L4	Đòn bẩy (Levers)	Các công nghệ số	Xác định và chọn đòn bẩy "Công nghệ số" phù hợp với kịch bản KTTH được xem xét	- Internet vạn vật (IoT) - Dữ liệu lớn (Big Data) - Điện toán đám mây (Cloud) - In 3D (3D printing)
D1	Thúc đẩy (Drivers)	Chuỗi cung ứng	Xây dựng cấu trúc của chuỗi cung ứng bao gồm số lượng, quy mô và vai trò của các nhà sản xuất, nhà bán lẻ, nhà cung cấp dịch vụ và logistic, người thu gom và người tái chế.	- Số lượng và quy mô của nhà sản xuất - Số lượng và quy mô của các nhà bán lẻ - Số lượng và quy mô của các nhà cung cấp 3PL & S - Yêu cầu lực lượng lao động (toàn thời gian)
D2	Thúc đẩy (Drivers)	Phạm vi sản phẩm	Xây dựng các loại sản phẩm đồng nhất, có các đặc tính giống nhau Xây dựng các nhóm khách hàng đồng nhất, có các đặc điểm giống nhau	- Chất lượng sản phẩm cao/thấp - Phạm vi phân khúc giá cao/thấp
D3	Thúc đẩy (Drivers)	Người sử dụng	Xây dựng các nhóm khách hàng đồng nhất, có các đặc điểm giống nhau	- Tuổi tác - Quốc tịch - Thu nhập - Sở thích -…
E1	Tiêu chí/Khía cạnh (Elaboration)	Thị trường	Mô tả lượng sản phẩm, mô tả quy mô thị trường quan tâm	- Thị trường đầu vào (bán hàng) -Thị trường đầu ra (Sản phẩm đến tay người sử dụng) - Sản phẩm cơ bản/tiêu chuẩn
E2	Tiêu chí/Khía cạnh (Elaboration)	Chi phí kinh doanh	Mô tả các chi phí đơn lẻ phát sinh trong chuỗi cung ứng	- Chi phí vật liệu - Chi phí lao động -…
E3	Tiêu chí/Khía cạnh (Elaboration)	Cấu trúc sản phẩm	Mô tả đặc điểm của sản phẩm, định mức nguyên vật liệu (BOM), thành phần vật liệu, trọng lượng, v.v.	- Thành phần nhựa - Thành phần kim loại - Thành phần điện tử -…
E4	Tiêu chí/Khía cạnh (Elaboration)	Hỏng/Lỗi	Mô tả đặc điểm của các thông số kỹ thuật có ảnh hưởng đến tuổi thọ của sản phẩm, bao gồm dữ liệu liên quan đến lỗi và bảo trì	-MTBF / MTTR của sản phẩm (thời gian trung bình sửa chữa/thời gian trung bình giữa các lần thất bại) - Thành phần MTBF / MTTR - Tuổi thọ
E5	Tiêu chí/Khía cạnh (Elaboration)	Sản phẩm hết hạn sử dụng (end-of-use)	Để mô tả những chức năng liên quan đến sản phẩm hết hạn sử dụng (sản phẩm ở cuối vòng đời)	- Tỷ lệ tái sử dụng - Tỷ lệ cải tạo/tân trang - Tỷ lệ tái sản xuất - Tỷ lệ tái chế - Tỷ lệ tiêu hủy -…
E6	Tiêu chí/Khía cạnh (Elaboration)	Kỹ thuật	Mô tả các thông số kỹ thuật liên quan đến việc sử dụng sản phẩm trong suốt vòng đời của nó	- Tiêu hao điện, nước,…theo chu kỳ -…
E7	Tiêu chí/Khía cạnh (Elaboration)	Sử dụng sản phẩm	Mô tả giai đoạn sử dụng sản phẩm	- Tần suất sử dụng - Cách sử dụng hiệu quả -…
E7	Tiêu chí/Khía cạnh (Elaboration)	Chi phí sử dụng	Mô tả các chi phí mà người dùng phải chi trả khi họ mua và hoặc truy cập vào sản phẩm / dịch vụ / giải pháp được cung cấp	- Giá sản phẩm - Phí truy cập - Chi phí tiêu hao - Chi phí dịch vụ -…
I1	Tác động	Tác động về kinh tế	Để đánh giá các tác động kinh tế chính của kịch bản KTTH được xem xét, theo các thuật ngữ khác nhau, bằng cách áp dụng một bộ chỉ số	- Tổng chi phí sở hữu của người dùng - Chi phí vòng đời sản phẩm - Tổng lợi nhuận của chuỗi cung ứng -…
I2	Tác động	Tác động về môi trường	Để đánh giá các tác động môi trường chính của kịch bản KTTH được xem xét, theo các thuật ngữ khác nhau, bằng cách áp dụng một bộ chỉ số	- Tiềm năng nóng lên toàn cầu - Tiêu thụ nguyên vật liệu - Tiêu hao -…
I3	Tác động	Tác động về xã hội	Để đánh giá các tác động xã hội chính của kịch bản KTTH được xem xét, theo các thuật ngữ khác nhau, bằng cách áp dụng một bộ chỉ số	- Số lượng việc làm mới được tạo ra - Thu nhập khả dụng của người dùng -…

Các đặc điểm của khung phân tích và cách sử dụng

Khung phân tích giúp cho việc áp dụng kết hợp 4 đòn bẩy (các mô-đun từ L1 đến L4) với việc đánh giá các tác động (mô-đun từ I1 đến I3). Người ta có thể đo lường được các tác động theo từng kịch bản so sánh chúng với nhau. Bảng 1 giúp người sử dụng hiểu về từng mô-đun và các yếu tố từ đó lựa chọn cái phù hợp cho việc đánh giá một kịch bản KTTH. Trên thực tế, khi đánh giá một kịch bản KTTH, chỉ những mô-đun có ít nhất một phần tử khác biệt so với kịch bản cơ sở sẽ ảnh hưởng trực tiếp đến việc đánh giá. Nói cách khác, nếu một mô-đun không khác biệt so với kịch bản cơ sở, thì nó không phát huy tác dụng trong đánh giá.

Khung phân tích sẽ hỗ trợ việc đánh giá trước các tác động liên quan đến các kịch bản KTTH một cách tổng thể và toàn diện, vì nó bao gồm: (i.) Các đòn bẩy định hình lại các kịch bản tuyến tính thành một kịch bản KTTH; (ii.) tất cả các khía cạnh liên ngành và các yếu tố đặc trưng; và (iii.) chuỗi cung ứng và quan điểm của người dùng. Trên thực tế, các nhà quản lý và hoạch định chính sách muốn đánh giá các tác động của một kịch bản KTTH cụ thể có sử dụng khung để xác định các yếu tố chính đặc trưng cho lĩnh vực quan tâm và phân loại chúng thông qua các mô-đun.

ỨNG DỤNG THỰC NGHIỆM

Công ty Alpha là đối tượng triển khai thực nghiệm, công ty chuyên cung cấp máy giặt, máy sấy theo mô hình kinh doanh dịch vụ thay cho mô hình bán sản phẩm truyền thống.

Alpha không bán máy giặt và máy sấy cho khách hàng mà cung cấp dịch vụ sử dụng chúng thông qua "Hợp đồng đăng ký và trả tiền theo số lần sử dụng sản phẩm". Alpha vẫn giữ quyền sở hữu và sẽ thu lại chúng khi khách hàng không còn đăng ký sử dụng. Khách hàng của Alpha sẽ được sử dụng loại máy giặt tốt tại nhà mà không phải trả chi phí ban đầu, khi không còn nhu cầu sử dụng, Alpha sẽ thu lại các thiết bị này, sửa chữa, bảo dưỡng, tân trang lại chúng để cung cấp cho khách hàng mới

Để phục vụ cho mô hình này, công nghệ IoT được ứng dụng kết nối máy giặt với internet, biến các máy giặt sấy độc lập thành các thiết bị thông minh. Alpha thu thập dữ liệu sử dụng của thiết bị và đưa ra đề xuất về cách sử dụng để giảm chi phí năng lượng và nước thông qua ứng dụng di động. Cụ thể hơn, công ty liên tục theo dõi một loạt các thông số như mức tiêu thụ điện, nước và chất tẩy rửa, khối lượng giặt và số chu trình thực hiện. Việc phân tích những dữ liệu này cho phép Alpha cải thiện khả năng hỗ trợ khách hàng nhằm giảm thiểu việc tiêu thụ tài nguyên. Dựa trên thói quen của từng người dùng cụ thể, Alpha đề xuất giải pháp sử dụng cho từng khách hàng ví dụ: thay đổi thời gian của chu kỳ giặt nhưng vẫn đảm bảo kết quả tốt nhất để giảm tiêu thụ năng lượng và nước (giảm tác động tiêu cực tới môi trường). Khách hàng nếu áp dụng đề xuất của Alpha sẽ được trao thưởng. Alpha cũng cung cấp các dịch vụ bảo trì dự phòng và dự đoán, sửa chữa, hỗ trợ kỹ thuật và nâng cấp phần mềm máy giặt miễn phí. Trên thực tế, Alpha có thể nâng cấp từ xa phần mềm kiểm soát việc sử dụng tài nguyên (năng lượng, nước, chất tẩy rửa) của từng thiết bị, do đó kết hợp các chương trình giặt cập nhật nhất và đạt được mức tiêu thụ tài nguyên thấp hơn.

Áp dụng khung phân tích đã xây dựng để đánh giá các kịch bản KTTH của Alpha ta có các đòn bẩy được xem xét ở đây là L4-Ứng dụng các công nghệ số và L2-Mô hình kinh doanh dịch vụ (trả tiền cho mỗi lần sử dụng). Khách hàng được hưởng lợi trực tiếp là không phải chi trả chi phí đầu tư thiết bị ban đầu, lợi ích gián tiếp từ việc giảm chi phí năng lượng và nước trong khi tác động đến môi trường và xã hội cũng được hưởng lợi từ việc tiết kiệm tổng mức tiêu thụ năng lượng.

Bốn kịch bản KTTH đối với Alpha được mô tả như hình dưới đây:

		Nơi cung cấp dịch vụ	
		Thị trường ngách	Thị trường châu Âu
Loại sản phẩm	Máy giặt có hiệu suất tốt nhất	**Kịch bản C** Máy giặt có hiệu suất tốt nhất sử dụng cho thị trường tiềm năng của Alpha	**Kịch bản D** Máy giặt có hiệu suất tốt nhất được sử dụng cho thị trường châu Âu
	Máy giặt của Alpha	**Kịch bản A** Máy giặt của Alpha sử dụng cho thị trường tiềm năng của Alpha	**Kịch bản B** Máy giặt của Alpha sử dụng cho thị trường châu Âu

Hình 2 – Xây dựng kịch bản

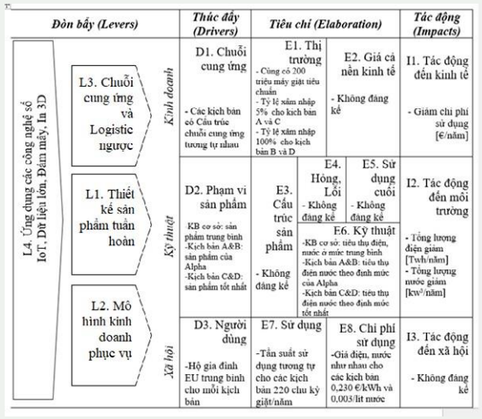
Bốn kịch bản được xác định theo: Các đặc điểm kỹ thuật của máy giặt và Quy mô thị trường có thể áp dụng mô hình kinh doanh mới. Có hai loại máy giặt một là máy giặt do Alpha cung cấp và hai là máy giặt có hiệu suất tốt nhất tại thị trường châu Âu. Hai quy mô thị trường tiềm năng bao gồm: thị trường ngách và Châu Âu. Phương án đầu tiên thể hiện thị trường tiềm năng mà Alpha hướng tới trong dài hạn (tỷ lệ thâm nhập là 5%) trong khi phương án sau xem xét việc mở rộng mô hình kinh doanh cho toàn bộ Châu Âu (tỷ lệ thâm nhập 100%), như một thước đo cho toàn bộ tiềm năng KTTH trong tương lai. Kịch bản cơ sở là thị trường châu Âu với 200 triệu máy giặt được cài đặt, các hộ gia đình sử dụng loại máy giặt trung bình với mức tiêu thụ điện nước trung bình lần lượt là 1kWh và 60 lít nước cho mỗi chu kỳ giặt, tần suất sử dụng 220 chu kỳ giặt/năm, giá điện 0,230 Euro/kWh và nước 0.003 Euro/lít nước.

Nhóm Đòn bẩy: cho mỗi kịch bản là Công nghệ số (L4), cụ thể là công nghệ IoT và mô hình kinh doanh (L2) PSS định hướng sử dụng trả chi phí cho mỗi lần sử dụng.

Nhóm Thúc đẩy: mô-đun Chuỗi cung ứng (D1) không có

sự khác biệt đáng kể. D3-Người dùng được sử dụng mô tả đặc điểm của các hộ gia đình tại EU. Mô-đun D2 làm nổi bật sự thay đổi từ việc sử dụng máy giặt loại trung bình sang máy giặt của Alpha (kịch bản A và B) hoặc dùng máy giặt loại tốt nhất (kịch bản C và D).

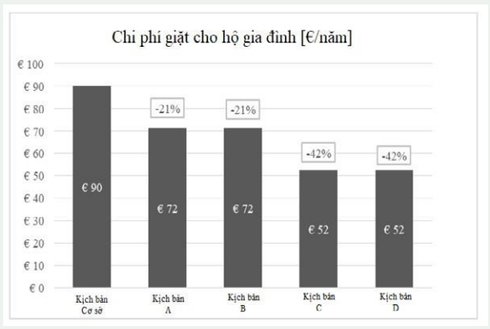
Khi thiết lập được các mô-đun Thúc đẩy thì nhóm Tiêu chí cũng sẽ được hoàn thiện. Với kịch bản A và C, tỷ lệ thâm nhập là 5% cho thấy thị trường mà Alpha hương tới trong dài hạn, trong khi kịch bản B và D tỷ lệ thâm nhập là 100% đại diện cho toàn bộ thị trường. Dự kiến bốn kịch bản không thay đổi thói quen sử dụng, vẫn là 220 chu kỳ giặt/năm/hộ gia đình (E7). Mô-đun E6 sẽ thay đổi dữ liệu kỹ thuật liên quan đến tiêu thụ tài nguyên khi sử dụng máy giặt, ở kịch bản A và B tiêu thụ trung bình 0.8kWh và 47 lít nước/chu kỳ, kịch bản C và D tiêu thụ 0.45kWh và 45 lít nước/chu kỳ. Mô-đun E8 chi phí điện và nước lần lượt là 0,230 €/kWh và 0,003 €/lít nước. Các mô-đun E2, E3, E4, E5 không có những khác biệt so với kịch bản cơ sở. Khung phân tích để đánh giá 4 kịch bản cho trường hợp của Alpha được mô tả trong hình 3.



Hình 3 – Khung phân tích cho cho các kịch bản

Khi tất cả các mô-đun Đòn bẩy, Thúc đẩy và Tiêu chí được cân nhắc, việc đánh giá tác động sẽ đơn giản và theo khung phân tích. Tác động về kinh tế thu được là các hộ gia đình được hưởng lợi gián tiếp từ việc giảm chi phí năng lượng và nước, trong khi môi trường và xã hội nói chung có thể hưởng lợi từ việc tiết kiệm tổng mức tiêu thụ năng lượng và nước. Trong toàn bộ hệ thống kinh tế, các chi phí dự kiến tiết kiệm được sẽ được mô tả như trong các bảng và hình dưới đây.

Cụ thể hơn, với việc cung cấp máy giặt hiệu suất tốt nhất (kịch bản C và D), người dùng có thể đạt được mức giảm chi phí giặt tối đa là 40€ mỗi năm, tức là giảm 40% đối với trường hợp cơ sở. Kết quả này cho thấy rằng mô hình mà Alpha đang cung cấp chỉ đạt được 50% mức giảm chi phí (tức là tiết kiệm 20€ mỗi năm thay vì 40€), đây chính là tiềm năng để Alpha có thể tiếp tục khai thác.



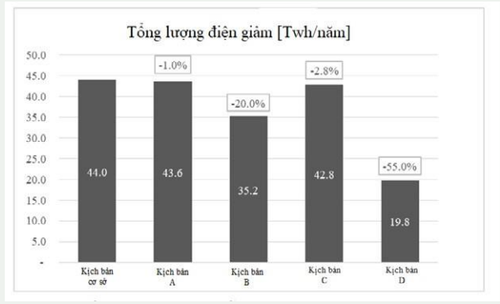
Hình 4 – Mức tiết kiệm chi phí giặt cho một hộ sử dụng

Từ quan điểm chung, việc hướng tới kịch bản KTTH tối ưu sẽ đạt được mức tiết kiệm năng lượng và nước tối đa là 24,2 Twh và 0,66 Km^3 mỗi năm, tương ứng là 55% và 25% so với trường hợp cơ sở (kịch bản D). Kết quả cũng cho thấy khả năng mở rộng của mô hình kinh doanh của Alpha từ thị trường ngách sang thị trường châu Âu là xu hướng phù hợp.

