

TẬP ĐOÀN DỆT MAY VIỆT NAM

Dệt may & THỜI TRANG

SỐ 358. THÁNG 5/2018

Việt Nam

VTGF



9 770086 839481

GIÁ: 17.500 VNĐ

BAN CỐ VẤN

VŨ ĐỨC GIANG
Chủ tịch Vitas
TRẦN QUANG NGHỊ
Chủ tịch HĐQT Vinatex

TỔNG BIÊN TẬP

LÊ TIẾN TRƯỜNG
TV HĐQT - TGĐ Vinatex

PHÓ TỔNG BIÊN TẬP

NGUYỄN VĂN THÔNG
Viện trưởng Viện Dệt May

HỘI ĐỒNG BIÊN TẬP

NGUYỄN KHÁNH SƠN
GĐĐH - TB Tuyên giáo Vinatex
PHẠM NGỌC HÂN
Trưởng Ban TT&TT Vinatex
NGUYỄN ĐỨC TRỊ
Chủ tịch Hoatho Corp
PHẠM PHÚ CƯỜNG
TV HĐQT - Phó TGĐ Vinatex - Chủ tịch NBC
NGUYỄN THỊ THANH HUYỀN
TGĐ Garco 10
BÙI VĂN TIẾN
TGĐ Viettien

THƯ KÝ TOÀ SOẠN

KIỀU BÍCH HẬU

THIẾT KẾ MỸ THUẬT

ĐỖ QUẾ NGÀ

Văn phòng đại diện tại TP. HCM

Số 10 Nguyễn Huệ - Q.1 - TP. HCM
NGUYỄN THỊ HỒNG
Điện thoại: 028. 38244044, máy lẻ 131
ĐD: 0989 112 553

Toà soạn

25 Bà Triệu, Q.HK - Hà Nội
Điện thoại: 028. 38256882
Fax: 028. 38262269

In tại: Công ty TNHH MTV In báo Hà Nội mới
GPHĐBC 439/GP-BTTTT-3/2012

CONTENTS

SỐ 358. THÁNG 5/2018

TIN TỨC & SỰ KIỆN

4

Kỷ niệm tháng công nhân: Bài học thành công của người dệt may

9

Trải thảm đón công nhân

10

Tổng quan tình hình dệt may thế giới tháng 5

15

Trung tâm thời trang Vinatex: Nơi hội tụ hàng Việt chất lượng cao

16

Dệt may Việt Nam: Tự tin hoàn thành kế hoạch năm 2018

18

Đại hội cổ đông các doanh nghiệp thuộc Vinatex: Sẵn sàng trước thử thách mới

GÓC NHÌN CHUYÊN GIA & NHÀ QUẢN LÝ

12

Thủ tướng Nguyễn Xuân Phúc: Chúng tôi đang cố gắng để cải thiện môi trường kinh doanh...

SỰ KIỆN TRONG THÁNG

22

Tổng hợp các sự kiện của Tập đoàn diễn ra trong tháng 4/2018

24

Các sự kiện sẽ diễn ra trong tháng 5/2018

DỆT MAY

26

Chủ tịch Vitas Vũ Đức Giang: Xu hướng công nghệ Xanh - Tiêu chí cạnh tranh mới cho hàng dệt may

28

Phong Phú dẫn dắt xu hướng sống Xanh

32

Bài toán sử dụng nước

34

Nhân tháng hành động về an toàn, vệ sinh lao động 2018: Chặn giặc lửa

36

Mô hình nhà máy dệt học - Bước đi ban đầu của CN 4.0 ở Đức

42

Tương lai in 3D của ngành kinh doanh thời trang

46

Hai giải pháp trước thách thức mới

48

Doanh nghiệp logistics và thương mại điện tử: Cần một cái “Bắt tay”

48

Một số đặc điểm thị trường và nhu cầu nhập khẩu sản phẩm dệt may của Úc

54

Ethiopia: Điểm đến lý tưởng mới trong chuỗi dịch chuyển sản xuất dệt may toàn cầu

56

Tự chủ Đại học tại ĐH Công nghiệp Dệt May Hà Nội: Kinh nghiệm và Định hướng phát triển

CƠ CHẾ CHÍNH SÁCH

14

Chính sách mới có hiệu lực từ tháng 5/2018

HIỆP HỘI DỆT MAY VIỆT NAM

25

Một số hoạt động của Vitas trong tháng 4-5/2018

THỜI TRANG & CUỘC SỐNG

53

Khảo sát cho thấy rằng: Giá cao là hàng rào tới thời trang thân thiện sinh thái

NHÂN VẬT

64

Tiến sĩ Alok - Phó chủ tịch cao cấp về chiến lược của Canon Châu Á: Phải luôn đổi mới tư duy

VĂN HÓA

70

Vẻ đẹp, bản sắc Việt trên những cánh bay Vietnam Airlines

72

Nghiện giấc mơ, bơ lối mòn

DU LỊCH KHÁM PHÁ

74

Đô thị cổ Hội An - Nơi thời gian ngưng đọng

BỘ SƯU TẬP

68

Thời trang ứng dụng G/Z May 10

78

Chanel Cruise 2019: Những nàng phù thủy thời thượng

Thư tòa soạn

Bạn đọc thân mến!

Mỗi ngày, sửa soạn đi làm, ta khoác lên người tấm áo ưng ý nhất để khởi động cho một ngày làm việc mới hiệu quả. Ngắm mình trước gương, hoặc thậm chí không ngắm mình mà chỉ tưởng tượng về hình ảnh của mình thôi, bạn có một giây nào nghĩ về việc tấm áo ưng ý này của mình đã sinh ra từ đâu và như thế nào?

Những thông tin này có thể khiến bạn sững sốt. Phần lớn hàng may mặc đều khó tái chế, đều có hóa chất thuốc nhuộm và các vật liệu nhân tạo được sử dụng trong gia công. Điều này tạo ra gánh nặng lên môi trường, và làm cho ngành thời trang là ngành gây ô nhiễm lớn thứ ba trên thế giới sau dầu mỏ và khí đốt. Và ngành Dệt May Việt Nam chúng ta, đứng trong Top 5 các nước xuất khẩu hàng dệt may trên thế giới, phải sử dụng tới 3 tỷ đô la chi phí năng lượng mỗi năm, lại cũng là ngành gây ô nhiễm bằng cả nước Nga.

Do vậy, khi biết những thông tin khủng như trên, bạn hẳn sẽ băn khoăn mỗi khi định vung tay ném một chiếc áo không còn khiến mình ưng ý ra khỏi tủ quần áo của bạn. Bạn hiểu rằng khó có thể tái chế chiếc áo này thành một chiếc áo khác khiến bạn ưng ý hoặc ai đó trên thế giới này ưng ý. Từ đó, bạn sẽ nghĩ cách để sử dụng tấm áo vào việc khác, sao cho có thể kéo dài vòng đời của tấm áo, khiến những dấu chân sinh thái của bạn nhỏ dần đi, bớt gây hại cho hệ sinh thái của chúng ta.

Và không chỉ có bạn hay tôi cần đồng hành trong sự thay đổi này, cả ngành DMVN cũng đang nỗ lực thay đổi để phát triển mạnh mẽ, theo phong cách sản xuất xanh...

Ban biên tập

	Nhân vật ảnh bìa: Chị Hoàng Thị Hải – công nhân Nhà máy Sợi, Tổng Công ty CP Dệt May Nam Định đã đạt Giải Vàng tại Hội thi thợ giỏi Ngành Dệt May Việt Nam lần thứ 5 (năm 2015), được tặng giải “Nguyễn Đức Thuận” do LĐLĐ tỉnh Nam Định tổ chức và tôn vinh, được lựa chọn đại diện cho Phụ nữ tỉnh Nam Định dự Đại hội đại biểu phụ nữ tiêu biểu toàn quốc năm 2017 và mới đây nhất chị vinh dự được chọn là điển hình tiên tiến đi dự Lễ kỷ niệm 70 năm Ngày Chủ tịch Hồ Chí Minh ra lời kêu gọi thi đua ái quốc.
---	---

Nhiếp ảnh gia: Phạm Đức

Địa điểm: Nhà máy Sợi Hòa Xá – TCT CP DM Nam Định



KỶ NIỆM THÁNG CÔNG NHÂN

Bài học thành công CỦA NGƯỜI DỆT MAY

Bài: **NHÓM PV VTGF**

NẾU NHƯ MỘT SỐ NGHỀ KHÁC Ở NƯỚC TA NHƯ NGHỀ Y, NHÀ GIÁO,... CHỈ CÓ MỘT NGÀY KỶ NIỆM CHO NGHỀ CỦA MÌNH, THÌ GIỚI CÔNG NHÂN LAO ĐỘNG LẠI CÓ CẢ MỘT THÁNG 5 ĐỂ KỶ NIỆM.

NGOÀI MỤC TIÊU ĐỀ CAO VAI TRÒ CỦA NGƯỜI CÔNG NHÂN TRONG SỰ NGHIỆP XÂY DỰNG VÀ BẢO VỆ ĐẤT NƯỚC, THÌ THÁNG CÔNG NHÂN CÒN LÀ THỜI ĐIỂM ĐỂ CÁC CẤP, NGÀNH, CÁC TỔ CHỨC XÃ HỘI TẬP TRUNG HÀNH ĐỘNG, CHUNG TAY CHĂM SÓC ĐỜI SỐNG VẬT CHẤT VÀ TINH THẦN CHO GIỚI CÔNG NHÂN, NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG SỐNG VÀ TẠO ĐIỀU KIỆN PHÁT TRIỂN NGƯỜI CÔNG NHÂN LÊN TẦM MỚI, ĐỂ HỌ CÓ THỂ ĐÓNG GÓP NĂNG LỰC HIỆU QUẢ HƠN CHO ĐẤT NƯỚC.

TRONG SỐ TẠP CHÍ KỶ NIỆM THÁNG CÔNG NHÂN, CHÚNG TA CÙNG GẶP GỠ NHỮNG GƯƠNG MẶT NỔI TRỘI TRONG NGÀNH DMVN, LẮNG NGHE HỌ CHIA SẺ NHỮNG KINH NGHIỆM QUÝ, BÀI HỌC THÀNH CÔNG TRONG NGHỀ NGHIỆP VÀ CUỘC SỐNG.



HOÀNG THỊ HẢI, CÔNG NHÂN NHÀ MÁY SỢI, TỔNG CÔNG TY CP DỆT MAY NAM ĐỊNH

Cô gái vàng của đất dệt may Nam Định này từng đoạt giải “Bàn tay vàng” tại cuộc thi thợ giỏi Tập đoàn DMVN 2015, và mới đây nhất, cô vinh dự được chọn là điển hình tiên tiến đi dự Lễ kỷ niệm 70 năm Ngày Chủ tịch Hồ Chí Minh ra lời kêu gọi thi đua ái quốc (dự kiến tổ chức vào ngày 10.06.2018).

Còn rất trẻ, nhưng Hải đã công tác tại Nhà máy Sợi được 10 năm. Thành công đến với Hải là cả một quá trình phấn đấu bền bỉ. Vượt qua những khó khăn, bỏ ngõ ban đầu khi mới đi làm, mọi thứ còn lạ lẫm, cộng thêm việc phải làm ca xáo trộn về thời gian, Hải nhanh chóng bắt kịp công việc. Xác định đã chọn nghề này thì phải yêu nghề, Hải không chỉ tập trung làm việc, mà còn tìm hiểu truyền thống của đơn vị mình công tác, để biết những con người cụ thể từng đoạt giải “Bàn tay vàng ngành sợi” trong các cuộc thi tay nghề. Cô tìm gặp những “ngôi sao” nghề sợi ấy để học hỏi kinh nghiệm, thử nghiệm luôn trong công việc hàng ngày.

Hải nghĩ, nếu các cô ấy đã làm được, thì tại sao mình lại không? Luôn nghĩ đến hình ảnh các tấm gương lớn, Hải từng ngày phấn đấu để đạt thành tích như họ. Cô tự đặt ra các tiêu chí để hướng tới, đó là: làm nhanh nhất, chất lượng cao nhất, thao tác chuẩn nhất. Nhờ thành tích cao trong công việc, năm 2015, Hải được chọn đi tham dự cuộc thi thợ giỏi lần 5 của Tập đoàn DMVN. Cô được đào tạo, rèn luyện sâu các kỹ năng, sao cho thành thực nhất các chi tiết thi. Kết quả thật xứng đáng với sự dày công luyện tập của Hải, trong phần thi nối sợi thô, cô nối được 19 mối/phút, vượt quá so với quy định 14 mối/phút và đoạt giải “Bàn tay vàng”. Đó là một dấu mốc quan trọng trong cuộc đời đi làm của Hoàng Thị Hải khiến cô vô cùng hạnh phúc. Hải tâm nguyện sống sao cho xứng đáng, và phải cố gắng nhiều hơn nữa. Bên cạnh đó, cô cũng chia sẻ kinh nghiệm của mình với đồng nghiệp trong đơn vị, và điều đó đã trở thành động lực để cô tiếp tục cống hiến trong suốt cuộc đời đi làm nghề sợi của mình. Niềm vui nhân lên khi năm 2017, với thành tích của mình, Hoàng Thị Hải tiếp tục được tham dự chương trình tôn vinh các cá nhân ưu tú tại Đại hội đại biểu phụ nữ toàn quốc, năm 2018 Hải tham dự Đại hội Công đoàn Dệt May Việt Nam lần thứ 5 và được bầu vào danh sách đại biểu dự Đại hội Công đoàn Việt Nam.



TRƯƠNG THỊ TUỆ, CÔNG NHÂN DỆT CA A PHÂN XƯỞNG DỆT THỞI KHÍ, CÔNG TY CP DỆT THUỘC TỔNG CÔNG TY CP DỆT MAY NAM ĐỊNH

Mỗi ngày, nữ công nhân xuất sắc này phải dậy từ 4h30 sáng, nhanh chóng chuẩn bị để 5h sáng ra khỏi nhà, đến công ty đúng giờ vào ca. Cô phải vượt qua quãng đường 31km cả đi và về mỗi ngày. Quãng đường xa xôi cách trở này từng bị một vài người đưa ra như một lý do xác đáng để khuyên cô chuyển chỗ làm. Nhưng Tuệ chỉ nghĩ, khi mình đã làm việc ở nơi này, thì đây là ngôi nhà lớn của mình, không rời đi đâu nữa.

Cô tập trung vào việc của mình mỗi ngày, hiểu từng máy như hiểu cơ thể mình. Nghe tiếng máy là cô có thể đoán tình trạng máy, biết cần điều chỉnh gì để máy luôn vận hành êm ả, hoặc phải thông báo kỹ thuật tối chỉnh máy. Tập trung cũng tạo nên độ nhạy cảm cần thiết để ngăn chặn lỗi phát sinh, thậm chí, đồng nghiệp trong Phân xưởng còn gọi Tuệ là người có hai mắt sau gáy. Bởi cô chỉ cần đi lướt qua, nhưng cũng có thể phát hiện máy phía sau mình đang có vấn đề gì, tránh được lỗi vãi và phải đóng máy lâu.

Tập trung cũng cho Tuệ đam mê, làm quên mệt, luôn hứng khởi và khỏe khoắn khi làm việc. Nguồn năng lượng tuôn chảy theo sự tập trung, khiến cô luôn có được hiệu quả với năng suất, chất lượng cao nhất. Tuệ luôn đứng 16 máy,

chất lượng sản phẩm đảm bảo ở mức cao. Thành tích của Tuệ đã mang về cho cô niềm vinh dự được Hội đồng thi đua khen thưởng Trung ương mời dự lễ tuyên dương điển hình tiên tiến toàn quốc năm 2017.

Tuệ cũng được đi thăm quan, học hỏi ở nước ngoài, và mỗi lần như vậy, cô lại làm giàu thêm hành trang của mình những kiến thức mới, mở mang tầm nhìn, để định hướng con đường đi của mình tốt hơn. Tuệ chia sẻ, cũng nhờ sự phát triển bản thân liên tục trong hơn 11 năm làm việc tại công ty, mà cô có được sự tự tin, bản lĩnh trong cuộc sống và có thể đối mặt với mọi khó khăn, thử thách. Đây là nơi mà cô tin tưởng làm việc suốt đời, để cống hiến và gửi gắm cả tâm hồn mình vào trong sản phẩm phục vụ cho mọi người.

Đó là sự tiếp bước truyền thống khi anh Tuấn đã tiếp tục làm nghề dệt may sau khi cha mẹ anh đã làm nghề này nhiều năm. Truyền thống gia đình đã cho anh một tâm thế vững chắc để khi chuyển tới làm việc tại Công ty CP May 1 là gắn bó suốt đời. Không những thế, anh cũng đã tìm được hạnh phúc riêng ngay tại nơi đây khi tìm hiểu và kết hôn với nữ công nhân Đinh Thị Thi, nay là Tổ trưởng Tổ may 6 của công ty. 25 năm anh Tuấn và chị Thi nên duyên vợ chồng dưới ngôi nhà chung thân thương là Công ty CP May 1, cho thấy sức hút của mảnh đất lành. Hàng ngày, anh chị chõ nhau trên xe máy, cùng đi làm tại công ty, cùng về nhà. Họ cũng có hai ngôi nhà hạnh phúc.

Là Tổ trưởng Tổ cơ điện, đam mê và làm việc hết sức mình mỗi ngày, anh Tuấn còn truyền động lực cho 8 thành viên còn lại, thuộc các lứa tuổi khác nhau, để họ gắn kết và đồng lòng phát triển công việc chung, sao cho hệ thống máy móc vận hành suôn sẻ nhất, năng lượng luôn sẵn sàng cho nhà máy làm việc. Các anh cũng luôn chủ động, sáng tạo trong công việc mỗi ngày, để tiết kiệm năng lượng, tận dụng thiết bị hiệu quả. Năng lực ấy thêm một lần tỏa sáng khi Công ty CP May 1 tiến hành cải tạo toàn bộ hệ thống, những sáng kiến của anh Tuấn và Tổ cơ điện đã phát huy tác dụng trong quy hoạch tổng thể, tiết kiệm tối đa điện năng, vận hành máy móc hiệu quả nhất. Anh Tuấn nhiều năm liền là chiến sỹ thi đua, đã được vinh danh Lao động sáng tạo của Tập đoàn DMVN năm 2018, Tổ cơ điện hai năm liền đạt danh hiệu Tổ Lao động giỏi.

Ngoài nền tảng là truyền thống dệt may, sự gắn bó, đam mê nghề, thì anh Tuấn còn được truyền động lực từ những tấm gương sáng đi trước của dệt may Nam Định như nữ anh hùng Nguyễn Thị Thạc, cùng những vị lãnh đạo xưa và nay, không chỉ lao động quên mình, mà còn luôn quan tâm sát sao đời sống anh em, ấm áp tình người trong cơ sở...



NGUYỄN MINH TUẤN, TỔ TRƯỞNG TỔ CƠ ĐIỆN CÔNG TY CP MAY 1, ĐƠN VỊ THÀNH VIÊN TỔNG CÔNG TY CP DỆT MAY NAM ĐỊNH

Mới gặp, khó có thể nghĩ anh Tuấn đã làm việc tại công ty CP May 1 tới 37 năm. Gần 40 năm gắn bó với đơn vị, từ duy nhất mà anh luôn lặp lại trong cuộc trò chuyện với chúng tôi là truyền thống văn hóa và sự gắn bó nơi đây. Chắc chắn đó là thứ “đặc sản” riêng của Công ty CP May 1 nói riêng, và các doanh nghiệp dệt may nói chung đất thành Nam.



HỒ THANH ĐẠT, TRƯỞNG NGÀNH THIẾT BỊ NHÀ MÁY NHUỘM, TỔNG CÔNG TY CP PHONG PHÚ

Đằng sau thành công của một tập thể luôn có dấu ấn nỗ lực của rất nhiều cá nhân, đằng sau sự thành công của Phong Phú có sự góp sức không nhỏ của đội ngũ cán bộ nhân viên người lao động. Gặp gỡ anh Hồ Thanh Đạt, người vừa có đề tài đạt giải Nhất Ngày hội lao động sáng tạo ngành Dệt May Việt Nam 2018, chúng tôi càng thấy rõ hơn sức trẻ và nhiệt huyết làm việc của những con người đã và đang cống hiến hết sức mình cho sự phát triển của Tổng Công ty Cổ phần Phong Phú.

Ra trường với tấm bằng kỹ sư cơ khí chế tạo máy, anh Hồ Thanh Đạt bắt đầu công việc của mình tại Phong Phú với vị trí một nhân viên hỗ trợ kỹ thuật máy. Đến nay anh đã có 6 năm gắn bó cùng công ty và hiện đang là Trưởng Ngành thiết bị Nhà máy Nhuộm, thuộc Ngành sản xuất gia dụng. Công việc chính mỗi ngày của anh là phụ trách quản lý bảo trì, bảo dưỡng các trang thiết bị máy móc trong Nhà máy Nhuộm, chịu trách nhiệm về công tác lắp đặt, chế tạo máy.

Chia sẻ về bí quyết để thành công trong công việc, anh Hồ Thanh Đạt khẳng

định, điều quan trọng nhất chính là khâu chuẩn bị. Chúng ta cần lên kế hoạch cho mỗi dự án, càng cụ thể càng tốt. Theo anh, thà mất thời gian tuy hơi lâu để công việc được triển khai chu đáo, thuận lợi còn hơn lao thẳng vào công việc và mất nhiều thời gian để giải quyết những rắc rối phát sinh. Mặt khác, cần nắm rõ kiến thức chuyên môn để đảm bảo quá trình triển khai thực hiện công việc được chính xác về kỹ thuật, tiến độ và thời gian.

Trần trở về nguy cơ đào thải của người lao động trong cuộc cách mạng công nghệ 4.0, anh chần thành bậc bạch: “Bản thân tôi và người lao động nói chung phải từng ngày nâng cao trình độ chuyên môn, để tiếp cận và làm chủ được hệ thống máy móc thiết bị công nghệ ngày càng mới, như vậy mới đảm bảo được công ăn việc làm. Thực ra giảm sự phụ thuộc của máy móc vào con người, không phải là con người mất việc, mà chúng ta cần phải liên tục trau dồi chuyên môn, liên tục đổi mới để đáp ứng những yêu cầu mới trong công việc”.

Với những cống hiến và nỗ lực sáng tạo không ngừng của mình, tháng 3/2018, đề tài nghiên cứu “Cấp hóa chất tự động cho máy nấu tẩy liên tục” của anh Hồ Thanh Đạt đã đạt Giải Nhất Ngày hội lao động sáng tạo ngành Dệt May Việt Nam 2018, trở thành tấm gương tiêu biểu điển hình của Phong Phú.



HỒ THỊ THÙY, CÔNG NHÂN KỸ THUẬT NHÀ MÁY SƠI 2, TỔNG CÔNG TY VIỆT THẮNG - CTCP

Thùy vào làm việc tại Việt Thắng từ năm 2007. Chị chia sẻ, trước đó chị đã học Cao đẳng công nghệ sợi nên Việt Thắng chính là môi trường thuận lợi để giúp chị đưa những kiến thức đã được học vào thực tế.

Lúc đầu vào Việt Thắng chị Thùy làm ở bộ phận thí nghiệm, với sự nỗ lực cố gắng trong công việc, chị đã được chuyển sang bộ phận kỹ thuật của Nhà máy Sợi 2. Trong công việc chị luôn nỗ lực phấn đấu học hỏi kinh nghiệm từ các anh, chị đi trước để hoàn thành công việc đạt kết quả cao nhất.

Nhân tháng công nhân 2018, Thùy mong muốn Công đoàn ngoài việc chăm lo đời sống vật chất và tinh thần cho người lao động cần tiếp tục quan tâm nâng cao trình độ kỹ năng, nghề nghiệp của đoàn viên và người lao động, để công nhân lao động đáp ứng và hoàn thành tốt được công việc của mình.



NGUYỄN THỊ NGÀ, CN CỤM TAY CHUYỀN 2 - KHU 3 - TỔNG CÔNG TY MAY NHÀ BÈ - CTCP (NBC)

Chị Nga vào làm việc tại NBC từ tháng 10/2011. Nhân tháng công nhân 2018 Chị cũng mong ước công đoàn các cấp tiếp tục quan tâm hơn nữa đời sống vật chất cũng như tinh thần cho người lao động, đặc biệt là lao động nữ, tạo thêm các cơ chế hỗ trợ để “tiếp sức” cho nữ CBCNV hoàn thành tốt cả trong công việc và gia đình.

Năm 2017, chị đạt danh hiệu thợ giỏi cấp Tổng Công ty. Trong công việc chị xác định luôn nỗ lực, không ngừng trau dồi chuyên môn, tìm tòi, nghiên cứu để tìm ra những sáng kiến mới để làm sao nâng cao được năng suất, chất lượng cho sản phẩm.

NGÔ THỊ CÀ NA, BỘ PHẬN KCS ỦI THÀNH PHẨM - KHU 3 - TỔNG CÔNG TY MAY NHÀ BÈ - CTCP (NBC)

Chị Ngô Thị Cà Na làm việc tại NBC từ năm 2015. Tại Hội thi tay nghề, chị từng đạt danh hiệu thợ Giỏi cấp Tổng Công ty.

Nhân tháng công nhân, là một công nhân thế hệ trẻ chị mong tổ chức công đoàn sẽ hoàn thành tốt vai trò nhiệm vụ của mình, thường xuyên tổ chức các buổi gặp mặt, giao lưu định kỳ, thành lập các câu lạc bộ sinh hoạt tập thể để CBCNV dễ dàng bày tỏ những tâm tư, nguyện vọng cũng như củng cố các kỹ năng sống cho bản thân, nhằm xây dựng giai cấp công nhân Việt Nam trong giai đoạn phát triển mới, góp phần vào sự phát triển chung của đất nước.



Trải thảm ĐÓN CÔNG NHÂN

Bài: **ĐAN LY** - Ảnh: **PHẠM ĐỨC**

TÔI THÍCH XEM NHỮNG LỄ TRAO GIẢI OSCAR ĐIỆN ẢNH HÀNG NĂM, KHI CÁC ĐẠO DIỄN, BIÊN KỊCH, DIỄN VIÊN TÀI NĂNG VÀ DANH TIẾNG ĐƯỢC TÔN VINH, ĐƯỢC BƯỚC LÊN TẦM THẨM ĐÓNG DANH GIÁ CỦA VINH QUANG, TRONG SỰ NGƯỠNG MỘ VÀ TÁN THƯỞNG CỦA HÀNG TỶ NGƯỜI TRÊN THẾ GIỚI. CẢM GIÁC ẤY THẬT TUYỆT VỜI.

Trở về với công việc hàng ngày, tôi có những lần đi thực tế tại các nhà máy dệt, các xưởng may, và gặp nhiều người công nhân đang chăm chú làm việc. Họ là những người đang ngày ngày làm ra những tấm áo, manh quần, mang những nhãn hiệu nổi tiếng thế giới, mà rất có thể ai đó trong những ngôi sao Oscar, cũng mặc những trang phục hàng ngày do người công nhân ở Việt Nam góp phần làm ra. Nhìn họ cần mẫn làm việc trong tiếng máy chạy đều đều, trong không khí loáng thoáng những sợi bông trắng muốt lượn bay, và thơm mùi vải mới, tôi tự hỏi, ai tôn vinh những người công nhân này?

Tôi cũng gặp những Giám đốc, Tổng Giám đốc các doanh nghiệp dệt may. Mang danh là người lãnh đạo quan trọng của những doanh nghiệp ngàn tỷ, nhưng nhìn họ thật chất phác và vẫn luôn tất bật, chưa phai nét lam lũ thuở nào của một đất nước thuần nông. Chính những ông lớn đầy lo toan này, là lớp người tinh hoa của đất

nước, đang lặng lẽ trải những tấm thảm yêu thương đón người lao động vào doanh nghiệp của mình. Đó là tấm thảm vô hình, không phải ai cũng thấy, chưa phải ai cũng trân trọng đúng giá trị của nó. Thậm chí ngay cả những công nhân, những người hàng ngày bước đi trên tấm thảm vô hình, cũng có thể hoàn toàn không nhận ra.

Để dệt nên những tấm thảm yêu thương mà vô hình đó, từng người chủ doanh nghiệp đã phải nỗ lực cả quãng đường dài. Nhiều người trong số họ, đã phải làm việc 12 tiếng đồng hồ một ngày, làm việc không có ngày nghỉ. Thậm chí khi đêm về, họ vẫn tranh thủ làm việc, khi lên giường, công việc vẫn trong đầu óc họ, tiếp tục nghĩ suy để tìm hướng đi mới cho doanh nghiệp, vượt qua những cạnh tranh khốc liệt của thị trường, để giữ được việc làm cho người công nhân, và cán bộ của họ, canh cho nồi cơm của người lao động không bị đổ.

Những người công nhân của họ

là ai? Phần lớn công nhân đang làm việc trong các doanh nghiệp dệt may là con em nông dân hoàn cảnh khó khăn, thiếu điều kiện học hành tử tế, khó có thể tìm được việc làm nuôi thân. Các em hầu hết không có kiến thức nghề trong tay, không có ý thức công nghiệp. Và các chủ doanh nghiệp dệt may đã sẵn sàng dang tay đón những nhân sự “tay trắng” này vào để dạy nghề cho họ, cầm tay chỉ việc. Các bạn ấy không những không phải trả học phí đào tạo nghề, còn được doanh nghiệp trả phụ cấp để yên tâm học tập. Sau khi học xong, các bạn có được ngay việc làm nuôi bản thân, thậm chí còn có thể nuôi được một người nữa, hoặc tiết kiệm, tích lũy tài sản cho mình.

Và hàng triệu việc làm đã được tạo ra như thế. Tấm thảm yêu thương vô hình mỗi ngày vẫn được dệt âm thầm, từ những nhân cách cao đẹp và tài năng biết cống hiến không mệt mỏi. Họ cũng rất xứng đáng được tôn vinh.

TỔNG QUAN TÌNH HÌNH DỆT MAY THẾ GIỚI THÁNG 5

Bài: XUÂN QUỲ



STARTUP VỀ BẢN ĐỒ CUNG ỨNG LĨNH VỰC DỆT MAY TẠI BANGLADESH

Trước tiềm năng phát triển của lĩnh vực thời trang toàn cầu, startup Mỹ (Sourcemap) đã thiết kế bản đồ trực tuyến, hiện thị vị trí kèm thông tin của các đơn vị cung cấp dịch vụ dệt may và hệ thống vận tải tại Bangladesh. Đại diện startup nhìn nhận, ý tưởng này có thể giúp thay đổi toàn bộ ngành công nghiệp thời trang của thế giới.

Trưởng bộ phận thiết kế Sourcemap - Rhea Rakshit cho biết: “Sourcemap đang nỗ lực làm việc với các nhà cung ứng địa phương, đảm bảo quy trình sản xuất hàng hóa khép kín, thuận lợi nhất

cho khách hàng. Mục tiêu của chúng tôi là tạo ra nền tảng có tất cả nhà phân phối, gia công thời trang cần để đáp ứng nhu cầu sản xuất”.

Bên cạnh đó, Công ty liên kết với một số tổ chức uy tín tại Bangladesh nhằm đảm bảo tính xác thực và nắm những điểm cập nhập mới liên quan đến hệ thống sản xuất của các công ty xuất hiện trên bản đồ. “Sourcemap hữu dụng với hoạt động của công ty chúng tôi. Trước đây, các công ty thống kê địa phương không cung cấp cho chúng tôi đủ thông tin về cách các công ty may

mặc vận hành, sản phẩm sản xuất, hoạt động, lượng công nhân...”, một trong số đối tác của startup nhận xét.

Theo đại diện startup, hệ thống bản đồ sau khi hoàn thiện sẽ giúp các thương gia quốc tế thuận tiện khi đặt hàng may mặc tại Bangladesh, đồng thời giúp doanh nghiệp trong nước tăng sức cạnh tranh, tạo điều kiện phát triển ngành. Đại diện Sourcemap nhìn nhận, dữ liệu hàng sở hữu cũng được chính phủ nước này quan tâm để khảo sát tình hình chung của ngành may mặc Bangladesh.

Không chỉ chú trọng đến chất lượng sản phẩm dệt may của các công ty liên kết, Sourcemap còn quan tâm đến môi trường làm việc. Gần đây, công ty hợp tác với BRAC, một trong những tổ chức phi lợi nhuận lớn nhất thế giới nhằm tập trung khảo sát chất lượng sống của công nhân ngành dệt may. “Chúng tôi dành nhiều năm để thu thập dữ liệu về môi trường làm việc an toàn, độ hài lòng và chế độ đãi ngộ công nhân được hưởng”, vị đại diện tiết lộ.

Forbes đưa tin, Bangladesh là một trong những quốc gia phát triển mạnh nền công nghiệp dệt may. Tuy nhiên, đất nước này hiện tồn tại tình trạng công nhân bị đối xử không công bằng và phải làm việc nhiều giờ trong điều kiện làm việc tồi tệ.

XUẤT KHẨU HÀNG DỆT MAY CỦA PAKISTAN TĂNG 7%

Xuất khẩu dệt may của Pakistan đã tăng 7,17% trong giai đoạn từ tháng 7 năm 2017 tới tháng 2 năm 2018. Có được kết quả này là nhờ chính sách hỗ trợ xuất khẩu, tìm kiếm những thị trường mới cùng với xu hướng tích cực của thị trường quốc

tế và điều chỉnh tỷ giá hối đoái.

Trong đó, xuất khẩu hàng may mặc tăng 13,08%, may mặc dệt kim tăng 13,3%, khăn trải giường tăng 4,51% về giá trị, các mặt hàng phi may tăng 7,32%, hàng dệt mỹ thuật, tơ tằm

và từ xơ tổng hợp đã tăng 80,08%, sợi bông tăng trưởng 1,87% và xuất khẩu vải bông tăng trưởng 0,04%.

Bên cạnh đó, xuất khẩu sợi bông chải thô đã giảm 97,87%, len vải, vải bện và vải đầu giảm 39,49%.



Một năm sau thảm họa của ngành Bông năm 2016, Bộ Nông nghiệp Ai Cập đã khởi xướng các biện pháp để thúc đẩy ngành Bông bằng cách cải thiện và tăng sản lượng bông xơ dài và bông trung bình. Bộ này cũng đã lên kế hoạch tăng diện tích trồng bông lên 224.208 acre để đáp ứng nhu cầu của thị trường.

Theo ông Nabil al-Sanisi, người đứng đầu Hiệp hội Xuất khẩu Bông Ai Cập thì Chính phủ cần đảm bảo rằng sản lượng bông năm 2019 đạt ít nhất 2 triệu Quintal để có thể đáp ứng nhu cầu toàn cầu.

AI CẬP TĂNG SẢN LƯỢNG BÔNG ĐỂ ĐÁP ỨNG CÁC ĐƠN HÀNG XUẤT KHẨU

SẢN LƯỢNG XƠ NHÂN TẠO CỦA TRUNG QUỐC ĐƯỢC KỲ VỌNG VƯỢT 50 TRIỆU TẤN NĂM NAY

Theo Hiệp hội Xơ nhân tạo Trung Quốc, sản lượng xơ nhân tạo của nước này trong năm 2017 đã tăng thêm 5% so với năm trước lên 49,2 triệu tấn. Trong số đó sản lượng xơ polyeste tăng 4,8% lên 39,34 triệu tấn.

Năm nay, Trung Quốc kỳ vọng sản lượng xơ nhân tạo sẽ tiếp tăng khoảng

5%, vượt 50 triệu tấn và xơ polyeste tăng lên mức 40 triệu tấn.

Trong năm 2017, sản lượng xơ acrylic giảm 1%, vinylon giảm 3,7%, nhưng polypropylen tăng 26,1%, nylon tăng 8,8%, spandex tăng 8%, rayon filament tăng 7,5% và xơ rayon cắt ngắn tăng 3,7%, axetat tăng thêm 2,6%.

NHẬP KHẨU HÀNG MAY MẶC CỦA MỸ TĂNG 7.26% TRONG HAI THÁNG ĐẦU NĂM 2018

Nhập khẩu hàng dệt may của Mỹ đã tăng 7,26% lên 17,943 tỷ USD trong hai tháng đầu năm 2018 so với cùng kỳ năm 2017. Trong đó, Trung Quốc là thị trường cung cấp hàng dệt may nhiều nhất với tỷ lệ 36,63%, tiếp đến là Việt Nam với tỷ lệ 11,53%.

Theo báo cáo mới nhất của Bộ Thương mại Mỹ, hàng may mặc chiếm tỷ lệ lớn nhất trong sản phẩm dệt may nhập khẩu vào Mỹ trong hai tháng đầu năm 2018, đạt giá trị 13,588 tỷ USD, trong khi nhập khẩu hàng phi may mặc chiếm phần còn lại là 4,354 tỷ USD.

