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

VTGF

THÁNG 8/2022

Người Việt Nam ưu tiên
DÙNG HÀNG VIỆT NAM



HUGACO

TỔNG CÔNG TY MAY HƯNG YÊN - CÔNG TY CỔ PHẦN







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

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

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

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

Phu Bai Spinning
SỢI PHÚ BÀI

CÔNG TY CỔ PHẦN SỢI PHÚ BÀI

KCN Phú Bài, P. Phú Bài, TX. Hương Thủy, tỉnh Thừa Thiên Huế, Việt Nam
+84-234-3863240/ 3863355/ 3863367 +84-234- 3863363
sales@phubaispinning.com www.phubaispinning.com









Công ty Cổ phần Sợi Phú Bài là đơn vị thành viên của Tập đoàn Dệt May Việt Nam, được thành lập và chính thức đi vào hoạt động SXKD từ ngày 01 tháng 03 năm 2003. Công ty chuyên sản xuất Sợi các loại cung cấp cho thị trường nội địa, xuất khẩu và kinh doanh nguyên vật liệu, thiết bị ngành kéo Sợi.

Công ty có dây chuyền kéo sợi với 80.400 cọc sợi được đầu tư với máy móc thiết bị đồng bộ, công nghệ tiên tiến, hiện đại của các hãng chế tạo nổi tiếng như: Trutzschler và Volkmann-Đức, Rieter và SSM-Thụy Sỹ, Murata và Toyota-Nhật Bản... Đặc biệt, Công ty vừa đưa vào khánh thành Nhà máy Sợi 3, được thiết kế 2 tầng với quy mô 30.240 cọc sợi, được trang bị các thiết bị tiên tiến bậc nhất thế giới, với hệ thống pin năng lượng mặt trời trên mái, hướng tới phát triển năng lượng xanh. Công suất thiết kế khoảng 500 tấn/ tháng, mặt hàng mục tiêu là sợi 100% cotton chải kỹ và chải thô có chi số bình quân Ne 32 – 34.

- **Năng lực:** 80.400 cọc sợi.
- **Các sản phẩm chính:** Sợi TCCm & TCCd - CVCm & CVCd các loại; sợi TR...
- **Sản phẩm mới:** Sợi Cotton CD & CM.
- **Chi số:** Ne 20 ~ 45.
- **Thu nhập người lao động bình quân:** 9 triệu/người/tháng.

Dệt may & THỜI TRANG Việt Nam

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

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

PHỤ TRÁCH BIÊN TẬP
VƯƠNG ĐỨC ANH
Chánh Văn phòng HĐQT

THƯ KÝ BIÊN TẬP
NGUYỄN KIỀU GIANG

THIẾT KẾ MỸ THUẬT
VƯƠNG NGUYỄN

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

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

THƯ TÒA SOẠN

Bạn đọc thân mến!

Doanh nghiệp dệt may đang chịu sức ép lớn về quy định truy xuất nguồn gốc nguyên phụ liệu ở nhiều khâu trong chuỗi cung ứng ngành. Đặc biệt, khi doanh nghiệp muốn tận dụng ưu đãi xuất nhập khẩu ở những thị trường mà Việt Nam có ký kết và tham gia Hiệp định Thương mại tự do (FTA) thì phải sử dụng nguyên phụ liệu đảm bảo yêu cầu của nước sở tại nhập khẩu hàng hóa.

Hiện nay, nhiều FTA thế hệ mới cũng đều có cam kết về bảo vệ môi trường và phát thải thấp. Đây vừa là thách thức, vừa là cơ hội để doanh nghiệp hướng đến đầu tư công nghệ sản xuất hiện đại, tăng tính cạnh tranh của sản phẩm khi xuất khẩu.

Vinatex đã và đang nắm bắt những qui định mới này để Tập đoàn và các đơn vị thành viên sẽ chủ động tiếp cận, tìm giải pháp hạn chế phát thải khí carbon, truy xuất nguồn gốc sản phẩm dệt may, xây dựng công trình xanh, nhà máy xanh... Sự chuyển động này không chỉ hướng đến xuất khẩu ra các thị trường lớn mà còn nâng chất lượng, uy tín cho các sản phẩm mang thương hiệu nội địa, nhằm mang đến cho người tiêu dùng Việt những trải nghiệm chất lượng nhất, thân thiện nhất.

Đây cũng là những thông tin BBT đặc san Dệt May và Thời trang Việt Nam chắt lọc để mang đến cho bạn đọc góc nhìn ấn tượng trong ấn phẩm tháng 8.

Trân trọng cảm ơn!

BAN BIÊN TẬP



Mua sắm tiện ích tại Trung tâm thời trang Vinatex

Ảnh: Quang Nam



Tháng 8 2022

MỤC LỤC

■ GÓC NHÌN

6 Xây dựng Thừa Thiên Huế thành trung tâm dệt may lớn của cả nước
10 Giảm phát thải khí nhà kính ở Việt Nam: Doanh nghiệp sớm nhận thức và hành động
14 Phát triển sản phẩm, dịch vụ Việt Nam ngày càng lớn mạnh
27 Sử dụng thẻ bảo mật (secured tag)
32 Phát triển thẻ mã hóa dệt may
35 Truy xuất nguồn gốc sản phẩm may bằng công nghệ chuỗi khối
40 Nhà sản xuất sợi với chuỗi cung ứng được kích hoạt bởi Blockchain
44 Ý kiến chuyên gia

■ DỆT MAY

16 Truyền thông "kênh" kết nối để "Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam"
20 Doanh nghiệp Vinatex và hành trình gắn kết người tiêu dùng Việt
46 CTCP Tổng Công ty May Đáp Cầu: Trong thách thức tìm ra cơ hội
50 "Rút ruột nhà tơ" với nghề, với người
54 Lợi ích của Công trình xanh
58 Cần cơ chế thông thoáng cho mô hình lắp đặt hệ thống điện mặt trời mái nhà

■ TIN TỨC - SỰ KIỆN

62 Bản tin Vinatex
64 Bản tin Công đoàn

■ THỜI TRANG VÀ CUỘC SỐNG

66 Gucci "Lovelight" Sự lãng mạn trong tình yêu
70 Thời trang dạo bước cùng khúc dương cầm
72 Tinh hoa nghề dệt vải
74 Nồng nàn hương Thu
76 Bản năng mẹ

Xây dựng Thừa Thiên Huế thành trung tâm dệt may lớn của cả nước

Bài: **NGUYỄN - QUANG**



Đó là khẳng định của ông Nguyễn Văn Phương - Chủ tịch UBND tỉnh Thừa Thiên Huế khi làm việc với Đoàn công tác của lãnh đạo Tập đoàn Dệt May Việt Nam (Vinatex) do ông Lê Tiến Trường - Chủ tịch HĐQT Tập đoàn dẫn đầu, về kế hoạch đầu tư, phát triển các doanh nghiệp của Tập đoàn trên địa bàn đến năm 2030.

CHIẾN LƯỢC ĐẦU TƯ BỀN VỮNG CỦA VINATEX

Tại buổi làm việc, ông Cao Hữu Hiếu – Tổng Giám đốc Vinatex đã trình bày về chiến lược đầu tư phát triển của Vinatex từ nay đến 2025 tầm nhìn 2030, tập trung xây dựng Vinatex trở thành một điểm đến có khả năng cung ứng trọn gói nhu cầu của khách hàng doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng toàn cầu. Từng bước vươn lên thang bậc cao hơn của chuỗi giá trị về thiết kế và thương hiệu.

Đặc biệt, tỉnh Thừa Thiên Huế là khu vực có các DN Vinatex chi phối lớn tại khu vực miền Trung bao gồm: Công ty CP Sợi Phú Bài với 2 nhà máy có quy mô 8 vạn cọc sợi; Công ty CP Vinatex Phú Hưng với 2 nhà máy có quy mô 4,4 vạn cọc sợi; Công ty CP Dệt May Huế với 7 nhà máy, gồm 1 Nhà máy Sợi 5 vạn cọc, 1 Nhà máy Dệt Nhuộm quy mô 100 tấn vải/tháng và 5 Nhà máy May. Với hơn 6.000 lao động, hiện 3 công ty đóng góp 230 triệu USD/năm ~ 17,7% KNXK của tỉnh (khoảng 1,3 tỷ USD/năm), chiếm 30% KNXK Dệt May của tỉnh (khoảng 780 triệu USD năm 2021). Đây đều là những đơn vị mạnh của Vinatex, có sự phát triển ổn định, có thương hiệu trong nước và quốc tế. Với xu thế phát triển doanh nghiệp bền vững, xanh hóa 3 DN luôn đảm bảo công tác môi trường trong quá trình hoạt động. Trước bối cảnh đòi hỏi các DN cần phải phát triển và mở rộng quy mô để đáp ứng các yêu cầu ngày càng cao của thị trường, nhưng thực tế hiện các đơn vị đều không còn quỹ đất để mở rộng đầu tư.

Tổng Giám đốc Vinatex đề xuất, Ban Thường vụ Tỉnh ủy, UBND tỉnh tạo điều kiện để Vinatex hình thành hệ sinh thái sản xuất sợi xanh của Vinatex và 3 đơn vị thành viên, vì các đơn vị thành viên có quỹ đất ổn định ~ 30 ha tại khu vực Phú Bài để hình thành trung tâm dịch vụ chia sẻ cung cấp dịch vụ toàn diện cho việc sản xuất, kinh doanh Sợi. Ngoài ra, giao Vinatex và Công ty CP Dệt May Huế là chủ đầu tư tại 19 ha đất khu vực Hương Trà để xây dựng hệ thống xử lý nước thải, hướng tới phát triển trung tâm Dệt Nhuộm, hình thành chuỗi cung ứng trọn gói tại tỉnh Thừa Thiên Huế.

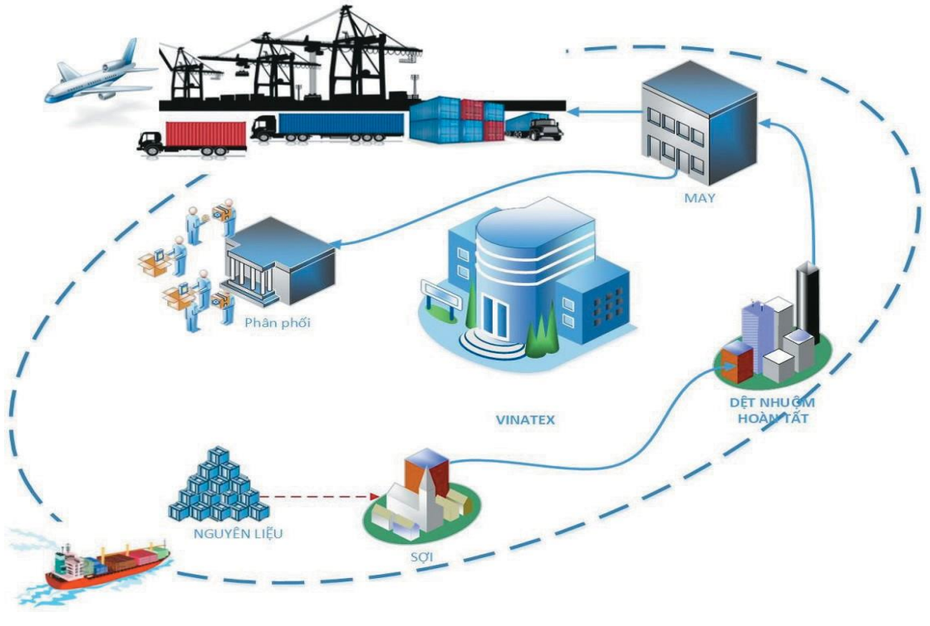
Lãnh đạo Vinatex cam kết, các dự án của Vinatex và đơn vị thành viên đều là dự án sản xuất xanh, sử dụng năng lượng tái tạo, bảo vệ môi trường, đáp ứng yêu cầu khắt khe nhất của thế giới về sản xuất dệt may xanh, tuần hoàn, quy hoạch trở thành hệ sinh thái sản xuất sợi xanh, tái chế đầu tiên của Việt Nam và Vinatex. Với chiến lược này Vinatex mong muốn, Ban Thường vụ Tỉnh ủy và UBND tỉnh sẽ tạo điều kiện về cơ chế pháp lý, ưu đãi về thuế đất, thuế thu nhập doanh nghiệp, vốn vay ưu đãi với các DN tiên phong trong lĩnh vực sản xuất xanh, năng lượng tái tạo.



TẠO ĐIỀU KIỆN THUẬN LỢI ĐỂ VINATEX ĐẦU TƯ CÁC DỰ ÁN TRÊN ĐỊA BÀN

Trước thực tế SXKD của các đơn vị thuộc Vinatex trên địa bàn cũng như mục tiêu phát triển bền vững của Tập đoàn, Ban Thường vụ cùng lãnh đạo các Sở ngành Thừa Thiên Huế đều thống nhất ủng hộ chiến lược đầu tư phát triển của Vinatex tại tỉnh.

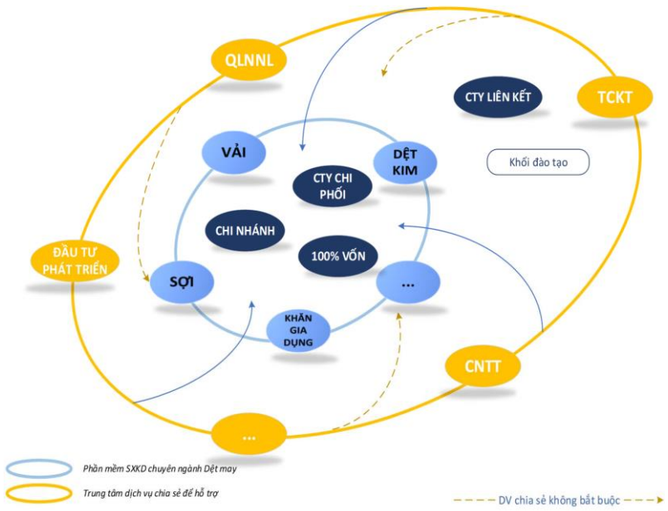
MÔ HÌNH SẢN XUẤT KINH DOANH - VINATEX





Đối với Vinatex, phát triển không chỉ là tăng trưởng, mà còn là sự phát triển bền vững và yếu tố môi trường. Khi Vinatex xây dựng khu sinh thái Sợi Xanh thì vấn đề môi trường phải được quan tâm và giải quyết đầu tiên, sau đó là kiến tạo không gian sản xuất, kinh doanh. Xu hướng đầu tư phát triển của Vinatex trong thời gian tới là công nghệ cao, công nghiệp xanh và sản phẩm tái chế nhằm tiết kiệm năng lượng, thân thiện với môi trường, nâng tầm thương hiệu của Vinatex trong nước và quốc tế... ĐÂY SẼ LÀ HỆ SINH THÁI SẢN XUẤT SỢI XANH, TÁI CHẾ ĐẦU TIÊN CỦA VIỆT NAM VÀ VINATEX.

ĐỊNH HƯỚNG VẬN HÀNH VINATEX



Bí thư Tỉnh ủy Thừa Thiên Huế Lê Trường Lưu đánh giá cao sự phát triển của các doanh nghiệp thành viên của Vinatex tại tỉnh Thừa Thiên Huế, không chỉ mang lại lợi ích cho doanh nghiệp mà còn đóng góp lớn vào sự phát triển kinh tế của tỉnh và tạo công ăn việc làm cho nhiều lao động địa phương. Trong thời gian tới Vinatex tiếp tục nghiên cứu xây dựng thêm trung tâm thời trang, trung tâm bán hàng đặt tại một số vị trí trung tâm của tỉnh.

Đồng chí Lê Trường Lưu đề nghị, Tập đoàn quan tâm đến công tác xây dựng Đảng, phát triển đảng viên, tổ chức đoàn thể tại các đơn vị trực thuộc của Tập đoàn đang hoạt động trên địa bàn tỉnh. Quan tâm thêm mô hình nhà ở cho công nhân; đào tạo nguồn nhân lực chuyên sâu trong lĩnh vực dệt may; thể hiện trách nhiệm của doanh nghiệp với người lao động, với tỉnh Thừa Thiên Huế trong tiến trình phát triển của mình. Tỉnh cam kết sẽ tạo điều kiện thuận lợi để Tập đoàn đầu tư các dự án trên địa bàn Thừa Thiên Huế....

Ông Nguyễn Văn Phương - Chủ tịch UBND tỉnh Thừa Thiên Huế nhận định, mục tiêu, định hướng phát triển và những kiến nghị, đề xuất của Tập đoàn là hợp lý và đúng định hướng phát triển ngành dệt may của Thừa Thiên Huế.

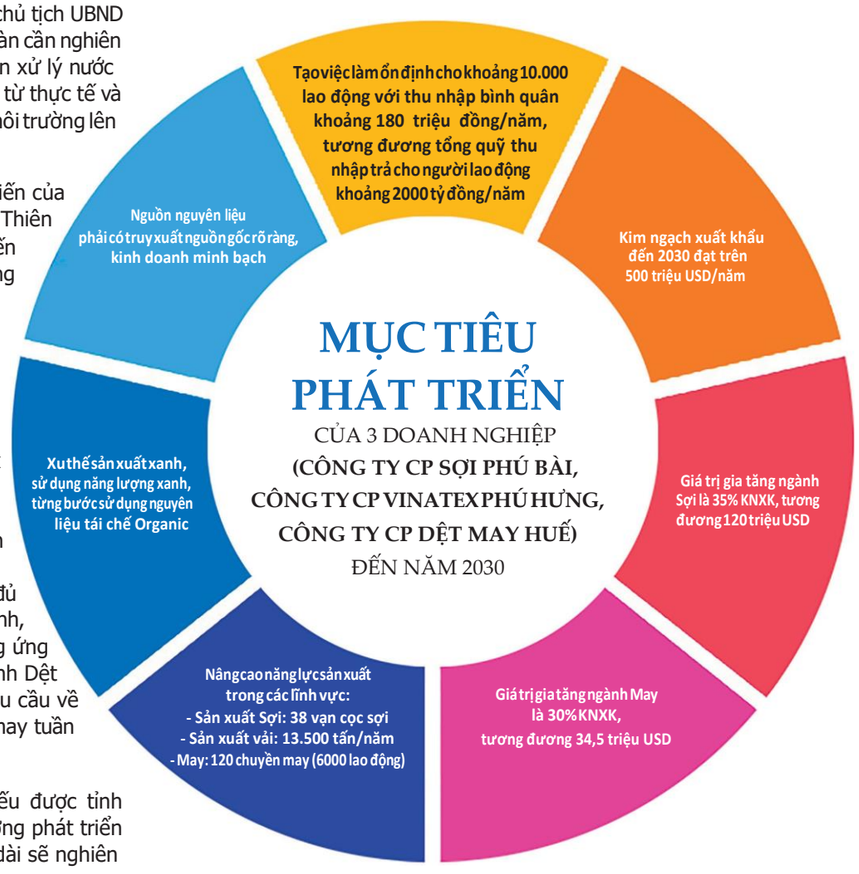
Mục tiêu của tỉnh là xây dựng Thừa Thiên Huế trở thành một trong những trung tâm dệt may lớn của cả nước. Mặt khác, điều trăn trở nhất của tỉnh là vấn đề môi trường, xử lý nước thải, vì vậy khi đầu tư các dự án trên địa bàn, chủ tịch UBND tỉnh kiến nghị Tập đoàn cần nghiên cứu để có phương án xử lý nước thải một cách hợp lý từ thực tế và đặt công tác bảo vệ môi trường lên hàng đầu

Phúc đáp những ý kiến của Lãnh đạo tỉnh Thừa Thiên Huế, đồng chí Lê Tiến Trường – Bí thư Đảng ủy, Chủ tịch HĐQT Vinatex cho biết rất trân trọng sự ủng hộ của Ban Thường vụ Tỉnh ủy và UBND tỉnh trong việc tạo điều kiện để Vinatex xây dựng trung tâm dệt nhuộm. Bởi nếu không phát triển ngành Dệt Nhuộm thì sẽ không thể có đủ năng lực cạnh tranh, xây dựng chuỗi cung ứng hoàn chỉnh của ngành Dệt May trước những yêu cầu về dệt may xanh, dệt may tuần hoàn của thế giới.

Vinatex cam kết, nếu được tỉnh chấp thuận chủ trương phát triển ngành Dệt May lâu dài sẽ nghiên cứu đầu tư 4.000 tỷ đồng trong vòng 7 - 8 năm tới với 3 giai đoạn, từng bước xây dựng và hình thành khu công viên sợi xanh có quy mô 20 vạn cọc sợi, có tự động hóa cao, sản xuất các mặt hàng sợi tuần hoàn, sợi tái chế đảm bảo các tiêu chuẩn về nhà máy xanh.



Với ngành Dệt Nhuộm, hiện công nghệ nhuộm đã tiết kiệm nước tới 50%, nước thải được sử dụng công nghệ sinh học để xử lý, do đó các yếu tố về môi trường sẽ được đảm bảo nếu như được Tỉnh ủy, UBND tỉnh chấp thuận chủ trương đầu tư.



GIẢM PHÁT THẢI KHÍ NHÀ KÍNH Ở VIỆT NAM:

DOANH NGHIỆP SỚM NHẬN THỨC VÀ HÀNH ĐỘNG

Bài: **ThS. HOÀNG VĂN TÂM**
Vụ Tiết kiệm năng lượng và Phát triển bền vững – Bộ Công Thương



Biến đổi khí hậu (BĐKH) toàn cầu là một trong những thách thức lớn nhất của loài người trong thế kỷ 21. Các tác động của nó đã ảnh hưởng nghiêm trọng đến mọi mặt đời sống kinh tế xã hội, đe dọa xóa đi thành quả phát triển của nhiều quốc gia trên thế giới. Các nhà khoa học đã chỉ ra những bằng chứng cho thấy tốc độ phát thải khí nhà kính và sự can thiệp quá mức của con người lên môi trường tự nhiên đã làm cho hệ thống khí hậu trái đất xấu đi và ở mức nguy hiểm nếu chúng ta không sớm hành động trước khi quá muộn.