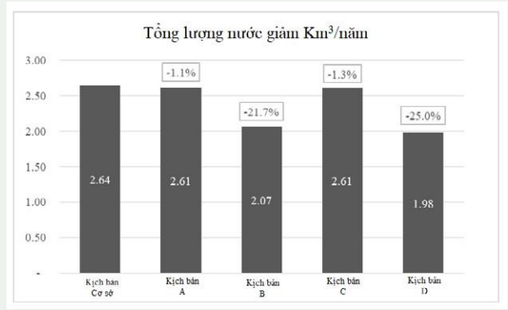
Bảng 2 – Ứng dụng thực nghiệm

Yếu tố	Mô-đun	Kịch bản cơ sở	Kịch bản A	Kịch bản B	Kịch bản C	Kịch bản D
Tỷ lệ thâm nhập thị trường [%]	E1. Thị trường	100%	5%	100%	5%	100%
Số máy giặt cơ sở được lắp đặt [WMs]	E1. Thị trường	200,000,000	200,000,000	200,000,000	200,000,000	200,000,000
Tần suất sử dụng [chu kỳ/năm]	E7. Sử dụng	220	220	220	220	220
Tiêu thụ điện [kwh/chu kỳ]	E6. Kỹ thuật	1.00	0.80	0.80	0.45	0.45
Tiêu thụ nước [lit/chu kỳ]	E6. Kỹ thuật	60	47	47	45	45
Giá điện [€/kwh]	E8. Chi phí sử dụng	0.23	0.23	0.23	0.23	0.23
Giá nước [€/lit]	E8. Chi phí sử dụng	0.003	0.003	0.003	0.003	0.003
Chi phí của người sử dụng [€/năm]	I1. Tác động đến kinh tế	90.20	71.50	71.50	52.47	52.47
Tổng tiêu thụ điện [Twh/năm]	I2. Tác động đến môi trường	44.00	43.56	35.20	42.79	19.80
Tổng tiêu thụ nước [Km^3/năm]	I2. Tác động đến môi trường	2.64	2.61	2.07	2.61	1.98

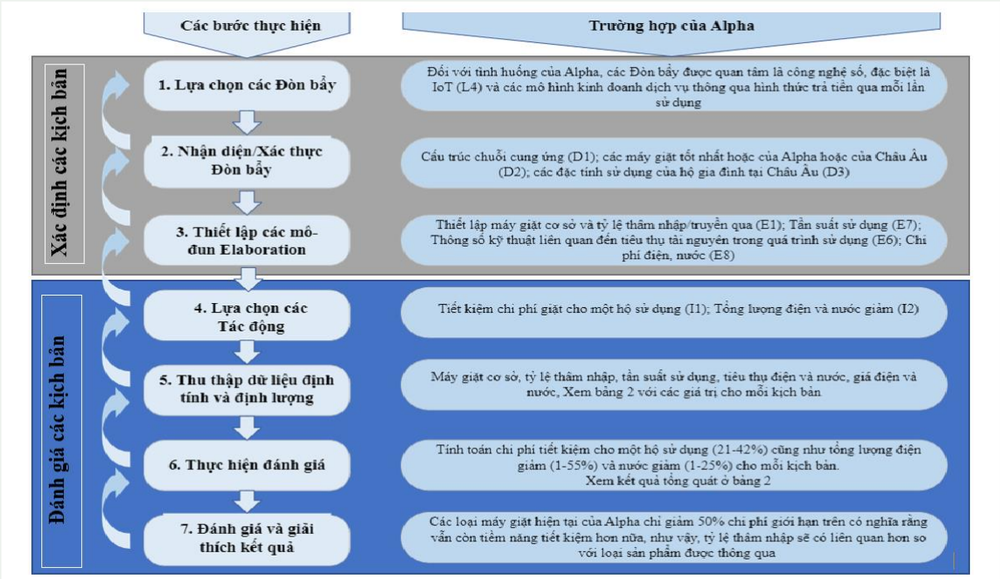
Yếu tố	Mô-đun	Kịch bản cơ sở	Kịch bản A	Kịch bản B	Kịch bản C	Kịch bản D
Δ Tổng chi phí của người sử dụng [€/năm]	I1. Tác động đến kinh tế	-	- 18.70	- 18.70	- 37.73	- 37.73
Δ Tổng tiêu thụ điện [Twh/year]	I2. Tác động đến môi trường	-	- 0.44	- 8.80	- 1.21	- 24.20
Δ Tổng tiêu thụ nước [Km^3/year]	I2. Tác động đến môi trường	-	- 0.03	- 0.57	- 0.03	- 0.66
Δ Chi phí của người sử dụng [%]	I1. Economic impact	-	- 20.7 %	- 20.7 %	- 41.8 %	- 41.8 %
Δ Tổng tiêu thụ điện [%]	I2. Tác động đến môi trường	-	- 1.0 %	- 20.0 %	- 2.8 %	- 55.0 %
Δ Tổng tiêu thụ nước [%]	I2. Tác động đến môi trường	-	- 1.1 %	- 21.7 %	- 1.3 %	- 25.0 %



Hình 5 – Tiết kiệm điện



Hình 6 – Tiết kiệm nước



Hình 7 – Các bước ứng dụng khung phân tích

Để giúp cho việc sử dụng khung phân tích một cách đơn giản, các bước thực hiện được mô tả như trong hình 7, trong đó người ta cung cấp một lưu đồ cũng như ứng dụng cụ thể trong trường hợp của Alpha

Việc áp dụng mô hình KTTH cần tư duy hệ thống nên cần phải phát triển các khung phân tích và hệ thống để hỗ trợ trong việc đánh giá tác động. Khung phân tích sẽ hỗ trợ đánh giá trước ở cả cấp độ vĩ mô và vi mô theo cách liệu kịch bản KTTH đó có thể có tác động tích cực hay tiêu cực đối với tất cả các bên liên quan. Kết quả đánh giá cho biết đòn bẩy nào giúp chúng ta thu được những lợi ích phù hợp nhất, hỗ trợ cho việc ra quyết định chiến lược của doanh nghiệp cũng như hoạch định chính sách. ❑

https://www.researchgate.net/publication/327467581_Assessing_the_impacts_of_circular_economy_a_framework_and_an_application_to_the_washing_machine_industry

Phát triển KINH TẾ TUẦN HOÀN TRÊN TOÀN BỘ CHUỖI GIÁ TRỊ



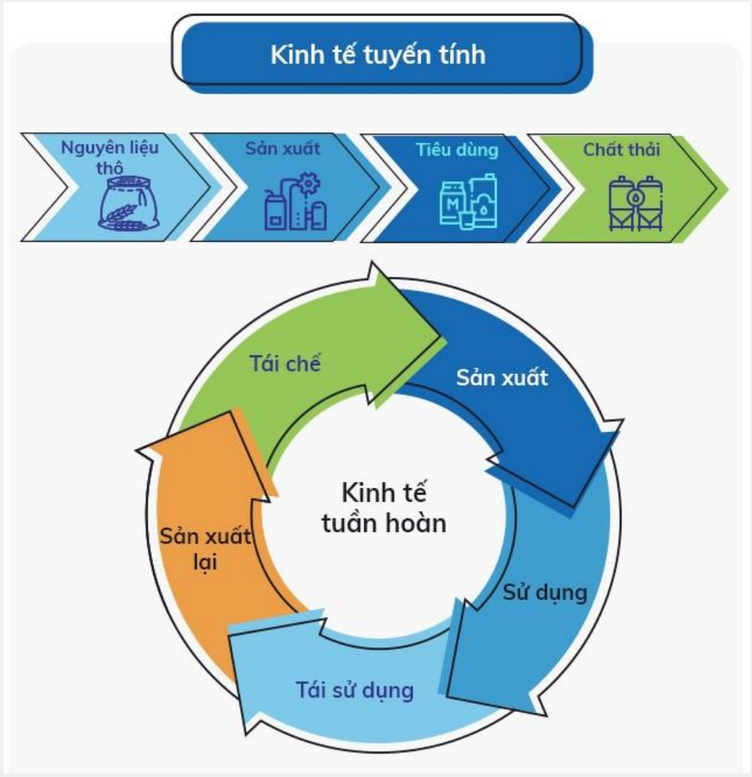
Bài: **ĐẶNG BÁ NAM**

Kinh tế tuần hoàn là một chiến lược kinh tế quan trọng không thể thiếu trong việc bảo tồn môi trường, tập trung vào các hoạt động bao gồm: các vấn đề về chất thải và quản lý chất thải sau khi tiêu thụ. Ngoài mục đích tăng hiệu quả của sản phẩm hoặc bao bì thì việc tái sử dụng không làm ảnh hưởng tới môi trường và xã hội hiện nay mà còn đóng góp nhiều giá trị. Do vậy, một nền kinh tế sạch - kinh tế tuần hoàn để phát triển bền vững là xu hướng thiết yếu.

Coca-Cola là một trong điển hình thực hành kinh tế tuần hoàn nhằm mục tiêu hướng đến phát triển bền vững.

XU HƯỚNG TẤT YẾU ĐỂ PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG

Nền kinh tế tuần hoàn khác với nền kinh tế truyền thống theo mô hình tuyến tính. Nó không tính đến việc xử lý chất thải rắn và chất thải lâu dài. Đặc biệt là rác thải điện tử thường được chôn lấp hoặc đốt bỏ sau khi sử dụng. Việc này khiến các nhà sản xuất hoặc nhập khẩu các sản phẩm EU phải chịu hậu quả nặng về chất thải và xử lý chất thải sau khi tiêu thụ những sản phẩm ấy.



Hình 1. Kinh tế tuần hoàn và kinh tế tuyến tính

Khái niệm Kinh tế tuần hoàn được hình thành dựa trên các nguyên tắc:

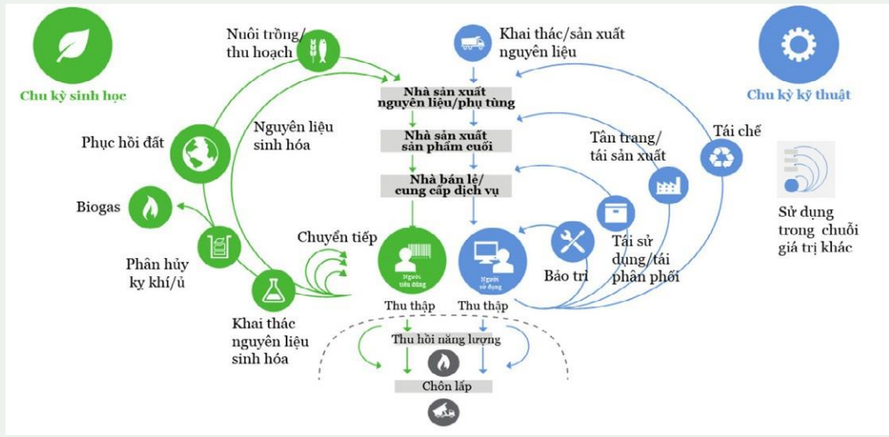
- **Xử lý và nâng cao vốn tự nhiên:** Quản lý tài nguyên một cách hợp lí sẽ giúp lựa chọn tài nguyên thông minh thông qua việc triển khai các công nghệ hiệu quả và tái tạo, cũng như tính sẵn có của các nguồn lực. Ngoài ra, nền kinh tế tuần hoàn sẽ giúp tăng cường vốn tự nhiên bằng cách quản lý nguồn lực trong hệ thống và tạo điều kiện thích hợp cho việc cải thiện chất lượng đất.

- **Tận dụng các nguồn lực để tối đa hóa lợi ích:** Thông qua luân chuyển sản phẩm, linh kiện và đối tượng để có được lợi ích cao nhất. Điều này sẽ dẫn đến việc tái sản xuất, đổi mới để duy trì dòng chảy của các nhân tố và đối tượng trong nền kinh tế.

- **Duy trì hiệu quả của hệ thống:** Thông qua thiết kế để tránh các yếu tố tiêu cực từ bên ngoài ảnh hưởng tới sản phẩm bằng các nguyên tắc sau:

  + Giảm các tác động tiêu cực đến lợi ích con người như lương thực, giao thông, nhà ở, giáo dục và y tế…

  + Quản lý các tác động tiêu cực từ việc sử dụng các nguồn lực dẫn đến ô nhiễm đất, không khí, tiếng ồn và biến đổi khí hậu.



Hình 2. Sơ đồ hệ thống kinh tế tuần hoàn (Ellenmacarthurfoundation, 2017)

7 TRỤ CỘT CỦA NỀN KINH TẾ TUẦN HOÀN

1. Thứ nhất: Vật liệu được sử dụng với giá trị cao trong một thời gian liên tục, điều này rất quan trọng vì một số sản phẩm khi không sử dụng có thể rất khó tháo gỡ ra, ví dụ như máy giặt, lốp xe, nệm hay là những sản phẩm khác. Doanh nghiệp cần có một nền kinh tế tuần hoàn, để khi người tiêu dùng ngừng sử dụng sản phẩm, thì sản phẩm đó sẽ tạo ra một sản phẩm mới mà không bị vứt bỏ hoàn toàn.

2. Thứ 2: Tất cả năng lượng đều dựa trên các nguồn tái tạo, năng lượng là một nguồn tài nguyên quan trọng không thể thiếu trong sản xuất hàng hóa, vì vậy các hệ thống tư duy không chỉ nghĩ về cách tái chế mà phải nghĩ ra một hệ thống sử dụng năng lượng hiệu quả và tiết kiệm.

3. Thứ 3: Bảo tồn đa dạng sinh học là ưu tiên hàng đầu trong nền kinh tế tuần hoàn. Với môi trường tự nhiên, đặc biệt là các môi trường tự nhiên nguyên sơ, không bị xâm phạm hoặc phá hủy cấu trúc do các hoạt động vô ý của con người thì bảo tồn đa dạng sinh thái là một trong những nhân tố cốt lõi để phục hồi lại các tài nguyên của thiên nhiên.

4. Thứ 4: Văn hóa xã hội con người được bảo tồn, để luôn có nguồn lao động sản xuất tại địa phương, doanh nghiệp phải bảo tồn văn hóa và tín ngưỡng của người dân địa phương.

5. Thứ 5: Sức khoẻ, lợi ích của nhân loại và hệ sinh thái được hỗ trợ. Quá trình sản xuất sản phẩm thải ra chất độc, gây tác động tiêu cực cho thiên nhiên và các sinh vật có nguy cơ tuyệt chủng. Các chất độc hại và nguy hiểm được giảm thiểu và kiểm nghiệm qua các chu trình được kiểm soát chặt chẽ, và cuối cùng sẽ được xử lý một cách an toàn.

6. Thứ 6: Các hoạt động của con người tạo ra giá trị xã hội, một số giá trị không thể đo lường được chẳng hạn như niềm tin tôn giáo, cảm xúc của nhân viên là yếu tố quan trọng trong việc tạo ra nền kinh tế tuần hoàn.

7. Thứ 7: Hệ thống kinh tế luôn có khả năng thích ứng và phục hồi. Nền kinh tế tuần hoàn được coi là một quá trình khá phức tạp, khi có một hoặc nhiều lỗi không thành công, thì phải có các biện pháp thay thế để giữ cho hệ thống luôn luôn hoạt động.

Nhiều quốc gia trên thế giới đang điều chỉnh theo hướng kinh tế tuần hoàn với hy vọng giải quyết được cuộc khủng hoảng tài nguyên. Việc thực hiện một nền kinh tế hiện đại còn vấp phải những hạn chế sau:

1) Người tiêu dùng không ưa chuộng các sản phẩm và dịch vụ có ảnh hưởng tới môi trường và các sản phẩm đã qua sử dụng;

2) Chi phí phục vụ sản xuất cao và rủi ro liên quan đến việc thay đổi cơ cấu kinh doanh;

3) Nguồn cung cấp năng lượng sạch không đủ;

4) Năng lực của công nhân lành nghề không đồng đều.

Chuyển đổi sang nền kinh tế tuần hoàn đòi hỏi sự hợp tác của cả công chúng, doanh nghiệp và người tiêu dùng. Thay đổi phải đến từ sự hỗ trợ của cả Chính phủ (từ trên xuống) thay đổi hành vi của doanh nghiệp và người tiêu dùng (từ dưới lên). Ngoài ra, thông tin và nhận thức rất quan trọng trong việc chuyển đổi nền kinh tế mới hiện nay.