THỦ TƯỚNG NGUYỄN XUÂN PHÚC:

“Chúng tôi đang cố gắng để cải thiện môi trường kinh doanh nhằm làm cho Việt Nam trở thành một trong những môi trường cạnh tranh và thuận lợi nhất trong các nước ASEAN. Trong đó Chính phủ Việt Nam có ý định cắt giảm thuế thu nhập doanh nghiệp xuống còn từ 20-22% xuống còn 15-17%”.

ÔNG ERIC SIDGWICK, GIÁM ĐỐC QUỐC GIA ADB TẠI VIỆT NAM:

“Được hỗ trợ bởi năng lực quản lý kinh tế vĩ mô, tăng trưởng kinh tế sẽ bùng nổ trong năm 2018, nhờ đó Việt Nam sẽ trở thành một trong những quốc gia tăng trưởng nhanh nhất của khu vực. Tăng trưởng kinh tế cao của Việt Nam sẽ được dẫn dắt bởi sự mở rộng mạnh mẽ lĩnh vực chế tạo và xuất khẩu, gia tăng tiêu dùng nội địa, dòng vốn đầu tư dồi dào của các doanh nghiệp FDI và doanh nghiệp trong nước, cũng như cải thiện lĩnh vực nông nghiệp”

**ÔNG NGUYỄN BÍCH LÂM
- TỔNG CỤC TRƯỞNG
TỔNG CỤC THỐNG KÊ:**

“Có nhiều nguyên nhân dẫn đến năng suất lao động của Việt Nam thấp và còn khoảng cách xa so với các nước trong khu vực ASEAN như: Cơ cấu kinh tế chậm chuyển dịch, lao động trong nông nghiệp chiếm tỷ lệ cao, trong khi năng suất lao động ngành nông nghiệp ở nước ta còn thấp; máy móc, thiết bị và quy trình công nghệ còn lạc hậu; chất lượng, cơ cấu và hiệu quả sử dụng lao động chưa đáp ứng yêu cầu. Nguyên nhân cơ bản là do xuất phát điểm nền kinh tế của nước ta thấp. Về kỹ năng và trí thông minh, người lao động Việt Nam không hề thua kém so với các nước khác. Nếu cùng điều kiện sản xuất như Singapore, năng suất của Việt Nam có thể cao hơn họ”.

**ÔNG TRẦN THANH HẢI, PHÓ CỤC
TRƯỞNG CỤC XUẤT NHẬP KHẨU,
BỘ CÔNG THƯƠNG:**

“Ngành dệt may đóng góp khá lớn cho kinh tế của cả nước. Năm 2017, kim ngạch XK của ngành đạt 31 tỷ USD. Có được kết quả nêu trên nhờ vào sự cố gắng của toàn Ngành trong phát triển quy mô, áp dụng công nghệ, mở rộng thị trường,... Tuy đã có đóng góp lớn cho nền kinh tế, nhưng hiệu quả của ngành dệt may còn tồn tại nhiều vấn đề. Điển hình là giá trị gia tăng của ngành chỉ ở mức từ 20 - 60%. Nhược điểm của các doanh nghiệp dệt may Việt Nam chính là khó hợp tác, không chia sẻ, tốc độ hoàn thành đơn hàng chậm. Ngoài ra, ngành dệt may đang gặp khó khăn khi chi phí nhân công tăng, năng suất thấp,... Một số nhà đầu tư thay vì mua hàng của Việt Nam đã chuyển sang thị trường Campuchia, Myanmar,...”.



**PGS.TS. PHẠM TẮT THẮNG - NGHIÊN CỨU VIÊN
CAO CẤP CỦA BỘ CÔNG THƯƠNG:**

“Hiện nay mới chỉ có rất ít ngành, doanh nghiệp sản xuất trong nước khắc phục được điểm yếu nhập siêu như dệt may, giày dép. Khi còn nhiều ngành, doanh nghiệp chưa kiếm chế được nhập siêu cho thấy các doanh nghiệp thực sự chưa có đủ “sức khỏe” để hội nhập quốc tế tốt”.

**ÔNG HOÀNG VĂN TÂM, PHÓ CHÁNH VĂN
PHÒNG ỨNG PHÓ BIẾN ĐỔI KHÍ HẬU VÀ
TĂNG TRƯỞNG XANH, BỘ CÔNG THƯƠNG:**

“Tiết kiệm năng lượng và bảo vệ môi trường đang là một trong những thách thức lớn trong việc thâm nhập thị trường của ngành dệt may. Trong quá trình hội nhập khi các hàng rào thuế quan bị dỡ bỏ thì các hàng rào phi thuế quan - các rào cản thương mại cho ngành dệt may xuất hiện ngày càng rõ nét. Đối với việc tiết kiệm năng lượng, hiện nay một số thị trường lớn như Mỹ, EU đã có quy định về rào cản dán nhãn cacbon trong đó yêu cầu các nhà NK phải tính toán mức độ phát thải cacbon trên dây chuyền công nghệ sản xuất ra trên từng sản phẩm dệt may. Tại Việt Nam, nhiều DN dệt may cho biết đã nhận được yêu cầu của một số nhà mua hàng về việc dán nhãn cacbon trên sản phẩm dệt may xuất khẩu”.

**ÔNG VŨ ĐỨC GIANG, CHỦ TỊCH HIỆP HỘI
DỆT MAY VIỆT NAM:**

“Thời gian qua, mặc dù xuất hiện xu hướng dịch chuyển đơn hàng xuất khẩu dệt may sang một số thị trường lân cận có chi phí sản xuất cạnh tranh hơn. Tuy nhiên, điều này không đáng lo ngại vì doanh nghiệp dệt may Việt Nam vẫn hoàn toàn đủ sức cạnh tranh, không lo mất đơn hàng sang các thị trường khác. Một trong những lý do để dệt may có sức cạnh tranh cao là do tay nghề của công nhân trong ngành ngày một nâng cao; năng suất được cải thiện, chất lượng ngày càng tốt hơn và quan trọng là uy tín của doanh nghiệp với các đối tác mua hàng khá tốt. Vì vậy, phần lớn các nhà nhập khẩu đều dành cho Việt Nam các đơn hàng lớn, chỉ chuyển một số đơn hàng nhỏ sang các nước như Myanmar, Campuchia”.

**NGUYỄN THỊ THANH HUYỀN - TỔNG
GIÁM ĐỐC TỔNG CÔNG TY MAY 10:**

“Trả lương thấp đồng nghĩa với việc mất đi NLĐ và thực tế trong 10 năm gần đây, mức lương của NLĐ tại May 10 đã tăng gấp 5 lần. Tuy nhiên NSLĐ hiện chưa tăng tương ứng với mức lương và việc này đã tạo áp lực cho doanh nghiệp”.



CHÍNH SÁCH MỚI CÓ HIỆU LỰC TỪ THÁNG 05/2018

Chính phủ cho phép thành lập Quỹ bảo lãnh tín dụng cho doanh nghiệp nhỏ và vừa

Nghị định 34 của Chính phủ nêu rõ quy định về việc thành lập, tổ chức và hoạt động của Quỹ bảo lãnh tín dụng tại các tỉnh, thành phố trực thuộc trung ương (Quỹ bảo lãnh tín dụng) để cấp bảo lãnh cho DNNVV.

Quỹ bảo lãnh tín dụng là quỹ tài chính nhà nước ngoài ngân sách do UBND cấp tỉnh thành lập, hoạt động không vì mục tiêu lợi nhuận, bảo toàn và phát triển vốn.

Quỹ này thực hiện chức năng cấp bảo lãnh tín dụng cho các DNNVV theo quy định tại Nghị định này và pháp luật có liên quan. Quỹ bảo lãnh tín dụng hoạt động theo mô hình công ty TNHH MTV do Nhà nước nắm giữ 100% vốn điều lệ.

Nghị định quy định cụ thể điều kiện thành lập Quỹ bảo lãnh tín dụng gồm:

- Vốn điều lệ thực có tối thiểu tại thời điểm thành lập Quỹ bảo lãnh tín dụng là 100 tỷ đồng do ngân sách cấp tỉnh cấp.

- Có Đề án thành lập Quỹ bảo lãnh tín dụng do Ủy ban nhân dân cấp tỉnh trình và được Hội đồng nhân dân cấp tỉnh chấp thuận.

- Có dự thảo Điều lệ tổ chức và hoạt động của Quỹ bảo lãnh tín dụng phù hợp với quy định.

- Danh sách các thành viên dự kiến của Quỹ bảo lãnh tín dụng gồm: Chủ tịch, Kiểm soát viên, Giám đốc, Phó giám đốc và Kế toán trưởng Quỹ bảo lãnh tín dụng gồm những người đáp ứng đủ điều kiện, tiêu chuẩn quy định.

Đối tượng được cấp bảo lãnh tín dụng

Theo Nghị định, đối tượng được Quỹ cấp bảo lãnh tín dụng là các DNNVV theo quy định của Luật Hỗ trợ DNNVV và các văn bản hướng dẫn, có tiềm năng phát triển nhưng chưa đủ điều kiện tiếp cận tín dụng ngân hàng ở các lĩnh vực được ưu tiên cấp tín dụng theo quy định tại Nghị định này.

Các DNNVV vay vốn để đầu tư, sản xuất kinh doanh trong các lĩnh vực sau sẽ được ưu tiên xem xét cấp bảo lãnh tín dụng: Các lĩnh vực được ưu tiên cấp tín dụng theo hướng dẫn của Ngân hàng Nhà nước Việt Nam trong từng thời kỳ; Các lĩnh vực hoặc dự án thuộc lĩnh vực ưu tiên phát triển kinh tế - xã hội tại địa phương trong từng thời kỳ.

Căn cứ quy định trên, UBND cấp tỉnh ban hành Danh mục cụ thể các ngành, nghề, lĩnh vực ưu tiên phát triển kinh tế - xã hội tại địa phương trong từng thời kỳ được Quỹ ưu tiên xem xét cấp bảo lãnh tín dụng theo quy định.

Điều kiện để được cấp bảo lãnh tín dụng

Các đối tượng được bảo lãnh tín dụng chỉ được Quỹ bảo lãnh tín dụng xem xét cấp bảo lãnh khi đáp ứng đủ các điều kiện:

- Có dự án đầu tư, phương án sản xuất kinh doanh có hiệu quả, có khả năng hoàn trả vốn vay.

- Dự án đầu tư, phương án sản xuất kinh doanh được Quỹ bảo lãnh tín dụng thẩm định và quyết định bảo lãnh theo quy định.

- Có phương án về vốn chủ sở hữu tối thiểu 20% tham gia dự án đầu tư, phương án sản xuất kinh doanh tại thời điểm Quỹ bảo lãnh tín dụng thẩm định để xem xét cấp bảo lãnh.

- Tại thời điểm đề nghị bảo lãnh, doanh nghiệp không có các khoản nợ thuế từ 1 năm trở lên theo Luật quản lý thuế và nợ xấu tại các tổ chức tín dụng. Trường hợp nợ thuế do nguyên nhân khách quan, doanh nghiệp phải có xác nhận của cơ quan quản lý thuế trực tiếp.

- Có biện pháp bảo đảm cho bảo lãnh vay vốn theo quy định.

Quỹ xem xét cấp bảo lãnh tín dụng cho DNNVV tối đa bằng 100% giá trị khoản vay (bao gồm cả vốn lưu động và vốn trung, dài hạn) tại tổ chức cho vay. Căn cứ vào tính khả thi, mức độ rủi ro của doanh nghiệp, dự án đầu tư, phương án sản xuất kinh doanh và khả năng tài chính của Quỹ, Quỹ xem xét, quyết định cụ thể mức bảo lãnh cho doanh nghiệp.

Thời hạn cấp bảo lãnh tín dụng của Quỹ được xác định phù hợp với thời hạn vay vốn đã thỏa thuận giữa các bên được bảo lãnh và bên nhận bảo lãnh tại hợp đồng tín dụng và được quy định rõ trong hợp đồng bảo lãnh tín dụng, chứng thư bảo lãnh ký kết giữa các bên liên quan theo quy định.

Trong thời hạn cấp bảo lãnh, khách hàng không đáp ứng đủ điều kiện, tiêu chuẩn là doanh nghiệp nhỏ và vừa theo quy định của pháp luật thì Quỹ tiếp tục cấp bảo lãnh tín dụng cho khách hàng theo hợp đồng bảo lãnh tín dụng đã ký với bên được bảo lãnh cho đến khi hết thời hạn bảo lãnh theo hợp đồng.

Trung Tâm Thời trang Vinatex - 25 Bà Triệu, Hà Nội với quy mô 6 tầng và tổng diện tích trưng bày hơn 2.500m² thực sự là một điểm đến lý tưởng cho các khách hàng ưa dùng hàng Việt.

Khi muốn mua sắm đồ cho cả gia đình từ ông bà, bố mẹ và các con, bạn sẽ phải đi nhiều nơi và sự di chuyển khiến bạn mệt mỏi, mất nhiều thời gian. Nhưng nếu đến Trung Tâm Thời trang Vinatex, bạn sẽ không còn phải lo lắng về điều này nữa. Bạn có thể thỏa sức chọn lựa trang phục cho cả gia đình mà không phải băn khoăn về mẫu mã, chủng loại cũng như chất lượng sản phẩm.

Trung tâm Thời trang Vinatex là chi nhánh của Tập Đoàn Dệt May Việt Nam, do vậy các sản phẩm trưng bày tại đây cũng được lựa chọn rất kỹ lưỡng. 100% sản phẩm được sản xuất tại Việt Nam và đều do các thương hiệu Việt nổi tiếng và uy tín trên thị trường cung cấp. Với nhiều mẫu mã đẹp phù hợp cho mọi lứa tuổi, Trung Tâm có các dòng sản phẩm thời trang được sản xuất trên dây chuyền

công nghệ hiện đại nhất hiện nay. Mỗi bộ trang phục đều do chuyên gia thiết kế thời trang có kinh nghiệm của Việt Nam thực hiện.

Hiện Trung tâm Thời trang Vinatex đã thu hút được gần 50 nhà cung cấp với các thương hiệu uy tín trong và ngoài Tập Đoàn như: Việt Tiến, Hòa Thọ, Nhà Bè, Việt Thắng, Tân Phú, Phong Phú, Kico, Việt Kiên, Lamer, Tâm Kỳ... Các sản phẩm phong phú từ hàng thời trang Nam, Nữ, Trẻ em, Chăn ga gối, Khăn; hàng gồm nhiều chủng loại: hàng công sở, bộ đồ, đồ lót, đi chơi, dự tiệc... dành cho các độ tuổi khác nhau: trung niên, trẻ tuổi, trẻ em...

Hàng hóa trong Trung tâm được trưng bày theo từng tầng, tương ứng với từng ngành hàng: Nam, Nữ, Trẻ em, do vậy khách hàng dễ dàng lựa chọn theo nhu cầu của mình.

Sau thời gian cải tạo và nâng cấp, ngày 07/5/2018 Trung Tâm Thời trang Vinatex 25 Bà Triệu đã mở bán lại và lễ khai trương chính thức dự kiến sẽ diễn ra trong tháng 6/2018. Để tri ân những khách hàng cũ và chào đón khách hàng mới, Trung tâm có nhiều chương trình khuyến mãi hấp dẫn. Vậy bạn còn chần chờ gì nữa mà không ghé qua Trung tâm để lựa chọn cho mình và gia đình những món thời trang ưng ý và hưởng nhiều ưu đãi!

TRUNG TÂM THỜI TRANG VINATEX:

NƠI HỘI TỤ HÀNG VIỆT Chất lượng cao





DỆT MAY VIỆT NAM TỰ TIN HOÀN THÀNH KẾ HOẠCH năm 2018

Hiệp hội Dệt May Việt Nam (Vitas) với vai trò là cầu nối giữa doanh nghiệp và Chính phủ, trong những năm qua đã tập trung tổng hợp, nghiên cứu, đề xuất với Chính phủ và các Bộ ngành liên quan để kịp thời tháo gỡ khó khăn cho doanh nghiệp.

KIM NGẠCH XUẤT KHẨU TĂNG MẠNH

Theo thống kê của Vitas, trong quý I/2018, tổng kim ngạch xuất khẩu hàng dệt may ước đạt 7,62 tỷ USD, tăng 13,35% so với cùng kỳ năm trước, cao hơn so với tốc độ tăng 11,9% của cùng kỳ 2017, đạt 22,4% kế hoạch xuất khẩu cả năm. Trong đó, riêng mặt hàng may mặc đạt 5,98 tỷ USD, tăng 12,49%, tăng khá so với mức 9,7% của Quý I năm 2017. Kim ngạch nhập khẩu nguyên phụ liệu dệt may đạt 4,6 tỷ USD, tăng 22,82% so cùng kỳ năm 2017. Giá trị thặng dư thương mại đạt 3,87 tỷ USD, tăng 3,69% so cùng kỳ năm ngoái. Các mặt hàng xuất khẩu bùng nổ mạnh

Bài: **XUÂN QUỶ**
Ảnh: **PHẠM ĐỨC**

trong 2 tháng đầu năm 2018 là áo thun, áo jacket, áo sơ mi. Ngoài các mặt hàng có giá trị gia tăng cao như vải, xơ sợi, vải địa kỹ thuật, phụ liệu dệt may cũng có sự tăng trưởng rất tốt. Những thị trường xuất khẩu trọng điểm như Mỹ, các nước khối CPTPP, EU, Hàn Quốc, Trung Quốc, ASEAN... đều tăng mạnh, tốc độ tăng vượt trội so với cùng kỳ năm 2017. Hiện tại, nhiều doanh nghiệp trong Ngành đã có đơn hàng đến hết quý III.

Trong quý I/2018, có 3 yếu tố tác động đến sự tăng trưởng của xuất khẩu dệt may: đó là Hiệp định CPTPP được ký kết đã tạo động lực mạnh mẽ cho các nhà

đầu tư trong và ngoài đầu tư vào lĩnh vực dệt may; Sự phát triển về công nghệ và quản trị của các doanh nghiệp Dệt May Việt Nam đã tạo đột phá về năng suất lao động (trong quý IV/2017 và quý I/2018, năng suất lao động của ngành Dệt May Việt Nam đã có bước phát triển đáng kể) giúp các doanh nghiệp rút ngắn được thời gian giao hàng; Ngành Dệt May Việt Nam đã giữ được các thị trường truyền thống như Mỹ, EU, Nhật Bản, Hàn Quốc, Trung Đông, các nước SNG, các thị trường mới nổi khác và cả thị trường Trung Quốc.

PHẦN ĐẦU VƯỢT KẾ HOẠCH

Năm 2018, kinh tế thế giới được dự báo sẽ đạt mức tăng trưởng cao hơn so với năm 2017, cùng với đó, tình hình kinh tế trong nước tiếp tục duy trì ổn định về vĩ mô, lãi suất hợp lý, chính sách tỷ giá linh hoạt, GDP Quý I/2018 đạt 7,38% (mức cao nhất so với cùng kỳ của 10 năm gần đây). Quý II/2018 dự kiến kim ngạch xuất khẩu của ngành Dệt May Việt Nam sẽ đạt khoảng 8,5 tỷ USD, qua đó đạt tốc độ tăng trưởng khoảng 14% trong 6 tháng đầu năm.

Đóng góp vào sự phát triển chung của Ngành, trong thời gian tới, Vitas sẽ tập trung làm tốt vai trò cầu nối giữa các doanh nghiệp hội viên để trao đổi kinh nghiệm, mua bán sản phẩm của nhau, hình thành chuỗi cung ứng dệt may đáp ứng yêu cầu xuất xứ của các FTAs. Tổ chức các lớp tập huấn, phổ biến đến doanh nghiệp hội viên những nội dung của FTA Việt Nam - EU, CPTPP... Tập trung khai thác các chương trình đào tạo nguồn nhân lực nằm trong khuôn khổ hợp tác giữa Bộ Công Thương Việt Nam với Meti Nhật Bản, Bộ Công nghiệp và Năng lượng Hàn Quốc, các chương trình hợp tác giữa Vitas với Kitech, Kofoti (Hàn Quốc), TTF Đài Loan, dự án SIPPO Thụy Sĩ... Kết nối các trường, viện trong nước với các doanh nghiệp hội viên để đào tạo ra nguồn nhân lực có chất lượng, đáp ứng yêu cầu sản xuất. Lựa chọn các lĩnh vực trọng điểm, tổ chức các lớp đào tạo do chuyên gia nước ngoài giảng dạy hoặc cử đoàn đi đào tạo tại nước ngoài trong khuôn khổ chương trình hợp tác với các nước. Tiếp tục đẩy mạnh các chương trình xúc tiến thương mại trong và ngoài nước như: Hội chợ Magic Show từ 12-15/8/2018

tại Las Vegas, Hoa Kỳ; Hội chợ "Apparel Sourcing Paris" từ 17 - 20/9/2018 tại Paris (Pháp); Hội chợ "Textilegprom" từ 18/09 - 21/09/2018 tại Moscow (Nga); Hội chợ "Hanoi Tex 2018" từ 19 - 21/9/2018 tại Hà Nội... để các doanh nghiệp hội viên có cơ hội tiếp cận, thâm nhập và khai thác các thị trường.

Bên cạnh đó, Vitas cũng đang đưa ra một số kiến nghị, đề nghị Nhà nước sửa đổi về chính sách lương tối thiểu, giờ làm thêm, thuế, thủ tục hải quan, các loại phí, phụ phí, chính sách cấp phép đầu tư vào khâu dệt, nhuộm, vấn đề ưu đãi đầu tư tại khu công nghệ cao... và một số chương trình khác để chuẩn bị đón đầu các hiệp định CPTPP và hiệp định thương mại Việt Nam - EU có hiệu lực, thích ứng với cách mạng công nghiệp 4.0.

Với triển vọng khả quan của nền kinh tế thế giới và trong nước, cùng những nỗ lực, phấn đấu vượt qua khó khăn, thách thức của các doanh nghiệp, Vitas tin tưởng ngành Dệt May Việt Nam sẽ hoàn thành vượt kế hoạch xuất khẩu 34 - 34,5 tỷ USD của cả năm 2018 ●



SẴN SÀNG

trước thử thách mới

Tại Đại hội cổ đông các doanh nghiệp thuộc Vinatex, tình hình chung được tổng kết khả quan, trong đó hầu hết DN đã hoàn thành các chỉ tiêu kế hoạch đề ra năm 2017.

Tuy nhiên, trước những thử thách mới của thị trường, và sự thay đổi nhanh chóng của cuộc cách mạng công nghiệp 4.0, các doanh nghiệp cũng đã trong tâm thế sẵn sàng.

Bài: **NHÓM PV VTGF**

TỔNG CÔNG TY MAY HƯNG YÊN - CTCP:

NGÀY
30/3/2018

Ngày 30/3/2018, Tổng Công ty May Hưng Yên - CTCP tổ chức Đại hội đại biểu cổ đông năm 2018. Hugaco đã thông qua Báo cáo tổng kết nhiệm vụ sản xuất kinh doanh năm 2017 và phương hướng mục tiêu năm 2018p 4.0c quco đã thông qua Báo cáo tổng kết nhiệm vụ sản lao đo đo đã thông qua Báo cáo tổng kết nhiệm vụ sản xuất kinh doanh n. Tđo đo đã thông aco cần đoàn kết, tạo nên sức mạnh mới, vượt qua thách thức, và mỗi cá nhân phải là một chiến sỹ thi đua. Trong công tác thị trường, cần đặc biệt chú ý tới thương mại điện tử để rút ngắn thời gian giao hàng, thích nghi nhanh xu hướng thị trường mới, phát triển bền vững, giữ vị trí là doanh nghiệp tiêu biểu hàng đầu của Tập đoàn DMVN.

KẾT QUẢ SXKD NĂM 2017:

- **Doanh thu sản xuất** (tính theo giá CM) đạt: 17.839.000 USD, vượt 19 % so với kế hoạch;
- **Doanh thu bán hàng:** 526,483 tỷ đồng, vượt 25,3% so với kế hoạch;
- **Thu nhập bình quân đạt:** 8.400.000 đồng/người/tháng, vượt 12% so với kế hoạch;
- **Đóng góp ngân sách:** 5,7 tỷ đồng, vượt 4,6% so với kế hoạch.

CÁC CHỈ TIÊU SXKD NĂM 2018:

- **Doanh thu sản xuất** (tính theo giá CM): từ 15 - 18 triệu USD;
- **Doanh thu bán hàng:** 450 tỷ - 500 tỷ đồng;
- **Thu nhập bình quân đạt:** 8.500.000 đồng/người/tháng;
- **Cổ tức chi trả:** 30%.

CÔNG TY CP TỔNG CÔNG TY MAY ĐÁP CẦU:

NGÀY
06/4/2018

Đại hội cổ đông thường niên Công ty CP Tổng Công ty May Đáp Cầu (Dagarco) diễn ra ngày 06/4/2018. Dagarco năm qua duy trì được tốc độ tăng trưởng các chỉ tiêu ở mức hợp lý, bền vững, tăng năng suất, đảm bảo chất lượng, giữ vững thị trường, ổn định và nâng cao đời sống người lao động. Tổng Công ty cũng đã thực hiện một số dự án đầu tư chiều sâu, nâng cấp thay thế nhiều thiết bị chuyên dùng, công cụ, dụng cụ với số tiền hơn 14 tỷ đồng; xây dựng và sửa chữa nhà xưởng, kho với số tiền 4.318 tỷ đồng.

KẾT QUẢ SXKD NĂM 2017:

- **Tổng doanh thu:** 630,238 tỷ đồng;
- **Lợi nhuận trước thuế đạt:** 26,013 tỷ đồng;
- **Thu nhập bình quân người lao động:** 8.100.000 đồng/người/tháng;
- **Chia cổ tức:** 30%.

CÁC CHỈ TIÊU SXKD NĂM 2018:

- **Doanh thu tiêu thụ toàn hệ thống:** 750 tỷ đồng;
- **Doanh thu thuần túy:** 14,5 triệu USD;
- **Lợi nhuận trên:** 26 tỷ đồng;
- **Chia cổ tức:** 25%;
- **Thu nhập bình quân người lao động:** 8.850.000 đồng/người/tháng.

TỔNG CÔNG TY CP PHONG PHÚ:

NGÀY
18/4/2018

Sáng 18/4/2018, Tổng Công ty CP Phong Phú (Phong Phú) đã tổ chức Đại hội đồng cổ đông thường niên năm 2018. Tham dự đại hội có 127 cổ đông, sở hữu và đại diện cho 67.595.139 cổ phần, chiếm 90,5 % vốn điều lệ. Năm 2017, tình hình kinh tế trong, ngoài nước có nhiều biến động đã gây ảnh hưởng nhiều đến lợi thế cạnh tranh của ngành Dệt May Việt Nam nói chung và Phong Phú nói riêng. Trong bối cảnh đó, Phong Phú đã có nhiều giải pháp quyết liệt, linh hoạt để vượt qua những khó khăn thách thức, hoàn thành các chỉ tiêu kế hoạch đề ra.

KẾT QUẢ SXKD NĂM 2017:

- **Tổng doanh thu:** 3.385 tỷ đồng;
- **Lợi nhuận trước thuế:** 189 tỷ đồng;
- **Lợi nhuận sau thuế:** 187 tỷ đồng;
- **Chia cổ tức:** 22%.

CÁC CHỈ TIÊU SXKD (HỢP NHẤT) NĂM 2018:

- **Tổng doanh thu:** 4.270 tỷ đồng;
- **Lợi nhuận sau thuế:** 235,5 tỷ đồng;
- **Tỷ lệ chia cổ tức dự kiến:** 15 - 20%.



Tại đại hội, các cổ đông đã biểu quyết đồng ý bầu ông Tạ Hữu Doanh, Trưởng Ban Tổng hợp Pháp chế Vinatex (là người đại diện vốn Tập đoàn) làm thành viên HĐQT Dagarco thay cho ông Trần Việt.

TỔNG CÔNG TY ĐỨC GIANG - CTCP:

NGÀY
20/4/2018



Ngày 20/4/2018, Tổng Công ty Đức Giang - CTCP (Dugarco) đã tổ chức đại hội đồng cổ đông thường niên năm 2018. Năm 2017, với sự chỉ đạo kịp thời của HĐQT, HĐQT trong việc nâng cao năng lực hoạt động, quản lý SXKD và tăng cường các hoạt động xúc tiến thương mại... nên Dugarco đã hoàn thành các chỉ tiêu cơ bản của Nghị quyết Đại hội cổ đông năm 2017, đời sống CBCNV được nâng cao.

KẾT QUẢ SXKD NĂM 2017:

- **Tổng doanh thu đạt:** 2.957 tỷ đồng;
- **Lợi nhuận đạt:** 45 tỷ đồng;
- **Chi cổ tức:** 35%.

Năm 2018, trong bối cảnh nền kinh tế trong và ngoài nước còn tiềm ẩn nhiều khó khăn như FTA Nga, EU, CP TPP còn đang ở bước khởi đầu, cạnh tranh về lao động, giá cả rất khốc liệt, chi phí đầu vào tăng mạnh. Để khắc phục những khó khăn, thách thức và duy trì sự tăng trưởng của những năm trước, HĐQT đã xây dựng kế hoạch năm 2018 như sau:

- **Tổng doanh thu đạt:** 3.257 tỷ đồng, tăng 10% so với năm 2017;
- **Tổng lợi nhuận sau thuế đạt:** 42 tỷ đồng;
- **Mức chia cổ tức dự kiến:** 35%/năm;
- **Đầu tư chiều sâu nâng cao chất lượng và khả năng cạnh tranh của các đơn vị dự kiến:** 80 - 100 tỷ đồng.

TỔNG CÔNG TY CP DỆT MAY NAM ĐỊNH:

NGÀY
21/4/2018

Ngày 21/04/2018, Tổng Công ty CP Dệt May Nam Định (Natexco) đã tiến hành Đại hội đồng cổ đông nhiệm kỳ III, năm 2018 - 2022. Nhiệm kỳ II (năm 2013 - 2017) là nhiệm kỳ đặc biệt khó khăn của ngành Dệt May Việt Nam, trong đó Natexco vừa phải thực hiện ổn định sản xuất kinh doanh vừa phải đầu tư di dời ra khu công nghiệp Hòa Xá. Nhưng với sự quyết liệt trong điều hành cùng với những nỗ lực, quyết tâm của toàn thể CBCNV trong toàn Tổng Công ty nên năm 2017 và cả nhiệm kỳ đã đạt được những kết quả sau:

- **Doanh thu năm 2017 đạt** 1.473 tỷ đồng, bằng 112,4% so với năm 2016, 105,2% kế hoạch năm 2017 và 118,41% so với đầu nhiệm kỳ;
- **Kim ngạch xuất khẩu năm 2017 đạt** 43,9 triệu USD, bằng 111,2% so với năm 2016, 102,1% kế hoạch năm 2017 và 113,5% so với đầu nhiệm kỳ;
- **Lợi nhuận trước thuế năm 2017 đạt** 46,77 tỷ đồng, bằng 115,4% so với năm 2016, 161,2% kế hoạch năm 2017 và 254,2% so với đầu nhiệm kỳ;
- **Cổ tức năm 2017** chia 6,0%/năm, bằng 109% so với năm 2016;

- **Thu nhập bình quân năm 2017 đạt** 5.261.000 đồng/người/tháng, bằng 138,3% so với đầu nhiệm kỳ.
- KẾ HOẠCH SXKD NĂM 2018:**
- **Tổng doanh thu (không VAT) đạt:** 1.600 tỷ đồng;
 - **Kim ngạch xuất khẩu (tính đủ NPL) đạt:** 54,5 triệu USD;
 - **Lợi nhuận trước thuế:** 73,88 tỷ đồng;
 - **Chi cổ tức:** 10%.



Cùng tại đại hội, các cổ đông đã bầu ra HĐQT, Ban Kiểm soát nhiệm kỳ mới, theo đó ông Nguyễn Văn Miêng, Tổng Giám đốc Natexco giữ chức Chủ tịch HĐQT; ông Đoàn Văn Dũng, giữ chức Trưởng Ban Kiểm soát.

CÔNG TY CP MAY NAM ĐỊNH:

NGÀY
21/4/2018

Chiều 21/4/2018, Công ty CP May Nam Định (Nagaco) đã tiến hành Đại hội đồng cổ đông thường niên năm 2018. Năm 2017, Nagaco vẫn gặp phải nhiều khó khăn, thách thức như thiếu hụt đơn hàng do Mỹ chính thức rút khỏi TPP và sự cạnh tranh lao động gay gắt (lao động của Công ty sụt giảm 26% do chính sách bảo hiểm với lao động nữ có sự thay đổi). Căn cứ Nghị quyết của đại hội đồng cổ đông năm 2017, HĐQT, Ban điều hành Công ty đã chỉ đạo và tổ chức triển khai các chương trình hành động, mở rộng thị trường, thúc đẩy sản xuất nên Nagaco đã cơ bản hoàn thành các chỉ tiêu được giao với:

- **Doanh thu:** 159,696 tỷ đồng;
 - **Lợi nhuận sau thuế:** 7,478 tỷ đồng;
 - **Thu nhập bình quân người lao động:** 6.100.000 đồng/người/tháng;
 - **Chia cổ tức:** 30%.
- TRÊN CƠ SỞ TÌNH HÌNH THỰC TẾ SẢN XUẤT KINH DOANH, NAGACO ĐÃ XÂY DỰNG CÁC CHỈ TIÊU, KẾ HOẠCH CHỦ YẾU NĂM 2018 NHƯ SAU:**
- **Doanh thu đạt:** 176 tỷ đồng, tăng 10,2%;
 - **Lợi nhuận sau thuế:** 10 tỷ đồng, tăng 28%;
 - **Thu nhập bình quân người lao động tăng:** 10%;
 - **Tỷ lệ chi cổ tức:** 20 - 25%.

TỔNG CÔNG TY CP DỆT MAY HÒA THỌ:

NGÀY
21/4/2018

Ngày 21/4/2018, Tổng Công ty CP Dệt May Hòa Thọ đã tổ chức Đại hội đồng cổ đông thường niên năm 2018. Đại hội đã thông qua kết quả sản xuất kinh doanh năm 2017 với:

- **Doanh thu thuần theo báo cáo riêng:** 3.703 tỷ đồng;
 - **Kim ngạch xuất khẩu:** 201 triệu USD;
 - **Tổng lợi nhuận trước thuế hợp nhất:** 86 tỷ đồng;
 - **Chia cổ tức:** 20%.
- NĂM 2018 TỔNG CÔNG TY CP DỆT MAY HÒA THỌ ĐẠT MỤC TIÊU:**
- **Tổng doanh thu:** 4.050 tỷ đồng;
 - **Kim ngạch xuất khẩu:** 220 triệu USD;
 - **Tổng lợi nhuận trước thuế:** 90 tỷ đồng;
 - **Chia cổ tức:** 20%.

CÔNG TY CP SỢI PHÚ BÀI:

NGÀY
23/4/2018

Ngày 23/4/2018, Công ty CP Sợi Phú Bài đã tổ chức Đại hội đồng cổ đông thường niên năm 2018. Đại hội đã thông qua kết quả sản xuất kinh doanh năm 2017 với:

- **Doanh thu:** 761,6 tỷ đồng;
- **Kim ngạch xuất khẩu:** 26,5 triệu USD;
- **Lợi nhuận trước thuế:** 30,1 tỷ đồng;
- **Chia cổ tức:** 40%.

- MỘT SỐ CHỈ TIÊU CƠ BẢN CỦA KẾ HOẠCH SẢN XUẤT KINH DOANH NĂM 2018:**
- **Tổng doanh thu (không VAT):** 720 tỷ đồng;
 - **Kim ngạch xuất khẩu (tính đủ NPL):** 26 triệu USD;
 - **Lợi nhuận trước thuế:** 30 tỷ đồng;
 - **Chia cổ tức:** 40%.

Tại đại hội, các cổ đông đã bỏ phiếu bầu bà Nguyễn Ngọc Mai Chi giữ chức vụ Trưởng Ban Kiểm soát chuyên trách tại Công ty, ông Nguyễn Ngọc Cách và bà Lê Thị Bích Thủy tiếp tục giữ chức vụ Ủy viên Ban Kiểm soát Công ty nhiệm kỳ IV (2017 - 2022).

TỔNG CÔNG TY CP MAY VIỆT TIẾN:

NGÀY
28/4/2018

Ngày 28/4/2018, Tổng Công ty CP May Việt Tiến (Việt Tiến) đã tổ chức Đại hội đồng cổ đông nhiệm kỳ 2018 - 2022. Năm 2017, mặc dù còn tồn tại nhiều khó khăn như thị trường xuất khẩu chưa ổn định nên việc quy hoạch hàng hóa cho một số chủng loại mặt hàng còn gặp nhiều khó khăn. Tiêu chuẩn đánh giá của khách hàng thường xuyên yêu cầu cao, do đó Tổng Công ty luôn trong tâm thế phải cải thiện. Thêm vào đó, thị trường nội địa chưa hồi phục, sức mua của người tiêu dùng kém... nhưng Việt Tiến đã đạt được những thành tích ấn tượng:

Việt Tiến sẽ tiếp tục thực hiện công tác đầu tư chiều sâu bằng những máy móc thiết bị chuyên dùng, áp dụng công nghệ sản xuất mới, áp dụng công nghệ khoa học 4.0 và hệ điều hành 2.0 vào sản xuất, công tác quản trị, công tác quản lý kho hàng, công tác lập kế hoạch và thiết kế sản phẩm.