Ứng phó với BĐKH là xu hướng tất yếu đồng thời là nghĩa vụ của mỗi quốc gia thành viên tham gia Công ước khung Liên hợp quốc về BĐKH và Thỏa thuận Paris. Việc thích ứng với BĐKH, giảm phát thải khí nhà kính (KNK) vừa là để phát triển bền vững đất nước, vừa là để thực hiện cam kết theo Đóng góp do quốc gia tự quyết định (NDC) và chịu sự giám sát, đánh giá của quốc tế. Bên cạnh yêu cầu phải tiếp tục thích ứng để tồn tại và phát triển, từ năm 2021 trở đi, giảm phát thải KNK trở thành nghĩa vụ bắt buộc đối với các quốc gia đang phát triển, thay vì tự nguyện như trước đây. Giảm phát thải KNK, phát triển kinh tế carbon thấp hướng tới phát thải ròng bằng "0" trở thành con đường phát triển chủ đạo của toàn thế giới. Sức ép về mặt chính trị, kinh tế ngày càng gia tăng để buộc các quốc gia giảm dần năng lượng hóa thạch, trước hết là than, sau đến dầu mỏ và khí tự nhiên trong cơ cấu năng lượng quốc gia.

XU THẾ CHUNG TOÀN CẦU ỨNG PHÓ VỚI BIẾN ĐỔI KHÍ HẬU, TĂNG TRƯỞNG XANH THEO HƯỚNG PHÁT THẢI CARBON THẤP

Tại Hội nghị Công ước Khung của Liên hợp quốc về biến đổi khí hậu lần thứ 26 (Hội nghị COP26), gần 150 quốc gia công bố mục tiêu trung hòa carbon hoặc "phát thải ròng bằng 0" vào giữa thế kỷ. Các nước G7, Ngân hàng Thế giới, Ngân hàng Phát triển châu Á và nhiều ngân hàng lớn trên thế giới đã tuyên bố không tài trợ cho các dự án phát điện sử dụng than. Các biện pháp như đánh thuế vào hàng hóa nhập khẩu dựa trên carbon, thúc đẩy thương mại hàng hóa xanh, xoá bỏ trợ cấp nhiên liệu hóa thạch, hỗ trợ kinh tế tuần hoàn, đảm bảo các đối tác thương mại áp dụng các tiêu chuẩn môi trường cao, phát thải carbon thấp, trợ cấp cho các ngành công nghiệp ít phát thải... đang được áp dụng ngày càng rộng rãi để buộc các quốc gia phát triển kinh tế carbon thấp, sử dụng năng lượng sạch.

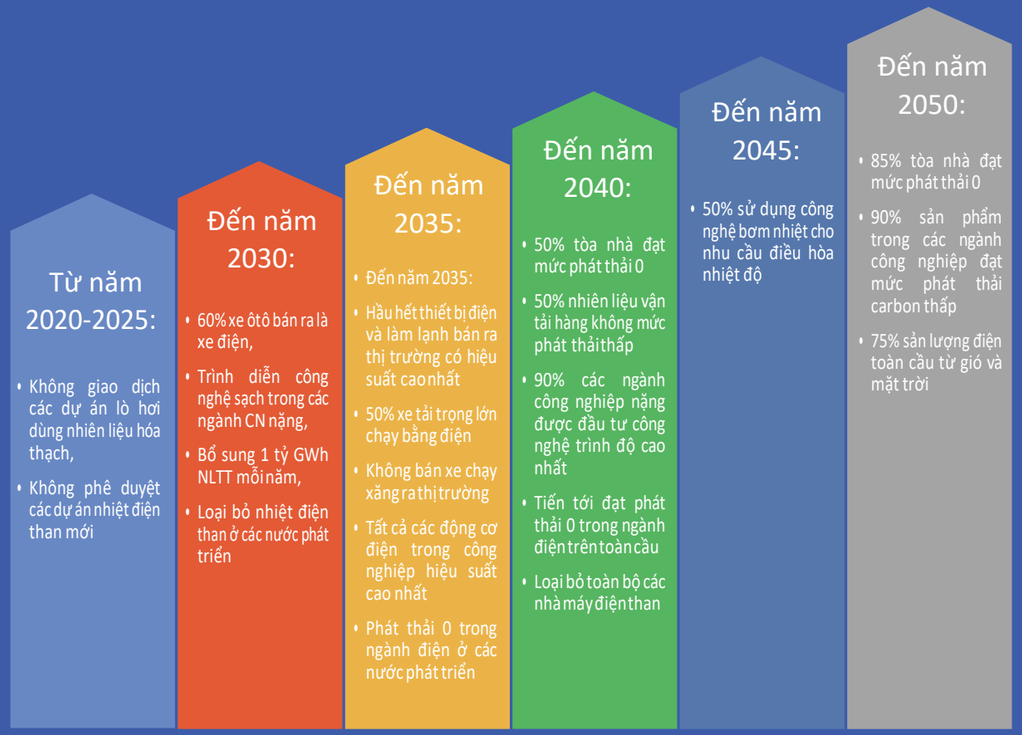
Tại Hội nghị COP26, lãnh đạo của trên 100 quốc gia trên thế giới đã có những cam kết mạnh mẽ để cụ thể hóa các mục tiêu của Thỏa thuận Paris về biến đổi khí hậu như: Cam kết đạt phát thải ròng bằng 0 hay trung hòa carbon vào giữa thế kỷ; Tuyên bố toàn cầu về chuyển đổi điện than sang năng lượng sạch; Cam kết cắt giảm phát thải khí mê-tan đến năm 2030, Tuyên bố loại bỏ ô tô chạy nhiên liệu hóa thạch sang xe điện,....

Bên cạnh đó, nguồn lực tài chính toàn cầu đang dần được điều chuyển để tập trung cho thực hiện Thỏa thuận Paris về biến đổi khí hậu. Theo thống kê của các tổ chức quốc tế, nguồn lực tài chính toàn cầu năm 2019-2020 cho BĐKH khoảng 634 tỷ USD thì có đến 90,1% là cho giảm phát thải và chỉ có 7,4% là cho thích ứng với BĐKH, còn lại là cho các hoạt động đa mục tiêu khác.

Nhiều quốc gia trên thế giới thực hiện các biện pháp cắt giảm phát thải khí nhà kính một cách mạnh mẽ, lâu dài như các chương trình chuyển đổi xanh của EU, triển khai các cơ chế về định giá carbon như thuế (Carbon tax), thị trường mua bán trao đổi tín chỉ carbon (ETS – Emision Trading Scheme) của EU, Mỹ, Nhật Bản, Hàn Quốc, Trung Quốc,... áp dụng các biện pháp điều chỉnh biên giới carbon (CBAM – Carbon Border Ajustment Mechanism) nhằm hạn chế việc dịch chuyển phát thải KNK từ các quốc gia có chính sách kiểm soát phát thải sang các quốc gia chưa có quy định về hạn ngạch phát thải hoặc định giá carbon.

Trên thế giới hàng ngàn Tập đoàn đa quốc gia trong nhiều lĩnh vực kinh tế đã và đang thực hiện cam kết phát thải ròng bằng 0 vào năm 2050 hoặc tham gia các sáng kiến chuyển đổi sang năng lượng sạch, giảm phát thải KNK như RE100 (sử dụng 100% năng lượng tái tạo), SBTi (Science-based targets initiative), REC - Renewable Energy Certificate), trong đó có các doanh nghiệp thuộc nhiều ngành, lĩnh vực như điện, điện tử, thép, dệt may, da giày, hàng không, ô tô,...

Theo nghiên cứu của Cơ quan năng lượng quốc tế IEA, lộ trình giảm phát thải KNK toàn cầu đến 2050 sẽ trải qua nhiều giai đoạn cùng với các biện pháp cải tiến mạnh mẽ, làm thay đổi quan điểm, tầm nhìn, định hướng phát triển toàn xã hội trong những năm tiếp theo. Cụ thể:



Với bức tranh toàn cảnh thế giới về lộ trình đạt phát thải ròng bằng 0 vào năm 2050, các biện pháp để giảm dần sự phụ thuộc vào nhiên liệu hóa thạch, chuyển đổi sang năng lượng sạch như mặt trời, gió, phát triển năng lượng mới như hydrogen xanh, amoni, các công nghệ thu hồi, lưu giữ và tái sử dụng carbon (CCUS), trong đó các ngành có xu thế dịch chuyển mạnh nhất bao gồm sản xuất điện – phần màu xanh da trời, tiếp đến là các ngành công nghiệp – màu vàng, lĩnh vực giao thông – phần màu tím.

CƠ CHẾ, CHÍNH SÁCH CỦA VIỆT NAM VỀ GIẢM PHÁT THẢI KHÍ NHÀ KÍNH

Các cơ chế, chính sách về giảm phát thải KNK của Việt Nam được nghiên cứu xây dựng và tổ chức thực hiện có lộ trình.

Từ năm 2011 đến nay, nhiều nghị quyết của Ban Chấp hành Trung ương, kết luận của Bộ Chính trị, các văn bản pháp luật, chiến lược, chính sách về ứng phó với BĐKH đã ban hành; các chương trình hành động quốc gia, cấp ngành, địa phương cũng được xây dựng và triển khai thực hiện.

Quy định về giảm phát thải KNK ngày càng cụ thể và đến này trở thành trách nhiệm của doanh nghiệp bắt buộc phải thực hiện theo quy định của Luật Bảo vệ môi trường năm 2020, Nghị định số 06/2022/NĐ-CP ngày 07/01/2022 quy định về giảm phát thải KNK, bảo vệ tầng ozon của Chính phủ; Quyết định số 01/2022/QĐ-TTg ngày 18/01/2022 của Thủ tướng Chính phủ ban hành danh mục lĩnh vực, cơ sở phát thải KNK phải thực hiện kiểm kê KNK. Theo đó, từ năm 2024 các doanh nghiệp thuộc Quyết định của Thủ tướng Chính phủ ban hành danh mục cơ sở phát thải KNK phải thực hiện kiểm kê KNK bắt buộc phải tuân thủ việc kiểm kê, xây dựng và thực hiện kế hoạch giảm phát thải KNK và thực hiện chế độ báo cáo cho cơ quan nhà nước có thẩm quyền.

Giai đoạn từ 2027-2030, lần đầu tiên Việt Nam triển khai cơ chế mua bán tín chỉ carbon thông qua thị trường carbon nội địa quy định tại Nghị định số 06/2022/NĐ-CP của Chính phủ, theo đó đến năm 2028 sẽ thí điểm cơ chế giao dịch mua bán tín chỉ trên thị trường.

Ngoài ra, các chương trình, chiến lược quốc gia về ứng phó với biến đổi khí hậu, tăng trương xanh đã được ban hành gồm: Quyết định số 1658/QĐ-TTg ngày 01 tháng 10 năm 2021 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Chiến lược quốc gia về tăng trưởng xanh giai đoạn 2021-2030, tầm nhìn đến 2050, Quyết định số 896/QĐ-TTg ngày 26 tháng 7 năm 2022 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Chiến lược quốc gia về biến đổi khí hậu giai đoạn đến 2050, Quyết định số 882/QĐ-TTg ngày 22 tháng 7 năm 2022 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Kế hoạch hành động quốc gia về tăng trưởng xanh giai đoạn 2021-2030, tầm nhìn đến 2050; Quyết định số 888/QĐ-TTg ngày 25 tháng 7 năm 2022 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Đề án về những nhiệm vụ, giải pháp triển khai kết quả Hội nghị COP26, Quyết định số 626/QĐ-BCT ngày 05 tháng 4 năm 2022 của Bộ trưởng Bộ Công Thương phê duyệt Kế hoạch hành động của Bộ Công Thương triển khai cam kết của Việt Nam tại Hội nghị COP26.

Giảm phát thải KNK, giảm dấu vết carbon trong nền kinh tế, trong chuỗi giá trị sản xuất, hàng hóa và tiêu dùng là xu thế chung của toàn cầu trong thập kỷ tới. Các quy định pháp lý, các rào cản kỹ thuật về giảm phát thải KNK ngày càng được hoàn thiện cả ở cấp độ quốc gia và quốc tế nhằm thực hiện mục tiêu giảm phát thải toàn cầu theo cam kết quốc tế đã đạt được trong thời gian qua.

Các dự án đầu tư mới liên quan đến sử dụng năng lượng từ nhiên liệu hóa thạch sẽ gặp nhiều rủi ro cả trong ngắn hạn do không tiếp cận nguồn tài chính và cả trong dài hạn khi các chính sách về định giá carbon ngày càng được thắt chặt.



Các doanh nghiệp cần sớm nhận thức và hành động nhằm kiểm soát phát thải KNK như thực hiện kiểm kê, quản lý toàn bộ chuỗi sản xuất, cung ứng theo xu hướng sử dụng năng lượng, nguyên nhiên vật liệu hiệu quả, áp dụng các biện pháp sản xuất sạch hơn, giải pháp kinh tế tuần hoàn, nâng cao tỷ trọng năng lượng tái tạo để hạn chế tối đa phát thải ra môi trường và giảm dấu vết carbon trong sản phẩm, nâng cao chất lượng và khả năng cạnh tranh trên thị trường.

Các chính sách về BĐKH trong nước và trên toàn cầu có nhiều quy định mới, diễn ra nhanh. Do đó, doanh nghiệp cần thường xuyên cập nhật, bố trí nhân sự, nguồn lực tài chính để triển khai các dự án đáp ứng các mục tiêu về tăng trưởng, lợi nhuận nhưng gắn liền với các mục tiêu về giảm phát thải KNK và bảo vệ môi trường. ❑



PHÁT TRIỂN sản phẩm, dịch vụ Việt Nam NGÀY CÀNG LỚN MẠNH

Bài: PV



Trong khuôn khổ Hội nghị "Các giải pháp đẩy mạnh thực hiện Cuộc vận động "Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam" và chủ trương các Tập đoàn, Tổng công ty, ngân hàng, đơn vị trong Khối ưu tiên sử dụng dịch vụ, sản phẩm của nhau" do Đảng ủy khối Doanh nghiệp Trung ương tổ chức, Tập đoàn Dệt May Việt Nam (Vinatex) đã ký kết thỏa thuận hợp tác với Tổng công ty Hàng không Việt Nam (Vietnam Airlines) và Tổng công ty Bưu điện Việt Nam (Vietnam Post).

Sự kết hợp giữa Vinatex và 2 doanh nghiệp hàng đầu hoạt động trong lĩnh vực hàng không và bưu điện không chỉ phát huy thế mạnh của mỗi bên nhằm nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh trên các lĩnh vực mà còn hứa hẹn sẽ mang đến nhiều tiện ích cho khách hàng, góp phần tạo động lực cho sự phát triển bền vững, lớn mạnh của nền kinh tế - xã hội đất nước. Đặc biệt, với Vietnam Airlines, đây là chu kỳ hợp tác thứ 2 sau giai đoạn hợp tác toàn diện từ năm 2015 - 2021, với nhiều chương trình, nội dung đã được thực hiện, mang lại hiệu quả khả quan về xây dựng thương hiệu, hình ảnh của 2 bên.

Theo thỏa thuận hợp tác chiến lược, Vinatex và Vietnam Airlines sẽ khuyến khích cán bộ nhân viên, khách hàng của mỗi bên sử dụng sản phẩm, dịch vụ của đối tác, cũng như áp dụng các chương trình ưu đãi hợp tác giữa hai bên. Bên cạnh đó, hai bên phối hợp tuyên truyền quảng bá hình ảnh, thương hiệu của nhau trên các phương tiện truyền thông do hai bên quản lý. Hai đơn vị còn hợp tác trong lĩnh vực khách hàng thường xuyên, nghiên cứu sản phẩm, dịch vụ tích hợp, trọn gói để cung ứng cho khách hàng. Sự hợp tác giữa hai doanh nghiệp lớn mạnh được kỳ vọng sẽ mang đến những lợi ích mới mẻ, đột phá cho khách hàng và cán bộ nhân viên của cả hai bên, cũng như góp phần xúc tiến chương trình "Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam", phát triển sản phẩm, dịch vụ Việt Nam ngày càng lớn mạnh, vươn tầm thế giới.

Luôn đứng vững trong top 100 doanh nghiệp lớn nhất Việt Nam và là đơn vị lớn nhất trong ngành, Vinatex đang xây dựng mục tiêu chiến lược "Một điểm đến – Nhà cung ứng giải pháp trọn gói về dệt may và thời trang Xanh cho khách hàng doanh nghiệp". Vinatex và các đơn vị thành viên cam kết sẽ cung cấp các sản phẩm, dịch vụ chất lượng cho Vietnam Post và các đơn vị thành viên, đối tác và khách hàng của Vietnam Post, gồm: Dịch vụ cung ứng hàng hóa thuộc phạm vi kinh doanh của Vinatex; cung cấp dịch vụ thiết kế và may đồng phục cho cán bộ, nhân viên của Tổng công ty và các chi nhánh, các đơn vị thành viên với mức giá cạnh tranh, đảm bảo chất lượng, thương hiệu của Tổng công ty; ưu tiên ký kết các Thỏa thuận phục vụ khách hàng lớn nhằm mang đến cho cán bộ, công nhân viên của Vietnam Post và chi nhánh, các đơn vị thành viên những ưu đãi khi sử dụng sản phẩm, dịch vụ của Vinatex…



***Ông Cao Hữu Hiếu, Phó Bí thư Đảng ủy, Tổng giám đốc Vinatex** cho biết: Việc ký kết Thỏa thuận hợp tác giữa Vinatex với 2 doanh nghiệp hàng đầu trong lĩnh vực hàng không và bưu điện góp phần thực hiện chủ trương của Đảng ủy Khối Doanh nghiệp Trung ương về việc sử dụng sản phẩm dịch vụ của nhau và hưởng ứng Cuộc vận động Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam. Vinatex cam kết sẽ cung cấp những sản phẩm nội địa chất lượng nhất, những chương trình ưu đãi, ưu tiên hấp dẫn cho cán bộ nhân viên, khách hàng các đơn vị ký kết nhằm hiện thực hóa nội dung ký kết và mục tiêu của Cuộc vận động. Chúng tôi cũng sẽ tiếp cận để ưu tiên sử dụng sản phẩm, dịch vụ, hàng hóa nội địa và đặc biệt là dịch vụ, sản phẩm của các tập đoàn, tổng công ty, ngân hàng, đơn vị trong Khối.*

Theo thỏa thuận hợp tác giữa Vietnam Post và Vinatex, Vietnam Post hướng tới cung cấp dịch vụ logistics toàn diện cho Vinatex ở các lĩnh vực: dịch vụ vận chuyển quốc tế, kho hàng, phân phối hàng hóa tới các hệ thống cửa hàng, showroom, siêu thị, các dịch vụ quản lý kho chuyên nghiệp và hệ thống vận tải hàng phân phối tới điểm bán, kho hàng thương mại điện tử và hệ thống chuyển phát hàng hóa phục vụ cho kênh bán hàng online,… Ngoài ra với nền tảng số quốc gia – sàn TMĐT Postmart.vn, Vietnam Post cũng sẽ hợp tác chặt chẽ với Vinatex để phát triển kênh bán hàng online to offline, đồng thời triển khai chuỗi cửa hàng đồng thương hiệu Vietnam Post – Vinatex hướng tới các phân khúc khách hàng cao cấp, trung cấp và bình dân trên mạng lưới bưu điện. ❑











TRUYỀN THÔNG

“KÊNH” KẾT NỐI ĐỂ “NGƯỜI VIỆT NAM ƯU TIÊN DÙNG HÀNG VIỆT NAM”

Bài: **THANH THÚY**

Công tác tuyên truyền, vận động có vai trò, ý nghĩa quan trọng, là một trong những nhiệm vụ, giải pháp của Tập đoàn Dệt May Việt Nam (Vinatex) khi triển khai, thực hiện Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam”. Cuộc vận động không chỉ giúp các đơn vị trong Vinatex gắn kết, chia sẻ khó khăn, đồng hành xây dựng Tập đoàn ngày một vững mạnh, mà còn hình thành niềm tự hào dân tộc, tự hào hàng Việt Nam, thương hiệu Việt Nam trong tâm thức người tiêu dùng.

TRUYỀN THÔNG LAN TỎA HÀNG VIỆT

Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam” triển khai nhằm vận động mọi tổ chức, cá nhân người Việt Nam dành sự ưu tiên mua sắm, sử dụng hàng Việt Nam thay vì sử dụng hàng nhập khẩu từ nước ngoài có chất lượng, giá cả, công dụng sản phẩm tương đương. Thông qua tiêu dùng sản phẩm hàng hóa, dịch vụ, tạo điều kiện cho doanh nghiệp phát triển sản xuất, mang lại thu nhập cho doanh nghiệp và nộp thuế cho Nhà nước. Tiền thuế của doanh nghiệp được Nhà nước sử dụng đầu tư phát triển kết cấu hạ tầng kinh tế - xã hội, quốc phòng, an ninh, duy trì hoạt động của bộ máy Nhà nước…



Bằng nhiều hình thức và phương pháp linh hoạt, Ban Chỉ đạo Cuộc vận động của Vinatex trong nhiều năm nay luôn tạo điểm nhấn trong tuyên truyền các chủ trương của Đảng, chính sách của Nhà nước, của Chính phủ, của Đảng ủy Khối Doanh nghiệp Trung ương về “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam” trong tình hình mới.

“Kênh” truyền thông đa dạng, phong phú của Vinatex không chỉ thực hiện qua các hội nghị, hội thảo chuyên đề, triển lãm, ngày hội lao động sáng tạo, trên các phương tiện truyền thông đại chúng, mạng xã hội… mà còn sử dụng các hoạt động xúc tiến thương mại và ứng dụng thương mại điện tử trong các hoạt động mua sắm hàng Việt Nam. Theo đó, công tác truyền thông ở Vinatex và các đơn vị thành viên không chỉ dừng lại ở vận động hay hô hào khẩu hiệu mà đi vào thực chất hoạt động SXKD của đơn vị và nhu cầu của người tiêu dùng trong nước.