Hơn nữa, với tác động tích cực đến môi trường và tài nguyên thiên nhiên, tất cả các nước tham gia cũng sẽ được hưởng lợi từ tăng trưởng kinh tế. Bao gồm: tạo việc làm (đặc biệt là trong lĩnh vực công nghiệp), công nghệ, quản lý chất thải và ngành hậu cần. Đối với lĩnh vực sản xuất theo hướng phát triển kinh tế tuần hoàn, nó sẽ giảm chi phí và tăng doanh thu từ công nghệ sử dụng nguyên liệu thô hiệu quả hơn. Nền kinh tế tuần hoàn cũng đi kèm với các cơ hội đầu tư vào các lĩnh vực kinh doanh mới, như dịch vụ vận chuyển và phân phối, kinh doanh tái chế chất lượng cao, kinh doanh tái sản xuất, kinh doanh nhiên liệu sinh học. Người dân sẽ thấy được những lợi ích tích cực đến từ nền kinh tế tuần hoàn như giúp chất lượng cuộc sống được cải thiện, nhu cầu về thực phẩm tăng lên và

điều kiện môi trường được cải thiện. Người tiêu dùng sẽ có thu nhập ngày một cao hơn bởi bởi chi phí hàng hóa và dịch vụ hợp lí.

NGHIÊN CỨU ĐIỂN HÌNH VỀ COCA-COLA

"Coca-Cola" là một loại nước giải khát đẳng cấp thế giới với 128 năm tuổi. Đối tác Châu Âu của Coca-Cola (CCEP) đã đưa ra chiến lược đóng gói bền vững tại Anh để tăng 50% lượng nhựa tái chế trong chai PET (rPET) nhằm tránh ảnh hưởng tới môi trường. Vào ngày 12/7/2017, công ty đã làm việc với các đối tác địa phương và quốc gia để tái chế tất cả các bao bì của mình, nhằm đảm bảo rằng "Không có bao bì nào kết thúc bằng chất thải và bao bì cần được tái chế". Theo CCEP, chỉ 57% chai nhựa được tái chế mỗi năm. Nhưng chiến lược mới của công ty sẽ là chìa khóa cho việc tái chế và tái sử dụng bao bì đồ uống ở Anh. CCEP có kế hoạch tăng lượng nhựa tái chế chai PET trong ba năm tới. Để đạt được mục tiêu này, công ty sẽ tiếp tục là đối tác lâu dài với Clean Tech, công ty có nhà máy sản xuất chai nhựa tái chế lớn nhất và sáng tạo nhất ở Châu Âu đặt tại Lincolnshire. CCEP cho biết họ sẽ tái chế các chai nhựa đã qua sử dụng và đưa chúng trở lại kệ hàng như một phần của bao bì mới chỉ trong sáu tuần.

Một biện pháp khác trong chiến lược này là phát động chiến dịch thương hiệu Coca-Cola nhằm truyền tải tầm quan trọng của việc tái chế đến 35 triệu người tiêu dùng, chi hàng triệu bảng Anh để khuyến khích tái chế nhiều hơn. Chiến dịch có các chương trình quảng cáo "Câu chuyện tình yêu", là câu chuyện của hai chai nhựa được tách ra và quay lại với nhau. Công ty cho biết họ sẽ "đưa thông điệp tái chế mới một cách rõ ràng» lên bao bì của công ty trong năm nay, bên cạnh đó vẫn giữ nguyên chương trình dán nhãn tự nguyện. Ngoài ra, CCEP sẽ thử nghiệm "Chương trình tái chế và thưởng chai" để khuyến khích người tiêu dùng tái chế. Việc làm này sẽ giúp chương trình thu hút được nhiều người chơi với những giải thưởng hấp dẫn và đẩy mạnh tuyên truyền các biện pháp bảo vệ môi trường thông qua việc tái chế sản phẩm. CCEP cũng cho biết họ sẽ thúc đẩy cải cách tái chế ở Anh bằng cách làm việc với các đối tác khác. Điều này bao gồm việc chính phủ phải cải thiện hệ thống tái chế bao bì hiện tại.

Công ty có quyền yêu cầu tăng gấp đôi số lượng vật liệu có thể tái chế được sử dụng trong chai nhựa, cho thấy họ muốn trở thành một nhân tố đóng một vai trò tích cực trong việc hỗ trợ nền kinh tế tuần hoàn của Anh.

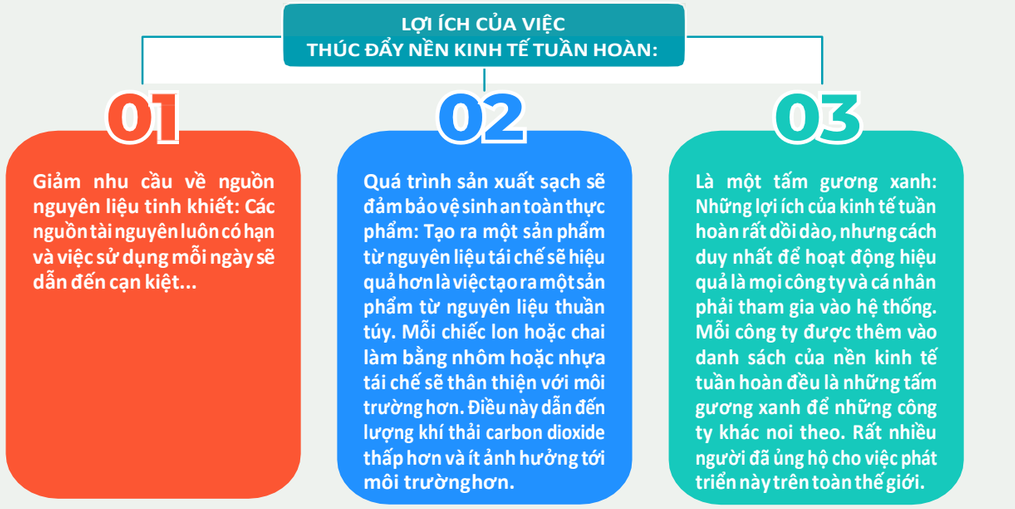
CCEP giám sát từng bước của chuỗi cung ứng và sản xuất, đồng thời đảm bảo rằng mỗi bước sử dụng các nguồn lực có sẵn:

Bước 1. Sản xuất: CCEP đảm bảo rằng bao bì đồ uống có thể tái chế 100% và sử dụng nguyên liệu và năng lượng một cách tối thiểu nhất để sản xuất sản phẩm.

Bước 2. Phân phối: CCEP có một đội xe tải trên đường phố Anh mỗi ngày. Bất cứ khi nào có thể, họ cam kết giảm tiêu thụ năng lượng và phát thải carbon dioxide được sử dụng trong quá trình phân phối.

Bước 3. Ảnh hưởng đến hành vi của người tiêu dùng: Coca-Cola Anh khuyến khích mọi người tái chế lon và chai rỗng tại nhà và trên đường đi thông qua việc dán nhãn rõ ràng, khởi động các chương trình nâng cao nhận thức đặc biệt với các công ty bán đồ uống, thông qua việc đầu tư và cải thiện các cơ sở tái chế tại địa phương.

Bước 4. Tái sử dụng: CCEP tái chế bao bì sản phẩm như thủy tinh, nhôm và polyethylene terephthalate (PET) để mang lại tuổi thọ lâu hơn cho lon và chai. Điều này hoàn thành vòng kết nối, từ sản xuất đến người tiêu dùng và quay lại vòng tuần hoàn một lần nữa. Các vật liệu như nhôm có thể được tái chế, chất lượng được duy trì, nhưng PET vẫn là sản phẩm có chất lượng cao nhất và đây cũng chính là lí do mà mọi cải tiến của CCEP luôn được mọi người ưa chuộng.



https://www.academia.edu/36711582/CIRCULAR_ECONOMY



CHỈ SỐ ĐÁNH GIÁ PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG:

3 TRỤ CỘT TIẾN TỚI KINH TẾ TUẦN HOÀN

Bài: **ĐỖ PHƯƠNG NGA**

Châu Âu đã đề xuất Chiến lược phát triển bền vững và tuần hoàn; Mỹ đã thông qua Dự luật giảm lạm phát liên quan đến khí hậu, thuế và chăm sóc sức khoẻ; Đức đã ban hành Luật Nghĩa vụ thẩm định doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng... Điều này cho thấy, Kinh tế tuần hoàn (KTTH) đã trở thành mô hình kinh tế của tương lai, một xu thế tất yếu trong tương lai gần.

NGUYÊN TẮC XÂY DỰNG BỘ CHỈ SỐ

Dệt may luôn được coi là một trong những ngành công nghiệp gây ô nhiễm và sử dụng nhiều tài nguyên nhất. Khâu trồng bông và sản xuất dệt nhuộm tiêu tốn một lượng lớn nước sạch, khoảng 93 tỷ mét khối/ năm và chiếm 4% lượng khai thác nước ngọt trên toàn thế giới; sản xuất dệt may cũng sử dụng nhiều năng lượng không tái tạo để vận hành các thiết bị, lò hơi..; bên cạnh đó, dệt may cũng là ngành sử dụng nhiều hoá chất trên toàn chuỗi sản xuất của mình, 20% ô nhiễm nước công nghiệp toàn cầu là phát sinh từ các hoạt động xử lý hàng dệt nhuộm. Sản xuất hàng dệt may cũng tiêu tốn năng lượng để vận hành nhiều loại thiết bị, tạo ra hơi và nhiệt cho các quy trình xử lý. Ngành Dệt May đã phát thải 3,3Gt khí CO2 quy đổi và chiếm 6,7% tổng phát thải này của toàn cầu.

Tuy nhiên, theo đánh giá của Ngân hàng thế giới trong một báo cáo gần đây thì ngành dệt may là một trong những ngành có cơ hội sớm cải thiện được dấu chân các-bon và môi trường. Người tiêu dùng tại các thị trường xuất khẩu lớn của Việt Nam như Hoa Kỳ hoặc EU ngày càng ưa chuộng sản phẩm xanh, đòi hỏi các quy trình sản xuất phải sạch hơn và hàng hoá thân thiện với môi trường hơn. Chính vì vậy, dệt may là một trong những ngành sản xuất công nghiệp được các quốc gia đưa vào đối tượng điều chỉnh đầu tiên đối với xu thế KTTH.

Đứng trước bối cảnh này, nhiều doanh nghiệp hết sức lo lắng, lúng túng trong việc đánh giá hiện trạng cũng như khả năng đáp ứng của doanh nghiệp mình trong việc tiến tới KTTH, cũng như khó khăn trong việc xác định con đường phải đi nếu không muốn bị đào thải trong chuỗi cung ứng toàn cầu theo xu hướng KTTH.

Gần đây, một nhóm tác giả từ Đại học Sao Paulo (Brazil) đã có nghiên cứu đáng chú ý mang tên ***"Các chỉ số kinh tế tuần hoàn có cân nhắc đến tính bền vững và các mô hình kinh doanh"***, tập trung giải quyết các vấn đề nêu trên. Đây là một nghiên cứu khám phá, dựa trên phương pháp tiếp cận giả thuyết - suy luận, với phương pháp nghiên cứu kết hợp cả lý thuyết và thực nghiệm.



Nhóm nghiên cứu đã xác định yêu cầu quan trọng đối với bộ chỉ số là phải đảm bảo các nguyên tắc chính của KTTH, đáp ứng các đặc điểm và nhu cầu cụ thể của từng mô hình kinh doanh tuần hoàn (KDTH), đồng thời phải có khả năng áp dụng dễ dàng. Bên cạnh đó, nhóm nghiên cứu cũng xây dựng các ma trận để đánh giá mức độ liên kết đa chiều mạnh hay yếu giữa các yếu tố, bao gồm:

- Ba nhóm chỉ số theo ba trụ cột: Môi trường (trên khía cạnh vật chất), Kinh tế và Xã hội;

- Sáu nguyên tắc KTTH theo tiêu chuẩn BS 8001:2007;- Sáu mô hình kinh doanh KDTH theo tiêu chuẩn BS 8001:2007.

Trên cơ sở phân tích trên, 18 chỉ số đã được lựa chọn để nghiên cứu. Các chỉ số được nhóm lại theo trụ cột Môi trường, Kinh tế và Xã hội. Thêm vào đó, một vài chỉ số cũng được thiết lập thêm chỉ số phụ để làm rõ khả năng ứng dụng của chúng. Cụ thể như sau:

Trụ cột môi trường tập trung vào các chỉ số:

1. Giảm sử dụng nguyên vật liệu: chỉ số này được xác định bằng cách đo lường lượng nguyên vật liệu, hóa chất, tài nguyên... đã được giảm sử dụng trong suốt quá trình sản xuất cũng như trên một đầu sản phẩm như: giảm nguyên liệu, nước, năng lượng; giảm lượng CO2,...

2. Khả năng tái tạo: xác định bằng tỷ lệ phần trăm của các nguồn năng lượng tái tạo so với tổng năng lượng được sử dụng trong quá trình sản xuất hoặc trong một sản phẩm.

3. Khả năng tái chế: là tỷ lệ phần trăm vật liệu tái chế có trong thành phần của sản phẩm và tỷ lệ phần trăm sản phẩm có thể được tái chế sau khi sử dụng.

4. Giảm sử dụng các chất độc hại: định lượng việc giảm sử dụng các chất độc hại theo danh mục RoHS (Restriction of Certain Hazardous Substances – các chất độc hại cần hạn chế).

5. Tái sử dụng: xác định lượng nguyên liệu được tái sử dụng trong toàn chuỗi cung ứng cũng như trên một sản phẩm.

6. Tái sản xuất: định lượng sản phẩm được tái sản xuất.

7. Tân trang: định lượng số lượng các chi tiết (hoặc các thành phần) của sản phẩm có thể được phục chế lại mà không nhất thiết phải trải qua tất cả các giai đoạn tái sản xuất.

8. Tuổi thọ của sản phẩm: xác định khả năng kéo dài tuổi thọ của sản phẩm. Số liệu này có thể thu được từ thông tin người tiêu dùng hoặc từ chính hệ thống thông tin của công ty như: tuổi thọ trung bình, thời hạn cần bổ sung, thay thế hoặc mua mới sản phẩm.

9. Cấu trúc và sự đa dạng của các bên có liên quan trong chuỗi sản xuất của công ty: đây là một chỉ số định tính. Chỉ số này được xác định bằng các thông tin như cấu trúc của công ty, các hoạt động kinh doanh hợp tác hay cộng sinh giữa công ty với những công ty khác có liên quan trong chuỗi cung ứng, vị thế của các bên liên quan trong chuỗi giá trị tuần hoàn.

Trụ cột tài chính tập trung vào các nội dung sau:

10. Kết quả tài chính:

Giảm chi phí: Giá trị (được tính thành tiền) mà mô hình KDTH thu được nhờ giảm các chi phí liên quan đến nguyên liệu, năng lượng...

Khả năng tạo doanh thu: Chỉ tiêu này có thể được đo lường bằng (i) Lợi thế cạnh tranh: thị phần của mô hình KDTH so với các đối thủ cạnh tranh (ii) Rủi ro: vạch ra những rủi ro liên quan đến các mô hình KDTH (iii) Doanh thu mới: các khoản thu mới từ mô hình KDTH.

Khả năng sinh lời: Lợi nhuận ròng của tỷ suất lợi nhuận trên tài sản (ROA) và tỷ suất lợi nhuận trên vốn chủ sở hữu (ROE)

11. Các mức thuế và quy định: là chỉ số định tính, nhằm mục đích xác định các mốc thuế hoặc quy định hỗ trợ cho mô hình KDTH.

12. Đầu tư tuần hoàn: định lượng các khoản đầu tư cho hoạt động đổi mới mô hình kinh doanh, bao gồm cả chi phí quản lý và vận hành, bảo trì...

Trụ cột xã hội bao gồm các chỉ tiêu:

13. Khả năng tạo việc làm: số lượng việc làm mới phát sinh từ mô hình KDTH

14. Thu nhập do việc làm mới tạo ra: Giá trị thu nhập (tính bằng tiền) do công việc mới tạo ra từ mô hình KDTH.



15. Nhân lực tham gia trong mô hình tuần hoàn: tỷ lệ vị trí công việc trong công ty có liên quan đến KDTH.

16. Tư duy của khách hàng: bao gồm các chỉ số định tính, xác định các đặc điểm của tập khách hàng, các lợi ích được tạo ra cho khách hàng, cung cấp các thông tin giúp khách hàng đưa ra quyết định mua hàng...

17. Sự tham dự của các bên trong quá trình ra quyết định: mô tả một cách định tính các bên liên quan tham gia vào mô hình kinh doanh chung và những người tham gia hiệu quả vào việc ra quyết định của tổ chức.