Đại hội cũng đã bầu ra HĐQT nhiệm kỳ 2018 -2022 gồm 5 thành viên, ông Vũ Đức Giang giữ chức vụ Chủ tịch HĐQT, ông Bùi Văn Tiến giữ chức Tổng Giám đốc và 03 thành viên Ban kiểm soát, bà Thạch Thị Phong Huyền giữ chức Trưởng Ban kiểm soát.

- **Doanh thu đạt** 8.360 tỷ đồng, tăng 13% so với cùng kỳ và vượt 7% kế hoạch năm;
 - **Lợi nhuận trước thuế đạt** 358 tỷ đồng, tăng 4% so với cùng kỳ và vượt 2% chỉ tiêu lợi nhuận cả năm mà ĐHCĐ giao phó;
 - **Lợi nhuận sau thuế đạt gần** 296,6 tỷ đồng;
 - **Thu nhập bình quân người lao động đạt** 8.970.000 đồng/người/tháng, tăng 2% so với năm 2016;
 - **Chi trả cổ tức** 35%.
- NĂM 2018 LÀ NĂM BẢN LỀ, VIỆT TIẾN ĐẠT MỤC TIÊU:**
- **Doanh thu** 8.400 tỷ đồng;
 - **Lợi nhuận trước thuế** 360 tỷ đồng;
 - **Thu nhập bình quân người lao động** 9.000.000 đồng/người/tháng.

TỔNG CÔNG TY CP DỆT MAY HÀ NỘI:

NGÀY
04/5/2018

Ngày 04/5/2018, tại khu công nghiệp Đồng Văn (Hà Nam), Tổng Công ty CP Dệt May Hà Nội (Hanosimex) đã tổ chức đại hội đồng cổ đông thường niên năm 2018. Năm 2017 Hanosimex đã đạt được các kết quả khả quan:

- **Doanh thu hợp nhất của Tổng công ty đạt:** 2.360,751 tỷ đồng, tăng 18% so với 2016;
- **Kim ngạch xuất khẩu đạt:** 81.318.939 USD, tăng 25% so với năm 2016;

- **Lợi nhuận trước thuế hợp nhất:** 73,098 tỷ đồng;
- **Thu nhập bình quân người lao động:** 6.578.000 đồng/người/tháng;
- **Chia cổ tức:** 10%.

KẾ HOẠCH NĂM 2018 BAO GỒM CÁC CHỈ TIÊU CỤ THỂ NHƯ SAU:

- **Doanh thu hợp nhất của Tổng công ty đạt:** 2.450 tỷ đồng;
- **Lợi nhuận trước thuế hợp nhất:** 70 tỷ đồng;
- **Thu nhập bình quân người lao động:** 6.600.000 đồng/người/tháng;
- **Chia cổ tức:** 8 - 10%.

Cũng tại Đại hội, các cổ đông đã bỏ phiếu bầu ông Lê Tiến Trường giữ chức Chủ tịch HĐQT và ông Đỗ Minh Sơn giữ chức Trưởng Ban Kiểm soát Tổng Công ty.

TỔNG HỢP CÁC SỰ KIỆN CỦA TẬP ĐOÀN DIỄN RA TRONG
THÁNG 4/2018

NGÀY
03/4/2018

S.PEARL RA MẮT DÒNG SẢN PHẨM SMARTSUITS MAY ĐO CAO CẤP

Tổng Công ty May Đức Giang (Dugarco) đã khai trương cửa hàng S.PEARL tại 5 Tràng Thi, Hà Nội. Thương hiệu thời trang S.PEARL của Dugarco trong những năm qua đã được khách hàng trong nước đánh giá cao. Với đầy chuyên công nghệ và cách tiếp cận khách hàng theo

phong cách Nhật Bản, dịch vụ may đo complet cao cấp của S.PEARL đã nhanh chóng thu hút lượng khách hàng mục tiêu - các doanh nhân và giới chính khách, tri thức. Dịch vụ may đo theo công nghệ mới, sử dụng tối đa tính ưu việt của công nghệ cao trong ngành may, nhắm vào phân khúc khách hàng cao cấp, Dugarco khẳng định quyết tâm sẽ phục vụ tốt nhất thị trường nội địa và đưa thương hiệu Việt Nam ngày một thành công trên sân nhà.

KHAI MẠC TRIỂN LÃM QUỐC TẾ NGÀNH CÔNG NGHIỆP DỆT MAY 2018

NGÀY
11/4/2018

Triển lãm Quốc tế ngành công nghiệp dệt may, thiết bị và nguyên phụ liệu 2018 (SAIGON TEX 2018) đã chính thức khai mạc tại Trung tâm Hội chợ Triển lãm Sài Gòn, TP.HCM. Triển lãm do Tập đoàn Dệt May Việt Nam, Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam, Công ty Tổ chức Triển lãm CP Việt Nam và CP Exhibition Hongkong tổ chức. SAIGON TEX 2018 sẽ giúp các DN dệt may có thêm nhiều thông tin và cơ hội tiếp cận các công nghệ sản xuất mới nhất để định hướng đầu tư thêm công nghệ nhằm tăng dần tỉ lệ nội địa hóa cũng như chủ động được các nguồn nguyên phụ liệu trong nước; đáp ứng được các yêu cầu về nguồn gốc xuất xứ để tận dụng tối đa được các lợi ích từ các hiệp định thương mại tự do mang lại.

XÂY DỰNG THƯƠNG HIỆU-MÔI TRƯỜNG DỆT MAY BỀN VỮNG BẰNG TIẾT KIỆM NĂNG LƯỢNG

NGÀY
11/4/2018

Trong khuôn khổ của Saigontex 2018, Hiệp hội Dệt May Việt Nam tổ chức hội thảo “Xây dựng Thương hiệu - Môi trường dệt may bền vững thông qua các giải pháp tiết kiệm năng lượng”. Các tham luận tại hội thảo tập trung đưa ra các giải pháp về công nghệ, quản trị môi trường, tiết kiệm chi phí năng lượng trong sản xuất - kinh doanh, xây dựng thương hiệu dệt may, mang lại lợi ích sâu và bền vững. Các chuyên gia tham luận trong Hội thảo cũng chia sẻ các chương trình đào tạo và hỗ trợ kỹ thuật dành cho doanh nghiệp dệt may, thông tin về gói tài chính ưu đãi đối mới công nghệ, tiết kiệm năng lượng và tư vấn tiếp cận nguồn vốn vay cho các dự án tiết kiệm năng lượng.

HỘI NGHỊ NGƯỜI LAO ĐỘNG PHONG PHÚ NĂM 2018

NGÀY
18/4/2018

Tổng công ty CP Phong Phú đã tổ chức Hội nghị Người lao động năm 2018 nhằm đánh giá kết quả đạt được của năm 2017 và đề ra giải pháp thực hiện nhiệm vụ năm 2018. Phát biểu tại Hội nghị, bà Nguyễn Thị Thủy biểu dương và đánh giá cao những kết quả đã đạt được của Công đoàn Tổng công ty CP Phong Phú trong năm qua. Trong những năm tiếp theo, BCH Công đoàn Tổng Công ty cần tiếp tục phát huy và xây dựng các phong trào, thực hiện tốt nhiệm vụ chăm lo đời sống vật chất, tinh thần cho người lao động, góp phần hoàn thành nhiệm vụ chung của Công đoàn Dệt May Việt Nam năm 2018.

NBC ĐỒNG HÀNH CHƯƠNG TRÌNH “TUẦN LỄ THƯƠNG HIỆU QUỐC GIA 2018”

NGÀY
21/4/2018

Tổng Công ty cổ phần May Nhà Bè (NBC) đã tham gia đồng hành cùng chuỗi các sự kiện của Chương trình “Tuần lễ Thương hiệu Quốc gia 2018”. Là đại diện điển hình cho Thương hiệu Quốc gia (THQG), NBC luôn chú trọng xây dựng chiến lược phát triển thương hiệu song song với kinh doanh phát triển bền vững. Đến nay, NBC đã tạo được uy tín trong nước và quốc tế nhờ hệ thống khách hàng lâu năm tại nội địa, châu Âu, Mỹ, Nhật, cùng những thương hiệu uy tín trong nước và nhiều giải thưởng được trao tặng vì thành tích nổi trội của doanh nghiệp cũng như chất lượng cao của sản phẩm.

VITAS HỢP BẢO VỀ KẾT QUẢ SẢN XUẤT KINH DOANH QUÝ I NĂM 2018

NGÀY
17/4/2018

Ông Trương Văn Cẩm, Phó Chủ tịch kiêm Tổng Thư ký Hiệp hội Dệt May Việt Nam (Vitas) đã chủ trì buổi họp báo tổng kết tình hình ngành Dệt May quý I năm 2018. Theo đó, trong Quý I năm 2018, tổng kim ngạch xuất khẩu hàng dệt may đạt 7,62 tỷ USD, tăng 13,35% so với cùng kỳ năm ngoái, đạt 22,4% kế hoạch xuất khẩu của cả năm. Đến thời điểm này, nhiều doanh nghiệp đã nhận đơn hàng đến hết quý III/2018. Đóng góp vào sự phát triển chung của ngành dệt may, Vitas đã và sẽ tiếp tục thực hiện hàng loạt các chương trình xúc tiến thương mại, hội thảo, đào tạo, tham vấn kiến nghị cơ chế chính sách, tháo gỡ khó khăn cho doanh nghiệp.

HỘI THẢO ĐÁNH GIÁ RỦI RO CỦA DOXIMEX

NGÀY
21/4/2018

Công ty TNHH MTV Dệt Kim Đồng Xuân (Doximex) đã tổ chức Hội thảo đánh giá rủi ro. Phát biểu tại Hội thảo, Tổng Giám đốc Tập đoàn DMVN, ông Lê Tiến Trường nhận định, bản chất của quản trị rủi ro tương tự như công tác hội chẩn trong y học, cần xác định rủi ro trọng yếu, đưa giải pháp xử lý theo thời gian phù hợp. Rủi ro vốn không bất biến, nên công tác quản trị rủi ro phải thường trực trong hành động của mỗi người trong phạm vi quản lý của mình. Tuy nhiên, công tác quản trị rủi ro không được phép tác động kéo dài quá trình sản xuất, làm trì trệ bộ máy.

CÁC SỰ KIỆN SẼ DIỄN RA TRONG THÁNG 5/2018

1 KẾ HOẠCH TỔ CHỨC DHCD 2018 TRONG THÁNG 5

05/5/2018
Công ty CP Đầu tư phát triển
Vinatex

11/5/2018
Công ty Cổ phần Đầu tư phát triển
Bình Thắng

20/5/2018
Tổng công ty May Nhà Bè - CTCP

2 DỰ KIẾN TRONG THÁNG 5

- DHCD Công ty Cổ phần Len Việt Nam

- Khai giảng lớp Giám đốc xí nghiệp dệt may thành viên tại TP. Hồ Chí Minh (Liên hệ Mr. Nam – Ban QLNNL . Email: namdp@vinatex.com.vn để đăng ký)

3 SỰ KIỆN SẮP DIỄN RA

- DHCD Công ty Cổ phần Đầu tư Vinatex Tân Tạo

- Bế giảng lớp Giám đốc xí nghiệp dệt may thành viên tại Hà Nội

- Chung kết Cuộc thi tìm hiểu Nghị quyết Đại hội Đoàn các cấp, 6 bài học lý luận chính trị và Đoàn TNCS Hồ Chí Minh trên mạng Internet

- Hội nghị Sơ kết công tác Đoàn và phong trào Thanh niên 6 tháng đầu năm, phương hướng nhiệm vụ 6 tháng cuối năm 2018

MỜI THAM DỰ KHÓA HỌC ONLINE MIỄN PHÍ “THỜI TRANG VÀ TÍNH BỀN VỮNG - KHÁI NIỆM THỜI TRANG CAO CẤP TRONG MỘT THẾ GIỚI KHÔNG NGỪNG VẬN ĐỘNG”:

Khóa học online này được thiết kế học trong 6 tuần, thời lượng học 3 giờ/tuần, nội dung giảng dạy bằng Tiếng Anh, tuy nhiên học viên có thể chủ động lựa chọn thời gian phù hợp với bản thân. Nội dung mỗi tuần là một chủ đề như: khái niệm “bền vững” trong thời trang, nguyên phụ liệu, xu hướng, công cụ, sáng tạo.... Các khóa học ngắn hạn cập nhật các vấn đề thực tiễn công việc đang có xu hướng phát triển mạnh trên thế giới, đây cũng là cơ hội để gặp gỡ các chuyên gia và những người làm cùng ngành nghề. Chương trình nằm trong khuôn khổ hợp tác giữa VITAS và Dự án hỗ trợ Xúc tiến Nhập khẩu Thụy Sĩ (Swiss Import Promotion Programme – SIPPO) thực hiện. Chi tiết có thể xem tại: <https://www.futurelearn.com/courses/fashion-and-sustainability#section-topics>

MỜI THAM DỰ HỘI THẢO “NÂNG CAO NĂNG SUẤT VÀ GẮN KẾT NGƯỜI LAO ĐỘNG TRONG CÁC NHÀ MÁY DỆT MAY TẠI VIỆT NAM”:

Nằm trong Thỏa thuận hợp tác hỗ trợ phát triển bền vững ngành công nghiệp dệt may giữa Tổ chức Sáng kiến Thương mại bền vững (IDH) và Hiệp hội Dệt May Việt Nam (VITAS) ký ngày 27/10/2016, sau hơn một năm thực hiện, chương trình đã đạt được những tiến bộ rõ rệt nhằm hỗ trợ sản xuất và thương mại có trách nhiệm đối với hàng dệt may. IDH sẽ tổ chức buổi hội thảo chia sẻ kinh nghiệm về “Nâng cao năng suất và gắn kết người lao động trong các nhà máy dệt may tại Việt Nam”.

Thời gian: 9h-16h ngày 17/5/2018 tại Khách sạn Movenpick, 83A Lý Thường Kiệt, Hà Nội.

MỜI THAM DỰ CÁC CHƯƠNG TRÌNH XTMMQG 2018 ĐƯỢC BỘ TRƯỞNG BỘ CÔNG THƯƠNG PHÊ DUYỆT TẠI QUYẾT ĐỊNH SỐ 4838/QĐ-BCT NGÀY 27 THÁNG 12 NĂM 2017, TRONG NĂM 2018 VITAS SẼ TỔ CHỨC CÁC CHƯƠNG TRÌNH SAU:

1. Hội chợ “Sourcing at Magic”: Thời gian dự kiến từ 9 – 20/8/2018 tại Las Vegas, Hoa Kỳ. Đây là Hội chợ lớn của Hoa Kỳ chuyên về hàng dệt may được tổ chức thường niên tại Las Vegas với sự tham gia của đông đảo

các nhà nhập khẩu, bán lẻ Hoa Kỳ và các nước trên thế giới, diện tích trưng bày lên tới hơn 70.000 m², có hơn 5.000 công ty tham gia trưng bày giới thiệu tới 20.000 dòng sản phẩm dệt may thời trang và số khách tham quan lên tới hơn 120.000 lượt người. Năm 2018 là năm thứ 12 VITAS tổ chức đoàn tham gia hội chợ này. Hội chợ hứa hẹn mang đến những cơ hội hợp tác, mở rộng đơn hàng.

Thông tin chi tiết xin liên hệ:
Ms Nga: ngapt@vietnamtextile.org.vn;
Tel: 84-24-3936.1167; Mobile 0978738868,
Ms. Anh: anhnh@vietnamtextile.org.vn,
Tel: 84-24-3936.4134; Mobile: 0912300538.

2. Hội chợ “Apparel Sourcing Paris”: Thời gian dự kiến từ 15 – 24/9/2018 tại Paris Le Bourget, Paris, Pháp. Đây là Hội chợ Quốc tế về Quần áo, Thời trang và Phụ kiện lớn tại Pháp, một trong những hội chợ hàng đầu Châu Âu của ngành công nghiệp dệt may. Hội chợ có diện tích trưng bày 12.000 m², 542 công ty tham gia trưng bày và số khách tham quan là 12.929 lượt người. Hội chợ được tổ chức đồng thời cùng với Texworld Paris - hội chợ lớn nhất thế giới về vải vóc và phụ liệu cho ngành công nghiệp may mặc.

Thông tin chi tiết xin liên hệ:
Ms. Thu: thunth@vietnamtextile.org.vn;
Tel: 84-24-3936.1167, mobile 0934461618;
Ms. Anh: anhnh@vietnamtextile.org.vn,
Tel: 84-24-3936.4134; Mobile: 0912300538.

3. Hội chợ “Textillegprom”: Thời gian dự kiến từ 18/09 – 21/09/2018 tại Moscow, Liên bang Nga. Đây là hội chợ chuyên ngành sản phẩm và thiết bị ngành dệt may và công nghiệp nhẹ lớn tại Nga. Hội chợ có diện tích trưng bày lên đến 40.000 m², với khoảng 2100 công ty tham gia trưng bày. Nga là một thị trường rất tiềm năng nhưng đã bị bỏ ngỏ nhiều năm, tham dự hội chợ Textillegprom 2018 là dịp để các DN trưng bày, giới thiệu sản phẩm dệt may của Việt Nam tới các khách hàng thuộc LB Nga, cộng đồng các nước trong liên minh kinh tế Á Âu; tiếp cận, gặp gỡ các khách hàng, tìm hiểu xu thế tiêu dùng, xu hướng thời trang trên thị trường Nga và cộng đồng các nước SNG. Đồng thời, qua tiếp xúc, trao đổi cũng tạo điều kiện để các doanh nghiệp của Nga và cộng đồng doanh nghiệp của người Việt đang sinh sống tại Nga hiểu rõ thêm về sự phát triển tiềm năng to lớn của các doanh nghiệp dệt may Việt Nam, đặt tiền đề và định hướng cho quan hệ hợp tác ngành dệt may giữa hai nước.

Thông tin chi tiết xin liên hệ:
Mr Bình: binhnt@vietnamtextile.org.vn;
Tel: 84-28-22411485; Mobile 0913925872;
Ms. Mai: thanhmai59@yahoo.com;
Mobile: 0903309856.



Một số hoạt động của HIỆP HỘI DỆT MAY VIỆT NAM (Vitas)



● Vitas phối hợp với Tập đoàn Dệt May Việt Nam, Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam, Công ty Tổ chức Triển lãm CP Việt Nam và CP Exhibition Hongkong đã tổ chức Triển lãm Quốc tế ngành công nghiệp dệt may, thiết bị và nguyên phụ liệu 2018 (SAIGON TEX 2018). Saigontex 2018 thu hút hơn 900 doanh nghiệp đến từ 27 quốc gia và vùng lãnh thổ trên thế giới như: Bỉ, Canada, Trung Quốc, Cộng hòa Séc, Pháp, Đức, Hồng Kông, Ấn Độ, Indonesia, Italia, Nhật Bản, Hàn Quốc, Macau, Malaysia, Pakistan, Hà Lan, Singapore, Thụy Điển, Thụy Sĩ, Đài Loan, Thái Lan, Thổ Nhĩ Kỳ, U.A.E, Anh, Mỹ, Uzbekistan và Việt Nam tham dự. Với tổng diện tích trưng bày gần 30.000 m², SaigonTex 2018 là cơ hội thuận lợi giúp các doanh nghiệp thuộc nhiều lĩnh vực sản xuất kinh doanh trong và ngoài nước gặp gỡ đối tác, quảng bá thương hiệu, tìm kiếm khách hàng, mở rộng thị trường.

● Vitas đã tổ chức hội thảo “Xây dựng Thương hiệu - Môi trường dệt may bền vững thông qua các giải pháp tiết kiệm năng lượng”. Tại hội thảo, ông Vũ Đức Giang, Chủ tịch Vitas cho biết, ngành công nghiệp dệt may đang đứng trước những cơ hội và thách thức trong tiến trình hội nhập. Công nghiệp dệt may của Việt Nam đang chịu áp lực cạnh tranh rất lớn trên thị trường thế giới về chi phí giá thành, chất lượng sản phẩm và an toàn cho người tiêu dùng và an toàn cho chính người lao động trong ngành. Công nghiệp dệt may thế giới bước vào giai đoạn công nghệ 4.0 đòi hỏi khả năng phát triển của các ngành công nghiệp trong đó có ngành dệt may tạo ra sự khác biệt trong tiến trình hội nhập, phù hợp với khả năng đòi hỏi về các điều khoản trong các FTA. Việt Nam đang có FTA với các hầu hết các thị trường lớn trên thế giới, đây là cơ hội rất lớn cho DN nhưng cũng là thách thức lớn nếu các DN không tìm ra giải pháp trên nền tảng công nghệ, quản trị môi trường và tiết kiệm chi phí năng lượng là yếu tố sống còn để ngành dệt may phát triển bền vững và hiệu quả.



● Vitas đã tham dự hội thảo “Cơ hội và thách thức của doanh nghiệp Việt Nam trước làn sóng cách mạng công nghiệp 4.0”. Để tận dụng được những cơ hội từ cuộc cách mạng công nghiệp 4.0, nhiều đại biểu cho rằng, các doanh nghiệp cần phải tìm những lợi thế của mình để ứng dụng một cách hiệu quả. Từ đó giúp doanh nghiệp hội nhập và không bị tụt hậu. Cùng tại hội thảo, các giải pháp về công nghệ được trình bày như: Giải pháp điện toán đám mây, công nghệ số hóa, ứng dụng phần mềm quản trị doanh nghiệp... đây là các giải pháp giúp các doanh nghiệp nâng cao năng suất lao động, tăng tính cạnh tranh, tối ưu quá trình kinh doanh, sản xuất để tiết kiệm chi phí và nguồn nhân lực.

● Vitas đã tổ chức hội thảo “Liên kết để hoàn thiện chuỗi giá trị dệt may” tại TP.HCM. Tại hội thảo, chuyên gia kinh tế Trần Du Lịch cũng cho rằng chỉ có liên kết để hoàn thiện chuỗi giá trị mới nâng tầm ngành dệt may. Thay vì chỉ tập trung gia công như hiện nay, DN phải cố gắng phát triển các khâu khác như nguyên phụ liệu, thiết kế, bán hàng. Đây là những khâu có giá trị gia tăng cao nhất trong ngành. Bên cạnh sự nỗ lực của DN Chính phủ cũng cần hỗ trợ ngành này nhiều hơn. Phải có đạo Luật về công nghiệp hỗ trợ, cùng nhiều chính sách hỗ trợ khác.

● Vitas đã tham dự Lễ ký kết Hợp đồng độc quyền phân phối sản phẩm vải len chải kỹ vào thị trường Nhật Bản giữa Công ty Cổ phần Dệt May Liên Phương (Liên Phương) và Tập đoàn TAKISADA - NAGOYA (Nhật Bản). Với thời hạn hợp tác 05 năm, kể từ 2018 - 2022, sản lượng trên 10 triệu mét vải/5năm, tương ứng với giá trị trên 75 triệu USD/05 năm. Sự hợp tác này là một bước phát triển nhảy vọt trong suốt gần 60 năm hành trình và phát triển của Liên Phương. Đồng thời, đem lại lợi thế cạnh tranh lớn cho cả 02 doanh nghiệp, khi mà Hiệp định Thương mại song phương giữa Việt Nam và Nhật Bản (FTA) đã có hiệu lực. Đồng thời, Hiệp định Đối tác toàn diện và tiến bộ xuyên Thái Bình Dương (CPTPP) mới được 11 nước ký kết tuần qua, trong đó có Nhật Bản và Việt Nam.





CHỦ TỊCH VITAS **VŨ ĐỨC GIANG:**

Xu hướng Công nghệ xanh TIÊU CHÍ CẠNH TRANH MỚI CHO HÀNG DỆT MAY

Để giúp các DN hội viên nhận thức rõ xu hướng công nghệ xanh, Hiệp hội DMVN (VITAS) thời gian qua đã tổ chức nhiều hội thảo khoa học, cung cấp nguồn thông tin hữu ích cùng giải pháp để DN DMVN trở nên xanh hơn trong cạnh tranh.

Chúng ta cùng trò chuyện với ông Vũ Đức Giang - Chủ tịch VITAS về vấn đề này.

QUYẾT LIỆT HƠN TRONG TIẾT KIỆM NĂNG LƯỢNG

- Thưa ông, theo thống kê, mỗi năm Việt Nam chi phí 3 tỷ USD năng lượng cho SX dệt may. Đó là một trong những lý do khiến cho sản phẩm của chúng ta bị đội giá cao lên, giảm khả năng cạnh tranh. Vậy thì VITAS có động thái nào giúp giảm con số nói trên và giúp DN DMVN nhận thức rõ hơn, cũng

như có hành động quyết liệt hơn để tiết kiệm năng lượng?

- VITAS đã tổ chức những sự kiện mang tính thông tin khoa học cao như các hội thảo. Đặc biệt là mới đây Hội thảo “Xây dựng Thương hiệu - Môi trường dệt may bền vững thông qua các giải pháp tiết kiệm năng lượng” đã thu hút được các tham luận giá trị từ Hiệp hội Dệt May VN, đại diện của Cơ quan hợp tác phát triển Hoa Kỳ - chương trình Năng lượng phát thải thấp Việt Nam US - AID VLEEP, đại diện của Cơ quan Hợp tác phát triển Cộng hòa Liên bang Đức - Dự án NAMA dệt may, đại diện của Tổ chức Vươn tới đỉnh cao - IDH Việt Nam. Các tham luận tập trung đưa ra các giải pháp về công nghệ, quản trị môi trường, tiết kiệm chi phí năng lượng trong sản xuất - kinh doanh, xây dựng thương hiệu dệt may,

Bài: **THỦY HƯƠNG**
Ảnh: **PHẠM ĐỨC**

TRONG TƯƠNG LAI RẤT GẦN, HÀNG HÓA DỆT MAY SẼ PHẢI DÁN NHÃN CARBON, ĐÓNG CÁC LOẠI PHÍ, THUẾ PHÁT THẢI KHÍ NHÀ KÍNH... NẾU MUỐN THÂM NHẬP SÂU RỘNG VÀO THỊ TRƯỜNG THẾ GIỚI, CÁC DOANH NGHIỆP DMVN KHÔNG CÒN CÁCH NÀO KHÁC LÀ PHẢI CẬP NHẬT XU HƯỚNG CÔNG NGHỆ XANH, CẠNH TRANH TỐT KỂ CẢ VỚI CÁC TIÊU CHÍ MỚI.

mang lại lợi ích sâu và bền vững. Các chuyên gia tham luận trong Hội thảo cũng chia sẻ các chương trình đào tạo và hỗ trợ kỹ thuật dành cho doanh nghiệp dệt may, thông tin về gói tài chính ưu đãi đổi mới công nghệ, tiết kiệm năng lượng và tư vấn tiếp cận nguồn vốn vay cho các dự án tiết kiệm năng lượng.

- Thưa ông, chúng ta đều biết rằng công nghệ xanh - sạch - năng lượng tái tạo đang trở thành xu hướng tất yếu, mang lại hiệu quả thiết thực cho doanh nghiệp. Nhưng các giải pháp mà Hội thảo nói trên đưa ra liệu được DN áp dụng đến đâu?

- Tôi đánh giá cao các tổ chức phi chính phủ, các diễn giả và cộng đồng doanh nghiệp quan tâm đến vấn đề tiết kiệm năng lượng. Thực tế, Ngành DMVN đang đứng trước những cơ hội, thách thức mới trong tiến trình hội nhập. Công nghiệp DMVN đã và đang chịu áp lực cạnh tranh ác liệt trên thị trường thế giới về chất lượng sản phẩm, chi phí sản xuất, thời gian giao hàng, độ an toàn cho người tiêu dùng và đặc biệt là sự an toàn cho chính người lao động trong quá trình SX làm ra sản phẩm, an toàn cho môi trường, xã hội. Do đó, các chủ DN cần ý thức sự sống còn của DN là phải ứng dụng được các giải pháp tiết kiệm năng lượng mới vào thực tiễn sản xuất, các giải pháp SX an toàn cao nhất cho môi trường. Với từng DN có cách vận dụng phù hợp riêng. Trong quá trình triển khai cần có sự vào cuộc của chủ DN, chuyên gia, nhà cung cấp và các kỹ thuật viên tại DN.

CẠNH TRANH XANH LÀ VẤN ĐỀ SỐNG CÒN

- Vậy theo ông, các chủ DN DMVN sau những sự kiện Hội thảo do VITAS tổ chức, có thực sự coi tiết kiệm năng lượng là yếu tố sống còn cho

DMVN phát triển, hội nhập bền vững trong thời gian tới hay không?

- Thực ra hiện nay các chủ DN đều rất băn khoăn về những rào cản mới sẽ hình thành trong tương lai gần, liên quan đến năng lượng xanh. Dấu hiệu mới nhất là trong Hội nghị biến đổi khí hậu toàn cầu lần thứ 23 năm 2017 vừa qua, có một diễn đàn công nghiệp thời trang tập hợp 50 DN hàng đầu về thời trang TG ra tuyên bố về tiết kiệm năng lượng và giảm phát thải nhà kính, dán nhãn carbon hàng hóa. Họ cam kết từ nay đến 2030 sẽ có một số ngành hàng, lĩnh vực thực hiện 100% tái chế, không bỏ đi bất cứ thứ gì. Đó là dấu hiệu mà các DN DMVN cần lưu ý. Rào cản về dán nhãn carbon sẽ sớm hình thành tại các thị trường lớn như Mỹ, EU... trong đó yêu cầu dán nhãn carbon trên sản phẩm, dây chuyền công nghệ, nhà máy. Các nhà mua sẽ phải đánh giá DN đủ tiêu chuẩn mới đặt hàng. Do đó mà cạnh tranh xanh phải là vấn đề sống còn của DN.

- Có một số DN dệt may ở các KCN Đồng Nai, Bình Dương trao đổi rằng, các đối tác yêu cầu họ nên sớm xác định trong quy trình SX ra một mét vải, một áo, hay quần, sẽ ứng với việc làm phát thải bao nhiêu khí nhà kính/ đơn vị sản phẩm, để công bố trên nhãn mác. Họ phân vân là chưa có tổ chức nào đứng ra về phương pháp luận, về cách tính cho chuẩn toàn cầu. Vậy VITAS và các tổ chức mà mình cộng tác có chuẩn bị sẵn phương án giúp DN DMVN ứng phó vấn đề này trong tương lai rất gần hay không?

- Nền công nghiệp DM TG đang bước vào giai đoạn công nghệ 4.0 đòi hỏi khả năng đầu tư mạnh cho phát triển của các DN, tạo ra sự khác biệt trong tiến trình hội nhập, phù hợp khả năng, thêm những đòi hỏi từ các điều khoản trong các Hiệp định thương mại thế hệ

mới. Đặc biệt là Hiệp định CPTPP, các FTA với Nhật Bản, Hàn Quốc, và các Hiệp định đang đàm phán, chuẩn bị có hiệu lực. Đó là thách thức nhưng cũng có khả năng mang lại cơ hội lớn cho cộng đồng các doanh nghiệp DMVN. Bên cạnh đó, Việt Nam cũng cam kết giảm phát thải nhà kính từ nay đến 2030. Ngoài việc nâng cao năng lực cạnh tranh của từng DN về chất lượng sản phẩm (SP), giá SP, thời gian giao hàng, thì chỉ tiêu về tiết kiệm năng lượng, bảo vệ môi trường sẽ góp phần quyết định SP của ta có thâm nhập được vào thị trường quốc tế, đặc biệt là các thị trường lớn, danh tiếng như Mỹ, EU hay không. Chúng ta phải tìm ra giải pháp phù hợp để đầu tư công nghệ quản trị, môi trường và tiết kiệm chi phí năng lượng. Về việc tính lượng phát thải nhà kính trên một đơn vị sản phẩm hiện nay ở Việt Nam chưa có đơn vị nào đứng ra tính toán, nhưng chúng tôi tin rằng, trong tương lai không xa, khi thị trường thế giới áp dụng cho vấn đề này thì nhất định chúng ta phải chuẩn bị sẵn sàng.

- Ông nhận xét thế nào về khả năng thích ứng của DN DMVN trong cạnh tranh xanh?

- Tôi cho rằng đó là tín hiệu vui khi DN DMVN có quan tâm đến tăng trưởng xanh. Thời điểm này và trong tương lai gần, cạnh tranh xanh trở thành hoạt động trọng tâm trong xu thế phát triển DN. Nhiều dự án quốc tế trong lĩnh vực năng lượng xanh, bảo vệ môi trường đang được triển khai và DN DMVN có thể tham gia. VITAS đã và đang xây dựng mối quan hệ mật thiết với các tổ chức phi chính phủ Mỹ, Nhật Bản, Hàn Quốc,... để kết nối thuận lợi với cộng đồng các doanh nghiệp DMVN trong việc vận dụng các giải pháp công nghệ xanh vào thực tiễn SX và tạo ra sự thay đổi, sự khác biệt.

- Xin cảm ơn ông!

PHONG PHÚ DẪN DẮT XU HƯỚNG *Sống Xanh*



Bài: **CẨM HÀ**

Sống Xanh - Green life, sống hiện đại, gần gũi với thiên nhiên và trân trọng các giá trị bền vững đang là xu hướng sống có sức lan tỏa mạnh mẽ nhất hiện nay. Nắm được xu hướng ấy, Tổng Công ty CP Phong Phú là một trong những doanh nghiệp tiên phong sản xuất xanh và định hướng người tiêu dùng sống xanh. Sống xanh không chỉ bảo vệ sức khỏe mà còn góp phần bảo vệ môi trường.

Ô NHIỄM MÔI TRƯỜNG ĐANG Ở NGƯỠNG BẢO ĐỘNG

Vấn nạn về rác thải, khí thải, tình trạng phá rừng nghiêm trọng, tốc độ đô thị hóa... đã làm cho trái đất ngày càng ô nhiễm nặng, sự trôi dạt của thiên tai và các thảm họa thất thường của thời tiết đã báo động cho tình trạng ô nhiễm ngày một nặng của trái đất. Băng tan, nước biển dâng trào, hạn hán, lũ lụt, hệ sinh thái bị phá hủy, dịch bệnh,... Những tác hại khủng khiếp của biến đổi khí hậu do sự nóng lên của Trái đất hàng ngày đang là thử thách rất lớn, đặc

biệt đối với châu Á, nơi tập trung những quốc gia đông dân nhất thế giới.

Để giải quyết vấn đề này, Tiên sinh Masanobu Fukuoka, tác giả cuốn sách nổi tiếng "Cuộc cách mạng một cọng rơm" đã tìm ra một giải pháp giản dị, đó là làm nông nghiệp theo lối tự nhiên, hoàn toàn không hóa chất. Triết lý sống bền vững và nhân văn của ông đã truyền cảm hứng làm nông nghiệp tự nhiên cho rất nhiều người trên thế giới. Những doanh nghiệp có tư duy nhạy bén cũng không nằm ngoài dòng chảy này. Nhiều doanh nghiệp không ngừng sáng tạo, cải tiến quy trình sản xuất và cho ra



mất những sản phẩm vượt trội, gọi là sản phẩm Xanh. Người tiêu dùng thông minh lựa chọn việc sử dụng sản phẩm Xanh vừa đảm bảo an toàn cho sức khỏe, vừa bảo vệ môi trường, thân thiện với thiên nhiên, hướng đến lối sống khỏe mạnh tự nhiên và trân trọng các giá trị cộng đồng, bền vững. Một trong những doanh nghiệp tiên phong trong ngành dệt may hướng người tiêu dùng đến những sản phẩm Xanh, đó là Tổng Công ty Cổ phần Phong Phú.

MOLLIS OGRANIC - SẢN PHẨM XANH CỦA PHONG PHÚ

Quay trở lại “Cuộc cách mạng một cộng rơm”, câu hỏi đặt ra là nông nghiệp tự nhiên thay đổi cuộc sống của chúng ta như thế nào? Bằng cách quay trở về tự nhiên, tôn trọng hoàn toàn tự nhiên, sống chan hòa và tránh can thiệp thô bạo vào tự nhiên, chúng ta giảm thiểu thấp nhất những nguy cơ gây ảnh hưởng đến môi trường, làm cho môi trường xanh sạch đẹp hơn. Đó là thực tế.

Hiếu được tầm quan trọng đó, sau hơn 54 năm phát triển và hơn 30 năm trung thành với hành trình mang những chiếc khăn bông tốt nhất đến người tiêu dùng, ngành khăn Phong Phú đã có những bước tiến lớn mạnh trong việc thay đổi mẫu mã, màu sắc, mỹ thuật, công nghệ để đạt tới đẳng cấp quốc tế. Không dừng lại ở vị thế thương hiệu khăn bông số 1 Việt Nam, tháng 12/2017, Phong Phú cho ra đời Mollis Organic, dòng khăn bông cao cấp hữu cơ, đánh dấu một bước ngoặt mới trong hành trình phát triển của chiếc khăn bông Mollis.

