Texfuture Việt Nam 2023:

Xu hướng XANH HÓA

Thông minh hóa dệt may

Bài: P.V

Texfuture Việt Nam Xuân Hè được tổ chức hướng đến mục tiêu phát triển ngành dệt may gắn với Kinh tế tuần hoàn, Kinh tế xanh và Chuyển đổi số. Sự kiện đặc biệt thu hút hơn 200 đơn vị, 90 doanh nghiệp, vùng nguyên liệu, làng nghề và các Khu công nghiệp điển hình trong xu hướng Xanh hoá – Thông minh hoá trong nước và quốc tế.





KINH TẾ TUẦN HOÀN TRONG NGÀNH DỆT MAY

Một trong những cách thức để giải quyết rác thải dệt may, đó là triển khai mô hình kinh tế tuần hoàn. Kinh tế tuần hoàn đối với ngành dệt may hoàn toàn nhất quán với khái niệm 3R (Reduce – Reuse – Recycle: Giảm thiểu – Tái sử dụng – Tái chế). Một nền dệt may mới theo kinh tế tuần hoàn sẽ dựa trên các nguyên tắc như: Thiết kế phù hợp; Sử dụng lại quần áo và sửa chữa chúng vào những mục đích khác; Thu gom và tái chế. Đây cũng là một trong ba mục tiêu được đặt ra tại Triển lãm quốc tế vải cao cấp - Texfuture Việt Nam Xuân Hè 2023 vừa diễn ra từ ngày 22- 24/3 tại GEM Center, Tp. HCM.

Ngành Dệt May Việt Nam đang đứng trước nhiều nguy cơ, thách thức, nhưng đồng thời cũng là cơ hội để ngành tập trung chuyển đổi qua các mô hình bền vững, tuần hoàn. Vì nếu đi ngược lại xu thế chung này, chúng ta sẽ mất cơ hội cạnh tranh trên thị trường dệt may toàn cầu so với các quốc gia khác như: Bangladesh, Trung Quốc,… Việc chuyển đổi này cần có sự phối hợp chặt chẽ giữa các ngành, lĩnh vực, mang tính liên ngành, các ngành như: nông nghiệp, công thương, khoa học, công nghệ, đổi mới sáng tạo, khởi nghiệp, công nghệ số; Bên cạnh đó cần phải có hệ thống chính sách đồng bộ từ phía Nhà nước, sự phối hợp chặt chẽ giữa doanh nghiệp, khoa học và các bên có liên quan. Đây là hành trình dài, nhiều thử thách nhưng là con đường tất yếu để đi tới sự phát triển bền vững cho ngành Dệt May Việt Nam.

Trong khuôn khổ triển lãm, tại diễn đàn "Kinh tế tuần hoàn trong ngành Dệt May", PGS.TS Nguyễn Hồng Quân - Viện trưởng Viện nghiên cứu, phát triển kinh tế tuần hoàn (ĐHQG TP.HCM) nhận định, mô hình kinh tế tuần hoàn đóng vai trò quan trọng trong sự phát triển xanh, bền vững của ngành dệt may Việt Nam. Mô hình này cần được nhìn nhận ở cả chuỗi giá trị, từ sản xuất, nguồn nguyên vật liệu đến khâu tiêu thụ.

Đồng thời, ông Quân cũng nhấn mạnh: Phát triển bền vững theo hướng kinh doanh tuần hoàn là định hướng quan trọng của ngành dệt may Việt Nam nhằm hiện thực hóa nỗ lực "xanh hóa".

DỆT MAY TUẦN HOÀN TỪ NGUYÊN LIỆU TỰ NHIÊN, HỮU CƠ VÀ TÁI CHẾ

Để chuyển đổi mô hình kinh tế tuần hoàn, dệt may cũng cần thúc đẩy sản xuất sạch hơn, thúc đẩy sản xuất sản phẩm thân thiện môi trường và tăng cường kết nối mạng lưới liên kết bền vững giữa các doanh nghiệp trong cụm công nghiệp và các bên liên quan theo chuỗi giá trị. Trong đó, việc đẩy mạnh vùng trồng nguyên liệu nội địa là một trong những giải pháp quan trọng thúc đẩy kinh tế tuần hoàn cho ngành dệt may.



Ngoài ra, ngành cần xây dựng các tài liệu hướng dẫn kỹ thuật phục vụ cho tái chế, tuần hoàn; sàng lọc các doanh nghiệp sản xuất áp dụng mô hình kinh tế tuần hoàn với quy mô và công suất khác nhau; huy động nguồn lực từ các chương trình, dự án hỗ trợ quốc tế trong việc thực hiện sản xuất sạch hơn, sản xuất sản phẩm thân thiện môi trường; sử dụng hiệu quả nguồn vốn từ các chương trình quốc gia cho hoạt động sản xuất sạch.

Triển lãm quốc tế vải cao cấp - Texfuture Việt Nam Xuân Hè 2023 truyền tải thông điệp: "Dệt may Việt Nam: Mạnh hơn - Thông minh hơn - Xanh hơn", thu hút đông đảo doanh nghiệp sản xuất và vùng nguyên liệu xanh, hướng đến kinh tế tuần hoàn dệt may trong nước cũng như quốc tế tham dự. Có thể kể đến như: sợi cây gai xanh của Tập đoàn gai Thiên Phước Ramie, sợi dứa của ECOSOI, tơ sen của Lụa Sen Đồng Tháp, lụa tơ tằm Hanhsilk, Faslink với các sản phẩm vải từ bã cà phê, vỏ hàu, lá bạc hà,… hay vải tái chế từ nhựa PET; Shanghai Sinotex Eco với các loại vải chuyên nghiệp trong các lĩnh vực đổi mới và bảo vệ môi trường, tái sử dụng và tái chế, thương hiệu Naturoot mở ra phương pháp nhuộm thực vật, tiên phong trong quá trình thúc đẩy và phát triển bền vững trong tất cả giai đoạn của chuỗi cung ứng.

THÔNG TIN & CÔNG NGHỆ - YẾU TỐ QUAN TRỌNG TRONG CHUỖI GIÁ TRỊ NGÀNH DỆT MAY

Xây dựng cơ sở dữ liệu thông tin, ứng dụng công nghệ thông tin hiện đại thúc đẩy triển khai mô hình kinh tế tuần hoàn là việc tất yếu ngành dệt may cần đầu tư và thực hiện.

Tại Texfuture Việt Nam Xuân Hè 2023, thư viện vải vóc số hoá đầu tiên tại Việt Nam đã được giới thiệu, cùng với nền tảng flatform thông tin dệt may toàn quốc đánh dấu bước tiến quan trọng trong việc xây dựng, hệ thống cơ sở dữ liệu nguồn nguyên liệu xanh, quy trình sản xuất và thông tin thị trường của dệt may Việt Nam.



Đại diện đơn vị nghiên cứu, triển khai dự án – Công ty Cp Giải pháp Dệt may Bền vững (Sustainable Textile Solutions - STS Group) cho biết: "Doanh nghiệp cần được cung cấp về các công nghệ đã hình thành thị trường để dễ dàng tiếp cận thông tin và đổi mới công nghệ; thông tin về quy định của những quốc gia Việt Nam ký kết hiệp định thương mại tự do đối với nguyên liệu, phụ phẩm, bán thành phẩm, sản phẩm nhựa và sản phẩm trong ngành dệt may. Đồng thời, ngành dệt may cần đào tạo nguồn nhân lực chất lượng cao đảm bảo yêu cầu về xây dựng, chia sẻ và cập nhật cơ sở dữ liệu thông tin về thị trường".

Các doanh nghiệp Việt Nam và thế giới đặt gian hàng tại Texfuture Việt Nam Xuân Hè 2023 đến từ 7 nhóm lĩnh vực chính: Vải thời trang bền vững; vải thời trang các loại; vải chức năng; khu công nghiệp và kinh tế tuần hoàn; kỹ thuật, thông tin và giải pháp dệt may; nguyên liệu bông xơ; hàng gia dụng, phụ kiện và phụ liệu dệt may. Ngoài không gian triển lãm chính, sự kiện còn có các chuỗi hoạt động triển lãm xu hướng vải, xu hướng sắc màu, không gian sáng tạo và kết nối giao thương.



Triển lãm Texfuture Việt Nam Xuân Hè 2023 được Công ty Cổ phần Giải pháp Dệt may Bền vững (STS) phối hợp cùng Liên đoàn Thương mại và Công nghiệp Việt Nam chi nhánh tại TP.HCM (VCCI TP.HCM) và Tengda Exhibition tổ chức với chủ đề "Dệt may Việt Nam: Mạnh hơn - Thông minh hơn - Xanh hơn". Sự kiện thu hút hơn 5.000 khách tham quan với 200 đơn vị tham gia triển lãm cùng hơn 1.500 mẫu vải được trưng bày. Trong 3 ngày, triển lãm cũng liên tục diễn ra các phiên tọa đàm của hơn 30 nhà sáng lập, diễn giả và chuyên gia chia sẻ về 3 thông điệp nổi bật: Các xu hướng xuân hè 2024 (Trending On 2024SS), Kỷ nguyên mới trong thiết kế thời trang (New Age of Design), Tương lai là hôm nay (The Future is Now).

Texfuture Việt Nam Xuân Hè 2023 là hoạt động thường niên kết nối giao thương hiệu quả của ngành Dệt May Việt Nam, hướng đến mục tiêu xây dựng ngành dệt may xanh hơn, mạnh hơn, thông minh hơn. Triển lãm hứa hẹn góp phần tạo nên sợi dây liên lạc chặt chẽ giữa cộng đồng doanh nghiệp dệt may trong nước và quốc tế, các chuyên gia, nhà khoa học, cơ quan quản lý Nhà nước, đặc biệt là vùng nguyên liệu của ngành để hình thành hệ sinh thái liên kết có trách nhiệm, phát triển dệt may Việt Nam theo hướng kinh tế tuần hoàn, kinh tế xanh và chuyển đổi số.

Texfuture Việt Nam mùa Thu Đông 2023 sẽ được tiếp tục tổ chức vào tháng 9 với quy mô lớn hơn cùng nhiều nội dung chuyên sâu, sáng tạo, mang chủ đề "Cùng nhau tái chế - Cùng nhau tuần hoàn" – "Going Recycling – Going Circular".

Thông tin thêm xem tại: www.texfuture.vn



Ý KIẾN CHUYÊN GIA

P.V *(Tổng hợp)*

Bộ trưởng Bộ Tài chính Hồ Đức Phớc:

"Yêu cầu các đơn vị như thuế, hải quan cần bám sát tình hình "sức khỏe" của doanh nghiệp để có phương án tham mưu kịp thời cho Bộ Tài chính trình Chính phủ, Thủ tướng Chính phủ các giải pháp điều hành chính sách tài khóa. Đối với cơ quan thuế, đề nghị tập trung vào nghiên cứu, đề xuất triển khai áp dụng thuế tối thiểu toàn cầu tại Việt Nam; tăng cường quản lý hóa đơn điện tử; thu trên sàn thương mại điện tử; hoàn thuế giá trị gia tăng...".

Phó Thống đốc Ngân hàng Nhà nước Đào Minh Tú:

"Hiện nay nhiều lĩnh vực kinh doanh đang gặp khó khăn. Khó khăn này đến từ nhiều phía, trong đó có biến động khách quan vì tình hình khó lường trên thế giới. Việt Nam là đất nước có độ mở cửa lớn, chịu ảnh hưởng nhiều của tình hình thế giới".

Phó Tổng cục trưởng Tổng cục Thống kê Lê Trung Hiếu:

"Ngành công nghiệp chế biến, chế tạo quyết định chủ yếu đến tốc độ tăng trưởng toàn ngành công nghiệp và toàn bộ nền kinh tế cũng gặp không ít khó khăn do chịu ảnh hưởng suy thoái kinh tế trên toàn cầu, lạm phát các nước đã hạ nhiệt nhưng vẫn ở mức cao, các doanh nghiệp trong tình trạng thiếu hụt đơn hàng, đặc biệt là đơn hàng xuất khẩu. Nhóm ngành sản xuất xe có động cơ và sản xuất phương tiện vận tải khác cũng giảm sâu do nhu cầu thị trường tiêu thụ giảm sút, chi phí đầu vào ở mức cao...".

Phó Chủ tịch kiêm Tổng thư ký Hiệp hội Dệt May Việt Nam Trương Văn Cẩm:

"Thời gian vừa qua lãi suất huy động được đẩy lên quá cao, nên đương nhiên lãi suất cho vay của các ngân hàng phải cao theo. DN trong điều kiện đã trải qua một đợt dịch Covid-19, sức khỏe đã rất mong manh. Từ cuối năm 2022 và đầu năm 2023 DN đối mặt với vô vàn khó khăn do tình hình thế giới nhiều bất ổn, khó lường. Lãi suất cho vay ở mức quá cao khiến DN không thể chịu đựng được. Do đó, việc các ngân hàng hạ lãi vay hết sức có ý nghĩa đối với DN. Đây là chủ trương chính sách đúng đắn của Nhà nước và Ngân hàng Nhà nước".

Chuyên gia kinh tế TS. Cấn Văn Lực:

"Khi giảm lãi suất sẽ kích cầu tín dụng, qua đó kích thích người dân và DN sẵn sàng đi vay nợ nhiều hơn để sản xuất, kinh doanh và tiêu dùng. Đồng thời tăng thêm nguồn thu tín dụng và dịch vụ đi kèm cho các tổ chức tín dụng. Trong bối cảnh khó khăn hiện nay, đây là cú hích rất quan trọng cho nền kinh tế".

Chuyên gia kinh tế TS. Nguyễn Trí Hiếu:

"Các hoạt động sản xuất kinh doanh trì trệ vì các thị trường nội địa và quốc tế bị thu hẹp do lạm phát tăng. Bên cạnh đó, thị trường xuất khẩu của chúng ta đang bị giới hạn. Các nước trên thế giới đều trong tình trạng phải kiểm soát lạm phát, hầu như các nước Tây phương đều tăng lãi suất để kiểm soát lạm phát. Từ đó, sức tiêu thụ của các thị trường lớn như Mỹ, châu Âu bị giảm đi. Điều này cũng làm thu hẹp thị trường xuất khẩu, làm cho nền kinh tế bị trì trệ. Sức tiêu dùng nội địa cũng đã giảm đáng kể, đặc biệt trong lĩnh vực như du lịch, vẫn chưa lấy lại được sự phát triển như trước khi đại dịch diễn ra".

Tổng Giám đốc Tổng Công ty May 10 Thân Đức Việt:

"Việc Chính phủ có động thái quyết liệt về việc áp đặt lãi suất huy động không được quá 9,5%/năm, lãi suất cho vay yêu cầu bắt buộc giảm từ 0,5 - 1%. Đây là tín hiệu rất mừng cho các DN, đặc biệt trong bối cảnh thị trường đơn hàng khó khăn. Các DN cần nguồn vốn lưu động, nguồn vốn đầu tư rất lớn".

Phó Chủ tịch Hội Dệt may Thêu đan TP. Hồ Chí Minh Phạm Văn Việt:

"Có 4 lợi ích cơ bản mà nền kinh tế tuần hoàn đem lại thông qua tận dụng tối đa các nguồn lực, đó là tiết kiệm tài nguyên, bảo vệ môi trường, thúc đẩy phát triển kinh tế và bảo đảm lợi ích xã hội. Như vậy, khái niệm này nhất quán với các nguyên tắc 3R mà cả thế giới đã nói đến hàng thập kỷ qua - đó là giảm thiểu - tái sử dụng - tái chế. Hoặc nói rộng ra là tận dụng triệt để tài nguyên thông qua các hoạt động sản xuất - tiêu thụ - tái sinh".❑

NĂNG LƯỢNG TÍCH CỰC
của người thợ Điện máy

Bài: THANH THÚY

Đam mê và tận tâm với công việc, Dương Tấn Việt ở Ban Điện, Công ty CP Dệt Gia dụng Phong Phú (Dệt Gia dụng Phong Phú) thuộc Tổng Công ty CP Phong Phú luôn đòi hỏi bản thân phải không ngừng nỗ lực và truyền năng lượng tích cực ấy vào các sáng kiến, lan tỏa đến đồng nghiệp...



Anh Dương Tấn Việt kiểm tra tủ điện sau khi cải tiến

SAYCÔNG VIỆC, MÊ SÁNG TẠO

Đề tài "Cải tiến viết chương trình điều khiển biến tần cho 3 máy canh (máy mắc sợi) Benninger – Hacoba – Kawamoto" tham gia Ngày hội Lao động Sáng tạo ngành Dệt May Việt Nam lần thứ III năm 2022 của Dương Tấn Việt đã được Hội đồng chuyên môn đánh giá cao và trao giải Nhì trong lĩnh vực sợi, dệt, nhuộm.

Đề tài phân tích về máy trước cải tiến có công nghệ cũ, động cơ – ly hợp từ kết hợp với bộ điều khiển ly hợp từ, công nghệ này động cơ được cấp điện trực tiếp hoạt động liên tục không ngừng với tốc độ cố định theo nguồn điện, cộng với cuộn dây của bộ ly hợp làm tiêu hao nhiều điện năng, ngoài ra bộ điều khiển đã sử dụng quá lâu hay hư hỏng ảnh hưởng đến chất lượng sản phẩm và năng suất. Máy cũ motor cấp điện trực tiếp hoạt động liên tục 1 cấp tốc độ, kể cả khi đứt sợi, ngừng máy, tốn nhiều năng lượng điện. Bộ điều khiển ly hợp từ sử dụng quá lâu hay hư hỏng và chỉ tăng/giảm được tốc độ máy thông qua ly hợp từ nhưng không giảm được tốc độ motor. Đây là mấu chốt của việc tiêu hao nhiều điện.