18. Thay đổi về tư duy/ Văn hóa: mô tả quá trình thay đổi văn hóa và tư duy do việc thực hiện mô hình KDTH trong công ty.

CƠ HỘI BỀN VỮNG TỪ ÁP DỤNG CHỈ SỐ DỄ HIỂU, DỄ SỬ DỤNG

Bộ chỉ số này đã được áp dụng tại ba doanh nghiệp Brazil trong đó có Malwee – một Tập đoàn sản xuất dệt may lớn, giúp phát hiện những đổi mới mà doanh nghiệp có được nhờ áp dụng KTTH, điều mà các chỉ số thông thường không đo lường được. Đồng thời, việc áp dụng các chỉ số này cũng giúp các công ty chủ động trong việc xây dựng mô hình KDTH, xác lập chiến lược, chuỗi giá trị, chuỗi cung ứng... Trong trường hợp cụ thể của Công ty Malwee, các kết quả phản hồi cho thấy Malwee có các hoạt động mang tính tuần hoàn như: sử dụng chất thải bông làm nguyên liệu thô cho một công đoạn sản xuất khác, mang tính chất đầu vào tuần hoàn cho sản xuất; chất thải tạo ra được tái chế và họ đang phát triển các dự án để khép kín chu trình; tăng tuổi thọ cho thiết bị thông qua quá trình tái sản xuất... Như vậy, mô hình tuần hoàn của Malwee được xếp vào nhóm phục hồi và kéo dài vòng đời sản phẩm, đồng thời nhóm cũng đưa ra những kết quả để công ty tham khảo trong việc áp dụng các chỉ số KTTH.

Trong một cuộc khảo sát vào năm 2017 của trường Quản lý MIT Sloan với 60.000 doanh nghiệp trên toàn cầu, kết quả cho thấy 90% giám đốc điều hành coi trọng tính bền vững, trong đó 60% đã xây dựng chiến lược bền vững và 50% các tổ chức đã thay đổi mô hình kinh doanh của họ để đáp ứng các cơ hội bền vững. Như vậy, các doanh nghiệp đã và đang nhận thức rất rõ tầm quan trọng của việc thực hiện các mô hình KDTH . Việc áp dụng các chỉ số đề xuất trong nghiên cứu sẽ giúp cải thiện hiệu quả của công ty theo các nguyên tắc của KTTH và tính bền vững. Các chỉ số này cũng có thể sử dụng để phân tích và đánh giá hiệu quả mô hình KDTH hiện tại của doanh nghiệp, đánh giá các mục tiêu KTTH đã đạt được và cải thiện lợi nhuận cho tất cả các bên liên quan tham dự vào chuỗi cung ứng.

Các chỉ số hoàn toàn mới được trình bày trong nghiên cứu này có những ưu điểm vượt trội so với các chỉ số trong các tài liệu trước đây, đó là: có định dạng đơn giản và trực quan, dễ hiểu và dễ sử dụng; có thể áp dụng trong nhiều ngành nghề với các loại hình kinh doanh khác nhau; bao gồm tất cả các nguyên tắc KTTH nhưng lại không hạn chế phạm vi của KTTH như các chỉ số thông thường khác. Hy vọng, với những chỉ dấu này, các doanh nghiệp dệt may Việt Nam sẽ dần dần làm quen với các khái niệm của KTTH, đồng thời có những điều chỉnh phù hợp trong mô hình kinh doanh để từng bước tiếp cận với sản xuất tuần hoàn bền vững. ❑

www.elsevier.com/locate/jclepro

Hoa nở trên *co đường* Gấm vóc

QUANG NAM – THANH THÚY

Thuộc "phái yếu", ngoài công việc, sự nghiệp còn phải chăm lo và vun vén cho gia đình, nhưng những "nữ tướng" của ngành dệt may luôn là nhân tố đóng góp cho sự thành công của doanh nghiệp. Vượt qua những "rào cản" mặc định về việc phụ nữ là lãnh đạo so với nam giới, những người phụ nữ ấy là hình ảnh về sự thành công, minh chứng vai trò của phụ nữ trong công tác điều hành với một ngành đông lao động như dệt may.

Nhân ngày Doanh nhân Việt Nam (13/10) và Ngày Phụ nữ Việt Nam (20/10), PV Đặc san Dệt May & Thời trang Việt Nam đã có buổi trò chuyện với những nữ doanh nhân, cũng là nữ lãnh đạo của Tổng Công ty CP Dệt May Nam Định; Tổng Công ty CP Dệt May Hà Nội (Hanosimex); Tổng Công ty CP Dệt May Hòa Thọ và Tổng Công ty May Nhà Bè – CTCP để hiểu hơn về công việc, công tác điều hành của những "nữ thuyền trưởng" trong các đơn vị thành viên của Tập đoàn Dệt May Việt Nam.

CHỊ HOÀNG THÙY OANH - PHÓ TỔNG GIÁM ĐỐC TỔNG CÔNG TY CP DỆT MAY HÒA THỌ:

XÂY DỰNG HÌNH ẢNH LÃNH ĐẠO ĐỦ "TÂM" VÀ "TẦM"



20 năm gắn bó với Hòa Thọ, trưởng thành từ vị trí chuyên viên, Phó trưởng phòng, Trưởng phòng, Giám đốc Điều hành và nay là Phó Tổng Giám đốc, điều mà chị Hoàng Thùy Oanh "tâm đắc" nhất chính là Hòa Thọ đã mang tới cho chị cũng như đội ngũ CBNV-NLĐ ở đây một môi trường lành mạnh, an toàn, bền vững và cơ hội phát triển bản thân. Ở vị trí quản lý của một Tổng Công ty lớn như Dệt May Hòa Thọ, cùng với đó là ngành May có đặc thù đông lao động, các nhà máy, xí nghiệp đặt tại nhiều khu vực… với chị Oanh, đó chỉ là một trong những khó khăn bước đầu. Sản xuất kinh doanh ngành May, ngoài tính chất các mặt hàng khác nhau, làm thế nào để khai thác đơn hàng hiệu quả cũng là điều mà các lãnh đạo như chị chú trọng. Với Hòa Thọ, còn đặc thù hơn khi là một Tổng Công ty lớn nhất khu vực miền Trung của Vinatex với gần 20 xí nghiệp, công ty thành viên. Chị Oanh cho biết: "Doanh nghiệp càng lớn thì rủi ro trong công tác điều hành càng cao", do đó làm sao để hạn chế rủi ro nhất trong công việc là điều cần chú ý. Bên cạnh đó, với nhiều nhà máy tại nhiều tỉnh thành, chắc chắn người làm công tác điều hành như chị phải di chuyển nhiều, yếu tố về sức khỏe cũng cần phải lưu tâm. "Bật mí" về những bí quyết của bản thân, chị cho rằng việc quan tâm sức khỏe là một trong những ưu tiên để có thể đảm bảo công việc được thông suốt.

Chị Oanh bộc bạch: "May mắn trong giai đoạn 2016 – 2017 được tham gia khóa đào tạo và tập huấn về quản trị rủi ro của Tập đoàn, tôi đã có thêm kiến thức trong công tác điều hành, biết đánh giá được nguy cơ rủi ro, đồng thời đưa ra được các giải pháp nhằm hạn chế rủi ro. Nhờ đó, trong suốt quá trình đảm nhận vị trí lãnh đạo ngành May của Tổng Công ty, tôi luôn chú trọng đến việc đánh giá, rà soát nguy cơ từ đó nhận diện được những biến động của thị trường nhằm xây dựng giải pháp cũng như kiểm soát các rủi ro".

Đóng góp lớn trong hoạt động sản xuất kinh doanh của Dệt May Hòa Thọ, tuy nhiên ngành May quý IV/2022 được dự báo có nhiều khó khăn trước những biến động khó của thị trường. Với chị, đó không chỉ là thử thách cho riêng bản thân với vai trò là "tổng tư lệnh" ngành May mà còn là một thách thức cho toàn bộ tập thể. Riêng bản thân chị, ngoài việc chỉ đạo phòng kinh doanh dồn nhân lực tìm kiếm đơn hàng, nếu như diễn biến xấu hơn dự báo, các Nhà máy của Tổng Công ty cần chuyển đổi mặt hàng để duy trì và ổn định sản xuất. Điều quan trọng nhất với ngành May theo chị đó chính là việc chăm lo cho NLĐ không để xảy ra biến động về lao động, tổ chức tốt quản trị sản xuất, quản trị dòng tiền và hàng tồn kho… để đảm bảo hoàn thành kế hoạch SXKD năm 2022. Nhưng hơn hết là công tác dự báo, xây dựng tốt kế hoạch năm 2023 trước nhiều diễn biến bất lợi của thị trường.

Nữ lãnh đạo của Dệt May Hòa Thọ chia sẻ bí quyết để có thể dung hòa được công việc và gia đình chính là tổ chức các hoạt động kết nối các thành viên trong gia đình, xây dựng tính tự lập cho các con. Luôn được gia đình chia sẻ, khích lệ nên chị có thời gian dành cho công việc, nhất là những khoảng thời gian cao điểm trong sản xuất của ngành May.

Từ quá trình trưởng thành của bản thân và những kinh nghiệm tích lũy được, chị Hoàng Thùy Oanh cho rằng, người quản lý cần là một "tấm gương" phản chiếu giúp nhân viên học hỏi, xây dựng hình ảnh đủ "tâm" và "tầm" để các thế hệ đi sau làm điểm tựa. Hơn hết, một người quản lý giỏi sẽ là người có các thế hệ tiếp theo thành công. Nhưng với các bạn trẻ, cũng cần phải có tính kỷ luật, có mục tiêu phấn đấu, tự trau dồi kiến thức tổng hợp xung quanh các công việc được giao… lúc đó mới có cơ hội để phát triển và đảm nhận những vị trí cao hơn trong công việc.

Năm 2022, Hòa Thọ đặt mục tiêu doanh thu 4.200 tỷ đồng, tăng trưởng 9% so với cùng kỳ, tới năm 2025, ngành May Hòa Thọ đạt 185 chuyền may, đó là một thách thức cho chị - nữ quản lý của ngành. Nhưng với sự quyết tâm đồng lòng của toàn bộ CBNV-NLĐ, cùng với đó là sự linh hoạt trong công tác điều hành, chắc chắn Hòa Thọ sẽ là một trong những "trụ cột" của Vinatex tại khu vực miền Trung, tiếp tục là cánh chim đầu đàn của ngành Dệt May Việt Nam trong thời gian tới.

CHỊ NGUYỄN THỊ KHÁNH- PHÓ TGĐ TỔNG CÔNG TY CP DỆT MAY NAM ĐỊNH,
GIÁM ĐỐC CÔNG TY CP MAY 1 – DỆT NAM ĐỊNH:

TRONG KHÓ KHĂN VẪN TÌM RA CƠ HỘI PHÁT TRIỂN



Thập niên 10 của thế kỷ 21, các doanh nghiệp FDI "ồ ạt" đầu tư vào Việt Nam, DN nội địa gặp muôn vàn khó khăn và thách thức trong bối cảnh cạnh tranh ngày càng gay gắt. Trong tình hình đó, cùng với các DN dệt may trong nước, May 1 – Dệt Nam Định cũng phải đối diện với nhiều nguy cơ khi nhà xưởng đang trong tình trạng xuống cấp, công nhân tuổi đời cao, thiết bị đã cũ… khả năng cao bị mất khách hàng, mất lao động… Lằn ranh giữa thách thức và cơ hội đòi hỏi ban lãnh đạo công ty phải dám làm, dám đổi mới để đưa ra những quyết định khả thi nhằm "vực dậy" một đơn vị truyền thống của Tổng Công ty CP Dệt May Nam Định.

Trước bối cảnh nhiều khó khăn "bủa vây", cùng với những người đồng nghiệp tâm huyết, gắn bó với công ty, sự hỗ trợ nguồn lực của Tổng Công ty và niềm tin của khách hàng và người lao động, Giám đốc Nguyễn Thị Khánh nhận nhiệm vụ với tâm thế khẩn trương xây dựng lộ trình và tái cấu trúc toàn bộ May 1. Hơn 8 năm gây dựng lại thương hiệu, bộ máy tổ chức, quản trị và đầu tư, hình hài của May 1 đã dần định hình, toàn bộ khuôn viên, nhà xưởng của May 1 được "khoác" lên mình bộ áo mới, hiện đại và khang trang hơn, cùng với đó máy móc thiết bị cũng dần được đầu tư đồng bộ… Với vai trò "chèo lái", Giám đốc Nguyễn Thị Khánh đã cùng với cộng sự phát huy sức mạnh tập thể, nhân lên sức lao động sáng tạo và tinh thần người lao động dệt may ở cái nôi của nghề để đưa May 1 vượt qua khó khăn, gỡ những nút thắt về công nghệ, khách hàng để tiếp cận và đáp ứng được yêu cầu mới của thị trường. Ở những thời khắc thăng trầm, để cùng công ty đưa ra được quyết sách cho sự vực dậy và phát triển của một doanh nghiệp, với các doanh nhân nam đã là một thách thức. Nhưng có lẽ thách thức này trở nên "nặng" hơn nhiều với các lãnh đạo nữ. Có những hi sinh thầm lặng, ẩn sau đó là sức mạnh của ý chí quyết tâm, của tâm nguyện nỗ lực hết mình vì sự sống còn của doanh nghiệp, sự ổn định đời sống việc làm của người lao động…

Trung tuần tháng 9 vừa qua, May 1 vừa đạt chứng nhận của Hugo Boss – một thương hiệu thời trang cao cấp với rất nhiều quy định khắt khe của nhãn hàng. Đơn hàng đầu tiên với 50 nghìn sản phẩm giúp công ty duy trì được guồng máy trong những tháng cuối năm, cũng như chạy chuyền trong thời gian tới. Chị kể, để có được chứng nhận của Hugo Boss là cả một quá trình rất dài, từ việc họ cho sản xuất thử, cho tới đánh giá các quy định, quy trình nghiêm ngặt về cơ sở vật chất, thiết bị và nhân lực. Có được đánh giá của Hugo Boss, May 1 có thêm cơ hội để mở rộng sản xuất kinh doanh. Mặc dù ngành May đang trải qua những tháng vô cùng khó khăn, đơn hàng giảm sút cả về quy mô và số lượng, nhưng May 1 vẫn duy trì được đơn hàng đến hết năm 2022.

Giám đốc May 1 – Dệt Nam Định chia sẻ, trong khó khăn vẫn có những cơ hội, đó là việc hiểu rõ được thế mạnh của DN, tận dụng được lợi thế sẵn có, đồng thời có sự chuẩn bị về nhà xưởng, máy móc, nguồn lực để khi cơ hội đến có thể bật "roda" tăng tốc. Tuy nhiên, chị cũng bày tỏ nữ lãnh đạo thường sẽ khó hơn nam giới trong công tác điều hành vì ngoài vai trò lãnh đạo còn đảm đương thiên chức của người phụ nữ. Do đó, để có thể hoàn thành tốt vai trò "thủ lĩnh", ngoài sự giúp sức của đồng nghiệp, chị em rất cần có sự động viên tinh thần, ủng hộ từ gia đình. Là thành viên trong gia đình có 3 thế hệ gắn bó với Dệt May Nam Định, chị Khánh cảm thấy mình may mắn vì được thừa hưởng nét đẹp truyền thống nghề cũng như luôn được gia đình hậu thuẫn, ủng hộ nên trong hoàn cảnh nào chị cũng giữ được cho mình bản lĩnh và sự "tỉnh táo" để toàn tâm, toàn ý với công việc, sẵn sàng tâm thế đưa ra những quyết sách kịp thời.

May 1 – Dệt Nam Định đã có bước chuyển trong những năm gần đây, nhưng chị Khánh vẫn luôn đau đáu, trăn trở trước bộn bề công việc còn phải làm trong việc tái cấu trúc và hoàn thiện bộ máy hoạt động, quản lý, đầu tư công nghệ của đơn vị… Ở vai trò nữ lãnh đạo của Tổng Công ty, chị còn giành tâm sức để phát triển ngành May với mong muốn cùng các đơn vị xây dựng ngành May của Dệt May Nam Định lớn mạnh hơn nữa, tiệm cận với các đơn vị trong Tập đoàn.

CHỊ LÊ THỊ THU HƯỜNG, GIÁM ĐỐC ĐIỀU HÀNH, KẾ TOÁN TRƯỞNG TỔNG CÔNG TY CP DỆT MAY HÀ NỘI (HANOSIMEX):

"DĨ BẤT BIẾN, ỨNG VẠN BIẾN"

Trên cương vị là Giám đốc điều hành, Kế toán trưởng Tổng công ty CP Dệt May Hà Nội (Hanosimex), chị Lê Thị Thu Hường đã chủ động tham mưu với HĐQT, Cơ quan điều hành, đường lối chiến lược trong sản xuất kinh doanh, thực hiện các quy trình trong hoạt động đảm bảo đúng quy định và hiệu quả.