Mollis Organic được làm từ 100% nguyên liệu sợi bông được trồng bằng phương pháp hữu cơ. Sản phẩm được sản xuất bằng quy trình khép kín và kiểm soát nghiêm ngặt, từ khâu chọn đất, giống bông, đến chăm sóc bằng các chế phẩm sinh học, phân bón hữu cơ và vi sinh. Các khâu thu hoạch bông đến kéo sợi, dệt, nhuộm, hoàn tất, may, đóng gói, lưu kho... cũng đều được kiểm soát với quy trình khép kín. Bông nguyên liệu và quá trình sản xuất sản phẩm nói KHÔNG

với: sử dụng phân bón hóa học, thuốc bảo vệ thực vật, chất kích thích tăng trưởng, chất phụ gia, chất tẩy trắng, chất tạo mùi, chất bảo quản, thành phần biến đổi gen. Do vậy, mỗi chiếc khăn bông đến tay người tiêu dùng được truy xuất nguồn gốc rõ ràng, đạt độ an toàn cao, tự nhiên, sạch, tạo sự an tâm tuyệt đối cho khách hàng.

Đặc biệt, khăn cao cấp Mollis và Mollis Organic cũng như khăn bông Phong Phú nói KHÔNG với Formaldehyde và các thành phần độc hại khác. Tuy chỉ vừa ra mắt người tiêu dùng nhưng khăn hữu cơ Mollis Organic đã được yêu thích với các tính năng vượt trội như thấm hút nước cực tốt, không chỉ mềm mại, an toàn, mà còn có khả năng bảo vệ sức khỏe người tiêu dùng, hướng đến một lối sống XANH.

Để được tổ chức Control Union của Hà Lan chứng nhận đạt tiêu chuẩn sản

phẩm hữu cơ toàn cầu Global Organic Textile Standard (GOTS) và Organic Content Standard (OCS), nhà máy sản xuất khăn Mollis Organic phải thể hiện trách nhiệm xã hội đối với người lao động thông qua môi trường làm việc, lương thưởng, chế độ phúc lợi. Đồng thời, nước thải sau khi sản xuất phải được xử lý theo tiêu chuẩn quốc tế trước khi xả thải ra môi trường.

Có thể thấy, Mollis Organic là kết tinh của tinh thần đoàn kết, không ngừng sáng tạo và hướng đến cộng đồng của đội ngũ CB.CNV Phong Phú. Sự tận tụy, đam mê của đội ngũ trong quá trình nghiên cứu, việc tập trung phát triển vùng nguyên liệu để tạo vòng tròn khép kín từ nguyên liệu đến thành phẩm đã thể hiện trách nhiệm cao của người sản xuất, của doanh nghiệp, của Phong Phú đối với khách hàng.

Hiện nay, ngoài Mollis Organic, thương hiệu khăn bông Mollis của Phong Phú còn dẫn dắt thị trường với các chất liệu sản xuất chính là cotton, gỗ sồi, tre, tencel... Một số loại khăn đặc biệt sau quá trình sử dụng sẽ tự phân hủy trong môi trường thiên nhiên. Các sản phẩm đa dạng dành cho gia đình, khăn trẻ em, khăn quà tặng, khăn khách sạn, khăn lau đa năng, khăn thể thao, áo choàng tắm, thảm chùi chân... đều đạt tính sinh thái về công nghệ, nguyên liệu, an toàn cho người sử dụng.

Có thể thấy những năm qua, Phong Phú luôn chú trọng nâng tầm thương hiệu và giá trị sản phẩm, vừa không ngừng phát triển nhằm tiếp tục giữ vững tăng trưởng doanh thu, vừa không ngừng cải tiến chất lượng và đa dạng hóa sản phẩm nhằm đáp ứng yêu cầu ngày càng khắt khe của khách hàng.



SỐNG XANH - LỰA CHỌN CỦA NGƯỜI TIÊU DÙNG HIỆN ĐẠI

Chúng ta thường dễ dàng phàn nàn về những vấn đề to lớn như ô nhiễm không khí và nước, mất vệ sinh an toàn thực phẩm, nhưng để giải quyết được các vấn đề này cần có sự tham gia của mỗi người dân. Việc từng cá nhân có cái nhìn thực tế và biết chịu trách nhiệm trước tác động của mình tới thiên nhiên, tới môi trường sẽ không chỉ giúp cộng đồng phát triển mà còn góp phần vào việc bảo vệ Trái Đất đang bị phá hủy.

Bằng việc lựa chọn lối sống Xanh - Green life, lối sống khỏe mạnh, bảo vệ môi trường, hướng đến sự phát triển bền vững thông qua việc sử dụng các sản phẩm hữu cơ, con người đang góp phần làm cho môi trường bớt ô nhiễm hơn, xanh sạch hơn, tốt đẹp hơn. Bằng hành động sống và tiêu dùng của mình, ngoài sức khỏe, việc gần gũi với thiên nhiên còn mang lại cho con người sự bình yên, đây là hai món quà quý giá đang dần trở nên xa xỉ trong nhịp sống hiện đại. Sống Xanh - đó cũng là triết lý kinh doanh mà Phong Phú luôn hướng đến ●

CHÚNG TA LÀ NƯỚC

Bình thường, ta hay nghĩ cơ thể mình ở thể rắn, nhưng thực tế cơ thể của con người chiếm 70% nước. Bên cạnh đó, hầu hết chúng ta mới chỉ quan tâm việc nước uống, nước dùng nấu ăn phải đảm bảo sạch theo tiêu chuẩn nghiêm ngặt, nhưng ít ai quan tâm việc nước còn tác động đến cơ thể, sức khỏe của chúng ta từ nguồn nước tắm, rửa, nước giặt giũ quần áo... Hiện nay, ở những nước có công nghệ tiên tiến, và đặc biệt quan tâm đến sức khỏe, họ đã nghiên cứu ra những loại máy lọc tổng dùng trong gia đình và các cơ quan, công ty, các khu chung cư... để nguồn nước dùng được an toàn nhất cho người sử dụng. Với nguồn nước đầu vào là nước sinh hoạt chung từ thành phố, khu dân cư, qua máy lọc tổng cho nước đầu vòi ra trong cả gia đình theo tiêu chuẩn nước uống được ngay không cần đun sôi. Với việc lắp đặt máy lọc tổng, ngoài việc có nguồn nước sạch qua ăn uống, tắm gội,

đánh răng rửa mặt, nước tốt còn giúp cho tuổi thọ các thiết bị dùng trong gia đình luôn sạch sẽ, không đóng cặn, ít bám bụi bẩn, quần áo tóc da mềm mại.

Ở Việt Nam, mặc dù nhiều nơi chưa có đủ điều kiện để dùng nước sinh hoạt an toàn theo tiêu chuẩn quốc gia, nhưng cũng có một số gia đình lắp thêm các máy lọc nước điện giải ion kiềm, máy lọc nước nano... cho nguồn nước dùng để đun pha trà, cà phê, nước nấu ăn, rửa thức ăn sống. Tất nhiên chi phí cho việc lắp thêm các máy lọc chuyên dụng này khá cao, nhưng vì mục tiêu sức khỏe, thì họ cũng sẵn sàng đầu tư. Ví dụ, một máy lọc nước điện giải ion kiềm có mức giá từ 22 triệu đồng cho đến hơn 100 triệu đồng. Việc những gia đình giàu có bỏ tiền ra đầu tư thêm máy lọc nước uống cho dù đã được cung cấp nguồn nước sạch theo tiêu chuẩn quốc gia thể hiện một điều rằng, trong một bộ phận dân chúng, ý thức về tác động của nước tới sức khỏe đã nâng lên tầm cao mới.



CÓ THỂ KHẲNG ĐỊNH RẰNG NƯỚC LÀ NGUỒN TÀI NGUYÊN QUÝ GIÁ NHẤT ĐỐI VỚI THIÊN NHIÊN VÀ CON NGƯỜI. NHƯNG LÂU NAY CHÚNG TA DÙNG NƯỚC THOẢI MÁI MÀ THIẾU SỰ GÌN GIỮ, BẢO VỆ. CHÍNH VÌ LẼ ĐÓ, SỰ AN TOÀN TÀI NGUYÊN NƯỚC HIỆN NAY ĐANG Ở MỨC BÁO ĐỘNG.

CÂU CHUYỆN NƯỚC THẢI

Nước dù có rất nhiều, nhưng không phải là một nguồn tài nguyên vô tận, dùng vô biên không hết. Cạn kiệt nguồn tài nguyên nước đang ở mức báo động toàn cầu. Đơn cử tại vùng quê Văn Lâm (Hưng Yên) 8 năm trước, các hộ gia đình thường khoan giếng hút nước lên, tự lọc và sử dụng trong sinh hoạt, nhưng đến năm 2017, nhiều hộ gia đình không thể hút nước từ các giếng khoan ấy lên được, phải khoan sâu thêm từ 10-15 mét nữa mới hút được nước ngầm dưới lòng đất lên sử dụng. Điều đó cho thấy sự cạn kiệt dần của nguồn nước ngầm.

Các quốc gia tiên tiến đã có những giải pháp đề phòng, ví dụ tiết kiệm khai thác nước ngầm, tiết kiệm nước sinh hoạt và trong sản xuất, tái sử dụng nguồn nước thải, tận thu nguồn nước mưa... Cộng hòa Czech thậm chí yêu cầu nhà sản xuất giảm dung tích bồn xả nước vệ sinh trong toilet. Hoặc các ông chủ nông nghiệp ở đất nước Israel được khuyến khích mua nước thải của thành phố và xử lý đạt tiêu chuẩn để sử dụng tưới cho cánh đồng của mình...

Vừa qua, Nhà máy xử lý nước thải KCN Dệt May Phố Nối (Hưng Yên) cũng đã được đầu tư thêm 60 tỷ đồng để nâng tiêu chuẩn xử lý nước thải cao hơn, nghĩa là nước đầu ra đang đạt chuẩn cột B sang cột A(*), với công suất xử lý nước thải là 5.000m³ /ngày, đêm. Vấn đề là nước thải của Nhà máy xử lý nước thải KCN Dệt May Phố Nối sau khi xử lý đạt cột A, có thể dùng tưới cây, lại được xả ra kênh tiêu thoát nước chung, và phải đóng phí xả nước ra môi trường theo quy định. Như



vậy, Nhà máy này chưa tận dụng được nguồn nước sau xử lý, mà còn phải tốn chi phí để xả nước ra kênh, mương chung.

Với 1m³ nước thải được xử lý đạt tiêu chuẩn cột A trung bình phải chi phí từ 15.000đ -17.000đ. Như vậy Nhà máy xử lý nước thải KCN Dệt May Phố Nối phải chi số tiền là 85 triệu đồng/ngày đêm cho 5.000m³ nước thải được xử lý. Sau đó lượng 5.000m³ đó phải đổ ra môi trường và Nhà máy này lại phải chi thêm tiền xả nước ra môi trường thì thật lãng phí.

Thiết nghĩ, các cơ quan chức năng nên xem xét lại việc thu phí xả thải tính theo cột đối với nước đã đạt chuẩn cột A, có thể giảm tối đa mức phí, không đánh đồng với mức phí xả thải chung cho các loại nước thải chưa đạt tiêu chuẩn cột A. Bên cạnh đó, Nhà máy xử lý nước thải KCN Dệt May Phố Nối cũng nên tính đến phương án tái sử dụng nguồn nước đạt chuẩn cột A này, cung cấp lại cho các đơn vị trong khu công nghiệp cho nhu

cầu hợp lý, bởi thực sự đây là nguồn tài nguyên có giá trị.

Một ví dụ khá thú vị về việc tái sử dụng nước, đó là dự án Nhà máy May Việt Hưng Long của Tổng Công ty CP May Việt Tiến, được xây dựng tại thị xã Gò Công, tỉnh Tiền Giang. Nước thải từ nhà máy sau xử lý được chính nhà máy này thu vào hồ chứa lớn để dùng rửa sàn, rửa dụng cụ, tưới cây xanh trong khuôn viên, và dùng để phòng hỏa khi cần thiết.

Ngoài ra còn có rất nhiều công nghệ mới trong xử lý nước thải. Đơn cử theo công nghệ của Đức, nước thải từ bệnh viện cũng có thể được xử lý thành nước dùng sinh hoạt, thậm chí có thể uống trực tiếp sau xử lý. Ta phải tận dụng công nghệ để vừa xử lý được nước thải, vừa tái sử dụng an toàn. Vấn đề là cần phối hợp với các định chế tài chính để tìm ra nguồn vốn phù hợp, đầu tư cho công nghệ mới trong xử lý nước thải để tái sử dụng ●

BÀI TOÁN SỬ DỤNG

Bài: **KIỀU MAI**

Nước



(*) THEO CHUYÊN GIA MÔI TRƯỜNG PHẠM VĂN SƠN thì, nước thải công nghiệp có giá trị các thông số và nồng độ các chất thành phần nhỏ hơn hoặc bằng giá trị quy định trong cột B chỉ được đổ vào các khu vực nước dùng cho các mục đích giao thông thủy, tưới tiêu, bơi lội, nuôi thủy sản, trồng trọt... Nước thải công nghiệp có giá trị các thông số và nồng độ các chất thành phần bằng hoặc nhỏ hơn giá trị quy định trong cột A có thể đưa vào các khu vực nước được dùng làm nguồn cấp nước sinh hoạt.



NHÂN THÁNG HÀNH ĐỘNG VỀ AN TOÀN, VỆ SINH LAO ĐỘNG 2018

CHẶN GIẶC LỬA

“THỦY, HỎA, ĐẠO, TẮC” - ÔNG CHA TA ĐÃ ĐƯA GIẶC LỬA VÀO HÀNG NGUY HẠI THỨ HAI. VÀ TRONG NGÀNH DỆT MAY, VỚI ĐẶC THÙ NGUYÊN VẬT LIỆU BÉN CHÁY NHAY NHƯ XĂNG, THÌ VIỆC CHẶN GIẶC LỬA PHẢI ĐƯỢC ĐƯA LÊN HÀNG ĐẦU.

HẾT SỨC CẨN TRỌNG

Thời gian vừa qua, hung thần lửa hoành hành thiêu rụi các khu dân cư và cả khu nhà máy sợi của một doanh nghiệp FDI, cùng những vụ cháy lớn khủng khiếp mới xảy ra trong khu vực châu Á khiến người dân hoang mang, doanh nghiệp (DN) cũng như các cơ quan chức năng phải tập trung hơn cho công tác phòng cháy, chữa cháy (PCCC).

Đặc biệt, với các nhà máy sợi, dệt, may, công tác PCCC càng phải cẩn trọng hơn gấp nhiều lần. Những bụi bông lơ lửng trong không khí, bám trên máy, trên

Bài: **KIỀU HẬU** - Ảnh: **PHẠM ĐỨC**

sàn nhà xưởng, nếu không có hệ thống thu gom kịp thời, chỉ cần một tia lửa xẹt ra do ma sát các bộ phận trong lúc máy chạy, là lập tức bụi bông bén lửa, loang ra nhanh như chớp không cách gì chặn kịp. Cả công xưởng, nhà máy sẽ hóa thành núi lửa ngùn ngụt nhanh chóng. Do đó, việc vệ sinh bụi bông, các nguyên vật liệu dư trong quá trình sản xuất phải được làm tuyệt đối nhanh gọn, thường xuyên và liên tục. Việc kiểm tra máy móc cũng phải vô cùng cẩn thận, tránh việc ma sát bắn ra tia lửa, sự cố chập điện, nổ cũng phải được các kỹ thuật viên lường trước, tránh gây cháy.

Ngoài ra, trong khu vực sản xuất, cũng như trong khuôn viên nhà máy, việc hút thuốc và bất cẩn vứt đầu mẩu thuốc chưa được dụi tắt hoàn toàn cũng gây hại khôn lường. Những lớp bụi bông mỏng tang như làn khói phủ nhẹ trên lối đi khuôn viên nhà máy sợi, như có như không, tưởng vô hại, nhưng lại là cái bẫy tinh vi khi bắt phải những đầu mẩu thuốc lá, những quẹt lửa vô tình. Nhiều nhà máy sợi, dệt, đã nghiêm khắc ra luật cấm hút thuốc lá trong toàn bộ nhà xưởng và cả khuôn viên bao quanh nhà máy. Một sự cẩn trọng không hề thừa.

Công tác an toàn ở bất cứ nơi nào đều phụ thuộc chính vào con người sống hoặc làm việc tại nơi ấy. Trong các nhà máy Sợi - Dệt - Nhuộm - May, mỗi người lao động đều cần trang bị ý thức, kiến thức và kỹ năng PCCC. Muốn như vậy, công tác tuyên truyền, hướng dẫn, đào tạo, huấn luyện NLĐ về PCCC phải được thực hiện chuẩn chỉnh và thường xuyên. Với những người phụ trách công tác PCCC trong cơ sở, thì việc học tập cập nhật liên tục trong công tác này cũng phải đặt lên hàng đầu. Khi có kiến thức mới, nhân sự phụ trách PCCC cần tổ chức đào tạo lại ngay cho anh chị em trong đơn vị mình.

NHỮNG BÀI HỌC SỐNG

Chính những cán bộ, nhân viên tại các đơn vị dệt may lâu năm, nhưng chưa để xảy ra một vụ hỏa hoạn nào, là những người mang kinh nghiệm quý, bài học sống động về công tác PCCC. Ông Phạm Quốc Tuấn, Phó Giám đốc Công ty CP Dệt, thuộc Tổng Công ty CP Dệt May Nam Định, cho biết, trong công ty, lượng bông luôn rất lớn, ngoài ra còn nhiều nguyên liệu khác phục vụ sản xuất cũng thuộc loại dễ cháy, nổ. Do đó, ngoài việc trang bị công cụ PCCC như máy bơm nước, bình chữa cháy... tại tất cả các kho tàng, nhà xưởng theo quy định chung của Nhà nước, ban hành nội quy PCCC phù hợp, thì công tác tuyên truyền và đào tạo được nâng cao liên tục. Như trong công tác tuyên truyền, các băng-rôn, khẩu hiệu treo cửa vào xưởng, các thông điệp chạy nơi bảng điện tử cổng công ty, các biển báo nơi nguy hiểm, dễ cháy, biển cấm hút thuốc... Về công tác đào tạo và huấn luyện được làm thường xuyên: Phòng bảo vệ phối hợp với công an PCCC khu vực diễn tập và huấn luyện, tiếp đó có tổ chức thi cho NLĐ, kiểm tra, có nộp bài thi, thực hành thi tại chỗ... Ngoài công tác kiểm tra an toàn từ những cán bộ đảm nhiệm, thì mỗi người lao động cũng tự kiểm tra mỗi ngày trong khu vực của mình hoạt động về vấn đề PCCC.

Tại Công ty Sợi Thiên Nam, một đơn vị SX được xây dựng theo tiêu chuẩn mới, với độ an toàn cao, thì công tác PCCC cũng được đặt lên hàng đầu. Ông Phạm Thế Hiền, Giám đốc điều hành khối sản xuất cho biết, nhà xưởng của công ty có trang bị hệ thống PCCC tự động, báo cháy đầy đủ, hiện đại, thường xuyên bảo dưỡng và thay mới, có thể dự báo tình hình và cảnh báo trước những khu vực có nguy cơ phát cháy. Công tác phòng cháy là thường trực, thậm chí những người có trách nhiệm phải thường xuyên giữ liên lạc, không được ngắt điện thoại dù đã hết giờ làm việc. Nhưng quan trọng hơn cả là người lao động ở chính khu vực sản xuất phải có ý thức cao đề phòng giặc lửa. Thường xuyên kiểm tra máy móc, bảo dưỡng tốt để máy chạy trơn tru, không gây ma sát phát tia lửa gây bén cháy.

Công tác vệ sinh phải liên tục, cũng tại Thiên Nam, người lao động đã có sáng kiến chế dụng cụ quét bông vương trên sàn nhà xưởng gắn vào xe cho trưởng ca. Một công đôi việc, vị trưởng ca khi dùng xe gắn máy chạy quanh nhà máy kiểm tra các bộ phận, thì cùng lúc xe cũng làm sạch sàn, thu gọn bông vương vãi tránh tối đa hỏa hoạn.

Ngoài những kinh nghiệm kể trên của các đơn vị dệt may, cùng công tác đào tạo, huấn luyện của các cơ quan chức năng, thì phương châm “4 tại chỗ”: **Lực lượng tại chỗ, Hậu cần tại chỗ, Phương tiện tại chỗ và Chỉ huy tại chỗ** đã tỏ ra rất hiệu quả, được các đơn vị ưu tiên vận dụng. Nhiều năm nay phương châm này đi vào cuộc sống và phát huy hiệu quả. Đặc điểm trong PCCC luôn có nhiều bất ngờ chứ không như bảo lụt được dự báo trước. Có câu châm ngôn rằng “có thể loại trừ một vụ cháy bằng một ca nước”, đó là nói việc phát hiện ngay để dập cháy, còn nếu để cháy phát triển trong 5 phút, 10 phút, 15 phút thì hậu quả khôn lường.



MÔ HÌNH NHÀ MÁY DỆT HỌC

BƯỚC ĐI BAN ĐẦU CỦA CN 4.0 Ở ĐỨC

NĂM 2013, MỘT TỪ KHÓA MỚI LÀ “CÔNG NGHIỆP 4.0” (INDUSTRIE 4.0) BẮT ĐẦU NỔI LÊN XUẤT PHÁT TỪ MỘT BÁO CÁO CỦA CHÍNH PHỦ ĐỨC ĐỀ CẬP ĐẾN CỤM TỪ NÀY NHẪM NÓI TỚI CHIẾN LƯỢC CÔNG NGHỆ CAO, ĐIỆN TOÁN HÓA NGÀNH SẢN XUẤT MÀ KHÔNG CẦN SỰ THAM GIA CỦA CON NGƯỜI.

Bài: **NGUYỄN SỸ PHƯƠNG** - PHÓ VIỆN TRƯỞNG VIỆN DỆT MAY

T hủ tướng Đức Angela Merkel tiếp tục nhắc tới Industrie 4.0 tại Diễn đàn Kinh tế thế giới ở Davos tháng 01/2015.

Hiện nay, Công nghiệp 4.0 đã vượt ra khỏi khuôn khổ dự án của Đức với sự tham gia của nhiều nước và trở thành một phần quan trọng của cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ tư. Công nghiệp 4.0 đó là tên gọi làn sóng thay đổi sản xuất đang diễn ra tại Đức. Ở các nước khác, nó được gọi là “công nghiệp IP”, “sản xuất thông minh” hay “sản xuất số”. Dù tên gọi có khác biệt, ý tưởng là một: sản xuất tương lai mang thể giới ảo (mạng) và thực (máy móc) xích lại gần nhau, nhằm nâng cao đáng kể hiệu quả sản xuất và cho phép tạo ra sản phẩm riêng biệt cho đại chúng. Động lực chính của cuộc cách mạng công nghiệp mới này là sự thay đổi trong kỳ vọng của người dùng (sản phẩm theo yêu cầu cá nhân và giao hàng theo thời gian Internet). Công nghệ hoạt động kỹ thuật số (số hóa) là một trong

những nền tảng quan trọng của CN4.0. Hiện nay chỉ mới có 1/5 các công ty công nghiệp của Đức số hóa hoàn toàn những quy trình sản xuất trọng yếu. Tuy nhận thức cao, nhưng hành động thực tế chưa đủ nhanh. Đặc biệt là các công ty sản xuất lớn vẫn chưa chuẩn bị sẵn sàng cho CN4.0, các nhà quản lý còn xem nhẹ sự thay đổi văn hóa và phương thức quản lý vì chưa nhận diện được đây là động lực chính của sự đổi mới.

“CÓ HÀNG TÁ CƠ HỘI VÀ CŨNG CÓ RẤT NHIỀU MỐI ĐE DỌA. NHỮNG GÃ KHỔNG LỒ INTERNET NĂNG LỰC ĐỔI MỚI CỰC MẠNH VÀ TÚI TIỀN CỰC LỚN. HỌ THỰC SỰ ĐÁNG SỢ ĐỐI VỚI CÁC CÔNG TY SẢN XUẤT”.

NỖ LO SỢ CÁC HÃNG INTERNET KHỔNG LỒ SẼ LẤN ÁT CÁC NGÀNH CÔNG NGHIỆP TRUYỀN THỐNG

Nền công nghiệp Dệt May Đức với chuỗi giá trị hỗn hợp và phân tán cao được coi như vừa là nhà cung cấp thiết bị chính và vừa là nơi ứng dụng những công nghệ hoạt động kỹ thuật số - là một trong những giải pháp cốt lõi cho công nghiệp 4.0. Mặc dù vậy, các công ty vẫn còn do dự trong việc bắt đầu quá trình chuyển đổi sang ứng dụng kỹ thuật số do vẫn có những cản trở nghiêm trọng trong việc thi hành, bao gồm mức độ chưa chắc chắn về lợi ích tài chính mà quá trình mang lại, cũng như thiếu kiến thức chuyên môn.

Để vượt qua những thách thức này và giúp các nhà sản xuất dệt bắt đầu quá trình chuyển đổi, ứng dụng kỹ thuật số, Viện Institut für Textiltechnik der RWTH Aachen University ở Aachen, Đức đã xây dựng lên “Nhà máy Dệt học 4.0”. Đây sẽ là trung tâm để hình thành phát triển

khả năng trong môi trường học tập và minh họa thực tế, cũng như là cơ sở thử nghiệm để thí điểm và mở rộng các giải pháp kỹ thuật số mới cho ngành dệt may. Bên cạnh đó, chuỗi giá trị đầu cuối cho việc sản xuất sản phẩm dệt thông minh, cụ thể theo yêu cầu của từng khách hàng (từ việc đặt hàng tới giao hàng) sẽ được thiết lập trong nhà máy này. Quá trình sẽ bao gồm hai giai đoạn phát triển chính: Lean và Industry 4.0. Trong giai đoạn Lean, người tham gia sẽ được học làm thế nào để tiến hành chuyển đổi ứng dụng kỹ thuật số một cách hệ thống, còn giai đoạn Industry 4.0 sẽ đóng vai trò trình bày giới thiệu những giải pháp kỹ thuật số hiện đại nhất.

BỐI CẢNH THÚC ĐẨY VIỆC THỰC HIỆN

Sự phát triển nhanh chóng của công nghệ hoạt động kỹ thuật số và giải pháp công nghiệp 4.0 đưa ra một cơ hội lớn để nâng cao khả năng cạnh tranh của nền công nghiệp sản xuất Đức. Sự

gia tăng kết nối giữa các chức năng trong chuỗi giá trị (nhà máy thông minh và vận hành hoạt động thông minh), những sản phẩm kết nối thông minh và dịch vụ được điều khiển (dựa vào) bởi kho dữ liệu lớn sẽ hứa hẹn khả năng

GIA TĂNG NĂNG SUẤT LÊN TỚI

20%



TIẾT KIEM CHI PHÍ DỊCH VỤ VÀ BẢO HÀNH TỪ

10%-40%



CŨNG NHƯ TĂNG NHANH HƠN THỜI GIAN ĐƯA SẢN PHẨM RA THỊ TRƯỜNG

20%-50%



Những sản phẩm kết nối thông minh đóng vai trò là nền tảng công nghệ cho việc kết hợp những mô hình kinh doanh mới như “platforms”, mô hình “là-dịch-vụ” hay như mô hình kinh doanh dựa vào kho dữ liệu, và vì thế có thể khai thác được những nguồn doanh thu mới.

Ngành công nghiệp dệt may Đức sẽ đóng vai trò quan trọng trong quá trình chuyển đổi công nghệ của ngành công nghiệp Đức nói chung, vì đây sẽ là nhà cung cấp thiết bị chính và cũng là nơi ứng dụng (sử dụng) những công nghệ hoạt động kỹ thuật số và giải pháp công nghiệp 4.0. Ngành công nghiệp cung cấp những công nghệ chủ chốt - đặc biệt là sản phẩm dệt thông minh - cần thiết cho quá trình chuyển hóa thành công. Những sản phẩm dệt thông minh có tiềm năng phát triển rất lớn.

THEO DỰ BÁO, THỊ TRƯỜNG TOÀN CẦU CỦA SẢN PHẨM DỆT MAY THÔNG MINH SẼ TĂNG TỪ 0.1 TỶ USD (NĂM 2015) LÊN TỚI 3 TỶ USD (NĂM 2026).

Để có thể sản xuất sản phẩm dệt thông minh với số lượng lớn hay với quy mô sản xuất hàng loạt và có thể mở khóa những tiềm năng này, “chuỗi giá trị dệt mang tính phức hợp và thường phân mảnh cao” cần được gia tăng mức liên kết với nhau hơn.

Nền công nghiệp dệt may Đức bao gồm khoảng 700 doanh nghiệp vừa và nhỏ với tổng số 63.000 lao động. Tổng doanh thu năm 2014 là 11,58 tỷ EUR. Thêm vào đó, còn có rất nhiều những doanh nghiệp từ các ngành lân cận tham gia quá trình xử lý và sản xuất sản phẩm dệt như sản xuất máy dệt, các nhà sản xuất nội thất ô tô, và các nhà sản xuất sợi tổng hợp.

Trong những năm gần đây, các công ty của Đức tăng cường tập trung nghiên cứu chuyên sâu vào sản xuất sản phẩm dệt kỹ thuật với chất lượng cao. Chính vì vậy, họ thành công trong việc củng cố và đẩy mạnh vị trí đứng đầu toàn cầu, mặc dù phải đối mặt với những thách thức nghiêm trọng do áp lực về chi phí (gia tăng) và đổi mới, các chu kỳ sản phẩm và chu kỳ đổi mới ngày càng ngắn trong khi nhu cầu của khách hàng ngày càng tăng. Hiện nay, Đức đang đứng đầu toàn cầu về sản phẩm dệt kỹ thuật với doanh thu hàng năm khoảng 13 tỷ EUR.

Việc đưa công nghệ hoạt động kỹ thuật số vào trong quá trình chuyển đổi kỹ thuật số là một bước logic tiếp theo để duy trì và tăng cường vị thế hàng đầu trên thị trường. Mặc dù vậy, phần lớn các doanh nghiệp vừa và nhỏ trong ngành còn đang chần chừ bắt tay vào quá trình chuyển đổi ứng dụng kỹ thuật số. Trong thế giới kỹ thuật số đang thay đổi nhanh chóng ngày nay, thái độ “chờ và xem” để đem lại nguy cơ rủi ro.

Theo nghiên cứu của McKinsey, sự chần chừ này là do có nhiều cản trở tiến hành đối với những nhà sản xuất chưa có những tiến bộ hay tiến bộ còn hạn chế trong công nghiệp 4.0:

- Sự không chắc chắn về lợi ích tài chính do chưa có những định hướng hay mô hình kinh doanh có thể chứng minh lợi ích của việc đầu tư;
 - Chưa có chiến lược phối hợp hoạt động giữa các đơn vị tổ chức khác nhau;
 - Thiếu nhân lực có tài năng và trình độ, như khoa học phân tích dữ liệu;
 - Thiếu bản lĩnh để thúc đẩy chuyển hóa cơ bản;
 - Mối lo lắng về an ninh mạng không dây với nhà cung cấp thứ ba.
- Xuất phát từ đó, có ba yếu tố cần bản cần thiết để hỗ trợ các công ty vượt qua những trở ngại này là:
- Bước vào công nghệ hoạt động kĩ thuật số hiện đại nhất với các trường hợp kinh doanh thực tế để ngành công nghiệp dệt có thể trải nghiệm nhiều khả năng liên quan đến chuyển đổi ứng dụng kĩ thuật số;
 - Cung cấp khả năng xây dựng năng lực chuyên nghiệp và thực tiễn nhằm giảm sự thiếu hụt nhân lực trong năng lực ứng dụng kĩ thuật số;
 - Sự hợp tác chặt chẽ giữa các nhà sản xuất, các nhà cung cấp công nghệ chủ chốt, và những viện nghiên cứu hàng đầu

cho phép tạo ra các sản phẩm và giải pháp sẵn sàng cho thị trường với khả năng ứng dụng trong ngành dệt.

Thực hiện đồng bộ cả ba yếu tố trên sẽ góp phần hỗ trợ các công ty vượt qua những rào cản và từ đó, tăng khả năng ứng dụng công nghệ hoạt động kĩ thuật số trong ngành dệt may.

MỤC TIÊU VÀ PHẠM VI:

“Nhà máy Dệt học 4.0” tại viện Institut für Textiltechnik der RWTH Aachen University ở Đức là nơi đào tạo, minh họa và là cơ sở nghiên cứu mang đẳng cấp quốc tế cho quá trình chuyển đổi ứng dụng kĩ thuật số đang được thiếp lập và tiếp tục nâng cấp với sự cộng tác của các đối tác công nghiệp và công nghệ hàng đầu. Nhà máy sẽ là trung tâm cho việc hình thành phát triển khả năng trong môi trường học tập và minh họa thực tế, cũng như là cơ sở thử nghiệm để thí điểm và mở rộng các giải pháp kĩ thuật số mới nhất. Một loạt các dịch vụ sẽ được cung cấp để đáp ứng phù hợp với từng nhu cầu của các nhà quản lý, giám đốc điều hành và các “đơn vị thay đổi” kĩ thuật số có trách nhiệm thúc đẩy quá trình chuyển

- đổi ứng dụng kĩ thuật số trong công ty của họ. Có bốn nhóm dịch vụ chính được cung cấp:
- Cung cấp thông tin về công nghiệp 4.0, các chủ đề chuyển đổi ứng dụng kĩ thuật số và làm thế nào để có được lợi ích từ những giải pháp khác nhau;
 - Trải nghiệm những ứng dụng hiện đại nhất và công nghệ từ những nhà sản xuất hàng đầu và nhà cung cấp công nghệ hàng đầu;
 - Học và tìm hiểu các công cụ, phương pháp và công nghệ cần thiết để bắt đầu quá trình chuyển đổi, ứng dụng kĩ thuật số;
 - Bắt đầu quá trình chuyển đổi và tạo ra tác động lâu dài với sự hỗ trợ của các chuyên gia tư vấn có kinh nghiệm và sử dụng “nhà máy học tập” như là một động lực để xây dựng năng lực nội bộ với quy mô lớn.
- Tại “Nhà máy Dệt học 4.0”, hướng tới cả ba yếu tố chính (ở phần trên) với mục tiêu hỗ trợ các nhà sản xuất vượt qua những rào cản và từ đó đẩy mạnh việc ứng dụng công nghệ hoạt động kĩ thuật số trong toàn ngành công nghiệp. Những tính năng chính của “Nhà máy Dệt học 4.0” được tóm tắt như sau:

MỤC ĐÍCH	- Là nơi minh họa và xây dựng khả năng, môi trường thử nghiệm và thí điểm, tạo điều kiện cho nghiên cứu tập trung vào chuyển đổi kĩ thuật số/công nghiệp 4.0. - Nhắm tới các nhà quản lý cấp cao, giám đốc điều hành và các “đơn vị thay đổi” kĩ thuật số trên tất cả các ngành công nghiệp; cung cấp dịch vụ chủ yếu cho ngành công nghiệp dệt may.
QUÁ TRÌNH	- Chu kì đầu cuối của sản phẩm và đặt hàng, bao gồm: nghiên cứu và phát triển, kế hoạch sản xuất, hậu cần, dịch vụ,... - Sản xuất tự động bán phần, hỗn hợp: sản xuất liên tục, sản xuất theo lô hay sản xuất từng bước riêng lẻ.
THIẾT LẬP	- Môi trường nhà máy thực tiễn. - Bố trí quy trình và hậu cần, có thể thay đổi giữa hai giai đoạn phát triển (Lean + Industry 4.0). - Ứng dụng/hệ thống công nghệ thông tin cho SOP - trước, trong và sau (CAD, PLM, MES, ERP, IoT Platforms).
SẢN PHẨM	- Sản phẩm dệt thông minh tùy chỉnh, bao gồm 3 thành phần chính. - Sản phẩm có mặt sẵn sàng trên thị trường nhưng đáp ứng được những nhu cầu riêng biệt của khách hàng. - Sản phẩm có khả năng tùy chỉnh với ứng dụng cấu hình sản phẩm.
ĐÀO TẠO, TƯƠNG TÁC	- Những hội thảo (workshop) được thiết kế riêng cho khoảng 10-15 người dựa trên chương trình học theo mô-đun. - Tập trung vào kĩ thuật, phương pháp, cũng như năng lực thực hiện và các hoạt động. - Học tập tại chính môi trường nhà máy, kết hợp với những mô-đun học online ở bước đầu chuẩn bị và bước cuối theo dõi.