Để khắc phục những hạn chế của máy cũ, sau nhiều ngày nghiên cứu, tính toán, anh Việt xác định, giải pháp hiệu quả là loại bỏ ly hợp từ thay thế bằng biến tần, loại bỏ bộ điều khiển cũ, thay thế bằng hệ thống PLC s7-1200. Chương trình PLC xuất tín hiệu analog cho biến tần điều khiển tốc độ motor thay đổi theo đường kính trục sợi trong suốt quá trình sản xuất, sao cho vận tốc máy không thay đổi theo giá trị cài đặt ban đầu. Tức là, sử dụng 1 CPU s7-1200, 1 modul out anolog. Hệ thống lấy tín hiệu từ bộ phát tốc làm tín hiệu hồi tiếp (giá trị Feedback) để lấy mẫu kết hợp với vận tốc cài đặt (giá trị setpoint), thiết lập hàm truyền PID trong PLC tự động điều khiển biến tần để điều chỉnh tốc độ motor sao cho máy ổn định 1 tốc độ mong muốn cho dù đường kính trục sợi thay đổi trong suốt quá trình sản xuất.



Anh Dương Tấn Việt luôn cân trọng, nghiên cứu kỹ lưỡng trước khi đề xuất ý tưởng cải tiến kỹ thuật

Hiệu quả của máy sau cải tiến chính là hoạt động ổn định, giảm thời gian đóng máy sửa chữa, kiểm soát tự chủ được công nghệ và thiết bị, làm lợi hơn 120 triệu đồng/năm. Sáng kiến này đã được đơn vị áp dụng cho máy canh Benninger, Hacoba, Kawamoto.

Phân tích trên nguyên lý hoạt động, phạm vi áp dụng của đề tài còn cho những máy canh thế hệ cũ hao điện, hoặc thế hệ mới khi bộ điều khiển bị hư hỏng phải nhập với giá thành rất cao. Đồng thời công nghệ PID còn áp dụng để điều khiển các máy chạy đồng bộ tốc độ, ổn định sức căng như máy hồ sợi, máy bơm nước, máy nén khí điều khiển bằng inverter tiết kiệm điện năng, ...

Sáng kiến này của Dương Tấn Việt đã đưa vào ứng dụng và thực hiện được 03 năm nay. Cũng như nhiều sáng kiến khác, điểm chung đầu tiên khi anh Việt nghiên cứu nhằm tiết kiệm năng lượng điện và tận dụng những máy móc thế hệ cũ vẫn đáp ứng được nhu cầu công nghệ sản xuất mà công nghệ thiết bị điện đã lỗi thời, tiêu hao nhiều điện năng.

THÀNH CÔNG NHỜ ĐỒNG THUẬN

Anh Việt bộc bạch: "Niềm vui và hạnh phúc của tôi từ khi về Dệt Gia dụng Phong Phú là luôn được Ban lãnh đạo Công ty ủng hộ, hỗ trợ và tạo điều kiện để bản thân thỏa lòng đam mê sáng tạo với các máy móc, thiết bị điện. 16 năm gắn bó, Dệt Gia dụng Phong Phú đã trở thành ngôi nhà thứ hai. Mỗi ý tưởng, mỗi sản phẩm được triển khai và hiệu quả như những đứa con tinh thần. Bất kỳ một ý tưởng nào, dù triển khai đơn giản hay phức tạp, tôi cũng phân tích và chuẩn bị thật tỉ mỉ, kỹ lưỡng, dự phòng bất trắc các phương án trong quá trình vận hành và cách khắc phục rồi mới trình bày với ban lãnh đạo. Hầu hết các ý tưởng của tôi đều được Lãnh đạo Công ty đồng ý đầu tư, triển khai thực hiện."

Ban Điện của Dệt Gia dụng Phong Phú gồm 18 người, nhà máy ở quận Thủ Đức, TP Hồ Chí Minh và tỉnh Ninh Thuận. Dù địa bàn cách xa nhưng với trách nhiệm là Trưởng Ban Điện, anh Việt luôn kiểm tra, giám sát an toàn hệ thống điện thường xuyên. Đồng thời yêu cầu đồng nghiệp phải tuyệt đối tuân thủ an toàn lao động trong quá trình thực hiện nhiệm vụ. Ai cũng hiểu làm việc với điện rất nguy hiểm, nếu sai có thể nguy hiểm đến tính mạng, sẽ không có cơ hội làm lại.

Hạnh phúc là chia sẻ, khuyến khích và động viên anh em trong Ban trách nhiệm, tìm tòi và đề xuất các



Thấu hiểu tình hình và cái khó của Công ty. Anh Việt chủ động tìm hiểu nhiều mẫu, loại máy của các hãng lớn trên internet, cuối năm 2021 đã chế tạo máy quấn màng co tự động. Có được máy quấn màng co "made in Tấn Việt", người lao động ở bộ phận đóng thùng của Công ty CP Dệt Gia dụng Phong Phú cũng đỡ vất vả hơn, Công ty thì đáp ứng đúng yêu cầu của khách và không phải bổ sung thêm công nhân ở khâu này.

ý tưởng cải tạo, làm mới các thiết bị, máy móc. Văn hóa chia sẻ, hỗ trợ nhau trong công việc đã trở thành nét đẹp trong Ban Điện. Đặc thù Ban Điện toàn nam giới, cách quan tâm và chia sẻ, hỗ trợ nhau cũng rất thẳng thắn.

Chia sẻ với Dệt May & Thời trang Việt Nam, anh Việt cho biết vào thời điểm đại dịch Covid-19, do yêu cầu gấp, đột xuất của khách hàng Mỹ, toàn bộ thùng hàng phải bọc thêm màng co. Vấn đề lúc đó là khó mà mua được máy và nếu mua được máy mới thì giá rất cao và cũng không thể về kịp để quấn thùng hàng xuất trả khách. Thấu hiểu tình hình và cái khó của Công ty. Anh Việt chủ động tìm hiểu nhiều mẫu, loại máy của các hãng lớn trên internet, cuối năm 2021 đã chế tạo máy quấn màng co tự động. Có được máy quấn màng co "made in Tấn Việt", người lao động ở bộ phận đóng thùng của Công ty CP Dệt Gia dụng Phong Phú cũng đỡ vất vả hơn, Công ty thì đáp ứng đúng yêu cầu của khách và không phải bổ sung thêm công nhân ở khâu này.

Năm 2022, anh Việt cải tạo máy vắt chạy nhiều tốc độ. Một trong những khâu trong xưởng nhuộm là vắt vải hoặc khăn. Để đảm bảo chất lượng sản phẩm tốt nhất, mỗi loại khăn lại có tốc độ vắt khác nhau. Với sáng kiến này, máy vắt đã thực hiện tối đa công suất, đáp ứng hiệu quả những yêu cầu khắt khe trong sản xuất mỗi mặt hàng. Hiện nay, anh Việt cùng các anh em trong Ban điện cũng đang nghiên cứu chế tạo máy nấu tẩy liên tục.

Nói đến văn hóa doanh nghiệp, anh Việt hào hứng: Dệt Gia dụng Phong Phú không chỉ đảm bảo đầy đủ các chế độ cho người lao động, quan tâm chia sẻ niềm vui, nỗi buồn của công nhân, nơi đây còn tạo điều kiện thuận lợi cho mỗi người, mỗi vị trí làm việc được phát huy khả năng, năng lực và sức sáng tạo của mình. Đam mê trong công việc sẽ nảy ra những sáng kiến và tất nhiên sự sáng tạo không bao giờ kết thúc. Tinh thần sáng tạo, trách nhiệm, hiểu việc mình làm, giỏi việc mình làm và yêu việc mình làm như anh Dương Tấn Việt đã và sẽ luôn là nguồn năng lượng tích cực góp phần vào sự phát triển bền vững của đơn vị.❑

VINATEX-ID

CÔNG TY CP PHÁT TRIỂN HẠ TẦNG DỆT MAY PHỐ NỐI

KHU CÔNG NGHIỆP DỆT MAY PHỐ NỐI

Địa chỉ: KCN Dệt May Phố Nối, xã Nghĩa Hiệp, huyện Yên Mỹ, tỉnh Hưng Yên
Điện thoại: 0221.3972520/024.39368345 - **Hotline:** 01237047777
Website: http://vinatexid.com.vn - **Email:** Vinatexid@vinatexid.com.vn











1. VỊ TRÍ ĐẮC ĐỊA

- Tọa lạc ngay tại khu vực giao nhau giữa Quốc lộ 5A và Quốc lộ 39, huyện Yên Mỹ và huyện Mỹ Hào, tỉnh Hưng Yên, Việt Nam.

- Cách đường cao tốc 5B 9km. Cao tốc 5B là cao tốc đầu tiên của Việt Nam đạt tiêu chuẩn quốc tế, giúp rút ngắn 1/3 thời gian di chuyển từ Hà Nội đến Hải Phòng

- Nối liền các trung tâm kinh tế lớn của Phía Bắc như Hà Nội (28km), Cảng Hải Phòng (73km), sân bay Nội Bài (40km)...

2. MỤC TIÊU, SỨ MỆNH CỦA CÔNG TY

- Với mục tiêu trở thành nhà phát triển KCN chuyên nghiệp, thân thiện với môi trường, là đối tác tin cậy của các DN, Vinatexid luôn chú trọng đến việc:

- Hoàn thiện đồng bộ hạ tầng kỹ thuật phục vụ nhu cầu hoạt động sản xuất kinh doanh đa dạng của các nhà đầu tư trong đó trọng tâm là ngành Công nghiệp dệt may và Công nghiệp phụ trợ

- Quy chuẩn hệ thống dịch vụ chuyên nghiệp và đa dạng hóa. Xác định rõ việc cung cấp sản phẩm, dịch vụ chất lượng là nhiệm vụ hàng đầu và giá trị cốt lõi của DN.

- Phát triển thêm các KCN nhằm đáp ứng nhu cầu thị trường, chủ động phát huy lợi thế và kinh nghiệm tích lũy được.

- Phát triển KCN hài hòa với lợi ích của cộng đồng, hướng tới một môi trường làm việc xanh, sạch, thân thiện và tiện nghi cho con người.

3. QUY MÔ NĂNG LỰC

- Vốn điều lệ: 80.000.000 vnđ (tám mươi tỷ đồng)

- Hiện đang đầu tư KCN Dệt May Phố Nối tại tỉnh Hưng Yên với diện tích 125ha; Nhà máy nước sạch với công suất: 17.000 m3/ngày đêm; Nhà máy xử lý nước thải với công suất: 12.000m3/ngày đêm.

- Đang nghiên cứu phát triển một số KCN khác trong tỉnh Hưng Yên và các tỉnh lân cận.

4. THÀNH TỰU NỔI BẬT

- KCN Dệt May Phố Nối đã lấp đầy 100% diện tích bao gồm các doanh nghiệp trong nước và nước ngoài, điển hình là doanh nghiệp lớn như Công ty Coats Phong Phú, Công ty Dệt & Nhuộm Hưng Yên - Cavico, Công ty Dệt Nhuộm Jasan Việt Nam, Công ty Linea Aqua Việt Nam - Srilanka...

- Công ty đã thuê lại Nhà máy xử lý nước thải của Tập đoàn Dệt May Việt Nam để hoàn thành nâng cấp hệ thống xử lý nước thải đạt QCVN40:2011/BTNMT, Cột A, có hệ thống quan trắc tự động liên tục.

- Với những thành tựu đạt được trong những năm qua, KCN Dệt May Phố Nối hiện là một trong những KCN phát triển mạnh của tỉnh Hưng Yên, đóng góp vào sự phát triển kinh tế và ổn định an sinh xã hội, thu hút số lượng lao động lớn. Hình ảnh và thương hiệu của KCN Dệt May Phố Nối ngày càng được khẳng định trong tỉnh Hưng Yên và trên bản đồ KCN cả nước.

DỆT MAY

THỜI TRANG TUẦN HOÀN

Cơ hội cho ngành may mặc?

Bài: NGUYỄN TRỌNG NGHĨA

Nguồn: https://www.textiletoday.com.bd/textile-today-february-2023-issue/





Hiện nay, có rất nhiều cá nhân và tổ chức đang nỗ lực để đương đầu với những thách thức của biến đổi khí hậu bằng cách xem xét lại cách họ thiết kế, sử dụng và vứt bỏ thực phẩm, quần áo, đồ nội thất, thiết bị gia dụng, ô tô hoặc thậm chí hệ thống thoát nước chúng ta quản lý. Trong số đó, quần áo được đánh giá là tác nhân lớn gây ô nhiễm và làm mất đa dạng sinh học trong tự nhiên.



TÁI SINH SẢN PHẨM DỆT MAY

Quần áo là một trong những lý do chính của bãi chôn lấp, ô nhiễm và mất đa dạng sinh học. Từ năm 2000 đến 2015, sản lượng quần áo đã tăng gấp đôi, may mắn thay, mức sử dụng đã giảm 36%. Những năm sau đó, Covid-19 khiến ngành thời trang chững lại. Ngân hàng Morgan Stanley (Mỹ) báo cáo rằng sự chậm lại này đã dẫn đến mức giá thấp nhất từ trước đến nay, doanh thu giảm, tình trạng dư thừa, hết hàng và lợi nhuận dẫn đến tỷ suất lợi nhuận giảm 40% từ năm 2016 đến năm 2019. Ước tính năm 2020 ngành thời trang chịu thiệt hại lên tới mức giảm 90% về lợi nhuận. Điều này sẽ làm cho quần áo rẻ hơn nhiều so với trước đây. Các yêu cầu về xã hội và môi trường đối với các nhà sản xuất hàng may mặc và dệt may có thể bị ảnh hưởng.

Chúng ta hãy nghĩ về một chiếc áo thun cotton. Bắt đầu từ việc trồng bông, thu hoạch và sau đó đưa xơ thô đến nhà máy kéo sợi để dệt thành sợi. Tiếp đến, chúng được dệt thành vải, nhuộm và hoàn thiện thành vải có thể bán được. Các xưởng cắt, may và đóng thành áo thun để bán trong cửa hàng. Người tiêu dùng mua áo, mặc chúng và khi chúng bị hao mòn thì vứt đi như một chất thải và cuối cùng là kết thúc ở bãi chôn lấp hoặc đốt. Đây là mô hình tuyến tính của thời trang.

Nếu đó là một mô hình kinh doanh tuần hoàn, người tiêu dùng sẽ thử mặc đi mặc lại chiếc áo thun cotton. Nếu chúng bị hư hỏng, người tiêu dùng sẽ sửa chữa hoặc thêm một số phụ kiện để mang lại cho chúng một diện mạo mới hơn.



Đến một lúc nào đó, chúng sẽ đạt đến giới hạn khi không thể sử dụng được nữa. Sau đó, người tiêu dùng sẽ gửi chúng cho một số nhà bán lẻ hoặc đại lý, những người thu gom quần áo cũ và tái chế chúng để tạo thành một sản phẩm mới. Một khi không còn được tái chế nữa, chúng sẽ được ủ thành phân hữu cơ để có thể giúp đỡ nông nghiệp trồng trọt. Sự khởi đầu như vậy với sản phẩm mới bắt nguồn từ tên gọi của thời trang tuần hoàn. Trong mô hình này, một sản phẩm không tạo ra bất kỳ sự lãng phí nào.

Do đó, tái chế và làm phân trộn là hai yếu tố quan trọng của nền kinh tế tuần hoàn đối với thời trang. Điều này giúp tăng cường hành trình của sản phẩm trong thời gian vô tận và duy trì, tiết kiệm năng lượng, công sức và khoản đầu tư vào áo thun cotton. Điều này nghe có vẻ giống như một giải pháp rất đơn giản cho nền kinh tế tuần hoàn. Tuy nhiên, không có khung chính sách hoặc mục tiêu chính sách chung về kinh tế tuần hoàn.

Trong nền kinh tế tuyến tính, chúng ta quan tâm đến hiệu quả năng lượng và chuyển sang năng lượng tái tạo. Điều này sẽ dẫn đến việc tạo ra ít chất thải hơn nhưng không loại bỏ nó. Ngay cả sáng kiến như vậy cũng chỉ có thể giảm khoảng 55% lượng khí thải nhà kính (GHG) toàn cầu. Bên cạnh đó, một nghiên cứu khác cho rằng nếu nền kinh tế tuần hoàn có thể được áp dụng trong 5 lĩnh vực chính là thép, nhôm, xi măng, nhựa và thực phẩm, lượng phát thải khí nhà kính sẽ giảm 9,3 tỷ tấn vào năm 2050, tương đương với lượng phát thải của tất cả giao thông trên toàn cầu.

Quần áo là chất thải cũng góp phần tạo ra khí nhà kính. Ngành thời trang tạo ra khoảng 2,1 tỷ tấn khí nhà kính vào năm 2018, chiếm 4% tổng lượng khí nhà kính toàn cầu. Tổ chức Ellen MacArthur xác định



có ba nguyên tắc của nền kinh tế tuần hoàn:

a) Không sản xuất chất thải và ô nhiễm.

b) Sử dụng các sản phẩm và vật liệu tuần hoàn.

c) Đảo ngược quá trình tự nhiên.