Trong công tác kế toán tài chính, có thời điểm công ty gặp rất nhiều khó khăn, mất cân đối dòng tiền, chị Thu Hường đã mạnh dạn tham mưu Ban lãnh đạo kết nối với các ngân hàng vay USD với mức lãi suất thấp với tình hình tỷ giá ổn định, vay VND khi tỷ giá biến động, được hỗ trợ chính sách, sử dụng các sản phẩm phái sinh của ngân hàng và linh hoạt trong xử lý dòng tiền. Đồng thời, đề xuất thoái vốn tại các đơn vị thành viên kinh doanh không hiệu quả, cắt giảm bớt các định mức chi tiêu, sử dụng nguồn tiền có hiệu quả... Từ những cách làm này đã góp phần giúp Hanosimex có thêm dòng tiền để sử dụng cho các hoạt động ngắn hạn, xử lý phần nào việc mất cân đối cũng như tái cơ cấu sản xuất trong giai đoạn khó khăn.

Chị Thu Hường chia sẻ, khi dịch bệnh Covid-19 bùng phát, Hanosimex cũng gặp vô vàn những khó khăn như các doanh nghiệp khác. Mục tiêu của đơn vị đặt lên hàng đầu là người lao động ổn định thu nhập, không phải cắt giảm nhân công. Chị tham mưu Ban lãnh đạo nên "dĩ bất biến, ứng vạn biến", linh hoạt trong sử dụng dòng vốn...

Vào thời điểm dịch bệnh Covid-19 kéo dài, phức tạp và căng thẳng, chị vận động người lao động sử dụng số tiền trong quỹ hoạt động chung hỗ trợ cho những công nhân có hoàn cảnh khó khăn. Để đảm bảo sản xuất kinh doanh không bị đứt gãy do Covid-19, chị và Ban Lãnh đạo Tổng công ty cùng người lao động không ngại khó thực hiện sản xuất "3 tại chỗ" tại khu vực Đồng Văn, Nam Đàn, Nghi Lộc. Chăm lo, đảm bảo nguồn thu nhập và động viên tinh thần cho người lao động luôn là niềm trăn trở của vị nữ lãnh đạo Hanosimex.

Nỗ lực và linh hoạt ứng phó với những khó khăn, năm 2020, đơn vị duy trì được sản xuất, đảm bảo người lao động không bị ngừng việc, nghỉ việc. Tiếp tục thực hiện vừa phòng chống dịch vừa duy trì sản xuất kinh doanh, đảm bảo ổn định sản xuất, bảo vệ sức khỏe người lao động và giữ vững lực lượng lao động, năm 2021 là năm kết quả sản xuất của Hanosimex khởi sắc, trong đó mảng tài chính đóng góp không nhỏ vào kết quả chung, mức thưởng hoàn thành nhiệm vụ cho cán bộ công nhân viên còn cao hơn so với các năm trước đó.

Hanosimex hiện có nhà máy ở 3 khu vực: Đồng Văn, Nam Đàn và Nghi Lộc thuộc 2 tỉnh Hà Nam, Nghệ An. Mỗi địa phương đều có những nét văn hoá, tác phong lao động, thói quen riêng. Chính vì vậy, chị Thu Hường cùng Ban lãnh đạo, công đoàn Tổng công ty quan tâm tìm hiểu, nắm bắt tâm lý, đặc thù người lao động từng địa phương, từ đó uyển chuyển trong điều hành. Chị cho biết: Việc nắm bắt được tâm lý, đặc trưng riêng về văn hóa, tạo điều kiện cho người lao động vừa làm tốt công việc ở doanh nghiệp, vừa tham gia những hoạt động phong trào là "kênh" nâng cao đời sống tinh thần cho công nhân lao động. Qua đó, lao động yên tâm gắn bó, ngày công lao động đảm bảo, thu nhập ổn định và doanh nghiệp thực hiện sản xuất đúng kế hoạch.

Cùng với thực hiện nhiệm vụ chuyên môn, tham gia điều hành, chị Hường còn đảm nhiệm các nhiệm vụ trong công tác đảng và công tác công đoàn. Nắm bắt hoạt động công đoàn cơ sở thành viên, chị Hường chủ động chia sẻ, hướng dẫn và vận động công nhân viên, người lao động tích cực học tập nâng cao trình độ chuyên môn, nghiệp vụ, kỹ năng nghề.

Nhằm gắn kết người lao động ở các bộ phận và tôn vinh, khích lệ sự cố gắng của công nhân nữ, vì sự tiến bộ của phụ nữ trong thời đại mới, chị đã chỉ đạo tổ chức các phong trào như: hội thi nấu ăn nhân ngày 8/3, hội thi pha chế nước hoa quả nhân ngày Phụ nữ Việt Nam 20/10, hội thi thể thao nhân ngày thành lập Tổng công ty 21/11... Hằng năm, phối hợp với các bộ phận chuyên môn tổ chức cho người lao động đi thăm quan, dã ngoại, tổ chức các hoạt động thi đố vui, bốc thăm trúng thưởng.

Ông Đặng Ngọc Quân - Giám đốc điều hành, Chủ tịch Công đoàn Hanosimex chia sẻ: Là một nhà lãnh đạo nữ, chị Lê Thị Thu Hường luôn có những cách làm mềm dẻo, uyển chuyển nhưng hiệu quả để động viên, chia sẻ kịp thời với người lao động trong công ty, khéo léo quy tụ sự đoàn kết của các tập thể, phát huy tinh thần sáng tạo, hoàn thành tốt nhiệm vụ sản xuất kinh doanh.

Niềm hạnh phúc, điểm tựa tinh thần của gia đình chị Thu Hường là hai cô con gái ngoan ngoãn, trưởng thành. Con gái lớn của chị sau khi tốt nghiệp đại học đang bắt đầu xây dựng sự nghiệp. Cô con gái thứ hai vừa được tuyển thẳng vào trường Đại học Ngoại thương. Niềm vui này góp phần bồi đắp thêm động lực để "nữ tướng" phát huy thế mạnh, bản lĩnh của mình trong sự nghiệp phát triển ngành dệt may.

CHỊ PHẠM THỊ PHƯƠNG THẢO, GIÁM ĐỐC KHU 2, TỔNG CÔNG TY MAY NHÀ BÈ – CTCP:

"ĐỊA CHỈ" GỬI GẮM SÁNG KIẾN CỦA NGƯỜI LAO ĐỘNG

Sinh ra từ đất dệt Nam Định, chị Phạm Thị Phương Thảo, Giám đốc khu 2, Tổng Công ty May Nhà Bè-CTCP (May Nhà Bè) được công nhân lao động trìu mến gọi là "địa chỉ" tin cậy để người lao động gửi gắm sáng kiến trong sản xuất. Không chỉ là người lãnh đạo hoàn thành tốt nhiệm vụ mà chị còn là tấm gương "giỏi việc nhà".



Để khuyến khích người lao động cải tiến chính khâu làm việc của mình, chị Phương Thảo luôn tiên phong với những giải pháp điều hành, quản lý và cải tiến sáng tạo trong sản xuất để cùng tập thể đạt kết quả sản xuất kinh doanh cao hằng năm. Trên cơ sở đó, chị tham mưu và cùng Ban Lãnh đạo, Công đoàn Tổng công ty xây dựng quy chế thi đua và được sửa đổi vào quý I hằng năm. Nội dung thi đua là thực hiện đúng nội quy kỷ cương, nâng cao năng suất, chất lượng sản phẩm và có sáng kiến cải tiến trong quy trình sản xuất. Đây là những tiêu chí chính khích lệ người lao động tự nguyện phấn đấu, hình thành tác phong công nghiệp, mạnh dạn đề xuất những sáng kiến.

Khi thực hiện thi đua tốt, người lao động sẽ có tiền thưởng. Riêng sáng kiến, được Ban cải tiến ghi nhận, dù rất đơn giản, nhưng đem lại giá trị trong quá trình sản xuất cũng được trao thưởng ngay. Dựa trên tiêu chí giá trị sáng kiến mang lại, người lao động được nhận thưởng từ 200 nghìn đồng đến 2 triệu đồng/01 sáng kiến.

Chính nhờ khuyến khích người lao động tự nghiên cứu, tìm giải pháp nâng cao chất lượng và năng suất từ chính mỗi vị trí đã tạo khí thế thi đua sôi nổi ở từng chuyền sản xuất. Chị Phương Thảo chia sẻ: "Khuyến khích, động viên người lao động tích cực tham gia thi đua trong sản xuất chính là một trong những nội dung của học tập và làm theo tư tưởng, đạo đức, phong cách Hồ Chí Minh của Tổng Công ty May Nhà Bè - CTCP. Đồng thời, công khai, minh bạch trong khen, thưởng những sáng kiến của mỗi người càng tạo được môi trường làm việc hấp dẫn, khiến người lao động thêm gắn bó và cống hiến nhiều hơn với doanh nghiệp. Đây cũng chính là một giải pháp góp phần tăng thêm thu nhập cho người lao động."

Tạo được không khí thi đua sôi nổi ở từng chuyền sản xuất, trong 03 năm (từ năm 2019 đến 2021, thời điểm dịch bệnh Covid-19 bùng phát mạnh) đơn vị khu 2 do chị Phương Thảo quản lý đã có được 06 sáng kiến mang lại hiệu quả, tăng năng suất và tiết kiệm sức lao động, được Tổng công ty ghi nhận, khen thưởng và động viên với số tiền là 12 triệu đồng.

Niềm hạnh phúc của chị Phương Thảo và tập thể người lao động khu 2 còn được Tổng Công ty khen thưởng đơn vị hoàn thành xuất sắc năm 2019, thưởng danh hiệu thi đua cho 390 lao động, thưởng Chuyền hoàn thành và cá nhân tiêu biểu với tổng số tiền hơn 536 triệu đồng; năm 2020 khen thưởng nhiều cá nhân tiêu biểu và trao tặng danh hiệu thi đua cho 202 lao động với hơn 57 triệu đồng; năm 2021 trao thưởng danh hiệu thi đua cho 244 lao động với tổng số tiền là 51 triệu đồng.

Cùng với những trăn trở, làm sao để người lao động có thêm thu nhập, chị Thảo còn quan tâm, xây dựng môi trường làm việc thoáng mát, xanh sạch đẹp, an toàn cho người lao động, góp phần nâng cao hiệu quả và năng suất, chất lượng sản phẩm của May Nhà Bè.

Quản lý gần 70% lao động nữ, thấu hiểu đời sống và tâm tình của "phái yếu", chị Phương Thảo thường xuyên nắm bắt tâm tư, nguyện vọng chị em. Đặc biệt, với những lao động nữ không may gặp rủi ro, bị bệnh hiểm nghèo... chị kịp thời động viên, chia sẻ và tìm giải pháp giúp đỡ tốt nhất. Chị chủ động đưa ra những ý kiến cùng với Ban lãnh đạo, công đoàn đơn vị cải thiện đời sống vật chất, tinh thần, chăm sóc sức khỏe, vệ sinh an toàn cho người lao động. Chính vì vậy, người lao động luôn tin tưởng, gắn bó và đồng hành với từng giai đoạn xây dựng và phát triển của May Nhà Bè.

Với những nỗ lực và cố gắng của bản thân trong suốt thời gian công tác tại Tổng công ty May Nhà Bè, chị Phương Thảo đã nhận được nhiều khen thưởng và danh hiệu: đảng viên hoàn thành xuất sắc nhiệm vụ, cá nhân tiêu biểu, cá nhân điển hình tiên tiến, đoàn viên có thành tích trong phong trào "Giỏi việc nước, đảm việc nhà"; được nhận Bằng khen "Học tập và làm theo tư tưởng, đạo đức, phong cách Hồ Chí Minh giai đoạn 2016-2020" của Công đoàn Dệt May Việt Nam trao tặng; được Tập đoàn Dệt May Việt Nam tặng Bằng khen "Có thành tích xuất sắc trong phong trào thi đua lao động sản xuất và thực hiện nhiệm vụ công tác khác".

Chị Phương Thảo có được thời gian và tâm huyết với nghề, với May Nhà Bè còn bởi sự ủng hộ, hỗ trợ và động viên chân thành của gia đình. Có những giai đoạn khó khăn, đặc biệt là thời điểm đại dịch Covid-19 bùng phát, chị phải căng mình lo cho đơn vị, cho người lao động nhưng vẫn luôn nhận được sự chia sẻ và khích lệ của người thân. Ở khu dân cư, hằng năm gia đình chị đều được bình xét là gia đình văn hóa. ❑



Công ty CP Dệt lụa Nam Định:

XÂY DỰNG LỢI THẾ TỪ CHUỖI CUNG ỨNG

Bài: **NAM CAO**

Với lợi thế từ chuỗi cung ứng Sợi – Dệt – Nhuộm hoàn chỉnh, Công ty CP Dệt lụa Nam Định (Dệt lụa Nam Định) đã xây dựng các sản phẩm vải cao cấp và được khách hàng tại Nhật Bản đón nhận, trở thành đối tác trong nhiều năm. Thừa hưởng công nghệ và kỹ thuật từ Nhật Bản, Dệt lụa Nam Định đang nỗ lực xây dựng nhiều loại vải mới cho thị trường nội địa để đáp ứng các yêu cầu cao hơn về xuất xứ cho doanh nghiệp may trong nước.

DUY TRÌ VÀ ỔN ĐỊNH ĐƠN HÀNG

Trước những khó khăn chung của thị trường, Dệt lụa Nam Định cũng bị ảnh hưởng không nhỏ tới tình hình sản xuất kinh doanh của đơn vị. Ông Đào Văn Phương – Tổng Giám đốc Công ty CP Dệt lụa Nam Định cho biết, mặc dù thị trường năm 2022 có rất nhiều khó khăn, nhưng bằng sự linh hoạt trong công tác điều hành, dự kiến năm 2022, doanh thu của công ty vẫn duy trì được như năm 2021 (ước khoảng 450 tỷ đồng), cổ tức dự kiến chia 20%.

Ông Phương cho biết, vì lợi thế sẵn có của Dệt lụa Nam Định là khách hàng truyền thống của Nhật Bản với mặt hàng là vải cao cấp may áo vest, cho nên mặc dù quý IV/2022 dự báo thị trường gặp nhiều khó khăn, nhưng công ty vẫn đảm bảo được việc làm cho người lao động, hiện đơn hàng gần như đã lấp đầy quý I/2023. "Kế hoạch năm 2023 của Dệt lụa Nam Định sẽ là nghiên cứu một số sản phẩm vải mới cho thị trường nội địa bên cạnh các mặt hàng vải đồng phục đang là thế mạnh. Đây là những sản phẩm cao cấp, đa dạng mẫu mã, giá trị cao và có chất lượng tốt… mà trước đây các DN may chỉ có thể nhập ở thị trường nước ngoài. Bên cạnh đó, công ty cũng sẽ tập trung vào công tác đầu tư, đổi mới thiết bị, đưa các thiết bị mới vào dây chuyền sản xuất… nhằm hạ giá thành sản phẩm, đưa sản phẩm của Dệt lụa Nam Định có khả năng cạnh tranh với các loại vải nhập khẩu"- Tổng Giám đốc Dệt lụa Nam Định chia sẻ.

Theo lãnh đạo công ty, với tâm thế sẵn sàng ứng biến với các diễn biến của thị trường, đồng thời với lợi thế của thương hiệu Dệt lụa Nam Định trong nhiều năm, Ban lãnh đạo công ty dự kiến phát triển các sản phẩm mới cho thị trường ngách vào năm 2023, đồng thời đầu tư các công nghệ khó, đặc thù… mà hiện nay các DN sản xuất vải "ngại" đầu tư do cản trở về kinh phí và thị trường đầu ra. Ngoài khách hàng truyền thống tại Nhật, Dệt lụa còn liên doanh với một đơn vị tại Nhật Bản, sản xuất các loại vải theo kỹ thuật và công nghệ của đối tác với sản lượng khoảng 8.000 tấn/năm.





