêu. Điều quan trọng là chính sách này phải được truyền đạt và chấp nhận ở mọi cấp độ của tổ chức, từ đội ngũ điều hành đến những người mới được tuyển dụng.

Tận dụng dữ liệu để định hướng chiến lược

Những hiểu biết dựa trên dữ liệu rất quan trọng để hiểu tình trạng hiện tại của sự đa dạng trong tổ chức và xác định các lĩnh vực cần chú ý. Các nhà lãnh đạo HRM nên tiến hành các cuộc kiểm tra thường xuyên về thành phần lực lượng lao động, thực hành tuyển dụng, tỷ lệ thăng chức, và bình đẳng tiền lương để phát hiện ra bất kỳ sự chênh lệch nào. Dữ liệu này sau đó có thể được sử dụng để xây dựng các chiến lược cụ thể nhằm giải quyết các khoảng trống và đo lường tiến độ theo thời gian. Việc chia sẻ minh bạch các số liệu này và các hành động được thực hiện để phản hồi cũng có thể tăng cường lòng tin và sự cam kết giữa các nhân viên.

Giảm định kiến trong tuyển dụng

Định kiến vô thức có thể gây cản trở đáng kể đến các nỗ lực, bắt đầu từ quá trình tuyển dụng. Để đối phó với điều này, các nhà lãnh đạo nhân sự có thể áp dụng các cuộc phỏng vấn có cấu trúc, hội đồng tuyển dụng đa dạng, và xem xét hồ sơ ứng viên ẩn danh. Ngoài ra, việc tận dụng công nghệ và AI có thể giúp giảm định kiến, mặc dù cần đảm bảo rằng các công cụ này được lập trình để tránh việc tiếp tục duy trì các định kiến hiện có. Mở rộng nỗ lực tuyển dụng đến nhiều trường học, cộng đồng và nền tảng hơn cũng có thể giúp thu hút một nguồn ứng viên đa dạng.❑

Nguồn: https://www.hrfuture.net/talent-management/culture/fashioning-success-the-vital-role-of-hr-in-the-fashion-business/







BẢN TIN VINATEX

PHÁT ĐỘNG ỦNG HỘ ĐỒNG BÀO BỊ THIỆT HẠI DO BÃO SỐ 3

Sáng 12/9, Tập đoàn – Công đoàn Dệt May Việt Nam tổ chức Lễ phát động ủng hộ đồng bào bị thiệt hại do cơn bão số 3 gây ra. Tham dự Lễ phát động có ông Lê Tiến Trường- Chủ tịch HĐQT Vinatex, ông Cao Hữu Hiếu- Tổng Giám đốc Vinatex, bà Phạm Thị Thanh Tâm- Chủ tịch Công đoàn Dệt May Việt Nam cùng lãnh đạo CQĐH, lãnh đạo các Ban chức năng và toàn thể CBNV Tập đoàn tại VP1 và VP2, CBCNV Công đoàn Dệt May Việt Nam.



Những ngày qua, cơn bão số 3 (YAGI) với cường độ rất mạnh đã tràn vào các tỉnh phía Bắc nước ta, gây thiệt hại vô cùng lớn về người và tài sản. Để thể hiện tình cảm và phát huy truyền thống "Lá lành đùm lá rách", tinh thần "nhường cơm sẻ áo", Tập đoàn cùng Công đoàn Dệt May Việt Nam kêu gọi toàn thể CBNV chung tay ủng hộ, hỗ trợ, sẻ chia cùng đồng bào bị thiệt hại do bão số 3 gây ra, góp phần cùng với Đảng, Nhà nước, Tập đoàn, Công đoàn ngành nhanh chóng khôi phục sản xuất và ổn định đời sống của nhân dân, người lao động.

Phát biểu tại Lễ phát động, Tổng Giám đốc Vinatex Cao Hữu Hiếu cho biết, ngay khi có thông tin về cơn bão YAGI, Tập đoàn Dệt May Việt Nam đã phát công văn Hỏa tốc yêu cầu các đơn vị thành viên nghiêm túc thực hiện các biện pháp an toàn trong phòng chống bão. Sau bão, lãnh đạo Tập đoàn đã đến trực tiếp đến thăm hỏi, chỉ đạo công tác khắc phục hậu quả do cơn bão gây ra tại một số đơn vị thành viên. Lãnh đạo Tập đoàn đánh giá cao công tác chủ động phòng chống bão số 3 của các doanh nghiệp nằm trong vùng bão. Điều đáng ghi nhận là các đơn vị đều bảo đảm an toàn tuyệt đối cho người lao động khi tham gia sản xuất trong thời điểm mưa bão, hạn chế được thấp nhất thiệt hại về tài sản, thiết bị, máy móc, hàng hoá. Đến nay, các đơn vị cơ bản đã ổn định sản xuất, không để xảy ra sự cố nghiêm trọng nào trong và sau bão.

Hưởng ứng lễ phát động, mỗi CBNV Tập đoàn – Công đoàn Dệt May Việt Nam đã ủng hộ ít nhất 1 ngày lương để sẻ chia cùng đồng bào khu vực hứng chịu thiên tai. Số tiền tiếp nhận ban đầu là 138,5 triệu đồng. Tập đoàn và Công đoàn Dệt May Việt Nam sẽ tiếp tục vận động các doanh nghiệp, cán bộ, đoàn viên, NLĐ trong hệ thống tham gia hỗ trợ, chia sẻ với đồng bào trong vùng bão lũ. Trước đó, hưởng ứng lời kêu gọi của Ủy ban MTTQ Việt Nam, Tập đoàn Dệt May Việt Nam đã ủng hộ đồng bào bị thiệt hại do cơn bão số 3 gây ra 300 triệu đồng.

TẬP TRUNG NÂNG CAO NĂNG SUẤT LAO ĐỘNG ĐỔI MỚI SÁNG TẠO VÀ NĂNG SUẤT LAO ĐỘNG QUẢN LÝ

Ngày 20/8 tại Hà Nội, Tập đoàn Dệt May Việt Nam (Vinatex) tổ chức Hội thảo giới thiệu các giải pháp phần mềm hoạch định nguồn lực doanh nghiệp, quản trị số cho doanh nghiệp dệt may.

Phát biểu khai mạc Hội thảo, ông Lê Tiến Trường cho biết, trong những năm gần đây, Vinatex đã triển khai nhiều hoạt động về chuyển đổi số như thiết kế phần mềm quản trị sợi, phần mềm tài chính kế toán… cùng với các khóa đào tạo nâng cao kỹ năng, quy trình và tư duy quản lý cho đội ngũ CBNV. Hiện nay, dư địa về năng suất lao động/đầu người đối với NLĐ không còn nhiều, nhất là khi các doanh nghiệp (DN) trong Vinatex đều là những DN top đầu về năng suất lao động tại Việt Nam. Nếu như tiếp tục phát triển theo định hướng này, thì Việt Nam sẽ có nguy cơ "đi xuống" khi mà chi phí lao động, tiền lương của Việt Nam đang cao cấp 2-3 lần so với Campuchia, Banladesh… Thực tế này đòi hỏi các DN phải xây dựng giải pháp triển khai triệt để nguồn lực DN trên nền tảng số.

Trong quá trình nghiên cứu suốt 2 năm vừa qua, cùng với quá trình đánh giá người đại diện vốn tại các DN trong Vinatex, nhiều DN trong Vinatex đã triển khai triệt để hệ thống quản trị nguồn lực doanh nghiệp trên nền tảng số (ERP). Điều này giúp năng lực quản lý, năng suất lao động quản lý diễn ra nhanh và chính xác mà không cần sử dụng đến người lao động trực tiếp, hệ số giữa lao động gián tiếp và lao động trực tiếp không bị tăng lên. Do đó, khi chi phí dành cho lao động trực tiếp giảm đi, DN có thể dồn nguồn lực này cho NLĐ trực tiếp tại khu vực sản xuất, NLĐ có thu nhập tốt, DN không bị áp lực bởi câu chuyện về năng suất lao động/đầu người.