MÔ HÌNH SẢN XUẤT

- Lắp đặt và liên tục nâng cấp trong sự hợp tác với các đối tác công nghiệp và công nghệ.
- Điều hành bởi các viện; các hội thảo được thực hiện bởi các viện và các đối tác công nghiệp.
- Nguồn vốn được lấy từ các đối tác đầu tư, và lợi nhuận từ việc cung cấp các dịch vụ.

MỘT SỐ NỘI DUNG CỤ THỂ

Nhà máy Dệt học 4.0, được xây dựng với nhận thức liên quan đến những công nghệ mới nhất của công nghiệp 4.0 và các ứng dụng như bảo trì dự báo, trợ lý kĩ thuật số, hoặc quản lý hiệu suất kĩ thuật số và làm thế nào để đánh giá những tiềm năng này thông qua các hội thảo phù hợp. Bên cạnh đó, hỗ trợ giúp các công ty xây dựng năng lực nội bộ cần thiết để thúc đẩy thành công quá trình chuyển đổi, ứng dụng kĩ thuật số với quy mô lớn bằng cách cung cấp một chương trình học “chuyển đổi kĩ thuật số” tổng thể bao gồm tất cả các chủ đề chính của công nghiệp 4.0.

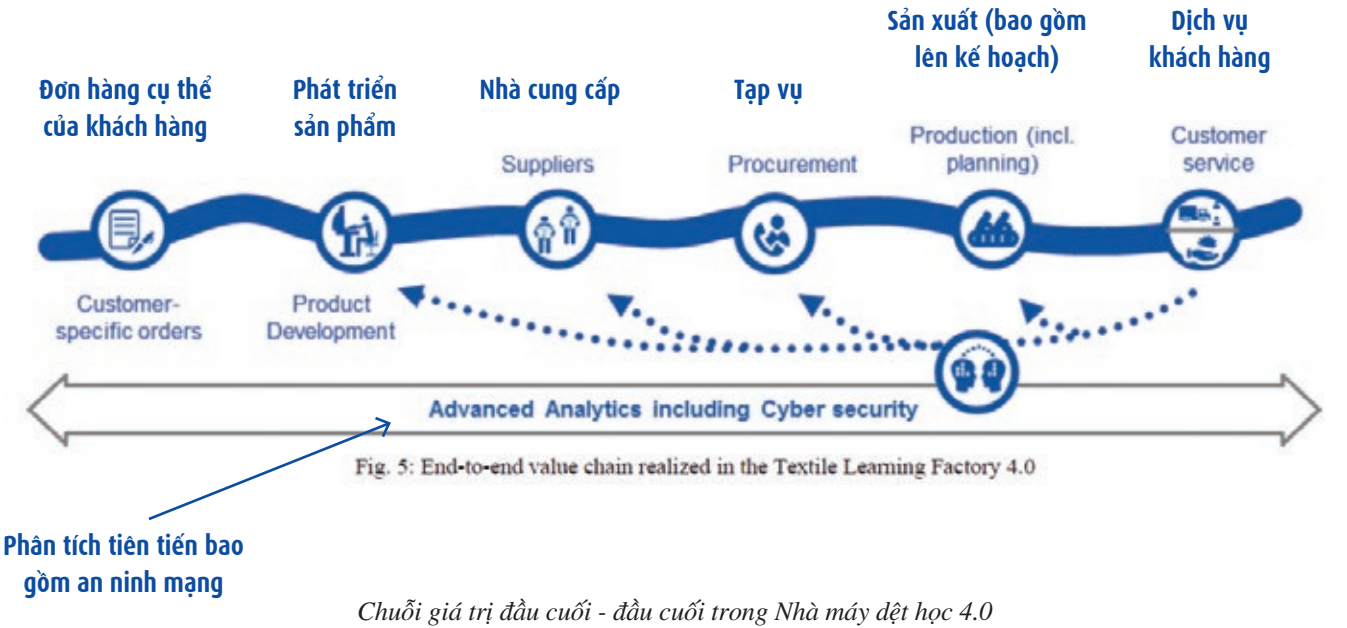
Chương trình giảng dạy bao gồm các bộ mô-đun học tập tiêu chuẩn được phát triển cho mỗi chủ đề liên quan đến Công nghiệp 4.0 như bảo trì dự báo, truy xuất nguồn gốc sản phẩm đầu cuối, quản lý hiệu suất kĩ thuật số hay máy tự điều chỉnh. Mỗi mô-đun tập trung vào việc đưa ra câu trả lời cho năm câu hỏi chính:

1. Công nghệ/kĩ thuật gì?
 2. Nó có liên quan gì, dùng trong trường hợp kinh doanh gì?
 3. Làm thế nào để tiến hành trong thực tế?
 4. Làm thế nào để mở rộng sang nhiều dây chuyền và mạng lưới khác?
 5. Làm thế nào để đảm bảo tính bền vững?
- Dựa trên chương trình học, các hội thảo và chương trình giáo dục sẽ được thiết kế cho phù hợp với nhu cầu riêng của người học. Những hội thảo và chương trình giáo dục này nhằm để nhận biết (dự báo) những thay đổi cần thiết dọc theo ba khía cạnh của chuyển đổi kĩ thuật số:
- *The technical system (processes & tools)* Hệ thống kĩ thuật (quá trình + công cụ): sự chuyển dịch mô hình hướng tới nhà máy thông minh kết nối dẫn tới sự chuyển dịch sang: những quyết định trên thời gian thực tế và dựa vào dữ liệu trên toàn bộ mạng lưới; tối ưu hóa quá trình tích hợp; và những thay đổi trong quá trình thực hiện vật lý (tương tác phôi

hợp giữa máy móc-con người) và kiểm soát chất lượng thông minh.

- *The management system (organization, IT, performance management)* Hệ thống quản lý (tổ chức, IT, quản lý hiệu suất): không chỉ tập trung vào kiểm soát những lãng phí/hao phí có thể nhìn thấy được, mà còn là những “hao phí kĩ thuật số” dọc theo quá trình đầu cuối.
- *The people system (capabilities and mindset & behaviors)* Hệ thống nhân sự (năng lực, tư tưởng, hành động): có những thay đổi lớn về việc làm ở các nhà máy chức năng khác nhau, cũng như có những vị trí công việc mới (nhà phân tích dữ liệu, nhà tích hợp công nghệ thông tin,...)

Nhà máy Dệt học sẽ trình bày tính năng của một chuỗi giá trị đầu cuối tích hợp bao gồm tất cả các chủ đề của công nghiệp 4.0 xuyên suốt các bộ phận và chức năng liên quan tới hoạt động, và không chỉ tập trung vào các giải pháp công nghiệp 4.0. Nhà máy sẽ cho thấy một doanh nghiệp trong tương lai sẽ hoạt động như thế nào trong toàn bộ chuỗi giá trị.



Sau bước đặt hàng, sẽ là bước phát triển và điều chỉnh sản phẩm, rồi sau đó đi tới kế hoạch sản xuất, và kế hoạch hoạt động. Bước tiếp theo sẽ là sản xuất sản phẩm từ nguyên liệu đầu vào cho tới khâu lắp ráp cuối cùng. Các khâu sản xuất bao gồm: dệt, tráng phủ, gia nhiệt, in và cắt, và bước lắp ráp cuối cùng: bao gồm may, kiểm tra và đóng gói sản phẩm hoàn thiện.

Mục tiêu của môi trường học nhà máy dệt học là để nuôi dưỡng, xây dựng khả năng thực hành và thử nghiệm. Chính vì vậy, cơ sở hạ tầng của nhà máy cần đáp ứng các yêu cầu nhất định có tính phân biệt với nhà máy thực tế. Một trong những sự khác biệt đó là khả năng thay đổi giữa hai cấp thực hiện của quy trình: Cấp 1 - trạng thái sản xuất hiện tại (Lean), và Cấp 2

- sản xuất trong tương lai (Công nghiệp 4.0). Ở cấp 1, nhà máy tạo ra một môi trường công nghiệp thực tế, có độ thực hành cao. Ở đây tiến hành các công cụ và phương pháp chính của Lean như SMED, sơ đồ chuỗi giá trị (value stream mapping), 5S, Kanban (pull systems) và poka-yoke (error-proofing); nhưng tiềm năng của các ứng dụng công nghiệp 4.0 chưa được sử dụng. Cấp 1 này nhằm để đào tạo, hướng dẫn người học những công cụ và phương pháp cần thiết để tiến hành chuyển đổi kĩ thuật số trong môi trường nhà máy thực tiễn. Còn cấp 2 được dùng để giới thiệu trực tiếp tiềm năng của những ứng dụng công nghiệp 4.0 hiện đại nhất sau khi đã có những đào tạo thực hành ở cấp 1.

		ỨNG DỤNG CÔNG NGHIỆP 4.0	MÔ TẢ
CẤP 1 Sản xuất trong hiện tại LEVEL 1 (Current State Operations-Lean)	Đào tạo và hướng dẫn người học những công cụ và phương pháp cần thiết để tiến hành chuyển đổi kĩ thuật số trong môi trường nhà máy thực tiễn	1. Giám sát tình trạng sản xuất	trạng thái trong thời gian thực của các thông số của các bước trong quy trình
		2. Theo dõi sản phẩm	theo dõi chu kỳ sản xuất sản phẩm
		3. Hệ thống trợ lý kĩ thuật số	hướng dẫn về công việc kĩ thuật số cho người sản xuất
		4. Quản lý hiệu suất kĩ thuật số	chỉ số hiệu suất kĩ thuật số với khả năng giải quyết vấn đề
		5. Logistics: AGV hậu cần	chuỗi cung cấp vật liệu tự động
		6. YET: Hiệu quả & năng suất	phân tích cấp cao về YET
		7. iCycle time:	cân bằng dây chuyền trong thời gian thực
		8. Thời gian thực WIP	theo dõi hàng trong kho (bao gồm cả sản phẩm đang trong giai đoạn sản xuất)
CẤP 2 Sản xuất trong tương lai (Công nghiệp 4.0) LEVEL 2 Future State Operations (Industry 4.0)	Trình bày, giới thiệu các giải pháp kĩ thuật số và công nghiệp 4.0	9. Dự báo bảo trì bảo dưỡng	nghiên cứu cấp cao để ngăn chặn hỏng hóc thiết bị
		10. Sắp đặt các định tuyến và trạm làm việc thông minh	các trạm làm việc tự chỉnh
		11. Kiểm soát chất lượng bằng máy móc	kiểm soát chất lượng với thông tin phản hồi của máy
		12. Hợp tác giữa con người - máy móc	con người - robot hợp tác
		13. Kĩ thuật in 3D	các phần của sản xuất được hợp lý cho từng nhu cầu
		14 ...	



Mô hình Nhà máy Dệt học 4.0 ở Aachen, Đức

Khái niệm tổng thể về Nhà máy Dệt học 4.0 được phát triển, và một tổ chức ban đầu bao gồm các đối tác công nghệ và ngành công nghiệp được hình thành. Hiện nay, Viện Aachen đang thực hiện lắp đặt “shopfloor”, bao gồm lắp đặt máy móc thiết bị, xác định các dòng chảy nguyên liệu và thông tin, và phát triển những ứng dụng ban đầu của công nghiệp 4.0 để tích hợp vào giai đoạn 2 (Level 2). Những ứng dụng ban đầu này bao gồm: giám sát tình trạng, theo dõi sản phẩm, hệ thống trợ lý kĩ thuật số và quản lý hiệu suất kĩ thuật số,... Để tích hợp những ứng dụng này vào môi trường nhà máy, cần thiết lập cơ sở hạ tầng công nghệ thông tin bao gồm các cảm biến và máy chủ; cần thiết khởi tạo và kết nối nhiều hệ thống CNTT như hệ thống MES, nền tảng IoT, và phần mềm trung gian RFID,...

KẾT LUẬN VÀ TRIỂN VỌNG:

Những bước logic tiếp theo để duy trì và tăng cường vị thế hàng đầu trên thị trường của ngành dệt may Đức là tiến hành công nghệ hoạt động kĩ thuật số và bắt đầu quá trình chuyển đổi kĩ thuật số. Mặc dù vậy, các công ty vẫn còn do dự trong việc bắt đầu quá trình chuyển đổi sang kĩ thuật số do có những cản trở nghiêm trọng trong việc thi hành, bao gồm mức độ chưa chắc chắn về lợi ích tài chính mà quá trình mang lại, cũng như thiếu kiến thức chuyên môn.

Tại Nhà máy Dệt học 4.0 ở Aachen, có thể giải quyết những thách thức này bằng cách đưa ra một loạt những dịch vụ phù hợp với từng nhu cầu của các nhà quản lý, giám đốc điều hành và các “đơn vị thay đổi” kĩ thuật số có trách nhiệm thúc đẩy quá trình chuyển đổi kĩ thuật số trong công ty của họ. Nhà máy sẽ là trung tâm cho việc hình thành phát triển khả năng trong môi trường học tập và minh họa thực tế, cũng như là cơ

sở thử nghiệm để thí điểm và mở rộng các giải pháp kĩ thuật số mới.

Một chuỗi giá trị đầu cuối cho sản phẩm ‘vòng cổ tay thông minh tùy chỉnh’ bắt đầu với việc đặt hàng và kết thúc bằng việc giao hàng, sẽ được thiết lập trong nhà máy. Mô hình sẽ có 2 cấp phát triển (Lean và Industry 4.0). Trong giai đoạn Lean (cấp 1), người học sẽ được hướng dẫn làm thế nào để tiến hành chuyển đổi kĩ thuật số một cách hệ thống. Và giai đoạn thứ 2 (Industry 4.0) sẽ trình bày những giải pháp kĩ thuật số hiện đại nhất. Nhà máy đã được khai trương tháng 3/2017.

Công nghệ hoạt động kĩ thuật số đã và sẽ tiếp tục tác động đến ngành công nghiệp sản xuất. Các công ty sản xuất đứng trước cơ hội có một không hai để chuyển đổi hoặc bị bỏ lại phía sau. Những công ty bỏ qua cơ hội này có thể sẽ bị loại khỏi thị trường. Những công ty biết tận dụng lợi thế của cuộc cách mạng kĩ thuật số và chuyển đổi sang mô hình doanh nghiệp CN4.0 nhiều khả năng sẽ gặt hái quả ngọt ●

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Dennis Kusters, Nicolina Prab, Yves-Simon Gloy, Textile Learning Factory 4.0 – Preparing Germany’s Textile Industry for the digital future, 7th Conference on learning factory, CLF 2017.



Ngành kinh doanh thời trang đã có bước tiến lớn trong vài thế kỷ qua. Ngày nay, phần lớn hàng may mặc được sản xuất ở những nơi rất xa các địa điểm bán hàng. Do chuỗi cung cấp cách xa nhau về mặt địa lý như vậy nên phải mất từ 4 tới 6 tháng mới có được sản phẩm kể từ khi có bản vẽ phác thảo cho tới khi giao hàng đến kho.

Chuỗi cung cấp tạo nên không chỉ các vấn đề về quản lý và kinh tế mà còn tạo nên các vấn đề về môi trường, do sản xuất thừa và không đủ khả năng tái chế phần lớn hàng may mặc, từ đó tạo gánh nặng lên môi trường. Trong khi đó, tiềm năng in 3D cho ngành thời trang rất rõ ràng và tăng trưởng hàng năm.

IN 3D SẼ PHÁT TRIỂN BÙNG NỔ

Các chuyên gia cho rằng trong vòng 5 - 10 năm nữa, chúng ta có thể kỳ vọng vào sự thay đổi tích cực trong các chu kỳ sản xuất hàng may mặc và toàn bộ chuỗi cung cấp. Nghiên cứu dự đoán sự tăng trưởng bùng nổ khi nói đến tương lai của thị trường thiết bị in 3D, đạt tới 23 tỷ USD vào năm 2020, trong khi thị trường dịch vụ được cho là tăng trưởng lên 50 tỷ USD vào năm 2025.

Các công ty sản xuất thực hiện in 3D ước tính rằng vải in 3D sẽ có thể được ra đời trong vòng 3 đến 5 năm tới. Vật liệu giống hệt da có thể sẽ có mặt trong vòng một năm, trong khi hiện đã có plastic mềm dẻo thoái biến sinh học. Ngành thời trang ngày nay đang trải qua một trong những biến động lớn nhất kể từ thời điểm ngành bắt đầu trở thành ngành kinh doanh toàn cầu.

Ngành kinh doanh thời trang có nhược điểm là chuỗi cung cấp dài và có nhiều rủi ro, đồng thời không thể nhanh

chóng chuyển đổi trong bối cảnh của thị trường thời trang hiện nay.

Ngày nay, các cửa hàng thời trang buộc phải đặt hàng các bộ sưu tập mới nửa năm trước khi hàng được giao đi, trong khi các nhãn hàng thời trang phải làm việc với chu kỳ thậm chí dài hơn: để đặt hàng sơ bộ 6 tháng trước khi giao hàng, họ thực sự phải sản xuất bộ sưu tập để trình diễn cho khách hàng xem.

Sau khi nhận bộ sưu tập đã được đặt hàng cách đó nửa năm, các cửa hàng bán lẻ sử dụng tất cả các phương pháp hiện có để bán hàng, từ quảng cáo, giảm giá, giao hàng miễn phí và trả lại hàng miễn phí trong 365 ngày sau khi mua v.v và v.v.

Đối với bất kỳ ai theo đuổi kinh doanh thời trang thì thường nhận được kết quả tương tự nhau: thống kê cho thấy rằng các cửa hàng online có lượng hàng bị trả về là 25-50%, trong khi các nhà bán lẻ offline có lượng hàng bị trả về 8%. Sự cạnh tranh bên trong ngành kinh doanh thời trang là sự cạnh tranh của chuỗi cung cấp, đầu tư và ngân sách quảng cáo, chứ không phải là cạnh tranh của thiết kế, với mục đích ban đầu là giải quyết các vấn đề của khách hàng.

Chuỗi cung cấp dài và lợi nhuận thấp đã tạo ra một chiến lược ngô cụt nửa của thời trang cho số đông là sản xuất nhiều hơn cầu. Mỗi năm chúng ta sản xuất 150 tỷ đơn vị sản phẩm may mặc,



đủ để cung cấp 20 đơn vị hàng may mặc cho mỗi người sống trên trái đất. Thống kê cho thấy rằng khoảng 21% tất cả hàng may mặc không được mặc đến bao giờ hoặc bị vứt đi khi còn mới nguyên. Mỗi năm, trung bình một người dân Mỹ thải ra 31 kg hàng may mặc.

Phần lớn hàng may mặc này khó tái chế và có hóa chất thuốc nhuộm và các vật liệu nhân tạo được sử dụng trong gia công. Nhưng thực tiễn kinh tế của chuỗi cung cấp đương đại là như vậy. Đối với các công ty thời trang lớn, thì lợi nhuận từ sản xuất thừa (chi phí/sản phẩm, tránh rủi ro do thiếu hàng, bằng cỡ không linh hoạt) lớn hơn rủi ro của việc không đáp ứng nhu cầu. Điều này tạo ra gánh nặng lên môi trường, và làm cho ngành thời trang là ngành gây ô nhiễm lớn thứ ba trên thế giới sau dầu mỏ và khí đốt.

Sự phát triển tích cực, cắt giảm chi phí và thâm nhập thị trường của máy in 3D làm cho máy in 3D là một trong những công cụ hứa hẹn nhất để phát triển nhanh sản xuất tại địa phương. Hơn nữa, thiết kế máy in 3D có thể giải quyết vấn đề cốt lõi của công cuộc tìm kiếm nguồn hàng: bạn sẽ không phải tìm kiếm đúng loại vải với đúng hình in và đúng chất lượng do máy in sẽ đưa ra các tính chất cần thiết trong quá trình in vải.

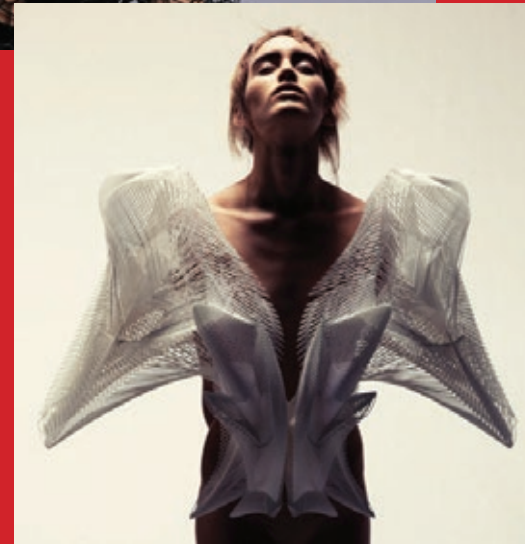
Giải pháp thành công của vấn đề cơ bản này sẽ tạo khả năng dịch chuyển nguyên vẹn từ quá trình sản xuất hàng may mặc sang format kỹ thuật số. Chúng

ta chỉ cần gửi dữ liệu cần thiết mà chúng ta gọi là gói kỹ thuật số hoặc số tay kỹ thuật cải tiến để bắt đầu sản xuất hàng may mặc là đủ. Gói kỹ thuật số sẽ chứa mẫu rập của sản phẩm, phẩm cấp vải và thiết kế vải. Phần còn lại sẽ do máy in đảm nhiệm.

Kể từ khi bắt đầu phát triển mang tính bùng nổ của in 3D, ý tưởng chuyển đổi ngành thời trang đã có ở trong ý nghĩ của những nhà tương lai học và các tín đồ hi-tech. Các đổi mới in 3D là chủ đề của bàn luận sôi nổi trong nhiều năm nay nhưng vẫn chưa có sự chuyển đổi ấn tượng của thị trường thời trang.

VẬY KHI NÀO NHỮNG THAY ĐỔI NÀY SẼ XẢY RA?

Trong năm năm qua, chi phí của một máy in 3D đã giảm từ 20.000 USD xuống còn 1.000 USD hoặc thấp hơn. Do vậy máy in bản thân nó đã không còn là đổi mới hoặc là độc quyền của các công ty lớn. Đó là thời điểm khi thời trang xuất hiện ở đâu đó trong tương lai. Ý tưởng là với việc phát minh ra in 3D, mọi người có thể sản xuất ra quần áo của riêng mình, thay cho việc sử dụng sức lao động của hàng ngàn công nhân may làm việc trong các công xưởng nóng nực. Phương thức tiếp cận như vậy sẽ thiết thực và bền vững. Hãy tự mình kiểm chứng: ngay từ bây giờ, sản phẩm may mặc phải mất sáu tháng đi từ bản vẽ phác thảo của nhà thiết kế thời trang tới tủ áo của người yêu thích thời trang.



In 3D cho phép người tiêu dùng tái xuống (mua) thiết kế từ website của nhãn hàng và ngay lập tức bắt đầu in sản phẩm. Đương nhiên, ngày nay việc in một đầm dài sẽ cần 50-100 giờ đồng hồ, nhưng con số này tiếp tục giảm mỗi ngày do tốc độ in tăng lên. Đột phá thành công trong lĩnh vực của sản phẩm may mặc in 3D sẽ đến sau khi vượt qua được hàng rào cuối cùng – loại vật liệu sẽ được sử dụng bởi máy in 3D.

Các máy in đương đại in các vật thể từ plastic mềm dẻo giống hệt hỗn hợp plastic với cao su hoặc neoprene. Những đây mới chỉ là bắt đầu. Gần đây đã có những cố gắng để “in” vải chức năng đầy đủ và chắc chắn công việc sẽ còn tiếp tục. Công nghệ này và các sản phẩm minh chứng rằng thị trường vẫn còn ở thời kỳ trứng nước, và sự chuyển đổi ấn tượng “đang đến gần”.

TƯƠNG LAI **IN 3D** của ngành kinh doanh thời trang

Bài: **HOÀNG MY LAN**



Sản xuất giày, các bộ phận của giày và các miếng lót có thể làm ra đúng ý muốn khách hàng cho sử dụng hàng ngày, thể thao hoặc các nhiệm vụ chuyên biệt là một trong các phân đoạn tăng trưởng nhanh nhất của in 3D. Trong số các nhãn hàng toàn cầu, công nghệ in 3D được sử dụng trong sản xuất miếng lót giày và đế giày bởi nhiều công ty như là Under Armour và Adidas.

Phát triển thời trang cho mọi người bắt nguồn từ tiến bộ công nghệ và sự xuất hiện của các vật liệu mới và các phương thức tiếp cận tối thiết kế. Thiết kế 3D với in trực tiếp sau đó. Mô phỏng ảo và sản xuất quần áo theo đúng ý khách hàng mở rộng đáng kể các giải pháp hiện có trong phân khúc thời trang rất quan trọng này.

Phát triển in 3D và ảnh hưởng của nó lên ngành thời trang đang tạo nên bước tiến lớn hơn là ta tưởng khi thoáng nhìn qua. Trong những tháng năm tới, chúng ta nên kỳ vọng nhiều cái mới về vật liệu/vải và các sản phẩm từ ngành in 3D. Giải thiết này được ủng hộ từ nhu cầu về nền

kinh tế toàn cầu chuyển đổi đáng kể, yêu cầu nhiều giải pháp mới cho sản xuất và tái chế nhanh hàng may mặc và không đắt tiền, cho tới các nhãn hàng đổi mới thúc đẩy việc bán hàng thời trang nhanh hơn.

Chúng ta tin tưởng rằng các nhãn hàng non trẻ có cơ hội lớn nhất do các sản phẩm này có thiết kế rất khác và mô hình bán lẻ rất mới.

Phát triển in 3D và các loại sản xuất hàng may mặc tại địa phương sẽ làm tiết kiệm chi phí nhập khẩu rất lớn, do người bán sẽ có thể in hàng may mặc từ đám mây tại trung tâm máy in đặt gần khách hàng, do vậy tránh được nhiều bước logistic.

Theo nghiên cứu do Đại học Regensburg thực hiện thì hai lý do đầu cho việc trả lại hàng may mặc được mua online là “kích cỡ không đúng” (52%) hoặc “hàng bị hỏng” (27%). Chuyển tiếp sang các kích cỡ theo đúng ý khách hàng trong quần áo in theo nhu cầu sẽ làm giảm đáng kể hàng bị trả lại do các vấn

đề về kích cỡ hoặc lỗi chất lượng. Ngày nay sản xuất bộ sưu tập mới kéo dài từ 4 tới 6 tháng, trong đó cần thời gian để tìm kiếm nguồn vải, sản xuất và logistic toàn cầu. Loại bỏ các bước này sẽ làm cho nhà thiết kế và các nhãn hàng đưa bộ sưu tập mới đến với khách hàng nhanh hơn từ 3-6 lần.

Ngày nay nhiều nhà thiết kế và các nhãn hàng đang sản xuất quần áo, giày và phụ kiện khi sử dụng các phương pháp in 3D khác nhau. Các chuyên gia nhất trí rằng quần áo và giày in 3D là bước tiến mới hướng tới sản xuất theo đúng ý khách hàng và tính bền vững sẽ thay đổi mô hình sản xuất.

Kiến trúc sư Francis Bitonti và nhà thiết kế thời trang Michael Schmidt đã cộng tác để làm ra váy đầm cho diva Dita Von Teese. Cô đã mặc đầm dài này tới dự hội nghị do Shapeway – công ty in 3D online tổ chức. Bộ đầm này gồm 2.500 chi tiết được kết nối với nhau bằng tay, và được hoàn tất bằng lớp trắng lacquer màu đen và 12.000 viên pha lê Swarovski đính

thủ công. Không phải nói rằng bộ đầm này đã thu hút sự chú ý của các khách hàng gồm cả Madonna, Rihanna và Lady Gaga.

Nhà thiết kế thời trang người Hà Lan Iris van Herpen tiết lộ đã cộng tác với nhà sản xuất máy in 3D hàng đầu thế giới để tạo nên bộ sưu tập trình diễn trên sàn thời trang trong tuần lễ Thời trang Paris. Các công ty khác như Hot Pop Factory in đồ trang sức. Các nhà bán lẻ như New Balance in giày. Các nhà thiết kế như là Ron Arab in kính mắt. Công ty may mặc tại San Francisco (Mỹ) Continnum là một trong số các công ty đi tiên phong trong việc tạo ra các vật thể in 3D có thể mặc trên người. Khách hàng thiết kế bikini trên website của Continnum cho biết cụ thể hình dạng cơ thể và số đo, sau đó công ty dùng nylon trắng để in ra đơn hàng độc nhất vô nhị.

Nhà thiết kế người Anh Catherin Wales cũng không kém bước. Cô được biết đến nhiều nhất từ bộ sưu tập Project DNA gồm mặt nạ, các phụ kiện và quần áo in 3D, tất cả đều được in bằng nylon trắng. Hình dạng đối xứng của các sản phẩm quần áo của cô phản ánh rằng quần áo in 3D vẫn đang ở giai đoạn đầu. Ngày nay, vật liệu và công nghệ dùng cho in 3D vẫn còn hạn chế và ảnh hưởng tới thiết kế của quần áo; nhưng công nghệ tiếp sức cho in 3D tiếp tục phát triển và những hạn chế này tiếp tục giảm dần.

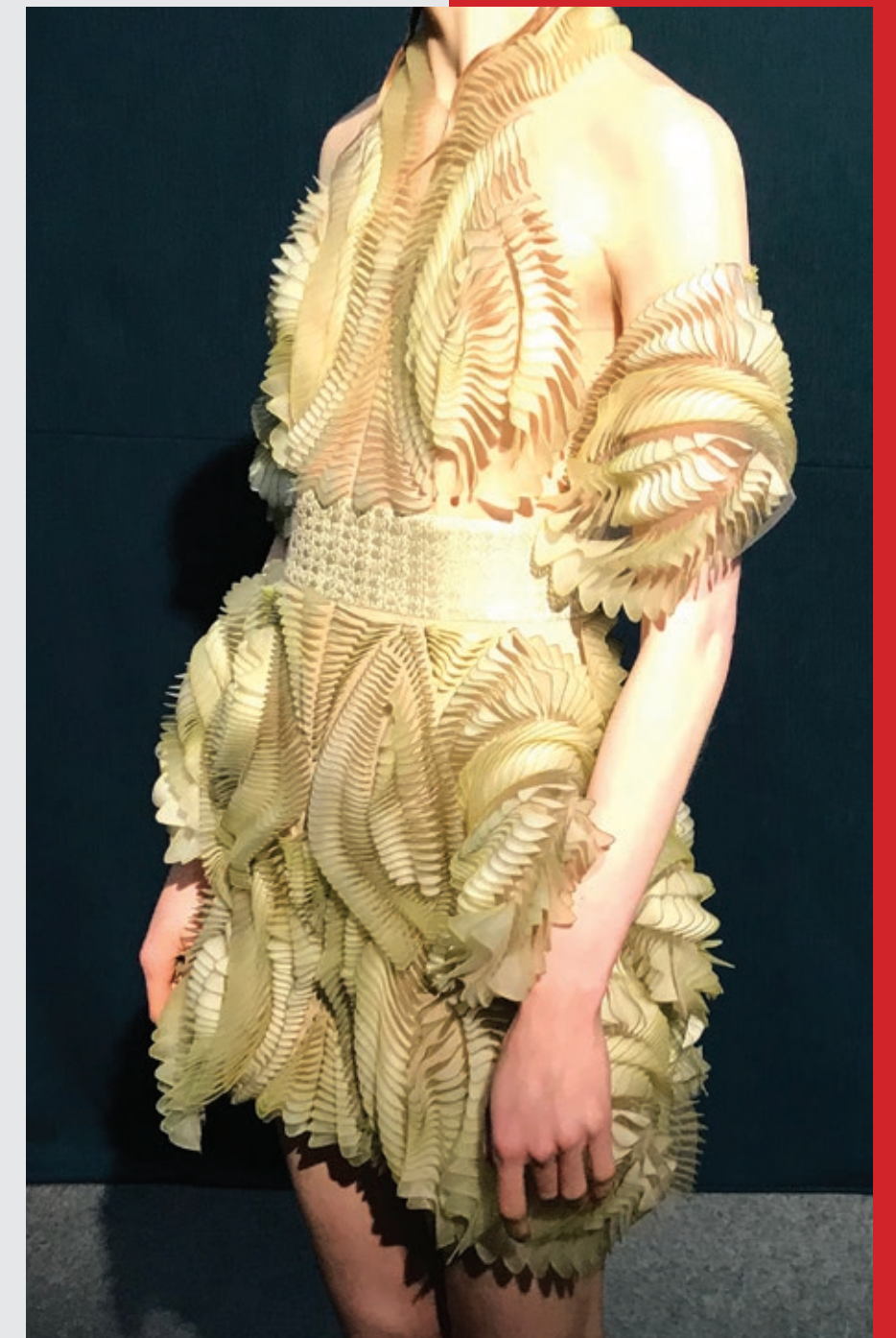
Ví dụ, một công ty hàng đầu in các vật thể được thiết kế theo yêu cầu vừa cho ra lò vật liệu in đàn hồi, có khối lượng nhẹ và xốp được thiết kế chuyên cho sử dụng trong ngành thời trang. Có nhiều lý do cho công nghệ này thành công và công nghệ được quan tâm vì khả năng thiết kế là vô tận, sản xuất mẫu nhanh, tiềm năng giảm chi phí trong bảo quản hàng trong kho và logistic chỉ là vấn đề nhỏ.

In 3D cũng góp phần vào phân phối hàng tốt hơn. Khi đi mua quần áo, thay cho việc đi tới cửa hàng của nhà bán lẻ và chen lấn với những người khác thì người mua có thể mua thiết kế online

và in ra trên máy in 3D. Hiện có những website như là Thingiverse và Shapeway đã tự thiết lập như là chợ cho hàng hóa in 3D, kể cả quần áo và phụ kiện.

Tuy nhiên in 3D cũng gây nên những thảo luận về các chủ đề như là bản quyền và bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ. Luôn luôn có hàng giả và những kẻ làm hàng giả tìm cách kiếm tiền từ thành công của những người khác. Tất cả những cái họ cần là thiết kế và máy in 3D và họ có thể tàn phá thị trường.

Vậy nên ngành may mặc chắc chắn cần có biện pháp bảo vệ bản quyền toàn diện như là ngành âm nhạc và phim ảnh đã làm đối với sản phẩm của họ để chống làm hàng giả. Tổng thể là ngành thời trang nếu thành công sẽ làm cho ngành thời trang trải qua sự chuyển đổi sâu sắc: thời gian sản xuất - giao hàng ngắn hơn, sản xuất với lượng nhỏ hơn, dễ làm theo đúng ý khách hàng hơn, giảm nhiều công ăn việc làm và các vấn đề pháp lý liên quan tới bản quyền ●



HAI GIẢI PHÁP TRƯỚC *thách thức mới*

TRƯỚC XU THẾ CỦA CUỘC CÁCH MẠNG CÔNG NGHIỆP 4.0, MỖI DOANH NGHIỆP ĐỀU CÓ CHIẾN LƯỢC THAY ĐỔI ĐỂ PHÙ HỢP VÀ ĐÁP ỨNG NHU CẦU KHÁCH HÀNG. CÔNG TY MAY XUẤT KHẨU NINH BÌNH CŨNG KHÔNG NẪM NGOÀI XU HƯỚNG ẤY.

Bài: **ĐẶNG THANH**

Máy chần tự động

ĐẦU TƯ VÀO TỰ ĐỘNG HÓA

Năm 2018, Công ty May XK Ninh Bình tập trung vào chiến lược đầu tư nâng cấp máy móc, thiết bị. Chưa thể đầu tư ngay một nguồn vốn quá lớn, Công ty sẽ đầu tư theo lộ trình, làm sao để có được dây chuyền bán tự động. Quý I và II năm nay, May Ninh Bình sẽ đưa vào hoạt động 4 máy chần tự động, máy dán mác tự động. Bên cạnh đó, công ty cũng cho xây dựng, nâng cấp hệ thống kho hoàn thiện để dây chuyền mới hoạt động hiệu quả hơn.

Trong quý I năm 2018, doanh thu của công ty tăng hơn quý I/2017 khoảng 100 ngàn USD. Sở dĩ doanh thu mới tăng là một phần do tự động hóa, một phần do công ty thay đổi dòng hàng. Trước kia May Ninh Bình thường làm mặt hàng truyền thống là jacket xuất khẩu, nay có



Công ty May xuất khẩu Ninh Bình

thêm mặt hàng áo cánh, sơ-mi, hàng trẻ em, váy hè-thu, xuất khẩu sang cả châu Âu và Mỹ.

Trước đây khi May Ninh Bình chỉ làm hàng jacket, ngoài việc đó là hàng khó, lao động lành nghề ít, nên năng suất thấp, nay khi thay đổi dòng hàng nhẹ hơn kể trên, thì dễ tuyển công nhân hơn và lập chuyền may nhanh hơn, năng suất cũng tăng.