Một trong những phần thiết yếu của nền kinh tế tuần hoàn là chuyển đổi sang năng lượng và vật liệu tái tạo. Nền kinh tế tuần hoàn có thể được định nghĩa là "một khung giải pháp hệ thống giải quyết các thách thức toàn cầu như loại bỏ sự thay đổi, mất đa dạng sinh học, chất thải và ô nhiễm". Quỹ Ellen MacArthur (EMF), một tổ chức từ thiện dẫn đầu các nỗ lực toàn cầu nhằm chuyển đổi sang nền kinh tế tuần hoàn cũng chia các vật liệu thành hai chu kỳ khác nhau: sinh học và kỹ thuật. Thực phẩm, gỗ, củi,... thuộc chu trình sinh học dễ phân hủy trong tự nhiên. Mặt khác, chu trình kỹ thuật không phân hủy sinh học. Ví dụ. kim loại, nhựa, thủy tinh, polyme…

4 BƯỚC DUY TRÌ CHU KỲ KỸ THUẬT

Thách thức trong nền kinh tế tuần hoàn là thu hồi các vật liệu này của chu kỳ kỹ thuật và đưa chúng trở lại hệ thống thông qua tái chế vật lý hoặc hóa học. Chu kỳ kỹ thuật có thể được duy trì theo bốn cách khác nhau.

Thứ nhất, nếu chúng ta tạo ra một máy móc hoặc vật liệu mới trong đó 80% bộ phận ban đầu được phục hồi và 20% bộ phận mới được sử dụng. Điều này tính đến việc sử dụng vật liệu và năng lượng ít hơn 80%.

Thứ hai, chúng ta có thể cải thiện độ bền của máy móc hoặc vật liệu bằng cách sửa chữa và bảo trì. Các nhà sản xuất có thể thiết kế và đưa ra thị trường những sản phẩm hoạt động tốt hơn về chức năng và độ bền. Chúng ta thường vứt bỏ một bộ quần áo khi khóa kéo của nó không hoạt động hoặc kiểu dáng hoặc đường may đã lỗi thời.

"Trong vài thập kỷ qua, ngành công nghiệp thời trang đã có sự tăng trưởng tối đa. Điều này cũng đã làm giảm mức lợi nhuận và tăng tác động xấu đến môi trường. Do đó, thời trang tuần hoàn được cho là đắt hơn thời trang tuyến tính. Khi áp dụng thời trang tuần hoàn, nguyên liệu sẽ bền hơn, đi kèm với đó là mặt giá thành sẽ tăng và công nghệ phải được cải tiến."



Có thể sửa khóa kéo, sửa lại đường cắt bằng cách vá lại và thêm một số phụ kiện bổ sung để trang phục trông hiện đại hơn. Nghiên cứu cho thấy rằng quá trình tái sản xuất điển hình như vậy đối với các thiết bị điện tiêu thụ năng lượng ít hơn khoảng 60%, nguyên liệu thô ít hơn 70%, chi phí thấp hơn 50% và giảm 80% lượng khí thải.

Thứ ba, chúng ta có thể chia sẻ máy móc, tài liệu với nhau để có thể cùng sản xuất các mặt hàng thời trang. Trong trường hợp đó, chúng ta sử dụng ít máy móc hoặc vật liệu hơn. Điều này sẽ thay đổi văn hóa của toàn bộ ngành công nghiệp thời trang. Người ta ước tính rằng thời trang bán lại dự kiến sẽ là một doanh nghiệp lớn hơn so với thời trang nhanh vào năm 2029.

Và cuối cùng, chúng ta có thể sử dụng một thứ gì đó trong thời gian dài hơn hoặc sử dụng càng lâu càng tốt, điều đó có nghĩa là tuổi thọ của sản phẩm phải tăng lên. Toàn bộ khái niệm ở đây là tái sinh, nghĩa là chúng ta phải biến đổi mọi yếu tố trong quá trình "lấy-làm-thải bỏ" . Nếu như tiếp tục mô hình kinh doanh tuyến tính này, việc khai thác nguyên liệu toàn cầu từ tự nhiên sẽ tăng gấp đôi từ năm 2015 đến năm 2060.

Trong vài thập kỷ qua, ngành công nghiệp thời trang đã có sự tăng trưởng tối đa. Điều này cũng đã làm giảm mức lợi nhuận và tăng tác động xấu đến môi trường. Do đó, thời trang tuần hoàn được cho là đắt hơn thời trang tuyến tính. Khi áp dụng thời trang tuần hoàn, nguyên liệu sẽ bền hơn, đi kèm với đó là mặt giá thành sẽ tăng và công nghệ phải được cải tiến.

Chi phí sản xuất sẽ đắt hơn do nguyên liệu có độ bền vững cao, điều này sẽ làm giảm nhu cầu của người tiêu dùng trong tương lai.



CÁC NHÀ BÁN LẺ TIẾP CẬN THỜI TRANG TUẦN HOÀN NHƯ THẾ NÀO?



Chiến lược tuần hoàn của Levi dựa trên tích hợp tính tuần hoàn ở giai đoạn thiết kế, phát triển các sản phẩm bền vững, có thể sửa chữa nếu cần và có thể tái sử dụng hoặc tái chế, phong cách vượt thời gian. Levi đang chuyển đổi mô hình tận dụng phế liệu sang mô hình có khả năng khôi phục tài nguyên. Ngoài ra, họ còn sử dụng công nghệ tiên tiến như Staindefender không chứa các hợp chất perflo hóa giúp các vết bẩn gốc nước kết thành hạt và lăn đi, giảm thiểu các lần giặt và khiến quần áo bền hơn.

The North Face cũng đã tiếp cận thời trang tuần hoàn bằng cách giới thiệu nhóm sản phẩm thiết kế tuần hoàn đầu tiên kết hợp cấu trúc và các chi tiết trang trí bằng sợi đơn. Tính tuần hoàn ở đây liên quan đến việc tái sử dụng, sửa chữa và tái chế các vật liệu để giữ chúng lưu hành càng lâu càng tốt. Họ tiếp cận thời trang tuần hoàn bằng phương pháp tiếp cận sản phẩm ngay từ khâu thiết kệ. Các mặt hàng được thiết kế ngay từ đầu để chúng có dễ dàng được tháo rời các bộ phận và tái sử dụng chúng trong các sản phẩm mới. Các sản phẩm thiết kế tuần hoàn của The North Face bao gồm 20 kiểu dáng, bao gồm cả quần dài và khóa kéo một phần tư, đồng thời bao gồm các danh mục dành cho người lớn, ngoại cỡ, giới trẻ và phụ kiện.

Sáng kiến thiết kế tuần hoàn của The North Face là bước mới nhất trong cam kết đảm bảo 100% nguyên liệu may mặc hàng đầu được tìm nguồn gốc, tái chế, tái tạo





hoặc tái tạo một cách có trách nhiệm vào năm 2025. Là một phần trong nỗ lực của mình, The North Face cũng tung ra phiên bản mới của chương trình thu hồi vào cuối tháng này và giới thiệu một hệ thống ghi nhãn hướng dẫn người tiêu dùng về sửa chữa, tái sử dụng và phục hồi.

H&M đã hợp tác với Quỹ Ellen MacArthur (EMF) nhằm chuyển đổi sang nền kinh tế tuần hoàn. Những nỗ lực này bao gồm cam kết phát triển tất cả các sản phẩm bằng cách sử dụng Circulator—một cách tiếp cận giúp các nhóm hiểu được tác động để đưa ra các lựa chọn bền vững hơn vào năm 2025.

Tương tự như vậy, Nike đã triển khai các phương pháp tiếp cận bền vững hơn với việc giới thiệu "Hướng dẫn thiết kế tuần hoàn của Nike". Hướng dẫn này đóng vai trò là chuẩn mực về cách tránh lãng phí, sử dụng các vật liệu bền vững hơn và cuối cùng là tạo ra các sản phẩm tốt hơn, tồn tại lâu hơn.

Theo báo cáo mới nhất của Công ty tư vấn về quản lý McKinsey, các thương hiệu và nhà bán lẻ chiếm ưu thế trong việc tạo ra giá trị và lợi nhuận kinh tế trong ngành thời trang gần đây bao gồm Nike, LVMH, Kering và H&M. Với việc các thương hiệu quy mô lớn như Nike và H&M bắt kịp xu hướng, điều này đánh dấu một sự thay đổi lớn trong cách các công ty thời trang tiếp cận sự bền vững.

Ở đây, nhà hoạch định chính sách đóng một vai trò rất quan trọng bằng cách sử dụng các công cụ kéo và đẩy thị trường. Khách hàng phải hiểu rằng nếu sản phẩm mỗi lần được tạo thành từ sản phẩm nguyên chất thì điều đó không giúp ích gì cho nền kinh tế tuần hoàn. Trong trường hợp này, doanh nghiệp phải tiến tới tạo nhận thức cho khách hàng mua sản phẩm tái chế bằng chiến dịch tiếp thị, khuyến khích người mua sản phẩm tái chế, chương trình khách hàng thân thiết đối với sản phẩm tuần hoàn đồng thời không khuyến khích họ mua sản phẩm tuyến tính.

Để chuyển đổi một nền kinh tế tuyến tính sang nền kinh tế tuần hoàn, cần phải có các sáng kiến và nhận thức đại chúng.

Đặc biệt là khi Việt Nam đã tham gia hội nghị COP26, cam kết giảm thiểu phát thải ròng bằng 0 cho tới năm 2050. Đó là lý do vì sao kinh tế tuần hoàn là một công cụ rất hiệu quả trong việc thực hiện cam kết đó, mô hình kinh tế tuần hoàn làm giảm biến đổi khí hậu, làm tăng đa dạng sinh học và đòi hỏi ít tài nguyên hơn để sản xuất máy móc và vật liệu đáp ứng nhu cầu của con người.

Khi nó được thực hiện ở cấp độ cộng đồng hoặc tổ chức với sự liên kết tốt, hiệu quả sẽ cao hơn nhiều. Một mô hình mới được thông qua trong hiến chương của Liên Hợp quốc, "Tính tuần hoàn thời trang" hay "Nền kinh tế tuần hoàn trong thời trang" là điều tốt đẹp tiếp theo sẽ diễn ra trong ngành Dệt May Việt Nam.❑



ĐÁNH GIÁ TÍNH BỀN VỮNG

VỀ MÔI TRƯỜNG CỦA SẢN PHẨM ÁO T-SHIRT

Bài: BÙI THỊ THÚY HỒNG

Bài viết này tập trung nghiên cứu, xác định và phân tích về vật liệu và quy trình sản xuất bền vững với môi trường thực nghiệm trên sản phẩm áo T-shirt được sản xuất tại Bangladesh. Thông qua tự đánh giá, các tổ chức có thể hiểu rõ hơn về tác động môi trường xảy ra trong suốt vòng đời và tác động của các sản phẩm. Từ đó, nhiều điểm yếu và cơ hội cải thiện tính bền vững môi trường trong nguyên liệu và các công đoạn sản xuất cũng được chỉ ra và đề xuất để ngành dệt may hướng tới tăng trưởng bền vững. Các thương hiệu lớn như: H&M, Gap, Nike, Adidas, Puma, Levi's, Hanesbrand, Marks and Spencer, ... đang sử dụng rộng rãi công cụ Higg Index này để đo lường hiệu suất môi trường của các sản phẩm may mặc nhằm hướng tới tính bền vững tốt hơn cho các sản phẩm của họ.

Hiệp hội may mặc bền vững (SAC) đã phát triển một bộ công cụ đánh giá tiêu chuẩn có tên là Higg Index – dùng để đánh giá và đo lường tính bền vững về môi trường của các sản phẩm may mặc. Chỉ số này xem xét hiệu suất trong toàn bộ vòng đời của sản phẩm, bao gồm các tác động từ "nguyên liệu đầu vào, sản xuất, đóng gói, vận chuyển, sử dụng cho đến khi kết thúc vòng đời".





nhiên liệu hóa thạch, 0,11 pound các khí khác; bên cạnh đó, phát thải 18,3 pound CO_2 từ việc giặt và nhuộm 50 lần ở Mỹ.

GIỚI THIỆU VỀ CÔNG CỤ HIGG INDEX

Higg Index ra mắt lần đầu tiên vào tháng 7 năm 2012 với sự tập trung vào các yếu tố môi trường trong chuỗi cung ứng hàng may mặc. Phiên bản 2.0 năm 2013 cập nhật các chỉ số liên quan đến giày dép cũng như tính bền vững về lao động và xã hội. Phiên bản mới nhất là 3.0 được cập nhật tháng 11 năm 2018.

Higg Index (phiên bản hiện tại là 3.0) là một công cụ đánh giá dựa trên các chỉ số cho các công ty dệt may, sản phẩm may mặc và giày dép. Mục đích của nó là tạo ra một phương pháp tiếp cận tiêu chuẩn trong ngành dệt may để đo lường và đánh giá các tác động bền vững. Higg Index phát triển trên web và nền tảng Microsoft Office Excel có các giá trị tiêu chuẩn được xác định trước dựa trên một cuộc khảo sát toàn cầu đối với các tài liệu cụ thể được sử dụng để xác định điểm số. Nó đưa ra các câu hỏi định tính, dựa trên thực tế để đánh giá hiệu suất bền vững về môi trường và xã hội.

Higg Index bao gồm các mô-đun dành cho sản phẩm (Higg Product Tools - đánh giá tác động của sản phẩm cụ thể), cơ sở vật chất (Higg Facility Tools - đánh giá vật liệu, bao bì và cơ sở sản xuất của nhà cung cấp), thương hiệu (Higg Brand & Retail Tools - đánh giá các thực hành cụ thể của sản phẩm ở cấp thương hiệu)

TÁC ĐỘNG MÔI TRƯỜNG CỦA CÁC SẢN PHẨM DỆT MAY

Ngành may mặc có nhiều tác động tiêu cực đến môi trường và xã hội, phức tạp và xảy ra ở các giai đoạn khác nhau của vòng đời sản phẩm. Các tác động môi trường chính liên quan đến việc sản xuất và sử dụng hàng may mặc trong suốt vòng đời của nó bao gồm phát thải nước thải từ các quy trình nhuộm, xử lý hoàn tất và giặt, gia tăng ô nhiễm, tạo ra chất thải rắn và cạn kiệt đáng kể các nguồn tài nguyên do tiêu thụ nước, nhiên liệu hóa thạch và nguyên liệu thô.

Theo một nghiên cứu, một chiếc áo T-shirt cotton nặng 0,5 pound cần 700 gallon nước trong quá trình xử lý, sử dụng 0,2 pound phân bón và 0,01 pound thuốc trừ sâu, đồng thời thải ra 6 pound CO_2, 1,2 pound

ĐÁNH GIÁ TÍNH BỀN VỮNG VỀ MÔI TRƯỜNG TRÊN SẢN PHẨM ÁO T-SHIRT

Việc đánh giá này được thực hiện trên các sản phẩm áo phông nam làm từ vải Single jersey 100% cotton. Lựa chọn 6 sản phẩm áo phông nam cỡ "M" từ các thương hiệu Bangladesh và các nước khác để đo lường hiệu quả môi trường, trong đó có: các áo phông thương hiệu B, C, D là các thương hiệu nước ngoài; các áo phông E, F đến từ thương hiệu thời trang nội địa và một sản phẩm áo phông thương hiệu A là sản phẩm thân thiện với môi trường được phát triển bởi BUTex-Innovation. Tính bền vững với môi trường của áo phông có thương hiệu nói trên chỉ được đánh giá chủ yếu dựa trên hai khía cạnh sau:

Kiểm tra các thử nghiệm thân thiện với môi trường

Quy trình thử nghiệm tiêu chuẩn áp dụng cho các thử nghiệm khác nhau như sau:

- Kiểm tra Formaldehydes - Tiêu chuẩn quốc tế ISO 14184–1:2011 (đối với hàng dệt và vải không dệt);
- Kiểm tra nồng độ pH - ISO 3071:2006 bằng kali clorua (đối với hàng dệt);
- Phân tích các amin trong thuốc nhuộm azo - Tiêu chuẩn Châu Âu EN 14362–3: 2012, (đối với hàng dệt may);
- Hàm lượng alkylphenol ethoxylate (APEO) - Chiết xuất và phân tích metanol của chất lỏng sắc ký khối phổ (LC-MS).

Nếu kết quả thử nghiệm nằm ngoài phạm vi dự kiến theo tiêu chuẩn, thì sản phẩm đó được coi là có hại cho tính bền vững của môi trường ở khía cạnh đó.

Đánh giá tính bền vững về môi trường của sản phẩm bằng công cụ SAC Higg Index

Tất cả 6 sản phẩm áo phông đều được đánh giá bằng công cụ Higg Index cung cấp giá trị thể hiện mức độ bền vững của một mặt hàng may mặc đối với môi trường. Điểm số cuối cùng đạt được bằng cách trả lời các câu hỏi liên quan đến vật liệu sản phẩm và các vấn đề bền vững về môi trường sản xuất.

Dữ liệu được sử dụng trong quá trình này bao gồm thông tin có sẵn cho nhà sản xuất, nhà cung cấp, người bán hàng bao gồm: thẻ treo, nhãn chăm sóc và mô tả kỹ thuật sản phẩm. Higg Index yêu cầu tất cả các vật liệu hiện có phải được nhập vào bảng đầu vào vật liệu cùng với các vấn đề sản xuất sinh thái.