Hội thảo lần này giới thiệu mô hình do WFX đã triển khai thành công tại Công ty CP Quốc tế Phong Phú, Dệt May Thành Công, chuẩn bị đưa vào hoạt động tại May Bắc Giang… Mô hình này đang mang lại các tiện ích và giải pháp toàn diện cho DN dệt may để nâng cao năng lực quản lý và tiến dần tới các khu vực mới có dư địa phát triển cho DN dệt may, thoát ra khỏi vùng sản xuất truyền thống thông thường.

VINATEX-ID TỔ CHỨC LỄ BÀN GIAO NHÀ MÁY XỬ LÝ NƯỚC THẢI SỐ 2 – KCN DỆT MAY PHỐ NỐI

Sáng 13/9 tại Hưng Yên, Công ty CP Phát triển Hạ tầng Dệt May Phố Nối (Vinatex-ID) tổ chức Lễ bàn giao nhà máy xử lý nước thải số 2 – KCN Dệt May Phố Nối. Đây là nhà máy hiện đại với nhiều công nghệ tiên tiến trong việc xử lý nước thải ngành dệt nhuộm, hướng tới xây dựng KCN dệt may xanh, kiểu mẫu tại khu vực miền Bắc nói riêng và toàn quốc nói chung.

Ông Phan Tiến Dũng – Tổng Giám đốc Vinatex-ID cho biết, Nhà máy xử lý nước thải số 1 có công suất thiết kế 10.000 m3/ngày đêm được Tập đoàn Dệt May Việt Nam bàn giao cho Vinatex-ID vận hành. Năm 2017, công ty đã tiến hành nâng cấp tiêu chuẩn nước thải đạt tiêu chuẩn cột A, quy chuẩn 40 và nâng công suất lên 12.000 m3/ngày đêm. Tuy nhiên, nhà máy thường xuyên quá tải do yêu cầu nâng cao công suất dệt nhuộm của các DN trong khu công nghiệp ngày càng được nâng lên. Do đó, tháng 2 & 3/2023 HĐQT Công ty đã ra Nghị quyết phê duyệt Dự án, phê duyệt hồ sơ thiết kế bản vẽ thi công và tổng dự toán dự án Nhà máy xử lý nước thải số 2 với công suất 8.000 m3/ngày đêm với tổng mức đầu tư 159,2 tỷ đồng.

Ngày 27/5/2023, Nhà máy chính thức được khởi công với tiến độ hoàn thành trong 280 ngày. Ngày 13/5/2024, các bên đã ký biên bản nghiệm thu hoàn thành công trình và bàn giao vận hành công trình đưa vào sử dụng của Nhà máy xử lý nước thải số 2. Hiện nay, nhà máy đã đi vào hoạt động chính thức, vận hành ổn định và mang lại hiệu quả, đảm bảo cùng với Nhà máy xử lý nước thải số 1 xử lý toàn bộ 100% nước thải trong KCN, đạt các tiêu chuẩn về môi trường. Theo số liệu tháng 8/2024, Nhà máy số 2 đang vận hành trung bình với công suất 201.750 m3/tháng, tương đương 6.725 m3/ngày đêm, đạt 84% công suất thiết kế. Cùng với đó, Nhà máy số 1 hoạt động khoảng 276.120 m3/tháng, tương đương 9.200 m3/ngày đêm, đạt 77% công suất thiết kế.

Ông Cao Hữu Hiếu – Tổng Giám đốc Vinatex cho biết, ngay từ ngày đầu thành lập Vinatex-ID, tôn chỉ của các cổ đông, trong đó có cổ đông chính Vinatex luôn xác định việc đầu tư hạ tầng KCN, đầu tư cho phát triển sản xuất kinh doanh phải đặt sự quan tâm hàng đầu tới vấn đề môi trường, không đánh đổi việc trả giá về môi trường với lợi ích kinh tế. Vì vậy, trong quá trình đầu tư hạ tầng KCN, Vinatex đã có kế hoạch xây dựng Nhà máy xử lý nước thải trước khi có các DN thuê mặt bằng. Tới thời điểm này, trước sự phát triển mạnh mẽ của các DN trong KCN, Vinatex-ID tiếp tục đầu tư thêm Nhà máy xử lý nước thải số 2 để tháo gỡ bài toán về quá tải của Nhà máy xử lý nước tải số 1 có những thời điểm vượt quá công suất xử lý 12.000 m3/ngày đêm. Khi Nhà máy xử lý nước thải số 2 chính thức đi vào hoạt động, vận hành của 2 nhà máy đang ở ngưỡng an toàn với 75 – 85% công suất thiết kế nên vẫn còn dư địa xử lý nước thải cho các DN trong KCN… Với thiết kế và ứng dụng công nghệ hiện đại, dự án đưa vào vận hành đạt các tiêu chuẩn về môi trường, cam kết đảm bảo xử lý các vấn đề nước thải của KCN, tuân thủ các quy định của pháp luật về môi trường. Đây là minh chứng thể hiện những cam kết nhất quán mạnh mẽ của KCN Dệt May Phố Nối đối với mục tiêu phát triển một KCN bền vững, xanh, sạch, thân thiện với môi trường tại tỉnh Hưng Yên.❑



BẢN TIN CÔNG ĐOÀN

NHIỀU CÔNG ĐOÀN CƠ SỞ TỔ CHỨC "BỮA CƠM CÔNG ĐOÀN" CHO NGƯỜI LAO ĐỘNG

Bữa cơm Công đoàn được tổ chức nhân dịp kỷ niệm Ngày Thành lập Công đoàn Việt Nam (28/7/1929-28/7/2024) và Ngày Quốc khánh 2/9, nhằm bày tỏ lòng tri ân và cảm ơn sâu sắc đến những nỗ lực, cống hiến của người lao động trong quá trình sản xuất và kinh doanh của doanh nghiệp:

CÔNG ĐOÀN CÔNG TY CP QUỐC TẾ PHONG PHÚ

Tổng Công ty và Công đoàn Tổng Công ty đã phối hợp tổ chức "Bữa cơm Công đoàn" tại trụ sở chính và tại các Công đoàn cơ sở thành viên trực thuộc.

Suất ăn có trị giá 77.000đ (trong đó Tổng Công ty hỗ trợ 27.000 đồng và Công đoàn Tổng Công ty hỗ trợ 50.000 đồng) với thực đơn gồm: Chả giò, rau sống; cơm chiên dương châu; lẩu cá diêu hồng nấu riêu - bún tươi – rau và tráng miệng sữa chua.







CÔNG ĐOÀN CÔNG TY CỔ PHẦN TIÊN HƯNG

Tổ chức "Bữa cơm Công đoàn" cho 3.600 CBCNV trong toàn Công ty. Ban lãnh đạo Công ty và Công đoàn Công ty bày tỏ sự quan tâm, tri ân, cảm ơn những cố gắng, những đóng góp của người lao động trong quá trình sản xuất, kinh doanh của doanh nghiệp. Đây là hoạt động thiết thực thể hiện tinh thần đoàn kết, gắn bó giữa Ban lãnh đạo Công ty, Công đoàn công ty và người lao động, góp phần xây dựng môi trường làm việc thân thiện, ấm áp.

"Bữa cơm Công đoàn" không chỉ bổ sung nhiều món ăn ngon, bổ sung dinh dưỡng nhằm cải thiện chất lượng bữa ăn mà còn tạo động lực, tinh thần phấn khởi để toàn thể CBCNV trong toàn Công ty tiếp tục nỗ lực hoàn thành tốt nhiệm vụ.

CÔNG ĐOÀN CÔNG TY CP SỢI PHÚ BÀI VÀ CÔNG TY CP DỆT ĐÔNG NAM

"Bữa cơm Công đoàn" với sự tham dự của toàn thể CBCNV là dịp để tổ chức Công đoàn và lãnh đạo Công ty tri ân, chia sẻ, bồi đắp niềm tin, sự gắn bó với người lao động. Từ đó sẽ thu hút, tập hợp và phát triển đoàn viên, gắn với việc tổ chức tốt công tác chăm lo, hướng đến xây dựng các chương trình phúc lợi dài hạn cho đoàn viên, người lao động.