Ngay từ đầu năm, khi khách hàng mang hàng khó đến, May Ninh Bình đã có thể từ chối bớt một số hàng quá khó, để lựa chọn hàng cho năng suất cao hơn. Nếu như trước kia, do luôn sợ không đủ hàng cho công nhân làm, mà công ty không có quyền lựa chọn hàng, khách mang hàng nào đến cũng phải nhận, thì nay Công ty đã được quyền lựa chọn khách, đó là một bước tiến bộ và thay đổi đáng kể.

Việc chủ động lựa chọn còn tạo ra lợi thế cộng thêm cho May Ninh Bình. Đó là khi có trường hợp bên cung cấp nguyên liệu bị chậm giao hàng thì công ty không để công nhân bị nhỡ việc, mà có ngay đơn hàng khác để làm thay thế, đảm bảo chuyền may luôn hoạt động.

CẢI TIẾN CHẤT LƯỢNG QUẢN TRỊ

Nhắm mục tiêu vào chất lượng quản trị, Ban Lãnh đạo May Ninh Bình tổ chức cho đội ngũ cán bộ chủ chốt tham gia Khóa học Huấn luyện doanh nghiệp, nội dung bao gồm gia tăng động lực làm việc, cơ cấu lại hoạt động, giải pháp tăng hiệu quả đột phá... Thật đáng mừng, khi ngay sau những buổi học đầu tiên, ai nấy đều hào hứng làm việc với tinh thần tự chủ, thay đổi hẳn thái độ sống, mạnh dạn đổi mới cách làm việc, Lãnh đạo cao nhất giao quyền cho từng cấp cán bộ, từ đó mà tất cả anh chị em CBCNV đều trở nên năng động, giỏi giang, tạo thành sức mạnh tập thể, đoàn kết, kết nối chặt chẽ hơn bao giờ hết.

Mọi CBCNV ở May Ninh Bình đều xác định tiêu chí, học tập không ngừng để nâng giá trị bản thân, tăng chất lượng cuộc sống, và khi học được điều gì hay, không chỉ áp dụng cho bản thân, mà còn



Máy lập trình dán mác tự động

chia sẻ, đào tạo cho đồng nghiệp, bạn bè, những người quen biết chưa có điều kiện được học như mình, để môi trường sống và làm việc quanh mình luôn được cải thiện. Bản thân Giám đốc Công ty, chị Phạm Thị Lan Hương cũng đứng lớp, giảng dạy cho 350 học sinh phương pháp tư duy, định vị bản thân, định hướng tương lai và tạo động lực học tập, sống tích cực, hiệu quả.

Chị Lan Hương cũng chia sẻ niềm vui khi qua một thời gian đào tạo liên tục, lớp cán bộ trẻ của May Ninh Bình đã tiến bộ rõ rệt, vững vàng trong việc điều hành các khâu sản xuất – kinh doanh.

Thậm chí, họ đã điều hành hợp giao ban thường kỳ rất hiệu quả kể cả khi Giám đốc vắng mặt.

Có câu nói rất hay rằng, nếu người Giám đốc là người giỏi nhất trong công ty, thì cần xem xét lại chất lượng quản trị của người Giám đốc ấy. Quả vậy, chất lượng quản trị tiên tiến không tập trung quyền trong tay một người cao nhất, mà ở sự kết nối chặt chẽ thông tin giữa các Bộ phận trong quá trình làm việc, và sự phân quyền sẽ tạo nên dòng chảy công việc thông suốt, hiệu quả hơn nhiều, sáng kiến cũng được tạo ra nhiều hơn, áp dụng thực tế để tạo nên năng suất... ●

DOANH NGHIỆP LOGISTICS VÀ THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ:

Cần một cái

Bài: **THỦY NGUYỄN**

“BẮT TAY”



Theo các chuyên gia, Việt Nam là nước có tỉ lệ dân số trẻ, tỉ lệ tiếp cận công nghệ mới cao. Điều này cho thấy, tiềm năng về thương mại điện tử (TMĐT) rất lớn. Song, trên thực tế, dịch vụ vận chuyển (logistics) lại chưa thực sự phát triển xứng tầm với TMĐT.

THỜI KỲ “BÙNG NỔ” CỦA TMĐT

Theo Hiệp hội Thương mại Điện tử Việt Nam, năm 2017, tốc độ tăng trưởng của TMĐT Việt Nam đạt trên 25% và tốc độ này có thể duy trì trong 3 năm tiếp theo (2018- 2020).

Tăng trưởng về TMĐT của Việt Nam, theo đánh giá của hãng nghiên cứu Frost and Sullivan là 1,6 tỷ USD năm 2016 và dự kiến sẽ là 3,7 tỷ vào năm 2020. Báo cáo của Kantar, tỷ lệ người mua hàng qua kênh TMĐT tại Việt Nam đã tăng từ 5,4% lên 8,8%.

Ông Vũ Đức Thịnh, Giám đốc Lazada Express cho biết, trên thực tế, hàng loạt các tên tuổi mới của TMĐT thế giới đang cạnh tranh và đầu tư vào Việt Nam, tạo nên một xu hướng hàng hóa xuyên biên giới. Những “ông lớn” trong lĩnh vực này có thể kể đến như: Tiki, Shopee, Sendo.vn, Lazada, Adayroi.com... Đối với “đại gia” Alibaba, ông Vũ Đức Thịnh cho biết, đây là nền tảng giao thương online lớn nhất thế giới dành cho doanh nghiệp vừa và nhỏ trên toàn cầu, có mặt trên 240 quốc gia, với 2 triệu gian hàng. Doanh thu trong ngày mua sắm 11/11 năm 2011 mới chỉ là 0,82 tỷ đô la, thì đến

ngày 11/11/2017, con số này đã lên đến 253 tỷ đô; năm 2013, Alibaba có 254 nghìn đơn hàng trong ngày 11/11 thì năm 2017 là 81,2 triệu đơn hàng.

“Nói như vậy để thấy, xu thế phát triển TMĐT là bùng nổ. Song tại Việt Nam, dịch vụ logistics thì chưa đáp ứng, chưa song hành với TMĐT. Đa số doanh nghiệp Việt Nam vẫn vận hành theo logistics truyền thống, dẫn đến tỷ lệ chi phí dành cho dịch vụ logistics và chuyển phát chiếm khá cao trong giá bán trực tuyến các sản phẩm hữu hình và là một trong các yếu tố dẫn tới giá mua hàng trực tuyến chưa thấp hơn đáng kể so với mua theo phương thức truyền thống.” – ông Thịnh khẳng định.

DOANH NGHIỆP LOGISTIC VÀ TMĐT CẦN BẮT TAY?

Trong khi TMĐT phát triển mạnh mẽ thì dịch vụ logistics tại Việt Nam lại rất sơ khai. Ông Nguyễn Quang Thuật, Giám đốc Trung tâm xử lý đơn hàng Sendo.vn cho biết, thách thức chính đối với ngành logistics của Việt Nam là về mặt hành chính và về luật pháp. “Cụ thể, chúng ta chưa có luật về e-commerce, e-logistics; thủ tục hành chính vẫn khá phức tạp. Thêm nữa, phương tiện vận chuyển không đa dạng, thiếu và giá thành cao, trong khi đó, sản lượng hàng

hóa tăng tưởng nhanh” – ông Thuật nói.

Chưa dừng lại ở đó, hiện nhân lực trong ngành e-logistics hoàn toàn không được qua trường lớp đào tạo, chủ yếu là vừa làm, vừa học. Việc ứng dụng công nghệ trong e-logistics còn thấp, phần lớn vẫn hoạt động thủ công dẫn đến sai sót, chi phí cao.

Nâng cao hiệu quả dịch vụ logistics nhằm hỗ trợ sự phát triển của TMĐT đang là yêu cầu cấp bách. Để logistics phát triển đồng hành cùng thương mại điện tử, ông Nguyễn Trần Thị, Tổng Giám đốc GiaoHangNhanh.vn cho rằng, cần phải cải thiện nhiều mặt, song chủ yếu nằm ở sự chủ động của các doanh nghiệp. Thông qua kết hợp hệ thống và quy trình của 2 bên để giảm chi phí và hiệu quả hơn. Các bên cần xem nhau như các bộ phận nội bộ để liên kết chặt chẽ; cùng thiết kế ra một giải pháp tổng thể để cung cấp cho khách hàng...

Đồng tình với quan điểm trên, ông Trần Đình Toàn, Chủ tịch Liên minh Hỗ trợ xuất khẩu thì cho rằng, doanh nghiệp 2 bên logistics và TMĐT cần chủ động “bắt tay”, liên kết với nhau, bởi chỉ có điều này mới tận dụng được thế mạnh của nhau từ nền tảng của dịch vụ có sẵn của các bên, các doanh nghiệp hoàn toàn có thể đáp ứng được yêu cầu của khách hàng.

Ông Raymond Yee, Phó chủ tịch Hải quan và Pháp lý khu vực Châu Á - Thái Bình Dương, Công ty Chuyển phát nhanh DHL:

“Logistics là một trong những nền tảng cơ sở không thể thiếu để phát triển TMĐT và xuất khẩu. Còn TMĐT hiện nay đang là yếu tố mang tính “cách mạng” để đột phá trong xuất khẩu. Tôi cho rằng, TMĐT đang và sẽ là nhân tố dẫn dắt chính sự phát triển của logistics toàn cầu trong thời gian tới. Mặc dù hiện chỉ chiếm trên 5% doanh thu toàn thị trường nhưng với tốc độ tăng trưởng luôn cao hơn mức trung bình của toàn ngành logistics toàn cầu, dự kiến năm 2020, TMĐT sẽ chiếm 7,2-7,5% tổng doanh thu logistics thế giới.

Theo tính toán, khoảng 40% tổng chi phí bán hàng trên mạng tập trung vào sau giai đoạn khách hàng nhấn vào biểu tượng mua. Tính đến năm 2017, các nhà bán lẻ TMĐT của Ấn Độ chỉ từ 5-15% doanh thu cho logistics, trong khi ở Mỹ là 11,7% (2015). Còn báo cáo của VLA, năm 2017, chi phí logistics tại Việt Nam ước tính khoảng 16,8% GDP, trong khi ở Thái Lan là 15% và Singapore là 8,5%” ●



MỘT SỐ ĐẶC ĐIỂM THỊ TRƯỜNG VÀ NHU CẦU NHẬP KHẨU

SẢN PHẨM DỆT MAY CỦA ÚC

HIỆP ĐỊNH CPTPP ĐÃ CHÍNH THỨC ĐƯỢC KÝ KẾT VÀO NGÀY 08/3/2018 VỪA QUA TẠI CHILE, VỚI CAM KẾT MỞ CỬA THỊ TRƯỜNG, LÀ THÔNG ĐIỆP MẠNH MẼ CHỐNG LẠI XU HƯỚNG BẢO HỘ HIỆN NAY TRÊN THẾ GIỚI CÙNG NHƯ HỨA HẸN SẼ ĐEM LẠI NHIỀU LỢI ÍCH KINH TẾ CHO 11 QUỐC GIA THÀNH VIÊN.



Bài: **NGUYỄN PHÚC NAM**
PHÓ VỤ TRƯỞNG, VỤ THỊ TRƯỜNG
CHÂU Â - CHÂU PHI,
BỘ CÔNG THƯƠNG

Úc là một nền kinh tế phát triển thuộc nhóm G20, với dân số khoảng 24 triệu người, tổng thu nhập quốc nội GDP khoảng 1.390 tỷ USD, thu nhập bình quân đầu người tính theo ngang giá sức mua khoảng 50.000 USD/người/năm, là một thị trường có sức mua khá lớn và có nhiều tiềm năng cho các sản phẩm dệt may.

Hiện nay, Úc là một trong những đối tác thương mại quan trọng của Việt Nam trong khu vực châu Á – Thái Bình Dương. Trao đổi thương mại giữa hai nước tăng trưởng khả quan trong những năm gần đây. Năm 2017, kim ngạch XNK Việt Nam-Úc đạt 6,46 tỉ USD, tăng 22,2% so với năm 2016, mức tăng cao nhất trong 7 năm qua, trong đó, XK của Việt Nam sang Úc đạt 3,3 tỉ USD, tăng 15,1% so với năm 2016, NK của Việt Nam từ Úc đạt 3,17 tỉ USD, tăng 30,1% so với 2016. Trong vài năm gần đây, cộng đồng doanh nghiệp Úc ngày càng quan tâm nhiều tới thị trường Việt Nam và ngược lại. Nhân chuyến thăm chính thức Úc của Thủ tướng Chính phủ Nguyễn Xuân

Phúc vào ngày 15/3/2018 vừa qua, Thủ tướng của hai nước đã ký Tuyên bố chung về thiết lập quan hệ Đối tác chiến lược giữa Chính phủ Việt Nam và Úc.

Năm 2017, Úc nhập khẩu khoảng 9,32 tỷ USD các sản phẩm dệt may từ thế giới, trong đó nhập khẩu từ Việt Nam khoảng 173 triệu USD (chiếm khoảng 1,9% tổng kim ngạch nhập khẩu dệt may từ thế giới của Úc). Các sản phẩm dệt may có kim ngạch nhập khẩu lớn nhất của Úc bao gồm chủ yếu là các sản phẩm dệt may thuộc các chương (trong biểu thuế HS) như chương 62 (Quần áo và hàng may mặc phụ trợ không dệt kim hoặc móc), 61 (Quần áo và hàng may mặc phụ trợ dệt kim hoặc móc), 63 (Các mặt hàng dệt khác, vải vụn), 57 (thảm và các loại hàng dệt trải sàn), 56 (Mền, xơ, phốt và các sản phẩm không dệt, các loại sợi đặc biệt), 54 (sợi filament nhân tạo), 65 (mũ và vật đội đầu khác). Nhập khẩu các sản phẩm thuộc 07 chương này đạt 8,7 tỷ USD, chiếm tới trên 90% tổng giá trị nhập khẩu dệt may

của Úc. Ngoài ra, Úc còn nhập khẩu sản phẩm dệt may thuộc các chương 59, 55, 60, 67, 52, 51, 58, 66, 53, 50 với kim ngạch từ vài chục triệu cho tới 200 triệu USD.

Với Chương 62, Úc nhập khẩu 3,1 tỷ USD, chủ yếu là các sản phẩm trong nhóm HS 6203 (bộ complet, bộ quần áo đồng bộ, áo jacket, blazer, quần dài, quần sooc dùng cho nam giới hoặc bé trai); HS 6204 (bộ complet, bộ quần áo đồng bộ, áo jacket, blazer, áo váy, chân váy, quần ống chèn, quần sooc dùng cho nữ giới và bé gái); và HS 6205 (áo sơ mi nam hoặc bé trai), HS 6206 (áo blouse, sơ mi nữ hoặc bé gái). Việt Nam hiện chiếm thị phần nhập khẩu là 4,3%, tương đương 127 triệu USD. Đối thủ cạnh tranh gồm Trung Quốc (thị phần nhập khẩu 65%), Bangladesh (thị phần 7,6%), Indonesia (thị phần 4,3%), Ấn Độ (3,8%), Thổ Nhĩ Kỳ (1,3%).

Với Chương 61, Úc nhập khẩu khoảng 3,09 tỷ USD, chủ yếu là các sản phẩm trong nhóm HS 6109 (áo phông, áo may ô dệt kim hoặc móc), HS 6110 (áo bó, áo chui đầu, áo cài khuy dệt kim hoặc móc), HS 6104 (bộ complet, bộ quần áo đồng bộ, áo jacket, blazer, áo váy, chân váy, quần ống chèn, quần sooc dùng cho nữ giới và bé gái làm bằng chất liệu dệt kim hoặc móc), HS 6108 (các loại váy, áo choàng tắm, áo khoác ngoài dùng trong nhà cho phụ nữ và trẻ em gái làm bằng chất liệu dệt kim hoặc móc) và HS 6114 (các loại quần áo khác dệt kim hoặc móc). Việt Nam hiện chiếm thị phần nhập khẩu 2,4%, tương đương kim ngạch 85 triệu USD. Đối thủ cạnh tranh gồm: Trung Quốc (thị phần nhập khẩu 66,2%); Bangladesh (thị phần nhập khẩu 12,3%); Cam-pu-chia (2,5%); Indonesia (2,4%); Ấn Độ (2,1%); Thái Lan (1,4%).

Với Chương 63, Úc nhập khẩu khoảng 1,36 tỷ USD, chủ yếu là các sản phẩm trong nhóm HS 6302 (khăn trải giường, khăn trải bàn, khăn trong phòng vệ sinh, khăn nhà bếp); HS 6307 (các loại khăn lau khác); HS 6306 (vải chống thấm nước, lều, tấm che nắng...). Việt Nam hiện chiếm thị phần nhập khẩu 1,2%, tương đương kim ngạch khoảng 13,3 triệu USD. Đối thủ cạnh tranh của sản phẩm Việt Nam là Trung Quốc (thị phần nhập khẩu 64%); Ấn Độ (9,6%); Pakistan (6,1%); Bangladesh (3,4%); Hoa Kỳ (3,1%), Thái Lan (1,3%), Indonesia (0,8%).

Với chương 57 và 54, Việt Nam không xuất khẩu nhiều sang Úc. Với chương 65 về mũ đội đầu, năm 2017, Úc nhập khẩu khoảng 208 triệu USD, trong đó nhập khẩu từ Việt Nam khoảng 4,7 triệu USD, tương đương với thị phần nhập khẩu 2,3%. Đối thủ cạnh tranh của Việt Nam là Trung Quốc (thị phần nhập khẩu 64%), Hoa Kỳ (10%), Bangladesh (3,4%), Nhật Bản (3,1%), Italy (2,4%).

Theo cam kết trong Hiệp định CPTPP, Úc sẽ giảm thuế nhập khẩu về 5% ngay trong năm đầu tiên, năm thứ hai, năm thứ ba kể từ khi Hiệp định có hiệu lực và về 0% từ năm thứ tư kể từ ngày có hiệu lực đối với hầu hết các sản phẩm thuộc nhóm HS 6203, HS 6204, HS 6206. Đối với nhiều sản phẩm thuộc nhóm HS 6205, thuế nhập khẩu của Úc sẽ về 0% ngay từ năm đầu tiên Hiệp định có hiệu lực. Trong khi đó, mức thuế nhập khẩu MFN đối với các sản phẩm này là 10%. Lộ trình giảm

thuế đối với các sản phẩm trong nhóm HS 6104, 6108, 6109, 6110, 6114 cũng tương tự như vậy, sẽ về 0% hoàn toàn vào năm thứ tư. Đối với các mặt hàng thuộc nhóm HS 6302, thuế nhập khẩu sẽ về 0% hoàn toàn vào năm thứ tư, các mặt hàng có mã HS 6306 và HS 6307 sẽ về 0% từ năm đầu tiên Hiệp định có hiệu lực (thuế MFN là 5%). Thông tin về biểu cam kết thuế quan của Úc có thể tra cứu tại trang web Trung tâm WTO của VCCI.

Một số ví dụ và con số nêu trên cho thấy, Úc là thị trường hết sức tiềm năng cho các sản phẩm dệt may xuất khẩu của Việt Nam. Trong khi đó, hiện nay, Việt Nam còn chiếm thị phần nhập khẩu tương đối nhỏ tại Úc về sản phẩm dệt may và tiếp tục còn dư địa để mở rộng.

Kim ngạch nhập khẩu sản phẩm dệt may của Úc trong 5 năm qua tăng trưởng khá ổn định, trung bình hàng năm từ 3-4%/năm. Một yếu tố thuận lợi là thị trường Úc còn có một lợi thế là giá bán lẻ hàng hóa Úc nói chung và hàng dệt may nói riêng thường cao hơn giá nhập rất nhiều, thậm chí với hàng cao cấp có thể gấp 9-10 lần giá cả Việt Nam giao cho khách hàng. Tại thời điểm hiện nay đang có khuynh hướng doanh nghiệp Úc chuyển sang nhập khẩu và đặt gia công tại thị trường Việt Nam do chi phí nhân công tại Việt Nam cạnh tranh hơn so với tại Trung Quốc cộng thêm việc được hưởng ưu đãi do cả hai nước là thành viên Hiệp định AANZFTA đã có hiệu lực và trong thời gian tới là Hiệp định CPTPP.

Thúc đẩy quảng bá sản phẩm trong đó có việc tăng cường tham dự hội chợ triển lãm là việc cần thiết để tăng các hợp đồng lớn và tăng kim ngạch xuất khẩu. Mặc dù quy mô thị trường của Úc đối với hàng dệt may rất lớn nhưng đã một thời gian dài hàng dệt may có xuất xứ từ Trung Quốc chiếm thị phần áp đảo. Những năm qua, kim ngạch nhập khẩu dệt may của Úc từ Trung Quốc thường chiếm hơn 60%. Nguyên nhân chính là do doanh nghiệp Trung Quốc tiếp cận thị trường Úc sớm hơn doanh nghiệp nước ta vì vậy các doanh nghiệp Việt Nam không dễ cạnh tranh với hàng hóa xuất xứ Trung Quốc. Ngoài Trung Quốc thì Ấn Độ cũng tích cực đẩy mạnh thâm nhập thị trường Úc.

Đã nhiều năm nay Trung Quốc luôn có khu dành riêng trong khuôn khổ Hội chợ quốc tế nguồn hàng dệt may được tổ chức hàng năm vào trung tuần tháng 11 tại Melbourne. Tại hội chợ này luôn có khoảng hơn một nửa số doanh nghiệp tham dự là đến từ Trung Quốc và 1/4 số doanh nghiệp đến từ Ấn Độ, trong khi vài năm gần đây mới có một số doanh nghiệp Việt Nam tham dự.

Để thâm nhập có hiệu quả hơn nữa đối với thị trường Úc, các doanh nghiệp Việt Nam không chỉ phải tích cực quảng bá, tiếp cận thị trường mà còn cần hiểu đặc điểm của thị trường Úc. Các doanh nghiệp Úc thường đặt hàng với các đơn hàng khởi đầu có quy mô khá nhỏ để tìm hiểu khả năng của nguồn cung cũng như khả năng chấp nhận của thị trường. Có một bộ phận doanh nghiệp Việt Nam đang bỏ qua thị trường Úc vì lý do này. Tuy nhiên, khi các lô hàng thử nghiệm ban đầu thành

công, các hợp đồng lớn hơn sẽ được ký kết và giá xuất khẩu sang Úc cũng tốt hơn một số thị trường lớn khác. Ngoài ra, khi đã tin tưởng, các nhà nhập khẩu Úc sẽ làm ăn lâu dài, ít khi thay đổi bạn hàng. Do đó, thị trường Úc là một thị trường hết sức tiềm năng cho các sản phẩm dệt may xuất khẩu của Việt Nam và còn nhiều dư địa để khai thác.

ĐVT: Triệu USD

		2011	2012	2013	2014	2015	2016	Thị phần 2016	% tăng bình quân
I	Xuất khẩu của Úc	211	220	194	179	195	185		-2,5%
II	Nhập khẩu của Úc	5.965	6.258	6.473	6.729	6.851	6.621	100%	
1	Trung Quốc	4.553	4.637	4.665	4.715	4.611	4.333	65,4%	-1,0%
2	Bang-la-đét	235,2	371,8	433,4	478,8	607,5	624,0	9,4%	21,6%
3	Ấn Độ	191,2	204,3	209,5	232,2	264,1	268,1	4,0%	7,0%
4	In-đô-nê-xia	87,7	98,7	123,1	138,5	172,8	203,1	3,1%	18,3%
5	Việt Nam	55,4	73,8	101,9	149,1	173,0	200,9	3,0%	29,5%
6	Căm-pu-chia	34,5	37,9	64,2	91,9	95,5	106,6	1,6%	25,3%
7	Pa-kít-tan	97,1	102,8	100,6	91,8	91,7	105,9	1,6%	1,8%
8	I-ta-lia	90,3	86,8	91,7	90,0	92,2	98,7	1,5%	1,8%
9	Thổ Nhĩ Kỳ	36,7	44,3	48,4	61,7	65,5	70,1	1,1%	13,8%
10	Thái Lan	45,9	51,8	59,5	74,3	75,9	67,8	1,0%	8,1%
III	Xuất khẩu của Việt Nam	14.043	15.090	17.933	20.911	22.802	23.825		11,2%

Nguồn: Thống kê nhập khẩu của Cơ quan thống kê Úc, trừ số xuất khẩu của Việt Nam

MỘT SỐ CÔNG TY VỀ DỆT MAY CỦA ÚC:

STT	TÊN CÔNG TY	THỊ PHẦN	WEBSITE
1	Pacific Brands Limited	5,1%	http://www.pacificbrands.com.au/
2	Premier Investments Limited	4,4%	http://www.premierinvestments.com.au
3	Specialty Fashion Group Limited	3,6%	http://www.specialtyfashiongroup.com.au/
4	The PAS Group Limited	1,4%	http://www.thepasgroup.com.au/
5	Outdoor Clothing Concepts Pty Ltd	1,1%	http://www.occapparel.com.au/
6	Myer		http://www.myer.com.au/shop/mystore/home
7	Adelphi Tailoring Co - Adelphi Appare		http://www.adelphiapparel.com.au/
8	Arc Fashion Group Pty Ltd - Arc Fashions		https://www.archfashion.com.au/
9	Baobag Clothing		https://www.baobab.com.au/
10	Bluedog Clothing Australia		http://www.bluedogclothing.com.au

AROUND TWO-THIRDS OF US CONSUMERS CARE AT LEAST A LITTLE ABOUT ECO-CONSCIOUS FASHION, WITH MORE THAN HALF OF THEM SAYING AT LEAST SOME OF THEIR CURRENT WARDROBE IS ECO-CONSCIOUS, ACCORDING TO A SURVEY BY AMERICAN OUTDOOR LIFESTYLE BRAND TIMBERLAND. CONSUMERS SAID THE TOP FACTOR PREVENTING THEM FROM BUYING ECO-CONSCIOUS FASHIONS IS HIGH PRICE.

KHẢO SÁT CHO THẤY RẰNG
GIÁ CAO LÀ HÀNG RÀO
TỚI THỜI TRANG THÂN THIỆN SINH THÁI

Bài: HOÀNG MY LAN (DỊCH)

Theo một khảo sát của nhân hàng phong cách sống ngoài trời Mỹ Timberland thì khoảng 2/3 người tiêu dùng Mỹ ít nhất là có quan tâm một chút tới thời trang thân thiện sinh thái, với trên một nửa trong số họ nêu được một số món đồ trong tủ quần áo của họ thân thiện với sinh thái. Người tiêu dùng cho rằng, yếu tố đầu tiên cản trở họ mua quần áo thân thiện sinh thái chính là giá cao.

Chương trình khảo sát Giá trị Tủ quần áo Timberland 2018 được thực hiện dựa trên 1.000 nam giới và nữ giới để tìm hiểu về tầm quan trọng của tác động môi trường đến sự lựa chọn phong cách của họ. Và kết quả là 52% nam giới Mỹ nói họ chú ý nhiều tới thời trang thân thiện sinh thái hơn nữ giới. Khoảng 2/5 những người trả lời khảo sát nói họ có động lực mua thời trang thân thiện sinh thái do họ cảm thấy tốt khi mua đồ thân thiện với sinh thái.

Theo thông cáo báo chí của công ty thì 36% số người trả lời khảo sát cảm thấy có một động lực nữa khiến họ mua sản phẩm là khi họ biết sản phẩm giảm tới mức thấp nhất tác động xấu lên môi trường.

Đối với nam giới, động lực mua hàng thời trang thân thiện sinh thái dường như kém hào phóng mà mang tính vụ lợi nhiều hơn. Đối với một số nam giới, mặc thời trang thân thiện với sinh thái là để được ghi nhận sự tín nhiệm trong xã



hội, như họ nói thì họ thích đưa phong cách của họ lên mạng xã hội. Phụ nữ tương đối ít có tính này hơn.

Theo 70% số người trả lời khảo sát thì tặng quần áo cho tổ chức từ thiện là cách tốt nhất để loại bỏ quần áo, với 36% trong số họ mang quần áo cho bạn bè hoặc gia đình và 28% chọn cách tái chế quần áo.

Nhưng phụ nữ có ưu điểm hơn nam giới khi thải bỏ quần áo theo cách có trách nhiệm với môi trường. Số phụ nữ đem tặng quần áo cũ cao hơn 14% so với nam giới, trong khi đó số nam giới mang quần áo đi vứt bỏ cao hơn 82% nữ giới.

Theo <http://www.fibre2fashion.com/news/latest-fashion-reports-news/high-price-barrier-to-eco-conscious-fashion-in-us-survey-241963-newsdetails.htm>

FACING WITH RISING PRODUCTION COSTS, TOGETHER WITH HUGE PRESSURE FROM LOWER AND LOWER UNIT COST FROM BIG BUYERS IN THE US AND EU, FOR LONG CHINA AND OTHERS MAIN PRODUCTION TEXTILE AND GARMENT SUPPLIERS ON THE WORLD HAVE LOOKED FOR ALTERNATIVE DESTINATION TO OUTSOURCE ITS PRODUCTION BASE TO TAKE ADVANTAGE OF THE DESTINATION'S LOWER PRODUCTION AND LABOR COSTS.

ETHIOPIA:

ĐIỂM ĐẾN LÝ TƯỞNG MỚI TRONG CHUỖI DỊCH CHUYỂN SẢN XUẤT DỆT MAY TOÀN CẦU?

Bài: **HỒNG HẠNH**



Những công nhân dệt tại một nhà máy có chủ là người Trung Quốc trong khu công nghiệp Hawassa, Ethiopia - Ảnh Bloomberg

Để đối mặt với vấn đề giá thành sản xuất tăng cao cùng sức ép về giảm giá từ các khách hàng lớn tại Mỹ và EU, trong vài năm trở lại đây, Trung Quốc, Thổ Nhĩ Kỳ và các nhà đầu tư khác đã và đang đẩy mạnh các hoạt động dịch chuyển sản xuất sang các quốc gia có lợi thế về chi phí giá rẻ.

Một trong những địa điểm mà họ nhắm đến đó là các quốc gia tại Đông

Phi. Hàng tỷ USD đã được Chính phủ các nước, nổi bật là Trung Quốc và các doanh nghiệp rót vào lục địa đen nhằm tái thiết, trang bị cơ sở vật chất và mở rộng sản xuất. Ví dụ như Bắc Kinh đã đầu tư xây dựng nhiều đặc khu công nghiệp, tạo hàng ngàn việc làm tại Ethiopia, Ai Cập và Zambia.

Trong số đó, Ethiopia đã trở thành điểm đến hàng đầu cho các hoạt động

dịch chuyển sản xuất hàng quần áo và nổi lên là điểm đến thứ 4 đứng đầu trong danh sách các quốc gia lý tưởng cho sản xuất dệt may trên toàn cầu, bên cạnh Bangladesh, Việt Nam và Myanmar.

KHU CÔNG NGHIỆP DỆT MAY TẠI ETHIOPIA

Kể từ năm 2014 cho tới nay, Ethiopia đã thành lập 4 đặc khu công

nghiệp sản xuất dệt may lớn. Khu công nghiệp Hawassa là khu công nghiệp lớn nhất tại Ethiopia và Châu Phi. Hawassa chuyên dành cho sản xuất dệt may, với diện tích 140 ha nhà xưởng khi đi vào vận hành hết công suất, hướng tới tạo công ăn việc làm cho 60 ngàn công nhân. Khu công nghiệp Hawassa được trang bị công nghệ xử thải tiên tiến bậc nhất với công suất lọc thải lên tới 11 triệu lít chất lỏng/ngày.

Ngoài ra, có 2 khu công nghiệp khác là Mekele và Kombolcha khởi công từ mùa hè 2017, được Tập đoàn Xây dựng Cơ khí dân dụng Trung Quốc CCECC xây dựng với tổng chi phí xây dựng 2 khu gần 200 triệu USD. Hai đặc khu công nghiệp này cũng dành cho sản xuất dệt may. Khu công nghiệp Kombolcha dự kiến tạo thêm 10 ngàn việc làm, với 13 cụm nhà máy. Còn khu công nghiệp Mekele dự kiến thu

hút 15 cụm nhà máy, với một nửa trong số đó quy hoạch để sản xuất hàng dệt cao cấp, mục tiêu thu hút 20 ngàn việc làm. Hiện chính quyền Ethiopia dự kiến xây dựng thêm 8 đặc khu sản xuất công nghiệp nữa đến năm 2020, mục tiêu tạo công ăn việc làm cho toàn ngành sản xuất khoảng 2,5 triệu việc làm.

Những doanh nghiệp sản xuất trong khu công nghiệp dệt may đặc thù này được miễn thuế thu nhập doanh nghiệp trong 5 năm đầu, cũng như được khấu trừ thuế nhập khẩu với vật tư, máy móc đầu vào. Ethiopia thu hút được nhiều vốn đầu tư bởi từ lâu Chính phủ nước này tiếp cận nguồn vốn vay ưu đãi từ Trung Quốc. Trong giai đoạn 2010-2015 Ethiopia đã được nhận 10,7 tỷ USD vốn vay từ Trung Quốc. Hiện tại Chính phủ Ethiopia dùng khoản vốn này vào các công trình thủy điện, xây dựng đường xá và hệ

- Có khả năng phát triển công nghiệp gieo trồng bông, phát triển sản xuất dệt do điều kiện khí hậu và thổ nhưỡng tốt, cùng giá thành điện rẻ (giá điện cho nhà máy dệt dao động 0,78 USD/kw do hệ thống thủy điện tốt).

- Xuất khẩu tới thị trường EU và Mỹ được miễn thuế thông qua sắc luật kích thích tăng trưởng và cơ hội Châu Phi (African Growth and Opportunit Act - AGOA).

- Trong 6 năm qua, xuất khẩu dệt may của Ethiopia tăng trưởng mạnh mẽ, trung bình tăng trưởng 51%, với xuất khẩu tới Anh Quốc chiếm 10%, các nước EU chiếm 50%, Mỹ chiếm 40%.

- Có khoảng 65 dự án đầu tư dệt may được cấp phép tại Ethiopia. Các khách hàng lớn như H&M và Primark đã có văn phòng tại Ethiopia và trực tiếp đặt hàng kể từ năm 2012.

PHẢN ỨNG TÍCH CỰC CỦA CÁC NHÀ ĐẦU TƯ

Phản ứng của các nhà đầu tư FDI vào Ethiopia khá tích cực. H&M đã là một cổ đông của khu công nghiệp Mekele và Bohe Lemi, trong khi PVH, công ty sở hữu các thương hiệu như Calvin Klein và Tommy Hilfiger đã quyết định xây dựng một nhà máy ở khu công nghiệp Hawassa. Tập đoàn Carvico chuyên các sản phẩm dệt từ Ý, Trybus chuyên sản xuất hàng may mặc của Mỹ và Pungbook chuyên sản xuất các sản phẩm túi xách, túi vải dệt của Hàn Quốc cũng đã xây dựng nhà máy tại Khu công nghiệp Kombolcha và Mekele.



Khu công nghiệp Hawassa được xây dựng trên đất nông nghiệp trước đây, hiện tại là khu công nghiệp dệt may lớn nhất cả nước - Ảnh Bloomberg

thống mạng thông tin liên lạc.

ĐIỂM MẠNH CỦA ETHIOPIA

- Dân số đông đứng thứ 2 Châu Phi (xấp xỉ 100 triệu dân năm 2017) cùng lực lượng lao động dồi dào (độ tuổi từ 15-54 chiếm gần 50%, trong đó có 25 triệu lao động nữ).

- Lương trung bình chi trả cho 1

công nhân may mặc cạnh tranh, chỉ bằng 1/5 so với Trung Quốc với lương cơ bản cho 1 công nhân dệt may, vào khoảng 65 USD/tháng.

- Có vị trí địa lý thuận lợi: Ethiopia nằm ở vị trí đắc địa của Châu Phi, gần Somali với eo biển Ấn Độ Dương, gần các thị trường Trung Đông và Châu Âu. Dễ dàng vận chuyển hàng hóa tới Châu Á qua eo biển Djibouti.

Nhìn chung, chính sách ưu đãi dành cho phát triển công nghiệp của Ethiopia và một tầm nhìn rõ ràng của Chính phủ nước này đã giúp ngành công nghiệp nói chung và ngành dệt may nói riêng thay máu. Trong tương lai gần, Ethiopia nhiều khả năng sẽ nổi lên là quốc gia xuất khẩu hàng dệt may đáng kể. Như vậy sự cạnh tranh về đơn hàng và giá cả giữa các quốc gia giá rẻ trên chuỗi cung ứng dệt may thế giới sẽ còn khốc liệt hơn nữa ●



TỰ CHỦ ĐẠI HỌC TẠI ĐH CÔNG NGHIỆP DỆT MAY HÀ NỘI: *Kinh nghiệm và Định hướng phát triển*

Bài: **TS. HOÀNG XUÂN HIỆP**

HIỆU TRƯỞNG TRƯỜNG ĐHCNDM HÀ NỘI

TỰ CHỦ ĐẠI HỌC LÀ MỘT TRONG NHỮNG ĐỊNH HƯỚNG NỔI BẬT CỦA QUÁ TRÌNH THỰC HIỆN CHỦ TRƯỞNG ĐỔI MỚI CĂN BẢN, TOÀN DIỆN GIÁO DỤC VIỆT NAM NHẪM ĐÁP ỨNG YÊU CẦU CÔNG NGHIỆP HÓA, HIỆN ĐẠI HÓA ĐẤT NƯỚC.

