TRIỂN VỌNG KINH TẾ TOÀN CẦU NĂM 2023

TIỀM ẨN NHIỀU RỦI RO, BẤT ỔN

Bài: VĂN PHÒNG HĐQT VINATEX



Triển vọng kinh tế toàn cầu tiếp tục ở trong tình trạng bấp bênh do những tác động tiêu cực từ cuộc chiến Nga-Ucraina, các chính sách tài khóa và tiền tệ tiếp tục bị thắt chặt để kìm chế lạm phát dai dẳng. Ngân hàng Thế giới trong tháng 6 đã cập nhật nâng dự báo tăng trưởng toàn cầu trong năm 2023 lên 2,1% so với mức 1,7% hồi tháng 1 do sức tiêu dùng mạnh của Mỹ cũng như sự phục hồi của Trung Quốc sau khi mở cửa trở lại. Dự kiến tăng trưởng tiền lương chậm lại ở mức 0,7% vào năm 2023. Lạm phát vẫn duy trì ở mức cao nhưng được dự báo sẽ giảm dần khi nhu cầu yếu đi và giá cả hàng hóa ở mức vừa phải, với điều kiện kỳ vọng lạm phát dài hạn vẫn được duy trì.

NỀN KINH TẾ TOÀN CẦU

Kinh tế toàn cầu vẫn trong tình trạng bất ổn trước bối cảnh chịu tác động kéo dài của các cú sốc tiêu cực chồng chéo của đại dịch, cuộc chiến Nga- Ucraina và chính sách tiền tệ thắt chặt mạnh mẽ để kiềm chế lạm phát cao. Tăng trưởng toàn cầu được dự báo sẽ chậm lại đáng kể trong nửa cuối năm nay và tiếp tục suy yếu vào năm 2024. Áp lực lạm phát vẫn còn và chính sách tiền tệ thắt chặt dự kiến sẽ ảnh hưởng đáng kể đến hoạt động kinh tế. Căng thẳng gần đây trong lĩnh vực tài chính ngân hàng ở các nền kinh tế tiên tiến cũng có thể sẽ làm giảm hoạt động kinh tế do điều kiện tín dụng hạn chế hơn. Khả năng khủng hoảng ngân hàng lan rộng và chính sách tiền tệ thắt chặt hơn có thể dẫn đến tăng trưởng toàn cầu thậm chí còn yếu đi. Chi phí đi vay gia tăng ở các nền kinh tế tiên tiến gây rủi ro xáo trộn tài chính ở các nền kinh tế đang phát triển và thị trường mới nổi (EMDE).

World Bank nâng mức dự báo tăng trưởng GDP toàn cầu trong 2023 nhưng lại giảm mức dự báo cho năm 2024

Trong báo cáo Triển vọng kinh tế toàn cầu mới nhất (tháng 6/2023), Ngân hàng Thế giới cho biết GDP toàn cầu thực tế sẽ tăng 2,1% trong năm nay. Con số này tăng so với dự báo 1,7% được đưa ra vào tháng 1 nhưng thấp hơn nhiều so với tốc độ tăng trưởng năm 2022 là 3,1%.

Vào tháng 1, Ngân hàng Thế giới đã cảnh báo rằng GDP toàn cầu đang chậm lại trước bờ vực suy thoái, nhưng kể từ đó, sức mạnh trên thị trường lao động và sức tiêu dùng ở Mỹ đã vượt quá mong đợi cũng như sự phục hồi của Trung Quốc sau các đợt phong tỏa do Covid-19.

Tăng trưởng của Hoa Kỳ cho năm 2023 hiện được dự báo là 1,1%, cao hơn gấp đôi so với mức 0,5% dự báo vào tháng 1, trong khi tăng trưởng của Trung Quốc dự kiến sẽ tăng lên 5,6%, so với mức dự báo 4,3% vào tháng 1 sau khi mức tăng trưởng giảm 3% do Covid-19 vào năm 2022 .

TRIỂN VỌNG TOÀN CẦU

Sau khi tăng trưởng 3,1% vào năm ngoái, nền kinh tế toàn cầu dự kiến sẽ chậm lại đáng kể vào năm 2023, xuống còn 2,1%, trong bối cảnh chính sách tiền tệ tiếp tục thắt chặt để kiềm chế lạm phát cao, trước khi phục hồi nhẹ vào năm 2024, lên 2,4%. Các điều kiện tài chính toàn cầu thắt chặt và tình trạng cầu bị suy yếu được dự kiến sẽ ảnh hưởng đến tăng trưởng ở các nền kinh tế đang phát triển và thị trường mới nổi (EMDE). Các dự báo tăng trưởng ở các quốc gia đã được điều chỉnh





Ảnh minh họa

giảm trong thời gian dự báo, do dữ liệu mạnh hơn dự kiến vào đầu năm 2023 thấp hơn mong đợi. Lạm phát vẫn dai dẳng nhưng được dự báo sẽ giảm dần khi nhu cầu yếu đi và giá cả hàng hóa ở mức vừa phải, với điều kiện kỳ vọng lạm phát dài hạn vẫn được duy trì.

Triển vọng tăng trưởng yếu và rủi ro gia tăng trong ngắn hạn sẽ làm tiềm năng tăng trưởng chậm lại trong dài hạn, vốn đã trở nên trầm trọng hơn do các cú sốc chồng chéo của đại dịch, cuộc chiến Nga- Ucraina và sự thắt chặt mạnh mẽ của các điều kiện tài chính toàn cầu. Bối cảnh khó khăn này làm nổi bật vô số thách thức chính sách. Những thất bại gần đây của ngân hàng kêu gọi tập trung đổi mới vào cải cách quy định tài chính toàn cầu. Hợp tác toàn cầu cũng cần thiết để đẩy nhanh quá trình chuyển đổi năng lượng sạch, giảm thiểu biến đổi khí hậu và giảm nợ cho việc ngày càng nhiều quốc gia gặp khó khăn về nợ nần.

TRIỂN VỌNG KHU VỰC

Tăng trưởng dự kiến sẽ khác nhau giữa các khu vực EMDE trong năm nay và năm tới. Dự kiến kinh tế sẽ tăng trưởng vào năm 2023 ở Đông Á Thái Bình Dương (EAP), Châu Âu và Trung Á (ECA), khi việc mở cửa trở lại của Trung Quốc thúc đẩy sự phục hồi và khả năng tăng trưởng ở một số nền kinh tế lớn được cải thiện.

Tác động kéo dài của cuộc chiến Nga- Ucraina sẽ tiếp tục ảnh hưởng đến tăng trưởng giữa các khu vực. Rủi ro đối với triển vọng tăng trưởng của tất cả các khu vực bao gồm căng thẳng tài chính toàn cầu có thể tiếp tục gia tăng và lạm phát trong nước dai dẳng hơn so với dự báo ban đầu. Căng thẳng địa chính trị, xung đột và bất ổn xã hội, thiên tai bắt nguồn từ biến đổi khí hậu cũng tiềm ẩn những tác động tiêu cực ở các mức độ khác nhau. Những rủi ro này có thể làm suy yếu hơn nữa tốc độ tăng trưởng tiềm năng, dẫn đến thời kỳ tăng trưởng chậm hơn kéo dài ở tất cả các khu vực EMDE.

CÁC NỀN KINH TẾ LỚN- CHUYỂN BIẾN TÍCH CỰC VÀ TRIỂN VỌNG

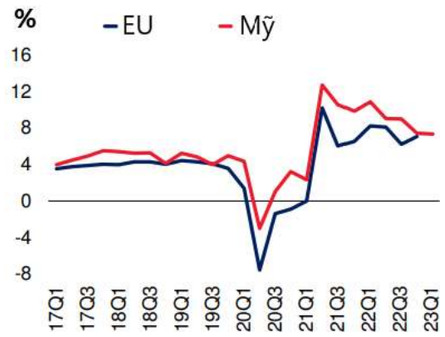
Ở các nền kinh tế phát triển, hoạt động kinh tế chậm lại với tốc độ chậm hơn dự kiến vào đầu năm 2023 nhưng sẽ suy yếu đáng kể vào cuối năm. Các đợt tăng lãi suất trong quá khứ và đang diễn ra, điều kiện tín dụng thắt chặt hơn trong bối cảnh căng thẳng của ngành ngân hàng, thị trường lao động suy yếu và tác động kéo dài của giá năng lượng tăng đột biến vào năm 2022 dự báo sẽ tiếp tục kìm hãm tăng trưởng. Thị trường lao động bị thắt chặt ở một số quốc gia phần nào đã được hỗ trợ bởi sự tăng trưởng tiền lương mạnh mẽ, do đó ngăn chặn sự suy giảm mạnh trong tiêu dùng (hình A). Sự thắt chặt trong thị trường lao động một phần liên quan đến sự suy giảm nguồn cung lao động, với tỷ lệ tham gia lực lượng lao động giảm (một phần do tỷ lệ nghỉ hưu sớm tăng). Ở Hoa Kỳ, số giờ làm việc của lao động giảm. Trong quý đầu tiên của năm 2023, GDP của Hoa Kỳ đã tăng 1,1% trên cơ sở hàng quý, được hỗ trợ bởi mức tiêu thụ mạnh mẽ trên diện rộng. GDP khu vực đồng Euro tăng 0,3% với tốc độ hàng năm, phản ánh giá năng lượng thấp hơn, giảm bớt tắc nghẽn nguồn cung và hỗ trợ chính sách tài khóa cho các doanh nghiệp và hộ gia đình. Tại Trung Quốc, tăng trưởng được dự báo sẽ phục hồi nhanh hơn so với dự kiến trước đó, phản ánh hiệu quả của chính sách hỗ trợ và mở cửa lại nền kinh tế, trước khi giảm dần vào cuối năm 2023.



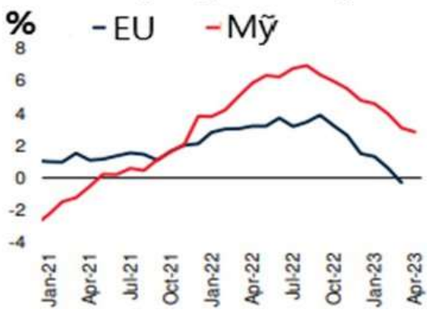
2024 do sự phục hồi ở khu vực đồng tiền chung châu Âu. Hoạt động mạnh hơn dự kiến vào đầu năm 2023 được dự đoán sẽ thúc đẩy tăng trưởng trung bình hàng năm cao hơn 0,2 điểm phần trăm so với dự báo vào tháng 1, bất chấp sự suy yếu dự kiến trong nửa cuối năm.

Ngược lại, đà tăng trưởng trong năm 2024 yếu hơn so với dự báo trước đó, do tác động chậm hơn của việc tăng lãi suất chính sách tiền tệ, cũng như những trở ngại bổ sung từ các điều kiện tín dụng thắt chặt hơn. Tại Hoa Kỳ, tăng trưởng dự kiến sẽ yếu đi đáng kể trong suốt năm 2023 và đầu năm 2024, chủ yếu là do tác động trễ của việc tăng mạnh lãi suất chính sách trong hơn một năm rưỡi qua nhằm hạ thấp tỷ lệ lạm phát cao nhất kể từ đầu năm những năm 1980. Các ước tính dựa trên mô hình cho thấy tác động lớn nhất đối với tăng trưởng từ việc thắt chặt này có thể xảy ra vào năm 2023. Ngoài ra, các ngân hàng đổ vỡ gần đây đã góp phần làm chậm quá trình tạo tín dụng (hình B). Tín dụng chặt chẽ hơn cũng sẽ ảnh hưởng đến hoạt động ngắn hạn. Tiêu thụ đã được phục hồi nhưng dự kiến sẽ chậm lại đáng kể. Chi phí đi vay cao hơn và điều kiện tài chính chặt chẽ hơn sẽ ảnh hưởng đến chi tiêu của các hộ gia đình khi lượng lớn tiền tiết kiệm tích lũy được trong thời kỳ đại dịch đã cạn kiệt và thị trường lao động thắt chặt bất thường bắt đầu tái cân bằng, giảm dần tỷ lệ thất nghiệp cao trong lịch sử (hình C). Tiêu dùng và đầu tư dân cư giảm tốc có thể sẽ góp phần khiến hoạt động rất yếu trong nửa cuối năm 2023. Sau khi tăng trưởng 1,1% vào năm 2023, nền kinh tế Hoa Kỳ có thể sẽ vẫn yếu vào năm 2024, giảm tốc xuống 0,8% và dự kiến sẽ tăng lên vào cuối năm tới, khi lạm phát giảm bớt và tác động của việc thắt chặt chính sách tiền tệ giảm dần.