CÔNG ĐOÀN CÔNG TY CP VINATEX HỒNG LĨNH

Phối hợp với chuyên môn tổ chức "Bữa cơm công đoàn" cho toàn thể CBNV-LĐ. Nhân dịp này, Công ty trang bị lắp điều hoà nhiệt độ và cải tạo lại các hạng mục tại nhà ăn tập thể giúp chống nóng, giúp người lao động giảm nhiệt và có được thể chất tốt nhất, vượt qua các yếu tố khắc nghiệt của thời tiết, góp phần nâng cao hiệu quả tăng năng suất lao động.



CÔNG ĐOÀN TỔNG CÔNG TY CP DỆT MAY HÀ NỘI

Phối hợp với chuyên môn tổ chức "Bữa cơm Công đoàn" cho hơn 2.000 CBNV-NLĐ. Bữa ăn đặc biệt nhằm góp phần bồi dưỡng, tái tạo sức lao động; mang lại niềm vui, sự hứng khởi, khích lệ tinh thần toàn thể anh chị em, đồng thời cũng là dịp để chia sẻ, bồi đắp thêm niềm tin, sự gắn bó của đoàn viên, NLĐ, với doanh nghiệp và tổ chức Công đoàn.

CÔNG ĐOÀN CÔNG TY CP VINATEX ĐÀ NẴNG

Phối hợp cùng với chuyên môn tổ chức "Bữa cơm Công đoàn" cho gần 1.900 CBCNV. Ngoài bữa ăn ca của Công ty, Công đoàn còn chi thêm 30.000 đồng/suất từ nguồn kinh phí Công đoàn để bổ sung dinh dưỡng cho NLĐ.

"Bữa cơm Công đoàn" ngoài việc bồi dưỡng, tái tạo sức lao động, là nguồn động viên, khích lệ tinh thần và cơ hội gia tăng tình đoàn kết trong anh chị em, và thêm một lần nữa, Công đoàn đã để lại dấu ấn đẹp trong toàn thể NLĐ Công ty.

CÔNG ĐOÀN CÔNG TY CP VINATEX PHÚ HƯNG

Hàng tháng, toàn thể CBNV- NLĐ Công ty CP Vinatex Phú Hưng đều được thưởng thức "Bữa ăn ngon" trị giá 32.000 đ/suất vào tuần cuối cùng của tháng.

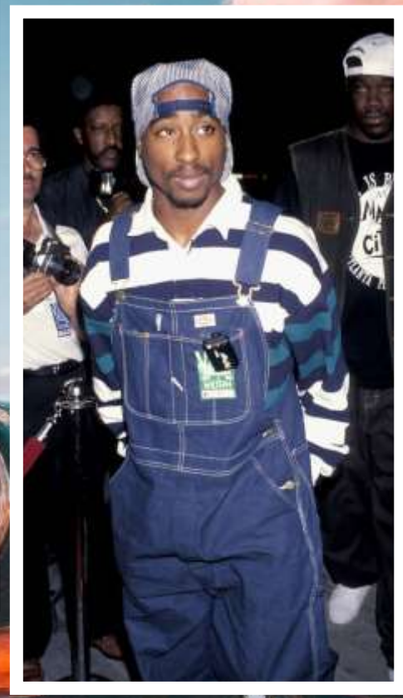
Đặc biệt, trong tháng 8, Công đoàn Công ty hỗ trợ thêm 50.000đ/suất, tổ chức Bữa cơm Công đoàn với thực đơn hấp dẫn: Bò né mắm nêm, tôm rim me, gà xối mỡ, canh hải sản, chè hạt sen.

CÔNG ĐOÀN CÔNG TY TNHH MTV DỆT 8-3

Tổ chức bữa ăn công đoàn cho đoàn viên - NLĐ Nhà máy Sợi Yên Mỹ, mỗi suất ăn trị giá là 70.000 đồng (trong đó Công đoàn Công ty hỗ trợ 50.000 đồng) với thực đơn gồm: cơm trắng, vịt quay, đậu nhồi thịt sốt cà chua, nấm thập cẩm xào thịt, canh ngao chua, nước ngọt, sữa chua.❑







DENIM Biểu tượng CỦA THẬP NIÊN90

ẢNH HƯỞNG ĐẾN THỜI TRANG NGÀY NAY

Bài: KIM PHƯỢNG *(dịch)*

Mặc dù đã là năm 2024, nhưng chúng ta vẫn yêu thích denim của thập niên 90. Thập kỷ này để lại nhiều dấu ấn văn hóa đại chúng và các nghệ sĩ giải trí tiếp tục ảnh hưởng đến các lựa chọn thời trang. Người tiêu dùng theo dõi sitcoms (các bộ phim hài) và video âm nhạc, học hỏi theo phong cách của chúng. Sự giản dị hóa nơi làm việc đã lan đến cả Nhà Trắng và những người mẫu trình diễn đã trở thành những nhân vật truyền thông có sức ảnh hưởng. Từ phong cách normcore (một xu hướng thời trang unisex) của các diễn viên hài độc thoại và các lãnh đạo thế giới đến trang phục rộng thùng thình của nghệ sĩ hip hop, đây là cái nhìn về những khoảnh khắc denim mang tính biểu tượng nhất từ những năm 90.



PHONG TRÀO GRUNGE

Khi album thứ hai của Nirvana, “Nevermind”, ra mắt vào năm 1991, phong cách của Kurt Cobain với bộ đồ len cũ và quần jeans rách trở thành hình mẫu cho sự nổi loạn của tuổi teen. Đây cũng là một sự thay thế cho phong cách quá đà và cầu kỳ, phô trương của các ban nhạc rock thập niên 80 với quần da và áo phông ngắn. Các ban nhạc Grunge khác như Pearl Jam và Soundgarden cũng chia sẻ phong cách của Cobain, biến quần Levi’s cũ, thời trang tự chế và áo flannel thành biểu tượng của “tuổi trẻ bất mãn”. Thời kỳ này vẫn tiếp tục là nguồn cảm hứng cho các thương hiệu như R13 và Dsquared2.

PHONG CÁCH NGOÀI GIỜ LÀM VIỆC CỦA CÁC SIÊU MẪU

Mặc dù thuật ngữ “siêu mẫu” đã đi vào ngôn ngữ văn hóa đại chúng vào những năm 80, nhưng các người mẫu Cindy Crawford, Naomi Campbell, Linda Evangelista, Claudia Schiffer và nhiều người khác đã trở thành những cái tên quen thuộc vào những năm 90 nhờ các chương trình như “House of Style” của MTV và video ca nhạc “Freedom” năm 1990 của George Michael. Tuy nhiên, phong cách thường ngày của họ - thường là quần jean và áo phông - đã trở nên có ảnh hưởng như những trang phục thời trang thiết kế mà họ mặc trên sàn diễn. Tác động của họ trong trang phục denim cơ bản đã được khuếch đại trong quảng cáo Coca-Cola năm 1992 của Cindy Crawford, trong đó cô đã mặc áo ba lỗ trắng và quần short ngắn.

QUAY LẠI PHONG CÁCH CỦA QUÁ KHỨ

Chris “Mac Daddy” Kelly và Chris “Daddy Mac” Smith đã thành công toàn cầu khi trở thành bộ đôi hip hop Kris Kross ở tuổi 12 và 13 vào năm 1992. Đĩa đơn ăn khách của họ, “Jump”, đứng đầu bảng xếp hạng Billboard Hot 100 trong tám tuần và được chứng nhận double platinum. Phong cách thời trang độc đáo của họ, gọi là “Kross-dressing,” tạo nên một cơn sốt khác: thanh



thiếu niên mặc quần áo ngược, bao gồm quần jeans rộng thùng thình. Mặc dù trào lưu này nhanh chóng lụi tàn và gây ra không ít rắc rối cho quy định trang phục ở trường học, ý tưởng về denim phá cách vẫn tồn tại trong các bộ sưu tập của Y/Project, Balenciaga và Act N°1.