Thực hiện Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam”, Ban Chỉ đạo của Tập đoàn đã chỉ đạo xây dựng các nhóm sản phẩm và kênh phân phối chính như sau:



Thứ nhất, kênh sản phẩm may mặc bán ra thị trường thông qua các siêu thị, cửa hàng của Tập đoàn và doanh nghiệp. Với hai trung tâm thời trang của Tập đoàn có quy mô hơn 5.000m2 sàn và trên 2.000 cửa hàng/đại lý của các doanh nghiệp trên địa bàn cả nước, cung cấp đầy đủ các chủng loại mặt hàng từ thời trang công sở, đồng phục học sinh, khăn, chăn gối, thời trang nam nữ. Các doanh nghiệp điển hình trong cung ứng sản phẩm ra thị trường nội địa là TCT Cổ phần May Việt Tiến, TCT May 10-CTCP, TCT Cổ phần May Nhà Bè, TCT Đức Giang - CTCP, TCT Cổ phần Dệt May Hòa Thọ… với



doanh thu toàn hệ thống đạt hơn 2.000 tỷ đồng/năm.

Thứ hai, nhóm cung cấp sản phẩm đồng phục công sở cao cấp theo yêu cầu của doanh nghiệp, đã đạt thỏa thuận trong toàn hệ thống và cung ứng trong 7 năm cho Vietnam Airlines và 03 năm cho Ngân hàng TMCP Ngoại thương Việt Nam với doanh thu tổng cộng hàng năm khoảng 100 tỷ đồng. Ngoài ra còn nhiều đồng phục cho các doanh nghiệp thành viên ngành điện, dầu khí,... Riêng TCT Đức Giang đã cung ứng khoảng 400 tỷ đồng/năm.

Thứ ba, sản xuất nguyên liệu, sợi, vải bán cho doanh nghiệp trong nước dệt vải và may mặc với doanh thu bình quân đạt khoảng 3.000 tỷ đồng/năm.

Cùng với đó, đã thành nếp, khi thực hiện mua sắm trang thiết bị, nguyên vật liệu nội địa và dịch vụ có chất lượng tương đương hàng ngoại nhập để phục vụ sản xuất, kinh doanh, Vinatex sẽ chọn hàng Việt Nam. Việc rà soát vật tư, phụ liệu, phụ tùng thiết bị và hàng hóa dịch vụ hiện đang sử dụng được doanh nghiệp thực hiện thường xuyên. Mỗi bộ phận, đơn vị chủ động xây dựng kế hoạch dùng hàng nội địa khi thực hiện mua sắm công và thực



hiện các dự án đầu tư phát triển sản xuất; chủ động sử dụng nguồn vật tư, nguyên liệu trong nước thay thế hàng nhập ngoại. Rà soát lại toàn bộ quy trình, quy chế chi tiêu, mua sắm nội bộ.... nhằm sửa đổi, bổ sung điều chỉnh để ưu tiên dùng hàng nội địa và đặc biệt là dịch vụ, sản phẩm của các tập đoàn, tổng công ty, ngân hàng, đơn vị trong Khối Doanh nghiệp Trung ương.

Vì hàng hóa là nguồn vật tư, phụ liệu, máy móc thiết bị nên Vinatex thường xuyên xem xét yêu cầu các tiêu chuẩn; đánh giá định kỳ các nhà cung ứng vật tư, phụ liệu để tìm cơ hội sử dụng hàng sản xuất trong nước với tỷ lệ cao để đưa vào sử dụng trong việc sản xuất.

Nhiều năm nay, các đơn vị trong Vinatex không chỉ sử dụng dịch vụ, hàng hóa nội địa, mà còn sử dụng các sản phẩm hàng hóa của nhau. Chia sẻ về hiệu quả của Cuộc vận động, ông Nguyễn Đăng Lợi-Tổng Giám đốc Công ty TNHH MTV Dệt kim Đông Xuân thông tin, công ty luôn có những hợp đồng mua bán, sử dụng sản phẩm của TCT CP Dệt May Hà Nội (Hanosimex), TCT CP Dệt May Nam Định, TCT May 10-CTCP, TCT Đức Giang - CTCP... Sự hợp tác này góp phần vào hiệu quả SXKD của đơn vị.

ẤM TÌNH HÀNG VIỆT TRONG LÒNG NGƯỜI TIÊU DÙNG

Khi dịch Covid-19 mới bùng phát tại Việt Nam, trước tình hình khan hiếm khẩu trang, thực hiện sự chỉ đạo của Thủ tướng Chính phủ trong việc bình ổn giá, các doanh nghiệp dệt may chủ động chuyển đổi quy trình sản xuất, chế tạo vải kháng khuẩn để sản xuất khẩu trang, quần áo bảo hộ y tế và tổ chức nhiều kênh phân phối với giá bình ổn, cung cấp cho nhân dân cả nước chống dịch.

Cùng với việc trao tặng hơn 2,6 triệu khẩu trang kháng khuẩn cho lực lượng bộ đội biên phòng, các tỉnh Vĩnh Phúc, Thái Nguyên, Kon Tum, Đắk Lắk, Quảng Ninh, Cao Bằng, các bệnh viện lớn và các cơ sở cách ly..., Vinatex chỉ đạo các doanh nghiệp có trụ sở đóng ở địa phương nào cung ứng sản phẩm khẩu trang chống dịch ngay tại địa phương đó. Các đơn vị sản xuất khẩu trang phát miễn phí cho đoàn viên và người lao động tại đơn vị, hỗ trợ cho người dân địa phương nơi doanh nghiệp đặt trụ sở, trao tặng một số trường học, bệnh viện, các trung tâm cách ly... điển hình như TCT May 10-CTCP, CT CP Dệt May Huế, TCT CP Dệt May Hòa Thọ, TCT CP May Việt Tiến,...

Song song với các mục tiêu phát triển ngành, phát triển thị trường xuất khẩu dệt may, Vinatex luôn quan tâm và thực hiện có hiệu quả công tác mở rộng thị trường nội địa, thị trường thời trang, mạng lưới cửa hàng tại các đơn vị thành viên. Tôn chỉ và mục tiêu ưu tiên phục vụ tốt nhất cho người tiêu dùng Việt, đưa hàng may mặc Việt Nam với chất lượng tốt và giá cả cạnh tranh đến trực tiếp người tiêu dùng.

Cũng như vậy, đối với các mặt hàng nhu yếu phẩm, các sản phẩm phục vụ sinh hoạt, làm việc hàng ngày, các loại văn phòng phẩm, dịch vụ, sản phẩm chăm sóc sức khỏe, y tế, phục vụ bữa ăn giữa ca của CBNV-NLĐ tại đơn vị, Công đoàn các doanh nghiệp luôn ưu tiên chọn mua và sử dụng các sản phẩm của công ty và doanh nghiệp trong nước có uy tín. Các đơn vị sản xuất kinh doanh không ngừng phát huy sáng kiến cải tiến kỹ thuật, đổi mới và ứng dụng công nghệ mới, sử dụng máy móc thiết bị hiện đại nhằm sản xuất sản phẩm hàng hóa



Việt có chất lượng cao, giá thành hạ, mẫu mã phù hợp với thị hiếu người tiêu dùng.

TIẾP TỤC ĐẨY MẠNH KÊNH TUYÊN TRUYỀN

Hiện nay, một bộ phận lớn người tiêu dùng có nhận thức về lợi ích của việc dùng hàng nội địa. Thông qua Cuộc vận động, hàng Việt Nam ngày càng được chú trọng hơn về chất lượng và mẫu mã, lợi ích của người tiêu dùng cũng được quan tâm, đảm bảo hơn. Cuộc vận động cũng tạo điều kiện thuận lợi cho hoạt động sản xuất kinh doanh và sự phát triển của các doanh nghiệp, góp phần thúc đẩy phát triển kinh tế - xã hội của địa phương, ổn định tình hình an ninh chính trị, an toàn xã hội trong quá trình hội nhập kinh tế quốctế.

Chỉ thị số 03-CT/TW, ngày 19/5/2021 của Ban Bí thư về tăng cường sự lãnh đạo của Đảng đối với Cuộc vận động "Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam" trong tình hình mới đã khẳng định Cuộc vận động là một giải pháp cần thiết, quan trọng trong thực hiện nhiệm vụ phát triển kinh tế - xã hội đất nước giai đoạn hiện nay.

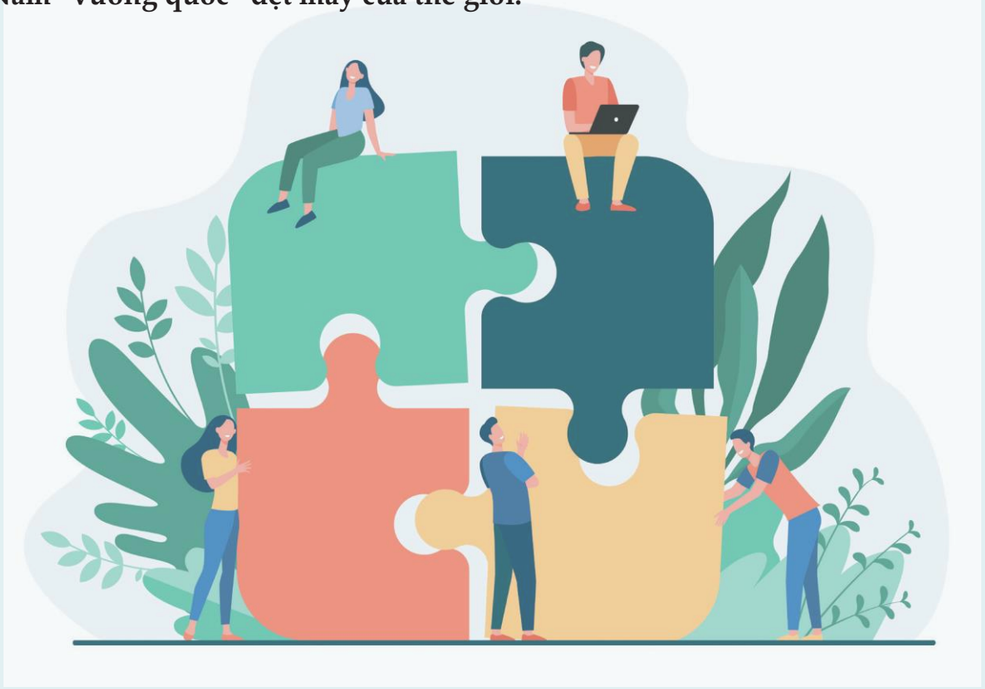
Chỉ thị số 03-CT/TW cũng nhấn mạnh việc tiếp tục tổ chức quán triệt, tuyên truyền sâu rộng trong các cấp, các ngành, các tầng lớp nhân dân, cộng đồng doanh nghiệp Việt Nam và toàn xã hội về Cuộc vận động, nhằm khơi dậy tinh thần yêu nước, ý chí tự lực, tự cường, trí tuệ, bản lĩnh, trách nhiệm, khát vọng vươn lên của người Việt Nam trong sản xuất, kinh doanh, quảng bá và sử dụng hàng Việt Nam; tạo sự chuyển biến thực sự về nhận thức và hành động của các cấp, các ngành, doanh nghiệp và người dân trong thực hiện Cuộc vận động. Khuyến khích, động viên người tiêu dùng Việt Nam ưu tiên sử dụng hàng Việt Nam; các doanh nghiệp, cơ sở sản xuất trong nước ưu tiên sử dụng nguyên, nhiên, vật liệu và các yếu tố đầu vào là các sản phẩm, hàng hoá, dịch vụ của Việt Nam.

Đẩy mạnh quảng bá, giới thiệu sản phẩm, hàng hoá Việt và các doanh nghiệp, cơ sở sản xuất trong nước có các sản phẩm, hàng hoá, dịch vụ được người tiêu dùng ưa thích; trọng tâm là thị trường trong nước, đồng thời mở rộng ra thị trường nước ngoài, nhất là các thị trường mà Việt Nam đã ký Hiệp định Thương mại tự do. Tăng cường ứng dụng công nghệ thông tin, phát triển thương mại điện tử và các kênh thương mại hiện đại, kết hợp hài hoà với hoạt động thương mại, phân phối truyền thống; công khai, minh bạch thông tin liên quan đến tiêu chuẩn, giá cả và nguồn gốc xuất xứ sản phẩm, hàng hoá Việt; tiếp nhận và xử lý kịp thời thông tin phản ánh các vấn đề liên quan đến thị trường, nguồn gốc, chất lượng, giá cả hàng hoá Việt Nam...

DOANH NGHIỆPVINATEX và hành trình GẮN KẾT NGƯỜI TIÊU DÙNG VIỆT

AN MY *(ghi)*

Thực hiện chủ trương "Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam", trong những năm qua, các doanh nghiệp thành viên của Vinatex đã và đang xây dựng thương hiệu và kênh phân phối các sản phẩm may mặc nội địa. Đây không chỉ là nhiệm vụ phát triển các thương hiệu dệt may trong nước mà còn là hành trình đưa người tiêu dùng Việt Nam sử dụng các sản phẩm dệt may của Việt Nam có nguồn gốc xuất xứ rõ ràng, để xứng đáng với xưng tụng – Việt Nam "vương quốc" dệt may của thế giới.



BÀ ĐỖ HỒNG HẠNH - PHÓ GIÁM ĐỐC TRUNG TÂM THỜI TRANG VINATEX:

Sứ mệnh của trung tâm là kết nối các thương hiệu nội địa



rung tâm Thời trang Vinatex là kênh phân phối tin cậy các sản phẩm dệt may có nguồn gốc xuất xứ rõ ràng, đưa thương hiệu Việt đến gần hơn người tiêu dùng. Các sản phẩm chính của trung tâm đa dạng từ: quần áo nam nữ, trẻ em đến hàng dệt gia dụng, chăn ga gối, phụ kiện... với nhiều thương hiệu lớn như: Việt Tiến, Phong Phú, Nhà Bè, Hòa Thọ, May 10, Đức Giang, Đông Xuân, Hanosimex...



Với slogan "Thời trang dành cho cả gia đình", Trung tâm thời trang Vinatex định vị là một địa điểm thời trang phục vụ nhiều phân khúc khách hàng, nhiều đối tượng trong một điểm đến. Với nhiều mức giá, phân khúc, khách hàng dễ dàng tìm đến Trung tâm thời trang Vinatex, tiếp cận được nhiều thương hiệu Việt nổi tiếng với sản phẩm, dịch vụ chất lượng tốt, mức giá ưu đãi, cạnh tranh. Trong thời gian tới, Trung tâm định hướng đầu tư, chú trọng khai thác thêm nhiều mẫu mã sản phẩm phục vụ đối tượng khách hàng nữ công sở trẻ tuổi và thanh thiếu niên từ 13-18 tuổi, phục vụ tốt hơn người tiêu dùng.

Hưởng ứng cuộc vận động "Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam", Tập đoàn Dệt May Việt Nam đã ký kết các thỏa thuận hợp tác chiến lược với các Tập đoàn, Tổng Công ty, Ngân hàng... trong hệ thống các đơn vị thuộc Đảng bộ Khối Doanh nghiệp Trung ương nhằm phát huy thế mạnh, thúc đẩy sử dụng sản phẩm của nhau. Trong thời gian sắp tới, Trung tâm thời trang Vinatex sẽ triển khai cụ thể các chương trình phát hành thẻ thành viên, thẻ mua sắm ưu đãi cho CBNV các đơn vị đã có thỏa thuận hợp tác với Vinatex cùng các chương trình hợp tác khác giúp hàng may mặc thương hiệu Việt Nam đến gần hơn với người tiêu dùng nội địa.



BÀ ĐẶNG NGỌC LAN - GIÁM ĐỐC THƯƠNG HIỆU HERADG, TỔNG CÔNG TY ĐỨC GIANG:

Thực hiện giấc mơ "mặc đẹp sống xanh"

HeraDG là thương hiệu thời trang nữ cao cấp đến từ Tổng công ty Đức Giang – một trong những đơn vị hàng đầu thuộc Tập đoàn Dệt May Việt Nam. Sau 8 năm nỗ lực không ngừng, HeraDG đã khẳng định được vị thế trên thị trường và ngày càng được khách hàng yêu thích. Với 6 cửa hàng, 1 trung tâm online và hơn 20 đại lý tại các thành phố lớn trên toàn quốc, HeraDG đã trở thành địa chỉ mua sắm tin cậy, cùng khách hàng xây dựng và định hình phong cách thời trang hiện đại, trẻ trung.

Trải qua 2 năm dịch bệnh, HeraDG đã có thời gian suy ngẫm, ý thức được trách nhiệm với cộng đồng và môi trường, đồng thời nhận thấy rằng xu hướng "thời trang xanh" là hướng đi tất yếu của ngành thời trang. Từ đây HeraDG hướng tới việc xây dựng thương hiệu dựa trên sự bền vững của sản phẩm, đây cũng là giá trị cốt lõi mà thương hiệu theo đuổi. HeraDG luôn cố gắng sáng tạo không ngừng để tạo ra những sản phẩm đẹp mang tính ứng dụng cao và thân thiện với môi trường với những chất liệu thân thiện từ thiên nhiên hoặc từ nguồn nguyên liệu tái chế.



Các sản phẩm của HeraDG được sản xuất trong các nhà máy sử dụng năng lượng mặt trời, góp phần giảm ô nhiễm môi trường và hiệu ứng nhà kính. Không chỉ chú trọng sản xuất xanh, HeraDG còn đem tới môi trường làm việc xanh hóa cho cán bộ công nhân viên, góp phần lan tỏa tình yêu thiên nhiên và nâng cao ý thức bảo vệ môi trường.

Ông Phạm Minh Đức – Tổng Giám đốc Công ty CP May Nam Định:

Xây dựng thương hiệu thời trang an toàn cho trẻ em Việt

Việc xây dựng thị trường nội địa xuất phát từ niềm "tự tôn" của một đơn vị có lịch sử lâu đời như May Nam Định. Trong suốt những năm qua, May Nam Định không có bất kỳ thương hiệu nào kể từ khi thành lập, do đó chúng tôi quyết định xây dựng một thương hiệu cho thị trường nội địa khi đã có "đủ lông đủ cánh" và tiềm lực. Khi nghiên cứu thị trường, chúng tôi nhận thấy có một mảng hiện đang còn "bỏ ngỏ" và chưa có nhiều thương hiệu mạnh là thời trang trẻ em. Ngoài ra, hiện nay thị trường thời trang trẻ em có xuất xứ không rõ nguồn gốc rất lớn, các thương hiệu nội địa lại chiếm tỷ trọng rất nhỏ, cũng như chưa có nhiều thương hiệu có chất lượng sản phẩm tốt trên thị trường. Bên cạnh đó, với các thương hiệu quốc tế tại Việt Nam, ngành hàng thời trang trẻ em cũng chưa phải là ngành hàng trọng điểm.



Sau thời gian "thai nghén" và qua quá trình đánh giá và khảo sát, May Nam Định đã quyết tâm xây dựng thương hiệu Ardilla nhằm mang đến cho trẻ em Việt Nam những sản phẩm tốt, chất lượng uy tín, giá cả hợp lý. Các sản phẩm là thương hiệu của Việt Nam nhưng được sản xuất trên dây chuyền xuất khẩu, theo tiêu chuẩn của thị trường Mỹ.

Từ nay đến năm 2025, May Nam Định đặt mục tiêu độ bao phủ của thương hiệu, cũng như mẫu mã sẽ được cải thiện nhằm phục vụ thị trường nội địa tốt hơn, thực hiện hóa mục tiêu "chất lượng tốt, giá cả tốt nhưng mẫu mã cũng phải tốt", điều này sẽ giúp giảm tỷ trọng hàng hóa không rõ nguồn gốc, đảm bảo sức khỏe cho trẻ em Việt.



ÔNG HOÀNG THẾ NHU – GIÁM ĐỐC ĐIỀU HÀNH, TỔNG CÔNG TY MAY 10:

Hàng nội địa chất lượng, đa dạng đáp ứng thị hiếu người tiêu dùng Việt

Được thành lập từ năm 1946, trong thời gian đầu thành lập May 10 tập trung may phục vụ quân trang cho quân đội trong kháng chiến. Từ năm 1961, May 10 chuyển sang Bộ Công nghiệp nghẹ và tới năm 1976 bắt đầu có đơn hàng xuất khẩu đầu tiên sang thị trường Đông Âu.



Với mong muốn chiếm lĩnh thị trường trong nước và người Việt Nam được sử dụng những sản phẩm chất lượng cao, từ năm 1992 May 10 đã đi đầu trong việc phát triển thị trường nội địa. Năm 1993, May 10 khai trương cửa hàng giới thiệu sản phẩm đầu tiên và từ đó tới nay các thương hiệu của May 10 như: Gate, Pharaon, May 10 Classic, May 10 Expert, Cleopatra, Class Suit, Eternity Grusz… đã được đông đảo người tiêu dùng yêu thích và lựa chọn.

Không dừng lại ở các sản phẩm may sẵn, năm 2008 May 10 đã tiếp tục mở rộng và đưa vào khai thác cửa hàng may đo Veston đầu tiên trong hệ thống, tới năm 2010 là ra mắt thương hiệu thời trang cao cấp Eternity Grusz – đây là thương hiệu được phỏng theo những xu hướng mốt thịnh hành tại các kinh đô thời trang thế giới, được kiểm duyệt kỹ càng từ khâu chọn chất liệu, dựng mẫu và hoàn thiện theo một tiêu chuẩn toàn cầu. Nguyên liệu và phụ kiện được cung cấp bởi các nhà sản xuất uy tín và danh giá nhất như Getzner Textil AG, Albiate Milano, Brennet, Canonico, Loro Piana...

Xuyên suốt quá trình phát triển thương hiệu trong nước, May 10 luôn định vị các dòng sản phẩm của mình là sản phẩm chất lượng cao nhưng giá sản phẩm phù hợp với thị trường nội địa với phân khúc thời trang công sở trung và cao cấp. Thời gian tới, ngoài việc xây dựng và phát triển các thương hiệu, May 10 tiếp tục duy trì chất lượng các sản phẩm nội địa với chủ trương "chất lượng hàng nội địa phải cao hơn hàng xuất khẩu" nhằm xây dựng các sản phẩm tốt nhất cho người tiêu dùng Việt.