A. Tăng trưởng tiền lương

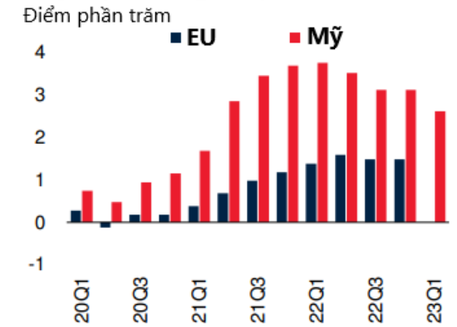


B.Cho vay ngân hàng

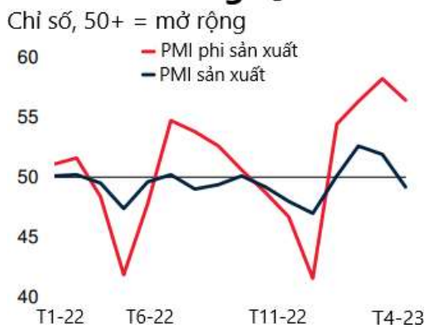


Tăng trưởng của các nền kinh tế tiên tiến năm 2023 được dự báo ở mức là 0,7- thấp hơn nhiều so với mức 5,4% năm 2021 và 2,6% năm 2022. Các điều kiện tín dụng hạn chế hơn do căng thẳng của khu vực ngân hàng ở các nền kinh tế tiên tiến sẽ làm tăng trưởng chậm lại trong nước. Giá năng lượng tăng trong quá khứ và dự kiến thị trường lao động sẽ yếu đi cũng được dự đoán sẽ ảnh hưởng đến nền kinh tế. Tăng trưởng dự kiến sẽ tăng tốc một cách khiêm tốn lên 1,2% vào năm

C.Tỷ lệ trống việc làm



D. PMI ở Trung Quốc



Tại khu vực đồng Euro, tăng trưởng đã chứng tỏ khả năng phục hồi tốt hơn dự kiến vào đầu năm, do thời tiết ấm hơn và giá khí đốt tự nhiên thấp hơn. Áp lực về giá năng lượng đã giảm bớt, nhưng lạm phát cơ bản vẫn tăng, phản ánh sức mạnh của thị trường lao động, tăng trưởng tiền lương mạnh mẽ, ảnh hưởng trễ từ giá gas và điện cao, và áp lực về giá ngày càng lớn. Tăng trưởng được dự báo sẽ giảm xuống 0,4% vào năm 2023, từ mức 3,5% vào năm 2022, chủ yếu do tác động trễ của việc thắt chặt chính sách tiền tệ. Việc điều chỉnh tăng 0,4 điểm phần trăm đối với tăng trưởng trong năm nay so với tháng 1 chủ yếu phản ánh dữ liệu tốt hơn mong đợi vào đầu năm và việc hạ dự báo giá năng lượng. Sau khi chạm đáy vào năm 2023, tăng trưởng dự kiến sẽ ổn định ở mức 1,3% vào năm 2024. Việc điều chỉnh giảm 0,3 điểm phần trăm đối với dự báo cho năm 2024 phần nào phản ánh tác động của chính sách tiền tệ thắt chặt trong một thời gian dài hơn so với dự kiến trước đây.

Tại Nhật Bản, tốc độ tăng trưởng dự kiến sẽ chậm lại ở mức 0,8% vào năm 2023, do tác động trễ của việc thắt chặt chính sách tiền tệ đồng bộ ở các nền kinh tế tiên tiến lớn ảnh hưởng đến nhu cầu bên ngoài. Mặc dù áp lực về giá dự kiến sẽ giảm bớt vào nửa cuối năm 2023 khi quá trình truyền dẫn từ giá nhập khẩu tăng cao diễn ra, nhưng tốc độ tăng lương thực tế kéo dài sẽ kìm hãm nhu cầu của người tiêu dùng. Tăng trưởng được dự đoán sẽ giảm thêm xuống còn 0,7% vào năm 2024, một phần là kết quả của việc dần dần dỡ bỏ hỗ trợ chính sách kinh tế vĩ mô.

Tại Trung Quốc, hoạt động kinh tế phục hồi trở lại vào đầu năm 2023, được thúc đẩy bởi việc mở cửa trở lại nền kinh tế sớm hơn dự kiến, thúc đẩy chi tiêu của người tiêu dùng, bao gồm cả hoạt động liên quan đến dịch vụ *(hình D).*

Lĩnh vực bất động sản bắt đầu nổi lên sau thời kỳ suy thoái kéo dài, được hỗ trợ bởi các chính sách đa dạng. Tăng trưởng dự kiến sẽ phục hồi lên mức 5,6% vào năm 2023, do việc mở cửa trở lại nền kinh tế thúc đẩy chi tiêu của người tiêu dùng, đặc biệt là đối với các dịch vụ trong nước. Đầu tư dự kiến sẽ chỉ tăng nhẹ khi các biện pháp kích thích liên quan đến cơ sở hạ tầng giảm dần và mức nợ cao ảnh hưởng đến sự phục hồi của lĩnh vực bất động sản. Lạm phát dự kiến sẽ vẫn ở dưới mức mục tiêu, cho phép chính sách tiền tệ duy trì ở mức nhẹ. Với việc thúc đẩy mở cửa trở lại giảm dần trong nửa cuối năm, tốc độ tăng trưởng sẽ chậm lại ở mức 4,6% vào năm 2024, do mức tiêu thụ vừa phải bù đắp cho sự gia tăng nhỏ trong xuất khẩu. Các rủi ro giảm giá chính bao gồm căng thẳng trong lĩnh vực bất động sản, tăng trưởng và sự suy giảm mạnh ở thương mại toàn cầu và khả năng kéo dài của các đợt sóng Covid-19 gây gián đoạn…❑

Nguồn: https://openknowledge.worldbank.org/server/api/core/bitstreams/9891892a-bc69-46fa-8ecc-e58b9fa019e8/content

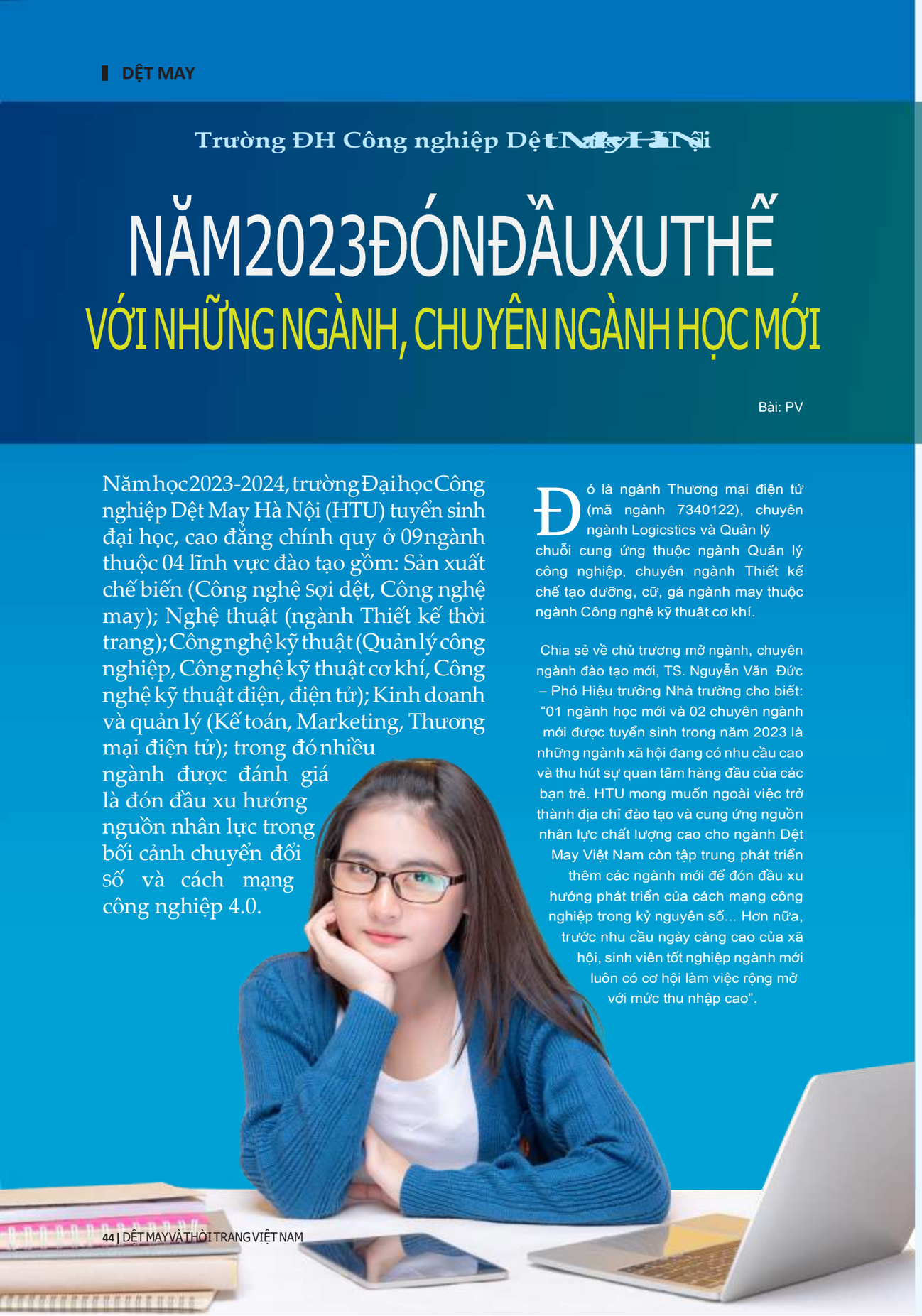


Trường ĐH Công nghiệp Dệt May Hà Nội

NĂM 2023 ĐÓN ĐẦU XU THẾ VỚI NHỮNG NGÀNH, CHUYÊN NGÀNH HỌC MỚI

Bài: PV

Năm học 2023-2024, trường Đại học Công nghiệp Dệt May Hà Nội (HTU) tuyển sinh đại học, cao đẳng chính quy ở 09 ngành thuộc 04 lĩnh vực đào tạo gồm: Sản xuất chế biến (Công nghệ sợi dệt, Công nghệ may); Nghệ thuật (ngành Thiết kế thời trang); Công nghệ kỹ thuật (Quản lý công nghiệp, Công nghệ kỹ thuật cơ khí, Công nghệ kỹ thuật điện, điện tử); Kinh doanh và quản lý (Kế toán, Marketing, Thương mại điện tử); trong đó nhiều ngành được đánh giá là đón đầu xu hướng nguồn nhân lực trong bối cảnh chuyển đổi số và cách mạng công nghiệp 4.0.



Đó là ngành Thương mại điện tử (mã ngành 7340122), chuyên ngành Logicstics và Quản lý chuỗi cung ứng thuộc ngành Quản lý công nghiệp, chuyên ngành Thiết kế chế tạo dưỡng, cữ, gá ngành may thuộc ngành Công nghệ kỹ thuật cơ khí.

Chia sẻ về chủ trương mở ngành, chuyên ngành đào tạo mới, TS. Nguyễn Văn Đức – Phó Hiệu trưởng Nhà trường cho biết: "01 ngành học mới và 02 chuyên ngành mới được tuyển sinh trong năm 2023 là những ngành xã hội đang có nhu cầu cao và thu hút sự quan tâm hàng đầu của các bạn trẻ. HTU mong muốn ngoài việc trở thành địa chỉ đào tạo và cung ứng nguồn nhân lực chất lượng cao cho ngành Dệt May Việt Nam còn tập trung phát triển thêm các ngành mới để đón đầu xu hướng phát triển của cách mạng công nghiệp trong kỷ nguyên số... Hơn nữa, trước nhu cầu ngày càng cao của xã hội, sinh viên tốt nghiệp ngành mới luôn có cơ hội làm việc rộng mở với mức thu nhập cao".



NGÀNH THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ

Tại HTU, ngành Thương mại điện tử sẽ cung cấp cho sinh viên các kiến thức, kỹ năng về Thương mại điện tử 4.0 để tổ chức, điều hành doanh nghiệp kinh doanh trên mạng Internet như: Xây dựng và triển khai ứng dụng Thương mại điện tử, Marketing điện tử; Thực hiện các hoạt động Thương mại điện tử cho doanh nghiệp như: Quảng cáo trực tuyến, tìm kiếm tập khách hàng tiềm năng và chăm sóc khách hàng, Xây dựng quản lý các website Thương mại điện tử, triển khai các hoạt động marketing trên mạng truyền thông xã hội (Social media)... Thực hiện các hoạt động bán hàng xuyên biên giới trên các sàn Thương mại điện tử thế giới như: Amazon, eBay, Alibaba. Thiết lập và quản lý các Website, Fanpage về Thương mại điện tử của doanh nghiệp.

Đặc biệt, với uy tín, chất lượng hàng đầu trong đào tạo nhân lực cho ngành Dệt May, ngoài được cung cấp các kiến thức ở trên, sinh viên còn được định hướng năng lực triển khai thương mại điện tử cho nhóm hàng trang phục thời trang, nhóm hàng phổ biến nhất trong các giao dịch trực tuyến.

Là thành viên chính thức của mạng lưới các cơ sở đào tạo ngành Thương mại điện tử quốc gia, sinh viên Nhà trường có cơ hội được giao lưu, chia sẻ chuyên môn và kinh nghiệm học tập, nghiên cứu giữa các cơ sở đào tạo; sinh viên được học tập, thực tập trong điều kiện tốt nhất, gắn liền với môi trường Thương mại điện tử 4.0. Đây là điều kiện thuận lợi để ngành Thương mại điện tử của trường Đại học Công nghiệp Dệt May Hà Nội tổ chức đào tạo có chất lượng, sát thực tế.









CHUYÊN NGÀNH LOGISTICS VÀ QUẢN LÝ CHUỖI CUNG ỨNG

Theo kết quả khảo sát của Hiệp hội Phát triển nhân lực Logistics Việt Nam, từ nay tới năm 2030, mỗi năm cả nước cần khoảng 20.000 lao động chất lượng cao ngành logistics; năm 2030, ngành logistics sẽ cần khoảng 2 triệu lao động. Tuy nhiên, nguồn nhân lực logistics và quản lý chuỗi cung ứng tại Việt Nam đang thiếu cả về số lượng lẫn chất lượng. Số lao động được đào tạo bài bản về dịch vụ logistics chỉ chiếm khoảng 5 - 7% số lao động hiện đang làm việc trong lĩnh vực này. Đến năm 2030 nguồn nhân lực logistics của Việt Nam chỉ đáp ứng được khoảng 10% nhu cầu của thị trường.