GIÃN DỊ NƠI LÀM VIỆC

Dưới thời Tổng thống Bill Clinton từ năm 1993 đến 2001, sự xuất hiện của denim ở Nhà Trắng trở nên phổ biến. Việc Clinton chọn mặc quần jeans trong chiến dịch tranh cử không chỉ để gần gũi với người dân mà còn nhấn mạnh khoảng cách tuổi tác 24 năm giữa ông và đối thủ lớn tuổi hơn. Lựa chọn phong cách này cũng phản ánh xu hướng giản dị hóa nơi làm việc. Trong những năm 90, các công ty đã áp dụng Quy định về trang phục giản dị vào Thứ Sáu hàng tuần và trang phục công sở giản dị vào những năm 90, tạo nền tảng cho thời trang giản dị và kết hợp được thấy ở khắp nơi làm việc ngày nay.

BLUE BLOOD (CHỈ NHỮNG NGƯỜI CÓ NGUỒN GỐC QUÝ TỘC, GIÀU CÓ)

Từ nhẫn đính hôn đến kiểu tóc, Công nương Diana đã tạo nên xu hướng toàn cầu trong suốt những năm 80 và 90. Tuy nhiên, sự quan tâm đến phong cách thường ngày của bà đã bùng nổ vào năm 2020, khi người tiêu dùng tìm đến các cửa hàng đồ cũ để sao chép phong cách thường ngày của bà. Sự yêu thích của Công nương Diana đối với việc xắn quần jeans xanh vào trong bốt cao bồi và phối hợp chúng với các món đồ đặc trưng của phong cách Mỹ như áo khoác varsity, áo khoác NFL, áo sweatshirt và áo len độc đáo đã trở thành hình mẫu cho phong cách "cool girl" dễ dàng. Phong cách denim của Diana đã trở thành nguồn cảm hứng cho nhiều người, từ Hailey Bieber và Virgil Abloh đến Philosophy di Lorenzo Serafini và Gucci.

GIẤC MƠ TUỔI TEEN

Các nhân vật hư cấu ở California nhận được nhiều sự chú ý trên truyền hình những năm 90. Trong khi "Saved by the Bell" mang đến góc nhìn hài hước về đời sống của một học sinh tại trường trung học Bayside, thì "Beverly Hills, 90210" lại mang đến sự kịch tính và thời trang có sức ảnh hưởng. Chương trình phát sóng trên kênh Fox suốt thập niên 90, làm nổi bật những vấn đề thời sự (và đôi khi gây tranh cãi) đồng thời ghi lại sự phát triển phong cách của thập kỷ. Mặc dù mã bưu chính xa hoa của chương trình thường yêu cầu trang phục thiết kế, nhưng những chiếc quần jeans sáng màu và áo phông rộng rãi của dàn diễn viên chính - Brandon, Brenda, Dylan, Kelly, Donna, Steve, David và Andrea - đã trở thành một phong cách Cali dễ tiếp cận, được sao chép bởi thanh thiếu niên trên toàn thế giới.

LOGOMANIA (TRÀO LƯU LOGO)

Tommy Hilfiger được ra mắt vào năm 1985 nhưng chỉ thực sự bùng nổ vào những năm 90 khi các nhạc sĩ như Aaliyah, Gwen Stefani và Snoop Dogg bắt đầu mặc các sản phẩm của thương hiệu với logo nổi bật trên sân khấu và ngoài đời. Bằng cách kết hợp phong cách chuẩn mực của phương Đông với sự thoải mái của phương Tây, Tommy Hilfiger





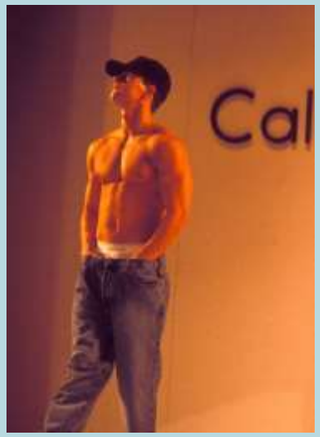
đã phát triển một phong cách đặc trưng, tạo nền tảng cho thời trang đường phố cao cấp. Trong khi đó, các bộ sưu tập của thương hiệu từ thập niên 90 hiện đã trở thành món đồ được các bạn trẻ thuộc thế hệ Gen Z yêu thích vì sự hoài cổ của nó.

NỀN TẢNG PHONG CÁCH NORMCORE

"Seinfeld," bộ phim hài nổi tiếng của NBC được mô tả là "một chương trình về hư không," đã trở thành một hiện tượng thời trang gần một thập kỷ sau khi bộ phim kết thúc. Quần jeans ống rộng và giày thể thao trắng của nhân vật chính Jerry Seinfeld đã trở thành hình mẫu cho phong cách normcore. Mặc dù chương trình có toàn bộ các tập phim tập trung vào áo sơ mi phồng và "mũ rộng vành kiểu đô thị", nhưng chính phong cách cơ bản của Seinfeld đã tạo được tiếng vang với Gen Y đang cố gắng xây dựng tủ quần áo bền vững sau cuộc Đại suy thoái.

PEEKABOO UNDERWEAR (XU HƯỚNG MẶC ĐỒ LÓT HỞ VIỀN)

Rapper chuyển sang làm diễn viên - Mark Wahlberg (hay còn gọi là Marky Mark của nhóm nhạc hip hop Marky Mark and the Funky Bunch) đã trở nên nổi tiếng khi đĩa đơn "Good Vibrations" của anh đạt vị trí số 1 trên Billboard Hot 100 vào năm 1991. Hình ảnh "trai hư" của anh đã thu hút sự chú ý của cả thanh thiếu niên và các nhà thiết kế. Trong chiến dịch quảng cáo đồ lót của Wahlberg cho Calvin Klein, khi đó anh và người mẫu Kate Moss chỉ mặc quần đùi trắng và quần jean cạp trễ, đã trở thành một phần trong phong cách đặc trưng của anh trong thập kỷ đó. Nó cũng tiếp tục là công thức chiến thắng cho thương hiệu, được thể hiện rõ trong chiến dịch đồ lót Xuân 2024 với nam diễn viên Jeremy Allen White.



TRANG PHỤC DENIM DÀNH CHO NHỮNG CHUYẾN ĐI

Quần jeans xanh cổ điển đã xuất hiện nhiều trong bộ phim "Thelma & Louise," bộ phim hình sự/chính kịch năm 1991 với sự tham gia của Geena Davis và Susan Sarandon trong vai hai người bạn thân trên một chuyến đi đường dài biến thành cuộc truy đuổi tội phạm. Các nữ diễn viên đã làm mới phong cách của những kẻ đào tẩu, mặc những chiếc quần jeans đã cũ, áo khoác denim rộng và áo sơ mi denim thắt nút kết hợp với bốt cao bồi và thắt lưng kiểu phương Tây khi họ tránh sự truy đuổi của cảnh sát. Brad Pitt cũng có một màn xuất hiện nổi tiếng trong phim với trang phục denim đôi. Các yếu tố trong trang phục của bộ phim vẫn tiếp tục ảnh hưởng đến thời trang lễ hội và các bộ sưu tập của các thương hiệu như Ganni và Isabel Marant.