Điều này bao gồm một mô tả của tất cả các tài liệu được sử dụng ngoài thông tin thu được từ các câu hỏi tiếp theo. Bằng cách sử dụng các câu hỏi nhị phân có/không định tính, dựa trên thực tế, các đánh giá được thực hiện dưới dạng hiệu suất bền vững của sản phẩm và thúc đẩy hành vi cải tiến.

Điểm số Higg Index càng cao, hiệu suất môi trường của một sản phẩm may mặc càng tốt.

Kết quả kiểm tra đánh giá tính bền vững về môi trường trên sản phẩm áo T-shirt

Kết quả kiểm tra các thử nghiệm thân thiện với môi trường

Bảng 1: Kết quả kiểm tra các thử nghiệm thân thiện với môi trường

Đơn vị tính: ppm

Thương hiệu	Kết quả kiểm tra Formaldehyde	Kết quả kiểm tra nồng độ pH	Kết quả phân tích các amin trong thuốc nhuộm azo	Kiểm tra sản phẩm về hàm lượng alkylphenol ethoxylate (APEO)
	Giới hạn phát hiện: 16 ppm Giới hạn tối đa: 75 ppm	Giới hạn tối đa: 4.0-7.5 ppm	Giới hạn phát hiện: 16 ppm	Giới hạn phát hiện: 30 ppm Giới hạn tối đa: 100 ppm
A	11.42	6.4	Không phát hiện	Không phát hiện
B	20.47	5.7	Không phát hiện	Không phát hiện
C	17.82	6.2	Không phát hiện	Không phát hiện
D	32.45	5.5	13.5	Không phát hiện
E	46.23	7.4	31.7	47.6
F	62.35	7.5	43.2	64.3

Từ kết quả thu được, nhận thấy các sản phẩm áo phông thương hiệu A và các thương hiệu nước ngoài B, C, D nhận được kết quả thử nghiệm thân thiện với môi trường tốt hơn 2 sản phẩm nội địa E và F. Bởi việc sử dụng nguyên liệu thô thân thiện với môi trường, thuốc nhuộm và hóa chất được bên thứ ba chứng nhận đã mang lại kết quả tốt hơn cho áo phông có nhãn hiệu A, B, C và D



Kết quả kiểm tra đánh giá tính bền vững môi trường bằng công cụ SAC Higg Index

Kết quả đánh giá Higg Index cho vật liệu

Nội dung chấm điểm vật liệu	Thương hiệu A	Thương hiệu B	Thương hiệu C	Thương hiệu D	Thương hiệu E	Thương hiệu F
Tên vật liệu	28.2/50	28.2/50	26.6/50	26.6/50	26.6/50	26.6/50
Thành phần tái chế được chứng nhận (%)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Hàm lượng hữu cơ được chứng nhận %	10.0	10.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Chứng nhận nguồn khác	7.0	7.0	7.0	7.0	0.0	0.0
Lớp xử lý hoàn tất (nếu có, ghi rõ loại)	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0
Giảm sử dụng nước trong nhuộm (nếu có, ghi rõ)	5.0	5.0	5.0	0.0	0.0	0.0
Giảm tác động hoá học (hoá học xanh)	4.5	4.5	4.5	4.5	4.5	0
Xác minh của bên thứ ba về hóa học xanh?	0.0	4.5	4.5	4.5	4.5	0.0
Tổng điểm	58.8/100	63.3/100	51.6/100	46.6/100	39.6/100	30.6/100

Sau khi hoàn thành đánh giá bằng công cụ Higg Index dựa trên excel, áo phông của thương hiệu A, B, C, D, E và F đã nhận được các điểm số khác nhau trên thang điểm từ 1–100. Thương hiệu A và các sản phẩm mang thương hiệu nước ngoài, đặc biệt là áo phông thương hiệu B nhận được điểm số vượt trội, là do hàm lượng vật liệu hữu cơ, nguyên liệu thô thân thiện với môi trường (cụ thể, A và B sử dụng 100 % sợi bông hữu cơ) và khả năng truy xuất nguồn gốc được xác nhận. Mặt khác, áo phông mang thương hiệu nội địa đạt điểm tương đối thấp hơn ở hầu hết các lĩnh vực do không sử dụng nguyên liệu thô thân thiện với môi trường, thuốc nhuộm kém chất lượng được sử dụng, không có xác minh của bên thứ ba và các loại tương tự, hướng dẫn chăm sóc và sửa chữa không phù hợp hoặc không đầy đủ cũng như các vấn đề về truy xuất nguồn gốc. Điều này cũng khẳng định rằng bằng cách tăng tính minh bạch của sản phẩm và cung cấp thêm thông tin về sự phát triển của sản phẩm, sản phẩm này sẽ càng thể hiện sự thân thiện với môi trường và sẽ vượt trội về tính bền vững.

Kết quả đánh giá Higg Index cho các công đoạn sản xuất

Nội dung chấm điểm quá trình sản xuất bền vững với môi trường	Thương hiệu A	Thương hiệu B	Thương hiệu C	Thương hiệu D	Thương hiệu E	Thương hiệu F
Hiệu suất sử dụng vật liệu (%)	41/50	43	45	43	30	24
Xử lý hoàn tất	10/30	20	10	10	10	0.0
Đồ họa và logo	6/10	6.0	6.0	6.0	6.0	2.0
Kích thước in và số lượng màu	3/10	3.0	4.0	4.0	3.0	1.0
Tổng điểm	60/100	72	65	63	49	27



Áo phông thương hiệu A,B, C, D đã sử dụng chất liệu xử lý hoàn tất quần áo có tác động thấp: giặt kết hợp enzyme hoặc giặt cơ bản đạt điểm số cao hơn. Nhưng áo phông E và F thương hiệu nội địa sử dụng chất xử lý hoàn tất quần áo có tác động cao: hóa chất tẩy trắng và axit truyền thống với giặt đá, và bị cho điểm thấp hơn.

Bên cạnh đó, hiệu suất sử dụng vật liệu có tác động lớn đến tính bền vững của sản phẩm, tác động trực tiếp đối với chuỗi cung ứng, bao gồm các lãng phí về nguyên vật liệu, vải, thuốc nhuộm, hóa chất, tổn thất trong quy trình, lấp đất…



CẢI THIỆN TÍNH BỀN VỮNG MÔI TRƯỜNG CỦA CÁC SẢN PHẨM MAY MẶC

Từ kết quả của việc đánh giá sản phẩm áo T-shirt như trên, để cải thiện tính bền vững môi trường của các sản phẩm may mặc, các nhà thiết kế, sản xuất hàng dệt may cần phải chú ý các điểm sau:



Tìm nguồn cung ứng sản xuất công bằng và thực hành minh bạch

Lựa chọn các nhà sản xuất được biết là hoạt động có trách nhiệm với môi trường. Đối với yêu cầu kỹ thuật về tính minh bạch, nhà nghiên cứu đề xuất một thẻ treo bao gồm thông tin chi tiết tối đa về sản phẩm bao gồm tên và thông tin liên hệ của nhà sản xuất giả định. Điều này sẽ cho phép khách hàng xác minh các phương pháp có trách nhiệm với môi trường và xã hội được thực hiện khi sản phẩm được sản xuất.

Thiết kế giảm thiểu chất thải và chính sách sản xuất sạch

Để giảm chất thải, nhà nghiên cứu đề xuất sử dụng các phương pháp nhuộm thân thiện với môi trường. Nên dán nhãn trên sản phẩm có hướng dẫn tái chế, tái sử dụng sản phẩm để giảm thiểu chất thải. Sản xuất sạch có thể đạt được bằng cách lựa chọn các nhà sản xuất cam kết sử dụng năng lượng thay thế hoặc năng lượng tái tạo. Hiệu suất sơ đồ giác tối đa có thể được đảm bảo trong quá trình phát triển và sản xuất sản phẩm. Các quy trình và vật liệu in, giặt, và các vật liệu hoàn thiện khác của sản phẩm nên được lựa chọn tập trung vào các ưu tiên bền vững về mặt sinh thái.

Nguyên liệu thô

Lựa chọn nguyên liệu thô thân thiện với môi trường là một khía cạnh quan trọng để giảm thiểu tác động môi trường tổng thể trong suốt vòng đời sản phẩm. Canh tác dệt hữu cơ sử dụng ít nước hơn tới 60 % so với các phương pháp canh tác thông thường và được trồng mà không có thuốc trừ sâu và thuốc trừ sâu gây ung thư. Các yếu tố chính của quần áo bền vững là nguồn sợi và khả năng tái tạo mà không sử dụng hóa chất nông nghiệp, hormone và thuốc trừ sâu, trong toàn bộ quy trình sản xuất từ sợi thô đến vải dệt.

Sử dụng thuốc nhuộm và hóa chất tự nhiên và tác động thấp

Các nhà thiết kế, nhà sản xuất và người bán hàng nên giới thiệu thuốc nhuộm tự nhiên và tác động thấp đến môi trường trong quá trình xử lý vật liệu để sản phẩm bền vững hơn.

Ngành công nghiệp dệt may đã gây ra nhiều tác động lớn đến môi trường. Những phát hiện của nghiên cứu này có thể hữu ích cho nhiều tổ chức và khách hàng đang cố gắng sản xuất và tiêu thụ các sản phẩm dệt may bền vững. Nhà thiết kế, nhà sản xuất, người bán hàng và người tiêu dùng hàng dệt may sẽ cùng hướng đến các vấn đề phát triển bền vững vì một thế giới xanh hơn. ❑

BẢN TIN VINATEX

tháng 4/2023

THÀNH LẬP CÁC CƠ QUAN THAM MƯU GIÚP VIỆC CỦA ĐẢNG ỦY VINATEX VÀ BỔ NHIỆM CÁN BỘ CHỨC DANH

Ngày 03/4, trong buổi Lễ chào cờ đầu tháng 4, Tập đoàn Dệt May Việt Nam (Vinatex) đã tổ chức Lễ công bố thành lập các cơ quan tham mưu giúp việc của Đảng ủy Vinatex và bổ nhiệm lãnh đạo ban chức năng theo hình thức trực tiếp và trực tuyến.



Thực hiện Quy định số 87-QĐ/TW ngày 28/12/2022 của Ban Bí thư về chức năng, nhiệm vụ, quyền hạn của bộ máy đảng ủy cấp trên cơ sở của doanh nghiệp nhà nước và Hướng dẫn số 23-HD/BTCTW ngày 14/02/2023 của Ban Tổ chức Trung ương, Đảng ủy Vinatex đã chấm dứt 4 ban hợp nhất công tác Đảng với công tác chuyên môn và thành lập Văn phòng Đảng ủy, Ban Tuyên giáo Đảng ủy, Ban Tổ chức Đảng ủy, Cơ quan Kiểm tra Đảng ủy Vinatex. Cùng với việc thành lập các cơ quan tham mưu giúp việc, Ban Thường vụ Đảng ủy Vinatex phân công đồng chí Phạm Văn Tân – UV Ban Thường vụ, Phó Tổng Giám đốc Thường trực giữ chức vụ Trưởng ban Tuyên giáo Đảng ủy Vinatex; đồng chí Phạm Thị Thanh Tâm – UV Ban Thường vụ, Chủ nhiệm Ủy ban Kiểm tra Đảng ủy Vinatex, Chủ tịch Công đoàn Dệt May Việt Nam kiêm giữ chức vụ Thủ trưởng Cơ quan Kiểm tra Đảng ủy Vinatex; đồng chí Trần Thị Thu Thảo – UV Ban Thường vụ, Trưởng ban Quản lý nguồn Nhân lực kiêm chức vụ Trưởng ban Tổ chức Đảng ủy Vinatex; đồng chí Nguyễn Thị Thu Hiền – UV BCH Đảng bộ, Phó Chủ nhiệm Ủy ban Kiểm tra Đảng ủy, Chánh Văn phòng Vinatex giữ chức vụ Phó Thủ trưởng Thường trực Cơ quan Kiểm tra Đảng ủy Vinatex; đồng chí Đặng Thanh Huyền – UV BCH Đảng bộ, Phó Chánh Văn phòng HĐQT Vinatex giữ chức vụ Chánh Văn phòng Đảng ủy Vinatex; đồng chí Nguyễn Hải Hà – UV BCH Đảng bộ Vinatex giữ chức vụ Phó Trưởng ban Thường trực Ban Tuyên giáo Đảng ủy Vinatex và phân công phụ trách Nhà truyền thống ngành Dệt May Việt Nam.

Cùng với việc phân công nhiệm vụ lãnh đạo các ban tham mưu, Ban Thường vụ cũng điều động các đồng chí cán bộ chuyên trách, đảm bảo số lượng theo quy định hướng dẫn.

Cũng tại buổi Lễ, lãnh đạo Tập đoàn đã trao quyết định bổ nhiệm bà Nguyễn Thị Kiều Giang – Phó Trưởng ban Truyền thông Vinatex giữ chức vụ Trưởng ban Truyền thông; bổ nhiệm ông Phan Tiến Dũng – Giám đốc Chi nhánh TĐDMVN Nhà máy Sợi Vinatex Nam Định giữ chức vụ Trưởng ban Đầu tư và Phát triển Vinatex.

Đồng chí Cao Hữu Hiếu – Phó Bí thư Đảng ủy, Tổng Giám đốc Vinatex đã trao quyết định giữ chức vụ Bí thư Chi bộ – Phụ trách và điều hành hoạt động Chi nhánh Vinatex Nhà máy Sợi Vinatex Nam Định cho đồng chí Viên Minh Đạo – Phó Giám đốc Chi nhánh; đồng chí Phạm Ngọc Bình – Trưởng phòng Hành chính Nhân sự, phụ trách Điều hành sản xuất, Chủ tịch Công đoàn Chi nhánh giữ chức vụ Phó Bí thư Chi bộ – Phó Giám đốc Chi nhánh.

Trước đó, đồng chí Lê Tiến Trường – Bí thư Đảng ủy, Chủ tịch HĐQT Vinatex đã trao Quyết định cho, ThS. Nguyễn Ngọc Hiển – Phó Bí thư Đảng ủy, Phó Hiệu trưởng trường Cao đẳng Công nghệ Thành phố Hồ Chí Minh được chuẩn y giữ chức vụ Bí thư Đảng ủy trường Cao đẳng Công nghệ Thành phố Hồ Chí Minh nhiệm kỳ 2020 – 2025 và bổ nhiệm là Hiệu trưởng trường Cao đẳng Công nghệ Thành phố Hồ Chí Minh kể từ ngày 01/4/2023 thay cho TS. Hồ Ngọc Tiến – Hiệu trưởng nhà trường nghỉ hưu theo chế độ của Nhà nước.

HỘI THẢO CHUYÊN ĐỀ CẬP NHẬT, THÔNG TIN THỊ TRƯỜNG THÁNG 3



Ngày 07/4, Vinatex đã tổ chức hội thảo chuyên đề cập nhật, thông tin thị trường tháng 3 bằng hình thức trực tiếp kết hợp với trực tuyến.

Tại hội thảo, ông Vương Đức Anh – Chánh Văn phòng HĐQT Vinatex đã trình bày về cập nhật diễn biến tình hình dệt may. Theo đó, thị trường tháng 3 đã có những thay đổi so với cập nhật từ tháng 2 theo hướng kém tích cực. Sự kiện đổ vỡ các ngân hàng nhỏ ở Mỹ và ngân hàng Credit Suise của Thụy Sỹ trong tháng 3 chưa được các tổ chức kinh tế hay chính phủ các nước này cảnh báo trước, khái niệm "Too big to fail" trong trường hợp này đã không còn đúng. Hậu quả từ vụ sụp đổ các ngân hàng của Mỹ và Thụy Sỹ chưa thể đánh giá được tác động tiếp theo. Tồn kho của các hãng vẫn ở mức cao, doanh thu tăng nhẹ nhưng lợi nhuận giảm sâu. Trong bối cảnh đó, những thách thức kinh tế vĩ mô và căng thẳng địa chính trị sẽ tiếp tục làm giảm tâm lí người tiêu dùng. Thực tế, doanh thu bán lẻ hàng may mặc ở Mỹ suy giảm trong 3 tháng đầu năm và chưa thấy dấu hiệu phục hồi trong các tháng tiếp theo.

Cập nhật thị trường bông, xơ, sợi đến các doanh nghiệp, bà Thái Thị Phương Thanh – Phó Trưởng ban Tổng hợp Pháp chế cho biết, trong quí I, các biến động về kinh tế, chính trị và các yếu tố bất định xảy ra đã làm tăng nguy cơ suy giảm phát triển kinh tế ở các quốc gia, tổng cầu dệt may suy giảm, giá bán sợi giảm. Dự báo trong quí II giá bông sẽ tăng nhẹ dao động ở mức 2.1 – 2.4 USD/kg. Giá xơ có thể tiếp tục duy trì giá hiện tại hoặc tăng nhẹ trong quí II theo giá dầu và giá bông. Các tín hiệu hồi phục của thị trường sợi vẫn chưa rõ ràng, cầu dệt may vẫn yếu do tồn kho tăng dẫn đến giá sợi chưa có động lực để cải thiện.