Chuyên ngành Logistics & Quản lý chuỗi cung ứng là một định hướng chuyên ngành thuộc chương trình đào tạo ngành Quản lý công nghiệp. Chuyên ngành này trang bị các kiến thức cơ sở và chuyên ngành về Logistics và Quản lý chuỗi cung ứng, hiểu biết sâu rộng về các kiến thức, kỹ thuật và công cụ trong lĩnh vực Logistics để nâng cao khả năng xác định và giải quyết vấn đề đa dạng bằng cách sử dụng hiệu quả các hệ thống máy tính, phần mềm quản lý hiện đại, công nghệ và giải pháp tiên tiến trong lĩnh vực E-logistics và các lĩnh vực có liên quan.

Với chương trình học đề cao tính ứng dụng thực hành, sinh viên được tăng cường kỹ năng, kiến thức thực tiễn như: Kỹ năng về công nghệ thông tin, ngoại ngữ, khả năng sử dụng các phần mềm logistics thông minh, năng lực quản trị mua hàng, quản trị vận tải, quản trị kho hàng…

> *Năm 2030, ngành logistics sẽ cần khoảng 2 triệu lao động. Tuy nhiên, nguồn nhân lực logistics và quản lý chuỗi cung ứng tại Việt Nam đang thiếu cả về số lượng lẫn chất lượng. Số lao động được đào tạo bài bản về dịch vụ logistics chỉ chiếm khoảng 5 - 7% số lao động hiện đang làm việc trong lĩnh vực này. Đến năm 2030 nguồn nhân lực logistics của Việt Nam chỉ đáp ứng được khoảng 10% nhu cầu của thị trường.*

> *Với sứ mạng đào tạo cung cấp nguồn nhân lực chất lượng cao, đồng hành cùng với doanh nghiệp để phát triển, năm 2023 trường Đại học Công nghiệp Dệt May Hà Nội mở chuyên ngành Thiết kế, chế tạo dưỡng, cữ, gá ngành may. Đây là một trong những chuyên ngành mới của ngành Công nghệ kỹ thuật cơ khí và là lối đi riêng thể hiện sự khác biệt trong công tác đào tạo của Trường.*

CHUYÊN NGÀNH THIẾT KẾ, CHẾ TẠO DƯỠNG, CỮ, GÁ NGÀNH MAY

Để đạt được mục tiêu xuất khẩu đạt từ 47-48 tỷ USD vào năm 2023 các doanh nghiệp dệt may phải nâng cao năng suất lao động với mức tăng ít nhất 7%-10%/năm (cao gần gấp đôi mức tăng năng suất lao động bình quân cả nước của ngành công nghiệp chế biến chế tạo vào năm 2020 là 4,9%). Mục tiêu này chỉ có thể đạt được nếu có sự đóng góp tích cực của nguồn nhân lực Thiết kế, chế tạo dưỡng, cữ, gá để thúc đẩy nhanh chóng tốc độ tăng năng suất lao động của ngành dệt may.





Với sứ mạng đào tạo cung cấp nguồn nhân lực chất lượng cao, đồng hành cùng với doanh nghiệp để phát triển, năm 2023 trường Đại học Công nghiệp Dệt May Hà Nội mở chuyên ngành Thiết kế, chế tạo dưỡng, cữ, gá ngành may. Đây là một trong những chuyên ngành mới của ngành Công nghệ kỹ thuật cơ khí và là lối đi riêng thể hiện sự khác biệt trong công tác đào tạo của Trường.

Học chuyên ngành này, bên cạnh các kiến thức nền tảng của ngành Công nghệ kỹ thuật cơ khí, sinh viên được trang bị nhiều năng lực liên quan đến thiết kế, chế tạo dưỡng, cữ, gá cho công nghiệp may mặc như: (1) Năng lực đánh giá khả năng tự động hóa thao tác may bằng dưỡng, cữ; năng lực đánh giá khả năng cải tiến thiết bị may bằng các cơ cấu tự động hóa, cơ cấu gá lắp để nâng cao năng suất lao động của các doanh nghiệp may. (2) Năng lực thiết kế nhiều loại dưỡng, cữ, gá, cơ cấu tự động hóa bằng kỹ thuật 2D, 3D sử dụng cho thiết bị may công nghiệp như: máy may 1 kim, 2 kim, đính bọ, vắt sổ, Kansai, bổ túi tự động, thùa đính điện tử, máy may lập trình… ; (3) Năng lực chế tạo dưỡng, cữ, gá, cơ cấu tự động hóa bằng các hệ thống CAD/CAM, công nghệ CNC phù hợp với các loại thiết bị may công nghiệp, phù hợp với công nghệ sản xuất các sản phẩm thời trang, phức tạp như Jacket nhiều lớp, veston và váy thời trang, quần âu và Jeans thời trang…

Chuyên ngành này tạo điều kiện cho các bạn sinh viên yêu thích thiết kế, chế tạo, cải tiến bằng công nghệ hiện đại trong cơ khí có cơ hội được thể hiện tố chất sáng tạo của bản thân, giúp ngành dệt may Việt Nam tiếp tục khẳng định vị thế vững chắc trong cạnh tranh toàn cầu thông qua công cụ nâng cao năng suất lao động.❑



"Điểm chạm" GIỮA DOANH NGHIỆP VÀ SINH VIÊN

Bài: AN MY

"Ngày hội việc làm HTU 2023" là sự kiện thường niên được Đại học Công nghiệp Dệt May Hà Nội (HTU) tổ chức. Sự kiện không chỉ là cầu nối giữa nhà tuyển dụng và doanh nghiệp mà còn là "bước đệm" giúp sinh viên HTU hiểu nghề, hiểu việc từ đó định hướng được công việc trong tương lai.

BƯỚC "CHUẨN BỊ" NGUỒN NHÂN LỰC CHẤT LƯỢNG CAO

TS. Hoàng Xuân Hiệp – Hiệu trưởng HTU cho biết, mặc dù thị trường xuất khẩu bị thu hẹp, hoạt động SXKD gặp nhiều khó khăn, nhưng các doanh nghiệp (DN) vẫn ưu tiên và đồng hành cùng với nhà trường tổ chức "Ngày hội việc làm HTU 2023. Đây là hoạt động thường niên để sinh viên HTU gặp gỡ các DN, tìm kiếm cơ hội việc làm, đồng thời giúp các DN tuyển dụng được nguồn nhân lực có chất lượng đã qua đào tạo.

Chia sẻ thông tin về thị trường dệt may thế giới, tình hình xuất khẩu của ngành Dệt May Việt Nam trong những tháng đầu năm 2023, TS. Hoàng Xuân Hiệp nhận định, mặc dù tình hình lạm phát của các thị trường xuất khẩu dệt may lớn như Mỹ đã hạ nhiệt, nhưng nếu như FED tiếp tục tăng lãi suất để giữ an toàn cho hệ thống ngân hàng trước bối cảnh nhiều ngân hàng của nước này bị sụp đổ thì có thể kéo theo tâm lý và sức mua của người tiêu dùng vẫn rơi vào "ảm đạm" và kéo dài trong nhiều tháng tới. Trong bối cảnh đó, ngành Dệt May Việt Nam tiếp tục có nhiều dự báo xấu khi đơn hàng tiếp tục sụt giảm, quy mô đơn hàng nhỏ và giá gia công xuống thấp. Tuy nhiên, trước những khó khăn của thị trường, các DN trong hệ thống Vinatex và các doanh nghiệp trong ngành vẫn duy trì và đảm bảo ổn định việc làm, thu nhập cho NLĐ. Đó là sự nỗ lực rất lớn của các DN trong bối cảnh thị trường còn nhiều khó khăn. Đồng thời, nhiều DN còn tiếp tục ký kết các hợp đồng đào tạo dài hạn cùng với HTU nhằm có sự chuẩn bị về công tác nhân sự khi thị trường khởi sắc.

"Trong bối cảnh khó khăn chung, việc các DN cần quan tâm là củng cố với nhau về thông tin, đơn hàng và duy trì nguồn nhân lực. Tôi nhận thấy, sau mùa Đại hội đồng cổ đông năm 2023, hầu hết các DN cổ phần, các DN tư nhân đều đặt kế hoạch về doanh thu giảm từ 15%, lợi nhuận giảm từ 30% thậm chí có DN giảm tới 50% so với cùng kỳ 2022. Tuy nhiên, phần lớn các DN đều ưu tiên giữ vững lực lượng lao động với việc duy trì các chỉ số về thu nhập bình quân của người lao động so với năm trước. Rõ ràng, các DN đều nhận định việc giữ chân NLĐ là một trong những nhiệm vụ quan trọng để khi lượng đơn hàng ổn định trở lại sẽ có sẵn lực lượng lao động và tổ chức sản xuất. Nếu như trước đây Nhà trường và các DN chỉ ký kết từng lớp đào tạo riêng lẻ, thì đầu năm nay 2023 trở về đây hầu hết các DN đều ký kết từ 2 – 3 lớp đào tạo cho CBNV-NLĐ. Điều này cho thấy thời điểm hiện tại các DN đang ưu tiên bố trí thời gian, con người cho quá trình đào tạo, bồi dưỡng và là bước chuẩn bị cho chu kỳ tăng trưởng mới khi ngành Dệt May trong nước và thế giới phục hồi"- TS. Hoàng Xuân Hiệp nhấn mạnh.

Bà Nguyễn Thị Thu Trang- Giám đốc điều hành Tổng Công ty CP Dệt May Hòa Thọ nhận định: Ngày hội việc làm HTU 2023 không chỉ là cầu nối giúp DN và sinh viên có cơ hội gặp gỡ, tìm hiểu nhau thông qua cơ hội việc làm, sự kiện mà còn giúp DN tìm hiểu thị trường lao động, xây dựng các kế hoạch tuyển dụng để "đón đầu" nguồn nhân lực chất lượng cao. Thông qua ngày hội, sinh viên cũng có thể hiểu được các cơ hội việc làm sau khi ra trường để có định hướng rõ cho bản thân và công việc trong tương lai. Đối với chuyên ngành về dệt may, có rất nhiều cơ hội việc làm từ quản lý đơn hàng, merchandise, kỹ thuật chuyền, QC… với các yêu cầu về công việc khác nhau, do đó các em sinh viên cần nỗ lực trau dồi kiến thức trong quá trình học để có thể tìm được các công việc tốt ngay sau khi ra trường.

"Ngày hội việc làm HTU 2023 là "điểm chạm" giữa DN và sinh viên, giúp người sử dụng lao động và người lao động thấu hiểu nhau. Tham dự ngày hội, chúng tôi có cơ hội đánh giá được nguồn nhân lực sau đào tạo, tìm kiếm các ứng viên phù hợp cho các vị trí việc làm đang cần bổ sung. Hơn hết, sự phát triển của DN luôn gắn chặt với nguồn nhân lực chất lượng cao, do đó với những ngôi trường đào tạo thực nghiệm như HTU, các bạn sinh viên đều có chất lượng tốt, phù hợp với nhu cầu tuyển dụng mà Hòa Thọ hướng tới"- Giám đốc điều hành Tổng Công ty CP Dệt May Hòa Thọ nhấn mạnh.

RỘNG MỞ CƠ HỘI VIỆC LÀM CHO SINH VIÊN

Là sinh viên năm cuối của HTU, em Nguyễn Mai Hạnh – SV khoa Công nghệ May cho biết, qua ngày hội việc làm sinh viên có thể biết thêm nhiều thông tin về các DN trong ngành Dệt May, tìm hiểu về các vị trí tuyển dụng, đồng thời các bạn sinh viên năm cuối có thể tìm cho mình các cơ hội việc làm sau khi ra trường. Mai Hạnh thổ lộ, định hướng lâu dài của em là sẽ có thể xây dựng thương hiệu thời trang riêng, tuy nhiên để có thể tích lũy đủ kinh nghiệm cho bản thân em sẽ tìm kiếm các công việc liên quan đến thiết kế mẫu. Đây là công việc giúp Mai Hạnh phát huy sở trường của bản thân, có khả năng sáng tạo cũng như đưa ra được những thiết kế mang đậm "dấu ấn" của bản thân.



Cũng như vậy, em Nguyễn Mai Hồng – SV khoa Công nghệ May bày tỏ mong muốn sự kiện sẽ được nhà trường duy trì hàng năm. Đây không chỉ là "cầu nối" giữa sinh viên và doanh nghiệp mà tại ngày hội, sinh viên có thể tìm được định hướng cho công việc của bản thân. "Trong quá trình học chúng em nhiều khi còn băn khoăn và chênh vênh khi chưa biết rõ bản thân sẽ lựa chọn công việc nào trong tương lai. Nhưng tại Ngày hội việc làm HTU 2023, từ nhu cầu tuyển dụng của các DN, em đã tìm ra được công việc mình hướng đến và xác định được hướng đi mới trong nắm bắt cơ hội việc làm. Chỉ có điều băn khoăn lớn nhất của bản thân là sẽ ở lại Hà Nội hay sẽ về quê để xin vào các DN dệt may, bởi em thấy ở đâu em cũng có thể tìm được việc làm và ổn định cuộc sống"- Mai Hồng nhấn mạnh.