BÀ TRẦN THỊ BÍCH THỦY - GIÁM ĐỐC TRUNG TÂM KINH DOANH HÀNG THỜI TRANG HÒA THỌ, TỔNG CÔNG TY CP DỆT MAY HÒA THỌ:

Merriman không ngừng làm mới để trở thành chỗ đứng vững chắc trong lòng khách hàng

Ra mắt từ tháng 12/2011, trải qua gần 11 năm trên trường, "tại sao Merriman có thể đạt được thành công như hôm nay?" là câu hỏi được rất nhiều khách hàng đặt ra đối với thương hiệu. Để làm được điều này, Merriman đã và đang không ngừng làm mới mình để trở thành chỗ đứng vững chắc trong lòng khách hàng. Từ đó, mỗi khi nhắc đến Merriman, mọi người đều sẽ nghĩ về chất lượng cùng vẻ lịch thiệp, sang trọng và đầy tinh tế mà sản phẩm mang lại.



Trong những giai đoạn đầu, Merriman chọn Đà Nẵng là thị trường chính để thâm nhập và phát triển. Sau khi tạo được dấu ấn sâu đậm trong lòng khách hàng, Merriman sẽ dần mở rộng thị trường tại khu vực miền Trung, Hà Nội và TP. Hồ Chí Minh. Hơn thế nữa, Merriman chọn những vị trí đắc địa ngay trung tâm, khu thời trang sầm uất, khu văn phòng và những trung tâm thương mại. Những nơi này có lượng người qua lại đông đúc, giúp thu hút khách hàng tiềm năng đến với Merriman.

Bên cạnh đó, Merriman giới thiệu sâu rộng thương hiệu thông qua các kỳ hội chợ, hội nghị, hội thảo, các đối tác liên kết bán hàng lớn, uy tín, hoặc tài trợ cho sự kiện, phim ngắn có nội dung nhân văn,... Ngoài những sản phẩm công sở cơ bản, Merriman còn mang đến các dòng sản phẩm thời trang tiện dụng, giúp tối ưu sự thoải mái cho người mặc nhưng vẫn giữ được chất lịch lãm, sang trọng.

Trong những năm gần đây, nhận biết khách hàng có xu hướng số hóa, Merriman cũng dần thích nghi và tiếp cận gần hơn với khách hàng online toàn quốc thông qua các sàn thương mại điện tử, Facebook, TikTok hay Zalo.

Khi xu hướng "Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam" ngày càng được quan tâm, Merriman sẽ luôn đồng hành cùng các cuộc vận động và không ngừng lắng nghe ý kiến từ khách hàng để liên tục cải tiến. Những yếu tố này không những giúp Merriman củng cố vị thế của mình – là thương hiệu con đến từ một doanh nghiệp lớn như Dệt May Hòa Thọ, mà còn có thể tự hào là thương hiệu Việt chất lượng cao được nhiều người Việt tin dùng.

BÀ ĐOÀN ANH ĐÀO – PHÓ TỔNG GIÁM ĐỐC
CÔNG TY CP DỆT GIA DỤNG PHONG PHÚ, TỔNG CÔNG TY CP PHONG PHÚ:

Xây dựng Mollis trở thành sản phẩm khăn bông cao cấp chủ lực trên thị trường

Hiện Dệt Gia dụng Phong Phú có 3 phân khúc khăn bông dành cho thị trường, với phân khúc cao cấp là thương hiệu Mollis, phân khúc trung cấp là thương hiệu Belleto, còn phân khúc phổ thông là thương hiệu Hải Cẩu, Macio. Với định vị rõ phân khúc, Mollis và Belleto sẽ được công ty tập trung khai thác trong các hệ thống siêu thị, theo hệ thống kênh phân phối MT.



Theo chiến lược của công ty, hiện Mollis là thương hiệu được tập trung nhiều nhất về ngân sách để xây dựng và phát triển thương hiệu. Trong đó, Mollis được đẩy mạnh với một số kênh marketing như: POSM, trade marketing... Tuy nhiên, với ngành dệt gia dụng, hiện có một số "đặc thù" khi đây không phải ngành hàng fmcg (hàng tiêu dùng nhanh – PV) được hệ thống các siêu thị dành nhiều khu vực và không gian trưng bày, cũng như ngân sách và chính sách để thuê điểm bán. Trải qua hơn 2 năm dịch bệnh, hiện ngành thực phẩm đang được hệ thống các siêu thị "ưu tiên" nhiều hơn so với các sản phẩm hàng gia dụng, do đó hiện công ty đang tiếp tục đàm phán, đồng hành cùng với hệ thống các siêu thị lớn như: Winmart, Saigon CO.OP, Go Market... để có nhiều hơn các hoạt động marketing để gia tăng về doanh số cho sản phẩm khăn bông Mollis.

Bên cạnh kênh phân phối MT, với định vị thương hiệu là dòng sản phẩm khăn bông cao cấp, công ty cũng đã đưa được sản phẩm khăn bông vào hệ thống các khách sạn, resort lớn 5 và 6 sao như: Novotel, Amanoi... với những yêu cầu khắt khe nhất từ phía khách hàng và đối tác.

Thực hiện chủ trương của Cuộc vận động "Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam", Dệt Gia dụng Phong Phú đã lựa chọn và phát triển các sản phẩm khăn bông làm quà tặng với số lượng lớn và được nhiều tập đoàn, tổng công ty, ngân hàng, bệnh viện, trường học... tin tưởng lựa chọn không chỉ bởi giá thành, mẫu mã mà đây là sản phẩm đa thông dụng, mọi người đều có thể sử dụng. Chiến lược này cũng sẽ là một trong những định vị mà công ty hướng tới cho thương hiệu Mollis trong thời gian tới nhằm đưa Mollis trở thành thương hiệu khăn bông hàng đầu Việt Nam.



TRUY XUẤT NGUỒN GỐC HÀNG DỆT MAY

Giải pháp nào cho doanh nghiệp?



Nguồn: https://vinacheck.vn/

Việc truy xuất nguồn gốc ở nhiều quốc gia là quy định bắt buộc như Mỹ, Anh, EU, Ấn Độ, Canada… đối với hàng hóa nhập khẩu. Đặc biệt, thị trường Mỹ vừa ban hành bộ luật chống lao động cưỡng bức người Duy Ngô Nhĩ (Trung Quốc) có hiệu lực từ ngày 21/6/2022, buộc doanh nghiệp Việt Nam kiểm tra đầu vào của nguyên liệu, xác định rõ nhà cung cấp và hàm lượng tái chế. Cùng với đó, xu hướng thời trang nhanh sang thời trang bền vững đang thay đổi, thậm chí, trong giai đoạn tiếp theo, sẽ có quy định về hàm lượng tái chế, yêu cầu cao hơn của truy xuất nguồn gốc nguyên phụ liệu dệt may…

Trong số này, Dệt May và Thời trang Việt Nam giới thiệu các bài viết về các giải pháp truy xuất nguồn gốc để doanh nghiệp và bạn đọc tham khảo, đồng thời có được thông tin khi triển khai việc truy xuất nguồn gốc sản phẩm.

SỬ DỤNG THẺ BẢO MẬT (SECURED TAG)

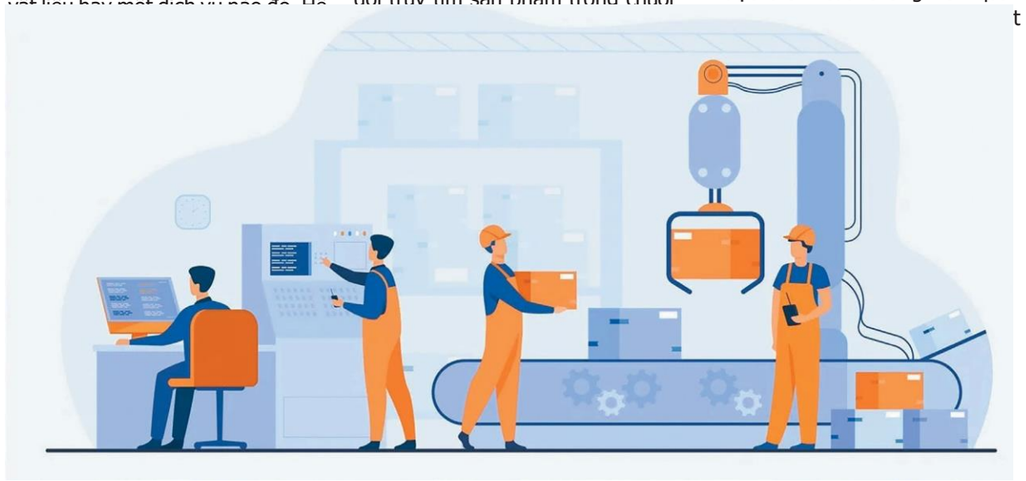
Bài: NGUYỄN THANH NGÂN

Hệ thống truy xuất nguồn gốc sản phẩm bảo mật cho sản phẩm dệt may giúp giám sát và kiểm soát các quá trình sản xuất cũng như các hoạt động trong chuỗi cung ứng. Hệ thống này được thực hiện theo quy trình sản xuất hàng dệt, được mã hóa và được xác nhận trên một thẻ bảo mật hai lớp, trong thẻ có chứa các "hạt" (particles) phân bố ngẫu nhiên trên bề mặt vải (sản phẩm may) nhờ vào công nghệ in lưới truyền thống. Các "hạt" này có kích thước siêu nhỏ, dễ "đọc" và dễ nhận diện (xác nhận); đồng thời các "hạt" được tạo ra từ một quy trình ngẫu nhiên nên không thể làm giả. Tác giả của nghiên cứu này dự đoán đây có thể là giải pháp thay thế cho các loại thẻ mà ngành dệt may đang sử dụng hiện nay bảo mật hơn, an toàn hơn nhưng chi phí rẻ hơn.

TRUY XUẤT NGUỒN GỐC VÀ TRUY XUẤT NGUỒN GỐC BẢO MẬT

Truy xuất nguồn gốc là khả năng xác định và theo dõi quá trình phân phối, xác định vị trí và ứng dụng của một sản phẩm, một bộ phận, một vật liệu hay một dịch vụ nào đó. Hệ thống xác định nguồn gốc ghi lại và đi theo dấu vết của các sản phẩm, bộ phận, vật liệu và dịch vụ đến từ các nhà cung cấp, được xử lý và được phân phối dưới dạng sản phẩm và dịch vụ cuối. Truy xuất nguồn gốc mang lại nhiều lợi ích bao gồm sự minh bạch, chất lượng sản phẩm tốt hơn và kiểm soát dòng nguyên liệu hiệu quả hơn. Đây là một công cụ hữu ích để vượt qua những thách thức trong bán lẻ đa kênh và giảm thiểu rủi ro trong chuỗi cung ứng theo thời gian thực bằng cách xác định các yếu tố từ thượng nguồn cho đến đối tượng nhận ở hạ nguồn. Nó giúp ích nhiều hơn trong việc ra quyết định, thu hồi sản phẩm, tái chế và tái sản xuất. Ngoài ra, nó còn được sử dụng để nghiên cứu các mô hình kinh doanh của nền kinh tế chia sẻ, tại đây truy xuất nguồn gốc có thể hoạt động như một cơ chế xác thực, những thông tin liên quan đến lịch sử, xuất xứ, ngày mua hàng, v.v. còn được chia sẻ ở cấp độ khách hàng với khách hàng.

Việc ngăn chặn hàng giả hoặc theo dõi truy tìm sản phẩm trong chuỗi nhiều công nghệ khác nhau, có loại chỉ xác thực nhằm xác định hàng giả hàng nhái, mà ko cần truy vết, có loại chỉ dùng để theo dõi, truy vết sản phẩm trong chuỗi cung ứng. Những công nghệ này dựa vào việc gắn thẻ vào từng sản phẩm hoặc nhóm sản phẩm bằng mã định danh duy nhất như RFID và mã vạch, sau đó những mã định danh này được sử dụng như một phần tử truy tìm. Tuy nhiên, do thiếu cơ chế bảo mật, các mã định danh này bị nhân bản hoặc sao chép và sau đó được sử dụng cho các sản phẩm giả mạo. Điều này lý giải cho việc các hệ thống theo dõi và truy tìm nguồn gốc sản phẩm không thể chỉ dựa vào các mã định danh thông thường như trên mà cần có một cơ chế bảo mật nhằm xác thực và ngăn chặn việc sao chép/nhân bản trái phép. Hệ thống như vậy được gọi là hệ thống "truy xuất nguồn gốc an toàn" và có thể được tìm thấy trong chuỗi cung ứng thực phẩm, dược phẩm, mỹ phẩm và sản phẩm xa xỉ. Bảng 1 dưới đây cung cấp tổng quan về các công nghệ khác nhau và ưu nhược điểm của chúng liên quan t



Bảng 1 - Tổng quan các công nghệ truy xuất nguồn gốc

1. Công nghệ xác thực

Các kỹ thuật nhận dạng dựa trên đặc điểm rất hữu ích để phân biệt sản phẩm gốc với hàng giả. Đây là những công nghệ được sử dụng rộng rãi nhất để xác thực nhưng không hỗ trợ theo dõi sản phẩm. Hơn nữa, hầu hết các công nghệ này đòi hỏi thiết bị phức tạp và đắt tiền hoặc một chuyên gia có kinh nghiệm để nhận diện sản phẩm

1.1. Xác thực trực tiếp

Dựa trên các đặc tính về vật lý, hóa học hoặc hình ảnh, ví dụ: kim cương, đồ da, đá quý, v.v.

1.2. Xác thực dựa trên các tính năng bảo mật

Dựa trên các tính năng được bổ sung bên ngoài có thể là:

a) Dễ nhận biết: Có thể nhìn thấy bằng mắt thường và dễ bị tấn công, ví dụ: ảnh nổi ba chiều và bản khắc vi mô,...

b) Khó nhận biết: Không thể nhìn thấy bằng mắt thường, yêu cầu một thiết bị đặc biệt để xác thực, ví dụ: hình mờ kỹ thuật số, mực nhạy với tia cực tím

c) Pháp y: Sử dụng các tính năng hóa học hoặc sinh học, các thiết bị tinh vi cần thiết để đọc và phân tích

2. Công nghệ theo dõi và truy vết

Dựa trên nguyên tắc của các thẻ định danh duy nhất dưới dạng thẻ theo dõi, công nghệ truy vết và theo dõi được sử dụng rộng rãi để theo dõi hàng hóa trong hoạt động vận tải (logistic). Đây là những công nghệ đã phổ biến với mức đầu tư tương đối thấp, khả năng đọc và mức độ tiêu chuẩn hóa cao. Tuy nhiên, chúng rất dễ bị làm giả hoặc sao chép bất hợp pháp

2.1. RFID

Các thẻ RFID là dạng thẻ điện tử không tiếp xúc bao gồm một vi mạch điện tử để lưu trữ dữ liệu và ăng ten để liên lạc. Phạm vi ứng dụng của thẻ này khá rộng do khả năng đọc từ khoảng cách xa, kích thước nhỏ, chi phí thấp và bộ nhớ lưu trữ cao; tuy nhiên, chúng có thể dễ dàng bị sao chép, cần thiết bị đọc chuyên dụng và thường bị xóa hoặc hủy kích hoạt tại điểm bán để ngăn chặn các vấn đề về quyền riêng tư

2.2. Mã vạch / mã QR

Đây là một hệ thống các mã được sắp xếp một cách có hệ thống, các mã này được in hoặc đính kèm theo nhãn của sản phẩm. Ưu điểm là dễ đọc, chi phí thấp, được ứng dụng rộng rãi cho các hàng tiêu dùng nhanh. Tuy nhiên, chúng rất dễ bị sao chép để dùng cho hàng giả và thiếu phương pháp xác thực.

2.3. Các công nghệ khác

Thẻ từ, mã nhận dạng ký tự mực từ (MICR) hoặc mã vạch từ là một vài dạng công nghệ khác cũng khá hữu ích cho việc theo dõi sản phẩm. Chúng được cảm biến và giải mã từ xa bằng công nghệ cảm biến từ trường. Các công nghệ này thường được ứng dụng trong ngành đóng gói, ngân hàng và giao thông vận tải ví dụ như vé tàu điện ngầm hoặc xe điện

3. Công nghệ truy xuất nguồn gốc an toàn

Các công nghệ này có thể theo dõi và truy tìm sản phẩm, có khả năng xác thực thương hiệu hoặc nhận dạng sản phẩm nhưng không dễ bị sao chép. Tuy nhiên, hiện tại, hầu hết các công nghệ bảo mật này đều tương đối đắt tiền, áp dụng cho các sản phẩm có giá trị cao hoặc các sản phẩm nếu bị làm giả thì sẽ có ảnh hưởng nghiêm trọng tới sức khỏe như dược phẩm hay thực phẩm.

3.1. RFID an toàn

a. Hệ thống tự xác thực dựa trên công nghệ hình mờ và RFID (WARDS): hệ thống xác thực hai yếu tố.

Sử dụng thông tin hình mờ được quét từ các nhãn kết hợp với mã nhận diện sản phẩm từ các thẻ RFID như một hệ thống xác thực hai yếu tố.

b. Thẻ RFID có chức năng an toàn vật lý không thể sao chép (PUF)

Chip IC RFID được trang bị PUF để ngăn chặn khả năng sao chép sản phẩm

c. Thẻ RFID lấy dấu vân tay

3.2. Mã vạch/mã QR an toàn

a. Mã vạch mật mã để truy xuất nguồn gốc và xác thực thương hiệu trong ngành dệt may. Các mã này được in trực tiếp trên bề mặt hàng dệt và được thử nghiệm chống biến dạng do đặc tính không ổn định của bề mặt sản phẩm dệt

b. Mã QR và "chữ ký" số (thương hiệu số) cho sản phẩm thủy sản. Hệ thống sử dụng trọng lượng của từng con cá để làm "chữ ký" số riêng của chúng

c. Microtaggant (các hạt vi mô dùng làm vân tay ảo): công nghệ này được sử dụng nhiều để truy xuất nguồn gốc trong ngành dược phẩm

3.3. Các công nghệ khác

a. Thẻ truy xuất nguồn gốc dựa trên sợi dùng để theo dõi chuỗi cung ứng dệt may

b. Hình xăm vĩnh viễn dưới bề mặt được áp dụng cho các sản phẩm đồ da để truy xuất nguồn gốc và giảm hàng giả

c. SigNature® T bảo vệ sản phẩm bằng cách gắn thẻ phân tử duy nhất cho từng sản phẩm dệt may.

TRUY XUẤT NGUỒN GỐC SẢN PHẨM DỆT MAY AN TOÀN TRONG CHUỖI CUNG ỨNG

Để theo dõi các sản phẩm trong chuỗi cung ứng, ngành dệt may thường sử dụng mã vạch, mã vạch có 2 dạng phổ biến mã vạch tuyến tính và mã QR. Ưu điểm của mã vạch là tương đối rẻ và dễ thực hiện, chúng không tạo ra những lo ngại về quyền riêng tư (không giống như RFID), ngoài ra mã vạch tuyến tính và mã QR cũng thân thiện với môi trường và dễ phân hủy. Cùng với việc lựa chọn phương pháp in và mực in thích hợp, mã vạch dùng cho sản phẩm dệt may có thể không thấm nước và rất bền. Tuy nhiên nhược điểm của các mã này như đã đề cập ở trên thường rất dễ bị sao chép và không có bất kỳ cơ chế bảo mật nào để xác thực. Hiện nay, cũng có nhiều doanh nghiệp sử dụng RFID để thực hiện mục đích này nhưng các thẻ gắn RFID thường bị gỡ bỏ hoặc ngừng hoạt động tại điểm bán do lo ngại về quyền riêng tư.

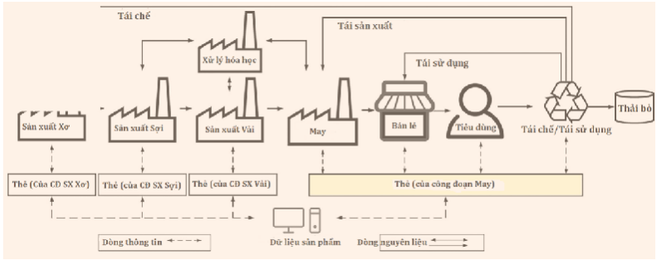
Do vậy, việc áp dụng hệ thống truy xuất nguồn gốc an toàn/bảo mật cho sản phẩm dệt may được quan tâm như một giải pháp khả thi để khắc phục các hạn chế nêu trên cho chuỗi cung ứng.

Nguyên lý, thiết kế và in thẻ truy xuất nguồn gốc bảo mật trên sản phẩm dệt may

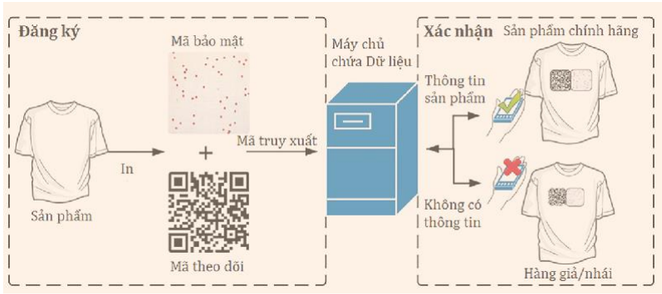
Nguyên lý tạo thẻ truy xuất nguồn gốc bảo mật trên sản phẩm dệt may

Do đặc thù của chuỗi cung ứng dệt may, các yêu cầu về truy xuất nguồn gốc không thể sử dụng các giải pháp bán sẵn trên thị trường. Thẻ truy xuất nguồn gốc an toàn cho hàng dệt may phải có cơ chế bảo mật nhằm ngăn chặn việc các thẻ bị sao chép một cách dễ dàng và trái phép. Đồng thời, nó phải bền để chịu được các tác động cơ học của quá trình giặt và ma sát. Nó cũng nên được tích hợp linh hoạt vào sản phẩm dệt để tránh hiện tượng thẻ bị phân hủy/tan rã. Cuối cùng, sản phẩm dệt may thông thường có giá

Hình 1 - Một hệ thống truy xuất nguồn gốc an toàn lý tưởng cho chuỗi cung ứng dệt may



Hình 2 - Đăng ký thẻ (xây dựng bản đồ mã với mã QR) và quy trình xác minh



Lưu ý rằng việc định vị hạt có thể được lưu trữ trực tiếp trên thẻ hoặc gián tiếp trên máy chủ có tham chiếu đến mã QR.

thành không cao vì vậy giải pháp về truy xuất nguồn gốc an toàn phải rẻ, thân thiện với môi trường và dễ đọc bởi một thiết bị sẵn có để khách hàng có thể xác thực và truy tìm nguồn gốc sản phẩm.