Do đó, trong quá trình mở rộng thị trường tại nội địa, bước đầu Dệt lụa Nam Định đã được Tổng Công ty Đức Giang - CTCP và một số doanh nghiệp may trong nước đặt vải sản xuất đồng phục, veston…

Không chỉ duy trì được đơn hàng, mở rộng được sang thị trường nội địa, Dệt lụa Nam Định còn mạnh dạn đầu tư công nghệ để xanh hóa và sản xuất tuần hoàn. Hiện công ty đã đầu tư khoảng 11 tỷ đồng điện áp mái với công suất 1 Mb. Đồng thời, hệ thống xử nước thải của công ty cũng đã được hoàn thiện kể từ khi di dời Nhà máy Nhuộm ra khu công nghiệp, thời gian tới đây Dệt lụa Nam Định sẽ đầu tư mới hệ thống nước thải theo công nghệ RO, tiến tới tái sử dụng lại nguồn nước trong quá trình nhuộm và tuần hoàn hệ thống xử lý nước trong khâu nhuộm hoàn tất. Bên cạnh đầu tư mới hệ thống xử lý nước thải, công ty còn nghiên cứu và đầu tư hệ thống tự động pha hóa chất thuốc nhuộm với công nghệ hiện đại nhất hiện nay. Điều này không chỉ giúp tối ưu hoạt động sản xuất mà còn giảm lượng nước hóa chất sử dụng, giúp tiết kiệm chi phí nguyên vật liệu… Với tính toán của công ty khi đưa hệ thống này vào sử dụng đã giảm trên 10% hóa chất nhuộm dư thừa so với quy trình hiện nay. Bên cạnh đó, công ty cũng đã đầu tư hệ thống lò hơi theo công nghệ mới nhằm giảm điện năng. Năm 2022, kinh phí đầu

tư chiều sâu của công ty khoảng 40 tỉ đồng.

XÂY DỰNG THƯƠNG HIỆU TỪ LỢI THẾ CHUỖI

Hiện Dệt lụa Nam Định có quy mô 5 nhà máy, với 1 nhà máy kéo sợi công suất 1.000 tấn/năm; 1 nhà máy kéo sợi và pha lông cừu với công suất 800 tấn/năm theo công nghệ với liên doanh nước ngoài; 1 nhà máy dệt; 1 nhà máy nhuộm có hệ thống xử lý nước thải riêng và 1 chi nhánh của công ty tại Hà Nội. Với lợi thế từ hệ thống chuỗi khép kín và thế mạnh sẵn có, ngoài việc phát triển thị trường ngách, công ty còn tiếp tục nghiên cứu và đưa các sản phẩm vải mới như: CVC, CV, vải pha lông cừu, cotton... bên cạnh sản phẩm truyền thống là vải đồng phục chất lượng cao, điều này không chỉ giúp hệ thống các nhà máy nâng thêm công suất, mà còn đưa Dệt lụa Nam Định vào chuỗi cung ứng tại thị trường nội địa.

Với việc Trung Quốc áp dụng chính sách "zero covid", chuỗi cung ứng bị ảnh hưởng nặng nề, các DN may phụ thuộc nhiều vào nguồn hàng vải, nguyên phụ liệu từ Trung Quốc đã kéo chuỗi cung ứng dịch chuyển sang các quốc gia láng giềng và Việt Nam cũng là một trong những quốc gia được hưởng lợi. Tìm ra được "cơ hội" từ trong những thách thức, Dệt lụa Nam Định đã tập trung sản xuất các các mặt hàng vải mẫu, cung cấp và chào mời cơ hội hợp tác với các DN ngành may. Ông Đào Văn Phương hi vọng, trong thời gian tới Dệt lụa Nam Định sẽ có thêm khách hàng mới bởi công ty cam kết về tiến độ giao hàng, bảo hành về chất lượng sản phẩm, chi phí giá bạn



cạnh tranh cũng như mẫu mã các sản phẩm ngàng càng đa dạng...

Tuy nhiên, cũng giống như các DN dệt may khác, câu chuyện về nguồn lực lao động cũng là một trong những "nút thắt" mà Dệt lụa Nam Định gặp phải khi quy mô và thị trường ngày càng mở rộng. Tổng Giám đốc Dệt lụa Nam Định bày tỏ công ty đang rất cần có đội ngũ cán bộ quản lý từ cấp trung bên cạnh đội ngũ công nhân kỹ thuật.

Mong muốn của đơn vị trong thời gian tới là được hỗ trợ và tham gia các chương trình đào tạo của Tập đoàn Dệt May Việt Nam nhằm xây dựng, đào tạo nguồn nhân lực chất lượng cao. Bên cạnh việc tuyển dụng và đào tạo từ hệ thống các cơ sở giáo dục, công ty còn xây dựng cơ chế "đặt hàng" nhằm chuẩn bị tốt nhất cho các thế hệ đội ngũ kế cận. Tuy nhiên đó là bài toán dài hạn, trong ngắn hạn với việc thiếu đội ngũ cán bộ quản lý cấp trung và cao, công ty đã lựa chọn nhân sự nội bộ và tự đào tạo, điều này giúp giải quyết câu chuyện về nhân lực trong ngắn hạn, phù hợp với sự phát triển chung của toàn công ty.

Nhìn nhận được điểm "mạnh" của doanh nghiệp, Dệt lụa Nam Định đã có hướng đi chuyên biệt trong việc xây dựng các sản phẩm "đặc thù" cho các thị trường khó tính bậc nhất là Nhật Bản. Đưa chúng tôi đi tham quan Nhà máy Se sợi, Phó Tổng Giám đốc Đào Xuân Nghĩa cho biết hệ thống máy ống dùng cho sản phẩm sợi lông cừu là hệ thống duy nhất được lắp đặt và vận hành tại miền Bắc, phục vụ riêng cho thị trường xuất khẩu. Tới đây, Dệt lụa Nam Định sẽ nâng công suất để đón đầu "làn sóng", phát huy lợi thế từ chuỗi cung ứng, đưa các sản phẩm dệt may Việt Nam trọn gói tới gần hơn tới khách hàng.





Dây chuyền kéo sợi lông cừu hiện đại nhất khu vực miền Bắc

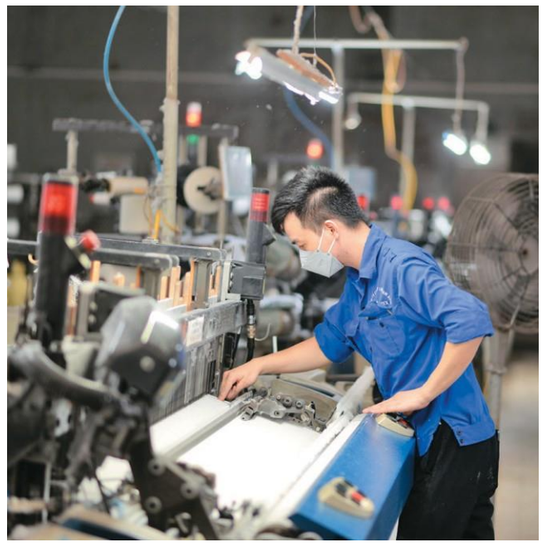
CHỊ PHẠM THỊ KIM THANH - CÔNG NHÂN ĐỨNG MÁY NHÀ MÁY DỆT, CÔNG TY CP DỆT LỤA NAM ĐỊNH



Làm công việc đứng máy dệt đã hơn 20 năm, trong quá trình làm việc, tôi thường xuyên rèn luyện tay nghề, nỗ lực đảm bảo năng suất và chất lượng sản phẩm tốt nhất. Tôi hiểu rõ, khi sản phẩm mình làm ra tốt, đơn hàng của công ty đáp ứng yêu cầu của khách hàng thì thu nhập của bản thân sẽ tăng theo. Hiện nay, thu nhập bình quân của tôi được gần 9 triệu đồng/tháng. Với mức thu nhập này, khéo chi, cuộc sống gia đình cũng ổn định. Đặc biệt, trong giai đoạn dịch bệnh Covid-19 bùng phát, công ty vẫn đảm bảo đủ việc làm, thu nhập cho người lao động nên chúng tôi rất yên tâm làm việc. Chúng tôi luôn được công ty đồng hành, chăm lo điều kiện làm việc và đời sống nên luôn khắc phục khó khăn để hoàn thành tốt công việc.

Hằng năm, Ban lãnh đạo và công đoàn công ty tổ chức cho người lao động đi du lịch, được tổ chức sinh nhật theo tháng, các ngày lễ, Tết được nghỉ theo qui định, cuối năm được nhận các khoản thưởng... Đối với chị em phụ nữ, dịp kỷ niệm ngày Phụ nữ Việt Nam 20/10 hằng năm cũng được công ty và công đoàn tổ chức cho đi du lịch. Trong hơn 20 năm gắn bó với công ty, tôi luôn tích cực tham gia các phong trào thi đua và được chọn thi tay nghề giỏi cấp cơ sở, cấp ngành. Đồng thời, tôi cũng đề xuất những sáng kiến mới nhằm nâng cao năng suất, chất lượng sản phẩm. Tôi cũng hướng dẫn, chia sẻ cách làm, kỹ năng của mình với các bạn trẻ để năng suất và chất lượng sản phẩm của nhà máy luôn đạt hiệu suất cao nhất.

ANH ĐỖ KIM ANH - CÔNG NHÂN NHÀ MÁY DỆT, CÔNG TY CP DỆT LỤA NAM ĐỊNH



Tôi vào làm ở nhà máy Dệt gần 6 năm. "Làm bạn" với 12 máy dệt mỗi ngày, để đảm bảo chất lượng sản phẩm, tôi thường xuyên kiểm tra các máy. Khi phát hiện lỗi thuộc về công việc của người công nhân đứng máy, tôi sẽ chủ động xử lý, đảm bảo máy hoạt động thông suốt. Với những lỗi phức tạp như: máy chảy dầu hay đứt sợi quá nhiều, tôi sẽ kịp thời báo lên bộ phận trực để hỗ trợ kỹ thuật, không làm ảnh hưởng đến công suất chạy máy.

Để tiếp cận được công nghệ mới, công ty đã tạo điều kiện cho tôi tham gia khóa học tại trường cao đẳng Công nghiệp dệt. Nhờ vậy, tay nghề và kỹ năng làm việc, tiếp xúc với máy móc, thiết bị hiện đại của người lao động được nâng lên rõ rệt. Hiện nay, thu nhập của tôi được gần 8 triệu đồng/tháng. Với mức thu nhập ổn định, các điều kiện về phúc lợi cho người lao động tốt, tôi yên tâm làm việc tại đây. ❑

K.GIANG - T.THÚY *(ghi)*

BẢN TIN VINATEX tháng 10/2022

VINATEX DỰ BÁO TÌNH HÌNH SẢN XUẤT KINH DOANH NĂM 2023



Ngày 30/9, tập thể Ban Thường vụ Đảng ủy và Cơ quan điều hành Tập đoàn Dệt May Việt Nam (Vinatex) đã tổ chức Hội nghị sơ kết 9 tháng, triển khai kế hoạch Quý 4 năm 2022 và dự báo tình hình sản xuất kinh doanh năm 2023 với sự tham dự của các thành viên trong BTV, CQĐH và trưởng các ban chức năng thuộc Tập đoàn.

Đây là bước đầu tiên của công tác chuẩn bị xây dựng kế hoạch kinh doanh năm tới trong điều kiện thị trường rất bất định, cầu thế giới suy giảm. Hội nghị đã nghe báo cáo kết quả SXKD 9 tháng, triển khai kế hoạch Quý 4 năm 2022 do ông Cao Hữu Hiếu- Phó Bí thư Đảng ủy, Tổng Giám đốc Tập đoàn trình bày. Theo đó, Tập đoàn vẫn giữ vững được thành quả SXKD 06 tháng và gia tăng trong 9 tháng năm 2022. Lợi nhuận hợp nhất ước đạt 1.150 tỷ đồng, đạt 124% kế hoạch năm, tăng 25% so với cùng kỳ, trong đó công ty chi phối đóng góp 60%. Dự kiến doanh thu đạt kế hoạch năm, lợi nhuận tăng 40% so với kế hoạch Đại hội đồng cổ đông đã thông qua.

Sau báo cáo của Tổng giám đốc, các đại biểu đã nghe báo cáo dự báo thị trường tài chính tiền tệ và ảnh hưởng cụ thể, định lượng đến Vinatex do Phó Tổng Giám đốc thường trực Phạm Văn Tân trình bày; báo cáo dự báo kinh tế thế giới, mô hình tính toán dự báo tổng cầu dệt may của ông Vương Đức Anh - Chánh văn phòng HĐQT Tập đoàn. Các thành viên trong Cơ quan điều hành: ông Nguyễn Song Hải Phó Tổng Giám đốc, ông Lê Trung Hải - Phó Tổng Giám đốc, ông Lê Mạc Thuấn - Phó Tổng Giám đốc, ông Nguyễn Đức Trị- Phó Tổng Giám đốc, ông Phạm Xuân Trình - Giám đốc điều hành đã sôi nổi tham gia đóng góp ý kiến nhằm nhận diện bức tranh 2023 từ lĩnh vực mình phụ trách như: nhu cầu các mặt hàng chính, dự kiến của các nhãn hàng trên thế giới từ trung bình đến cao cấp, thị trường xơ, bông, sợi, thị trường hàng dệt kim, dệt thoi, gia dụng, các chuỗi cung ứng mà Vinatex đang tham gia; các nội dung về sản phẩm tuần hoàn có tỷ lệ tăng dần... Ngoài ra, hội nghị còn được nghe tham luận từ trưởng các ban chức năng về: dự báo tỉ giá, lãi suất quý 4/2022, cả năm 2023 và khuyến nghị đối với các doanh nghiệp; tình hình lao động, thu nhập năm 2022 và khuyến nghị xây dựng kế hoạch tiền lương, thu nhập năm 2023...

Kết luận Hội nghị, ông Lê Tiến Trường- Bí thư Đảng ủy, Chủ tịch HĐQT Vinatex đã đưa ra 3 kịch bản dự báo về tình hình xuất khẩu năm 2023, theo đó kịch bản tốt sẽ là 6 tháng đầu năm 2023 bình quân xuất khẩu như Quý 4/2022, 6 tháng cuối năm đạt bình quân như 8 tháng đầu năm 2022; kịch bản trung bình (cơ sở) 9 tháng bình quân xuất khẩu như Quý 4/2022, còn Quý 4/2023 đơn hàng trở lại như 8 tháng đầu năm 2022; kịch bản xấu cả năm 2023 đơn hàng chỉ bình quân xuất khẩu như 4 tháng cuối năm 2022. ❏

VINATEX GIỮ VỮNG HOẠT ĐỘNG SXKD TRONG QUÝ 4

Ngày 11/10/2022, Tập đoàn Dệt May Việt Nam (Vinatex) tổ chức Hội nghị trực tuyến BCH mở rộng sơ kết công tác Đảng và SXKD 9 tháng đầu năm, triển khai nhiệm vụ công tác 3 tháng cuối năm 2022, dự báo tình hình, định hướng kế hoạch năm 2023. Thay mặt BCH Đảng bộ Vinatex, đồng chí Trần Thị Thu Thảo - UV Ban Thường vụ đã trình bày Báo cáo sơ kết công tác Đảng 9 tháng năm 2022. Theo đó, Đảng ủy Vinatex đã tập trung lãnh đạo, chỉ đạo, triển khai tốt công tác xây dựng Đảng và thực hiện nhiệm vụ chính trị SXKD. Công tác giáo dục chính trị tư tưởng được triển khai sâu rộng, bám sát các nội dung, nhiệm vụ. Công tác kiểm tra, giám sát đã chủ động và đi vào trọng tâm, trọng điểm. Về nhiệm vụ 3 tháng cuối năm, Đảng ủy Vinatex sẽ ban hành Chương trình hành động thực hiện NQTW 5, thực hiện công tác tuyên truyền, triển khai các nghị quyết, chỉ thị, kết luận, quyết định, quy định của Đảng. Tăng cường công tác tuyên truyền Học tập và làm theo tư tưởng, đạo đức, phong cách Hồ Chí Minh. Tiếp tục chỉ đạo cấp ủy cơ sở rà soát quy hoạch cấp ủy; xây dựng quy hoạch nhiệm kỳ 2025-2030. Thực hiện các thủ tục về bàn giao, tiếp nhận tổ chức Đảng sau khi Đảng ủy Khối và Ban Tổ chức TW phê duyệt Đề án. Chỉ đạo cấp ủy cơ sở tổ chức đại hội chi bộ trực thuộc nhiệm kỳ 2022-2025. Tuyên truyền những kết quả đạt được trong phục hồi và phát triển kinh tế, xã hội, bảo đảm an sinh xã hội, đấu tranh phòng chống tham nhũng, tiêu cực. Theo ông Cao Hữu Hiếu-Tổng Giám đốc Vinatex, quý 4 năm 2022, bối cảnh kinh tế Việt Nam và thế giới vẫn còn nhiều khó khăn, trong đó giá bông bước vào mùa vụ mới với sản lượng tăng nhưng mức tiêu thụ là yếu tố hỗ trợ giá giảm. Trong thời gian tới, ngành Sợi cần triển khai các giải pháp để duy trì kết quả SXKD, ngành May tích cực tìm kiếm đơn hàng đảm bảo sản xuất ổn định, bám sát kế hoạch sản xuất để linh hoạt trong chuẩn bị nguyên phụ liệu.