Mặc dù chịu nhiều khó khăn bởi tổng cầu dệt may thế giới đảo chiều, đơn hàng nhỏ, đơn giá thấp, các DN trong hệ thống Vinatex vẫn trích ngân sách trao tặng các suất học bổng cho sinh viên HTU với tổng giá trị hàng trăm triệu đồng. Theo đó, Tập đoàn Dệt May Việt Nam trao tặng 30 suất học bổng cho sinh viên HTU với tổng giá trị 276 triệu đồng. Ngoài ra, một số đơn vị trong hệ thống của Vinatex như: Công đoàn Dệt May Việt Nam, Tổng Công ty CP Dệt May Hòa Thọ, Tổng Công ty May Hưng Yên – CTCP, CTCP Tổng Công ty May Đáp Cầu, Công ty CP Sợi Phú Bài, Công ty CP May Xuất khẩu Ninh Bình… đã trao nhiều suất học bổng cho sinh viên HTU có thành tích học tập xuất sắc học kỳ 1 năm học 2022 – 2023 với giá trị từ 5 triệu đồng/học bổng.❑



Phân tích dữ liệu (DA):

Kinh doanh thông minh (BA) VÀ PHÂN TÍCH KINH DOANH (BI)

Bài: BAN CNTT & CĐS VINATEX



Sau khi đội tuyển Đức vô địch World Cup 2014 đã cho thấy dữ liệu và phân tích dữ liệu được coi là cầu thủ thứ 12 của đội tuyển Đức. Trước khi vòng chung kết diễn ra, HLV trưởng đội tuyển Đức đã làm việc với hãng SAP để viết phần mềm "Match Insights – nhìn sâu trận đấu" nhằm thu thập số liệu, phân tích về kỹ năng của từng cầu thủ và lối chơi toàn đội, từ đó đưa ra giải pháp tối ưu cho đội hình và cách chơi trong từng trận của đội bóng.

Điều này cho thấy, ngày nay việc thu thập dữ liệu cùng với đó là phân tích dữ liệu đã được áp dụng trong tất cả các lĩnh vực, cuộc sống và



mang lại giá trị to lớn. Tuy nhiên việc thu thập, thống kê dữ liệu chỉ mang lại giá trị khi nó được phân tích đánh giá để mang lại những thông tin cần thiết.

Có 2 giải pháp chính là Business Intelligence (BI) và Business Analytics (BA). Cả 2 giải pháp này đều cung cấp thông tin chuyên sâu dựa trên dữ liệu trong quá khứ và hiện tại nhằm định hình các quyết định giúp tổ chức đạt được các mục tiêu kinh doanh. Cả hai loại giải pháp đều giúp tổ chức dữ liệu và trình bày dữ liệu dưới dạng trực quan hóa hiệu quả. Khi đề cập đến sự khác biệt, một số chuyên gia đã cho rằng BI giúp điều hành doanh nghiệp, trong khi phân tích là cần thiết nếu bạn muốn thay đổi doanh nghiệp.

BI GIÚP HIỂU TÌNH HÌNH HIỆN TẠI DỰA TRÊN QUÁ KHỨ, TRONG KHI BA CHO THẤY ĐIỀU GÌ CÓ THỂ XẢY RA TRONG TƯƠNG LAI DỰA TRÊN CÁC TÌNH HUỐNG KHÁC NHAU

BI thu thập dữ liệu và trực quan hóa những dữ liệu này giúp các bên liên quan nhìn thấy các xu hướng trong quá khứ và đưa ra quyết định dựa trên chúng. Mặt khác, BA đưa ra các khả năng xảy ra trong tương lai. Điều này bằng cách xây dựng các mô hình dựa trên dữ liệu có sẵn và dự đoán kết quả của các kịch bản khác nhau.

Việc phân tích này giúp các Công ty đưa ra các quyết định sáng suốt hơn nhằm tối đa hóa các cơ hội và quản lý tốt hơn các rủi ro có thể phát sinh.

Chẳng hạn như BI giúp công ty biết 5 khách hàng lớn nhất của Công ty con BA giúp các Công ty có thể dự đoán năm tới ai sẽ là khách hàng lớn của năm tới dựa trên xu hướng lịch sử.

BI CHO BIẾT NHỮNG GÌ ĐÃ XẢY RA, BA GIÚP TRẢ LỜI CÂU HỎI TẠI SAO

Trọng tâm của BI là thu thập, báo cáo và giám sát dữ liệu liên quan, trong khi trọng tâm của BA là tìm hiểu những hiểu biết có thể hành động và dự đoán kết quả trong tương lai.

Giả sử chúng ta đang sử dụng cả BI và BA để đạt được KPI liên quan đến sản xuất. Dashboard của BI giúp ta theo dõi hiệu suất so với mục tiêu về sản lượng, chất lương từng mặt hàng theo thời gian và tỷ lệ mức tiêu hao nguyên liệu. Theo đó, chúng ta có thể thấy rằng sản lượng sụt giảm, mức tiêu hao nguyên liệu tăng vọt một cách đáng báo động trong tháng qua. Vấn đề này rõ ràng cần được điều tra thêm, đó là lúc BA xuất hiện.



Giờ đây, có thể phân tích dữ liệu về các thành phần riêng lẻ và xem liệu nguyên nhân có ở tất cả hay chỉ một số. Khả năng đi sâu vào dữ liệu và sử dụng nhiều truy vấn khác nhau có thể giúp ta xác định nguyên nhân gốc rễ.

BI ĐƯỢC SỬ DỤNG ĐỂ TĂNG HIỆU QUẢ, TRONG KHI PHÂN TÍCH ĐƯỢC SỬ DỤNG ĐỂ KHÁM PHÁ CÁC CƠ HỘI

Lựa chọn giữa BI và BA cũng phụ thuộc vào trọng tâm chiến lược của mỗi tổ chức. Nếu mô hình kinh doanh ổn định và doanh nghiệp đang tìm cách nâng cao hiệu quả cũng như đưa ra quyết định hoạt động trong thời gian thực thì giải pháp BI sẽ phục vụ tốt. Nếu doanh nghiệp đang tìm kiếm thông tin chi tiết để khám phá các cơ hội kinh doanh mới thì nên xem xét giải pháp BA, vì nó sẽ cho phép chúng ta phân tích hiệu suất của công ty và xu hướng thị trường để có thể định hình tương lai.

CÁC CÔNG CỤ BA VÀ BI THỰC HIỆN CÁC CHỨC NĂNG KHÁC NHAU

Công cụ BI điển hình bao gồm các chức năng: báo cáo dữ liệu, theo dõi KPI và số liệu, giám sát và cảnh báo tự động, cung cấp hình ảnh trực quan trên bảng điều khiển, cung cấp khối dữ liệu, khả năng cắt và xúc xắc, truy vấn chi tiết và thực hiện các truy vấn đặc biệt.

Các chức năng của một công cụ phân tích là: phân tích thống kê và định lượng, khai thác dữ liệu.

MÁY HỌC (MACHINE LEARNING) VÀ TRÍ TUỆ NHÂN TẠO (AI) ĐANG LÀM CHO VIỆC PHÂN TÍCH TRỞ NÊN MẠNH MẼ HƠN TỪNG NGÀY

Khả năng máy học và trí tuệ nhân tạo ngày càng phát triển, các sản phẩm phân tích cũng đang phát triển nhanh chóng để cung cấp các thông tin chuyên sâu hơn,



đưa ra dự đoán và thậm chí là đề xuất kịp thời. Những kỹ thuật này thường được gọi là phân tích tăng cường và bao gồm khai thác dữ liệu và văn bản, đối sánh mẫu, dự báo, và phân tích cụm cũng như thống kê đa biến. Mặc dù BI hầu như không thay đổi, nhưng BA đang có một không gian rộng lớn để phát triển nhanh chóng.

Với những điểm tương đồng và khác biệt giữa các giải pháp công nghệ phân tích và thông minh kinh doanh, mỗi tổ chức có thể lựa chọn triển khai một giải pháp phù hợp nhất với các mục tiêu kinh doanh cụ thể của mình.



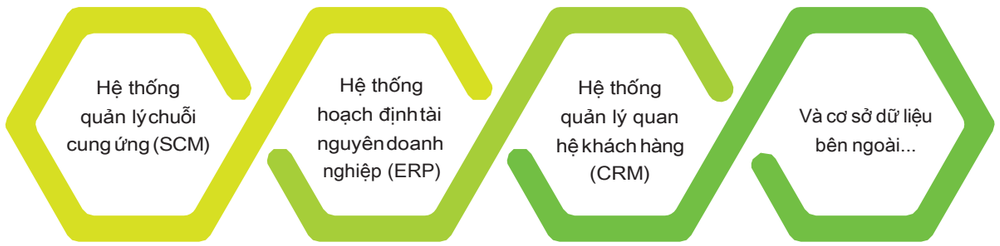
> *Lựa chọn giữa BI và BA cũng phụ thuộc vào trọng tâm chiến lược của mỗi tổ chức. Nếu mô hình kinh doanh ổn định và doanh nghiệp đang tìm cách nâng cao hiệu quả cũng như đưa ra quyết định hoạt động trong thời gian thực thì giải pháp BI sẽ phục vụ tốt.*

	BI	BA
Sử dụng cho việc gì?	BI được sử dụng để hỗ trợ việc đưa ra các quyết định của từng ngành nghề kinh doanh dựa trên dữ liệu	BA được sử dụng để tìm kiếm, phân tích dữ liệu từ quá khứ đến thời điểm hiện tại
Sử dụng cho khung thời gian nào?	BI được sử dụng để đưa ra những cải tiến ngay lập tức, tập trung vào thời điểm hiện tại	BA giải quyết các vấn đề khi nó chưa có cơ hội xảy đến, tập trung nhiều hơn vào các khả năng có thể xảy đến trong tương lai
Được sử dụng để làm gì?	Các công cụ BI là giải pháp tối ưu cho các nhà lãnh đạo trong việc nâng cao hiệu quả của việc đưa ra quyết định, hiểu rõ hơn về năng suất, hiệu quả của các quy trình và từng nhân viên của doanh nghiệp đó	BA là giải pháp để phân tích doanh nghiệp của bạn, thị trường và ngành nghề kinh doanh với mục đích chính là dự đoán xu thế, giúp cho doanh nghiệp duy trì lợi thế cạnh tranh trong tương lai
Tập trung cho việc gì?	BI tập trung vào phân tích mô tả, đưa ra bảng tổng hợp dữ liệu từ quá khứ đến thời điểm hiện tại để chỉ ra những vấn đề gì đã và đang xảy ra	BA tập trung vào phân tích dự đoán, sử dụng quá trình khai phá dữ liệu, các mô hình và máy học để tính khả năng có thể xảy ra trong tương lai và xác suất của nó
Trả lời câu hỏi nào?	Dùng để trả lời câu hỏi cái gì đã xảy ra và xảy ra như thế nào	Dùng để trả lời câu hỏi về thời điểm của các quyết định và tại sao lại đưa ra quyết định như vậy
Công cụ sử dụng	Sử dụng các công cụ gồm: - Kho dữ liệu (Data Warehouse). - Đào dữ liệu (Data Mining - khai thác và phát hiện các mối quan hệ dữ liệu và dự đoán). - Phân tích dữ liệu (Data Analyst - phân tích và mô hình hóa)	Sử dụng các công cụ gồm: - Đào dữ liệu (Data Mining). - Dự báo xu hướng (Forecasting - Dự đoán xu hướng của các hoạt động kinh doanh trong tương lai). - Optimization (Tối ưu hóa - Tạo ra các tình huống, kịch bản mô phỏng nhằm tối ưu lợi ích của doanh nghiệp trong các trường hợp có thể xảy ra).