Tự chủ đại học là một trong những định hướng nổi bật của quá trình thực hiện chủ trương đổi mới căn bản, toàn diện giáo dục Việt Nam nhằm đáp ứng yêu cầu công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước. Trong giai đoạn từ năm 2005 đến nay, Đảng, Nhà nước và Chính phủ đã ban hành nhiều chính sách, quy định để đẩy mạnh quá trình tự chủ đại học. Tuy nhiên, tính đến tháng 02/2018, ngoài hai đại học Quốc gia, mới chỉ có 23 Trường đại học công lập (chiếm 13,6 % số trường đại học công lập trên cả nước) thực hiện mô hình thí điểm tự chủ đại học theo Nghị quyết số 77/NQ-CP ngày 24/10/2014 của Chính phủ. Như vậy việc triển khai mô hình tự chủ đại học tại Việt Nam khá chậm, trong thực tế, nhiều trường đại học công lập tại Việt Nam còn khá do dự khi Chính phủ đề cập đến vấn đề tự chủ của trường. Chính vì vậy, tham luận này hướng đến việc đánh giá thực trạng công tác thực hiện tự chủ đại học tại Việt Nam thông qua phân tích một mô hình điển hình là Trường Đại học Công nghiệp Dệt May Hà Nội, một trường đại học công lập được giao quyền tự chủ, không có cơ quan chủ quản, từ đó đề xuất các giải pháp và kiến nghị một số chính sách với Chính phủ để thực hiện có hiệu quả mô hình tự chủ đại học tại Việt Nam.

1. MỞ ĐẦU

Tự chủ đại học đã được nghiên cứu ở nhiều nước trên thế giới với ý nghĩa chủ yếu là Trường đại học được tự chủ trong quyết định các vấn đề liên quan đến công tác vận hành Nhà trường, giúp Nhà trường thực hiện được tầm nhìn, sứ mệnh, mục tiêu đề ra trong dài hạn. Tại Việt Nam, vấn đề tự chủ đại học đã được Chính phủ đặt ra từ thập niên 90 của thế kỷ trước gắn liền với mô hình hoạt động của Đại học Quốc gia Hà Nội. Trong khoảng 10 năm trở lại đây, vấn đề tự chủ đại học ở Việt Nam tiếp tục nhận được

sự quan tâm mạnh mẽ hơn của Chính phủ, xã hội và của chính các Trường đại học.

Sự quan tâm của Chính phủ về tự chủ đại học tại Việt Nam được thể hiện rõ ở nhiều văn bản như Nghị quyết 14/2005/NQ-CP ngày 2/11/2005 về đổi mới cơ bản và toàn diện giáo dục đại học Việt Nam giai đoạn 2006 – 2020 khẳng định “Chuyển các cơ sở giáo dục đại học công lập sang hoạt động theo cơ chế tự chủ, có pháp nhân đầy đủ, có quyền quyết định và chịu trách nhiệm về đào tạo, nghiên cứu, tổ chức, nhân sự và tài chính”; Chỉ thị 296/CT-TTg ngày 27/2/2010 của Thủ tướng Chính phủ về đổi mới quản lý giáo dục trong giai đoạn 2010-2012 cũng đề cập đến việc “Phân cấp mạnh mẽ cho các cơ sở giáo dục đại học, đồng thời phát huy cao độ tính tự chủ, tự chịu trách nhiệm, tự kiểm soát bên trong của các trường, trên cơ sở các quy định của nhà nước và của các trường”; Nghị quyết 29/NQ-TW của Ban chấp hành Trung ương khóa XI cũng nêu rõ “Giao quyền tự chủ, tự chịu trách nhiệm cho các cơ sở giáo dục, đào tạo; phát huy vai trò của hội đồng trường”.

Gần đây, vào năm 2014, Chính phủ đã ban hành Nghị quyết số 77/NQ-CP ngày 24/10/2014 trong đó có chi tiết hóa khung nội dung về tự chủ đại học tại Việt Nam bao gồm tự chủ về đào tạo và nghiên cứu khoa học, tổ chức bộ máy và nhân sự, tài chính. Cho đến nay, Chính phủ đã cho phép thực hiện thí điểm cơ chế tự chủ theo Nghị quyết 77/NQ-CP tại 23 trường đại học trong đó, Trường Đại học Công nghiệp Dệt May Hà Nội là Trường đầu tiên được Thủ tướng Chính phủ cho phép hoạt động theo mô hình Trường đại học công lập tự chủ, không có cơ quan chủ quản. Trong khuôn khổ bài báo này, xin được trình bày chủ yếu về kinh nghiệm và định hướng phát triển Trường Đại học Công nghiệp Dệt May Hà Nội sau gần 3 năm được Thủ tướng cho phép hoạt động theo cơ chế tự chủ.

2. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

2.1 PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU TÀI LIỆU

Sử dụng phương pháp nghiên cứu tài liệu để thu thập thông tin thứ cấp liên quan đến việc thực hiện mô hình trường đại học tự chủ trên thế giới và ở Việt Nam. Việc nghiên cứu tài liệu sẽ giúp tạo lập khung lý luận trong nghiên cứu mô hình trường đại học tự chủ; mặt khác phương pháp nghiên cứu này còn cho phép nghiên cứu hệ thống khung khổ pháp lý liên quan đến việc triển khai thực hiện mô hình trường đại học tự chủ tại Việt Nam trong giai đoạn từ 1990 đến 2017. Từ đó định hướng cách tiếp cận cho nghiên cứu mô hình tự chủ đại học tại Trường Đại học Công nghiệp Dệt May Hà Nội.

2.2 PHƯƠNG PHÁP THỐNG KÊ, PHÂN TÍCH, SO SÁNH, TỔNG HỢP

Phương pháp này giúp thống kê số liệu cần nghiên cứu về học thuật, tổ chức bộ máy và nhân sự, tài chính liên quan đến việc vận hành trường đại học tự chủ. Từ đó sẽ tiến hành phân tích, so sánh, tổng hợp các dữ liệu nhằm rút ra các kết luận khoa học về kinh nghiệm tự chủ, định hướng tự chủ đối với các Trường đại học tự chủ tại Việt Nam.

2.3 PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU ĐIỂN HÌNH

Vấn đề tự chủ đại học ở Việt Nam mới được đẩy mạnh và thực sự triển khai trong khoảng 10 năm trở lại đây, số lượng trường đại học tham gia thí điểm tự chủ đại học chưa nhiều, mặt khác công tác tự chủ đại học đều được thực hiện dựa trên quy



định tại Nghị quyết 77/NQ-CP, vì vậy việc chọn Trường Đại học Công nghiệp Dệt May Hà Nội làm điển hình nghiên cứu sẽ thỏa mãn được các tiêu chí sau trong nghiên cứu:

- + Là trường đại học công lập tự chủ nên mang đủ các đặc tính của một trường đại học tự chủ hoạt động theo Nghị quyết 77/NQ-CP;
- + Là trường đại học công lập duy nhất không có cơ quan chủ quản nên hoạt động của Trường có nhiều đặc thù có thể rút ra các kết luận khoa học để đề xuất chính sách.
- + Là trường đại học theo định hướng ứng dụng, định hướng đại diện cho đa số các Trường đại học tại Việt Nam.
- + Là trường đại học đào tạo lĩnh vực kỹ thuật, công nghệ là chủ yếu, một lĩnh vực được đánh giá là khó triển khai hoạt động tự chủ hơn các lĩnh vực khác.

3. KẾT QUẢ VÀ THẢO LUẬN

3.1. THỰC TRẠNG CÔNG TÁC TỰ CHỦ CỦA TRƯỜNG ĐẠI HỌC CÔNG NGHIỆP DỆT MAY HÀ NỘI

3.1.1 Thực trạng Trường Đại học Công nghiệp Dệt May Hà Nội

Trường được thành lập năm 1967 với chức năng đào tạo nguồn nhân lực cho ngành DệtMay Việt Nam. Quy mô đào tạo dao động từ 6.000 - 8.000 học sinh sinh viên chính quy, bên cạnh đó, hằng năm Trường còn đào tạo 2.000 học viên theo đơn đặt hàng của doanh nghiệp dệt may. Hiện nay, Trường có 330 cán bộ công nhân viên khối sự nghiệp và một nhà máy sản xuất tương đương với một doanh nghiệp loại vừa gồm 600 lao động. Tổng số giảng viên là 276 trong đó 51% có trình độ sau đại học; 40% giảng viên vừa có trình độ sau đại học, vừa có kinh nghiệm sản xuất từ 2 - 5 năm. Ngoài ra, trường còn có hệ thống 200 phòng học lý thuyết, thực hành, thí nghiệm với tổng số hơn 3.000 thiết bị hiện đại phục vụ cho đào tạo khối ngành dệt may, thời trang, cơ khí, điện, kinh tế, ngoại ngữ, tin học...

Trường Đại học Công nghiệp Dệt May Hà Nội được nâng cấp thành trường đại học và hoạt động theo mô hình trường đại học công lập không có cơ quan chủ quản từ tháng 6/2015. Trong thực tế, do vướng mắc của các văn bản pháp quy hiện tại và cơ chế hoạt động nên đến tháng 2/2016, Trường mới được Bộ Giáo dục và Đào tạo cho phép đào tạo trình độ đại học, đến tháng 4/2016 Trường mới được Bộ Giáo dục và Đào tạo cho phép mở 3 ngành đại học và đến tháng 8/2016 mới chính thức tuyển sinh và đào tạo đại học. Vì vậy, Trường mới chỉ thực sự hoạt động đầy đủ ở mô hình trường đại học công lập tự chủ, không có cơ quan chủ quản được gần 2 năm.

3.1.2 Thực trạng công tác tự chủ của Trường Đại học Công nghiệp Dệt May Hà Nội

Trong 21 năm qua (từ năm 1995 đến nay tính từ thời điểm trường được điều chuyển về trực thuộc Tập đoàn Dệt May



Việt Nam), công tác tự chủ của trường được thể hiện trên ba mặt học thuật, tổ chức bộ máy và nhân sự, tài chính như sau:

3.1.2.1 Về tài chính

- Trường không có kinh phí nhà nước cấp theo dạng để phục vụ cho chi thường xuyên của bộ máy;
- Trường chỉ được tiếp cận với kinh phí Nhà nước thông qua:
 - + Các hợp đồng đặt hàng đào tạo nguồn nhân lực dệt may hoặc thực hiện đào tạo nguồn nhân lực dệt may theo chiến lược phát triển ngành Dệt May đến 2020 của Chính phủ.
 - + Hợp đồng nghiên cứu khoa học
 - 7/11 ngành đào tạo cao đẳng, 8/12 ngành đào tạo trung cấp chuyên nghiệp và 4/8 nghề tuyển sinh đào tạo từ năm 1995 ít liên quan đến ngành dệt may hoàn toàn tự chủ về kinh phí; 5 ngành đào tạo đại học đã tuyển sinh năm 2016 hoàn toàn tự chủ về kinh phí kể cả các ngành đào tạo cho dệt may.
 - Về đầu tư: Trường được cấp kinh phí đầu tư xây dựng cơ bản từ ngân sách Nhà nước cho đến năm 2011. Từ năm 2012 đến nay, kinh phí đầu tư xây dựng cơ bản do Trường tự chủ.
- Với thực trạng như trên, có thể thấy rằng về tài chính Trường Đại học Công nghiệp Dệt May Hà Nội đã tự chủ chi thường xuyên từ năm 1995 đến 2011 và từ 2012 đến nay, Trường đã bước đầu tự chủ cả phần đầu tư mặc dù mức tự chủ này còn khiêm tốn và chưa đáp ứng được yêu cầu về thiết bị hiện đại cho khối ngành kỹ thuật công nghệ.

3.1.2.2 Về tổ chức bộ máy và nhân sự

- Trường hoàn toàn tự chủ trong khâu tuyển dụng nhân

sự và tổ chức bộ máy để đảm bảo chất lượng đào tạo và hiệu quả hoạt động.

3.1.2.3 Về học thuật

- Đào tạo chính quy: Trường được tự chủ về xây dựng chương trình đào tạo, giáo trình đào tạo trên cơ sở tuân thủ các quy định của các Bộ, Ngành về chương trình khung, cấu trúc chương trình đào tạo (Quyết định 2677) và thông tư 07/2015/TT-BGDĐT mới đây.
- Đào tạo, bồi dưỡng ngắn hạn: Trường tự chủ hoàn toàn trong phát triển chương trình đào tạo và học liệu đào tạo đáp ứng nhu cầu của các doanh nghiệp và cá nhân.
- Nghiên cứu khoa học:
 - + Các đề tài nghiên cứu khoa học cấp Trường: do Trường tự chủ hoàn toàn về định hướng nghiên cứu, nội dung nghiên cứu...trên cơ sở phục vụ cho cải tiến công nghệ tại cơ sở sản xuất, phát triển sản xuất, phát triển các sản phẩm đào tạo có thể thương mại hóa với quy mô lớn.
 - + Các đề tài nghiên cứu khoa học cấp Bộ, ngành: phát triển các nghiên cứu theo nhu cầu của các Bộ, Ngành.

3.2 CÁC HOẠT ĐỘNG HƯỚNG TỚI TỰ CHỦ TOÀN DIỆN TẠI TRƯỜNG ĐẠI HỌC CÔNG NGHIỆP DỆT MAY HÀ NỘI

3.2.1 Thống nhất tư tưởng tự chủ trong toàn trường

- Xây dựng căn trọng và thực chất Chiến lược phát triển

Nhà trường phù hợp với từng giai đoạn với những định hướng lớn như sau:

- + Phát triển trường Đại học Công nghiệp Dệt May Hà Nội theo định hướng ứng dụng, đào tạo nhân lực để “chiến đấu” tại các doanh nghiệp dệt may từ vị trí giám đốc cho đến các vị trí cán bộ kỹ thuật, cán bộ quản lý trực tiếp tại nhà máy.
- + Phát triển mạnh công tác đào tạo nguồn nhân lực cho phương thức sản xuất ODM (Original Design Manufacturer), FOB (Free on Board) để đón đầu sự chuyển hướng của dệt may khi hội nhập vào các Hiệp định thương mại thế hệ mới như TPP và các FTA (Free Trade Agreement) được ký trong thời gian vừa qua.
- + Các hoạt động nghiên cứu khoa học nhằm đưa khoa học công nghệ ứng dụng trực tiếp vào sản xuất và đào tạo nhân lực theo hướng gắn chặt với sản xuất kinh doanh của ngành dệt may.
- + Phát triển mạnh khu vực sản xuất để vừa giúp đảm bảo môi trường thực hành thực tập cho sinh viên, vừa đảm bảo hỗ trợ về tài chính cho đào tạo.
- Các định hướng chiến lược trên được cụ thể hóa vào tất cả các văn bản của trường từ Chiến lược phát triển trường, Nghị quyết đại hội Đảng bộ các cấp, kế hoạch năm học, kế hoạch tháng và được giám sát, chỉ đạo quyết liệt trong các cuộc họp giao ban hằng tháng ở cấp đơn vị chức năng và cấp trường. Công tác chỉ đạo như trên đã giúp tất cả cán bộ giảng viên, công nhân viên trong trường liên tục ý thức được tính thị trường, chất lượng và hiệu quả trong mọi hoạt động của đơn vị nhằm hướng tới nâng dần mức độ tự chủ.

3.2.2 Các hoạt động tự chủ về học thuật

- Hiện nay, trường đang tự chủ trong quản lý và phát triển 39 chương trình đào tạo chính quy và 44 chương trình đào tạo bồi dưỡng nhân lực cho các doanh nghiệp dệt may bao gồm các vị trí giám đốc, cán bộ kỹ thuật, cán bộ quản lý chất lượng, merchandiser, tổ trưởng, chuyên trưởng sản xuất...
- Các chương trình đào tạo nêu trên đều được thiết kế, phát triển và tổ chức thực hiện theo hướng ứng dụng, gắn chặt với doanh nghiệp theo 4 phương pháp chủ yếu sau:
 - + Mời các chuyên gia, cựu sinh viên thành đạt tại doanh nghiệp tham gia thiết kế chương trình đào tạo, giáo trình và học liệu; tham gia nói chuyện chuyên đề về thực tiễn công việc phù hợp với chương trình đào tạo; tham gia các hội đồng đánh giá học viên tốt nghiệp, đặc biệt là các khóa bồi dưỡng theo chuyên đề.
 - + Nội dung chương trình được thiết kế theo hướng nhấn mạnh vào thực hành kỹ năng tư duy tổng hợp giải quyết các vấn đề thực tiễn trong sản xuất kinh doanh và kỹ năng thao tác kỹ thuật. Thời lượng thực hành trong chương trình đào tạo chiếm từ 50%-70% tùy từng trình độ đào tạo và ngành đào tạo.
 - + Đội ngũ giảng viên của Trường vừa có trình độ sau đại học, vừa có kinh nghiệm công tác tại doanh nghiệp từ 2-5 năm.
 - + Sinh viên được tiếp cận với môi trường doanh nghiệp



và được tham gia vào sản xuất sản phẩm theo thị trường từ năm thứ hai, được bố trí phòng tự học thực hành ngoài giờ lên lớp.

- Các đề tài nghiên cứu khoa học các cấp hướng mạnh vào nghiên cứu ứng dụng, một số nghiên cứu cụ thể như sau:

+ Nghiên cứu tư vấn triển khai sản xuất tinh gọn LEAN cho các doanh nghiệp dệt may. Kết quả nghiên cứu đã giúp Trường xây dựng được quy trình triển khai sản xuất tại nhà máy may với cam kết năng suất tăng ít nhất 20% so với trước khi triển khai.

+ Nghiên cứu phát triển các chương trình đào tạo đặc thù như: giám đốc nhà máy dệt may, Merchandiser chuyên ngành dệt may, cán bộ thiết kế và vận hành hệ thống quản lý chất lượng trong doanh nghiệp dệt may, thiết kế thời trang công nghiệp...

+ Nghiên cứu triển khai mô hình doanh nghiệp thuộc trường: kết quả là trường đã có một trung tâm sản xuất dịch vụ với 600 lao động, chuyên sản xuất hàng xuất khẩu và thiết kế để bán nội địa;

+ Nghiên cứu chuyển giao nhân lực trọn gói cho một nhà máy dệt may từ vị trí giám đốc đến các vị trí trực tiếp sản xuất.

3.2.3 Các hoạt động tự chủ về tổ chức bộ máy và nhân sự

- Từ năm 2014 trở về trước, trường được phép tự đề xuất bộ máy, cơ cấu tổ chức, nhân sự trong một giai đoạn phát triển nhất định và trình cơ quan chủ quản phê duyệt trong Quy chế tổ chức và hoạt động của Trường. Sau đó trường được hoàn toàn tự chủ trong khâu tổ chức bộ máy, tuyển dụng, sử dụng nhân sự theo nhu cầu theo đúng quy định trong Quy chế. Tuy vậy, ban giám hiệu vẫn do cơ quan chủ quản bổ nhiệm.

- Từ năm 2015 trở lại đây, Quy chế tổ chức và hoạt động của Trường do Trường tự chủ xây dựng và quyết định ban hành,

vì vậy vấn đề tổ chức, nhân sự được nâng mức tự chủ lên một bước. Tuy vậy, Chủ tịch Hội đồng Trường, Ban giám hiệu vẫn do cơ quan Nhà nước quyết định bổ nhiệm hoặc công nhận dựa trên đề xuất của Trường.

- Với đặc thù là Trường tự chủ nên vấn đề tổ chức, nhân sự được thực hiện tại Trường Đại học Công nghiệp Dệt May Hà Nội thực sự có tính tự chủ cao, tiêu chí được đề cao nhất khi thiết kế bộ máy tổ chức là tính hiệu quả, năng động trong giải quyết các vấn đề thực tiễn của Trường, các yếu tố khác rất ít ảnh hưởng đến cơ cấu tổ chức, nhân sự của Trường. Việc điều chỉnh bộ máy căn cứ vào các tiêu chí chủ yếu sau:

+ Kết quả khảo sát mức độ hài lòng của người học hàng năm đối với giảng viên và tất cả các đơn vị chức năng khác trong trường

+ Kết quả thực hiện kế hoạch năm học

- Tự chủ trong đào tạo, bồi dưỡng giảng viên: ngoài việc cử giảng viên đi đào tạo ở trình độ sau đại học, mỗi năm, trường cử 10% giảng viên đi thực tế tại doanh nghiệp với thời gian từ 6 tháng – 1 năm ở dạng hưởng lương tại doanh nghiệp.

3.2.4 Các hoạt động tự chủ về tài chính

Nghị định 16/2015/NĐ-CP của Chính phủ yêu cầu các đơn vị sự nghiệp thực hiện tự chủ tài chính theo lộ trình sau:

- Đến năm 2016: Tính đủ chi phí tiền lương, chi phí trực tiếp (chưa tính chi phí quản lý và chi phí khấu hao tài sản cố định);

- Đến năm 2018: Tính đủ chi phí tiền lương, chi phí trực tiếp và chi phí quản lý (chưa tính chi phí khấu hao tài sản cố định);

- Đến năm 2020: Tính đủ chi phí tiền lương, chi phí trực tiếp, chi phí quản lý và chi phí khấu hao tài sản cố định.

Căn cứ vào lộ trình trên, Trường Đại học Công nghiệp Dệt

May Hà Nội đã tổ chức thực hiện các bước đi để tiến tới tự chủ thực sự về tài chính bằng những giải pháp sau:

- Về vật tư cho thực hành, thực tập: đây là yếu tố có tác động rất lớn đến chi phí đào tạo cũng như chất lượng đào tạo vì vậy bài toán đặt ra là phải tìm đủ vật tư cho sinh viên thực hành nhưng không được để tác động quá lớn đến chi phí đào tạo. Giải pháp mà Trường đã sử dụng là nhận sản phẩm từ thị trường hoặc tự thiết kế sản phẩm hoặc lấy sản phẩm từ nhà máy của trường vào cho sinh viên học tập phù hợp với chương trình đào tạo. Giải pháp này giúp giải quyết 3 vấn đề:

+ Sinh viên được thực hành bằng sản phẩm nhận từ thị trường, sai hỏng đều phải bồi thường, vì vậy ý thức và tác phong công nghiệp cũng như kỹ năng, kỹ xảo của sinh viên được hình thành nhanh chóng và bền vững ngay từ trong quá trình đào tạo.

+ Nhà trường không phải chi phí cho việc mua vật tư để sinh viên thực hành, giảm gánh nặng về học phí cho sinh viên, mức độ tự chủ về tài chính của Trường được nâng cao mà không làm tăng giá thành đào tạo, nâng cao năng lực cạnh tranh của Trường.

+ Sinh viên được trả lương theo số sản phẩm thực hành, thực tập. Trong giai đoạn thực tập, thu nhập của sinh viên thường đạt khoảng 1-3 triệu đồng/sinh viên/tháng, giúp sinh viên phần nào trang trải chi phí học tập, hình thành ý thức yêu lao động trong sinh viên.

- Về mức thu học phí chính quy: Trường chỉ thu với mức bằng 50% đến 60% mức quy định trong Nghị định 86/2015/NĐ-CP đối với các Trường tự chủ theo từng giai đoạn nên khả năng thu hút sinh viên khá tốt (ở trình độ cao đẳng trở xuống, 90% sinh viên của Trường xuất thân từ vùng nông thôn, miền núi do chiến lược phát triển ngành dệt may là chuyển về vùng nông thôn và miền núi, không thể thu học phí cao với các đối tượng này)

- Về mức thu học phí đối với các khóa đào tạo, bồi dưỡng ngắn hạn tại doanh nghiệp: học phí được thu trên cơ sở lấy thu bù chi có tính cả khấu hao tài sản cố định. Mức học phí dao động trong khoảng từ 2,2 triệu/tháng đến 6 triệu/tháng tùy từng khóa học và địa điểm đào tạo.

- Về chi phí chuyển giao công nghệ: mức thu tương đương khoảng 70% mức tăng doanh thu do tăng năng suất lao động sau chuyển giao công nghệ trong vòng 3 tháng.

- Nguồn thu từ kết quả sản xuất kinh doanh của trung tâm sản xuất dịch vụ với 600 lao động: doanh thu khoảng 60-65 tỷ/năm, lợi nhuận 2-4 tỷ/năm và khấu hao khoảng 4 tỷ/năm.

- Tổng ngân sách hoạt động một năm của Trường Đại học Công nghiệp Dệt May Hà Nội khoảng 110-120 tỷ. Nếu chỉ tính các nguồn thu đóng góp vào năng lực tự chủ tài chính cho công tác đào tạo của Trường thì tỷ lệ cơ cấu các nguồn thu như sau:

+ Đào tạo theo đơn đặt hàng ngắn hạn của doanh nghiệp: 10%-15%

+ Chuyển giao công nghệ: 5%-7%

+ Sản xuất: 20%-25% (bao gồm cả khấu hao)

+ Học phí chính quy: 60-80%

3.3. MỘT SỐ ƯU, NHƯỢC ĐIỂM CỦA MÔ HÌNH TRƯỜNG ĐẠI HỌC TỰ CHỦ KHÔNG CÓ CƠ QUAN CHỦ QUẢN ĐƯỢC THỰC HIỆN TẠI TRƯỜNG ĐẠI HỌC CÔNG NGHIỆP DỆT MAY HÀ NỘI

3.3.1 Ưu điểm

Trường chủ động hơn trong quyết định chiến lược phát triển và các vấn đề quan trọng của Trường đã được ghi trong nghị quyết 77/NQ-CP. Có thể nêu ra đây một vài ưu điểm lớn như sau:

- Được tự chủ quyết định mở ngành đào tạo

- Được tự chủ quyết định mức thu học phí

- Được tự chủ quyết định liên kết đào tạo trong và ngoài nước

- Được quyết định thu nhập để thu hút giảng viên có trình độ cao

Trên đây là những ưu điểm của mô hình tự chủ, còn yếu tố “không có cơ quan chủ quản” thì Trường chưa thấy có ưu điểm nào vì các văn bản pháp quy hiện tại chỉ quy định hai loại trường là tư thục và công lập. Đã là Trường công lập thì bắt buộc phải trực thuộc một cơ quan Nhà nước nào đó, vì vậy chưa có khuôn khổ pháp lý để Trường “không có cơ quan chủ quản” hoạt động, Trường Đại học Công nghiệp Dệt May Hà Nội vẫn phải hoạt động như đối với Trường có cơ quan chủ quản.

3.3.2. Nhược điểm

- Về học thuật: Hiện nay, Luật giáo dục đại học phân chia các cơ sở giáo dục đại học thành ba tầng theo định hướng nghiên cứu, ứng dụng, thực hành. Ba định hướng này có mục tiêu đào tạo khác nhau do vậy yêu cầu thiết kế chương trình đào tạo cũng phải khác nhau, đội ngũ giảng viên yêu cầu khác nhau và cơ sở vật chất phục vụ thí nghiệm, thực hành cũng rất khác nhau. Tuy vậy, khuôn khổ pháp lý về mở ngành, yêu cầu về đội ngũ giảng viên, cơ sở vật chất lại giống nhau và thiên về định hướng nghiên cứu, như vậy sẽ ảnh hưởng không tốt tới khả năng tự chủ về học thuật của các Trường theo định hướng ứng dụng và thực hành.

- Về tổ chức bộ máy, nhân sự

+ Điều 16, khoản 3a Luật giáo dục đại học có nêu cơ quan chủ quản phải có một thành viên tham gia Hội đồng Trường. Nếu không có cơ quan chủ quản thì Trường không thể thực hiện được nội dung này.

+ Khoản 4 điều 16 của Luật giáo dục đại học có ghi Chủ tịch hội đồng trường do thủ trưởng cơ quan nhà nước có thẩm quyền bổ nhiệm; tại khoản 1 điều 20 của Luật giáo dục đại học cũng có ghi Hiệu trưởng do cơ quan nhà nước có thẩm quyền bổ

nhệm hoặc công nhận. Hơn nữa, tại khoản 4, điều 8 của Nghị định 16/2005/NĐ-CP có quy định về việc Hội đồng quản lý của Trường phải do cơ quan có thẩm quyền thành lập đơn vị bổ nhiệm. Như vậy vai trò của Bộ chủ quản trong việc quyết định bộ máy nhân sự của Trường vẫn còn khá rõ, nếu không có cơ quan chủ quản thì không thể thực hiện được các nội dung trên.

- Về các thủ tục đầu tư: Tuy rằng trường là đơn vị không có cơ quan chủ quản nhưng các thủ tục trình tự quyết định về đầu tư vẫn đang phải thực hiện giống như khi có cơ quan chủ quản vì chưa có hướng dẫn nào khác để Trường thực hiện các thủ tục này do nguồn đầu tư dù là nguồn tự có của Trường nhưng vẫn là vốn Nhà nước.

3.4. ĐỊNH HƯỚNG PHÁT TRIỂN NHẪM HƯỚNG TỚI TỰ CHỦ TOÀN DIỆN TẠI TRƯỜNG ĐẠI HỌC CÔNG NGHIỆP DỆT MAY HÀ NỘI

3.4.1 Định hướng về học thuật

Tiếp tục phát triển các chương trình, học liệu đào tạo theo hướng ứng dụng, gắn chặt với doanh nghiệp dệt may, tập trung vào đào tạo nguồn nhân lực phục vụ cho phương thức sản xuất ODM, FOB (Free On Board) và nguồn nhân lực giúp nâng cao năng lực cạnh tranh cho các doanh nghiệp dệt may; kết hợp với tăng cường hợp tác quốc tế để phát triển các chương trình đào tạo chất lượng cao theo hướng này.

Đa dạng hóa các khóa học ngắn hạn theo hướng cập nhật các kỹ năng quản lý, kỹ năng kỹ thuật đáp ứng yêu cầu nâng cao giá trị gia tăng, năng suất lao động và chất lượng sản phẩm cho các doanh nghiệp dệt may.

Tiếp tục nghiên cứu các đề tài khoa học mang tính ứng dụng cao cho các doanh nghiệp dệt may như: Quy trình triển khai sản xuất theo phương thức ODM, FOB phù hợp với điều kiện của doanh nghiệp dệt may Việt Nam; phương thức khai thác thị trường nội địa và thâm nhập thị trường quốc tế phù hợp với các doanh nghiệp dệt may Việt Nam; tác động của mức độ sáng tạo đến hiệu quả sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp dệt may...

Tiếp tục tổ chức chuyển giao công nghệ từ kết quả nghiên cứu các đề tài cho các doanh nghiệp dệt may theo hướng kết quả đề tài sẽ giúp nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh trong ngắn hạn và dài hạn.

Tổ chức cho sinh viên thực tập có hưởng lương tại các doanh nghiệp nước ngoài cùng ngành đào tạo. Liên kết với các doanh nghiệp trong đào tạo các ngành kỹ thuật công nghệ yêu cầu đầu tư lớn như công nghệ sản xuất sợi, dệt, nhuộm...

Tập trung củng cố các kỹ thuật liên quan đến đảm chất lượng chung toàn trường và đảm bảo chất lượng từng khóa học, từng giờ giảng với quan điểm mỗi giờ giảng phải là một sản phẩm tri thức có chất lượng cao và đáp ứng yêu cầu thị trường.

3.4.2 Định hướng về tổ chức bộ máy, nhân sự

Thành lập bộ phận marketing chuyên nghiệp trong trường nhằm tổ chức tìm kiếm và khai thác thị trường đào tạo và tư vấn chuyển giao công nghệ một cách chuyên nghiệp và hiệu quả hơn.

Tiếp tục thực hiện chủ trương mỗi năm cử 10% giảng viên đi thực tế tại doanh nghiệp có công nghệ hiện đại và hiệu quả kinh doanh tốt; thời gian đi từ 6 tháng – 1 năm và hưởng lương tại doanh nghiệp.

3.4.3 Định hướng về tài chính

Phát triển các chương trình ứng dụng ở bậc đại học có chất lượng cao để vừa nâng cao chất lượng nguồn nhân lực đáp ứng phương thức sản xuất ODM, FOB, vừa có thể thu mức học phí cao hơn. Phấn đấu duy trì tỷ lệ nguồn thu từ đào tạo chính quy đạt 50-70%.

Mở rộng thị trường đào tạo cán bộ quản lý, cán bộ kỹ thuật chuyên ngành dệt may và thu học phí theo nguyên tắc thu bù chi, bao gồm cả khấu hao. Phấn đấu nâng cơ cấu nguồn thu từ hợp đồng đào tạo ngắn hạn lên 15-20% trong tổng nguồn thu vào năm 2020.

Mở rộng thị trường tư vấn ứng dụng kỹ thuật, công nghệ giúp doanh nghiệp nâng cao năng lực cạnh tranh và tiết kiệm chi phí. Phấn đấu mỗi năm tư vấn cho 2-3 doanh nghiệp.

Phát triển mạnh khu vực sản xuất theo định hướng đẩy mạnh phương thức sản xuất ODM, FOB. Duy trì tỷ trọng cơ cấu nguồn từ sản xuất đóng góp cho đào tạo ở mức 20%-25%.

3.5. MỘT SỐ KIẾN NGHỊ VỚI CHÍNH PHỦ, CÁC BỘ NGÀNH

- Đề nghị Chính phủ, Bộ Giáo dục và Đào tạo xây dựng và ban hành văn bản về tiêu chí phân tầng giáo dục đại học theo ba định hướng nghiên cứu, ứng dụng và thực hành để các cơ sở giáo dục đại học cơ sở pháp lý xây dựng chiến lược phát triển trường cũng như chuẩn bị các điều kiện kiểm định trường theo đúng quy định.

- Đề nghị Chính phủ, Bộ Giáo dục và Đào tạo các cơ quan hữu quan của Nhà nước nghiên cứu ban hành các văn bản hướng dẫn cụ thể cho các trường Đại học công lập hoạt động theo mô hình tự chủ không có cơ quan chủ quản trong vấn đề quyết định bổ nhiệm nhân sự và phạm vi, quyền hạn tự chủ trong các quyết định đầu tư.

- Các ngành kỹ thuật là các ngành cần chi phí đào tạo lớn, nguồn thu không đảm bảo bù đắp chi phí đào tạo nhưng lại vô cùng cần thiết để đảm bảo cơ cấu nhân lực nhằm đưa đất nước sớm trở thành một nước công nghiệp theo hướng hiện đại sau năm 2020. Vì vậy kiến nghị Chính phủ nhanh chóng đưa ra lộ trình đặt hàng sự nghiệp công cho các ngành đào tạo cụ thể, nhất là khối kỹ thuật, tránh tình trạng như hiện nay, các trường tự thực hoặc ngay cả các trường đại học quốc tế có thông báo

tuyển sinh năm 2018 cũng không định hướng đào tạo kỹ thuật do sức ép về chi phí và lợi nhuận. Nếu để tình trạng này diễn biến trong thời gian dài có thể tác động xấu tới cơ cấu nhân lực phục vụ cho phát triển kinh tế của đất nước. Mặt khác, nếu không có cơ chế đặt hàng thì sẽ có tác động làm giảm khả năng tự chủ của các Trường công lập do các Trường vẫn phải thực hiện nhiệm vụ chính trị là đào tạo nguồn nhân lực kỹ thuật cho nền kinh tế, đặc biệt là đối với các trường thuộc ngành dệt may khi 90% sinh viên tuyển từ các vùng nông thôn, miền núi, không thể thu mức học phí cao được.

- Cần có khung pháp lý quy định trách nhiệm của doanh nghiệp đối với quá trình đào tạo, vì muốn quá trình đào tạo phù hợp với nhu cầu của doanh nghiệp, hơn nữa lại nâng cao khả năng tự chủ của các Trường thì những đóng góp của doanh nghiệp cho Trường trong khâu xác định nhu cầu đào tạo, tổ chức thực tập, trả chi phí đào tạo khi nhận sinh viên tốt nghiệp... cần được văn bản hóa về pháp lý. Bên cạnh đó cũng kiến nghị Chính phủ có những ưu đãi cho những doanh nghiệp tích cực phối hợp với các trường trong quá trình đào tạo, ví dụ có thể có ưu đãi về thuế...