Phát biểu kết luận Hội nghị, đồng chí Lê Tiến Trường-Bí Thư Đảng ủy, Chủ tịch HĐQT Vinatex cho biết, 9 tháng đầu năm Đảng bộ Tập đoàn đã hoàn thành tốt, đúng tiến độ các chương trình công tác xây dựng Đảng. SXKD vẫn tiếp tục đạt hiệu quả tuy nhiên lợi nhuận quý 3 đã giảm 50% so với bình quân của quý 1,2. Thị trường gặp nhiều khó khăn nhưng các doanh nghiệp thuộc Tập đoàn đã chủ động kiểm soát tình hình, giảm thiểu tác động tiêu cực, công tác điều phối của Công ty mẹ đã phát huy hiệu quả. Trong quý 4, Đảng bộ Tập đoàn cần tập trung chỉ đạo các chi bộ hoàn thành đại hội trước ngày 30/11/2022, hoàn thành các nhiệm vụ xây dựng Đảng năm 2022 và chuẩn bị sơ kết giữa nhiệm kỳ 2020-2025. Tổ chức Công đoàn chuẩn bị sớm các chương trình chăm lo cho người lao động trong dịp Tết Nguyên đán Quý Mão. Giữ vững hoạt động SXKD quý 4 và các thành quả đã đạt được trong 3 quý đầu năm và tập trung đảm bảo việc làm cho người lao động. Xúc tiến sớm các chương trình, kế hoạch kinh doanh, khách hàng trọng điểm của năm 2023. Dự kiến và có giải pháp phòng ngừa các tình huống tiêu cực của thị trường và các biến động khó dự báo của thị trường tài chính, lãi suất. "Cùng với đó chúng ta cần kiên trì định hướng sản xuất theo chuỗi nâng cao tỷ lệ sản phẩm xanh. Kiên trì bám sát khách hàng, bám sát thị trường, phản ứng linh hoạt với thị trường và đảm bảo việc làm cho người lao động. Kiên trì bảo vệ nguồn lực doanh nghiệp, bồi dưỡng sức chống chọi của doanh nghiệp trong bối cảnh khó khăn có thể kéo dài"- Chủ tịch Lê Tiến Trường nhấn mạnh. ❏



CHƯƠNG TRÌNH THIỆN NGUYỆN "HẠNH PHÚC LÀ SẺ CHIA" TẠI HUYỆN VĨNH LỢI, TỈNH BẠC LIÊU

Ngày 24/9, Tập đoàn Dệt May Việt Nam (Vinatex), Hiệp hội Dệt May Việt Nam (Vitas), Công đoàn Dệt May Việt Nam và Bệnh viện Chợ Rẫy phối hợp tổ chức Chương trình thiện nguyện "Hạnh phúc là sẻ chia" tại huyện Vĩnh Lợi, tỉnh Bạc Liêu.

Chương trình bao gồm các hoạt động: Thăm hỏi 10 Mẹ Việt Nam Anh Hùng, tri ân các gia đình thương binh, liệt sĩ, gia đình có công với đất nước. Tặng 500 suất quà bao gồm nhu yếu phẩm, sản phẩm dệt may hỗ trợ gia đình CNLĐ Nhà máy Vinatex Bạc Liêu và nhân dân trên địa bàn huyện có hoàn cảnh đặc biệt khó khăn. Bệnh viện Chợ Rẫy – một trong những Bệnh viện hàng đầu cả nước cử 25 y bác sĩ cùng với hệ thống trang thiết bị chuyên ngành (máy siêu âm, điện tim, điện não...) để thăm khám, chẩn đoán phát hiện sớm các nguy cơ bệnh lý, đồng thời tổ chức phát thuốc cho thân nhân CBCNV Nhà máy và nhân dân địa phương. Khởi công xây dựng cây cầu dân sinh mang tên Phong Phú, có chiều rộng 3,5m, trọng tải 2,5 tấn, đạt chuẩn Nông thôn mới. Cây cầu đi vào hoạt động sẽ mang lại nhiều ý nghĩa thiết thực cho đời sống nhân dân địa phương, giúp người dân đi lại, giao thương thuận tiện, nhanh chóng, giúp các cháu đi học dễ dàng, an toàn.

Tổng chi phí cho các hoạt động trên là 1,5 tỷ đồng, được đóng góp bởi 27 tổ chức, doanh nghiệp và đơn vị trong và ngoài ngành Dệt May Việt Nam.

"Hạnh phúc là sẻ chia" là chương trình thiện nguyện được phát động và tổ chức thường niên bởi Vinatex, Vitas, Công đoàn Dệt May Việt Nam và Bệnh viện Chợ Rẫy với mong muốn được đồng hành, san sẻ cùng NLĐ, đồng bào có hoàn cảnh khó khăn tại các địa phương trên cả nước. Chương trình đã trở thành nét đẹp, nét văn hóa của ngành Dệt May trong phát huy truyền thống "tương thân tương ái", "uống nước nhớ nguồn" của toàn dân tộc Việt Nam. ❏

BẢN TIN CÔNG ĐOÀN

TẬP HUẤN NGHIỆP VỤ CHO CÁN BỘ CÔNG ĐOÀN CƠ SỞ NĂM 2022 TẠI KHU VỰC PHÍA NAM

Trong 2 ngày 7-8/10, Công đoàn Dệt May Việt Nam đã tổ chức Hội nghị tập huấn nghiệp vụ cho cán bộ công đoàn cơ sở năm 2022 tại khu vực phía Nam.

Những nội dung được Công đoàn Dệt May Việt Nam lựa chọn tập huấn lần này đều là những nội dung hết sức cần thiết, cấp thiết cho đội ngũ cán bộ công đoàn cơ sở như: Các quy định về thu, chi, quản lý tài chính, tài sản tại CĐCS, phần mềm Kế toán CĐCS; Hướng dẫn Đại hội công đoàn các cấp; Hướng dẫn sử dụng phần mềm quản lý đoàn viên công đoàn; Quản lý văn thư trên phần mềm Voffice và báo cáo số liệu thống kê trên phần mềm tổng hợp báo cáo. Theo kế hoạch trong thời gian tới, Công đoàn Dệt May Việt Nam sẽ tổ chức Hội nghị tại miền Trung và miền Bắc.❑

ĐÀO TẠO "NÂNG CAO TRÌNH ĐỘ, KỸ NĂNG NGHỀ NGHIỆP CHO ĐOÀN VIÊN VÀ NGƯỜI LAO ĐỘNG" NĂM 2022



Sau 2 năm gián đoạn do dịch bệnh, Chương trình đào tạo "Nâng cao trình độ, kỹ năng nghề nghiệp cho đoàn viên và người lao động" đã được Công đoàn Dệt May Việt Nam tái khởi động trong nửa cuối năm 2022. Đây là hoạt động triển khai một trong 5 Chương trình công tác lớn của Đại hội V nhiệm kỳ 2018-2023, đó là: "Đẩy mạnh phong trào học tập, nâng cao trình độ, kỹ năng nghề nghiệp cho đoàn viên và người lao động", đã và đang thu hút được sự quan tâm và hưởng ứng của các CĐCS, doanh nghiệp và NLĐ.

Mục đích của Chương trình là hỗ trợ các doanh nghiệp tổ chức các lớp đào tạo, nâng cao trình độ, kỹ năng nghề nghiệp cho đoàn viên và người lao động, góp phần tăng năng suất lao động, giúp doanh nghiệp tăng hiệu quả sản xuất kinh doanh, người lao động ổn định việc làm và đảm bảo thu nhập; đồng thời nâng cao khả năng thích ứng của người lao động thời kỳ hậu Covid-19 và sự tác động của cuộc Cách mạng Công nghiệp 4.0; thúc đẩy phong trào học tập, trau dồi kĩ năng nghề nghiệp, phát huy sức sáng tạo, sự thích nghi, sẵn sàng chuyển đổi nghề của người lao động.

Công đoàn Dệt May Việt Nam hỗ trợ chi phí đào tạo, phí tổ chức, quản lý lớp học, giáo trình, tài liệu học tập trên cơ sở ký kết hợp đồng với 02 trường trong hệ thống là Đại học Công nghiệp Dệt May Hà Nội và Trường Cao đẳng Công nghệ TP.HCM. Nội dung đào tạo được thực hiện dựa trên kết quả khảo sát nhu cầu của từng đơn vị, bảo đảm thiết thực, hiệu quả, tập trung vào việc nâng cao năng lực, chuyên môn, tay nghề, kỹ năng làm việc của đoàn viên, người lao động, bao gồm: (1) Đào tạo đoàn viên, công nhân lao động có trình độ, tay nghề phù hợp, có khả năng phát triển, đảm nhiệm công việc Quản lý tổ sản xuất ngành may (60 tiết); (2): Đào tạo đoàn viên, công nhân lao động có trình độ, tay nghề phù hợp, có khả năng phát triển, đảm nhiệm công việc Kỹ thuật chuyền ngành may (60 tiết).

Các đơn vị triển khai Chương trình bao gồm: Công ty CP May Việt Thịnh, Tổng Công ty CP Dệt May Hòa Thọ, Công ty CP Dệt May Nha Trang; Công ty CP Dệt May – Đầu tư – Thương mại Thành Công, Công ty CP Dệt May Huế; Tổng Công ty CP Dệt May Hà Nội, Tổng Công ty May 10 - CTCP với tổng số 14 lớp và 460 học viên.❑

NGÀY HỘI "HIẾN MÁU TÌNH NGUYỆN" NĂM 2022

Ngày 30/9, tại Tp. HCM, Tập đoàn Dệt May Việt Nam (Vinatex), Công đoàn Dệt May Việt Nam (Công đoàn DMVN), Hiệp hội Dệt May Việt Nam (Vitas) phối hợp với Bệnh viện Chợ Rẫy tổ chức Ngày hội "Hiến máu tình nguyện" năm 2022. Với chủ đề "Giọt hồng yêu thương", chương trình thu hút sự tham gia của hơn 500 cán bộ, đoàn viên, CNVCLĐ ngành Dệt May Việt Nam.



Phát biểu tại chương trình, Lãnh đạo Công đoàn DMVN biểu dương tinh thần trách nhiệm đối với cộng đồng, xã hội, tính nhân văn, tương thân tương ái của hơn 500 cán bộ, đoàn viên, CNVCLĐ ngành Dệt May Việt Nam. Đây cũng là hoạt động thường niên của Vitas – Vinatex và Công đoàn DMVN thực hiện liên tục từ năm 2010 đến nay.

Với thông điệp "Một giọt máu cho đi – Một cuộc đời ở lại", gần 480 đơn vị máu (350 ml/đơn vị máu) thu nhận được sẽ góp phần khắc phục tình trạng khan hiếm máu trong điều trị các bệnh nhân tại bệnh viện, đem lại sự sống cho người bị mắc bệnh hiểm nghèo.

Tham gia chương trình lần này có những người hiến máu nhiều lần, điển hình như chị Nguyễn Thị Thu Trang, Coast Phong Phú 33 lần; anh Nguyễn Văn Tú, Công ty CP Liên Phương 73 lần. Ngày hội "Hiến máu tình nguyện" là hoạt động hưởng ứng chương trình "Hành trình đỏ" của Tổng Liên đoàn Lao động Việt Nam phát động.❑

NBC ĐỒNG HÀNH CÙNG CHƯƠNG TRÌNH "MẸ ĐỠ ĐẦU– KẾT NỐI YÊU THƯƠNG"



Vừa qua, trong chương trình "Mẹ đỡ đầu – Kết nối yêu thương", Tổng Công Ty CP May Nhà Bè (NBC) đã tặng quà và trao sổ tiết kiệm trị giá 50 triệu đồng cho các trẻ em mồ côi do Covid-19 đến từ các tỉnh Bình Thuận, Ninh Thuận, Long An, Tây Ninh, Sóc Trăng và TP.HCM.

Chương trình "Mẹ đỡ đầu – Kết nối yêu thương" được tổ chức bởi Ban Công tác phía Nam (Trung ương Hội LHPN Việt Nam), Công ty CP Du lịch Hoà Bình Việt Nam, Hãng Phim trẻ TP.HCM. Tại Chương trình, Ban tổ chức đã bố trí một "gian hàng yêu thương" với những món quà gồm sách, balô, nón bảo hiểm, tập vở, dụng cụ học tập, sữa… để các em được cầm giỏ, xếp hàng và tự tay chọn lựa những món quà mà mình yêu thích.

Không chỉ là một trong những doanh nghiệp hàng đầu của ngành Dệt May Việt Nam trong lĩnh vực sản xuất kinh doanh, NBC còn luôn quan tâm đến công tác từ thiện xã hội, chia sẻ trách nhiệm với cộng đồng, công nhân các địa bàn khó khăn ở vùng sâu, vùng xa và biển đảo…❑

TRỢ CẤP GIA ĐÌNH CBNV BỊ ẢNH HƯỞNG BỞI CƠN BÃO SỐ 4

Ngày 30/9, đại diện Ban Lãnh đạo và Công đoàn Công ty CP Dệt May Huế đã đến thăm và trao trợ cấp cho các gia đình CBNV-NLĐ có hoàn cảnh khó khăn, bị ảnh hưởng nặng nề bởi cơn bão số 4 vừa qua. Cụ thể, trao 02 suất quà, mỗi suất 4 triệu đồng cho các gia đình có nhà bị hư hỏng nặng, 01 suất quà trị giá 2 triệu đồng cho gia đình có người thân bị thương và 01 suất trị giá 2 triệu cho gia đình có gia súc bị chết.

Các phần hỗ trợ tuy không nhiều song sự quan tâm kịp thời của các cấp đã phần nào động viên, khích lệ người lao động vượt qua khó khăn trước mắt để ổn định công việc và cuộc sống.❑

HeraDG

LOVE SWAN

Nàng thơ ngọt ngào cho ngày Phụ nữ

Khoác lên mình những trang phục nữ tính, trang nhã
từ Bộ sưu tập "Swan Love" của HeraDG,
các quý cô hóa những "nàng thơ" quyến rũ và ngọt ngào.
Một item lý tưởng cho buổi hẹn hò, gặp gỡ
trong ngày tôn vinh phụ nữ Việt.

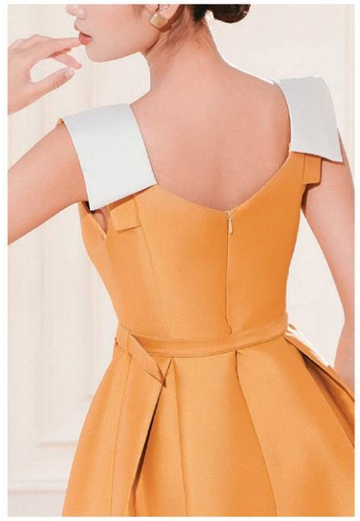












Lấy cảm hứng từ sự hóa thân mềm mại và đậm chất thơ "Vũ điệu thiên nga" – một hình ảnh kinh điển của nghệ thuật múa ballet thế giới, BST "Swan Love" của HeraDG – thương hiệu thời trang nữ của Tổng Công ty Đức Giang – CTCP mang đến hình ảnh cổ điển, thanh lịch nhưng vẫn đầy chất tinh tế và chuẩn mực cho những quý cô ngọt ngào.

Những chiếc đầm cocktail, đầm chữ A... được thiết kế tỉ mỉ và cầu kỳ trong phom dáng và thiết kế, đã mang đến sự cuốn hút rất riêng biệt khiến "cánh mày râu" không thể rời mắt. Những khoảng hở có chút "hờ hững" vẫn đầy ý nhị đang mang đến một "nàng thơ" với vẻ đẹp tri thức, toát lên từ thần thái của các quý cô.

Trong thế giới của "Swan Love", hình ảnh thế giới cổ tích đầy lãng mạn hiện lên gợi nhớ về hình ảnh thướt tha trong cách giải phóng cơ thể của nghệ thuật múa ballet. Nếu ai yêu thích bộ môn nghệ thuật này, chắc hẳn đã từng nghe tới hoặc từng xem vở nhạc kịch "Hồ thiên nga" kinh điển, đọng lại ký ức ngọt ngào về một miền cổ tích của tuổi thơ biết bao thế hệ. Từ ký ức rực rỡ ấy, "Swan Love" đã đưa vào những bộ trang phục một tinh thần lãng mạn, ngao du chất chứa nét yêu kiều, quyến rũ.

Với đường may cầu kì, tỉ mỉ lấy điểm nhấn vào các chi tiết cách điệu, BST mang đến cho mỗi trang phục hình ảnh rực rỡ trên nền chất liệu tối giản, không có các hoạt tiết đặc trưng. Đó cũng là cách những NTK của HeraDG chăm chút cho từng trang phục nhằm giúp tôn vinh vẻ đẹp của những quý cô trong thời khắc giao mùa, một vẻ đẹp giản đơn nhưng đầy ấn tượng.