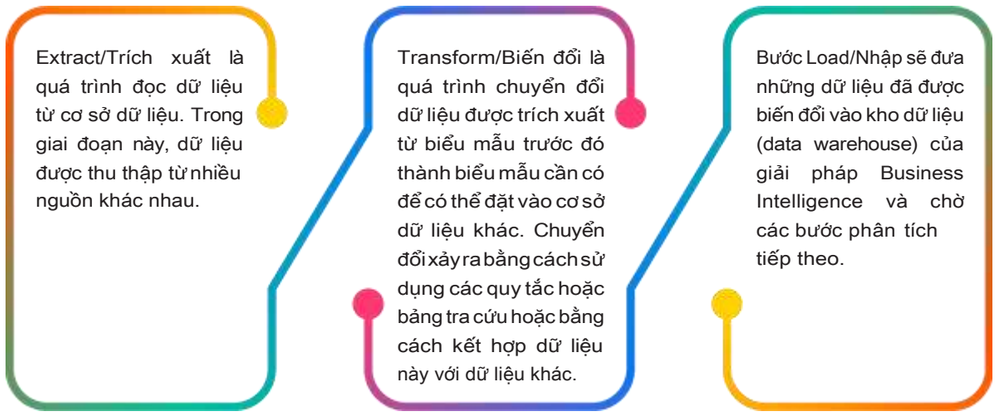
Quy trình thực hiện Bussiness Intelligence:



Bước 1: Thu thập các dữ liệu thô thông qua các hệ thống vận hành của công ty.
Những hệ thống này có thể bao gồm:



Bước 2: Ứng dụng tiến trình ELT (Extract, Load, Transform)
Tiến trình ELT có nhiệm vụ lấy những dữ liệu thô đã thu thập được từ nguồn, sau đó chỉnh sửa định dạng và lưu trữ để sẵn sàng cho việc sử dụng. Cụ thể:

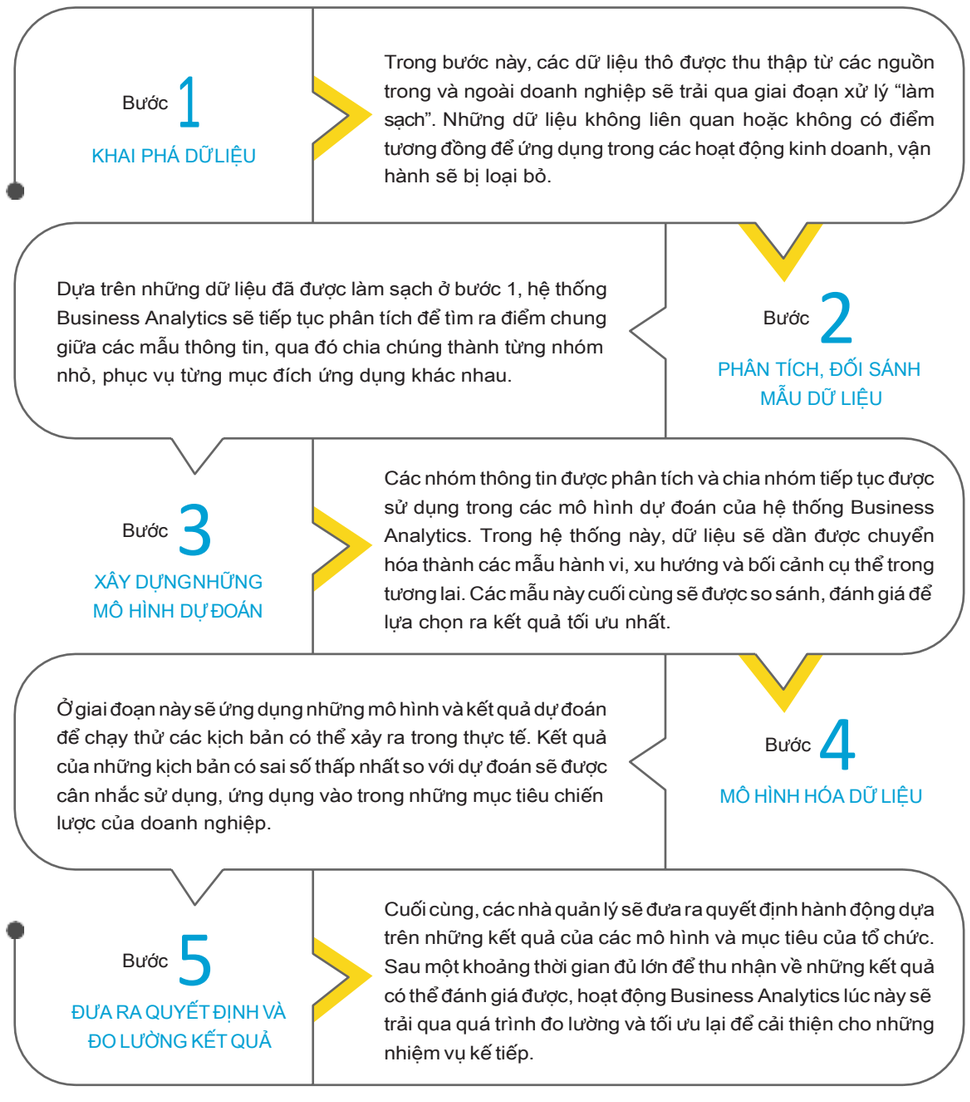


Bước 3: Lưu trữ dữ liệu
Các dữ liệu sau khi xử lý được tích hợp và lưu trữ dưới dạng có thể sử dụng được ngay trong các kho dữ liệu thống nhất của doanh nghiệp.

Bước 4: Trích xuất và phân tích

Quy trình thực hiện Business Analytics





TỰ ĐỘNG HÓA

CÁC CÔNG VIỆC NHÀM CHÁN

TRONG NGÀNH SẢN XUẤT MAY MẶC

Dịch: HOÀNG THU HÀ

Robotextile GmbH đã phát triển bốn phương pháp kẹp mới có khả năng kẹp an toàn cho hầu hết hàng dệt phổ biến, vải và đặt chúng xuống rất chính xác.

Trí tuệ nhân tạo, cánh tay robot, hệ thống nhặt lên và đặt xuống tự động, tự động hóa quá trình bằng robot, các công cụ phần mềm… là những đổi mới giúp tăng năng suất trong ngành sản xuất hàng may mặc nhắm tới loại bỏ các công việc nhàm chán để con người không phải vận hành.



AI ĐƯA RA TIÊU CHUẨN VỚI TỰ ĐỘNG HÓA TRONG KIỂM TRA VẢI

Việc kiểm tra vải thường được thực hiện thủ công trong nhiều thập kỷ, hiện đang có sự chuyển biến lớn về kỹ thuật. Quá trình được thực hiện trước khi việc sản xuất hàng may mặc xảy ra và hiện giờ thiết bị đặc biệt đang thay thế lao động thủ công, tự động kiểm tra, phân loại và đếm các lỗi của vải đã kiểm tra trước khi lưu trữ toàn bộ chi tiết để có thể tiếp cận tới trong tương lai.

Việc kiểm tra vải hoặc công nghệ nhận diện lỗi vải đã có vài năm nay nhưng hiện nay chỉ có một số công ty đã vượt qua công nghệ truyền thống để đưa công nghệ dựa trên AI vào kiểm tra vải.

Trí tuệ nhân tạo giúp ngành may mặc vượt qua tỷ lệ lỗi cao của hàng may mặc và các nhà máy dệt do lỗi vải, tỷ lệ đền bù cao và tỷ lệ nhận diện thủ công thấp.

Bullmer – do công ty Trung Quốc Jack Stock sở hữu – tạo nên tên tuổi của mình như là một trong những công ty đầu tiên giới thiệu công nghệ thông minh dựa trên AI thế hệ tiếp theo – AI 01 – để kiểm tra vải.

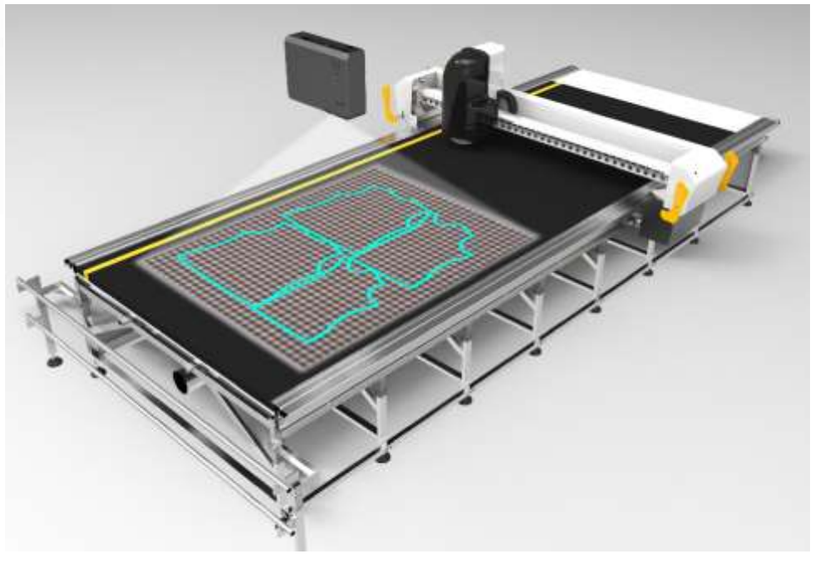


Công nghệ nhận biết lỗi của vải dựa trên AI có nhiều lợi ích quan trọng. Trước tiên, bản đồ lỗi trong vải có thể được hình thành trực tiếp bằng sử dụng công nghệ, và dữ liệu có thể được trực tiếp kết nối với hệ thống quản lý nhà máy như là ERP, MES… để tạo thuận lợi cho việc đánh giá, quản lý và xử lý vấn đề. Thứ hai là, tiêu chuẩn hóa quản lý vải trở nên dễ dàng hơn. Máy dựa trên AI giảm tỷ lệ lỗi cao của doanh nghiệp nói chung, tỷ lệ này nảy sinh do nhiều vấn đề của vải và tỷ lệ có thể giảm từ chừng 72 tới 78%. Đạt được điều này nhờ tiêu chuẩn hóa các thông số nhận diện lỗi.

Thứ ba là công nghệ hỗ trợ 24 giờ làm việc không gián đoạn và một máy kiểm tra vải có thể giúp giảm can thiệp thủ công bằng chừng bốn công nhân kiểm vải. Với việc sử dụng công nghệ như vậy có thể kiểm được 20.000 mét trong 10 giờ làm việc một ngày.

TỰ ĐỘNG HÓA TRONG PHÒNG CẮT

Các nhà cung cấp công nghệ cắt ngày nay đã đưa AI vào máy của họ để nâng cấp và thúc đẩy quá trình trước sản xuất, giải quyết được tình trạng thời gian máy dừng có thể ảnh hưởng xấu tới năng suất và việc giao hàng đúng hẹn.



Tất cả các máy cắt tiên tiến của Tập đoàn công nghệ Lectra (Pháp) được lắp hàng trăm cảm biến có thể phát ra tiếng kêu khi lỗi sắp xảy ra bên trong máy. Dự đoán này được thực hiện bằng cách thu thập dữ liệu bảo dưỡng và dữ liệu sản xuất của máy, dựa trên đó Lectra có thể tìm ra thêm liệu khách hàng của họ đang sử dụng thiết bị đó ở mức tối ưu hay không. Nếu không dùng nó đúng cách, Lectra, bằng cách sử dụng dữ liệu thu thập được, có thể giải quyết vấn đề ấy và yêu cầu khách hàng sử dụng máy theo cách tốt hơn nhiều bằng cách thay đổi một số thông số liên quan.

Tương tự, Morgan Tecnica (Italia) tin căn nguyên của họ nảy sinh trong giao tiếp máy với máy (M2M) do các máy cắt tiên tiến của công ty có thể dự đoán trước bất kỳ hư hỏng có thể nào, như là hỏng dao cắt, hoặc hỏng vòng bi. Có rất nhiều cảm biến được trang bị trong các máy cắt thế hệ mới, các máy cắt có thể kiểm tra mức độ stress của các cơ cấu trong khu vực quan trọng nhất của nó. Với các cảm biến này, công ty thông báo trước cho khách hàng rằng họ cần thay thế các bộ phận hoặc gợi ý rằng họ chắc chắn đang không làm việc với các thông số đúng như là cài đặt đúng, tốc độ và sự tăng tốc có thể dẫn đến hỏng sớm một số cụm chi tiết.

"Ông lớn" công nghệ cắt Eastman Machine Company (Mỹ) cũng đang thay đổi tận gốc công nghệ cắt khi công ty nắm lấy khái niệm công nghiệp 4.0 – học máy, giao tiếp M2M – trong máy cắt tự động của công ty. Eastman có công nghệ được đồng bộ hóa - công nghệ số hóa hoàn toàn việc kiểm soát chuyển động. Nếu điều gì đó bị lỗi hoặc không làm việc đúng, máy cắt đưa ra tín hiệu trên màn hình trước và người dùng biết rằng cần phải thay thế bộ phận. Công ty gọi điều này là "Hệ thống chỉ thị robot (ROI)" được kết nối với máy theo cách máy tự động cho biết dây điện nào đang bị lỏng ra và nó nhấp nháy trên màn hình để thông báo bộ phận bị lỗi.

TỰ ĐỘNG HÓA TRONG PHÂN XƯỞNG MAY

Sewbots – do công ty Softwear Automation (Mỹ) giới thiệu – đã lên trang nhất các báo vài năm trước. Nó là một dây chuyền máy được điều khiển bằng robot và nhắm tới may áo T-shirt mà không cần sự can thiệp của con người. Mặc dù được ngành may mặc trên thế giới chú ý, công ty không thể nâng quy mô thương mại hóa. Lý do chính là



công ty không thể triển khai robot trong sản xuất các sản phẩm khác ngoài T-shirt.

Sự thật là hiện chưa tự động hóa hoàn toàn quá trình may rất nhiều mặt hàng may mặc. Tuy nhiên, có nhiều đổi mới nhất định phục vụ cho hầu hết cùng mục đích thông qua nhiều tiền bộ trong ngành may. Tất cả các tiến bộ này chủ yếu nhằm tới giảm sự can thiệp của con người – đã trở nên cần thiết cho nhà máy do họ cần đơn giản hóa các quá trình khó khăn và phức tạp – là điều luôn được lực lượng lao động thực hiện.

Một trong những đổi mới như vậy là hệ thống "Nhặt lên và đặt xuống" của Jack thông qua cánh tay robot mà công ty đã phát triển, với sự cộng tác với Huawei, trong máy may. "Cánh tay robot này được trang bị trên máy may hình mẫu của Jack là câu trả lời của chúng tôi cho những người đang tìm kiếm may robot trong ngành may mặc" - một lãnh đạo của Jack chia sẻ. Ưu

Ưu điểm lớn nhất của máy may hình mẫu tự động này là nó cho thấy hai thiết kế khác nhau có thể được may bằng cùng một máy may. Máy may có thể nhận diện bằng thị giác các thiết kế trong chi tiết may và may theo đó do camera được lắp ở đầu máy may quyết định kiểu mẫu may. Khi cánh tay robot lấy đầu vào từ đầu máy may, nó nhặt chi tiết may từ một trạm may lên và đặt chi tiết đó lên một chi tiết khác, tất cả tự động hóa, tiết kiệm rất nhiều chi phí về công nhân, thời gian và tăng năng suất của toàn bộ quá trình.