Như thể hiện trong Hình 1, các thẻ bảo mật này nên được tích hợp với sản phẩm/sản phẩm trung gian ở mỗi công đoạn của chuỗi cung ứng trước khi chuyển sang công đoạn tiếp theo. Mỗi thẻ hoạt động như một liên kết để truy cập vào hệ thống quản lý dữ liệu sản phẩm, chịu trách nhiệm xếp chồng dữ liệu vào một chức năng dựa trên thời gian, khi sản phẩm trải qua các giai đoạn vòng đời khác nhau. Hệ thống cơ sở dữ liệu này phải giữ lại và phải bao gồm dữ liệu liên quan đến giai đoạn hiện tại cũng như dữ liệu từ các giai đoạn trước. Thẻ ở giai đoạn sản xuất cuối cùng nên kết hợp dữ liệu sản xuất ở giai đoạn hiện tại và dữ liệu từ tất cả các giai đoạn trước đó.

Trước những yêu cầu như vậy, nghiên cứu này tập trung vào các thẻ bảo mật phải được tích hợp trên mỗi sản phẩm dệt trong giai đoạn sản xuất (sản xuất hàng may mặc) trước khi chuyển đến nhà bán lẻ và cuối cùng là đến khách hàng.

Để tạo ra Thẻ truy xuất nguồn gốc bảo mật trên sản phẩm dệt may (sau đây gọi tắt là Thẻ), nhóm tác giả đã trộn các *hạt bảo mật lấp lánh*[1] có kích thước siêu nhỏ với bột in, tạo thành một hỗn hợp hô sau đó dùng kỹ thuật in lưới để đưa các hạt này lên bề mặt vải, số lượng hạt được phân bố một cách ngẫu nhiên và duy nhất trên từng sản phẩm. Cách phân phối ngẫu nhiên này rất đặc trưng và được chuyển đổi thành các tính năng bảo mật. Nó chủ yếu có hai lợi thế. Thứ nhất, việc sử dụng công nghệ in lưới, là một công nghệ phổ biến trong ngành dệt may với vốn đầu tư thấp, các vật liệu in có sẵn trên thị trường; việc lựa chọn công nghệ và vật liệu in như vậy không ảnh hưởng nhiều đến quá trình sản xuất. Thứ hai, trong quá trình in, rất khó - nếu không muốn

[1] *Là hạt của hãng Geotech International B.V., Hà Lan*

nói là không thể kiểm soát vị trí của từng hạt riêng lẻ trên bề mặt sản phẩm dệt may, nhờ vậy nó hoạt động như một tính năng bảo mật mạnh mẽ. Sau đó là bước lập bản đồ cho vị trí của các hạt này bằng mã QR 2D, tức là mã QR sẽ giữ lại thông tin liên quan đến vị trí của các hạt và mã theo dõi. Như Hình 2, để xác minh, thông tin về vị trí hạt và mã theo dõi đã liên kết với mã QR phải khớp với thông tin về vị trí hạt được in trên bề mặt sản phẩm dệt và việc lập bản đồ vị trí hạt chính xác này chỉ có thể được xác lập với một sản phẩm chính hãng.

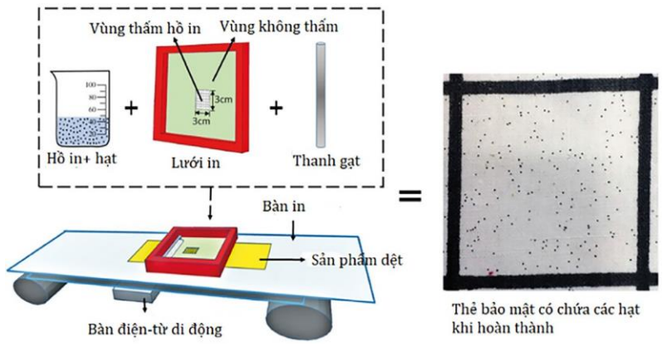
Thiết kế và in Thẻ

Thiết kế của thẻ bảo mật được lấy cảm hứng từ việc tạo ra một lớp phủ PUF (xem trong mục 3.1.d bảng 1) sử dụng rộng rãi trong các ngành công nghiệp sản xuất chip mạch tích hợp để ngăn chặn hàng giả, các PUF này dễ đánh giá, dễ đọc nhưng khó sao chép. Tính ngẫu nhiên tương tự như PUF được tạo ra bằng cách phân tán các hạt vi mô trong một phạm vi nhỏ trên bề mặt của hàng dệt. *(như đã mô tả trong phần nguyên lý)*

Quy trình in Thẻ lên bề mặt sản phẩm dệt được mô tả như trong hình 3

Trong quy mô phòng thí nghiệm, Thẻ bảo mật được in bề mặt sản phẩm dệt bằng công nghệ in lưới với hồ in có chứa các hạt bảo mật lấp lánh có kích thước siêu nhỏ, tỷ lệ trọng lượng theo thể tích cố định. In một khung hình vuông viền đen kích thước (3x3)cm lên bề mặt vải sáng màu (như hình 3). Hồ in (với các hạt siêu nhỏ) được ép qua màn hình lên vùng vải bên trong khung trống. Chất tạo màng hồ in gần như trong suốt không tạo màu trên vải nền sáng nhưng có khả năng giữ chặt các hạt trên bề mặt vải. Mục đích để tạo độ tương phản về màu sắc tốt, có thể dễ dàng phát hiện và chụp ảnh các hạt đó. Để hồ in ổn định và đồng đều, người ta sử dụng một bàn từ với cơ chế ép tự động như mô tả trong Hình 3.

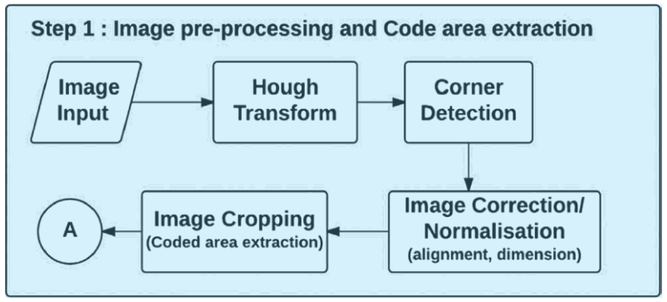
Hình 3 – Thiết lập bảng từ và in



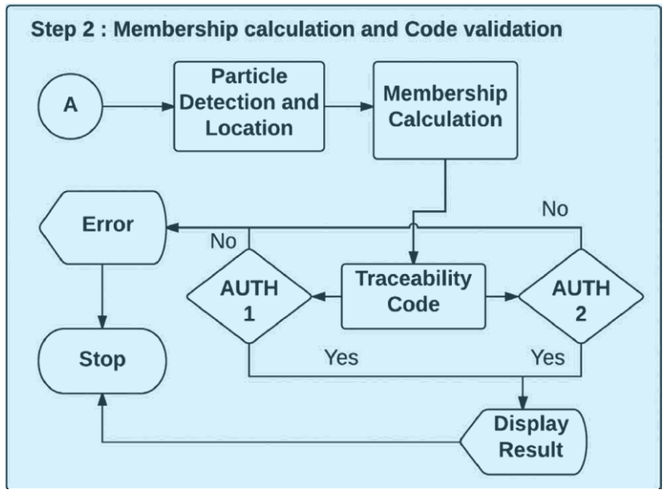
Lưu ý: Đối với quy mô sản xuất công nghiệp, có thể áp dụng phương pháp in lưới quay tự động.

Cơ chế mã hóa và xác thực thẻ

Sau khi in được Thẻ lên sản phẩm dệt may, bắt đầu tiến hành mã hóa và xác thực thẻ. Cơ chế mã hóa và xác thực thẻ chủ yếu tuân theo hai bước. Bước 1 - Xử lý hình ảnh và trích xuất vùng mã (vùng chứa hạt); Bước 2 – Tính toán và xác thực, trong đó ánh xạ hạt (AUTH 1) được đối sánh với mã QR (AUTH 2) để xác thực và truy nguyên sản phẩm (xem Hình 4). Cần lưu ý ở đây rằng các bước xử lý trước hình ảnh, ngoại vùng mã, phát hiện hạt và vị trí sẽ vẫn phổ biến đối với cơ chế mã hóa và xác nhận.



a



b

Tựu trung, trong nghiên cứu này, tác giả muốn giới thiệu tới các nhà sản xuất dệt may một công nghệ mới trong việc truy xuất nguồn gốc sản phẩm dệt may một cách bảo mật, góp phần vào việc minh bạch và an toàn chuỗi cung ứng dệt may. Ưu điểm của công nghệ này đó là:

01 Dưới dạng một thẻ bảo mật được thiết kế và phát triển đặc biệt cho chuỗi cung ứng dệt may, có tính đến các đặc điểm về quy trình sản xuất và sử dụng của sản phẩm;

02 Tạo ra giá trị từ sản phẩm hiện có với công nghệ và vật liệu in thông thường với vốn đầu tư thấp;

03 Lựa chọn và mã hóa các tính năng riêng biệt bổ sung cho nhau và dẫn đến xác suất xác thực thực sự của thẻ bảo mật cao.

Người ta dự đoán rằng việc tạo ra một thẻ như vậy sẽ làm cho chuỗi cung ứng có thể theo dõi được và hữu ích trong việc chống hàng giả. Thẻ được phát triển cho kết quả tốt khi được thử nghiệm để xử lý giai đoạn sử dụng của sản phẩm dệt. Phạm vi xác thực của Thẻ chỉ trong một phạm vi đã được căn chỉnh, điều này chứng minh rằng phân phối là ngẫu nhiên và duy nhất. Khi thêm hoặc loại bỏ bớt 20% số hạt người ta không thấy có sự thay đổi đáng kể về giá trị chênh lệch cấu tử. Ngoài ra, khi sản phẩm bị biến dạng do kéo giãn (lên đến 20%) thì trong thẻ cũng không có sự khác biệt về "thành phần các hạt trong cụm". Đây là một tiêu chí quan trọng đối với độ bền của thẻ, vì nó phải được xác nhận (nếu là hàng thật) ngay cả sau một số biến dạng do quá trình giặt hoặc xử lý.

Bên cạnh những ưu điểm như đã đề cập ở trên, nghiên cứu này cũng còn một số hạn chế:

1. Cần thực hiện việc đánh giá tác động của quá trình giặt và ma sát sản phẩm dệt lên Thẻ trong các điều kiện thử nghiệm tiêu chuẩn. Lưu ý sự tăng lên về giá trị của "thành phần các hạt trong cụm" (đối với thẻ gốc) khi các hạt bị chuyển dịch xoay, quá trình xác nhận có thể bị ảnh hưởng bởi sự biến dạng này.

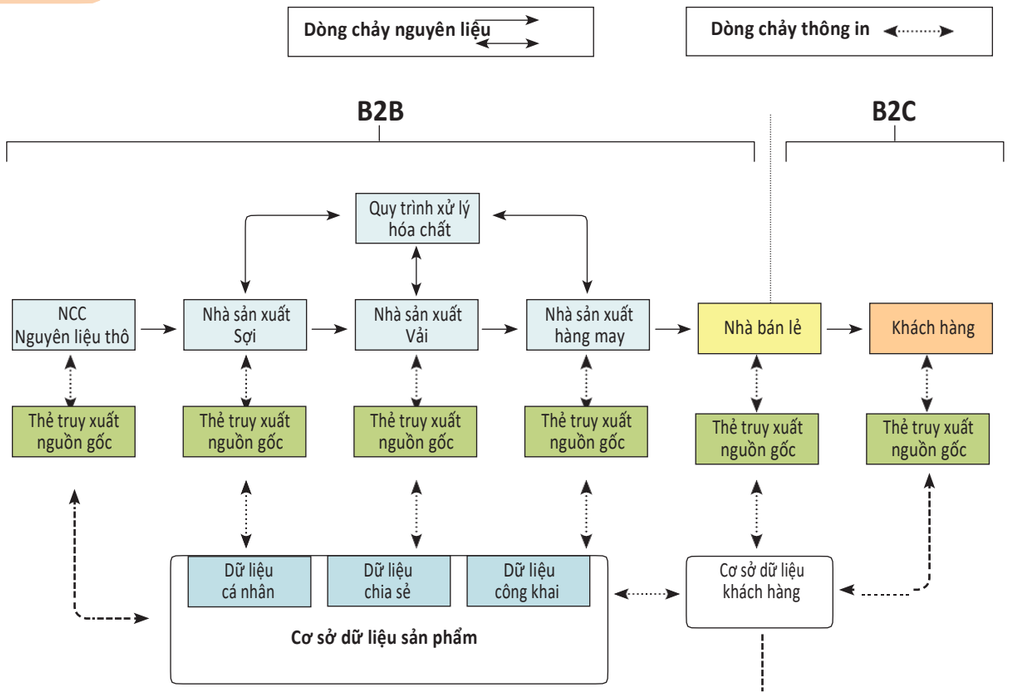
2. Cần có những phân tích chuyên sâu về các chất kết dính (binder) trong hồ in sẵn có trên thị trường để hạn chế việc các hạt trên bề mặt sản phẩm dệt bị mất đi trong quá trình sử dụng. Điều này nên được áp dụng triển khai thực tế trên chuỗi cung ứng để tìm ra những bất cập và giải quyết nó.

3. Trong phạm vi nghiên cứu này, các thẻ bảo mật thực sự rất hữu ích trong việc đảm bảo an toàn cho chuỗi cung ứng dệt may nhưng ở cấp độ sản phẩm, nó hạn chế được những truy cập trái phép vào cơ sở dữ liệu của sản phẩm. Tuy nhiên, ở cấp độ doanh nghiệp, việc ngăn chặn các cuộc tấn công vào cơ chế chia sẻ thông tin chưa được kiểm chứng, do vậy, cần có những nghiên cứu rộng hơn nhằm đảm bảo cho tính an toàn của hệ thống truy xuất nguồn gốc sản phẩm ở cấp độ này.

PHÁT TRIỂN THẺ MÃHÓA DỆT MAY

Bài: **ĐẶNG BÁ NAM**

Là một trong những ngành công nghiệp lâu đời nhất trên thế giới, khung hệ thống truy xuất nguồn gốc trong ngành dệt may được đề xuất như trong hình 1. Từng khâu trong quá trình sản xuất, từ nguyên liệu đến khi ra thành phẩm, đều được gắn thẻ xác định nguồn gốc để có thể theo dõi nguồn gốc của sản phẩm. Thẻ xác định nguồn gốc bao gồm các tính năng duy nhất để nhận dạng, liên kết sản phẩm với các thông tin xác định nguồn gốc, do đó đóng một phần quan trọng trong hệ thống xác định nguồn gốc của sản phẩm. Có hai loại thẻ được sử dụng rộng rãi trong lĩnh vực dệt may, đó là thẻ optical (mã vạch, mã QR) và thẻ giả định tần số vô tuyến (RFID).



Hình 1 Khung hệ thống truy xuất nguồn gốc chuỗi cung ứng dệt may.

Bài viết này tập trung mô tả một kỹ thuật về việc gắn thẻ truy xuất nguồn gốc lên vải dệt thoi. Các sợi được mã hóa riêng lẻ sẽ được tích hợp vào vải dệt thoi trong quá trình dệt, từ đó tạo ra hệ thống mã vạch riêng biệt cho từng loại vải. Bằng cách sử dụng phương pháp Deep Learning (học sâu), các hệ thống mã vạch này sẽ được nhận biết để truy xuất nguồn gốc của sản phẩm. Các sợi được mã hóa riêng lẻ đóng vai trò chủ chốt trong hệ thống mã vạch, trình tự của sợi được thiết kế để phù hợp cho việc cung cấp thông tin (tương tự như mã vạch). Việc nhận dạng các sợi mã hóa bao gồm:

- Phát hiện vị trí của sợi mã hóa
- Đọc thông tin trình tự và phân loại sợi mã hóa
- Phân biệt sợi được mã hóa với các cấu trúc khác

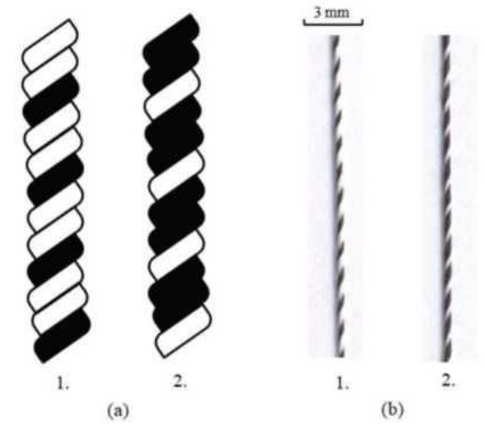
Cách nhận biết nguồn gốc bằng các RFID thông thường hoặc các mã QR được in lên vải có thể không còn hoạt động sau quá trình giặt. Vì vậy, phương pháp tích hợp các sợi mã hóa vào vải dệt mang đến ưu điểm vượt trội, chúng rất khó bị loại bỏ khỏi vải trong suốt quá trình gia công sản phẩm.

QUY TRÌNH THIẾT KẾ CÁC THẺ VẢI TỪ SỢI ĐÃ ĐƯỢC MÃ HÓA

Toàn bộ quá trình mã hóa sợi và tích hợp các sợi được mã hóa vào cấu trúc vải dệt thoi được mô tả như sau:

Quy trình mã hóa sợi

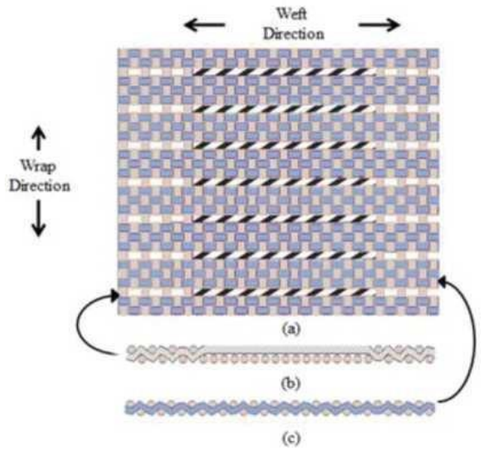
Các sợi được mã hóa với các tính năng quang học đặc biệt sẽ được sử dụng làm thành phần thiết yếu cho các thẻ xác định nguồn gốc. Các sợi được mã hóa là giải pháp được tạo ra bởi quy trình kéo sợi. Trong các nghiên cứu trước đây, sợi mã hóa được tạo nên bởi tổ hợp bao gồm 2 sợi có độ tương phản khác nhau, các đặc điểm quang học tạo ra từ mật độ xoắn khác nhau của sợi quấn và sợi lõi chính là đặc điểm để nhận dạng sợi mã hóa. Trong bài viết này, thay vì sử dụng sợi quấn 2 lớp, sợi quấn 3 lớp với hướng xoắn Z sẽ được sử dụng để làm sợi mã hóa. Việc sử dụng lớp sợi thứ 3 trong cụm sợi tổng hợp giúp cho số lượng các cấp sợi được đánh mã tăng lên đáng kể. Ví dụ, ở cùng một cấu hình xoắn, các sợi xoắn 3 lớp có các đặc điểm quang học và sự kết hợp màu sắc khác nhau, như thể hiện trong Hình 2. Do đó, số lượng cấp sợi mã hóa có thể tăng lên bằng cách sử dụng mật độ xoắn và sự kết hợp màu sắc khác nhau.



Hình 2 (a) Sơ đồ của sợi được mã hóa 3 lớp, trong đó (1) gồm 2 sợi trắng và 1 sợi đen (2) gồm 2 sợi đen và 1 sợi trắng; (b) Mẫu thử sợi được mã hóa 3 lớp vật lý, trong đó (1) bao gồm 2 sợi trắng và 1 sợi đen (2) bao gồm 2 sợi đen và 1 sợi trắng.

Tích hợp các sợi được mã hóa vào cấu trúc vải dệt thoi

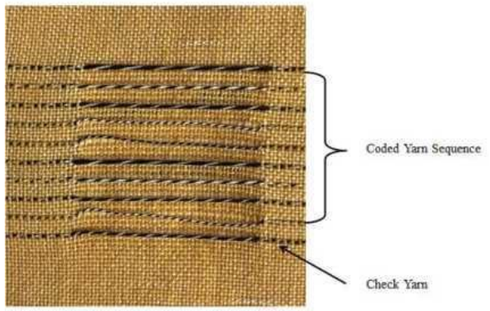
Tương tự như mã vạch, có chứa các độ rộng khác nhau của các dòng, thẻ dệt có thể được thiết kế với các sợi được mã hóa có các tính năng quang học khác nhau, các chữ số trong mã vạch của thẻ dệt có thể được biểu thị bằng các lớp sợi mã hóa khác nhau. Trình tự của các sợi mã hóa có thể được thiết kế đặc biệt để cung cấp thông tin cho quá trình nhận dạng. Cấu trúc dệt thoi được tạo ra bằng cách đan xen cân xứng hai tập hợp sợi để tạo nên cấu trúc dệt cho sợi mã hóa. Các sợi mã hóa có thể được chèn vào theo hướng sợi ngang để thay thế cho một số sợi ngang thông thường, từ đó tạo nên thẻ trích xuất nguồn gốc của vải dệt thoi (Hình 3). Việc thay đổi thiết kế để đưa các loại sợi mã hóa vào trong cấu trúc dệt có thể được thực hiện dễ dàng trên các máy dệt hiện đại ngày nay.



Hình 3 (a) Sơ đồ của thẻ vải dựa trên sợi được mã hóa. Mặt bên của sợi được mã hóa (b) và sợi thường (c) từ hướng dọc.