4. KẾT LUẬN

Tự chủ đại học là con đường phát triển tất yếu của quản trị đại học trong tương lai tại Việt Nam. Đây là chính sách đúng đắn của Đảng, Nhà nước và Chính phủ nhằm thúc đẩy quá trình nâng cao chất lượng đào tạo đại học tại Việt Nam lên ngang tầm với các trường đại học trong khu vực và trên thế giới. Trong giai đoạn đầu của quá trình thực hiện tự chủ đại học, đã có nhiều Trường phát huy tốt vị thế của trường tự chủ, tận dụng cơ hội tự chủ để tiếp tục phát triển nhanh và mạnh. Bên cạnh đó vẫn còn có nhiều vướng mắc và bất cập về cơ chế, chính sách trong quá trình thực hiện tự chủ đại học cần được tháo gỡ để tạo hành lang pháp lý cho các cơ sở giáo dục đại học công lập tự tin hơn bước vào giai đoạn mới, giai đoạn tự chủ, tự quyết định vận mệnh của mình đi kèm với trách nhiệm giải trình trước xã hội ●

5. TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Bộ Công Thương (2008), Quyết định số 39/2008/QĐ-BCT phê duyệt Chương trình đào tạo nguồn nhân lực ngành Dệt May Việt Nam đến năm 2015, tầm nhìn đến năm 2020, Hà Nội
- [2] Bộ Công Thương (2014), Quyết định số 3218/2014/QĐ-BCT phê duyệt Quy hoạch phát triển ngành công nghiệp dệt may Việt Nam đến 2020, tầm nhìn đến 2030, Hà Nội
- [3] Chính phủ (2005), Nghị quyết 14/2005/NQ-CP về đổi mới căn bản và toàn diện giáo dục đại học Việt Nam giai đoạn 2006-2020, Hà Nội
- [4] Chính phủ (2008), Quyết định số 36/2008/QĐ-TTg phê duyệt Chiến lược phát triển ngành công nghiệp Dệt May Việt Nam đến năm 2015, định hướng đến 2020, Hà Nội.
- [5] Chính phủ (2010), Chỉ thị 296/CT-TTg về đổi mới quản lý giáo dục đại học giai đoạn 2010 – 2012, Hà Nội
- [6] Chính phủ (2014), Nghị quyết 77/NQ-CP về việc thí điểm đổi mới cơ chế hoạt động đối với các cơ sở giáo dục đại học công lập giai đoạn 2014-2017, Hà Nội
- [7] Chính phủ (2014), Quyết định số 70/2014/QĐ-TTg về việc ban hành điều lệ Trường đại học, Hà Nội
- [8] Chính phủ (2015), Nghị định 16/2015/NĐ-CP về việc quy định cơ chế tự chủ của đơn vị sự nghiệp công lập, Hà Nội
- [9] Quốc hội (2013), Luật số 08/2012/QH13 về việc ban hành Luật giáo dục đại học, Hà Nội

TRONG BỐI CẢNH CẠNH TRANH KHỐC LIỆT, CẢI TỔ DOANH NGHIỆP ĐỂ THÍCH NGHI LIÊN TỤC LÀ VẤN ĐỀ SỐNG CÒN CỦA MỖI DOANH NGHIỆP. BẮT KỂ QUY MÔ CỦA CÔNG TY HAY NGÀNH NGHỀ HOẠT ĐỘNG, TẤT CẢ CÁC NHÀ LÃNH ĐẠO PHẢI ĐÓNG VAI TRÒ LÀ KIẾN TRÚC SƯ CỦA TƯƠNG LAI CHO TỔ CHỨC CỦA HỌ.

Tái tạo lại tầm nhìn chiến thắng, đưa ra các lựa chọn đúng đắn và quan trọng nhất là xây dựng năng lực tổ chức phù hợp. Tuy nhiên, 70% những nỗ lực cải cách đều thất bại! Nhưng có một tin tốt lành, đó là có rất nhiều cơ hội mới ở các thị trường với dân số trẻ và nền kinh tế đang phát triển như Việt Nam chúng ta. Tuy nhiên những luật lệ cũ của cạnh tranh thì không còn đúng nữa và tham vọng cho sự phát triển, cũng như những lo lắng về tương lai chính là những vấn đề cấp thiết chung của hầu hết các nhà lãnh đạo doanh nghiệp. Câu chuyện về sự tăng trưởng đang thay đổi, tương lai doanh nghiệp và bối cảnh kinh doanh ngày càng trở nên khó đoán...

Tiến sĩ Alok, Phó chủ tịch cấp cao về chiến lược của Canon châu Á,

cho rằng: **“Một trong những thử thách lớn nhất trong việc xây dựng năng lực cạnh tranh bền vững là giúp nhân viên chuyển từ tư duy kinh nghiệm sang tư duy sáng tạo.** Ví dụ, hầu hết các doanh nghiệp đều có bộ phận marketing chịu trách nhiệm của việc thu hút, chăm sóc khách hàng mới và giữ chân khách hàng trung thành. Nhưng sự thật đó là trách nhiệm của toàn bộ các phòng ban, mọi thành viên trong tổ chức để hướng tới việc xây dựng “Trải nghiệm khách hàng” trong kỷ nguyên của cuộc cách mạng công nghiệp 4.0. Cuối cùng, vai trò của lãnh đạo phải bắt đầu bằng việc đánh giá nguồn lực hiện tại trong bối cảnh mới để xây dựng một lộ trình phát triển bền vững.”

Chúng ta cùng trò chuyện với Tiến sĩ Alok về những vấn đề nóng của doanh nghiệp trong thời buổi siêu cạnh tranh này.



TIẾN SĨ ALOK,
PHÓ CHỦ TỊCH CAO CẤP
VỀ CHIẾN LƯỢC CỦA
CANON CHÂU Á

Bài: **KIỀU BÍCH HẬU**

PHẢI LUÔN ĐỔI MỚI TƯ DUY



CẢI TIẾN KHÔNG NGỪNG

- Xin Tiến sĩ cho biết lý do chỉ 10% các doanh nghiệp khởi nghiệp có thể duy trì và phát triển được, còn 90% bị thất bại?

- Một doanh nghiệp khởi nghiệp muốn tồn tại và phát triển phải luôn có sự tương thích với thị trường, nghĩa là luôn phải có định hướng tốt và quan tâm hợp lý tới khách hàng của mình. Bên cạnh đó là luôn phải chuẩn bị tốt cho tương lai. Hầu hết các doanh nghiệp khởi nghiệp thất bại là do phải đối mặt với ba vấn đề lớn: Một là do thị trường luôn thay đổi với tốc độ chóng mặt, do đó, doanh nghiệp phải luôn đổi mới tư duy, thử nghĩ xem mọi thứ cách đây 20 năm khác xa như thế nào. Vì vậy khi không thể đổi mới, sáng tạo hàng ngày thì sẽ không thể thích nghi với thị trường. Hai là phải luôn đưa ra những lựa chọn phong phú cho khách hàng. Xưa kia chúng ta chỉ cần làm thật tốt sản phẩm là yên tâm, nhưng nay, cần tạo ra những dịch vụ để tạo giá trị gia tăng cho khách hàng, tạo cảm tình của họ thì mới giữ được họ. Ba là cần duy trì và tăng năng lực cạnh tranh trong từng ngày. Từ khóa trong vấn đề này là “cải tiến”. Bạn hãy luôn suy nghĩ, động não cật lực để cải thiện năng lực cạnh tranh của mình nếu không muốn bị biến mất khỏi thị trường.

TIẾN SĨ ALOK BHARADWAJ TỪNG LÀ PHÓ CHỦ TỊCH CAO CẤP, PHỤ TRÁCH CHIẾN LƯỢC CỦA CANON CHÂU Á - TRỤ SỞ ĐẶT TẠI SINGAPORE. TRƯỚC ĐÂY ÔNG TỪNG LÀ PHÓ CHỦ TỊCH KIỂM GIÁM ĐỐC ĐIỀU HÀNH CANON ẤN ĐỘ, NƠI ÔNG ĐÃ PHÁT TRIỂN KINH DOANH TỪ 15 TRIỆU USD ĐẾN 350 TRIỆU USD - MỘT BƯỚC NHẢY VỌT 20 LẦN TRONG VÒNG 13 NĂM.

CÁC VỊ TRÍ TỪNG ĐẢM NHIỆM:

- **GIÁM ĐỐC BÁN HÀNG** VOLTAS 06/1985 - 02/1989
- **GIÁM ĐỐC MARKETING** USHA INTERNATIONAL 03/1989 - 09/1994
- **GIÁM ĐỐC BÁN HÀNG** MOTOROLA KHU VỰC NAM Á 10/1994 - 05/2001
- **PHÓ CHỦ TỊCH KIỂM GIÁM ĐỐC ĐIỀU HÀNH** CANON ẤN ĐỘ 06/2001 - 12/2014
- **PHÓ CHỦ TỊCH CAO CẤP, PHỤ TRÁCH CHIẾN LƯỢC** CỦA CANON TẠI CHÂU Á 02/2017 - 06/2017

- Vậy làm thế nào để luôn tăng trưởng doanh thu, có lợi nhuận và tồn tại được trong thời buổi kinh doanh cạnh tranh khốc liệt hiện nay?

- So với hai thập kỷ trước thì hiện nay, có ba yếu tố nền tảng mà các doanh nghiệp cần quan tâm: Một là trải nghiệm khách hàng. Lấy Grab làm ví dụ. Với trải nghiệm mới mẻ, khách hàng sẽ chọn họ thay vì taxi truyền thống. Nếu không thay đổi, thì rất có thể một ngày nào đó anh sẽ bị loại khỏi thị trường dù sản phẩm của anh vẫn đang tốt. Trước kia, doanh nghiệp chỉ cần quan tâm rằng làm thế nào để khách hàng mua hàng của mình. Nay cần quan tâm làm thế nào để có thể chia sẻ sự quan tâm đến lợi ích, sự đồng cảm với

khách hàng, làm thế nào để khách hàng yêu thương hiệu của mình, để thương hiệu hằn sâu trong tâm trí họ. Hai là doanh nghiệp cần phát triển con người thông qua văn hóa doanh nghiệp. Qua đó mà tạo sự hăng say làm việc trong tổ chức, để tập thể tạo nên giá trị cho doanh nghiệp. Xây dựng một nền tảng văn hóa doanh nghiệp vững mạnh. Ba là doanh nghiệp cần tạo sự gắn kết từng con người trong tổ chức của mình. Trong một doanh nghiệp luôn có những người ở lứa tuổi khác nhau, quan niệm và lối sống khác nhau. Vì thế cần quan tâm đến những khác biệt để tìm cách hữu hiệu, gắn kết họ lại với nhau, thành một cộng đồng chung tay hành động vì một mục tiêu chung.

- Vàng, thưa ông, có một thực tế là trong doanh nghiệp, những người trẻ sẽ khó thoải mái khi họ không được tự do nói lên quan điểm, chia sẻ những sáng tạo của mình trong công việc. Bởi những người thuộc thế hệ 5X hay 6X lại đang là cấp trên của họ, và cứ muốn họ tuân thủ mệnh lệnh, không bàn cãi, cứ muốn họ phải phục tùng thứ tự trên dưới đã được sắp sẵn từ lâu... Vậy chúng ta phải làm thế nào để phá tảng băng khoảng cách thế hệ?

- Chúng ta phải tăng năng lực cạnh tranh, tôi cần nhắc lại, và một trong những cách đó là phải tận dụng được trí tuệ tập thể. Nếu không kết nối được các thế hệ nhân viên trong doanh nghiệp, thì bạn sẽ thất bại. Hãy xem cách Facebook kết nối mọi người như thế nào. Tại sao cả thế giới lại thích dùng Facebook, vì họ được thoải mái, tự do phát biểu cảm nghĩ, quan điểm, chia sẻ ý tưởng mới, tạo lập giá trị mới. Làm sao để trong doanh nghiệp của bạn, người trẻ cũng sẽ cảm thấy như vậy, hành động như họ muốn. Ví dụ như trong một văn phòng làm việc tại doanh nghiệp của bạn, thế hệ những người sinh năm 1950-1970 là thế hệ X, và thế hệ những người sinh năm 1980 - 1990 là thế hệ Z. Thế hệ Z rất khác với thế hệ X. Ta phải quản lý thế hệ Z khác với thế hệ X thì mới tận dụng được năng lực của họ. Thế hệ X thường sợ Sếp, mọi thứ phải xin phép cấp trên mới dám thực hiện. Cấp trên ra mệnh lệnh, cấp dưới thực thi, không cần thảo luận, không cần đưa ý kiến, cứ lệnh ra là phải làm. Thế hệ Z có quan điểm khác, giá trị được tạo ra bởi sự kết nối với nhau và tự do sáng tạo, tự do quan điểm. Họ kết nối với nhau để tạo ra giá trị mới. Họ có quyền tự do nêu quan điểm, tạo ra giá trị, không theo lối cũ. Thế hệ Z sẽ tạo ra sự thay đổi lớn cho kinh doanh hôm nay. Họ tạo nên một cộng đồng cân bằng, kết nối chặt chẽ, 24/24h để cùng nhau tạo nên giá trị mới. Đó là một phong cách thế hệ Z, phong cách Facebook.

CHUYỂN HÓA CHÍNH MÌNH TRƯỚC TIÊN



- Như ông có lần đề cập về sự chuyển hóa tất yếu mà mọi doanh nghiệp đều cần thực hiện, và ông cũng từng chuyển hóa thành công doanh nghiệp khi ông là Phó Chủ tịch cấp cao về chiến lược của Canon châu Á. Ông có thể nói rõ hơn về quá trình chuyển hóa doanh nghiệp, và thực hiện nó như thế nào?

- Trong 15 năm làm việc ở Canon, tôi đã đưa doanh nghiệp từ 15 triệu USD tiến lên doanh nghiệp 350 triệu USD. Về cơ bản, đó là quá trình chuyển hóa hiệu suất kinh doanh. Hay nói rõ hơn, đó là việc làm thế nào để toàn bộ doanh nghiệp làm việc với hiệu suất cao. Hơn ai hết, chủ doanh nghiệp phải có trách nhiệm chuyển hóa chính mình trước, rồi mới có thể chuyển hóa được cả doanh nghiệp của mình. Việc chuyển hóa được hiểu như bạn luôn phải động não nghĩ xem cần phải làm gì, cải tiến gì để khác hơn hôm qua, tiến bộ hơn hôm qua. Với mỗi sự việc, việc làm, chúng ta có thói quen làm như cũ, quan điểm theo cách cũ. Chúng ta nghĩ sáng tạo ra cách mới rất khó khăn, phải thiên tài mới làm được, hoặc phải qua một quá trình nghiên cứu thực sự lâu dài mới phát hiện ra được cách mới, cải mới, sự việc mới. Nhưng không phải như vậy. Có khi chỉ cần bạn đổi cách nghĩ, xoay ngược chiều sự vật, đưa ra nhiều phương án khác nhau, là đã

có sáng tạo mới nảy sinh rồi. Đơn cử, khi tôi đưa cho bạn một tờ giấy hình vuông và yêu cầu bạn tìm cách chia nó ra làm 4 phần đều nhau. Bạn có thể chia đều nó bằng 2 cách, 3 cách, thậm chí 10 cách chia tờ giấy đó ra 4 phần bằng nhau. Cũng có người tìm ra cả trăm cách khác nhau. Bạn thấy đó, đầu óc con người rất sáng tạo, và sáng tạo không có gì khó, bạn có thể sáng tạo hàng ngày, hàng giờ. Khi sáng tạo, là bạn đang chuyển hóa, để tiến bộ, để sống và làm việc hiệu quả hơn.

- Đó quả là một ví dụ hay về chuyển hóa. Vậy với mỗi cá nhân trong doanh nghiệp, phải có bí quyết nào cho họ để họ tăng hiệu suất công việc? Thực tế là trong các doanh nghiệp hiện nay, tìm nhân sự phù hợp đã khó, dạy họ làm việc còn khó hơn, và ép năng suất đối với họ thì khó như lên trời...

- Hãy cho họ thấm nhuần sức mạnh của 1%. Nếu như bây giờ bạn Tip cho nhân viên phục vụ 1 ngàn đồng, họ sẽ không thêm lấy phải không? Nếu bạn cho họ 100 ngàn đồng, họ sẽ mỉm cười với bạn. Tương tự, nếu hôm nay bạn tăng hiệu suất làm việc lên 1%, bạn cũng chẳng thấy có gì là khó khăn cả, chỉ cần dần lên một chút thôi. Bạn hoàn toàn có thể làm được điều đó. Tuy nhiên, vấn đề là ở chỗ này: ngày mai, bạn cũng sẽ

tăng hiệu suất làm việc lên 1% so với hôm qua, và bạn cứ tuân thủ luật 1% đó nghiêm ngặt mỗi ngày. Hãy tưởng tượng xem sau một năm, bạn sẽ tăng hiệu suất công việc lên 38 lần. Điều gì sẽ xảy ra khi ấy, bạn có tin nổi không? Đó là một điều vô cùng kỳ diệu. Ví dụ thu nhập của bạn là 10 triệu đồng/tháng. Nhưng khi bạn tăng hiệu suất lên 38 lần sau một năm, thì thu nhập của bạn sẽ là 380 triệu/tháng. Bạn không dừng lại và vẫn giữ quán tính chạy đua cải thiện hiệu suất công việc tăng lên 1% mỗi ngày, bạn sẽ trở nên siêu giàu. Doanh nghiệp của bạn cũng thế. Và ngược lại, nếu mỗi ngày bạn sa sút và mất đi 1% hiệu suất, thì sau một năm bạn sẽ mất đi 97% nội công, và doanh nghiệp của bạn chắc chắn thất bại.

- Câu chuyện 1% này quả thật thú vị. Vậy theo ông, các doanh nghiệp ở Việt Nam cần chú ý đến những làn sóng nào đang tiến tới? Và sẽ ảnh hưởng thế nào tới doanh nghiệp?

- Chúng tôi thường nói với nhau rằng “Chưa chắc ngày mai sẽ khác” thay vì câu “Hy vọng ngày mai sẽ tốt hơn”. Ngày nay, doanh nghiệp luôn mở to mắt quan sát để xem làn sóng nào đang tiến đến gần mình. Nếu không nhận ra sự thay đổi, cuộc chơi sẽ thay đổi và bạn không hiểu, bạn sẽ bị văng ra ngoài. Bạn thấy đấy, hiện nay hệ thống taxi thay đổi, cách đặt phòng khách sạn cũng thay đổi, và máy bay cũng thế. Chúng ta có trải nghiệm sử dụng mới với Grab, Airbnb... Ta phải nhận ra làn sóng thay đổi nào đang đến để thay đổi công việc kinh doanh của mình. Hiện nay, Việt Nam cũng như các quốc gia khác trên thế giới, phải hứng chịu sự thay đổi nhanh chóng trong mọi ngành công nghiệp, không thể khác được. Đó là ba làn sóng thay đổi lớn mà doanh nghiệp cần quan tâm. Ba làn sóng kết nối đó là: Con người kết nối; Công nghệ kết nối; Trí tuệ kết nối. Chúng đã thay đổi cách mọi người kinh doanh. Doanh nghiệp phải kết nối khách hàng với nhu cầu tạo giá trị thêm cho khách hàng. Không chỉ đơn thuần là bán sản phẩm, mà phải kết nối chặt chẽ với khách hàng bằng dịch vụ tạo thêm giá trị cho khách.

TÍCH HỢP VÀO HỆ SINH THÁI MỚI

- Nghĩa là bối cảnh kinh doanh cũng đã dịch chuyển, thưa Tiến sỹ?

- Đúng vậy, khách hàng hiện nay không gom hàng hóa để dùng, mà tập trung trải nghiệm dịch vụ. Văn hóa sản phẩm đã chuyển sang Văn hóa dịch vụ. Ví dụ thay vì đi taxi thì dùng Grab, thay vì mua cơ sở hạ tầng thì dùng đám mây,... Dịch vụ đã trở nên quan trọng hơn sản phẩm. Ở Canon, thay vì khách hàng mua máy in, thì họ lại tìm máy in có thể copy. Và thay vì tập trung vào sản phẩm, thì phải tập trung vào văn hóa dịch vụ. Trước đây, bạn hay doanh nghiệp của bạn thuộc về một ngành công nghiệp nào đó, ví dụ như dầu khí, dệt may, giáo dục, du lịch, hàng không,... nhưng nay, nó không còn thuộc ngành công nghiệp đó nữa mà chuyển hướng thành nền tảng công nghệ hay hệ sinh thái (trong tổng hòa của một hệ sinh thái sẽ bao gồm nhiều ngành công nghiệp liên quan đến nhau). Đơn cử, khi bạn check-in máy bay, thì đồng nghĩa là bạn cũng check-in luôn dịch vụ taxi, khách sạn. Như vậy, kết nối trong một hệ sinh thái tổng hòa là thế giới mà chúng ta đang bước vào. Vấn đề của doanh nghiệp là xác định xem mình sẽ đi vào hệ

sinh thái chung này được không, và như thế nào.

- Vậy chu kỳ chuyển hóa của doanh nghiệp là bao lâu? 10 năm, 5 năm hay nhanh hơn nữa, thưa Tiến sỹ?

- Tôi muốn chia sẻ với doanh nghiệp Việt Nam về Thuyết chuyển hóa đường đa chân trời. Hãy tưởng tượng rằng tất cả công việc kinh doanh của bạn là tiến tới đường chân trời trong thời gian 2 năm. Điều gì diễn ra trong 2 năm tới? Bạn phải chuyển hóa như thế nào để trong 2 năm sẽ nhảy vọt lên một đường chân trời mới? Tôi chỉ cho bạn thời gian 2 năm để thay đổi phương cách mình đang làm trước khi làn sóng mới ào tới quét bạn ra khỏi cuộc chơi. Bạn nhất định phải tìm ra, chuyển đổi và nhảy lên cao, tới đường chân trời mới. Trong thời gian đó mà bạn không tìm ra phương thức mới để chuyển đổi, thì có nghĩa là doanh nghiệp của bạn đang già cỗi, mất đi thị trường thống lĩnh của mình. Do đó, bạn phải chuyển hóa nhìn theo đường chân trời mới. Nên xem xét hiện tại mình đang tạo cho khách hàng được giá trị nào, và trong 2 năm nữa, mình sẽ tạo nên giá trị nào lớn hơn... Hãy thay đổi liên tục, để tạo nên doanh nghiệp có hiệu suất tăng cao liên tục.

- Xin cảm ơn Tiến sỹ!





 **GARMENT 10 CORPORATION - JSC**
Sai Dong - Long Bien - Ha Noi - Viet Nam
Tel: (844) 3827 6923 / Fax: (844) 3827 6925
Web: www.garco10.com.vn


MAY 10 SERIES





Từ năm 2015-2017, Vinatex đã thực hiện may đồng phục cho hơn 7000 CBCNV của Vietnam Airlines, mỗi người từ 2-3 bộ/năm, với giá trị cộng dồn lên tới gần 250 tỷ đồng. Những đồng phục này đã góp phần tạo nên ấn tượng hình ảnh đẹp, đầy bản sắc Việt trong mắt du khách sử dụng hãng bay Vietnam Airlines.



VỀ ĐẸP, BẢN SẮC *Việt* TRÊN NHỮNG CÁNH BAY VIETNAM AIRLINES

Bài: MAI KHANH



TRÊN NHỮNG CÁNH BAY **VIETNAM AIRLINES** NỘI ĐỊA VÀ KHẮP NĂM CHÂU, HÌNH ẢNH KHỎE KHOẮN, TỰ TIN CỦA CÁC PHI CÔNG, VẺ DUYÊN DÁNG, LỊCH THIỆP VÀ SẴN SÀNG GIÚP ĐỠ CỦA CÁC TIẾP VIÊN ĐÃ GÂY ẤN TƯỢNG ĐẸP CHO DU KHÁCH.

VỀ ĐẸP VÀ ẤN TƯỢNG ẤY IN ĐẬM TRONG TRÍ NHỚ MỌI NGƯỜI MỘT PHẦN NHỜ BẢN SẮC ĐỒNG PHỤC CỦA **VIETNAM AIRLINES**.

rất phong phú, gồm cả quần áo mùa hè và mùa đông: từ áo dài và vest ngắn cho tiếp viên nữ, đồng phục sơ mi, măng - tô cho tiếp viên nam, phi công, trang phục bảo hộ lao động cho nhân viên kỹ thuật... gồm cả quần áo mùa hè và mùa đông.

Vinatex với thế mạnh về dệt may, là đối tác hợp lý nhất, có thể cung ứng từ nguyên phụ liệu đồng bộ, tới việc may đo và hoàn thiện sản phẩm cho Vietnam Airlines, đặc biệt là với điều kiện đặc thù của đối tác, khi cán bộ nhân viên phân bố ở cả ba miền, lịch bay liên tiếp, không thể tập trung một lần cho việc lấy số đo. Vinatex đã huy động ba đơn vị thành viên trong tập đoàn là May 10, May Đức Giang (may đồng phục nam), May Tiến Tiến (may đồng phục nữ), để cùng phối hợp thực hiện hợp đồng với Vietnam Airlines sao cho hiệu quả nhất, phù hợp với điều kiện riêng của đối tác.

Với mục tiêu tối đa lợi ích cho Vietnam Airlines, Vinatex đã lập ra các

lập ra các điểm đo cố định ở cả ba miền Bắc - Trung - Nam để linh hoạt với lịch bay của tiếp viên, phi công, có thể sẵn sàng lấy số đo cho nhân sự của Vietnam Airlines khi họ sắp xếp được thời gian tới điểm lấy số đo. Đội ngũ lấy số đo giàu kinh nghiệm của Vinatex còn được điều động tới các điểm đo nhanh chóng mỗi khi bên Vietnam Airlines tập hợp được lượng nhân sự từ 20 người trở lên. Vinatex cũng đã nghiên cứu tuyển chọn nguyên phụ liệu phù hợp nhất, đặc biệt với trang phục dành cho phi công và tiếp viên, làm sao đảm bảo tiêu chí thông thoáng, độ co giãn và màu sắc phù hợp để đảm bảo sức khỏe, sự thuận tiện khi làm việc và thẩm mỹ cao. Trong suốt ba năm qua, việc tiếp tục cải tiến về nguyên phụ liệu, công nghệ may đo vẫn được Vinatex tiến hành với mục tiêu giảm chi phí và gia tăng lợi ích cho Vietnam Airlines. Do đó, dịch vụ của Vinatex đã vượt qua mong muốn của đối tác, khiến cả hai bên đều phấn khởi và càng khẳng định sự hợp tác chặt chẽ, lâu dài trong thời gian tới ●

Kể từ năm 2014, Vinatex và Vietnam Airlines đã ký Thỏa thuận hợp tác chiến lược song phương, trong đó, kể từ năm 2015, Vinatex thực hiện cung ứng đồng phục cho Vietnam Airlines với thiết kế chung, đồng bộ cho tất cả các bộ phận.

Ba năm qua, Vinatex và các đơn vị thành viên đã cung cấp các sản phẩm quần áo đồng phục cho phi công, tiếp viên và nhân viên của Vietnam Airlines, với tiêu chuẩn ngặt nghèo trong thiết kế và nguyên phụ liệu. Các sản phẩm này





NGHIỆN giấc mơ, BƠ lối mòn

Bài: **VĨ DẠ**

Và sau hơn 2 năm trời rờn rã với chiến dịch “uống sữa đổi tiền”, Chí Hiếu đã thành công với mục tiêu dài hạn đầu tiên trong đời. Năm 2004, sau gần 15 năm với chiến dịch đầu đời ấy, anh cũng đã hùng hồn tuyên bố với bố mẹ “Con sẽ học tiến sỹ!”.

Nghien giấc mơ, bơ lối mòn được ra mắt vào ngày 14/4/2018 và đã bán được 5.000 cuốn cho lần xuất bản đầu tiên. Cuốn sách gồm 2 phần – “Nó học” và “Tôi đi”, tập hợp 18 bài viết với hơn 50 mẫu chuyện nhỏ, mà như Chí Hiếu tâm sự thì mỗi câu chuyện cứ nhẹ nhàng trôi ra, lúc nghiêm túc, khi nghịch ngợm, lúc quyết liệt, khi nhỏ nhẹ, lúc bác học, khi ngây ngô.

Trong phần một – “Nó học – Học như cây”, bạn đọc sẽ được thấy một bé Bơ – bơ hết thế giới khi ngồi học bài trước cổng chợ, lúc nào cũng sẵn sàng nút công tắc ON-OFF trong đầu, On là khi tắt cả phải “xi-tốp” trước cánh cửa dẫn vào thế giới của riêng Chí Hiếu, dẫu xung quanh có loảng xoảng xoong chảo ra sao, bởi anh còn đang bận say mê tung bay trong thế giới sách và hồ hởi lao ra biển lớn tri thức như cánh bướm no gió. Theo tác giả, “Học như cây” tức là học vững vàng, tự chủ, học có chiều sâu, học là để tư duy, để từ mầm non bé nhỏ vươn thành cây cao lớn, vững vàng trước gió mưa, cành lá không ngừng hướng về phía bầu trời, dâng tặng hoa thơm trái ngọt cho đời.

Trong phần hai – “Tôi đi – Đi như nước”, bạn đọc sẽ thấy anh chàng Chí Hiếu lần đầu tiên bị đột ngột bóp nát quả tim đang căng phồng hi vọng, đó là khi anh bị ngôi trường mơ ước – Đại học Cambridge – mục tiêu duy nhất mà anh chọn và không mỗi một bước trong suốt 2 năm du học, khoát tay từ chối. Chán chường, thất vọng và mất phương hướng, Chí Hiếu đã trốn học 1 tuần và đi chuyển đi bụi đầu tiên trong đời, mở ra một chương mới hoàn toàn, để rồi cuối

TÁC GIẢ NGUYỄN CHÍ HIẾU LỚN LÊN BÊN NHỮNG LY SỮA MEIJI “HÔI CÒN HƠN THUỐC BẮC CỦA ÔNG NỘI” VÀ CHỈ ĐỒNG Ý UỐNG KHI BỐ MẸ GIAO HẸN, MỖI LY SỮA SẼ ĐƯỢC 500 ĐỒNG VÀ TIỀN NÀY ĐỂ DÀNH CHO ĐẾN KHI ĐỦ MUA MỘT CÁI ĐẦU MÁY CHẠY BẰNG VIDEO THÌ THÔI, KHI ĐÓ ANH HỌC LỚP 1.

cùng, anh tìm lại được chính mình với trái tim tươi mới hơn, thấu đời hơn. Theo anh, “Đi như nước” tức bước chân không ngừng nghỉ như dòng sông nhỏ háo hức vươn đến khơi xa, bất chấp đá sỏi, thác ghềnh.

Tác giả Nguyễn Chí Hiếu mong rằng, qua cuốn sách, anh có thể nhẹ nhàng đánh thức những giấc mơ “đur dợt và dịu êm” trong trái tim bạn đọc, và gửi gắm thông điệp “Đừng nghiện giấc mơ của ai đó mà hãy tìm kiếm và nghiện giấc mơ của chính mình. Chỉ khi đó, bạn mới thật sự cảm thấy mình là “kẻ nghiện” kiếm “kẻ bơ” hạnh phúc nhất thế giới. Love more and less status – Bớt danh vọng và Thêm yêu thương!” ●



TIỀN SỸ NGUYỄN CHÍ HIẾU SINH năm 1984 tại TP.Quy Nhơn, tỉnh Bình Định.

- Năm 2004, anh là thủ khoa nhóm Toán - Thống kê và Sinh viên A-level xuất sắc nhất nước Anh.
- Năm 2004-2007, anh đoạt học bổng toàn phần của Học viện kinh tế và khoa học chính trị London (LSE) tại Anh, thủ khoa 3 năm liền của khoa Kinh tế, thủ khoa tốt nghiệp và là sinh viên Kinh tế - khoa học xã hội xuất sắc nhất trong hệ thống các trường đại học tại London.
- Năm 2007-2012, nghiên cứu sinh ngành Kinh tế tại Trường đại học Stanford (Mỹ) với 2 suất học bổng từ Trường đại học Stanford và Quỹ Tiền tệ quốc tế (IMF).
- Năm 2015-2016, học MBA tại Trường Đại học Oxford với suất học bổng toàn phần, tốt nghiệp thủ khoa.
- Năm 2016, anh quay về Việt Nam, giữ chức vụ CEO tại Tổ chức giáo dục IEG (Innovative Education Group).



ĐÔ THỊ CỔ

HỘI AN

nơi thời gian ngưng đọng

Bài: **TÚ LINH**

Ảnh: **PHẠM ĐỨC**

Nằm ở hạ lưu sông Thu Bồn, đô thị cổ Hội An là thuộc vùng đồng bằng ven biển tỉnh Quảng Nam, cách thành phố Đà Nẵng khoảng chừng 30km về phía Nam.

Đô thị cổ Hội An có diện tích chỉ tầm 2km², với một địa thế thật đặc biệt phân theo kiểu bàn cờ mà đặc trưng ở đó là những con đường ngắn và hẹp, chạy uốn lượn, ngang dọc, khiến du khách đi bằng lối nào rồi cũng có thể dễ dàng gặp được nhau.

Tới Hội An, ta cứ ngỡ như đang ngược dòng thời gian để trở về với một thương cảng sầm uất thời nhà Nguyễn khi xưa. Khi bước chân tới Hội An ngày nay, có cảm giác rời xa những lo lắng,





bon chen của cuộc sống mà hòa mình vào với nhịp sống bình yên nơi đây, được cảm nhận một không gian cổ kính, bình yên, quyến rũ đến say lòng.

Hội An, nơi mà cuộc sống cứ bình lặng trôi qua như thế, nơi mà dường như dòng chảy vô tình của thời gian chẳng thể nào vùi lấp đi cái không khí cổ xưa. Những mái ngói cũ rêu phong, những con đường ngập trong sắc đỏ của đèn lồng, sắc xanh của những dàn hoa thơ mộng, những bức tường sơn một màu vàng say đắm trong nắng, hay những quán cà phê được thiết kế một cách đầy nghệ thuật.

Hội An cứ đẹp như vậy đó, cái vẻ đẹp được tô điểm thêm bởi dòng chảy miệt mài của tạo hóa. Mong sao đô thị cổ ấy cứ mãi cổ kính như vậy, cứ lưu giữ lại trên mình dấu ấn của thời gian như vậy, để thế hệ con cháu hôm nay và cả mai sau nữa vẫn còn cơ hội được chiêm ngưỡng những tinh hoa văn hóa còn vẹn nguyên từ thời xưa cũ, để sau những bận bịu thường nhật, người ta luôn có một chốn đi về để được hòa mình trong hoài niệm, nơi mà những bon chen của đời thường như dừng lại phía bên ngoài đô thị cổ ấy ●





CHANEL CRUISE 2019

Những nàng thủy thủ thời thượng

Bài: TÚ LINH

à thương hiệu đầu tiên chào sân mùa thời trang Resort 2019, Chanel đã khiến giới mộ điệu thời trang choáng ngợp bằng BST Chanel Cruise 2019 được trình diễn với sân khấu được dàn dựng công phu. Mang bối cảnh của một bến tàu hào nhoáng với những cô nàng thủy thủ thời thượng, Giám đốc sáng tạo của Chanel - Karl Lagerfeld khẳng định lại một lần nữa vị thế dẫn đầu của thương hiệu danh tiếng này.

Màn trình diễn như đưa khán giả trở về những năm 1920 hay 1930, thời kỳ mà nước Pháp là điểm đến của những kỳ nghỉ lộng lẫy, sa hoa, thời kỳ của những chuyến phiêu lưu, những đêm tiệc và hội hè miên man. Nhà thiết kế Karl Lagerfeld đã cho dựng con thuyền độc đáo "La Pausa" ngự lâm ngay trong cung điện Grand Palais - Địa điểm tổ chức quen thuộc của nhà Chanel trong các mùa thời trang trước đây. Cái tên "La Pausa" được lấy từ ngôi nhà mà Coco Chanel từng rất yêu thích lúc sinh thời và thường lui về nơi đây mỗi mùa hè để thư giãn và tìm cảm hứng sáng tạo.

Chính Coco Chanel là người đầu tiên sản xuất những trang phục đặc biệt, dành riêng cho những chuyến du ngoạn biển dài ngày của giới chính khách và quý tộc. Những chiếc áo sọc kẻ thủy thủ cũng quan trọng đối với bà đầm Coco Chanel tựa như chiếc đầm Little Black Dress trứ danh. Chính vì vậy, kể từ năm 1919 đến nay, thương hiệu Chanel luôn cố gắng duy trì việc trình làng thường niên BST Cruise nhằm mang đến những gợi ý mới mẻ về trang phục cho khách hàng.

BST Chanel Cruise 2019 mang phong cách hàng hải với sọc Broton, mũ nôi, dây nơ Mary Janes và túi xách kiểu phao cứu sinh, chất liệu tweed kinh điển của Chanel, đặc biệt không thể thiếu trong những thiết kế chân váy, đầm cho tới các bộ suit, các mẫu quần jeans ống loe và lưng cao phối cùng nón beret và những chiếc ví nhiều màu sắc. Tất cả đã tạo nên một BST hoàn hảo với những bộ cánh lộng lẫy đầy xa xỉ. Việc mang tất cả những họa tiết mang hơi hướng của biển cả; cùng hình ảnh của những thủy thủ viên phương chính là một dấu

gạch nối với những di sản tiềm tàng của thương hiệu ●



Vinatex cùng
Vietnam Airlines,



sải cánh vươn xa