SỰ THAY ĐỔI PHONG CÁCH QUẦN YẾM

Quần yếm đã được làm mới phong cách nhờ vào việc rapper Tupac Shakur và nhóm nhạc R&B TLC mặc chúng cả trên sân khấu lẫn ngoài đời. Nó được mặc rộng rãi và thoải mái, thường với một dây đeo bị tuột, món đồ thiết yếu này trở thành một phần của tủ đồ hip hop những năm 90, bao gồm cả bốt Timberland và áo thun rộng. Sự thay đổi phong cách này đã tạo điều kiện cho các thương hiệu như Carhartt và Dickies trở nên phổ biến.❑

Nguồn:https://sourcingjournal.com/feature/90s-denim-moments-seineld-beverly-hills-90210-tupac-cindy-crawford-wahlberg-calivn-klein-cobain-514464/

TỪ QUẦN ÁO THỂ THAO LÊN SÀN DIỄN THỜI TRANG

SỰ LỘT XÁC BẤT NGỜ CỦA VẢI NYLON

Bài: TÚ ANH *(dịch)*



Quên đi mọi thứ bạn từng nghĩ về nylon. Loại vải thô ráp, nặng nề ngày xưa đang trải qua một sự biến đổi ngoạn mục. Đúng vậy, nylon đã trở lại, và lần này nó mang đến sự pha trộn đáng ngạc nhiên giữa sự sáng tạo, tính bền vững và sự sang trọng.



CHUẨN BỊ CHO SỰ TĂNG TRƯỞNG

Thị trường đang sôi động với sự hồi sinh của nylon. Theo Fortune Business Insights, quy mô thị trường toàn cầu của nylon sẽ đạt 32,42 tỷ USD vào năm 2026, và đây không chỉ là một câu chuyện của một khu vực. Ví dụ, Ấn Độ đang chứng kiến sự bùng nổ của nylon, với thị trường dự kiến đạt 5,2 tỷ USD vào năm 2025.

Bảng: Tỷ lệ thâm nhập và tăng trưởng theo từng khu vực trên toàn cầu của nylon

Vùng	Quy mô thị trường (triệu USD) (2023)	Tỷ lệ tăng trưởng kép hàng năm (%) (2023-2028)
Châu Á-Thái Bình Dương	14.2	4.8
Bắc Mỹ	6.8	3.9
Châu Âu	5.7	3.5
Các quốc gia còn lại	3.3	4.1

Bỏ qua những chiếc quần yoga, nylon giờ đây xuất hiện trên nhiều loại trang phục trong tủ quần áo. Mặc dù đồ thể thao vẫn là trang phục chính của nylon (chẳng hạn như chiếc quần legging siêu bền), nhưng sự phát triển của chất liệu này đang vượt qua ranh giới. Người tiêu dùng có ý thức về môi trường đang yêu thích nylon có nguồn gốc sinh học, trong khi các hỗn hợp pha trộn sáng tạo đang mở ra cánh cửa cho các ứng dụng thú vị của nylon.

SỰ ĐỔI MỚI LÀ THEN CHỐT

Phong cách bền vững đỉnh cao: Quên đi lo lắng về việc quần áo mới của bạn gây hại cho môi trường, nylon PA 6 có nguồn gốc sinh học cung cấp một lựa chọn thay thế bền vững, khiến bạn trông đẹp và cảm thấy thoải mái.

Siêu phẩm về hiệu suất: Ai nói rằng đa chức năng là không thể thú vị? Nylon đang tạo ra những làn sóng mới trong thảm (ví dụ sự chống ố màu với sợi Sorona của thương hiệu DuPont) và giày dép (chất liệu siêu nhẹ hỗ trợ cuộc phiêu lưu của bạn).

Đồ bơi bùng nổ: Khô nhanh và không bị ảnh hưởng bởi Clo. Các lựa chọn bền vững làm từ nylon tái chế đáp ứng mọi nhu cầu về đồ bơi của bạn.

Thời trang kết hợp với đa chức năng: Bền và chống nước, nylon đang thống trị thị trường áo khoác ngoài. Những tiến bộ của chất liệu này đảm bảo cả tính thẩm mỹ cho trang phục.

THƯƠNG HIỆU ĐÁNG CHÚ Ý

Những tên tuổi lớn trong giới thời trang và đồ thể thao đang ghi nhận tiềm năng của nylon. Nhà vô địch về tính bền vững- Patagonia đang sử dụng nylon tái chế một cách phổ biến, trong khi The North Face sử dụng của nylon cho các trang phục đi bộ, leo núi bởi độ bền của chất liệu này. Từ giày chạy đến quần áo thể thao, Adidas đang tận dụng lợi ích về hiệu suất của nylon trên toàn bộ dòng sản phẩm của họ.

LOẠI VẢI ĐƯỢC TÁI TẠO

Sự trở lại của nylon là câu chuyện về sự tái tạo. Bằng cách nắm lấy sự đổi mới, tính bền vững và tính thời trang, loại vải này hứa hẹn sẽ trở thành một chất liệu chính trong ngành dệt may trong nhiều năm tới. Vì vậy, lần tới khi bạn nhìn thấy nylon, hãy nhớ - nó không chỉ dành cho phòng tập thể dục nữa. Đây là một chất liệu đa năng, thân thiện với môi trường với phong cách đáng kinh ngạc.



Nguồn: https://www.fashionatingworld.com/new1-2/nylon-from-gym-wear-to-runway-fashion-a-fabric-s-unexpected-evolution



Khởi nghiệp thời trang bằng KIẾN THỨC & ĐỘNG LỰC

Bài: HOÀNG ANH

Nhiều bộ thời trang cổ điển nhãn hiệu TRAVALI đã gây nhung nhớ đến người tiêu dùng bởi sự khác biệt, ấn tượng trong mỗi sản phẩm. Chủ nhân của nhãn hiệu – Nhà thiết kế Trần Văn Linh, từng là sinh viên ngành Thiết kế thời trang trường Đại học Công nghiệp Dệt May Hà Nội (HTU) đã nuôi dưỡng đam mê thời trang và khởi nghiệp ở lĩnh vực này bằng kiến thức đã được đào tạo tại nhà trường và động lực từ sự trải nghiệm đa chiều với dệt may.



NUÔI DƯỠNG ƯỚC MƠ

Theo NTK Trần Văn Linh, thời trang luôn là một ngành khơi gợi sự sáng tạo cũng như chuyển đổi không ngừng. Mỗi một năm trôi qua, bộ mặt của thời trang trên thế giới cũng như Việt Nam luôn có sự biến đổi không tưởng. Đây cũng là lĩnh vực nhận được rất nhiều sự quan tâm của nhiều người, trải rộng mọi giới tính, mọi lứa tuổi. "Chính vì thế, làm nổi bật mình trên thị trường là điều mà thương hiệu thời trang nào cũng mong muốn"- Linh bày tỏ.

Gia nhập làng thiết kế thời trang, Linh cho biết, thuận lợi luôn đan xen với thách thức khi ở thời đại Công nghệ 4.0 hiện tại, các nền tảng mạng xã hội, các sàn thương mại điện tử là nơi mà nhà nhà, người người đều có thể làm thời trang. Đặc thù của ngành này là sự thay thế rất nhanh chóng nếu không chịu thay đổi và nâng cấp từng ngày… Và với kinh doanh thời trang thì một yếu tố tác động rất lớn, trải dài cả quá trình hoạt động là nguồn vốn đầu tư.

Thời gian học tại ngành Thiết kế thời trang trường Đại học Công nghiệp Dệt May Hà Nội đã trang bị những "cẩm nang" kiến thức học thuật và chuyên môn ứng dụng để NTK có thể vững tin bước vào con đường kinh doanh thời trang.

















Với Linh, "Điều mà tôi ấn tượng và cảm nhận rõ nét nhất khi theo học tại HTU là lộ trình đào tạo tay nghề thực tế cũng như truyền niềm đam mê, động lực phát triển nghề nghiệp cho sinh viên. Chính vì vậy, ngay từ những năm còn học tập tại HTU, tôi đã ấp ủ ước mơ sở hữu một nhãn hiệu thời trang cho riêng mình và nuôi dưỡng ước mơ đó bằng việc nỗ lực không ngừng học tập chuyên môn, tham gia các hoạt động đoàn, xã hội, các cuộc thi thiết kế thời trang dành cho sinh viên do Nhà trường tổ chức để tích lũy kiến thức, kỹ năng, kinh nghiệm và trải nghiệm".