Trong quy trình thiết kế thẻ, một thuật toán riêng biệt được sử dụng để kiểm tra và xác minh độ chính xác của chuỗi. Như trong hình 4, sợi mã hóa cuối cùng trong chuỗi được sử dụng làm số kiểm tra, nó giúp phát hiện xem chuỗi có được giải mã chính xác hay không. Các trọng số khác nhau được gán cho các số ở vị trí chẵn và lẻ, tổng kiểm tra được tính như một tổng trung bình cộng của tất cả các chữ số (không bao gồm chữ số kiểm tra) theo một số cụ thể (phụ thuộc vào số chữ số được sử dụng trong hệ thống)

Kết quả kiểm tra sẽ không khớp nếu chỉ có một chữ số không chính xác trong chuỗi. Ví dụ: nếu chữ số ở vị trí đầu tiên bị phát hiện không chính xác (được nhận dạng là "2" thay vì "1"), kết quả sẽ khác do chữ số không đúng ở vị trí đầu tiên và số kiểm tra sẽ không khớp với giá trị đã tính. Thẻ dệt thực tế được thiết kế dựa trên quá trình tổng kiểm tra (thể hiện trong Hình 4).



Hình 4 Mẫu thẻ vải dệt thoi vật lý dựa trên quá trình thiết kế tổng kiểm tra.

Nhiệm vụ của nhận dạng thẻ là trích xuất thông tin được mã hóa trong thẻ. Trong trường hợp này, việc nhận dạng thẻ bao gồm việc xác định vị trí và phân loại các sợi được mã hóa đồng thời dựa trên các tính năng quang học đặc biệt của các sợi được mã hóa để thu thập thông tin. Thông tin được tích hợp vào thẻ có thể được trích xuất khi trình tự của các sợi mã hóa được phát hiện và xác minh bằng thuật toán tổng kiểm tra. Việc nhận dạng thẻ có thể thực hiện được nhờ áp dụng phương pháp Học sâu – một chức năng của trí tuệ nhân tạo (AI).

Trong những thập kỷ qua, việc thực hiện truy xuất nguồn gốc trong ngành sản xuất ngày càng được quan tâm và đưa ra giải pháp cho một số vấn đề như chống hàng giả, thu hồi sản phẩm và giảm ô nhiễm môi trường. Xem xét các hạn chế của thẻ truy xuất nguồn gốc thông thường (RFID và mã vạch), các thẻ sợi mã hóa được dự đoán sẽ đóng một vai trò mạnh mẽ hơn trong tương lai. Trong bài báo này, các thiết kế mới của thẻ truy xuất nguồn gốc làm từ sợi dệt được mã hóa 3 lớp giúp tăng tính đa dạng của thẻ và thuận tiện trong việc tích hợp thuật toán dựa trên phương pháp học sâu. Kết quả xác minh đã chứng minh tỷ lệ nhận dạng thành công là 94,4%. Do đó, việc áp dụng phương pháp học sâu để xác nhận các thẻ dệt xác định nguồn gốc có triển vọng đáng kể.

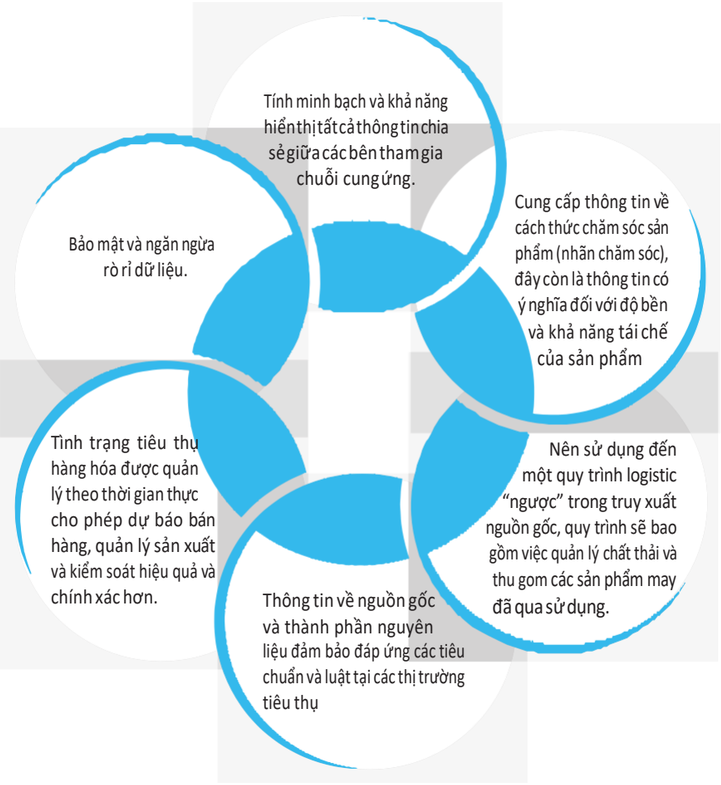
Trong tương lai, tính khả thi tiềm năng cho ứng dụng thẻ dệt này có thể được phát triển hơn nữa. Một hệ thống cung cấp thông tin bao gồm ảnh, nhận dạng mã, xác minh và trao đổi thông tin có thể cung cấp một giải pháp mới trong điều kiện sản xuất thực tế. Thuật toán dựa trên học sâu để nhận dạng thẻ có thể được cải thiện tương đối. Hơn nữa, chúng ta có thể tìm thấy nhiều tiềm năng cũng như lợi ích hơn về việc thiết kế các loại sợi mã hóa. Sợi xoắn 3 lớp, với việc dùng sợi có độ xoắn Z và sử dụng hai loại sợi có màu khác nhau để tạo độ tương phản, được chứng minh là một cách hiệu quả để mã hóa sợi. Sự kết hợp nhiều màu sắc và hướng xoắn khác nhau có thể cung cấp nhiều sự lựa chọn hơn cho việc mã hóa sợi. Bên cạnh đó, việc thực hiện các sợi mã hóa cho phép truy xuất nguồn gốc đối với vải dệt thoi và có thể được sử dụng cho bất kỳ loại vải nào (ví dụ như vải dệt kim, vải không dệt). Sợi mã hóa mở ra một triển vọng mới trong việc truy xuất nguồn gốc vải của ngành dệt may.

TRUY XUẤT NGUỒN GỐC SẢN PHẨM MAY BẰNG CÔNG NGHỆ CHUỖI KHỐI

Bài: THẢO NGUYÊN

Trong những năm gần đây, dưới sự phát triển của Cách mạng công nghiệp 4.0, "công nghiệp kết nối" đã có rất nhiều phương pháp khác nhau để giám sát quá trình và hoạt động sản xuất. Những phương pháp này dẫn đến việc "ảo hóa" các quy trình, cung cấp khả năng truy cập theo thời gian thực trong chuỗi cung ứng. Có nhiều đề xuất nhằm đưa việc truy xuất nguồn gốc, giám sát quá trình trở thành yếu tố cạnh tranh và đáng tin cậy cho người tiêu dùng trong đó có công nghệ chuỗi khối.

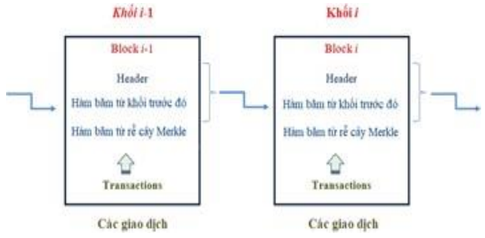
Chuỗi cung ứng của ngành dệt may có đặc thù là một chuỗi phức tạp và rời rạc, vị trí địa lý có thể ở tất cả mọi nơi trên thế giới, xu hướng về sản phẩm thì ngày càng trở nên riêng lẻ và có vòng đời ngắn, để theo dõi một chuỗi sản xuất phức tạp như vậy thông tin cần phải đảm bảo những yếu tố sau:



Trong bối cảnh này, công nghệ blockchain đã phát triển như một mô hình mới trong thế giới kết nối toàn cầu. Nghiên cứu này trình bày tổng quan về khả năng truy xuất nguồn gốc (tức là khả năng xây dựng lại lịch sử của sản phẩm) và khả năng theo dõi (tức là "theo dõi" một sản phẩm ở phần cuối của chuỗi giá trị) trong chuỗi cung ứng của ngành may dựa trên công nghệ blockchain.

CÔNG NGHỆ CHUỖI KHỐI (BLOCKCHAIN)

Từ góc độ chung, một blockchain có thể được hiểu là một giao thức cho phép nhóm dữ liệu thành các khối, liên kết các khối đó lại với nhau thành một chuỗi. Mỗi khối là duy nhất, nó phụ thuộc vào các khối trước đó và về cơ bản chứa các dữ liệu giao dịch về: nhận diện, nội dung, thời gian khởi tạo và được liên kết với các khối trước đó (xem Hình 1).



Hình 1. Sơ đồ các khối trong chuỗi khối

Công nghệ blockchain cho phép xác định trạng thái của toàn bộ chuỗi bất kỳ lúc nào, do đó, nếu bất kỳ khối nào của chuỗi bị thao túng hay kiểm soát thì người ta hoàn toàn có thể phát hiện ngay ra sự việc đó. Các blockchains có thể được phân loại theo các tiêu chí khác nhau và người ta dùng các tiêu chí này để phân biệt các blockchain công khai (public) với các blockchain riêng (private). Trong một blockchain công khai, bất kỳ ai cũng có thể tham gia và làm thành viên. Blockchain công khai được phân cấp theo hình thức không có nút nào kiểm soát được toàn bộ mạng. Còn blockchain riêng tư thường hạn chế người tham gia và vai trò của các thành viên tham gia.

Một tiêu chí khác cũng rất quan trọng cho phép phân biệt blockchain mở với blockchain đóng, tiêu chí này đề cập đến việc người dùng chỉ được quyền đọc dữ liệu. Như vậy, sử dụng cả hai tiêu chí, có thể quản lý bốn loại blockchain: công khai và mở, công khai và đóng, riêng và mở, riêng và đóng. Trong chuỗi cung ứng, việc quản lý các blockchain riêng và mở (private và open) sẽ có ý nghĩa hơn vì chỉ đối tượng tham gia vào quá trình sản xuất mới có quyền ghi dữ liệu nhưng bất kỳ ai cũng có thể đọc dữ liệu đó.

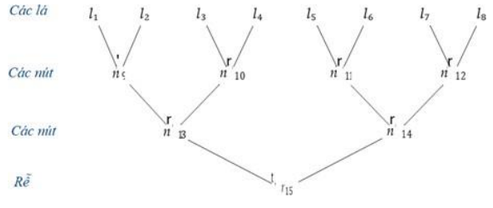
Hầu hết các blockchain sử dụng hai phương pháp đồng thuận để xác thực các khối mới và kết hợp chúng vào blockchain. Loại đầu tiên được gọi là "bằng chứng công việc", đại diện cho một số dữ liệu khó tạo ra (về thời gian hoặc khả năng tính toán) nhưng dễ xác minh.

Để thực hiện các tính năng nói trên, công nghệ blockchain sử dụng một số yếu tố nổi tiếng trong lĩnh vực mật mã, có liên quan nhất là các hàm băm (hash function), cây Merkle và chữ ký số (digital signature).

Các hàm băm: Hàm băm, còn được gọi là hàm thông báo, được định nghĩa là hàm biến đổi các khối dữ liệu nhị phân có độ dài tùy ý thành một khối nhị phân có kích thước cố định. Các hàm băm đầu tiên được thiết kế nhằm mục đích sử dụng chúng trong các giao thức chữ ký số, trong đó chữ ký được tạo ra bằng cách sử dụng bản tóm tắt các phần dữ liệu thay vì phần tử thực tế cần được ký. Vì hàm băm thường là một phần tử ngắn nên các giao thức sẽ hiệu quả hơn khi sử dụng hàm băm thay vì dữ liệu thực và cần ít băng thông hơn trong quá trình truyền dữ liệu. Các hàm băm cũng đã được sử dụng với mục đích kiểm tra tính toàn vẹn của tệp, do đó, nó có thể phát hiện ra dữ liệu hỏng hoặc có các phần tử độc hại như vi-rút.

Chữ ký số: Chữ ký số là một cơ chế mã hóa được sử dụng để xác minh tính xác thực và tính toàn vẹn của dữ liệu kỹ thuật số. Nó có thể coi như một phiên bản kỹ thuật số của chữ ký viết tay thông thường, nhưng với mức độ phức tạp và bảo mật cao hơn. Nói một cách đơn giản, chữ ký viết tay được mã hóa, đính kèm với tin nhắn hoặc tài liệu. Sau khi được tạo, mã đóng vai trò là bằng chứng cho thấy thông tin được gửi tới người nhận không bị giả mạo.

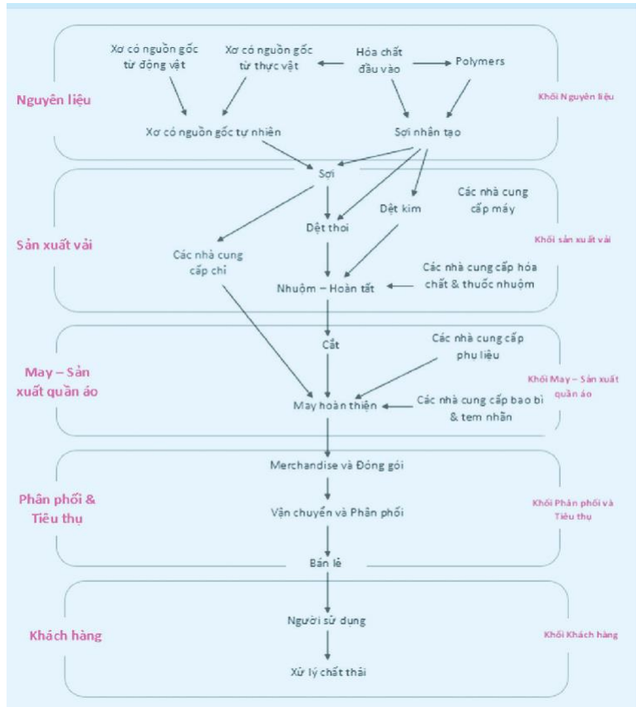
Cây Markle: Cây là đồ thị mà tất cả các nút được kết nối (trực tiếp hoặc gián tiếp) và không chứa chu trình. Do đó, trong cây có thể phân loại thứ bậc các nút thành ba loại: một gốc, các nút trong và các lá. Cây Merkle là một cấu trúc dữ liệu dạng cây trong đó mọi nút lá được dán nhãn bằng giá trị băm của khối dữ liệu và mọi nút không phải là nút lá được dán nhãn bằng giá trị băm của nhãn của các nút con của nó. Cây băm cho phép xác minh hiệu quả và an toàn nội dung của các cấu trúc dữ liệu lớn. Cây băm là một dạng tổng quát của danh sách băm và chuỗi băm.



TRUY XUẤT NGUỒN GỐC SẢN PHẨM MAY MẶC

Ngành công nghiệp sản xuất hàng dệt may là một trong những ngành công nghiệp lâu đời nhất, một lĩnh vực rất phức tạp, bao gồm nhiều phân ngành khác nhau với toàn bộ chu trình sản xuất từ nguyên liệu thô đến các sản phẩm trung gian và cuối cùng là sản phẩm may với đặc trưng là khối lượng sản xuất lớn, chi phí thấp và thời gian giao hàng nhanh. Vì sự phức tạp này nên việc truy xuất nguồn gốc sản phẩm dệt may rất khó thực hiện.

Nghiên cứu này chia Quy trình sản xuất hàng dệt may 5 giai đoạn, đó là:



Hình 2. Các khối chứa thông tin ở từng công đoạn của chuỗi cung ứng hàng may mặc

1. Khối nguyên liệu: thông tin đầy đủ về nguyên liệu ví dụ cây bông hồ sơ chuỗi bao gồm các thông số phát triển của cây bông như nhiệt độ, độ ẩm và đặc tính sinh trưởng, quy trình trồng, thời gian thu hoạch; đặc tính của xơ bông.

2. Khối sản xuất vải: bao gồm những thông tin về: nhà cung cấp, ngày cấp nguyên liệu, loại nguyên liệu, quy trình sản xuất sợi (ví dụ: chải thô, kéo sợi…), quy trình sản xuất vải (dệt, nhuộm,…), loại hóa chất thuốc nhuộm sử dụng, hồ sơ phân phối sản phẩm, v.v.

3. Khối sản xuất hàng may mặc: Thông tin cần được ghi lại ở giai đoạn này bao gồm phân loại, làm mẫu rập, đánh dấu, cắt, may, kiểm tra chất lượng, là/ủi và đóng gói. Trong công đoạn này, việc ghi nhãn cho từng sản phẩm may được thực hiện do vậy cần đảm bảo tính nhất quán của thông tin xuất hiện trên nhãn và các bản ghi được lưu trữ trên blockchain.

4. Khối phân phối và tiêu thụ:

- Thông tin về nhà phân phối (tiếp nhận hàng hóa, lưu trữ, điều động, quản lý kho, nếu đóng gói và dán nhãn lại thì các thông tin mới này phải được đưa vào từng khối của chuỗi);
- Thông tin về Nhà bán buôn: quy trình logistic, tiếp nhận hàng hóa, lưu kho và vận chuyển hàng đi.
- Thông tin của nhà bán lẻ: lượng hàng bán đi, tồn kho, thông tin toàn bộ về hàng hóa từ công đoạn đầu tiên cho tới tay người tiêu dùng.

5. Người tiêu dùng: xem xuất xứ của quần áo đã mua bằng cách nhập số nhận dạng của sản phẩm trên trang web hoặc quét mã trên thiết bị di động

Các đối tượng khác: là những đối tượng tham gia trong chuỗi cung ứng nhưng không liên quan trực tiếp đến sản xuất hoặc gia công hàng may mặc, đó là các nhà cung cấp máy móc thiết bị ngành dệt may; cung cấp phụ liệu (chỉ, khóa, cúc, nhãn mác, bao bì…); cung cấp hóa chất thuốc nhuộm; nhà khai thác vận chuyển hàng hóa, nhà nhập khẩu,…

Ở mỗi công đoạn của chuỗi, công nghệ DLT của blockchain sẽ giúp ghi lại toàn bộ dữ liệu như một khối trong chuỗi. Tính toàn vẹn và xác thực thông tin là yếu tố rất quan trọng mỗi thành viên trong chuỗi phải giám sát dòng chảy và bảo vệ an toàn cho thông tin. Các chuỗi khối liên tục nhau chứa một danh sách đầy đủ các giao dịch giống như việc ghi lại thông tin trong một sổ cái công khai thông thường.

Để có các dữ liệu đưa vào các khối, ngành dệt may cần đến một nguồn dữ liệu lớn và nguồn dữ liệu này được chia thành 5 mục:

Thông tin về sản phẩm:

- Thành phần nguyên liệu và nguồn gốc của sản phẩm

- Thông tin chi tiết về tất cả các công ty và các nhà cung cấp tham gia vào chuỗi.

- Thông tin cụ thể của các nhà cung cấp nguyên liệu trong và ngoài nước

- Giá thành sản phẩm, được tính bằng tổng chi phí của các nguyên liệu và sản phẩm trung gian

- Số lô hàng.

- Dữ liệu bán hàng theo thời gian thực trong các kênh bán lẻ khác nhau.

Thông tin về chất lượng, đây là những thông tin cần thiết trong quản lý và phát triển chuỗi cung ứng. Các báo cáo về quy trình kiểm tra và kiểm tra ở mỗi bước của chuỗi; các chứng nhận về chất lượng của nguyên liệu (xuất xứ, lịch sử, v.v.) và sản phẩm ở mỗi công đoạn; dữ liệu truy xuất của từng bán thành phẩm, thành phẩm sẽ giúp theo dõi toàn bộ vòng đời của sản phẩm.

Thông tin về quy trình, bao gồm các dữ liệu về quy trình sản xuất và dấu thời gian.

Thông tin xã hội-môi trường, bao gồm các dữ liệu báo cáo về trách nhiệm xã hội, môi trường, khí thải carbon, chứng nhận sản phẩm xanh,...

Mỗi sản phẩm với đầy đủ thông tin sẽ có những thông tin nhận diện duy nhất (ID). Từng tệp (file) là những dữ liệu ở từng công đoạn sản xuất trước đó đã được thu thập và lưu trữ. Các dữ liệu lưu trữ nói trên được mã hóa bằng khóa riêng qua một hàm băm (hash) sau đó được đính kèm dưới dạng "chữ ký" vào tài liệu gốc, đây chính là nguyên tắc để khách hàng có thể xác minh độ tin cậy của thông tin

Hình 4 cho thấy một ví dụ về khối thứ i trong sổ cái phân tán, bao gồm một số dữ liệu sản phẩm.

Block *i*

ID: JACK03210
Block no. i

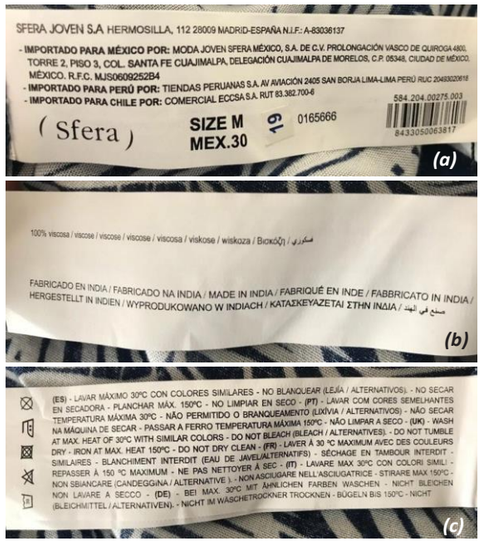
Origin: Béjar (Salamanca)
Type of Garment: jacket
Treatments: Colourfastness, Hydrophilic finish.
.....
.....
Pruning Date: 01/31/2017
Delivery Date: 07/08/2017
Parent block hash:
8caedc1d402fed7747ee352d1450704111ae7dc9bfac451bfaf46d8ec753f28e
New block Hash:
9e91d2e0f2a9e2fa7481b8a4752641608badbfe385fdf129158275b351e8b722

Hình 4. Khối thứ i với các dữ liệu đặc trưng được lưu trữ.