Phát biểu tại Hội thảo, Tổng Giám đốc Vinatex Cao Hữu Hiếu cho biết, quí I thị trường hết sức trầm lắng, sức mua giảm, giá giảm, tồn kho của các nhãn hàng tăng cao. "Hiện các dự báo đều chưa đưa ra được thị trường sẽ còn trầm lắng trong bao lâu, như vậy, chúng ta đang phải đối mặt với quí II vô cùng khó khăn. Tập đoàn đề nghị các đơn vị cần làm tốt công tác thị trường, tìm kiếm các khách hàng mới. Cùng với đó, lãnh đạo Tập đoàn sẽ cập nhật, thông tin kịp thời về diễn biến thị trường để các đơn vị có cơ sở trong việc đàm phán với khách hàng và tổ chức kế hoạch sản xuất. Các doanh nghiệp cần có sự chia sẻ, tạo sự liên kết về đơn hàng, nguyên phụ liệu, thiết bị, giá và tăng cường sử dụng trong chuỗi với nhau. Quản trị sản xuất hiệu quả để nâng cao năng suất, chất lượng sản phẩm, giảm tối đa chi phí không cần thiết trong sản xuất. Đặc biệt các doanh nghiệp cần có giải pháp, sắp xếp điều hành sản xuất các đơn hàng nhỏ lẻ có hiệu quả" – Tổng Giám đốc Cao Hữu Hiếu nhấn mạnh.

Cũng tại hội thảo, lãnh đạo các doanh nghiệp đã trao đổi về những khó khăn trong hoạt động SXKD và đưa ra các giải pháp để phát triển thị trường, tiết kiệm chi phí và giữ chân người lao động.❑

BẢN TIN CÔNG ĐOÀN

PHÁT ĐỘNG CUỘC THI SÁNG TÁC CA KHÚC VỀ NGÀNH DỆT MAY VIỆT NAM



Ngày 7/4 tại Hà Nội, Công đoàn Dệt May Việt Nam đã phát động cuộc thi sáng tác ca khúc về ngành Dệt May Việt Nam với chủ đề "Giai điệu tự hào Dệt May Việt Nam". Đây là sự kiện chào mừng Đại hội Công đoàn các cấp tiến tới Đại hội VI Công đoàn Dệt May Việt Nam và Đại hội XIII Công đoàn Việt Nam, 30 năm thành lập Tập đoàn Dệt May Việt Nam (29/4/1995 – 29/4/2025).

Cuộc thi sáng tác ca khúc về ngành Dệt May Việt Nam nhằm tìm kiếm các tác phẩm âm nhạc có chất lượng nghệ thuật cao, phản ánh được vai trò, những đóng góp to lớn của ngành Dệt May Việt Nam trong sự nghiệp xây dựng và phát triển đất nước; giới thiệu được văn hóa, con người, truyền thống của ngành đến với nhân dân cả nước; tôn vinh giá trị truyền thống yêu nghề mến nghiệp cũng như cổ vũ, động viên tinh thần thi đua lao động sản xuất góp phần xây dựng ngành phát triển vững mạnh của đội ngũ cán bộ, đoàn viên, người lao động Dệt May Việt Nam.

Phát biểu khai mạc, đ/c Phạm Thị Thanh Tâm – UVBCH Tổng Liên đoàn Lao động Việt Nam, Chủ tịch Công đoàn Dệt May Việt Nam cho biết, ngành DMVN là một trong những ngành công nghiệp đầu tiên của đất nước với gần 130 năm phát triển. Theo dòng chảy lịch sử, đã có nhiều ca khúc viết về ngành được ra đời. Tuy nhiên, trong bối cảnh hiện nay, đang thiếu vắng những ca khúc viết về ngành, trong khi dệt may vẫn đang đang vận động và phát triển, đóng góp chung cho sự phát triển của đất nước và vươn tầm trên toàn thế giới.

"Với rất nhiều tình cảm, kỳ vọng cho công cuộc xây dựng, vun bồi những giá trị của ngành nghề và con người dệt may, Công đoàn DMVN chính thức phát động cuộc thi sáng tác các ca khúc về ngành đến toàn xã hội. Chúng tôi rất mong nhận được sự quan tâm hưởng ứng của đông đảo văn nghệ sĩ trên cả nước và toàn thể cán bộ, đoàn viên, NLĐ của hệ thống cũng như sự hỗ trợ về chuyên môn của Hội Nhạc sĩ Việt Nam, sự lan tỏa, chia sẻ của các cấp hội và các cơ quan thông tấn, báo chí, để qua cuộc thi sẽ có thêm nhiều ca khúc mới về ngành DMVN được ra đời và đi theo cùng năm tháng" – Chủ tịch Công đoàn Dệt May Việt Nam nhấn mạnh.

Ông Phạm Văn Tân – Phó Tổng Giám đốc thường Trực Vinatex nhận định, những ca khúc viết về ngành Dệt May Việt Nam trước đây phần nào thể hiện được sự hào hùng, lịch sử và truyền thống của ngành. Cuộc thi sáng tác ca khúc về ngành Dệt May Việt Nam sẽ là cơ hội để CNVCLĐ dệt may thể hiện tình yêu đối với nghề thông qua âm nhạc. "Những bài hát sẽ là điểm nhấn cho Đại hội Công đoàn Dệt May Việt Nam lần thứ VI, tiến tới Lễ kỷ niệm 30 năm thành lập Tập đoàn Dệt May Việt Nam. Tiền thân của Tập đoàn Dệt May Việt Nam đã có lịch sử 130 năm với cái nôi là Nhà máy Dệt Nam Định. Sự kiện lần này sẽ là một món quà ý nghĩa của Công đoàn ngành dành cho CBNV – NLĐ trong Tập đoàn và ngành Dệt May. Với sự phát triển của ngành Dệt May – ngành công nghiệp lớn của đất nước, các sản phẩm dệt may đã được xuất khẩu đi khắp thế giới và được khách hàng đánh giá cao về chất lượng, mẫu mã, và đa dạng sản phẩm.

Sự thành công đó, không chỉ đến từ sự nỗ lực, đam mê mà còn thể hiện tinh thần đoàn kết của CBNV-NLĐ toàn ngành. Mong rằng cuộc thi sẽ được CBNV-NLĐ và các nhạc sĩ, nghệ sĩ hưởng ứng tích cực, tạo ra nhiều bài hát tôn vinh giá trị của ngành Dệt May Việt Nam. Các tác phẩm hay nhất sẽ được trình diễn trong Đại hội Công đoàn Dệt May Việt Nam lần thứ VI và sản xuất thành các file nhạc gửi tới NLĐ trong toàn ngành"- Phó Tổng Giám đốc thường trực Vinatex bày tỏ.

Tại buổi lễ phát động, các nhạc sĩ của Hội Nhạc sĩ Việt Nam và Hội Âm nhạc Hà Nội cũng đã có những chia sẻ kinh nghiệm, một số mong muốn đối với BTC để sáng tác các ca khúc hiệu quả, mang đậm dấu ấn của ngành Dệt May Việt Nam.

CÔNG ĐOÀN CƠ QUAN VINATEX TẠI TP. HCM: ĐỔI MỚI – DÂN CHỦ – ĐOÀN KẾT VÀ PHÁT TRIỂN

Ngày 28/3, tại TP. HCM Công đoàn Cơ quan Tập đoàn Dệt May Việt Nam tại Tp. HCM tổ chức Đại hội đại biểu nhiệm kỳ 2023 – 2028.

Báo cáo tổng kết nhiệm kỳ 2017-2023, đồng chí Vũ Thị Thùy Dương – Chủ tịch Công đoàn Cơ quan Vinatex tại Tp. HCM cho biết, với vai trò chăm lo, đại diện bảo vệ quyền và lợi ích hợp pháp, chính đáng của đoàn viên công đoàn, hàng năm, công đoàn phối hợp chặt chẽ với chính quyền bảo đảm quyền lợi, chế độ chính sách, đảm bảo sự công bằng và tích cực góp phần cải thiện đời sống, chăm lo lợi ích chính đáng của người lao động. Công đoàn phối hợp với chuyên môn triển khai tổ chức hội nghị người lao động và nhiều hoạt động phúc lợi như: chế độ nghỉ mát, khám bệnh định kỳ, thưởng lễ, tết, thăm hỏi công nhân bệnh nặng, bệnh hiểm nghèo, gia đình khó khăn; tặng quà cho các cháu thiếu nhi ngày 01/6; tặng quà cho nữ CBCNV nhân ngày 8/3, 20/10…

Nhiệm kỳ 2023 – 2028 với mục tiêu "Đổi mới – Dân chủ – Đoàn kết – Phát triển", Công đoàn Cơ quan Vinatex tại Tp. HCM tiếp tục nâng cao tinh thần trách nhiệm, đoàn kết, năng động sáng tạo vượt qua khó khăn. Tiếp tục đổi mới nội dung và phương thức hoạt động để xây dựng đội ngũ đoàn viên công đoàn có bản lĩnh chính trị vững vàng, giỏi về nghiệp vụ, chuyên môn, góp phần xây dựng Tập đoàn ngày càng phát triển bền vững. Phấn đấu đạt 100% công đoàn viên xuất sắc, đạt danh hiệu Công đoàn cơ sở vững mạnh.

Phát biểu tại Đại hội, đồng chí Phạm Xuân Trình – Ủy viên BCH Đảng bộ, Giám đốc điều hành Vinatex cho biết, trong nhiệm kỳ qua, hoạt động của Công đoàn Cơ quan Vinatex tại Tp. HCM luôn gắn liền với hoạt động của Đảng ủy, Đoàn Thanh niên, chính quyền và đã đạt được nhiều thành tích, góp phần thúc đẩy ngành Dệt May Việt Nam phát triển bền vững, đảm bảo đời sống việc làm cho NLĐ. Trong nhiệm kỳ mới, Công đoàn Cơ quan Vinatex tại Tp. HCM ngoài nhiệm vụ hoạt động công đoàn còn thêm một vai trò quan trọng là đại diện và tập hợp, quản lý một số doanh nghiệp phía Nam về hoạt động sản xuất kinh doanh, công tác Đoàn Thanh niên cũng như hoạt động công đoàn, là cánh tay nối dài của hoạt động công đoàn ngành ở khu vực phía Nam.

Phát biểu chỉ đạo tại Đại hội, đồng chí Nguyễn Thị Thủy – Phó Chủ tịch Công đoàn Dệt May Việt Nam đánh giá cao những kết quả đạt được của Công đoàn Cơ quan Vinatex tại Tp. HCM nhiệm 2017 – 2023. Trong nhiệm kỳ qua, Công đoàn Cơ quan Vinatex tại Tp. HCM đã thực hiện tốt chức năng đại diện, bảo vệ quyền và lợi ích hợp pháp chính đáng của đoàn viên và người lao động trên các lĩnh vực tiền lương, chế độ bảo hiểm và cải thiện chế độ làm việc, chăm lo đời sống, phúc lợi đoàn viên công đoàn… Nhiệm kỳ 2023 – 2028, Công đoàn Cơ quan Vinatex tại Tp. HCM cần đẩy mạnh công tác đào tạo, nâng cao trình độ, đặc biệt là kiến thức về pháp luật cho CBNV. Xây dựng chương trình hoạt động gắn với đặc thù hoạt động của đơn vị để đáp ứng được yêu cầu của công việc.

Tiếp tục tổ chức tốt các phong trào lao động giỏi, phát huy sáng kiến cải tiến kỹ thuật, an toàn vệ sinh lao động,… Tổ chức công tác tuyên truyền CBNV thực hiện tốt đường lối chính sách của Đảng, pháp luật của Nhà nước cũng như nội qui, qui chế đảm bảo cho sự phát triển bền vững của Tập đoàn. Thực hiện tốt Chỉ thị 05 của Bộ chính trị "Về đẩy mạnh học tập và làm theo tư tưởng, đạo đức, phong cách Hồ Chí Minh" trong giai đoạn mới. Phối hợp chặt chẽ với chính quyền bảo đảm quyền và lợi ích chính đáng của người lao động", đồng chí Nguyễn Thị Thủy nhấn mạnh.

Với những thành tích đã đạt được trong nhiệm kỳ 2017 – 2023, Công đoàn Cơ quan Vinatex tại Tp. HCM đã vinh dự được nhận Cờ thi đua của Công đoàn Dệt May Việt Nam.

CHƯƠNG TRÌNH HIẾN MÁU TÌNH NGUYỆN "HÀNH TRÌNH ĐỎ" TẠI KHU VỰC PHÍA BẮC

Ngày 6/4, Công đoàn Dệt May Việt Nam phối hợp với Đoàn TNCS Hồ Chí Minh Tập đoàn Dệt May Việt Nam và Trường Đại học Công nghiệp Dệt May Hà Nội tổ chức Chương trình Hiến máu tình nguyện "Hành trình đỏ" tại khu vực phía Bắc. Chương trình có sự đồng hành của Bệnh viện Hữu nghị Việt Đức. Ngày hội đã thu hút được hơn 400 người đăng ký tham gia, tiếp nhận được 437 đơn vị máu.
"Hành trình đỏ" sẽ tiếp tục được tổ chức tại miền Trung và miền Nam trong thời gian tới.

Đẹp tươi vẻ gấm Việt

Bài: TRƯƠNG THỊ KIM DUNG



Vẻ đẹp phong phú về màu sắc, đa dạng về họa tiết, hoa văn, có độ bền cao, thẩm thấu tốt và mịn màng, óng ả… gấm muôn đời nổi danh là "bà chúa" của các mặt hàng tơ lụa nước ta.

Để tạo ra được những chất liệu gấm tuyệt hảo người thợ có đôi tay cực kỳ khéo léo, nắm vững quy trình kỹ thuật công nghệ vô cùng công phu về chọn tơ, hồ sợi, nhuộm, dệt. Trước hết chọn tơ có màu trắng bóng, đều sợi đem hồ. Các nguyên liệu nhuộm có thể lấy từ tự nhiên như vỏ cây, hoa, lá cây, các loại củ sẵm màu. Với sự phát triển công nghiệp hiện đại cũng có nhiều chất hóa học tạo màu đa dạng và sắc nét, làm đẹp thêm vẻ yêu kiều cho gấm. Không chỉ thành thục, sáng tạo về định lượng chất giữ lại người thợ còn pha thêm sáp ong vào hồ làm cho sợi tơ bền dẻo.

Sau khi hồ, tẩy xong đem nhuộm màu rồi mới dệt. Sợi ngang hay sợi dọc trong mỗi tấm gấm đều được nhuộm màu theo đúng gam màu đã định trước, sợi dọc tạo nền chìm ở dưới, sợi ngang tạo hoa nổi lên trên mặt phải. Mặt gấm tỏa sáng lung linh dưới ánh điện hoặc ánh sáng tự nhiên tạo sự khác biệt và hòa hợp đầy ấn tượng mà không loại vải nào sánh được.

Tùy vào chất lượng tơ, liều lượng tơ tằm sử dụng, người thợ dệt trơn hay dệt hoa. Khung cửi dệt hàng trơn cấu tạo đơn giản, khung có 1 tầng, 2 bàn go thẳng. Gấm trơn mềm mại, óng ả, nuột nà, không có họa tiết hoa văn trên bề mặt. Nó có độ bóng, bắt ánh sáng mạnh và phong phú sắc độ như lá mạ, nâu đồng, lòng tôm, vàng nghệ, mỡ gà, vàng mơ, vàng kem, hồng đào, đỏ cờ, đỏ nhung, xanh lơ, xanh lục, lam sẫm, tím phớt, tím Huế…

So với gấm trơn thì gấm hoa càng kỳ công gấp bội. Muốn dệt được tấm gấm nhiều màu sắc, người thợ phải dệt nối từ 1 khung cửi được thiết kế làm 2 tầng, còn gọi là khung hoa. Chiếc khung độc đáo này sẽ được 2 người điều khiển nhịp nhàng, chính xác. Một người ngồi trên, một người ngồi dưới. Người ngồi trên kéo hoa, cứ khi nào con cuốn kêu hai tiếng éc e thì người ngồi dưới biết hiệu mà dệt cho đúng nhịp. Mẫu hoa văn dệt trên gấm càng nhiều kiểu dáng thì số lượng go càng lớn. Nền gấm hoa thường dày do dệt kép từ 2 - 3 - 4 màu cho tới 5 - 6 - 7 màu.

Các triều đại trước, trang phục bằng gấm luôn dành cho giới quý tộc. Vua mặc gấm vàng có đôi Rồng 5 móng chầu mặt nguyệt hay Hổ phù, tứ linh (long, ly, quy, phượng) và họa tiết hình quả trám, cúc vạn thọ, kỷ hà. Còn lễ phục cho các quan thường là gấm hoa dệt ngũ phúc (năm con dơi quây tròn quanh chữ thọ), chữ triện, quần ngư vọng nguyệt, long vân khánh hội, thủy ba… điểm sắc màu kim tuyến, ngân tuyến sinh động.

Trải qua nhiều lần giặt giũ, chất lượng của gấm vẫn giữ được độ bền cao, không bị nhăn nhúm, xô dạt. Nhờ có khả năng giữ nhiệt tốt gấm rất thích hợp may trang phục cho mùa đông, hơn nữa không gây kích ứng cho làn da nhạy cảm khi diện gấm.