TÍCH LŨY TRẢI NGHIỆM

Cùng với những nguồn tri thức, kỹ năng nghề nghiệp được học ở HTU, để nuôi dưỡng ước mơ của mình, Linh còn tích lũy thêm kiến thức, kỹ năng sau khi ra trường bằng cách đầu quân vào các doanh nghiệp, các nhãn hàng thời trang vừa và nhỏ. Linh cho rằng, nhờ các kiến thức, kỹ năng cơ bản được trang bị ở HTU khá tốt nên việc tiếp thu thêm những kiến thức mới, những kỹ năng thực tế tại các công đoạn, các nhánh bộ phận trong doanh nghiệp (từ việc chọn lựa nguyên liệu, test nguyên liệu, phân biệt sợi vải, tính định mức, đi sơ đồ, may mẫu, dải chuyền, vẽ mẫu thiết kế, tạo rập, hoàn thiện sản phẩm, kiểm tra chất lượng)… đã giúp NTK có thêm những kiến thức và động lực để nuôi dưỡng niềm đam mê thời trang.

Trải nghiệm gần 5 năm sau tốt nghiệp HTU, với những tích lũy, trải nghiệm nghề nghiệp kết hợp với những kiến thức, kỹ năng chuyên môn đào tạo cộng với niềm đam mê bất tận với thời trang, Trần Văn Linh đã định hình hướng phát triển riêng cho mình một nhãn hiệu thời trang. TRAVALI đã ra đời và đã phát triển thành 01 nhãn hiệu thời trang mang phong cách và hơi hướng classic được nhiều bạn trẻ đón nhận. Dựa vào nền tảng mảng xã hội và mạng lưới cộng đồng bạn trẻ yêu thích gu thời trang classic, NTK đã phát triển nhãn hiệu TRAVALI đến nhiều tỉnh thành trong cả nước. Doanh thu trung bình đạt 500 – 700 triệu đồng/tháng. Hiện nay, Linh đang tiếp tục đầu tư, mở rộng cho nhãn hiệu của mình với mục tiêu trở thành thương hiệu thời trang được yêu thích trong giới trẻ Việt Nam.

Linh chia sẻ: "TRAVALI là nơi tôi muốn tạo ra một style có nét riêng, đem lại dấu ấn đậm nét với người tiêu dùng khi sử dụng sản phẩm. Mang sắc thái cổ điển nên phong cách này khá kén người tiêu dùng, vì vậy định hướng mà tôi muốn phát triển đó là lan tỏa tầm ảnh hưởng của TRAVALI, nhắc đến thời trang cổ điển là nhớ đến TRAVALI".

Bắt nhịp với xu thế mới của thời trang xanh và sự thay đổi hành vi của người tiêu dùng, Linh cho biết, các sản phẩm của nhãn hàng TRAVALI hoàn toàn sử dụng chất liệu từ các thành phần tự nhiên như cotton, lanh, sồi, lông cừu, lạc đà… "Với tiêu chí kéo dài vòng đời của các sản phẩm thời trang, tôi hướng đến việc tạo ra các sản phẩm thực sự chất lượng, bền bỉ đi kèm với các hoạt động tái chế, tái sử dụng khi cần thiết và hoàn toàn bằng nguyền nguyên liệu tự nhiên"- Linh bày tỏ.

Nhìn nhận về xu hướng khởi nghiệp của giới trẻ với lĩnh vực thời trang, NTK Trần Văn Linh cho rằng, khi đã có chuyên môn được đào tạo bài bản thì NTK trẻ cần định hình được phong cách mình muốn hướng đến. Và khi theo đuổi cũng cần luôn nâng cấp, sáng tạo phong cách đó, định vị nhãn hiệu ở một phiên bản tốt nhất để chạm đến người tiêu dùng một cách bền vững. Khi chưa có nhiều tiềm lực, không nên thử sức ở nhiều mảng và nhiều phong cách một lúc, vừa không làm tốt và chuyên sâu được thứ mình hướng đến, vừa không gây nhung nhớ đến người tiêu dùng.❑

Truyện ngắn:

Có một Tương lai khác

Tác giả: KIỀU BÍCH HẬU



Ảnh minh họa

Phượng nhìn mình trong gương với con mắt phê phán. Mái tóc dài uốn sóng dập dềnh lượn quanh gò má mịn màng được trang điểm kỹ với bốn lớp: kem dưỡng, phấn nền, phấn phủ, phấn má. Đôi mắt to thoảng nét u buồn, lo lắng của chị cũng được tô kẻ bằng một đường chì nước mảnh khéo léo cong lên ở đuôi mắt. Dẫu vậy, nó không làm mất sắc sảo lên được chút nào. Cái vẻ u buồn, lo lắng ấy như được thừa kế từ mẹ chị, bà chị, từ những phụ nữ trong dòng tộc hàng trăm năm, những phụ nữ Việt luôn phải è cổ gánh vác quá nhiều trách nhiệm trong gia đình, nào thì sinh con đẻ cái, nuôi dạy con cái, đi làm đồng áng, việc nội trợ giặt giũ, giữ chồng hoặc cưới vợ bé cho chồng…

Không, Phượng sẽ khác. Phượng không thể sao chép cuộc đời u buồn vô phương của những thế hệ phụ nữ trong dòng tộc nhà chị. Chị sẽ sống cuộc đời như chị muốn. Mà chị muốn gì nhỉ? Thầy Tuệ Tâm nói, vũ trụ sẽ không đáp ứng những ước muốn không cụ thể. "Không cụ thể thì cụ… không thể!" – Thầy thường hóm hỉnh nhắc đi nhắc lại thông điệp này mỗi khi ai đó trong học viện Hoa Xuyến Chi đưa ra một mục đích mới. Phượng tiếp tục nhìn sâu vào mắt mình trong gương, mỉm cười với chính mình, chạm tay vào gò má hồng đẹp đẽ và cảm thấy yêu thương mình hơn. Lập tức, một ý nghĩ sáng lóe lên trong đầu chị.

Chị sẽ thành lập một câu lạc bộ trẻ em từ 12-18 tuổi, rèn các em ý chí làm giàu theo cuốn sách "Nghĩ giàu làm giàu" của tác giả Napoleon Hill. Câu lạc bộ này sẽ nằm trong học viện Hoa Xuyến Chi. Câu lạc bộ sẽ thu hút những trẻ em ưu tú nhất, huấn luyện các em vào dịp cuối tuần. Sẽ không chỉ là đọc sách làm giàu, học theo các tấm gương làm giàu trên thế giới, mà sẽ phần lớn được thực hành. Mỗi em sẽ tự xây dựng khát vọng, lập kế hoạch cụ thể và được thực hành ngay trong thời gian các em sinh hoạt trong câu lạc bộ. Câu lạc bộ "Nghĩ giàu làm giàu" sẽ ươm mầm và tạo nên những doanh nhân xuất sắc cho đất nước trong tương lai.

Đang say sưa với ý tưởng mới của mình, thì Phượng nghe tiếng gõ cửa. Chị chợt nhớ ra hôm nay sẽ có 5 cuộc phỏng vấn tuyển nhân sự mới, thể theo ý định của thầy Tuệ Tâm, cần nhân sự mới cho học viện Hoa Xuyến Chi để thực hiện bộ sách kỹ năng sống trong nhà trường và để bổ sung đội ngũ giảng viên, huấn luyện viên của học viện. Nhưng giờ này còn quá sớm, Phượng nhìn đồng hồ, mới chỉ 7h30 sáng, vậy thì 30 phút nữa mới đến cuộc phỏng vấn ứng viên đầu tiên.

Chị mở cửa, một người đàn ông chừng bốn mươi tuổi, gương mặt bệch bạc mệt mỏi vô vọng, cái đầu cạo trọc, sơ mi bỏ ngoài quần

THỜI TRANG & CUỘC SỐNG



kaki, tay giữ chặt cánh tay một bé trai chừng 12 tuổi. Thằng bé đang cố giằng tay mình ra khỏi tay người đàn ông, trong lúc nó ngước nhìn Phượng với đôi mắt cười sung sướng, chẳng có vẻ gì là ngại ngần hay ngượng ngùng như lẽ ra phải thế trong phản ứng của một đứa trẻ khi gặp người lạ.