Truy xuất nguồn gốc sản phẩm áo sơ mi bằng công nghệ blockchain

Hình dưới đây là một số nhãn thông dụng của sản phẩm áo sơ mi nữ với các thông tin tương đối đầy đủ như sau:

Giặt ở nhiệt độ tối đa 30°C đối với các sản phẩm có màu tương tự nhau, không tẩy, không sấy rối, là ở nhiệt độ tối đa 150°C, không giặt khô (hình 5a); Sản xuất tại Ấn Độ (hình 5b); địa chỉ công ty, nhà nhập khẩu, cỡ số, mã vạch (hình 5c)



Hình 5. Nhãn áo Sơ mi nữ: (a) Thông tin về giặt, là, làm sạch,... (b) thông tin về quốc gia/nơi sản xuất và (c) địa chỉ công ty, nhà nhập khẩu, cỡ số và mã vạch.

Với sự trợ giúp của EPC (Mã sản phẩm điện tử-Electronic Product Code), RFID (Nhận dạng bằng sóng vô tuyến), NFC (Thẻ giao tiếp gần - Near Field Communication) hoặc thậm chí là mã QR, người bán lẻ hoặc người tiêu dùng có thể biết các thông tin trên nhãn sản phẩm và sử dụng quy trình theo dõi (xem Thuật toán 1) để biết thông tin về sản phẩm.

Thuật toán lấy thông tin hàng may mặc có thể được định nghĩa như sau:

Algorithm 1: How to trace a garment
INPUT: GarmentID;
OUTPUT: Garment detailed information;
for *each i−th block in the blockchain* **do**
  if *GarmentID* ⊂ *i−th block* **then**
    Retrieve block number;
    Retrieve block header;
    Hash from *i*−th block ← Hash from $(i-1)$−th block || Header block;
    Retrieve information from the block transaction;
  else
    Hash from *i*−th block ← Hash from $(i-1)$−th block || Header block;
  end
end

Đối với trường hợp cụ thể của áo sơ mi, chúng tôi đã tính toán các số Nonce (một số nguyên 32bit) phải được thêm vào thông tin để có được số lượng các số



0 ở đầu khác nhau khi băm chuỗi đầy đủ với SHA-256 (thuật toán băm an toàn – SHA), như được hiển thị bên dưới. Đối với mỗi chuỗi (String), một ký tự "#" đã được thêm vào ngay sau số nonce, do đó, các hàm băm được tính bằng cách sử dụng đầu vào của chuỗi data_string # nonce. Chúng tôi trình bày ở đây sự xuất hiện trước hết của hai số không đầu tiên, ba số không đầu tiên... vì vậy có thể đánh giá rằng độ khó đang tăng lên, nơi các phép tính bắt đầu với số nonce có giá trị 0.

Ví dụ như sau:

String: Material: 100% viscose. Extracted from plant-based products. Made from wood pulp. Chemical treatment with ammonia, acetone, and sulphuric acid. From China. (String: Vật liệu: 100% viscose. Nguyên liệu có nguồn gốc từ thực vật. Được làm từ bột gỗ. Xử lý hóa chất với ammoniac, axeton và axit sunfuric. Từ Trung Quốc)

Durability: 7 years. (Độ bền: 7 năm)

#70:**00**b5ed758dfc28ff6fd56b7a1b6d2ccb-279c82121695e337b528ae460eee126a

#293:**000**34157ad04991ca0a2e7a54f3ac4bce-74b87a0ab708b06446d5af3573e3e00

#129697:**0000**69b2ee4512a3178cb56343ff30d-24c089d47c34209a51de17f97e12734dc

#1206386:**00000**a1d995b03a0f248f076e255b-0cd11f4392a5d96f7ba4b6bfb8eab54cfa2

#11094201:**000000** db8d2f7b35ba38b-f5c17e090aa54fd466a8486ac114820ce-28ae035c99

Blockchain là một cơ sở dữ liệu mở, phi tập trung và phân tán, lưu giữ các bản ghi của các giao dịch kỹ thuật số, với một mạng lưới các cơ sở dữ liệu giống hệt nhau (các nút), trong một kết nối ngang hàng có khả năng hiển thị cho bất kỳ ai trong mạng cụ thể. Một chuỗi khối truyền đạt một đảm bảo chắc chắn rằng dữ liệu không bị sửa đổi và các chương trình liên quan đến chuỗi khối sẽ tiếp tục được thực thi theo cách đã chỉ định.

Chuỗi cung ứng sử dụng công nghệ blockchain cho phép các bên tham gia thêm các khối mới của chuỗi với mục tiêu truy xuất nguồn gốc hàng may mặc từ mọi địa điểm và bất kỳ lúc nào; các nhà bán lẻ, người bán, khách hàng hay bất kỳ ai trong chuỗi cung ứng đều có thể truy xuất nguồn gốc, sản xuất và lịch sử mua hàng của từng sản phẩm riêng lẻ (nếu thông tin của sản phẩm sẵn sàng) và khách hàng có thể xác minh nguồn gốc và tính xác thực của sản phẩm đã mua, theo dõi tất cả các công đoạn của nó. Việc truy xuất nguồn gốc thu gom và xử lý nguyên liệu thô có thể được đảm bảo bằng cách sử dụng một sổ cái phân tán, trong đó tất cả các giao dịch được ghi lại một cách an toàn.



NHÀ SẢN XUẤT SỢI VỚI CHUỖI CUNG ỨNG được kích hoạt bởi BLOCKCHAIN

Bài: **BAN ĐẦU TƯ VÀ PHÁT TRIỂN**



Blockchain là một công nghệ sổ cái phân tán cung cấp một bản ghi kỹ thuật số phân tán phi tập trung bất biến bao gồm một chuỗi các khối giao dịch được chia sẻ giữa một mạng lưới phân tán của những người tham gia. Công nghệ này đã thu hút được sự quan tâm của nhiều nhà nghiên cứu và thực hành chuỗi cung ứng, những người tranh luận về lợi ích tiềm năng của nó trong các thách thức truy xuất nguồn gốc chuỗi cung ứng quá mức khi được áp dụng trên toàn chuỗi cung ứng. Bài viết này tập trung phân tích việc sử dụng công nghệ blockchain của một trong những nhà sản xuất sợi xenlulo nhân tạo (MMCF) nổi bật nhất- Tập đoàn Lenzing (Áo)

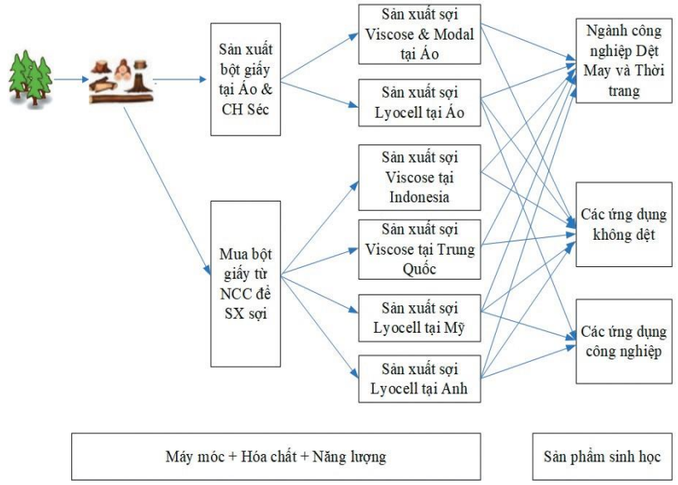
Bốn khả năng chính của công nghệ Bockchain có thể được xác định làm cho công nghệ trở nên hấp dẫn để giải quyết các vấn đề cấp bách và thách thức trong chuỗi cung ứng hiện đại là: ***Truy xuất nguồn gốc, bảo mật, tính minh bạch và hợp đồng thông minh tự trị.***

Trong chuỗi cung ứng dệt may, Bockchain được sử dụng để xác định và theo dõi nguồn gốc sản phẩm bằng cách nắm bắt thông tin về quyền sở hữu sản phẩm, quá trình xử lý nguyên liệu và chuyển động nguyên liệu khi sản phẩm chạy qua chuỗi cung ứng.

Nghiên cứu điển hình về nhà sản xuất sợi – Tập đoàn Lenzing

Lenzing AG, một công ty của Áo, là nhà sản xuất sợi chuyên dụng hàng đầu thế giới sản xuất nhiều loại sợi bền vững và có thể phân hủy sinh học được làm từ gỗ. Mạng lưới chuỗi cung ứng của Lenzing được thể hiện ở Hình 1.

Chuỗi cung ứng mà Lenzing cung cấp bao gồm một loạt các nhãn hiệu thời trang lớn nhỏ khác nhau. Loại thứ nhất bao gồm các thương hiệu lớn với mạng lưới cung ứng phức tạp và rộng lớn. Loại này thường có tỷ lệ sợi Lenzing trong sản phẩm của họ thấp hơn các loại sợi khác. Tuy nhiên, những thương hiệu như vậy rất quan tâm đến việc thúc đẩy việc sử dụng các loại sợi bền vững của họ. Nói chung, việc cho phép truy xuất nguồn gốc khó khăn hơn trong các loại mạng lưới cung cấp khổng lồ này. Loại thứ hai dành cho các thương hiệu có tính bền vững cao với thị trường ngách và mạng lưới cung cấp ít rộng hơn. Các thương hiệu may mặc và nhà bán lẻ trong danh mục này có thể có tỷ lệ sợi Lenzing cao hơn trong sản phẩm của họ và việc thực hiện truy xuất nguồn gốc trong chuỗi cung ứng của họ tương đối dễ dàng hơn. Lenzing đã thực hiện thành công một số dự án thử nghiệm Bockchain trên hai danh mục, với nhà bán lẻ lớn, H&M và các nhà bán lẻ tương đối nhỏ khác như Chicks.



Hình 1. Mạng lưới chuỗi cung ứng của Lenzing

Các dự án blockchain hiện tại của Lenzing bao gồm:

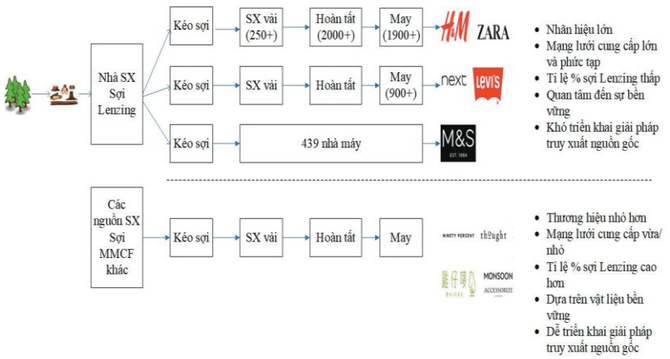
Thí điểm truy xuất nguồn gốc ecovero (viscose) với chuỗi cung ứng Bồ Đào Nha cho Armed Angels,

Thí điểm truy xuất nguồn gốc Tencel (modal) với chuỗi cung ứng của Trung Quốc cho Chicks



Thí điểm truy xuất nguồn gốc Tencel (lyocell) với chuỗi cung ứng Indonesia cho H&M,

Thí điểm truy xuất nguồn gốc Tencel (lyocell) với chuỗi cung ứng của Hàn Quốc và Ấn Độ cho Mara Hoffman,



Hình 2. Danh mục nhãn hiệu thời trang trong chuỗi cung ứng của Lenzing

Lenzing hợp tác với nhà cung cấp giải pháp, Textile Genesis (TG), đã phát triển một nền tảng dựa trên bockchain để truy xuất nguồn gốc từ sợi đến bán lẻ. Nền tảng blockchain TG là một nền tảng dựa trên đám mây dựa trên Hyperledger Fabric, cho phép dễ dàng truy cập và tích hợp với các hệ thống CNTT khác. Nền tảng TG áp dụng các tiêu chuẩn truy xuất nguồn gốc GS1 toàn cầu, được sử dụng chủ yếu trong lĩnh vực chăm sóc sức khỏe và thực phẩm, để tạo ra các tiêu chuẩn dữ liệu truy xuất nguồn gốc từ sợi đến bán lẻ tương tự cho ngành dệt may. Sử dụng công nghệ blockchain cùng với khung tiêu chuẩn GS1 cho phép nền tảng TG trở thành một giải pháp công nghiệp dễ áp dụng có thể theo dõi và truy tìm bất kỳ loại sợi dệt nào. Nền tảng này nắm bắt thông tin về sợi từ các giao dịch vận chuyển, bao gồm hóa đơn và đơn đặt hàng, đồng thời theo dõi khối lượng sợi được vận chuyển và sản xuất bằng cách sử dụng công nghệ fibercoin đang chờ cấp bằng sáng chế của nó. Fibercoin là các mã thông báo kỹ thuật số dựa trên blockchain đại diện cho các thông tin về dệt may trên nền tảng TG (ví dụ: xơ, sợi, vải và hàng may mặc).

Nguyên tắc cơ bản của nền tảng TG rất đơn giản. Một fibercoin đại diện cho một đơn vị khối lượng sợi. Chỉ những nhà sản xuất sợi mới có thể tạo ra các fibercoin. Các nhà sản xuất sợi gửi các fibercoin đến các thành viên khác trong chuỗi cung ứng tương đương với lượng sợi trong giao dịch vận chuyển. Các đối tác chuỗi cung ứng khác chỉ có thể chuyển một lượng fibercoin bằng hoặc thấp hơn tổng lượng sợi mà họ sở hữu. Bằng cách theo dõi dòng lưu chuyển của các fibercoin giới hạn thông qua nền tảng, nhà sản xuất sợi có thể biết sản phẩm của họ đang được sử dụng ở đâu trong mạng lưới cung cấp hạ nguồn. Tương tự như vậy, bằng cách nhận các sản phẩm may mặc thành phẩm, thương hiệu hoặc nhà bán lẻ có thể xác định nguồn gốc sản phẩm của họ.

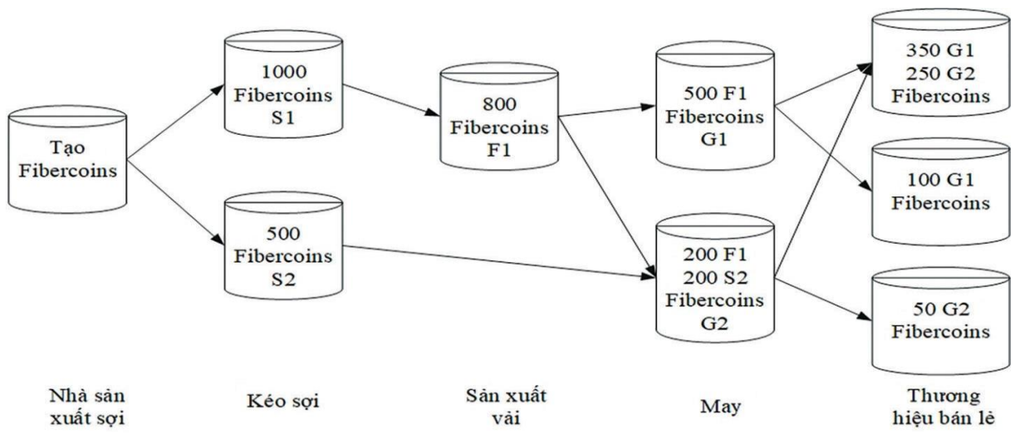
Nền tảng TG cho phép xác định nguồn sợi và các công đoạn xử lý khác nhau mà nó trải qua cho đến điểm bán hàng cuối cùng. Việc sử dụng các máy quét nhúng có thể xác định rằng các sợi được sử dụng là của Lenzing.

Lenzing sử dụng giải pháp blockchain để đảm bảo tính xác thực của các loại sợi bền vững của họ trong các sản phẩm may mặc cuối cùng và chống hàng giả. Việc sử dụng các bộ theo dõi nhúng và công nghệ blockchain đã giúp Lenzing xác định và theo dõi sợi của họ trong chuỗi cung ứng của họ. Nền tảng dựa trên blockchain cũng hỗ trợ chia sẻ thông tin an toàn giữa các đối tác chuỗi cung ứng phân tán và cung cấp một nguồn dữ liệu duy nhất, nơi những người tham gia có thể truy cập, chia sẻ và xác thực dữ liệu chuỗi cung ứng của họ cũng như các thực tiễn và chứng nhận bền vững. Nguồn gốc chuỗi cung ứng được truy xuất theo 2 phạm vi: chiều ngang và chiều dọc.

Truy xuất toàn bộ theo chiều ngang bắt đầu từ nguồn gốc của nguyên liệu thô đến khách hàng cuối cùng và có thể bao gồm cả việc tái sử dụng hoặc tái chế của các sản phẩm cuối cùng. Chiều dọc của truy xuất nguồn gốc chuỗi cung ứng nghiên cứu mức độ chi tiết mà hệ thống xác định nguồn gốc chuỗi cung ứng. Xem xét hai khía cạnh của truy xuất nguồn gốc chuỗi cung ứng, rõ ràng Lenzing đặt mục tiêu đạt được khả năng truy xuất nguồn gốc từng phần theo chiều ngang của chuỗi cung ứng ở mức độ chi tiết thấp. Giải pháp blockchain được Lenzing áp dụng cho phép truy xuất nguồn gốc của sợi sau khi nó rời khỏi cơ sở. Nó bắt đầu từ các nhà sản xuất sợi và mở rộng hạ nguồn đến nhà bán lẻ thương hiệu nhưng không bao gồm các nhà cung cấp thượng nguồn của Lenzing từ ngành công nghiệp gỗ. Mức độ truy xuất nguồn gốc đạt được đáp ứng các nhu cầu hiện tại của Lenzing, đó là đảm bảo tính xác thực của sản phẩm (tức là chúng là sợi Lenzing chính hãng), xuất xứ của chúng từ một nguồn cụ thể (ví dụ: cơ sở Lenzing) và theo dõi quá trình sử dụng của chúng trong chuỗi cung ứng. Giải pháp Lenzing hiện tại không cung cấp mức độ chi tiết cao hơn ở cấp độ lô sợi hoặc mảnh quần áo.

Sau khi truy xuất, tiến hành theo dõi có thể nhận dạng sản phẩm trong chuỗi cung ứng. Nhận dạng sản phẩm không phải là một quá trình đơn giản. Nó thay đổi tùy thuộc vào bản chất của sản phẩm và quy trình sản xuất của nó. Hiện tại, Lenzing xác định duy nhất các sợi của nó bằng cách nhúng các máy dò vào sợi. Các dấu vết này có thể được kiểm tra trong quá trình đánh giá. Việc bao gồm các máy đánh dấu tạo điều kiện thuận lợi cho việc xác định các sợi ở bất kỳ giai đoạn nào trong chuỗi cung ứng. Để cho phép truy xuất nguồn gốc ở cấp độ chi tiết sâu hơn, có thể cần sử dụng các kỹ thuật nhận dạng sản phẩm bổ sung khác.

Blockchain cho phép truy xuất nguồn gốc và hỗ trợ tính bền vững trong chuỗi cung ứng hàng dệt may, nhưng công nghệ này vẫn đang ở giai đoạn đầu được áp dụng. Sáng kiến blockchain của Lenzing, nhà sản xuất sợi bền vững lớn trên thế giới, tập trung vào khả năng truy xuất nguồn gốc chuỗi cung ứng cho nhà bán lẻ. Nghiên cứu điển hình đã làm phong phú thêm cuộc thảo luận về những cân nhắc chính liên quan đến phạm vi truy xuất nguồn gốc chuỗi cung ứng và xác định sản phẩm trong toàn bộ chuỗi cung ứng. Cần thực hiện thêm công việc thực nghiệm, kiểm tra việc áp dụng blockchain trên nhiều lĩnh vực để hiểu cách công nghệ này có thể được triển khai rộng rãi hơn để kích hoạt và hỗ trợ khả năng truy xuất nguồn gốc. ❑



Hình 3. Một ví dụ minh họa về việc vận chuyển fibercoin trong chuỗi cung ứng của Lenzing

GÓC NHÌN

Sáng kiến blockchain của Lenzing, nhà sản xuất sợi bền vững lớn trên thế giới, tập trung vào khả năng truy xuất nguồn gốc chuỗi cung ứng cho nhà bán lẻ. Nghiên cứu điển hình đã làm phong phú thêm cuộc thảo luận về những cân nhắc chính liên quan đến phạm vi truy xuất nguồn gốc chuỗi cung ứng và xác định sản phẩm trong toàn bộ chuỗi cung ứng.

Ý KIẾN CHUYÊN GIA

P.V (Tổng hợp)



Thủ tướng Chính phủ Phạm Minh Chính:

"Cùng với những kết quả đạt được, nền kinh tế vẫn đối diện áp lực và nguy cơ lạm phát, công tác giải ngân đầu tư công còn hạn chế, giá nguyên liệu đầu vào tăng cao, trong khi tình hình quốc tế vẫn diễn biến phức tạp. Trong thời gian tới, đề nghị cần thực hiện "4 ổn định, 3 tăng cường, 2 đẩy mạnh, 1 tiết giảm và 1 kiên quyết không". Đó là, ổn định kinh tế vĩ mô, kiểm soát lạm phát, thúc đẩy tăng trưởng, bảo đảm các cân đối lớn; ổn định các loại thị trường và giá cả; ổn định và nâng cao đời sống vật chất, tinh thần của nhân dân; ổn định chính trị, đảm bảo trật tự an toàn xã hội, giữ vững độc lập chủ quyền. Đồng thời, tăng cường nắm tình hình, phân tích, phản ứng chính sách kịp thời, linh hoạt, hiệu quả; tăng cường hiệu quả công tác an sinh xã hội, hệ thống y tế, nhất là y tế dự phòng, y tế cơ sở và tiêm vaccine tăng cường kỷ luật, kỷ cương trong hệ thống hành chính. Đẩy mạnh sản xuất kinh doanh, phát triển doanh nghiệp và tạo công ăn việc làm, đi đôi với phòng chống tham nhũng tiêu cực; đẩy mạnh giải ngân vốn đầu tư, nhất là đầu tư công và công tác quy hoạch.

Phó Vụ trưởng Vụ Chính sách thương mại đa biên (Bộ Công Thương) Ngô Chung Khanh:

"Thời gian qua nhiều doanh nghiệp đang nghĩ rằng, vào thị trường EU có quá nhiều rào cản. Tôi không nghĩ rằng đó là rào cản. Tôi nghĩ rằng đó chính là những tiêu chuẩn mà các doanh nghiệp phải nâng cấp để vào được thị trường EU một cách bền vững. Và thực tế đã chứng minh rằng có nhiều doanh nghiệp Việt Nam khi đáp ứng các tiêu chuẩn của EU thì họ vào thị trường EU rất tốt và họ đã có mối quan hệ trao đổi thương mại phát triển bền vững, thì tôi nghĩ đấy là điểm khó khăn mà chúng ta cần phải vượt qua..."