Sự kết hợp giữa nghệ thuật truyền thống và yếu tố hiện đại của hoa văn tinh xảo, màu sắc đa dạng, bố cục đối xứng của gấm đã gây hấp lực đối với khách hàng sành điệu thời trang xưa cũng như nay.❑





"Gấm đây là đôi tay vừa thêu
là thêu - em vừa dệt
gấm hoa đôi em dệt.
Ớ đôi ba người ơi
đôi em ngồi - em ngồi
em mới lại thêu hoa, hoa hời
hoa hời ru hời tình ru (ì i)
em thêu này thêu hoa
tay em cầm, cầm thoi đôi em dệt
gấm hoa thêm xinh đẹp
ớ đôi ba người ơi, xinh xinh đà
xinh đà trông lại thêm xinh, hoa hời
hoa hời ru hời tình ru (ì i)"

(Dân ca Quan Họ)



Thời trang Xanh
DƯỚI GÓC NHÌN NHÀ THIẾT KẾ

Bài: HOÀNG ANH

Hiện nay các ngành công nghiệp đều đã và đang dần chuyển đổi mô hình kinh doanh sản xuất để phù hợp hơn với xu hướng xanh hoá của quốc tế và thời trang cũng không phải là ngoại lệ. Ngoài những quyết định mang tính định hướng và phát triển của các doanh nghiệp, bộ phận thiết kế đóng một vai trò rất lớn trong việc xác định nhóm khách hàng, sản phẩm và xu hướng tiêu dùng.



THIẾT KẾ- "CHÌA KHÓA" CỦA THỜI TRANG BỀN VỮNG

Dệt may và thời trang là một trong những ngành công nghiệp có nhiều yếu tố tác động tới môi trường, nhất là thời trang nhanh. Theo kịch bản phát triển thông thường, ngành thời trang đóng góp 26% tổng hạn ngạch phát thải toàn cầu để đạt mục tiêu của Liên Hợp quốc không tăng nhiệt độ toàn cầu lên 20^{O}C vào năm 2050. Ngành phải chịu trách nhiệm cho 3-10% lượng khí thải carbon toàn cầu hàng năm. Do đó, ngành cần đưa ra các chiến lược sản xuất xanh và mô hình kinh doanh sáng tạo để giảm gánh nặng môi trường và giúp đạt được mục tiêu về khí hậu như mong đợi.



Có ý kiến cho rằng, các quyết định được đưa ra trong giai đoạn thiết kế ảnh hưởng tới khoảng 80% tác động và chi phí môi trường. Việc kéo dài tuổi thọ của quần áo nằm trong tay các nhà thiết kế, họ quyết định mức độ gắn bó tình cảm của người tiêu dùng với trang phục, chất liệu sử dụng và thời gian tồn tại của sản phẩm. Kiến thức của nhà thiết kế về tính bền vững và tư duy thân thiện với môi trường là chìa khóa cho điều này.

Nhận định về vai trò của nhà thiết kế trong việc tạo ra các sản phẩm thời trang bền vững, Nhà thiết kế Vũ Đình Nhật (Nicky Vũ) - Trợ lý Tổng Giám đốc về thiết kế thời trang tại TCT May 10 – CTCP cho rằng: Từ bước đầu tiên, các nhà thiết kế cần sát sao trong công tác nghiên cứu thị trường để nắm bắt được nhu cầu của khách hàng và xã hội, các xu hướng thời trang, cập nhật những cải tiến trong ngành từ chất liệu đến công nghệ. Những nghiên cứu này sẽ đóng góp cho việc xác định mục tiêu khách hàng và sản phẩm một cách chính xác, đưa ra những giải pháp chiến lược, giảm thiểu những sản phẩm không phù hợp với thị trường gây lãng phí nguyên phụ liệu.



Nhà Thiết kế Nicky Vũ

Trong quá trình sáng tác mẫu, các nhà thiết kế tiếp tục phải thử nghiệm nhiều phương án để đưa ra những sản phẩm phù hợp với nhóm khách hàng tiềm năng. Những sản phẩm thông minh, được thiết kế với thẩm mỹ cao và đúng mục đích sử dụng của người tiêu dùng sẽ đẩy mạnh tính ứng dụng và tạo được lòng tin với khách hàng về những sản phẩm có tính trường tồn, thay vì thói quen mua hàng theo xu hướng xã hội, có tuổi thọ ngắn. Ngoài ra, việc áp dụng những phương pháp thiết kế để tiết kiệm nguồn nguyên phụ liệu sử dụng trong sản xuất cũng góp phần giảm thiểu tác hại tiêu cực lên môi trường.

Nicky Vũ phân tích: Lựa chọn chất liệu là một bước vô cùng quan trọng trong chuỗi công việc của nhà thiết kế. Sản phẩm với chất liệu bền, phù hợp với môi trường, khí hậu sẽ nâng cao tuổi thọ của sản phẩm. Ngoài ra việc sử dụng những chất liệu thân thiện với người mặc và môi trường như sợi hữu cơ, sợi tencel, sợi tái chế, sợi từ cây nuôi ngắn ngày cũng đóng góp một phần lớn tới công tác chuyển đổi xanh. Khi nhiều doanh nghiệp đồng lòng nói không với những chất liệu kém chất lượng và có hại cho hệ sinh thái như sử dụng nhiều thuốc trừ sâu, cần nhiều đất trồng và nước tưới, dùng hoá chất độc hại trong sản xuất, nhuộm và giặt, những nhu cầu và nguồn cung của những nguyên phụ liệu như vậy sẽ giảm đi và dần dần bị đào thải. Các nhà thiết kế cũng đóng một vai trò lớn trong việc phối hợp cùng các đơn vị truyền thông để nâng cao nhận thức của người tiêu dùng và các vấn đề môi trường, cũng như quảng bá về doanh nghiệp và lợi ích của những dòng sản phẩm xanh.

"TUẦN HOÀN/ KHÉP KÍN" TRONG THIẾT KẾ THỜI TRANG

Thời trang tuần hoàn đang theo xu hướng dựa trên nguyên tắc "khép kín" hoặc "thiết kế từ đầu đến cuối", hướng dẫn đến mô hình kinh tế tuần hoàn. Xu hướng này cần đến những đóng góp của các nhà thiết kế. Nhiều tác động và chi phí môi trường là kết quả của quyết định được đưa ra trong giai đoạn thiết kế, do đó, các nhà thiết kế cần phải hướng đến tư duy thời trang tuần hoàn như thế nào để để thời trang tuần hoàn đi vào cuộc sống?

Trao đổi về vấn đề này, NTK Nicky Vũ nhận định: Tư duy hay mô hình "tuần hoàn/khép kín" trong thời trang là một khái niệm còn mang tính trìu tượng, với trọng tâm hướng tới giải pháp nhằm giảm thiểu sự lãng phí trong việc sử dụng nguồn nguyên nhiên liệu. Khác với những mô hình kinh doanh thông thường khi vòng đời của sản phẩm bắt đầu từ nguyên liệu thô, qua thiết kế, sản xuất, tiêu dùng và trở thành rác thải ở bước cuối cùng, trong mô



Ảnh minh họa

hình tuần hoàn, phế thải đi sẽ được tái chế và trở thành nguồn nguyên liệu thô cho một vòng đời sản phẩm khác. Để thay đổi và chuyển hướng sang mô hình sản xuất khép kín, doanh nghiệp cần rất nhiều thời gian, nghiên cứu, nguồn vốn và năng lực, tuy nhiên trong phạm vi của nhà thiết kế, có một số phương thức theo tư duy "tuần hoàn" họ có thể áp dụng.

Đó là, sử dụng nguồn nguyên liệu thô thân thiện với môi trường. Hiện nay trên thị trường có rất nhiều chất liệu mang tính bền vững hơn, giúp giảm gánh nặng như vải dệt từ sợi cotton hữu cơ, sợi gai, sợi lanh, sợi tre, tencel, và sợi gốc dầu tái chế. Khi lựa chọn chất liệu, các nhà thiết kế cần tránh lựa chọn những loại vải pha, gây ảnh hưởng đến quá trình lọc sợi và tái chế hậu tiêu dùng.

Áp dụng những phương thức tận dụng nguyên phụ liệu trong quá trình thiết kế và sản xuất như sáng tác mẫu rập để tối ưu sử dụng được hết khổ vải, giác sơ đồ tiết kiệm, giảm số lượng vải cần thiết trên 1 mẫu hay tận dụng vải vụn để thiết kế và dùng trong các sản phẩm khác.

Thiết kế thông minh, có thể dễ dàng thay đổi theo nhu cầu sử dụng của khách hàng như áo khoác mặc 2 mặt, những sản phẩm có thể tháo rời các bộ phận như mũ, lót chần bông, ống quần dài thành quần short, trang phục có thể điều chỉnh độ rộng như rút chun, thắt đai…

MANG ĐẾN CHO NGƯỜI TIÊU DÙNG CƠ HỘI "ĐỒNG SÁNG TẠO"

Thực tế cho thấy, sản phẩm có "độ bền vật lý" và đạt được cả hai chiến lược về "độ bền cảm xúc" và "đồng sáng tạo" là sản phẩm có tuổi thọ lâu bền nhất. Trong đó, đồng sáng tạo là cách thu hút người tiêu dùng tham gia thiết kế quần áo của riêng họ, mang đến cho người tiêu dùng cơ hội duy nhất để tạo ra những sản phẩm mà họ sẽ giữ lâu hơn bằng cách cộng tác với các thương hiệu thông qua một số nền tảng kỹ thuật.

Trước xu hướng này, NTK Nicky Vũ bày tỏ: Trên thị trường đã có nhiều phương thức khuyến khích khách hàng vận dụng khả năng sáng tạo của riêng mình trên sản phẩm bán sẵn như tự thiết kế hình in trên áo phông, tự chọn chi tiết sản phẩm và đặt riêng hay sử dụng những sản phẩm thời trang có thể mặc được nhiều cách khác nhau. Theo nghiên cứu, người tiêu dùng sẽ có nhiều cảm xúc và muốn lưu giữ những sản phẩm do mình góp công tạo lên hơn so với những sản phẩm mua sẵn. Những trang phục này cũng thường sẽ có mức giá cao hơn, hạn chế sức mua của khách hàng và giúp giảm thiểu nguồn nguyên phụ liệu nói chung. "Tuy nhiên trên thực tế, nhóm khách hàng này không nhiều và mô hình hoạt động như vậy chưa phù hợp với nhiều doanh nghiệp lớn. Để đảm bảo được chất lượng sản phẩm, và chủ động trong công tác giảm thiểu lãng phí trong thiết kế và sản xuất, các công ty thời trang và những nhà thiết kế nên có những phương án thực tế hơn, có thể áp dụng cho tệp khách hàng lớn và có nhiều nhu cầu mua sắm" - Nicky Vũ nhấn mạnh.



> *Sản phẩm có "độ bền vật lý" và đạt được cả hai chiến lược về "độ bền cảm xúc" và "đồng sáng tạo" là sản phẩm có tuổi thọ lâu bền nhất. Trong đó, đồng sáng tạo là cách thu hút người tiêu dùng tham gia thiết kế quần áo của riêng họ, mang đến cho người tiêu dùng cơ hội duy nhất để tạo ra những sản phẩm mà họ sẽ giữ lâu hơn bằng cách cộng tác với các thương hiệu thông qua một số nền tảng kỹ thuật.*

Trợ lý Tổng Giám đốc về thiết kế thời trang tại TCT May 10 – CTCP cho biết: Là một trong những doanh nghiệp hàng đầu tại Việt Nam trong ngành dệt may, May 10 luôn có những định hướng để đổi mới quy trình và bắt kịp xu thế sản xuất – sản phẩm xanh của quốc tế như:

Chất liệu thân thiện với con người và môi trường: Trong các dòng sản phẩm chủ đạo như áo sơmi nam, May 10 sử dụng nhiều nguồn vải có tính năng thân thiện với người tiêu dùng và hạn chế tác động tiêu cực lên môi trường như vải sợi tre, sợi tencel. May 10 cũng có những dòng sản phẩm eco sử dụng những chất liệu như lanh và lụa, quảng bá cho những loại vải thân thiện và truyền thống của Việt Nam.

Nguồn năng lượng xanh: May 10 luôn hướng đến sự phát triển bền vững, sử dụng năng lượng xanh thông qua những việc làm thiết thực nhất. Trước đó tháng 11/2022, May 10 đã ký kết hợp tác với Công ty TNHH Greenyellow Power Ventures (GreenYellow) về việc phát triển dự án điện năng lượng mặt trời mái nhà tại nhà máy Xí nghiệp May Bỉm Sơn. Tháng 12/2022, May 10 cũng vinh dự được nhận danh hiệu sử dụng "Năng lượng xanh" 5 sao từ Sở Công Thương, UBND Thành phố Hà Nội.

Sử dụng nguồn nước có trách nhiệm: Trong công tác sản xuất, May 10 sử dụng nguồn nước chính trong quy trình giặt sản phẩm. Để đảm bảo cho việc sản xuất công nghiệp song vẫn tuân thủ các quy định an toàn lao động và theo kịp xu hướng xanh hoá, May 10 luôn nghiên cứu, tìm và phát triển những giải pháp giặt tiết kiệm nước và sử dụng hoá chất không gây độc hại và ô nhiễm nguồn nước, theo tiêu chuẩn của quốc tế qua các chứng chỉ như Reach, Oeko tex, và Bluesign.

Yếu tố con người: Một trong những giá trị trụ cột của May 10, đó là đặt người lao động vào vị trí cốt lõi của doanh nghiệp. Mỗi công nhân viên của May 10 đều được hưởng chế độ đãi ngộ tốt, theo tiêu chuẩn của quốc gia và ngành dệt may, được đóng bảo hiểm xã hội và khám sức khoẻ định kỳ. Môi trường làm việc lành mạnh, sạch sẽ và hiện đại, đáp ứng đủ các tiêu chí an toàn nơi lao động. Ngoài ra, Tổng Công Ty cũng quan tâm chăm lo tới những vấn đề về chất lượng cuộc sống của cán bộ nhân viên.❑

Trải nghiệm nhập vai của phòng trưng bày ảo

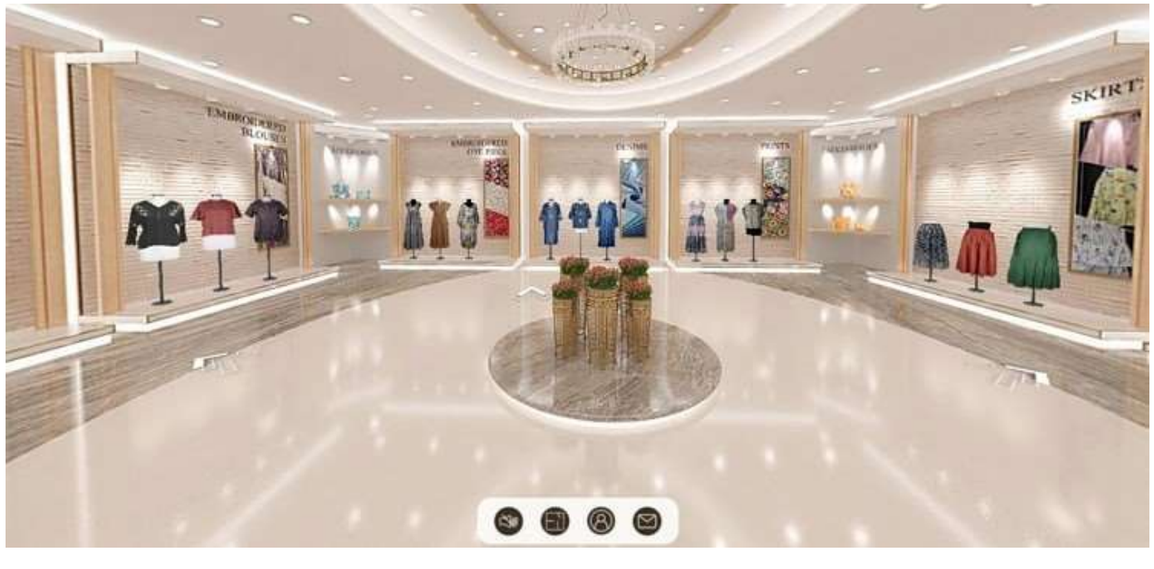
Thành công trong thu hút SỰ CHÚ Ý của khách hàng

Bài: HOÀNG THU HÀ

Phòng trưng bày ảo là một trong những ví dụ tốt nhất của marketing trải nghiệm người dùng giúp khách hàng hiểu thị trường bán lẻ và cho phép họ có nhiều thời gian để lựa chọn các sản phẩm trước khi tiến hành mua sắm.

Việc các nhà bán lẻ trong kỷ nguyên công nghệ ngày nay giải quyết tất cả các điểm chạm khách hàng để xây dựng mối quan hệ có lợi và dài hạn với khách hàng mục tiêu là điều bắt buộc. Các nhãn hàng giống như là những câu chuyện dành cho khách hàng và câu chuyện càng hấp dẫn thì càng nhiều cơ hội được khách hàng ưa thích. Đây là nơi marketing trải nghiệm người dùng chứng minh sự liên quan cao nhất của nó bằng cách thích ứng các công nghệ tương tác nhằm tối đa hóa sự hiểu biết về nhãn hàng.

Phòng trưng bày ảo là một trong những ví dụ tốt nhất về marketing trải nghiệm người dùng, lôi kéo khách hàng thông qua các trải nghiệm tương tác để xây dựng mối liên kết dài hạn và có cảm xúc với họ, do vậy cho phép khách hàng phân biệt các sản phẩm hoặc dịch vụ của một người với những sản phẩm và dịch vụ của người khác trong thị trường và ảnh hưởng tới sự mua sắm trong tương lai. Những trải nghiệm này giúp khách hàng hiểu thị trường bán lẻ và cho phép họ kiểm tra các sản phẩm hiện có trước khi thực hiện quyết định mua sắm.