điểm lớn nhất của máy may hình mẫu tự động này là nó cho thấy hai thiết kế khác nhau có thể được may bằng cùng một máy may. Máy may có thể nhận diện bằng thị giác các thiết kế trong chi tiết may và may theo đó do camera được lắp ở đầu máy may quyết định kiểu mẫu may. Khi cánh tay robot lấy đầu vào từ đầu máy may, nó nhặt chi tiết may từ một trạm may lên và đặt chi tiết đó lên một chi tiết khác, tất cả tự động hóa, tiết kiệm rất nhiều chi phí về công nhân, thời gian và tăng năng suất của toàn bộ quá trình.

Phát triển đột phá gần đây trong lĩnh vực tự động hóa cần được công nhận cho Robotextile GmbH (Đức) – đã phát triển bốn phương pháp kẹp mới, có khả năng kẹp an toàn hầu hết các hàng dệt và vải phổ biến, đồng thời đặt lại chúng xuống rất chính xác. Nhiều lớp vải đơn có thể được nhặt lên theo cùng cách như là lớp trên cùng của của chồng chi tiết hàng may mặc đã cắt. Cơ cấu kẹp A là cho denim, bông, sơ mi, comple; cơ cấu kẹp B là cho vật liệu cứng, xơ trộn hỗn hợp và vải tráng; Cơ cấu kẹp C là cho vải dệt thoi và vải dệt kim trong khi cơ cấu kẹp D là cho đồ lót, vải tĩnh điện và may cuốn mép. Hầu hết các cơ cấu kẹp của Robottextile có bộ phận điều khiển hai lớp tích hợp trong cơ cấu và giữ hàng dệt tại chỗ bằng cách kẹp khi cơ cấu di chuyển; Cơ cấu kẹp gồm các phương pháp vật lý sau: dòng không khí Coanda Venturi, chấm hồ (glue dot), trục lăn kẹp bằng cao su, ngón tay silicon, kẹp kim và chân không.

Vibemac (Italia) cũng là người đi đầu trong cung cấp máy may tự động công nghệ cao cho ngành may mặc trong hơn bốn thập kỷ qua. Cái mà Vibemac đang làm là phát triển các trạm may với các cơ cấu bốc xếp và dỡ tải tự động. Một máy như vậy là máy may đường viền túi V700/701. Ở phiên bản cải tiến, (V700LDR) của máy may đường viền túi này, một trạm cấp tự động với bốn bến xếp hàng tự động đã được giới thiệu. Một cơ cấu bốc xếp chuyên biệt chuyển các túi tới băng tải vận chuyển thông qua cánh tay robot. Và, khi túi đã được may đường viền, một cơ cấu dỡ tải tự động xếp các túi thành chồng, theo thứ tự, trên đĩa bảo quản ở cuối băng tải vận chuyển. Đây là 'tự động hóa thông minh' – như Vibemac nhận xét.

Máy đúc áo ngực tự động AMP Pisani là một ví dụ nữa về việc sản xuất áo ngực đã được đổi mới thế nào. AMP PISANI P88/4E là một đơn vị linh hoạt với bốn khuôn đúc kép. Các kìm được phát triển chuyên cho đúc các cup của áo ngực bằng bọt xốp (foam) và nó có thể sản xuất ra tám cup trong một chu kỳ. Máy có một đĩa di động với hình dạng được cắt lade giúp loại trừ các nếp nhăn ở mỗi cup sâu hoặc đối với bọt xốp đã dán lớp có mật độ thấp. "Không phải tất cả máy đúc trên thị trường có các đĩa di động và đó là ưu điểm bổ sung đối với chúng tôi" – ông Foo Toom Paw, Tổng Giám đốc của Focus Garment Tech – nhà phân phối AMP Pisani ở Nam Á bình luận.

Một sản phẩm nữa do Focus Garment Tech giới thiệu là Keki JD-200 – máy sản xuất dây đeo áo ngực tự động. Quá trình làm ra dây đeo áo ngực thật dễ dàng. Khi quá trình được bắt đầu, dây đeo đi qua hệ thống 8 móc cài, hệ thống này xây dựng kích thước của phần điều chỉnh thành 40-120 mm. Nó chỉ mất 4 giây để hoàn thành cỡ một dây đeo dài 400 mm trong khi năng suất trong một giờ là 900 cái.



TỰ ĐỘNG HÓA TRONG KIỂM TRA ĐO SẢN PHẨM

Quá trình đo hàng may mặc là một quá trình cần hàng trăm người và giờ để đo số lượng lớn hàng may mặc trong nhà máy hàng ngày. Có khả năng cao là sai số của con người liên quan tới quá trình đo truyền thống tạo nên tình huống ảnh hưởng tới tâm trí – điều thường xuyên nhất đối với nhân viên kiểm tra chất lượng. Có nhiều thách thức mà một nhà máy may phải đối mặt trong quá trình đo hàng may mặc tác động xấu tới khả năng sinh lời. Một trong những thách thức này là hệ thống đo thủ công mất nhiều thời gian. Thời gian trung bình cần để dùng tay đo một sản phẩm may mặc, ghi lại dữ liệu và nhập dữ liệu vào chương trình máy tính mất chừng năm phút. Và thời gian thậm chí nhiều hơn nếu sản phẩm cần đo lại rất phức tạp.

Giả sử một nhà máy yêu cầu đo 10.000 sản phẩm, như vậy tổng số nhân viên kiểm tra hàng may mặc mất chừng 50.000 phút, điều này dẫn tới hai giải pháp 1) hoặc tăng số lượng công nhân tham dự vào quá trình đo hoặc 2) tăng số ngày thực hiện quá trình đo trước khi sản phẩm đi vào quá trình tiếp theo. Trong cả hai trường hợp, nhà máy cần đưa chi phí gián tiếp cao vào tài khoản kế toán trong khi lập kế hoạch cho một dự án. Trong quá trình kiểm tra chất lượng hàng may mặc, nhân viên kiểm tra mất trung bình chừng một tiếng rưỡi tới bốn tiếng một ngày để nhập dữ liệu kiểm tra vào file excel hoặc pdf.

Một vấn đề khác là khả năng cao sai số của con người trong toàn bộ quá trình đo, do phương pháp đo kích thước truyền thống và nhập dữ liệu rất dễ có sai số của con người. Nhân viên kiểm tra chất lượng thường tính toán độ lệch của các số đo kích thước thực tế ra khỏi đặc tính kỹ thuật trước khi viết ra sự sai lệch. Việc này làm tăng thêm gánh nặng tinh thần và làm cho nhân viên kiểm tra dễ bị các lỗi không mong muốn.

Tiếp cận dữ liệu là vấn đề lớn thứ ba do phương pháp đo kích thước hiện thường bị dữ liệu liên tục cản trở công việc kinh doanh của nhà máy trong việc đưa ra quyết định chính xác theo thời gian thực với nhiều hoạt động khác nhau. Tất cả những thách thức này có thể giải quyết được bằng việc áp dụng chuyển đổi kỹ thuật số cho toàn bộ quá trình đo hàng may mặc và hiện có nhiều công nghệ trên thị trường có thể giải quyết các vấn đề đo lường này.

Công ty Hàn Quốc - Bagel Labs – đã giới thiệu Giải pháp đo kích thước Bagel (Thước dây thông minh ALT) ít năm trước, và Sakho – công ty chị em của Tập đoàn H&H cũng giới thiệu giải pháp tương tự. Giải pháp đo sử dụng công nghệ đo bằng thước dây độc quyền thông minh của Bagel Labs để đo kích thước bằng kỹ thuật số và gửi dữ liệu trực tiếp tới máy tính thông qua Bluetooth. Thước dây "thông minh" này có thể đo tới 160 cm (63 in) và và dải sai số chỉ ±0,5 mm – là thước dây đo kỹ thuật số chính xác nhất thế giới. Ngoài ra, nó tương hợp với các ERP và PLM hiện có cũng như với Microsoft Excel.



Dongguan Yunji Zhihui Technology Co., Ltd. có trụ sở tại Khu Phát triển công nghệ cao Đông Quan (Trung Quốc), là nhà phát triển thiết bị thông minh công nghiệp công nghệ cao và nhà cung cấp dịch vụ kỹ thuật. Công ty gần đây đã giới thiệu máy đo và kiểm tra hàng may mặc bằng thị giác công nghệ cao được trang bị hệ thống thị giác; máy đã lấp đầy khoảng trống của hệ thống kiểm tra thị giác trong ngành sản xuất hàng may mặc.

Máy kiểm tra hàng may mặc bằng thị giác sử dụng hệ thống kiểm tra thị giác máy tính làm công nghệ lõi, trí tuệ nhân tạo (AI) làm đầu máy và tích hợp các cơ cấu của phần cứng tự động. Máy chẩn thuận thiết kế dây chuyền lắp ráp làm tham chiếu. Các T-shirt được thử nghiệm được trải trên băng tải/giường máy, và các bộ phận không được che phủ có thể được phát hiện.

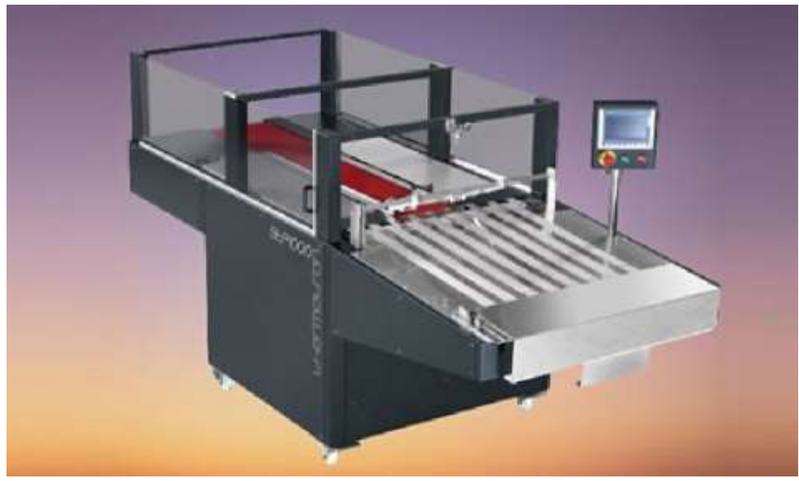
Khi sản phẩm may mặc đi vào máy thì màn hình, sau 6 giây, tự động cho ra thông báo đạt/không đạt với tất cả số đo. Máy thể phát hiện nhanh chóng và chính xác kích thước của các bộ phận khác nhau của hàng may mặc, nhất là T-shirt và có thể tự động nhận diện và tính toán các sai số. Máy cũng có thể tự động nhận diện thông tin sản phẩm và tạo ra nhiều báo cáo chất lượng mà nhà máy may yêu cầu.

Ví dụ nếu một T-shirt đi qua máy, máy tự động đo 15 kích thước của T-shirt trong tối đa 6 giây - là độ rộng lá cổ, độ sâu cổ, độ rộng vai trái, độ rộng vai phải, chiều dài tay áo trái, chiều dài tay áo phải, độ rộng tay áo trái, độ rộng tay áo phải, độ rộng ngực, độ rộng eo, độ rộng T-shirt, đối xứng chiều dài tay áo, đối xứng chiều rộng vai và đối xứng độ rộng cổ tay áo.

TỰ ĐỘNG HÓA TRONG GẤP SẢN PHẨM

Bình thường cần hàng trăm công nhân và tiêu tốn hàng trăm tiếng đồng hồ để gấp thủ công các sản phẩm may mặc nhiều loại khác nhau trong một ngày trong một nhà máy. Ngày nay, tình hình không khá hơn mặc dù sự thực rằng tự động hóa đã mở đường cho các quá trình trong phân xưởng của nhà máy tốt hơn.

Automatic Folding Machine Line STP 1000 của Thermotron ra đời, hoặc là đơn vị tự hành hoặc như là một phần của máy gấp và đóng gói; các máy là STP 1000 (máy gấp tự động), PV40 (máy đóng gói tự động) và KI60 (máy hàn miệng bao bì tự động). Dây chuyền máy hoàn toàn tự động cần chỉ một công nhân vận hành và có công suất gấp, đóng gói và hàn miệng bao bì cho 5.500 sản phẩm may mặc trong một ca tám giờ. "Các chủng loại hàng may mặc thật đa dạng, và đối với mỗi sản phẩm hàng may mặc, chúng tôi có phản ứng khác nhau nhưng các kỹ sư của chúng tôi đã có thể tạo ra dây chuyền máy có thể được sử dụng để gấp tất cả các loại quần áo thông thường như là T-shirt, Polo Shirt, áo nỉ, quần Jeans", ông George Paschalidis, Giám đốc bán hàng của Thermotron cho biết. Thermotron cũng đưa ra máy xếp chồng tự động NT50 có khả năng xếp các sản phẩm may mặc đã gấp thành chồng khi chúng đi ra từ STP1000.



Machine Máy gấp tự động STP 1000 của Thermotron

Shenzhen Lingchuang Automated Technology Co. Ltd. đã và đang chú trọng vào công nghệ gấp và đóng gói hàng may mặc tự động trong hơn một thập kỷ. Công ty với trên 40 bằng sáng chế và năng lực sản xuất trên 400 máy hàng năm, được trang bị một trung tâm R&D hiện đại nhất tại đó công ty đầu tư vào đổi mới tiên tiến và cá nhân hóa theo đúng yêu cầu của khách hàng.