- Chào anh, xin lỗi, anh có nhầm cửa không ạ? – Phượng cố nở một nụ cười xã giao trong khi vẫn chưa hết ngạc nhiên khi đứa trẻ lao vào ôm lấy chị và chị chỉ kịp nắm lấy cánh tay háo hức của nó.

- Chị là Phượng, giám đốc điều hành học viện Hoa Xuyến Chi phải không ạ? – Người đàn ông hỏi lại chị, trong lúc giữ nốt cánh tay thứ hai của đứa trẻ. Lúc này, Phượng mới để ý, thấy cả 10 đầu ngón tay thằng bé được quấn băng trắng.

- Vâng, tôi là Phượng. Nhưng tôi chưa có hẹn với anh. – Phượng đáp, chị miễn cưỡng để cho hai người khách không mời mà chị đoán là hai bố con vào phòng.

- Tôi được biết về học viện Hoa Xuyến Chi qua mạng. Tôi tên là Chiến, một kiến trúc sư đang tạm nghỉ việc trông con – Người đàn ông giải thích sau khi ngồi xuống ghế, ôm chặt thằng con trong lòng. Thằng bé vẫn nhìn Phượng và cười. Nó có vẻ không bình thường chút nào. – Hôm nay tôi đường đột đến đây vì không có cách nào khác. Tôi muốn gặp chị, xin chị cho cháu Khôi nhà tôi vào học tại đây.

- Chúng tôi có lớp đào tạo kỹ năng sống cho các cháu nhỏ cùng tuổi con nhà anh, nhưng chỉ mở lớp dịp hè thôi ạ. – Phượng giải thích – Vậy anh hãy chờ đến lúc đó rồi đưa cháu đến.

- Nói thật với chị thế này, cháu Khôi bị tăng động. Tôi đã đưa cháu đi chữa bệnh nhiều nơi nhưng không khỏi. Đưa cháu đến các trường học bình thường thì người ta nhận vài hôm rồi lại trả cháu về nhà. Đưa cháu đến các trung tâm dạy trẻ tự kỷ thì người ta nhận cháu, nhưng dạy chẳng được bao nhiêu, chỉ giữ cháu thôi. Đến tuổi này, người ta từ chối dạy tiếp vì cháu phá phách quá. Tôi giữ cháu ở nhà không được, vả lại, tôi hy vọng có nơi nào giúp cháu tiến bộ. Tôi không muốn bỏ phí cuộc đời cháu… - Chiến nghẹn ngào sau khi nói một hơi dài.

- Tay cháu bị làm sao thế kia? – Phượng hỏi, mắt nhìn những ngón tay băng trắng của thằng bé.

- Cháu tự cắn nát ngón tay nếu tôi thả tay cháu ra. Khốn khổ lắm cô ạ. Ở nhà luôn phải có người giữ chặt tay cháu ngày đêm. Chỉ sểnh ra một phút là cháu đã gặm nham nhở đầu ngón. – Người đàn ông thở dài bất lực.

- Cháu không biết đau hay sao?

- Tôi không biết nữa, có lẽ không. Bởi nếu biết đau, nó sẽ không tự cắn phá ngón tay mình như vậy. Có lần bà cháu trông cháu, không để ý, cháu lao ra đường, bị xe máy tông ngã, chảy máu đầu be bét mà cháu vẫn cười.

- Tôi rất thông cảm với anh và gia đình – Phượng thở dài – Nhưng chúng tôi không thể nào nhận cháu vào học viện được. Anh hãy đưa cháu đến nơi nào chuyên giáo dục trẻ có khuyết tật thần kinh thì mới hiệu quả và lâu dài được.

- Chị ơi, tôi đã đưa cháu đi cùng giời cuối đất rồi, tôi không nói ngoa đâu. Nơi nào người ta cũng xua bố con tôi như xua lũ nhặng. Chị mà cũng xua đuổi chúng tôi, thì bố con tôi chỉ còn nước lao đầu xuống sông!

Vừa lúc ấy thì thầy Tuệ Tâm đẩy cửa bước vào. Người đàn ông

- Anh cứ thả cháu ra.

Vừa được bố buông tay giữ, thằng bé lao đến bên máy tính. Người bố nhỏm người định lao theo con thì thầy Tuệ Tâm giữ anh ta lại.

- Cô Phượng lấy bóng cho cháu chơi! – Thầy Tuệ Tâm ra lệnh.

Phượng cúi nhặt hai quả bóng tennis màu nõn chuối trong một hộp carton đặt vào tay thằng bé. Nó nắm lấy quả bóng xem xét một hồi rồi ném bóng ra cửa sổ. Phượng đưa cho nó quả bóng khác và bảo nó chuyền bóng cho cô, cố gắng lôi cuốn sự chú ý của thằng bé, trong lúc thầy Tuệ Tâm nói chuyện với bố nó.

Khi hộp bóng đã gần hết và bóng đã bị ném lung tung khắp phòng, Phượng cũng hơi nản đến mức định giữ chặt tay thằng bé như bố nó khi nãy, thì thầy Tuệ Tâm đột ngột nói:

- Tôi nhận thằng bé này. Khôi sẽ học bán trú tại đây.

- Thưa thầy, sao thế được ạ? – Phượng liều lĩnh phản đối thầy Tuệ Tâm – Chúng ta không có người chuyên dạy các em như thế, vả lại, cũng chẳng có chỗ cho cháu ngủ nghỉ…

- Khi muốn là có – Thầy Tuệ Tâm cắt ngang.

- Nhưng chúng ta không thể dạy trẻ khuyết tật! – Phượng chợt vọt ra câu nói đó.

- Có tật ắt có tài. – Thầy Tuệ Tâm khẳng định. – Khôi là một tài năng, từ nay chúng ta sẽ nhìn cháu như thế để có phương pháp giáo dục phù hợp, phát triển tài năng cho cháu.

Nghe thầy Tuệ Tâm tuyên bố như thế, Chiến bỗng ôm mặt khóc tu tu. Bao nhiêu năm qua, anh đã phải làm quen với việc bị từ chối, những cái lắc đầu, những cái nhìn thương hại của người đời đối với con trai anh, anh cũng đã quen với việc người ta gọi con anh là trẻ khuyết tật, dù trong anh vẫn le lói hy vọng về một tương lai khác cho con. Thì đây là lần đầu tiên có người nói với anh rằng con anh có tài. Dù điều đó có là hoang tưởng đi chăng nữa, thì câu nói ấy đã xoa dịu anh thật sâu. Suốt đời anh không thể quên được giây phút này, cảm xúc này.

Cuối cùng, có lẽ vũ trụ đã mở ra một cánh cửa mới cho con trai anh.❑

bỗng dưng ôm cả con trai phục xuống đất, kêu lên với giọng tuyệt vọng như anh ta sắp bị đưa lên đoạn đầu đài:

- Con cắn rơm cắn cỏ lạy thầy cô, xin thầy cô nhận cháu vào học, dạy cháu thành người. Hết bao nhiêu tiền con cũng xin nộp ạ. Nhà chúng con chỉ có mỗi thằng con trai này thôi. Con không tin là đã hết cách với cháu…

Phượng lúng túng không biết làm sao trước cảnh ấy. Chị đứng đờ người ra. Thầy Tuệ Tâm cúi xuống nâng người đàn ông dậy. Nước mắt anh ta đầm đìa lúc ngẩng mặt lên, trong khi thằng bé trong tay anh ta vẫn nhoẻn cười.

- Anh buông cháu ra – Thầy Tuệ Tâm nói.

- Dạ không được. Cháu sẽ phá hỏng đồ trong phòng – Người đàn ông nhớn nhác nhìn từ máy tính đến cốc chén trên bàn.