TẠO CÂU CHUYỆN HẤP DẪN VỚI KHÁCH HÀNG



Các cửa hàng ảo mang lại cho người tiêu dùng cảm giác và trải nghiệm mua sắm trong thời gian thực trong khi đang ngồi ở cái ghế êm ái trong ngôi nhà họ. Một khi người mua hàng kết nối với người bán khi họ lựa chọn quần áo, người bán đưa ra sự lựa chọn ngay tức khắc không kể đến sự hiện diện của họ. Bằng cách phân tích khán giả mục tiêu, nền tảng có thể đưa ra chiến lược đúng cho các nhãn hàng/nhà bán lẻ để cảm thấy được họ hiện diện trên mạng xã hội và tạo nên sự hiểu biết.

Thực tế ảo (VR) cho phép khách hàng cá nhân hóa các sản phẩm của nhãn hàng, tìm tòi qua tất cả các chủng loại sản phẩm của nhãn hàng, là một phần của chuyến mua sắm ảo được hỗ trợ bởi trợ lý ảo tự động hóa gọi là avatar. Nó giúp các công ty có được lợi thế cạnh tranh như là tăng cường hình ảnh của nhãn hàng, xây dựng các mối quan hệ tin cậy với khách hàng, tiếp cận tới khách hàng trên toàn cầu do nó là một môi trường tương tác có thể truy cập dễ dàng online và tạo ra một chuyến mua hàng "thật ảo song hành" thật khi mà khách hàng khám phá các bộ sưu tập mới bên trong phòng trưng bày kỹ thuật số và mua "thật" các sản phẩm đã chọn từ các cửa hàng. Ngoài ra, các nhãn hàng có thể mở rộng sự tiếp cận của mình và sắp xếp hợp lý quá trình bán hàng thông qua phòng trưng bày ảo do có thể có nhiều người mua cùng lúc và nhiều đơn hàng có thể được chuẩn bị đồng thời, điều không thể có trong trường hợp phòng trưng bày thực.

Vào năm 2015, Tommy Hilfiger nảy ra ý tưởng phòng trưng bày ảo với mục tiêu chống lại các vấn đề môi trường, biến đổi khí hậu xảy ra do sản xuất mẫu thực. Thông qua phòng trưng bày ảo, nhãn hàng đã chuyển đổi hoàn toàn quá trình mua hàng trên toàn chuỗi giá trị bán lẻ và ngày nay công ty đã cắt giảm 65% mẫu thực trên toàn thế giới.

Nhãn hàng may mặc Itali Diesel đã phát triển Hyperoom, nền tảng bán hàng 360^{o} và phòng trưng bày ảo để hệ thống hóa toàn bộ quá trình



> *Theo ông Neha Singh, người sáng lập và là CEO của Obsess thì "cái chúng ta nhìn thấy được từ các phòng trưng bày ảo này dẫn tới gia tăng sự tương tác của khách hàng, gia tăng lòng trung thành và tăng tỷ lệ khách hàng truy cập.*

đặt hàng và mua hàng từ xa. OTB, công ty mẹ của Diesel, đã hỗ trợ trong việc tạo ra Hyperoom và sau này cũng xây dựng phòng trưng bày ảo của riêng công ty trong hyperoom. Phòng trưng bày ảo kỹ thuật số này gồm cận cảnh 2D, hiển thị 360^{o} và giúp xem cận cảnh sản phẩm cũng như từ khoảng cách xa, như thể ta làm việc này trong cửa hàng thực.

Obsess, một nhãn hàng của Mỹ, đưa ra cả mua sắm VR và AR, lôi kéo khách hàng thông qua các cửa hàng 360^{o} và thậm chí chuyển đổi các cửa hàng offline hoặc cửa hàng thời vụ thành chuyến đi ảo tương tác 360^{o}. Nền tảng mua sắm AR cho phép khách hàng không chỉ so sánh nhiều sản phẩm đặt cạnh nhau mà còn truy cập nội dung bổ sung như là các video và các khuyến nghị bởi các nhãn hàng và các nhà bán lẻ trước khi quyết định mua sắm.

Các cửa hàng ảo của Obsess được tạo nên hoàn toàn trên web, nên không cần có bất kỳ app đặc biệt hoặc tai nghe VR nào. Các cửa hàng ảo này được tạo ra bằng cách chụp ảnh cửa hàng bán lẻ thật và trình bày nó bằng kỹ thuật số cho nhiều đối tượng hơn hoặc bằng cách phát triển phòng trưng bày ảo hoàn toàn mới bằng cách dùng CGI (hình ảnh do máy tính tạo nên). Theo ông Neha Singh, người sáng lập và là CEO của Obsess thì "cái chúng ta nhìn thấy được từ các phòng trưng bày ảo này dẫn tới gia tăng sự tương tác của khách hàng, gia tăng lòng trung thành và tăng tỷ lệ khách hàng truy cập.

CÔNG NGHỆ PHÍA SAU PHÒNG TRƯNG BÀY ẢO

Các công nghệ nhập vai như là AR, VR và WebAR được sử dụng để phát triển các phòng trưng bày ảo do chúng hiển thị tất cả các vật thể trong kết xuất đồ họa 3D siêu thực hoặc làm cho chúng là một phần của trải nghiệm ngắm hàng.

Phòng trưng bày ảo AR là phổ biến nhất ngày nay do chúng giúp vẽ nên thế giới thực bằng kỹ thuật số mà không sử dụng bất kỳ thiết bị cụ thể nào. Phòng trưng bày ảo loại này đặt chồng thông tin và vật thể của thế giới thực chính xác đến nỗi khách hàng không cảm thấy khoảng cách giữa phòng trưng bày kỹ thuật số và thật. Trong trường hợp phòng trưng bày ảo VR, ta có thể truy cập khi dùng tai nghe VR hoặc kính thông minh và đi kèm là các video và audio. Các việc này đảm bảo tạo nên sự mời gọi khách hàng độc đáo, hoàn toàn tương tác trong phạm vi các bản chào hàng của nhãn hàng. Các phòng trưng bày ảo Web với công nghệ WebAR đưa ra các lựa chọn linh hoạt cho những ai muốn chọn phòng trưng bày ảo AR nhưng không muốn tải các app về. Các phòng này không cần các trình duyệt có thể truy cập, nhưng đồng thời các trải nghiệm web như vậy sẽ không phù hợp cho các chức năng tiên tiến và công nghệ WebAR không được hỗ trợ bởi điện thoại thông minh.



VirtuLab, có trụ sở ở Mumbai, là một trong những nhà cung cấp giải pháp phòng trưng bày ảo hàng đầu hỗ trợ trưng bày sản phẩm 3D với sự hỗ trợ của nhân viên trả lời online chăm sóc nhu cầu của khách hàng.

Theo ông Rohit Saraogi, CEO và là người đồng sáng lập VirtuLab thì "Phòng trưng bày ảo tạo cơ hội cho các nhãn hàng nghĩ và lập kế hoạch cho tương lai để thay đổi tiến lên tầm tiếp theo của mua sắm online – thương mại trải nghiệm người dùng hay là trải nghiệm mua sắm 3D. Các phòng trưng bày ảo hay hơn các catalog của thương mại điện tử, chuyển đổi mua sắm online thành trải nghiệm tương tác, có cảm giác tích cực và giống như trong đời thực trên màn hình. Tại cấp độ nhãn hàng, nó là nền tảng tuyệt vời để kết nối và phát triển các mối quan hệ với khách hàng online tại cấp độ biểu hiện cảm xúc. Đây là điều khác biệt chính và gia tăng giá trị so với giao diện thương mại điện tử có đôi chút trần tục".

Nó có các chức năng tiên tiến như là Add to Cart, Live Chat, Video Calling, Chatbots, Appointment Scheduling – 100% có thể tùy biến và có thể kết hợp vào website hiện hành của nhãn hàng. "Hãy nghĩ phòng trưng bày ảo là một công cụ marketing và công cụ hỗ trợ bán hàng cho nhãn hàng. Nó hoạt động như là môi trường tương tác, nhập vai và riêng biệt để tiếp đón khách hàng và cho xem các sản phẩm trên phông nền là câu chuyện về nhãn hàng", ông Rohit giải thích.

YeppAR ở Rajasthan cho phép các nhãn hàng và nhà bán lẻ từ các lĩnh vực sản xuất, xe ô tô, thời trang cho tới ngành dệt may, sử dụng các công nghệ phòng trưng bày ảo của công ty để tạo nên các hình ảnh mô phỏng 3D các sản phẩm và dịch vụ cũng có chất lượng tốt hơn thông qua các ảnh, video và các kênh khác của mạng xã hội. Nó mang lại cho người mua các phương tiện là các gian phòng đã được tùy biến và các tờ khai thông số sản phẩm để nắm được nhanh toàn bộ phòng trưng bày một cách tổng thể cũng như đi qua các chi tiết nhỏ và các công cụ tương tác và các phân tích chính xác làm mê hoặc người xem trong trải nghiệm nhập vai.

Abeam Consuting ở Mỹ được biết đến là cung cấp các giải pháp phòng thử ảo trung gian bằng cách sử dụng các tài sản tồn tại trên nền tảng của công ty, trên các website và các dịch vụ lưu trữ video khác. Bên cạnh hỗ trợ khách hàng trong việc ngắm nhìn sản phẩm ở chế độ 360^{o} trong các cửa hàng ảo và tải chúng lên website, công nghệ VR của công ty cũng hiển thị các thuộc tính chính của sản phẩm như là màu, cỡ, phom, mang lại cho ta cảm giác hoàn hảo khám phá các cửa hàng thực.❑

Nguồn: https://apparelresources.com/technology-news/retail-tech/virtual-showrooms-immersive-experience-succeeds-garnering-customer-attention/



Truyện ký

trong cát biển Cần Giờ

Tác giả: KIỀU BÍCH HẬU

Mượn được chiếc xe máy của phượt thủ Cao Quang Thắng, tôi mừng rơn. Ở đất Sài Gòn này, người quen thì nhiều mà người thân thì ít, bất chợt nhớ ra Thắng, người em trai kết nghĩa đáng tin cậy từ hồi Thắng còn trụ ở Hà Nội, tôi thấy trực giác một lần nữa hỗ trợ tôi. HJB muốn trải nghiệm đi xe máy ra vùng biển tại Việt Nam lần này, tôi thì muốn anh được hạnh phúc. Anh có một ước mơ mãnh liệt là được vi vu lượn xe máy trên cung đường Việt Nam. Chúng tôi đã nghéo tay nhau, là sẽ tổ chức một chuyến xuyên Việt cùng nhau bằng xe máy.

Trước khi sang Việt Nam, anh có một khủng hoảng tinh thần nho nhỏ trong việc xử lý tình huống với bạn gái cũ, mẹ của con gái anh, và dường như bế tắc khi hai người không tìm được tiếng nói chung trong việc chăm sóc con gái Anna của họ, nhất là trong lúc bé bị bệnh, phải vào viện cấp cứu. Trước khi đến Việt Nam với tôi, anh đã trải qua một tuần căng thẳng trong bệnh viện với con gái. Ngay khi con gái đỡ bệnh hơn, anh đã chạy thẳng từ bệnh viện về nhà, thu dọn vội hành lý, kịp bắt chuyến bay dài từ Budapest sang Hà Nội. Ông trời quả là biết thử thách lòng người.

Đêm hôm qua, trong khi dẫn HJB đi dạo phố Sài Gòn, lúc chúng tôi đi qua Nhà thờ Đức Bà, đang được bao kín lại để sửa chữa, thì giữa hai chúng tôi đã có một cuộc trao đổi sâu về tình yêu và hôn nhân.

- Hôn nhân không phải là mục đích của tình yêu – Tôi nói – Cho tới bây giờ, đã trải qua hai cuộc hôn nhân, thì em muốn yêu trong tự do, thoát khỏi mọi quy tắc thông thường mà người đời gán cho tình yêu.

- Anh từng kết hôn với một cô gái Đức, nhưng lại tan vỡ, và rồi thì có con với một cô gái Hungary, mà chẳng có hôn thú – HJB thú nhận

– Anh là một người không theo thói thường. Cho tới bây giờ, anh thấy mình không phù hợp với hôn nhân nữa. Bản chất của hôn nhân là sở hữu, anh phải là của em, tại sao anh lại ngắm cô gái khác??? Anh thấy nhiều cặp vợ chồng vẫn sống với nhau, nhưng cách họ giao tiếp với nhau thì thật kinh khủng. Tại sao lại cứ cần hôn nhân chứ? Để được hạnh phúc à? Anh thực sự không hiểu hạnh phúc là gì!

Nghe anh nói thế, tôi cũng ớ người ra. Hạnh phúc là gì ư? Tôi hiện đang cảm thấy hạnh phúc khi được ở bên anh, tràn trề hạnh phúc. Nhưng biết giải thích cho anh thế nào bây giờ nhỉ. Tôi nhún vai và im lặng.

Và hôm nay, trên xe máy, ngồi sau HJB, anh nhắc tôi hãy ôm anh thật chặt, chúng tôi phóng xe vi vút trên con đường đẹp trồng nhiều hoa hai bên, tôi cảm nhận hạnh phúc ấm áp tự tâm. Con đường thật vắng, xuyên giữa rừng Sác, thỉnh thoảng có những chú khỉ tinh nghịch chạy ra khỏi tán cây rừng, ngồi bên đường ngó nghiêng, thoáng thấy chúng tôi, chú khỉ lại vọt lẹ vào rừng. Dừng xe bên cây cầu bắc qua sông, HJB lấy điện thoại ra chụp cảnh dòng sông mềm lượn giữa rừng, với vài con thuyền nhỏ đánh cá lững lờ trôi, và một chiếc xuồng máy xé nước lao vọt dưới cầu, kinh động cả không gian thinh lặng. Anh sững sờ trước cảnh thiên nhiên xanh thắm mềm dịu đến không ngờ, chợt thốt lên: “Anh đã hiểu hạnh phúc là gì!”

Tôi để tiếng nói nhỏ ấy của anh nhẹ thấm lan trong tim, trong từng tế bào mình, mà không đáp lại điều gì. Anh chỉ cho tôi một chú cò trắng đang nhún nhảy lội bên bờ nước cạn, tìm bắt cá. Anh bảo tôi cùng bỏ khẩu trang, vì không khí quá tươi mát và trong lành. Chúng tôi đã thoát khỏi mọi ràng buộc căng thẳng với bao trách nhiệm đời thường. Chỉ bên nhau, đơn giản là hạnh phúc. Không cần quan tâm quá khứ hay lo lắng cho tương lai, cũng chẳng quan tâm xem mối quan hệ giữa hai chúng tôi là gì?

Cũng tối qua, khi ngồi trong một quán cà phê, gác chân lên lan can gỗ trò chuyện thật sâu, anh đã kéo tôi dựa vào anh và hỏi thật nghiêm túc: “Chúng ta là gì với nhau?”

Tôi đã cứng miệng không trả lời được. Tôi yêu anh, trong từng lúc tôi có những xung đột, nửa muốn làm vợ anh, nửa lại không, chỉ muốn yêu và thỉnh thoảng gặp nhau trong khao khát, trong hạnh phúc tràn trề. Tôi quá biết hôn nhân là thế nào rồi. Những trách nhiệm và đòi hỏi quá nhiều từ hai phía trong ràng buộc hôn nhân với nhau sẽ hủy diệt tình cảm đẹp đẽ, sẽ làm tiêu biến những xúc động sâu xa, sẽ triệt tiêu nguồn cảm hứng từ nhau… Giữa chúng tôi không chỉ có khao khát tinh thần, tâm giao hợp đạo, mà còn có những nụ hôn dài ngọt ngào, còn có cả gần gũi thể xác đồng điệu đến kinh ngạc. Tôi không kỳ vọng gì hơn nữa. Còn anh thì sao?

- Nếu em lấy chồng, thì hãy xóa hình chúng ta trong điện thoại, máy tính của em nhé – HJB trầm ngâm nói – Anh không nghĩ là người chồng mới của em sẽ chịu đựng được điều đó.

Quả vậy, màn hình điện thoại của tôi đặt chế độ chờ với hình ảnh hai chúng tôi lần đầu gặp nhau, rạng rỡ trong nụ cười của thiên thần. Tôi yêu bức ảnh ấy tới mức, mỗi khi nhìn ngắm, tôi đều được tiếp thêm năng lượng.

Tôi sẽ không bao giờ trả lời anh, tôi muốn gì trong mối quan hệ này. Tôi cũng sẽ không diễn tả được chính mình nữa kìa. Hãy cứ để nó là một ẩn số. Anh là tri kỷ, là người yêu, là chồng, là người anh, người bạn đồng nghiệp,…? Mà tại sao cứ phải dán một cái nhãn lên mối quan hệ giữa anh và tôi làm gì nhỉ! Đơn giản là quan hệ của chúng tôi vượt xa tất cả những gì quen thuộc mà loài người có thể gọi tên.

***

Sau chừng hơn hai tiếng đồng hồ vượt qua đoạn đường nhộn nhạo đông đúc ở Sài Gòn, qua cả cung đường bình yên đẹp đẽ ở Cần Giờ, tôi và HJB đã đến bãi biển. Cách đó chừng 5 cây số, anh đã nói với tôi rằng anh ngửi thấy vị biển. Thú thật, khi nhìn thấy cảnh bãi biển có vẻ hoang vu, với màu nước vẩn cát lờ nhờ, không xanh ngăn ngắt như biển Nha Trang hay biển Mỹ Khê, tôi có phần thất vọng. Trên bãi biển mênh mông, hoàn toàn vắng bóng du khách, chỉ có những dân chài lưới đang bận rộn với việc thả lưới, kéo bè. Có lẽ do bãi biển nước không trong xanh, nên du khách không tới đây chăng?