Ra mắt BST ngay đầu tháng 10, HeraDG mong muốn tôn vinh vẻ đẹp của người phụ nữ ngay trong tháng kỷ niệm của người phụ nữ Việt. Đó là tinh thần của những buổi hẹn hò lãng mạn, những bữa tiệc bên công ty và đồng nghiệp, hay chỉ đơn giản là một item đi làm công sở trong khoảnh khắc giao mùa.

Nếu chưa biết diện gì trong ngày 20/10, quý cô thử trải nghiệm cảm xúc và các cung bậc của thời trang mùa Thu tại các showroom của HeraDG trên toàn quốc để lựa chọn một bộ trang phục trong BST "Swan Love" mới. Chắc hẳn đây sẽ là một trải nghiệm thời trang đầy thú vị, tôn vinh vẻ đẹp tri thức nhưng vẫn pha nét quyến rũ, mơ màng. ❑





Ý - Pháp - Monaco:
HÀNH TRÌNH CỦA NHỮNG DI SẢN

BÀI 2: NHỮNG "MẢNH GHÉP" LÃNG MẠN CỦA VÙNG ĐỊA TRUNG HẢI

Bài: **NAM CAO**

Rời Rome – thành phố của những di sản, đoàn tham quan tiếp tục di chuyển trên "cung đường" vàng, đi tới những địa danh đẹp nhất của vùng Địa Trung Hải, là Venice – thành phố của những kênh đào, là Verona – thành phố của tình yêu, là Cannes – thành phố của điện ảnh. Những mảnh ghép ấy đã khắc họa nên một bức tranh về những nét kiến trúc, ẩm thực, con người đặc trưng của vùng đất Địa Trung Hải.





NHỮNG THÀNH PHỐ "TÌNH YÊU" CỦA NƯỚC Ý

Những ngày tham quan ở thủ đô Rome và Thành quốc Vatican đã đọng lại nhiều kỷ niệm và dư âm về vùng đất của những di sản, cái nôi của đế chế La Mã cổ đại. Rời Rome, đoàn tham quan ghé thăm Florence – thành phố đỉnh cao của kiến trúc Phục Hưng. Sẽ thật luyến tiếc khi tới Ý mà không ghé thăm Florence, thành phố của nghệ thuật, kiến trúc và ẩm thực. Đứng trên quảng trường Michelangelo phóng tầm mắt về thành phố, thời gian nơi đây gần như ngưng đọng. Hơn 500 năm qua cảnh quan dường như nguyên vẹn. Đó là cảm xúc được ngược về quá khứ, trải nghiệm sự huy hoàng của thời kỳ Phục Hưng với những kiến trúc, nghệ thuật còn được lưu giữ.

Dạo quanh những con đường đá xanh, len lỏi qua những con phố và tiến tới trung tâm của Florence, chúng tôi dành thời gian để tham quan Nhà thờ Florence với mái vòm Brunelleschi tráng lệ, một trong những mái vòm lớn bậc nhất thế giới; Nhà rửa tội Baptistery of San Giovanni – một kiệt tác của kiến trúc thời Phục Hưng; Ponte Vecchio – cây cầu với những cửa hàng truyền thống, một trung tâm mua sắm "thu nhỏ" được xây dựng từ thời Trung Cổ; Piazza della Signoria – trung tâm chính trị của thành phố từ thời Trung Cổ và duy trì cho đến đến ngày nay…

Sẽ thật là thiếu sót khi tới Florence mà không dành thời gian tham quan các bảo tàng, một trong số đó là phòng trưng bày Uffizi – nơi chiêm ngưỡng một số kiệt tác nghệ thuật vĩ đại nhất như: "The Birth of Venus" của Botticelli, "The Annunciation" của Leonardo Da Vinci, hoặc "Tondo Doni" của Michelangelo… Không chỉ có kiến trúc, nghệ thuật, Florence còn nổi tiếng với ẩm thực đặc trưng của vùng Tuscany – nơi được mệnh danh là "thủ phủ" của ẩm thực nước Ý với rượu vang, bít tết, pappa col pomodoro (súp cà chua và bánh mì)…





Nếu như Florence là thành phố của kiến trúc Phục Hưng thì Venice nổi tiếng với cái tên đầy mỹ miều "thánh địa tình yêu của nước Ý". Chẳng ngoa khi ai tới nước Ý xinh đẹp cũng chỉ mong một lần được đặt chân tới Venice, thành phố nổi độc đáo nhất thế giới. Được xây dựng cách đây 2.000 năm trên hơn 100 hòn đảo lớn nhỏ, kết nối với nhau bởi 444 cây cầu, Venice còn được gọi là thành phố kênh rạch, thành phố của những cây cầu… điều này khiến nó trở thành một kỳ quan kiến trúc tuyệt vời.

Sự lãng mạn của Venice nằm ở thuyền gondola - phương tiện giao thông đặc trưng nhất của Venice. Ngồi trên những chiếc gondola, đi dọc những dòng kênh xanh ngắt, du khách không chỉ được chiêm ngưỡng những kiến trúc độc đáo của thành phố nổi, đâu đó trên những khung cửa sổ là những giàn hoa đủ sắc màu, chạy dài trên những dãy nhà ống đặc trưng, một vẻ đẹp giản dị, thanh bình nhưng mang đậm nét lãng mạn của Ý. Bước chân len lỏi qua những con ngõ nhỏ, cảm giác như lạc lối trong mê cung ở Venice là một trải nghiệm không thể nào quên. Tất cả các con hẻm nhỏ, đều đổ về quảng trường San Macco, công trình được mệnh danh là "Đại sảnh lễ hội đẹp nhất châu Âu" – nơi hàng năm sẽ diễn ra lễ hội carnival rực rỡ sắc màu.

Trong những ngày ở Ý, đoàn còn tham quan Verona – thành phố của tình yêu vĩnh cửu với câu chuyện tình bất hủ về chàng Romeo và nàng Juliet. Ghé thăm một trong "tứ đại" kinh đô thời trang của thế giới – Milan, để chiêm ngưỡng những khu hàng hiệu xa xỉ tại Galleria Vittorio Emanuele II. Khu trung tâm mua sắm được thiết kế như một khách sạn 5 sao xa xỉ, luôn lọt top những khu mua sắm đẹp nhất thế giới. Cạnh Galleria Vittorio Emanuele II là Đại quảng trường Piazza del Duomo có từ thời trung cổ, trung tâm quảng trường là Nhà thờ Duomo – một trong những nhà thờ lớn và đẹp nhất thế giới, mất gần 3 thế kỷ để hoàn thiện với lối kiến trúc Gothic đặc trưng.

Thành phố cảng Genoa xinh đẹp là "lời tạm biệt" đất nước Ý xinh đẹp. Trái tim của thành phố là quảng trường Piazza De Ferrari với đài phun nước hùng vĩ. Ghé Genoa chắc chắn không thể bỏ qua ngôi nhà đã sinh ra Christopher Columbus – nhà hàng hải vĩ đại, người tìm ra Châu Mỹ. Ngoài ra, tới Genoa du khách còn được chiêm ngưỡng những kiến trúc nhà đầy sắc màu, cảng du thuyền tấp nập đặc trưng của vùng Địa Trung Hải.

MIỀN NAM XINH ĐẸP CỦA NƯỚC PHÁP

Rời Ý, cung đường tới Nice và Cannes – những thành phố biển xinh đẹp của nước Pháp là một trong những "điểm nhấn" đầy thú vị của hành trình. Đó là những khu nhà vùng nông thôn đặc trưng của miền Bắc nước Ý với những vườn oliu sai trĩu quả, chạy ngút tầm mắt. Đâu đó trên cung đường, ẩn nấp trên các sườn núi là những lâu đài tráng lệ – chứng tích của lịch sử Châu Âu huy hoàng.

Sẽ chẳng ngoa khi nói rằng Nice là một trong những thành phố quyến rũ của vùng Địa Trung Hải. Nice được du khách gọi bằng cái tên thân mật Nice la Bella (thành phố Nice xinh đẹp), một vẻ đẹp lôi cuốn, riêng biệt, cổ kính. Thành phố được chia ra làm 2 khu vực chính, khu phố cổ và khu phố mới. Rảo bước trong phu khố cổ với những con phố hẹp, các công trình được sơn màu vàng, đỏ và thổ hoàng mang đậm phong cách của Ý. Những khu phố cổ của Nice còn có rất nhiều quán bar, café, bàn ghế phủ ngoài hè phố, không khí luôn nhộn nhịp và sôi động cả ngày lẫn đêm.

Ghé Nice, chắc chắn không thể bỏ qua Quảng trường Massena - trung tâm là Đài phun nước với bức tượng thần Apollo được điêu khắc bởi nghệ nhân Jaume Plensa cao 7m. Các tòa nhà cổ quanh quảng trường đều



được sơn đỏ nổi bật với những cánh cửa chớp màu xanh. Đây còn là nơi nghệ sĩ đường phố thể hiện những ca khúc bất hủ, những điệu nhảy sôi động… khiến du khách thường nán lại hòa nhịp cùng đám đông.

Cách quảng trường khoảng 200m là bãi biển Baie de Anges xinh đẹp có chiều dài gần 7km. Đặc trưng của bãi biển Baie de Anges không chỉ là làn nước xanh ngọc bích, mà bãi biển còn được tạo nên bởi những viên sỏi và đá cuội có nguồn gốc từ sông Paillon và sông Va. Dọc ven bãi biển là con đường đi bộ Promenade des Anglais với hàng cọ trải dài ngút mắt, xung quanh là những khách sạn, quán café sang trọng, một địa điểm "check in" tuyệt vời mà bất cứ ai tới Nice cũng phải lấy điện thoại lưu giữ một vài bức ảnh.

Cách thành phố Nice khoảng chừng 20km là Thân Vương quốc Monaco – quốc gia nhỏ bé thứ 2 thế giới với diện tích chỉ vỏn vẹn khoảng 3 cây số vuông. Mặc dù nhỏ bé nhưng Monaco lại chứa định những điều "phi thường" khi đây là quốc gia được biết đến với những triệu phú, sòng bài, du thuyền, siêu xe xa xỉ… nơi quy tụ của giới siêu giàu trên thế giới.

Ở Monaco, sẽ chẳng có gì ngạc nhiên khi cứ 3 người dân thì có 1 người là triệu phú. Tới Monaco chắc chắn phải ghé thăm casino Monte Carlo đầy hào nhoáng, nơi "vung tiền" của những đại gia trên thế giới. Ở đường tấp nập siêu xe, dưới bến cũng nhộn nhịp du thuyền, những chiếc du thuyền xa hoa neo đậu san sát, thậm chí có những chiếc du thuyền cứ ngỡ chỉ xuất hiện trong những bộ phim của giới siêu giàu cũng có mặt tại đây. Monaco được ví như "thiên đường" của giới đại gia, quý tộc trên khắp thế giới với những cuộc ăn chơi giải trí, nghỉ dưỡng, hưởng thụ xa hoa… Ngoài casino, khách sạn sang trọng nơi đây còn có các trung tâm thương mại, cửa hàng thời trang danh tiếng, nơi bày bán những món hàng hiệu đẳng cấp quốc tế và là một trong những nơi cho ra mắt sớm nhất các mẫu mã thời thượng.

Tuy chỉ có 3km vuông, nhưng Monaco cũng có những khu phố cổ với các ngôi nhà được sơn gam màu nóng ấm, những con ngõ nhỏ hẹp san sát – một nét đặc trưng của kiến trúc vùng Địa Trung Hải. Trung tâm của khu phố cổ là Cung điện Monaco – nơi sinh sống của Thân vương Monaco. Từ đây có thể phóng tầm mắt ra xa chiêm ngưỡng toàn bộ đất nước Monaco xinh đẹp nằm ôm sát trọn vẹn bờ biển. Choáng ngợp trong khung cảnh ấy là những nhà cao tầng xếp chồng lớp, những du thuyền neo đậu trắng xóa cả mặt biển.

Hành trình di sản khép lại tại thành phố điện ảnh Cannes, nơi những minh tinh thế giới quy tụ trong Liên hoan phim Cannes diễn ra hàng năm. Sải bước trên đại lộ La Croisette ven biển tuyệt đẹp của thành phố, với bãi cát trắng mịn, hàng cọ xanh mát, xung quanh là các công trình khách sạn, giải trí hạng sang, sẽ thấy Cannes xứng tầm là một thành phố nghỉ dưỡng. Cũng chính trên đại lộ này, tọa lạc tòa nhà mang tên Cung lễ hội và Đại hội, là nơi diễn ra Liên hoan phim Cannes hàng năm và nhiều liên hoan, hội nghị lớn khác.

Sự nổi tiếng của Cannes cũng chính là hình ảnh những minh tinh màn bạc của khắp thế giới tề tựu, sải bước trên thảm đỏ mỗi dịp Liên hoan phim. Là ước mơ của rất nhiều người Việt có thể một lần "check in" tại thành phố xinh đẹp này, để cảm nhận hương vị, dư âm của nền điện ảnh thế giới. ❏

PHONG ĐỘ NHÀ QUẢN LÝ

Đơn vị Nghiên cứu lâm sáng Đại học Oxford (OUCRU) Việt Nam đã đưa ra một số "Việc cần làm khi căng thẳng". Trong đó, có "tiếp đất" - một trong những phương pháp giúp giải tỏa căng thẳng, góp phần đem lại hiệu quả, nâng cao chất lượng công việc và cuộc sống của bạn tươi đẹp hơn.



Ảnh minh họa

"Tiếp đất" giải pháp cần làm khi căng thẳng

Với mỗi vị trí, để làm tốt thì luôn cần sự tập trung và trách nhiệm, thường xuyên suy nghĩ về giải pháp, chất lượng và có góc nhìn theo hướng tích cực. Cuộc sống và công việc khi có những áp lực, căng thẳng là điều hiển nhiên. Đây cũng là dịp rèn luyện "bản lĩnh" của mỗi người, nhất là người lãnh đạo. Khi căng thẳng, bực dọc với sản phẩm kém chất lượng của cấp dưới, bạn hãy hít thật sâu, thật chậm và thở ra càng chậm càng tốt. Làm đi làm lại phương pháp này từ 5 đến 7 phút. Cách này không chỉ giúp bạn bình tĩnh mà còn làm lá phổi của mình sạch hơn.

Cùng với hít, thở thật chậm, khi thực hiện phương pháp "tiếp đất", bạn nhớ chầm chậm ấn đôi bàn chân trần xuống, ngón chân bấm chặt vào nền, có thể dang hai cánh tay ra, hoặc siết chặt đôi bàn tay vào nhau. "Tiếp đất" không làm "cơn bão" cảm xúc biến mất, mà chỉ giữ bạn an toàn hơn, cho đến khi "bão" đi qua. Tinh thần và tâm trạng ổn định, sẽ làm hạn chế sự nóng tính không đáng có trong xử lý công việc. Sau khi "tiếp đất" bạn hãy tập trung vào công việc, sự điều hành sẽ tốt hơn.

Hạn chế căng thẳng cũng giúp bạn hướng về các giá trị của bản thân; xây dựng mẫu người mình mong muốn. Khi bạn điều hành hiệu quả và gắn kết với đồng nghiệp trong bất kỳ hoạt động nào, bạn cũng cảm thấy hài lòng, thoải mái tinh thần hơn.

Đồng thời, đồng nghiệp cũng hạn chế bị áp lực, căng thẳng từ chính lãnh đạo trực tiếp của mình. Tinh thần và trách nhiệm trước công việc được nâng lên. Chính những ứng xử văn minh nơi làm việc đã và đang góp phần xây dựng văn hóa doanh nghiệp.

"Tiếp đất" không chỉ đơn thuần là giúp bạn giải tỏa căng thẳng trong cuộc sống, nâng cao hiệu quả công việc mà còn xây dựng môi trường làm việc chuyên nghiệp, tập thể đoàn kết. ❑



www.orangeneedles.com

ORANGE NEEDLES • FOR THE SEWING MACHINE •

Orange Needles

HỘI NHẬP VỚI CÔNG NGHỆ HIỆN ĐẠI

TRÊN CƠ SỞ TÍCH LŨY CÔNG NGHỆ DÀI HẠN CỦA CHÚNG TÔI, CHÚNG TÔI ĐÃ VÀ ĐANG TIẾP TỤC NGHIÊN CỨU VÀ PHÁT TRIỂN ĐỂ TẠO RA NHỮNG SẢN PHẨM KIM CHẤT LƯỢNG CAO.



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 cọcsợi.
- **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.


MAY10
GARMENT 10 CORPORATION - JSC
Sai Dong - Long Bien - Ha Noi - Viet Nam
Tel: (844) 3827 6923 / Fax: (844) 3827 6925
GARCO10 Web: www.garco10.com.vn