PHONG ĐỘ NHÀ QUẢN LÝ

"Dĩ bất biến- Ứng vạn biến" TRONG QUẢN LÝ

Bài: PV



Theo nhà nghiên cứu khoa học giáo dục PGS.TS Đặng Quốc Bảo, ngày nay minh triết "Dĩ bất biến- Ứng vạn biến" giúp Nhà quản lý có thể hành động sáng suốt theo 2 chiều:

Chiều thứ nhất: Xác định được vấn đề có tính nguyên tắc, lấy đó làm điểm tựa để giải quyết mọi vấn đề khác, mọi sự biến đổi khác.

Chiều thứ hai: Thấy việc gì có lợi, có hiệu quả thì làm ngay, song không bao giờ xa rời mục tiêu đã chọn lựa được coi là chính đáng.

Có thể vận dụng "Dĩ bất biến- Ứng vạn biến" vào việc nhận thức một số vấn đề lý luận quản lý hiện đại. Trước động thái thực tiễn thường có yêu cầu: Người quản lý phải biết điều hành công việc theo tinh thần quản lý sự thay đổi (management in changing). Đó là việc "Tri biến": xác định được lộ trình và chiến lược hành động hợp lý các nhiệm vụ trên cơ sở phân tích SOWT (nhận ra điểm mạnh, điểm yếu, cơ may, đe dọa) do tổng hợp được lục tri: tri kỷ- tri bỉ (biết mình- biết người); tri thế- tri thời (biết tình thế, xu thế- biết thời cơ, nguy cơ); tri túc- tri chỉ (biết thế nào là đủ- biết đến đâu phải dừng).

Quá trình "Tri biến" khi quán triệt "Dĩ bất biến- Ứng vạn biến" giúp cho Nhà quản lý thực hiện được mục tiêu khả thi hơn, toàn diện hơn.

Hình 1

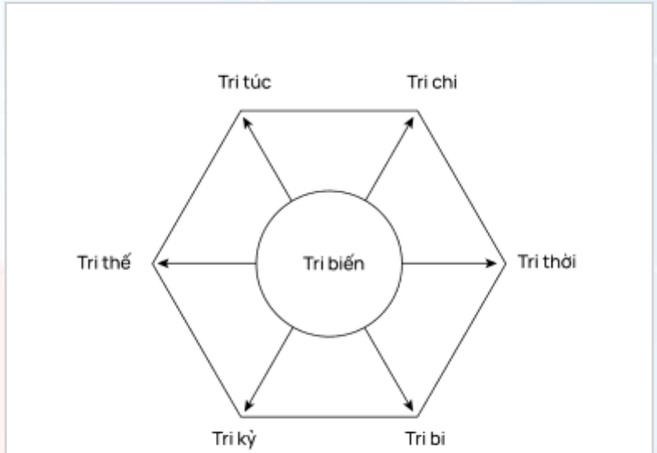
Quản lý học hiện đại thường nêu 4 kỹ năng then chốt cho người lãnh đạo quản lý, trên trục hoành là 2 loại kỹ năng: kỹ năng nhận thức sự kiện và kỹ năng liên kết các sự kiện; Trên trục tung là 2 loại kỹ năng: kỹ năng chọn lựa được hành động có tính nguyên tắc và kỹ năng xử lý hành động thích ứng với hoàn cảnh.

Kỹ năng chọn lựa được hành động có tính nguyên tắc chính là "dĩ bất biến" còn xử lý hành động thích ứng với hoàn cảnh chính là "ứng vạn biến".

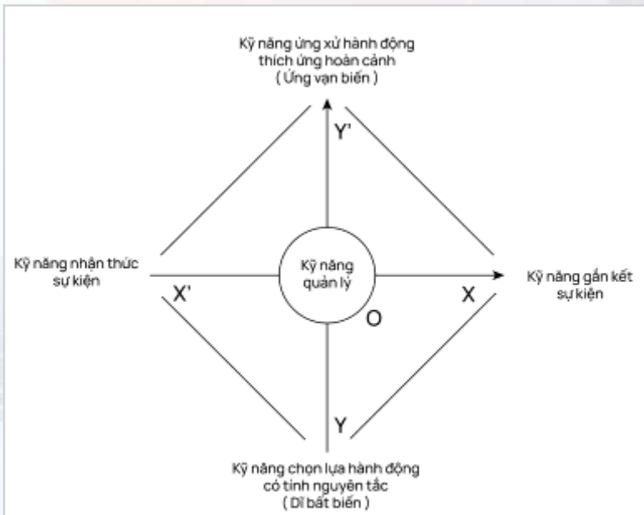
Hình 2

Với phương châm "Dĩ bất biến- Ứng vạn biến" thì người quản lý trong điều hành cố gắng đạt tới trạng thái: có tư duy toàn thể (Thingking: Global) và hành động cụ thể (Action: Local), là sự vận dụng sáng tạo việc quản lý từ truyền thống đến hiện đại.❑





Hình 1



Hình 2









TRƯỜNG CAO ĐẲNG CÔNG NGHỆ THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

Mỗi năm học là một chặng đường mới, một hành trình với những thách thức và cơ hội. Nhìn lại những hoạt động trong năm học 2023 - 2024, chúng ta có thể thấy rằng Trường Cao đẳng Công nghệ TP. Hồ Chí Minh đã không ngừng phấn đấu và đổi mới để nắm bắt xu hướng mới của giáo dục và công nghệ, tiến bộ trong chất lượng đào tạo.

Trường Cao đẳng Công nghệ TP. Hồ Chí Minh tiếp tục đẩy mạnh việc cải tiến chương trình đào tạo phù hợp với thực tế doanh nghiệp và nhu cầu của thị trường lao động. Bên cạnh đó Trường còn đẩy mạnh các hoạt động liên kết hợp tác đào tạo với các doanh nghiệp và các trường đại học để tạo điều kiện cho HSSV học liên thông tại trường như Đại học Sư phạm Kỹ thuật TP.HCM, Đại học Công nghiệp Dệt may Hà Nội, Đại học Tài chính Marketing, tổ chức các hoạt động ngoại khóa, các câu lạc bộ học thuật, câu lạc bộ thể dục thể thao... Nhà trường tổ chức thường niên các sự kiện như Ngày hội khoa học công nghệ nhằm phát huy ý tưởng nghiên cứu, sáng tạo của Giảng viên và HSSV trong toàn trường, tổ chức ngày hội việc làm...

Tiếp tục hành trình phát triển, chúng ta có thể tự hào về những thành tựu mà Trường Cao đẳng Công nghệ TP. Hồ Chí Minh đã đạt được. Tuy nhiên, đó chỉ là một bước đệm trên hành trình phát triển. Trường sẽ tiếp tục đổi mới và phát triển toàn diện, để mang lại lợi ích tối đa cho học sinh, sinh viên và đóng góp chung cho sự phát triển của xã hội.

Cơ sở chính: 586, Kha Vạn Cân, Phường Linh Đông, TP.Thủ Đức, TP. Hồ Chí Minh - **Điện thoại:** 0903 373 447
Phân hiệu Đồng Nai: Số 2, Hùng Vương, Xã Sông Trầu, Huyện Trảng Bom, Tỉnh Đồng Nai - **Điện thoại:** 0977 140 997
Website: http://vetc.edu.vn

VINATEX
TẬP ĐOÀN DỆT MAY VIỆT NAM

VINATEX
Hướng tới kỷ niệm 30 NĂM
1995 - 2025

NGÀY THÀNH LẬP TẬP ĐOÀN DỆT MAY VIỆT NAM

VINATEX



Một điểm đến cung ứng giải pháp thời trang Xanh trọn gói

TẬP ĐOÀN DỆT MAY VIỆT NAM
Vietnam National Textile and Garment Group
Tòa nhà Leadvisors Place - 41A Lý Thái Tổ, Quận Hoàn Kiếm, Hà Nội, Việt Nam
(+84-24) 38257700 (+84-24) 38262269 www.vinatex.com.vn



20 NĂM GARCO 10 Hành Trình Phát Triển