Tôi nhìn lại HJB, chỉ có chúng tôi là hai du khách trên bãi biển Cần Giờ hôm nay!

Nhưng ánh mắt anh đang ngời sáng hạnh phúc. Anh hỏi tôi liệu có đưa xe máy ra bãi biển chạy trên đó giống như một số dân chài đang dùng xe máy kéo bè ra khơi kia không. Tôi gật đầu và hai chúng tôi người dắt, người đẩy xe vượt qua kè đá, xuống bãi cát. Chúng tôi đụng một đám vỏ sò trắng lạo xạo dưới chân, cạnh đó là đám dân chài đang sàng sò, lọc ra các con cỡ lớn đổ vào bao dứa, con nhỏ hơn đổ vào thùng nhựa. HJB thích thú dừng lại, chống

chân chống xe, lấy điện thoại ra và hỏi xin phép được chụp ảnh cảnh những dân chài đang sàng sò. Họ gật đầu đồng ý luôn. Sang Việt Nam, thấy cảnh thú vị nào mà muốn chụp hình, HJB đều xin phép, chẳng như tôi hay bất cứ người Việt Nam nào, thích là chụp luôn chẳng phép tắc gì ráo!

HJB cởi giày, buộc vào sau xe máy rồi chụp một bức hình đôi giày lúc lắc sau xe, mỉm cười. Anh xắn quần và ra hiệu cho tôi lên xe để anh chở ra phía sóng. Bãi cát ở Cần Giờ có đặc điểm là rất chắc, không lún, nên chúng tôi có thể chạy xe máy thoải mái trên đó, giống như những dân chài. Chúng tôi chạy xe qua những vũng nước trên bãi cát, cho nước bắn toé ra hai bên và cùng cười vang sung sướng hồn nhiên như trẻ con nghịch nước. Đến đoạn gần mép nước, HJB thuyết phục tôi cởi giày. Anh xuống xe giúp tôi cởi giày và treo giày tôi lên khung xe phía trước. Trong lúc đang lúi húi cài khuy giày cho chặt vào càng khung xe, anh và tôi chợt nhận ra nước thủy triều đã nhanh chóng lao tới, dâng ngập đến ngang bắp chân.

Tôi hoảng hồn bảo anh phải quay xe ngay chạy vào bờ. Nhưng nước ào đến và cát nhanh không kém, đã tràn đến lấp kín nửa bánh xe máy. Tôi lấy hết sức bình sinh cùng HJB đẩy xe ra khỏi vũng lầy. Tôi kinh hãi nghĩ ngay đến tai họa, chiếc xe chết máy và bị thủy triều nhấn chìm trong cát. Chúng tôi biết làm thế nào, biết ăn nói ra sao với Thắng sau đó? Tại sao chúng tôi lại dại dột chạy xe máy lao ra biển trong lúc thủy triều đang lên nhanh chóng mặt! Sự ngốc nghếch của những người đang mờ mắt vì hạnh phúc quả là không giới hạn.

Nước biển thật biết chơi khăm chúng tôi. Tôi vừa đẩy xe, vừa la HJB hãy nổ máy xe để chạy cho nhanh khỏi khu vực nước biển đang dâng cao. Anh nổ máy nhưng



không được, thử lại lần hai, không được. Tôi đồ rằng nước biển đã ào vào máy làm chết máy!

Thật là thảm họa!

Nhưng đến lần khởi động thứ ba thì chiếc xe máy đã chịu hoạt động, HJB chạy xe máy lên một đoạn, rồi dừng và chờ tôi leo lên xe, chúng tôi vừa cười như điên dại, vừa chạy trốn, nước biển đuổi theo chúng tôi, nước té ướt chúng tôi từ đầu đến chân. Nhưng thoát rồi, vừa cười không nhặt được miệng, chúng tôi vừa lao xe lên chỗ có đám ngư dân đang sàng sò. Quả là không thể đùa được với nước, với thủy triều! Một cú thót tim, nhưng thật sự phiêu lưu, thật sự lạ lùng! Tôi bắt đầu có hứng với bãi biển này.

Chúng tôi lại người dắt, người đẩy xe máy vượt qua kè đá, vào dãy lán lợp tàu dừa của ngư dân ven bờ biển. Dựng xe máy, chúng tôi nhìn nhau cười sảng khoái, nụ cười thoát hiểm kỳ khôi. HJB cởi quần dài, chúng tôi phơi quần lên dây phơi của ngư dân, kẹp chặt lại phòng gã gió biển tinh quái có thể cuốn chiếc quần của anh đi mất. Sau đó, tôi cùng anh khoác ba lô ra biển. Chúng tôi sẽ dầm chân dưới biển.

- Nếu lúc chúng ta quay lại, không còn giày nữa thì sao? – Tôi hỏi.

- Thì chúng ta đi chân trần về lại Sài Gòn chứ sao! – HJB nhún vai, giơ hai tay lên tỏ ý không có gì quan trọng cả.

Anh đã lội xuống nơi nước sâu hơn, tôi ngần ngại dừng lại, xắn quần lên, dù quần tôi đã ướt hết.

HJB ngạc nhiên:

- Sao em không cởi luôn quần ngoài ra nhỉ? Ở đây có ai đâu ngoài hai chúng ta?

- Những người đánh cá kia kìa – Tôi nói, khoát tay chỉ bóng những dân chài phía xa ngoài sóng biển.

- Ồ, họ không quan tâm em đâu – HJB bảo – Họ chỉ nhìn cá thôi.

Ừ thì mặc kệ, tôi chạy nhanh lên phía nước cạn hơn, cởi quần dài ra, cố tình kéo chiếc áo thun xuống che đùi. Anh xoay lưng lại, bảo tôi buộc quần của tôi lên ba lô anh hong nắng cho khô. Tôi bám vào tay anh thật chắc, chúng tôi cùng tiến ra phía biển. Không nói với nhau thêm một lời nào, chúng tôi im lặng nghe sóng vỗ. Khi nước đã ngập ngang ngực, tôi tần ngần dừng lại.

HJB hỏi:

- Sao em dừng lại?

- Em không biết bơi.

- Em sợ chết à? Ai thì cũng sẽ chết thôi mà, nhất là biển tuyệt đẹp thế này thì đáng để biến mất chính nơi đây.

- Em chưa muốn chết lúc này - Tôi đáp – Có thể một tiếng sau thì được. Nhưng không phải bây giờ!

- Anh sẽ bơi, em mang tất cả những thứ này vào bờ. Có thể anh sẽ không quay lại nữa. Anh tìm thấy thiên đường nhỏ này rồi.

HJB cởi áo, bỏ ba lô rồi đưa cả cho tôi. Anh lao ra xa với sóng nước, hét lên:

- Tạm biệt em. Nói với Anna rằng bố nó rất yêu nó. Anh đi đây!

Tôi mỉm cười, biết là anh đùa, nhưng vẫn nghĩ, nếu anh cứ thế mà biến mất trong sóng nước, thì tôi biết làm gì đây! Tôi có thể cũng lao ra với biển, và biến mất hay không? Kết thúc của chúng tôi ở đây, là quá đẹp, quá lãng mạn rồi. Tôi đâu cần gì hơn!

Tôi mang áo ướt của anh, phơi lên cái cọc mà người dân chài cắm trên bãi cát, sát bờ kè. Tôi cũng phơi quần của mình lên cái cọc bên cạnh, đặt ba lô phía dưới rồi đi ra phía sóng. Tôi phóng tầm mắt ra xa tìm anh. Tôi thoáng thấy bờ vai trần trắng loang loáng phía xa, có lẽ đó là anh. Mảng trắng đó thoáng hiện, thoáng biến mất. Nước biển rất ấm, tôi ngồi dầm mình trong nước, tay lần xuống cát tìm những con sò, nhặt lên ngắm, rồi tung lại phía sóng xa xa. Tôi để não trống rỗng, không có ý nghĩ nào len vào. Dường như tôi không còn tồn tại, dường như tôi tan vào nước biển mặn. Tôi là biển, biển chứa đựng người đàn ông tôi yêu thương nhất lúc này. Biển là thiên đường nhỏ mà anh mới phát hiện, để rồi trầm mình trong đó. Biển là dòng nước mắt hạnh phúc vô tận của người đàn bà đang yêu và được yêu.

Tôi biết ơn Phật, Chúa, hay bất cứ đấng tối cao nào, đã run rủi sắp đặt nên thời khắc này, ở biển, khi chỉ có hai chúng tôi với nhau, vẫy vùng cùng sóng nước tinh khôi, bên những người dân chài chân chất, như những vị thánh linh coi quản biển, tạo nên không gian bình yên nhất, thanh tĩnh nhất cho hai chúng tôi tan hòa trong đó. Chúng tôi đã tìm thấy đỉnh cao của tình yêu, sự đồng điệu cùng cảm giác thần thánh ở đây, trong thiên đường nhỏ.

Từ phía sau, anh chộp lấy vai tôi bất ngờ, khiến tôi giật mình, ngã nhào xuống nước. Anh cũng ngã theo tôi, ôm lấy tôi với nụ hôn nhẹ mặn vị biển. HJB nâng tôi ngồi dậy, chúng tôi tựa vào nhau, anh nhìn ra biển, tôi nhìn vào bờ. Anh chắn sóng cho tôi. Anh khiến tôi nhớ tới bài thơ ngắn của anh "Hai phân tử".

Tôi bảo:
- Anh đọc bài thơ "Hai phân tử" đi.

HJB trầm ngâm một lát, như nhớ lại, và đọc chậm:

"Hai phân tử va chạm
Hai hạt cơ bản trần trụi nguyên sơ
Nỗi sợ vô hạn về một chân không
chúng va đập.

Sức nóng lan tỏa – tinh thần."

Bài thơ ẩn dụ, không dễ thẩm thấu ý tưởng tác giả khi đọc lần đầu. Tôi từng một lần tưởng tượng ra cảnh hai chúng tôi cùng nhau, ngồi trên bãi cát, như hai hạt cát, câm lặng. Hồi đó, dịch Covid-19 lan ra toàn cầu, mọi nơi cấm di chuyển, tôi từng tuyệt vọng vì nghĩ có thể chúng tôi sẽ không bao giờ gặp nhau được nữa. Hai nơi Âu – Á bỗng trở nên xa vời, không cách nào tiến lại gần nhau. Việc thinh lặng tựa vào nhau như hai hạt cát câm lặng trên bãi biển cũng là một ước mơ thật xa xỉ.

Thế mà lúc này, tôi không chỉ ngồi tựa vào anh, mà còn có thể chạm lên môi anh, cảm nhịp thở, nhịp tim anh… Tâm hồn tôi bay bổng cùng anh trong diễm phúc.

- Chúng ta đang ở thiên đường, sao trông em buồn thế? – HJB hỏi.

- Vì em quá hạnh phúc! – Tôi đáp – À, mà đúng ra là vì tóc em ướt thôi.

- Ôi Chúa ơi, anh không thể tin được lại có người buồn khi ở thiên đường!

- Dù ở đâu, thì em vẫn là phụ nữ, với những vấn đề của phụ nữ!

Tôi đã nói dối anh, thực ra, tôi đã để mình trôi khỏi khoảnh khắc hiện tại. Bởi tôi biết rồi chúng tôi sẽ rời khỏi thiên đường. Ngày mai thôi, anh trở về châu Âu, còn tôi ở lại Việt Nam với bộn bề công việc.

Và rồi thời gian cứ trôi chảy mãi. Thời gian sẽ xóa đi cả hai chúng tôi. Như sóng vừa xóa tên anh mà tôi viết lên cát. Anh không kịp nhìn thấy tên mình trọn vẹn.

Nhưng điều này là bất tử, chúng tôi đã tìm thấy thiên đường nhỏ, mãi mãi dành riêng cho chúng tôi, ở bãi biển Cần Giờ.

(Cần Giờ 9.2.2022)

THỜI TRANG & CUỘC SỐNG

PHONG ĐỘ NHÀ QUẢN LÝ

Tích lũy & kiểm soát "TRÍ TUỆ"

Cuộc cách mạng Công nghiệp lần thứ Tư tạo ra một thế giới mà ở trong đó các hệ thống sản xuất ảo và thực trên toàn cầu có thể liên kết với nhau một cách linh hoạt. Ông Klaus Schwab - một kỹ sư và nhà kinh tế người Đức, là Cựu Chủ tịch Diễn đàn Kinh tế Thế giới có nêu lên bốn loại hình thông minh người lãnh đạo cần có trong bối cảnh hiện nay



"Trí tuệ theo ngữ cảnh – tâm trí"

Các nhà lãnh đạo giỏi hiểu và kiểm soát trí tuệ theo ngữ cảnh. Ngữ cảnh được xác định như khả năng và sự sẵn sàng dự đoán những xu thế mới và liên kết chúng với nhau. Chúng cấu thành những đặc điểm chung của các nhà lãnh đạo giỏi qua các thế hệ và trong cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ tư, chúng là một điều kiện tiên quyết cho sự thích ứng và tồn tại.

Để phát triển trí tuệ theo ngữ cảnh, những người đưa ra quyết định phải hiểu giá trị của những mạng lưới đa dạng. Nhà lãnh đạo cũng cần chứng minh khả năng thay đổi những khuôn khổ tinh thần, các khung khái niệm và nguyên tắc tổ chức của họ. Trong một thế giới thay đổi nhanh chóng như hiện nay, việc suy nghĩ hạn chế và có một cái nhìn cứng nhắc về tương lai đang trở nên lỗi thời. Cách tiếp cận của nhà lãnh đạo đối với những vấn đề, những thách thức cần phải toàn diện, linh hoạt, liên tục tích hợp nhiều quan điểm và mối quan tâm đa dạng.







"Trí tuệ cảm xúc – trái tim"

Nhà tâm lý học quản lý David Caruso của Trung tâm Trí tuệ cảm xúc Đại học Yale đã nói, trí tuệ cảm xúc không nên bị coi là đối nghịch với trí tuệ lý trí hoặc "cảm xúc chiến thắng lý trí - đó là giao điểm độc đáo của cả hai". Đối với các nhà lãnh đạo doanh nghiệp, trí tuệ cảm xúc là nền tảng cho những kỹ năng quan trọng để thành công trong thời đại của cuộc Cách mạng công nghiệp lần thứ tư, cụ thể là sự tự nhận thức, tự điều chỉnh, động lực, sự đồng cảm và các kỹ năng xã hội. Tư duy kỹ thuật số, khả năng tổ chức hợp tác đa chức năng, san phẳng sự phân cấp, và xây dựng môi trường nhằm khuyến khích một thế hệ với những ý tưởng mới, đang hoàn toàn phụ thuộc vào trí tuệ cảm xúc.

"Trí tuệ cảm hứng – tâm hồn"

Trí tuệ cảm hứng liên tục tìm kiếm ý nghĩa và mục đích. Nó tập trung vào việc nuôi dưỡng thôi thúc sự sáng tạo và nâng giá trị nhân loại tới một sự hiểu biết tập thể và ý thức đạo đức mới dựa trên việc chia sẻ. Chia sẻ là ý tưởng chính. Công nghệ là một trong những lý do tại sao chúng ta hướng tới một xã hội lấy cá nhân làm trung tâm, trí tuệ cảm hứng cần thiết để cân bằng lại xu thế này hướng việc tập trung vào bản thân tiến tới mục đích chung. Để làm được điều này, tin tưởng là điều cần thiết. Cấp độ cao của việc tin tưởng là ủng hộ sự tham gia và làm việc nhóm. Trong một thế giới không có gì là bất biến, sự tin tưởng trở thành một trong những thuộc tính có giá trị nhất.

"Trí tuệ thể chất – cơ thể"

Thể chất bao gồm việc hỗ trợ và nuôi dưỡng sức khỏe và hạnh phúc cá nhân. Bởi khi tốc độ thay đổi nhanh chóng, độ phức tạp tăng lên thì nhu cầu phải giữ cho bản thân khỏe mạnh và giữ bình tĩnh dưới sức ép trở nên cần thiết hơn. Giấc ngủ, dinh dưỡng và tập thể dục trong cuộc sống là rất quan trọng. Ví dụ, việc tập thể dục đều đặn có một tác động tích cực đến cách chúng ta suy nghĩ, cảm nhận. Nó cũng ảnh hưởng trực tiếp tới hiệu suất công việc và khả năng thành công của chúng ta. Hiểu và nắm bắt những cách thức mới nhằm giữ cho cơ thể hài hòa và tâm trí, cảm xúc là vô cùng quan trọng.❑

www.orangeneedles.com

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.



PHONG PHU

Cho cuộc sống thêm Phong Phú



SẢN PHẨM CHỦ LỰC

Sợi - Chỉ may

Khăn bông

TỔNG CÔNG TY CỔ PHẦN PHONG PHÚ

48 Tăng Nhơn Phú, KP.3, P. Tăng Nhơn Phú B, Tp. Thủ Đức, TP. Hồ Chí Minh

028 6684 7979 028 3728 1893

phongphucorp.com - mollis.com.vn info@phongphucorp.com



Generos

Relaxed yet Refined

by garco10