Hàng loạt máy đóng gói chỉ sử dụng một công nhân để đưa thủ công hàng may mặc vào máy (hàng dệt kim và quần dài) và việc gấp, đóng gói và hàn kín miệng bao bì được thực hiện tự động cho quá trình đóng gói hiệu quả và mang lại năng suất mong đợi. Tốc độ đóng gói trung bình của máy là 500-700 sản phẩm một giờ tức là chừng 5.000 sản phẩm một ngày, do vậy làm tăng hiệu suất đóng gói và giảm tối đa nhân lực trong gấp và đóng gói thủ công hàng may mặc. Các máy hàng đầu của Trung Quốc được phê chuẩn bởi các nhãn hàng hàng đầu thế giới như là Nike, Uniqlo, Adidas, Anta, H&M, Gap, Super Dry v.v.

Danh sách chưa đầy đủ khi mà không đề cập đến ROQ (Bồ Đào Nha) giới thiệu máy gấp tự động ROQfold được nói là có thể gấp bất kỳ loại và hình dạng quần áo nào như là T-shirt, áo nỉ, áo polos – dài tay và ngắn tay – quần dài, chân váy, váy đầm... Bí mật của tính linh hoạt này của việc gấp được các sản phẩm khác nhau là ba trạm gấp - tay áo, thân áo và gấp lần cuối. ROQfold có hai cấu hình : (1) với 3 trạm gấp (2) không có trạm gấp tay áo, làm cho máy chiếm ít không gian hơn trong tòa nhà phân xưởng. Tuy nhiên, công ty khuyên sử dụng cấu hình thứ hai chỉ để gấp T-shirt. Máy sử dụng chỉ một công nhân để đưa sản phẩm may vào máy và sau đó bản thân máy thực hiện phần còn lại của quá trình. Chỉ hai yêu cầu cho quá trình chạy trơn chu là: cấu hình ban đầu của chiều dài của nếp gấp và kiểu gấp (phụ thuộc vào các kích thước và loại sản phẩm may mặc) sau đó quá trình tự động hóa xảy ra.

Tốc độ xử lý của ROQfold là 700 sản phẩm may mặc/giờ - có thể biến động phụ thuộc vào ích thước và kiểu quần áo được đưa lên máy. Tốc độ của máy được xác định bởi cơ cấu cấp sản phẩm may mặc vào máy để công việc được thực hiện đúng.❑

Nguồn: https://apparelresources.com/technology-news/manufacturing-tech/automating-tedious-jobs-apparel-manufacturing-industry/

Quảng cáo xanh ngành dệt may:

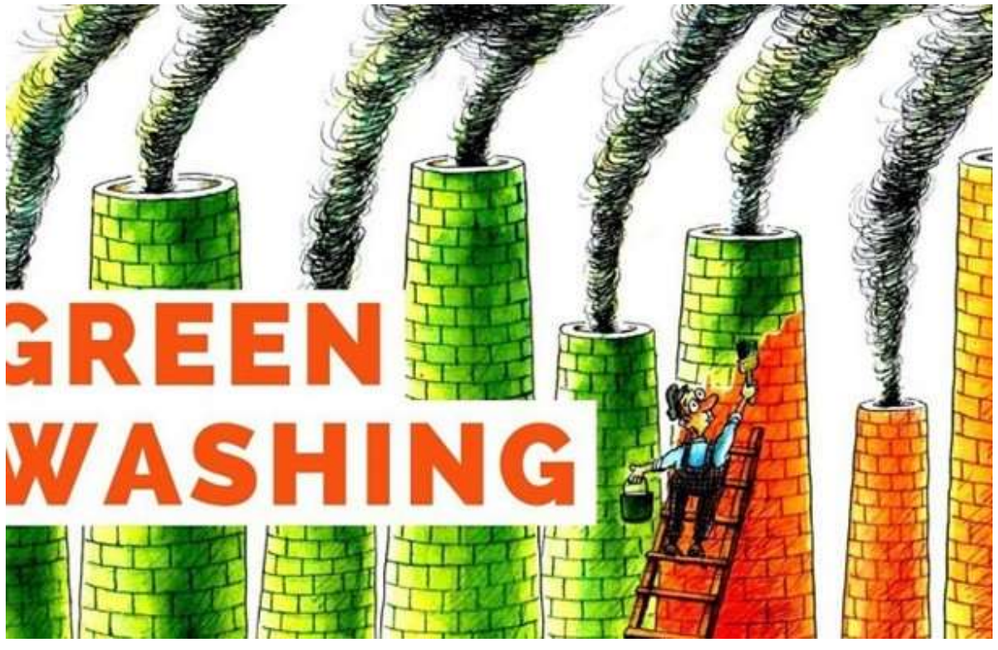
SỰ TẨY TRẮNG HAY HỆ LỤY?

Bài: NGUYỄN TRỌNG NGHĨA

Một phân tích chuyên sâu về các tuyên bố hành động vì khí hậu của 24 công ty đa quốc gia có tổng thu nhập 3.000 tỷ USD cho thấy hầu hết doanh nghiệp đều không đạt được cam kết bảo vệ môi trường của họ. Trả lời hãng AFP trong một cuộc phỏng vấn, ông Gilles Dufrasne, đồng tác giả của báo cáo Giám sát Trách nhiệm Khí hậu Doanh nghiệp năm 2023 nhận định, hành vi "quảng cáo xanh" (greenwashing) nhằm đánh lừa người tiêu dùng tin rằng các sản phẩm của doanh nghiệp thân thiện với môi trường là một vấn đề nghiêm trọng và đang ngày càng gia tăng.

Các doanh nghiệp đang đưa ra những tuyên bố như "carbon trung tính", "tốt cho tự nhiên", "phát thải ròng bằng 0", người tiêu dùng bình thường không hiểu hết ý nghĩa của những tuyên bố này. Hầu hết mọi người nghĩ rằng "carbon trung tính" nghĩa là lượng khí thải đã giảm trong khi thực tế chúng chỉ được bù đắp.

Bên cạnh vấn đề này, Liên minh châu Âu (EU) và Vương Quốc Anh đang xem xét luật bảo vệ người tiêu dùng đặc biệt là đối với các tuyên bố xanh và "tẩy xanh".





CỨNG RẮN VỚI QUẢNG CÁO XANH (GREENWASHING)

Gần đây, cả Vương quốc Anh và Liên minh châu Âu đều công bố các đề xuất giới thiệu các công cụ pháp lý mới nhằm giải quyết các hành vi tẩy rửa xanh bị cáo buộc. Khi đề xuất được thực thi, luật này sẽ làm hạn chế các tuyên bố về môi trường mà các doanh nghiệp ở châu Âu có thể đưa ra trong các hoạt động truyền thông đại chúng của họ, như trường hợp đã xảy ra ở Pháp.

Hiện nay, truyền thông tới công chúng khẳng định rằng một sản phẩm cụ thể, chẳng hạn như "sạch", "xanh" hoặc "thân thiện với môi trường" phải được hỗ trợ bởi bằng chứng tài liệu thuyết phục để chứng minh tính chính xác của những tuyên bố đó và phải tính đến toàn bộ vòng đời của sản phẩm có liên quan.

Các đề xuất và cải cách dự kiến ở Vương quốc Anh và Liên minh Châu Âu sẽ cung cấp cho cơ quan quản lý quyền hạn mở rộng để tìm kiếm sự truy vết liên quan đến các tuyên bố tẩy rửa bị cáo buộc của các doanh nghiệp trong quá trình quảng bá, quảng cáo và bán sản phẩm của họ.

Một nghiên cứu của Ủy ban châu Âu từ năm 2020 đã nhấn mạnh rằng 53,3% các tuyên bố xanh về môi trường được kiểm tra ở EU được phát hiện là mơ hồ, gây hiểu lầm hoặc vô căn cứ và 40% là không có căn cứ. Việc không có các quy tắc chung cho các công ty đưa ra tuyên bố xanh tự nguyện dẫn đến việc "làm xanh" và tạo ra một sân chơi không bình đẳng trên thị trường EU, gây bất lợi cho các công ty thực sự bền vững.

Những cải cách này có thể dẫn đến sự gia tăng các khiếu nại do người tiêu dùng, tổ chức phi chính phủ và các bên thứ ba khác khởi xướng.

Theo đề xuất ngày nay, người tiêu dùng sẽ yên tâm hơn rằng khi một thứ gì đó được bán và quảng cáo là xanh thì nó thực sự xanh. Thông tin được đưa ra sẽ chất lượng hơn để lựa chọn các sản phẩm và dịch vụ thân thiện với môi trường.

Các doanh nghiệp cũng sẽ được hưởng lợi, vì những doanh nghiệp thực sự nỗ lực cải thiện tính bền vững về môi trường của các sản phẩm của họ sẽ dễ dàng được người tiêu dùng công nhận và tôn vinh hơn, đồng thời có thể tăng doanh số bán hàng thay vì phải đối mặt với sự cạnh tranh không lành mạnh.

Bằng cách này, đề xuất sẽ giúp thiết lập một sân chơi bình đẳng khi nói đến thông tin về hoạt động môi trường của sản phẩm.

Một nghiên cứu của Ủy ban châu Âu từ năm 2020 đã nhấn mạnh rằng 53,3% các tuyên bố xanh về môi trường được kiểm tra ở EU được phát hiện là mơ hồ, gây hiểu lầm hoặc vô căn cứ và 40% là không có căn cứ. Việc không có các quy tắc chung cho các công ty đưa ra tuyên bố xanh tự nguyện dẫn đến việc "làm xanh" và tạo ra một sân chơi không bình đẳng trên thị trường EU, gây bất lợi cho các công ty thực sự bền vững.

"Các tuyên bố xanh ở khắp mọi nơi: áo phông thân thiện với đại dương, chuối trung hòa carbon, nước trái

cây thân thiện với ong, giao hàng bù 100% CO2,… Thật không may, những tuyên bố này thường được đưa ra mà không có bằng chứng và sự biện minh nào. Điều này mở ra cơ hội cho quá trình tẩy rửa xanh và khiến các công ty sản xuất các sản phẩm thực sự bền vững gặp bất lợi. Nhiều người châu Âu muốn đóng góp cho một thế giới bền vững hơn thông qua việc mua hàng của họ. Họ cần có khả năng tin tưởng vào những tuyên bố đưa ra. Với đề xuất này, chúng tôi mang đến cho người tiêu dùng sự yên tâm rằng khi một thứ gì đó được bán dưới dạng màu xanh lá cây, thì nó thực sự là màu xanh lá cây"- Ông Frans Timmermans- Phó chủ tịch điều hành của European Green Deal nhận định.

Cũng như vậy, ông Virginijus Sinkevičius- Ủy viên châu Âu về môi trường cho rằng: "Tất cả chúng ta đều muốn cố gắng hết sức để hạn chế tác động của các lựa chọn tiêu dùng đối với môi trường, nhưng để trở nên xanh không phải là điều dễ dàng. Chúng tôi đang bị nhiễu loạn với nhiều luồng thông tin. Có 230 nhãn sinh thái khác nhau trên thị trường EU. Có thể tin tưởng vào các tuyên bố và nhãn xanh trên sản phẩm là rất quan trọng.

Các đề xuất do Ủy ban đưa ra hôm nay sẽ bảo vệ các doanh nghiệp và người tiêu dùng khỏi các hành vi tẩy rửa xanh có hại và giải quyết sự phổ biến của nhãn mác. Chúng tôi muốn giúp người tiêu dùng tự tin hơn về sự lựa chọn của mình và đảm bảo rằng những công ty nỗ lực thực sự để giảm tác động của họ đối với thiên nhiên, sử dụng tài nguyên, khí thải hoặc ô nhiễm sẽ được khen thưởng. Chúng ta cũng nên thúc đẩy việc sử dụng các nhãn phổ biến đáng tin cậy như Nhãn sinh thái của EU, đây là dấu hiệu của sự xuất sắc về môi trường trên thị trường duy nhất của chúng ta" ,



XÁC MINH VÀ CHỨNG MINH ĐỘC LẬP "TUYÊN BỐ XANH"

Theo đề xuất, khi các công ty chọn đưa ra "tuyên bố xanh" về sản phẩm hoặc dịch vụ, họ sẽ phải tôn trọng các tiêu chuẩn tối thiểu về cách họ chứng minh những tuyên bố này và cách truyền đạt chúng.

Đề xuất nhắm đến các tuyên bố rõ ràng, chẳng hạn như: Áo phông làm từ chai nhựa tái chế, giao hàng bù CO2, bao bì làm từ 30% nhựa tái chế hoặc kem chống nắng thân thiện với đại dương... Nó cũng nhằm mục đích giải quyết sự phổ biến quảng cáo xanh của các nhãn, bao gồm tất cả các tuyên bố tự nguyện về tác động môi trường, các khía cạnh hoặc hiệu suất của một sản phẩm, dịch vụ của chính doanh nghiệp sản xuất. Tuy nhiên, đề xuất không bao gồm các tuyên bố thuộc phạm vi điều chỉnh của các quy tắc hiện hành của EU, chẳng hạn như Nhãn sinh thái của EU hoặc logo thực phẩm hữu cơ, vì luật hiện hành đã đảm bảo rằng các tuyên bố theo quy định này là đáng tin cậy. Khiếu nại sẽ được bảo hiểm bởi sắp tới các quy tắc quy định của EU, sẽ bị loại trừ vì lý do tương tự.