Bộ trưởng Bộ Công thương Nguyễn Hồng Diên:

"Năm 2022, tổng kim ngạch xuất nhập khẩu có thể vượt 700 tỷ USD, xuất khẩu sẽ cán đích gần 400 tỷ USD và Việt Nam tiếp tục đứng trong top 20 quốc gia có thương mại quốc tế lớn nhất thế giới. Các FTA đang có hiệu lực tiếp tục tạo bệ phóng hiệu quả cho xuất khẩu, còn ở chiều nhập khẩu, cũng có thêm nhiều kênh nhập nguyên phụ liệu tốt hơn nhờ ưu đãi thuế quan theo từng FTA để doanh nghiệp lựa chọn.

Phó Thống đốc Ngân hàng Nhà nước Phạm Thanh Hà:

"Sẽ tiếp tục có nhiều diễn biến phức tạp, xu hướng tăng lãi suất trên toàn thế giới vẫn đang diễn ra, mục tiêu giảm lãi suất cho vay theo chủ trương của Quốc hội, Chính phủ tiếp tục gặp khó khăn, thách thức đòi hỏi hệ thống ngân hàng phải có những nỗ lực lớn, quyết tâm cao để triển khai. Ngân hàng Nhà nước cam kết sẽ theo dõi sát diễn biến tiền tệ trong nước, quốc tế; theo dõi lạm phát và lãi suất thị trường để linh hoạt và kịp thời điều hành lãi suất phù hợp với diễn biến cân đối vĩ mô, lạm phát và mục tiêu chính sách tiền tệ. Đồng thời, khuyến khích các tổ chức tín dụng tiếp tục tiết giảm chi phí hoạt động để ổn định, phấn đấu giảm lãi suất cho vay.

Phó Cục trưởng Cục Quản lý giá (Bộ Tài chính) Đinh Thị Nương:

"Nguyên nhân khiến giá xăng dầu giảm lần thứ 4 liên tiếp, nhưng nhiều mặt hàng vẫn giữ giá, leo cao là do một số mặt hàng chịu ảnh hưởng tác động của giá xăng dầu và khi điều chỉnh giá giảm cần có thời gian, độ trễ. Dự báo đến cuối năm với các mặt hàng thiết yếu có nhiều biến động phức tạp khó lường do giá các mặt hàng chiến lược trên thị trường thế giới, các nguyên liệu như xăng dầu, vật tư công nghiệp, các mặt hàng nguyên vật liệu nhập khẩu phục vụ sản xuất trong nước và các mặt hàng khác sẽ có những biến đổi phức tạp về giá.

Phó Chủ tịch Hiệp hội Dệt May Việt Nam Trương Văn Cẩm:

"Doanh nghiệp dệt may đang chịu sức ép lớn về quy định truy xuất nguồn gốc nguyên phụ liệu ở nhiều khâu trong chuỗi cung ứng ngành. Việc truy xuất nguồn gốc ở nhiều quốc gia là quy định bắt buộc như Mỹ, Anh, EU, Ấn Độ, Canada... đối với hàng hóa nhập khẩu. Đặc biệt, khi thị trường Mỹ vừa ban hành bộ luật chống lao động cưỡng bức người Duy Ngô Nhĩ (Trung Quốc) có hiệu lực từ ngày 21/6/2022, buộc doanh nghiệp Việt Nam kiểm tra đầu vào của nguyên liệu, xác định rõ nhà cung cấp và hàm lượng tái chế. Xu hướng thời trang nhanh sang thời trang bền vững đang thay đổi, thậm chí, trong giai đoạn tiếp theo, sẽ có quy định về hàm lượng tái chế, yêu cầu cao hơn của truy xuất nguồn gốc nguyên phụ liệu dệt may.

Phó Cục trưởng Cục Xuất nhập khẩu, Bộ Công Thương Trần Thanh Hải:

"Các doanh nghiệp cần nghiên cứu, tìm hiểu kỹ cơ chế liên quan đến xuất xứ từ những thị trường cùng tham gia các hiệp định để tận dụng ưu đãi thuế quan. Việc tận dụng ưu đãi của thị trường, bên cạnh các vấn đề về thuế suất thì việc đáp ứng các hàm lượng về xuất xứ là yếu tố rất quan trọng. Để đáp ứng điều này một mặt doanh nghiệp cũng phải tìm hiểu về quy định liên quan đến quy tắc xuất xứ trong các hiệp định, một mặt chúng ta cũng phải cơ cấu nguồn nguyên liệu, giá trị đầu vào để làm sao nâng cao giá trị của sản phẩm Việt Nam, hoặc là sử dụng hợp lý yếu tố đầu vào từ các nước cùng tham gia một hiệp định thương mại tự do, như vậy chúng ta mới có thể đạt được các điều kiện về thuế suất ưu đãi...

Phó Vụ trưởng Vụ Kế hoạch (Bộ Công thương) Nguyễn Thị Thúy Hiền

"Các doanh nghiệp đã tận dụng tốt các FTA, đặc biệt là các FTA thế hệ mới, để thúc đẩy xuất khẩu. Cùng với đó, ưu đãi thuế quan theo các FTA này cũng tăng lên. Riêng tỷ lệ cấp C/O mẫu theo CPTPP đạt 1,32 tỷ USD, tăng 22,1% so với cùng kỳ năm 2021; cấp C/O mẫu EUR.1 sang EU đạt 5,84 tỷ USD, tăng 32,1% so với cùng kỳ... Có thể thấy, 15 FTA song phương và đa phương mà Việt Nam tham gia ký kết đã đi vào thực thi cùng 2 FTA đang đàm phán đã tạo "đòn bẩy" quan trọng cho hàng Việt vươn xa".

Đại diện Công ty cổ phần Đầu tư và Thương mại TNG Phùng Thị Minh Hằng:

"Doanh nghiệp đang thực hiện quy định trong hoạt động truy xuất hàng hóa để được chứng nhận làm hàng tái chế và mua bán theo quy trình chuẩn của hàng tái chế. Sau một thời gian triển khai, doanh nghiệp nước ngoài đang truy xuất thông tin sản phẩm như ngày tháng và quá trình sản xuất, đầu vào, đầu ra, chứng nhận sản phẩm... Hoạt động truy xuất nguồn gốc nguyên liệu còn khá cao, dẫn đến giá thành sản phẩm đầu ra tăng 10%, khó cạnh tranh với thị trường. Ngoài ra, quy trình truy xuất còn khá phức tạp và khắt khe khi phải đánh giá thường xuyên, mỗi lần đánh giá đều chịu thêm một khoản phí.

CTCP TỔNG CÔNG TY MAY ĐÁP CẦU:

TRONG THÁCH THỨC TÌM RA CƠ HỘI

Bài: **QUANG NAM**

Với mức tăng trưởng 136% so với cùng kỳ, CTCP Tổng Công ty May Đáp Cầu (May Đáp Cầu) là một trong những đơn vị ngành May miền Bắc gần hoàn thành mục tiêu về lợi nhuận chỉ trong nửa đầu năm 2022. Trước những diễn biến khó lường của thị trường nửa cuối năm 2022, May Đáp Cầu đã xây dựng kế hoạch, kịch bản nhằm giữ vững thành quả của 7 tháng đầu năm, cán đích chỉ tiêu về SXKD năm 2022 trong muôn vàn thách thức.



6 tháng đầu năm, doanh thu hợp nhất đạt **425,7 tỷ đồng**, lợi nhuận hợp nhất đạt **41 tỷ đồng**

Doanh thu công ty mẹ đạt **325 tỷ đồng**, lợi nhuận đạt **16,2 tỷ đồng**, đạt **72%** kế hoạch năm.

Lợi nhuận công ty mẹ tính đến hết tháng 7 gần như đã hoàn thành khoảng **88,9%** kế hoạch Đại hội đồng cổ đông giao

YÊU CẦU KHÁCH HÀNG CÀNG CAO, DOANH NGHIỆP CÀNG HOÀN THIỆN

6 tháng đầu năm, doanh thu hợp nhất của May Đáp Cầu đạt 425,7 tỷ đồng, lợi nhuận hợp nhất đạt 41 tỷ đồng. Trong đó doanh thu công ty mẹ đạt 325 tỷ đồng, lợi nhuận đạt 16,2 tỷ đồng, đạt 72% kế hoạch năm. Theo ông Lương Văn Thư – Tổng Giám đốc May Đáp Cầu, kết quả chung của Tổng Công ty 6 tháng đầu năm 2022 đều có sự tăng trưởng, trong đó công ty mẹ tăng 144% so với cùng kỳ, các công ty con trong hệ thống tăng trung bình khoảng 136%, lợi nhuận công ty mẹ tính đến hết tháng 7 gần như đã hoàn thành khoảng 88,9% kế hoạch Đại hội đồng cổ đông giao.



Nếu như trước đây, May Đáp Cầu có nhà xưởng nhỏ lẻ, phân tán, cơ sở vật chất đã tồn tại hàng chục năm, nhiều năm liền đơn vị không chia cổ tức vì không có lợi nhuận, nhưng tới năm 2019, được sự ủng hộ từ Tập đoàn Dệt May Việt Nam, lãnh đạo đạo Tổng Công ty đã quyết định đầu tư hơn 100 tỷ đồng để xây dựng nhà máy mới nằm trong khuôn viên Tổng công ty với 6.000 m^2/sàn, cao 4 tầng, tầng 1 là kho nguyên phụ liệu, tầng 2 và 3 là 2 xí nghiệp may với 32 chuyền may và gần 2.000 lao động, các thiết bị máy đều là những hãng mới nhất hiện nay như: chuyền may tự động, máy trải, máy cắt tự động... Với xí nghiệp mới có quy mô sản xuất tập trung, sơ đồ vận hành mới, từ khâu nguyên liệu tới sản phẩm hoàn chỉnh được sản xuất tập trung ngay trong khuôn viên nhà máy, May Đáp Cầu đã có những đơn hàng lớn hơn, dài hơn với nhiều nhãn hàng lớn lựa chọn. Ông Lương Văn Thư thẳng thắn bày tỏ, việc đầu tư cải tiến nhà máy, đầu tư vào công nghệ... đã giúp Đáp Cầu "chuyển mình" từ chỗ gặp khó khăn trong tìm kiếm đơn hàng, đến nay các đơn hàng đã ổn định và có nhiều đơn hàng lớn với hàng triệu sản phẩm. Tổng Giám đốc May Đáp Cầu chia sẻ "yêu cầu khách hàng càng cao, thì doanh nghiệp sẽ ngày càng hoàn thiện để đáp ứng các tiêu chí khắt khe nhất, chỉ là doanh nghiệp có dám mạnh dạn đầu tư hay không?".

Bước sang năm 2022 với 7 tháng thuận lợi về sản xuất, Quý 3/2022, lãnh đạo May Đáp Cầu nhìn nhận có nhiều diễn biến bất lợi về thị trường mà hầu hết các DN ngành May, nhất là may mặt hàng dệt kim gặp phải. Không chỉ khó khăn trong tìm kiếm các đơn hàng, nguồn hàng mà quy mô và đơn giá các đơn hàng đều giảm. Với thị trường chủ lực là Hoa Kỳ, trung bình các đơn hàng đều bị giảm cả về số lượng và đơn giá, thậm chí, nhiều đơn hàng quy mô giảm tới 50 – 60%.

Trong bối cảnh nhiều khó khăn"bủa vây"khi các thị trường lớn như: Hoa Kỳ, EU... tình trạng lạm phát gia tăng, sức mua bị ảnh hưởng, nhiều khách hàng có xu hướng đặt các đơn hàng số lượng nhỏ, hoặc nhiều đơn hàng đã ký bị trì hoãn thời gian giao, May Đáp Cầu đã chuyển hướng sang tìm kiếm các đơn hàng tại thị trường Nhật Bản và Hàn Quốc. Lãnh đạo Tổng Công ty thừa nhận, 2 thị trường này khó tính hơn rất nhiều thị trường Hoa Kỳ với các tiêu chuẩn khắt khe hơn, quy mô đơn hàng nhỏ hơn... nhưng với những kinh nghiệm và tay nghề của NLĐ, May Đáp Cầu vẫn đáp ứng được các tiêu chuẩn cao nhất của khách hàng để có được đơn hàng, duy trì sản xuất và ổn định việc làm, đời sống người lao động.

KHÔNG "NGẠI" CẠNH TRANH LAO ĐỘNG

Nằm tại "ngã ba" khu vực có cạnh tranh lao động gay gắt bậc nhất của khu vực miền Bắc, các công ty và xí nghiệp may của Đáp Cầu vẫn tuyển đủ lao động với tổng số CVNV-NLĐ của Tổng Công ty đạt gần 5.000



> *Để có được những "chiến binh tinh nhuệ", ngoài việc xây dựng thang bảng lương với thu nhập trung bình đạt gần 11 triệu đồng/người/tháng, Đáp Cầu còn tìm kiếm các đơn hàng lớn, dài ngày với quy mô hàng triệu sản phẩm để công nhân thuần thục trong các công đoạn, không khí làm việc hăng say, năng suất được cải thiện.*

người. Tổng Giám đốc May Đáp Cầu cho biết, cái khó của May Đáp Cầu là nằm tại khu vực Bắc Ninh giáp ranh với nhiều khu công nghiệp lớn như: KCN Quang Châu, KCN Quế Võ, Samsung, Vsip... với nhiều ông lớn sừng sỏ của ngành điện tử như: Samsung, Canon, Apple... và hàng loạt DN FDI khác. Việc cạnh tranh và thu hút lao động là một trong những vấn đề mà hầu hết các DN đóng trên địa bàn Bắc Ninh, Bắc Giang quan tâm. Trong xu thế hiện nay, nhiều lao động trẻ không còn nhiều "mặn mà" với các DN may, nhiều bạn trẻ có xu hướng lựa chọn các công việc bán thời vụ, thời gian làm ngắn trong ngày... do đó các DN may cũng ngày càng khó tuyển dụng nhân sự trẻ.

Tuy nhiên, với May Đáp Cầu, lãnh đạo công ty cho biết phải chấp nhận với thị trường và mức lương trong khu vực. Để cạnh tranh với các DN điện tử, DN FDI, May Đáp Cầu xây dựng khung lương tương đương, thậm chí "nhỉnh" hơn nhiều DN để thu hút lao động. Để bù đắp vào chi phí vận hành, chỉ có con đường duy nhất để có thể DN có lãi đó chính là tăng năng suất lao động. Với May Đáp Cầu, trong những năm qua ngoài việc nâng cao về công nghệ, dây chuyền sản xuất hiện đại hơn, Tổng Công ty đã xây dựng được đội ngũ lao động lành nghề với năng suất lao động cao nhất.

Để có được những "chiến binh tinh nhuệ", ngoài việc xây dựng thang bảng lương với thu nhập trung bình đạt gần 11 triệu đồng/người/tháng, Đáp Cầu còn tìm kiếm các đơn hàng lớn, dài ngày với quy mô hàng triệu sản phẩm để công nhân thuần thục trong các công đoạn, không khí làm việc hăng say, năng suất được cải thiện. Ngoài việc đảm bảo thời gian làm việc 9 tiếng/ngày, nghỉ chủ nhật, May Đáp Cầu còn xây dựng thêm các khoản thu nhập hỗ trợ người lao động như tiền xăng xe, tiền thuê nhà, thưởng các ngày Lễ, Tết, nghỉ mát hàng năm cho NLĐ. Lãnh đạo Tổng Công ty bồi hồi nhớ lại khoảng thời gian Bắc Ninh giãn cách do dịch bệnh, toàn công ty ngừng sản xuất trong 35 ngày, mặc dù vẫn trả lương cho NLĐ nhưng rất nhiều NLĐ nhắn tin bày tỏ nguyện vọng được quay trở lại làm việc vì nhớ xưởng, nhớ đồng nghiệp... chính từ sự say mê với công việc, xây dựng được Tổng Công ty trở thành ngôi nhà tin yêu của NLĐ là một trong những thành công với một doanh nghiệp có hơn 5.000 lao động như May Đáp Cầu.

Trong công tác điều hành, ngoài việc thường xuyên trao đổi với lãnh đạo các phòng/ban, lãnh đạo công ty cũng liên tục gặp gỡ NLĐ để lắng nghe những tâm tư, đóng góp của NLĐ để tạo môi trường làm việc tốt hơn. Không những vậy, khi tình hình đơn hàng gặp khó khăn, việc trao đổi 2 chiều giữa NLĐ và DN cũng giúp NLĐ hiểu hơn, đồng hành với công ty vượt qua những giai đoạn khó khăn do tác động chủ quan từ thị trường. "Quan điểm của cơ quan điều hành là phải có sự trao đổi hai chiều, từ lãnh đạo Tổng Công ty tới lãnh đạo các phòng/ban xí nghiệp, từ lãnh đạo các xí nghiệp tới toàn bộ NLĐ. Đó là cách để NLĐ nắm bắt được những thông tin, đồng hành cùng công ty"- Ông Lương Văn Thư nhấn mạnh.

Trong bối cảnh khó khăn chung của thị trường, lãnh đạo công ty vẫn có những hi vọng về năm 2023 với nhiều khởi sắc. "Nếu như thị trường những tháng cuối năm 2022 mà tốt như 7 tháng đầu năm, chắc chắn năm nay Đáp Cầu sẽ thắng lớn" - Tổng Giám đốc May Đáp Cầu bày tỏ. Không quá lo lắng về những tín hiệu xấu, lãnh đạo May Đáp Cầu cho rằng nhiệm vụ trọng tâm của nửa cuối năm chính là có thể duy trì được thành quả của 7 tháng đầu năm, tìm kiếm các đơn hàng nhỏ hơn để sản xuất với tinh thần lạc quan và đầy kỳ vọng. ❑

❖ Lê Thị Thêm, bộ phận IE, chỉnh máy, dải chuyền, quản lý chất lượng sản phẩm xưởng May 2

Tôi đã gắn bó với công ty được 13 năm (từ năm 2009). Công ty luôn đảm bảo cho người lao động chúng tôi có thu nhập ổn định. Đồng thời, công ty cũng có nhiều chế độ phúc lợi, quan tâm, tạo điều kiện cho người lao động. Sự quan tâm, chia sẻ của công ty không chỉ ở điều kiện làm việc ngày một cải thiện, thu nhập ổn định mà còn thể hiện rõ nét khi người lao động bị ốm, mệt, lao động thai sản, lao động nữ nuôi con con nhỏ hoặc khi gia đình có việc riêng. Đối với những người lao động có quê xa (Lào Cai, Yên Bái...) phải thuê nhà ở, công ty đã hỗ trợ tiền nhà.

Thời điểm khó khăn nhất, khi dịch bệnh Covid-19 diễn biến phức tạp, dù phải đóng cửa phòng dịch nhưng công ty vẫn đảm bảo lương cơ bản cho người lao động. Thu nhập hàng tháng của tôi khoảng 10 triệu đồng, đảm bảo được chất lượng sống trong điều kiện hiện nay.

Trong công ty các bộ phận luôn hỗ trợ, hướng dẫn nhau. Việc đào tạo tại chỗ ở đây rất được quan tâm, chất lượng sản phẩm luôn đặt lên hàng đầu. Nhiệm vụ quan trọng nhất của bộ phận IE là đảm bảo sản phẩm chất lượng đạt chuẩn theo yêu cầu của khách hàng. Do vậy, tôi luôn có trách nhiệm hướng dẫn chi tiết, cụ thể, giám sát các bộ phận, nếu công nhân nào làm chưa chuẩn, tôi sẽ hướng dẫn lại. Tại mỗi chuyền, hiện nay chất lượng sản phẩm đảm bảo đạt chuẩn trên 80%, còn lại vẫn luôn được điều chỉnh và nâng cấp. Để việc làm, thu nhập luôn ổn định và ngày một nâng lên, tôi mong công ty duy trì được nhiều đơn hàng, tạo việc làm ổn định cho người lao động, đồng thời xây dựng môi trường làm việc ngày một chuyên nghiệp với sự hỗ trợ của trang thiết bị hiện đại, máy móc tự động hóa...

❖ Nguyễn Thị Lệ, Tổ trưởng Tổ chuyền 216 - Xưởng may 2

Từ đầu năm đến nay, công ty luôn có đơn hàng, đảm bảo thu nhập bình quân cho người lao động 10 triệu/người/tháng. Để đảm bảo Tổ luôn đạt năng suất và chất lượng, ở vị trí tổ trưởng tôi luôn sắp xếp công việc thật hợp lý. Ví dụ, khi nhận mã mới, tôi chia đều các bộ phận, bám sát kế hoạch chung; người làm nhanh và tốt luôn hỗ trợ những công nhân làm còn chậm; không để một người làm ảnh hưởng cả dây chuyền. Mục tiêu đặt ra là sản phẩm luôn phải đảm bảo yêu cầu của khách hàng.

Từ ngày 1/7 người lao động chúng tôi được tăng lương theo qui định, đồng thời, công ty còn hỗ trợ xăng xe, tiền thuê nhà ở, bữa ăn ca... Tôi làm việc tại công ty từ năm 2001. Hơn 20 năm gắn bó, tôi chứng kiến nhiều giai đoạn phát triển của công ty và cảm nhận được dù ở thời điểm khó khăn hay thuận lợi thì công ty cũng dành sự quan tâm chu đáo cho người lao động. Đặc biệt, những lúc khó khăn nhất khi dịch bệnh bùng phát hay thị trường biến động ảnh hưởng đến hoạt động SXKD của đơn vị thì người lao động chúng tôi vẫn được hưởng đầy đủ những quyền lợi, chế độ như: lương, thưởng, ngày lễ, Tết,... Chúng tôi hiểu công ty đã đã nỗ lực rất nhiều để đảm bảo việc làm, đời sống cho công nhân. Vì vậy, chúng tôi luôn tâm niệm sẽ phát huy hết sức lao động sáng tạo, đảm bảo năng suất lao động cao, đồng lòng sản xuất để đồng hành với công ty trong mục tiêu phát triển bền vững...

K.GIANG *(ghi)*

DỆT MAY