Trước khi các công ty truyền đạt bất kỳ loại "tuyên bố xanh" nào được đề cập tới người tiêu dùng, những tuyên bố đó sẽ cần được xác minh và chứng minh độc lập bằng bằng chứng khoa học. Là một phần của phân tích khoa học, các công ty sẽ xác định các tác động môi trường thực sự liên quan đến sản phẩm của họ, cũng như xác định bất kỳ sự đánh đổi nào có thể xảy ra, để đưa ra một bức tranh đầy đủ và chính xác.

RÕ RÀNG VÀ HÀI HÒA QUY TẮC VỀ NHÃN

Một số quy tắc sẽ đảm bảo rằng các yêu cầu được truyền đạt rõ ràng. Ví dụ: các tuyên bố hoặc nhãn sử dụng điểm tổng hợp về tác động môi trường tổng thể của sản phẩm sẽ không còn được phép, trừ khi được quy định trong các quy tắc của EU. Nếu các sản phẩm hoặc tổ chức này được so sánh với những sản phẩm hoặc tổ chức khác, thì những so sánh đó phải dựa trên thông tin và dữ liệu tương đương.

Đề xuất cũng sẽ quy định nhãn môi trường. Hiện tại có ít nhất 230 nhãn khác nhau và có bằng chứng cho thấy điều này dẫn đến sự nhầm lẫn và mất lòng tin của người tiêu dùng. Để kiểm soát sự phổ biến của các nhãn như vậy, các kế hoạch dán nhãn xanh mới sẽ không được phép, trừ khi được phát triển ở cấp độ EU và bất kỳ kế hoạch mới nào cũng cần phải thể hiện tham vọng môi trường cao hơn các kế hoạch hiện có và được chấp thuận trước để được phép. Các quy tắc chi tiết về nhãn môi trường nói chung phải đáng tin cậy, minh bạch, được xác minh độc lập và được xem xét thường xuyên.

Theo thủ tục lập pháp thông thường, đề xuất chỉ thị tuyên bố xanh giờ đây sẽ phải được sự chấp thuận của Nghị viện và Hội đồng Châu Âu. Đề xuất này bổ sung cho đề xuất tháng 3 năm 2022 về việc "trao quyền cho người tiêu dùng trong quá trình chuyển đổi xanh" bằng cách cung cấp các quy tắc cụ thể hơn các tuyên bố về môi trường, bên cạnh lệnh cấm chung đối với quảng cáo gây hiểu lầm.

Đề xuất cũng được trình bày cùng với các quy tắc chung thúc đẩy việc sửa chữa hàng hóa, tiêu dùng bền vững và tăng cường nền kinh tế tuần hoàn, thực hiện tốt các cam kết quan trọng của Ủy ban như một phần của Thỏa thuận xanh châu Âu (EU Green Deal). Đây là gói đề xuất thứ ba về nền kinh tế tuần hoàn, cùng với đề xuất về các quy tắc chung thúc đẩy sửa chữa hàng hóa. Gói kinh tế tuần hoàn thứ nhất và thứ hai được thông qua vào tháng 3 và tháng 11 năm 2022.

Gói đầu tiên bao gồm quy định mới được đề xuất về Thiết kế sinh thái cho các sản phẩm bền vững, chiến lược của EU về Dệt may tuần hoàn và bền vững, và chỉ thị luật người tiêu dùng được đề xuất về việc trao quyền cho người tiêu dùng trong quá trình chuyển đổi xanh.

Gói thứ hai bao gồm các đề xuất cho quy định về chất thải bao bì và bao bì, truyền thông về nhựa có thể phân hủy sinh học, dựa trên sinh học và có thể phân hủy được và Chứng nhận EU được đề xuất cho quy định loại bỏ carbon.

TÁC ĐỘNG TỚI DOANH NGHIỆP

Mặc dù các đề xuất mới đang ở mức áp dụng trong các doanh nghiệp châu Âu, tuy nhiên với sự phát triển đi kèm với sự bền vững, các quốc gia thỏa thuận và cam kết với EU Green Deal và COP27 trên thế giới, việc này sẽ gây hiệu ứng domino, các nước theo cam kết trên sẽ tuân thủ hoặc ít nhất là có những biện pháp kiểm soát quảng cáo xanh như đề xuất trên.

Như vậy, trong tương lai, khi một tuyên bố về "sản phẩm xanh" được đưa ra sẽ cần được xác minh và chứng minh độc lập bằng bằng chứng khoa học. Việc này cũng có thể được áp dụng giống như phương pháp ở EU, ví dụ như sử dụng công nghệ thông tin và các thiết bị điện tử để giúp cho việc cập nhật thông tin, quản lý dữ liệu và truy xuất nguồn gốc sản phẩm được thuận lợi, quét mã vạch QR code 2 chiều để người tiêu dùng yên tâm mua hàng hóa, còn nhà bán lẻ dễ kiểm soát rủi ro phát sinh khi theo dõi và xác minh toàn bộ đường đi của hàng hóa. Hoặc một cách đơn giản nhất, đó chính là khi EU yêu cầu các nhà xuất khẩu hàng may mặc chứng minh nguồn gốc xuất xứ hàng hóa (tránh việc quảng cáo xanh nhưng thực sự không xanh) bằng cách xuất các hóa đơn chứng từ về nguyên liệu xanh, các giấy phép liên quan đến chứng chỉ sản phẩm xanh hoặc đơn giản nhất là vòng đời thiết kế sản phẩm trong chuỗi cung ứng dệt may, từ khâu nhập nguyên liệu xanh cho tới khâu thành phẩm cũng như quá trình xử lý và sử dụng năng lượng bền vững.

Kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam đi châu Âu chiếm khoảng 10,3% kim ngạch xuất khẩu dệt may của cả nước, tuy nhiên nếu không có chiến lược hành động ngay lúc này, đề xuất thứ 3 trong EU Green Deal của Liên minh EU có thể sẽ xảy ra những tác động domino liên tục tới những quốc gia nhập khẩu dệt may khác như Mỹ, Nhật Bản, Hàn Quốc… Các quốc gia này cũng có thể yêu cầu sự minh bạch hơn trong tuyên bố xanh của các sản phẩm dệt may nhập khẩu của mình.

Việc cần làm của doanh nghiệp dệt may Việt Nam ngay lúc này là chủ động khâu chuẩn bị, tích cực chuyển đổi truy vết sản phẩm cũng như minh bạch các khâu sản xuất xanh để vừa có thể quảng cáo hình ảnh xanh thật sự tới công chúng, vừa góp phần đảm bảo phát triển bền vững, thân thiện với môi trường.❑

Nguồn: https://www.texintel.com/eco-news/the-european-commission-gets-tough-on-greenwashing



BẢN TIN VINATEX

Tháng 6/2023

VINATEX TỔ CHỨC HỘI THẢO CHUYÊN ĐỀ THỊ TRƯỜNG THÁNG 5



Sáng 19/5, Tập đoàn Dệt May Việt Nam (Vinatex) đã tổ chức hội thảo chuyên đề cập nhật, thông tin thị trường tháng 5 theo hình thức trực tiếp kết hợp với trực tuyến.

Tại hội thảo, ông Vương Đức Anh – Chánh Văn Phòng HĐQT Vinatex đã thông tin cập nhật thị trường dệt may. Theo đó, xuất khẩu dệt may Việt Nam trong tháng 4 tiếp tục giảm 20,6% so với cùng kỳ năm trước. Kim ngạch xuất khẩu dệt may của các quốc gia cạnh tranh như Trung Quốc trong quý I/2023 giảm 6,7% so với cùng kỳ. Giá trị xuất khẩu hàng may mặc trong quý I/2023 của Bangladesh đạt 12,25 tỷ USD, tăng 6,3% so với cùng kỳ 2022 (11,52 tỷ USD). Tuy nhiên, trong tháng 3 và tháng 4 năm 2023, xuất khẩu hàng may mặc của Bangladesh lần lượt đạt 3,89 tỷ USD và 3,32 tỷ USD, ghi nhận mức giảm trong 2 tháng liên tiếp so với cùng kỳ 2022 (-1% trong tháng 3 và -15,5% trong tháng 4). Xuất khẩu hàng may mặc của Thổ Nhĩ Kỳ ghi nhận mức tăng nhẹ 0,26% trong quý 1/2023 so với cùng kỳ, đạt 4,92 tỷ USD so với 4,9 tỷ USD. Xuất khẩu hàng dệt và may mặc của Srilanka giảm 13,8% xuống còn 1,27 tỷ USD trong quý I/2023 so với cùng kỳ năm ngoái. Trong quý I/2023, KNXK may mặc của Campuchia giảm 22,56% so với cùng kỳ 2022 xuống còn 1,65 tỷ USD.

Trong bối cảnh đó về mặt tỷ giá thì đồng tiền của Việt Nam trong 4 tháng đầu năm 2023 tăng giá 0,7% so với USD; đồng tiền của Pakistan, Ai Cập tiếp tục giảm giá 20%; đồng tiền của Bangladesh, Thổ Nhĩ Kỳ giảm giá gần 5%; đồng Nhân dân tệ của Trung Quốc tiếp tục giảm xuống 7 Nhân dân tệ đổi 1 USD, thấp hơn 10% so với giai đoạn trước đại dịch.

Phát biểu tại hội thảo, ông Cao Hữu Hiếu – Tổng Giám đốc Vinatex cho biết, tình hình sản xuất kinh doanh quý II dự báo tiếp tục theo chiều hướng xấu. Các doanh nghiệp cần bố trí sản xuất linh hoạt theo hướng đơn hàng nhỏ, khó, yêu cầu kỹ thuật và chất lượng cao. Cùng với đó là phải đảm bảo chất lượng, tăng năng suất, giảm bớt các chi phí không cần thiết. Tập đoàn sẽ cập nhật thường xuyên những thông tin về diễn biến thị trường cho các đơn vị.

Kết luận hội thảo, ông Lê Tiến Trường – Chủ tịch HĐQT Vinatex dự báo, nguy cơ khủng hoảng nợ, đình lạm kéo dài hơn năm 2024. Thị trường có tâm lý nghi ngại về khả năng khủng hoảng kinh tế tại Mỹ, EU. Nhu cầu sản phẩm dệt may cơ bản giảm, đồng thời có sức ép dịch chuyển qua quốc gia rẻ hoặc gần thị trường hơn Việt Nam. Cầu tiếp tục thấp trong quý III/2023. Cung tiếp tục tăng trong năm 2023 do Trung Quốc đẩy mạnh xuất khẩu để phục hồi kinh tế. Đơn hàng nhỏ, đặt hàng gấp dẫn đến xu thế tìm nguồn cung ứng ở gần để rút ngắn thời gian giao hàng. Giá cả tiếp tục ở mức cạnh tranh gay gắt. Trung Quốc chưa đủ nhân lực làm May dẫn tới có thể tìm kiếm nhà sản xuất ngắn hạn khâu May tại Việt Nam.

"Trong bối cảnh đó, các doanh nghiệp cần thông tin kịp thời đến người lao động tình hình sản xuất kinh doanh khó khăn có thể kéo dài đến hết năm 2023, thậm chí đến năm 2024; Tổ chức sản xuất theo hướng linh hoạt, đáp ứng đơn hàng nhỏ lẻ, thay đổi nhanh, khó, thời gian gấp; Ngành Sợi xúc tiến lại thị trường Trung Quốc… Bên cạnh đó, doanh nghiệp cần tối thiểu hóa vốn lưu động; Tạm dừng các chương trình mở rộng, chỉ xem xét đầu tư chiều sâu. Nghiên cứu Phương án tổ chức sản xuất giảm quy mô, bảo tồn sức mạnh cốt lõi" – ông Lê Tiến Trường nhấn mạnh.

TỔNG GIÁM ĐỐC VINATEX TIẾP VÀ LÀM VIỆC VỚI ĐOÀN CÔNG TÁC CỦA TẬP ĐOÀN ITOCHU (NHẬT BẢN)



Sáng 22/5, tại Văn phòng Tập đoàn Dệt May Việt Nam (Vinatex), Tổng Giám đốc Vinatex Cao Hữu Hiếu cùng đại diện các Ban chức năng đã tiếp và làm việc với đoàn công tác của Tập đoàn Itochu (Nhật Bản) do ông Takeuchi Hideto – Chủ tịch Công ty Dệt May, Tập đoàn Itochu làm trưởng đoàn.

Trao đổi tại buổi làm việc, lãnh đạo của hai bên đã bày tỏ sự vui mừng về kết quả hợp tác tốt đẹp giữa Vinatex và Tập đoàn Itochu với vai trò là cổ đông lớn tại Vinatex.

Tổng Giám đốc Vinatex Cao Hữu Hiếu đã thông tin nhanh tới đoàn công tác kết quả sản xuất kinh doanh của Vinatex trong năm 2022 và những tháng đầu năm 2023. Trước diễn biến khó khăn kéo dài của thị trường dệt may, Vinatex đang tổ chức điều hành linh hoạt để đảm bảo hoạt động sản xuất kinh doanh trên tất cả các lĩnh vực gắn với duy trì lực lượng lao động, nguồn lực tài chính và tìm kiếm thêm thị trường mới…

Lãnh đạo Vinatex nhấn mạnh, Tập đoàn Itochu là cổ đông lớn của Vinatex, có sự hợp tác lâu năm và hiệu quả trong lĩnh vực dệt may. Để tiếp tục mở rộng hợp tác, thúc đẩy tăng trưởng kinh tế cho cả hai bên trong thời gian tới, Vinatex mong muốn hai bên đẩy mạnh hợp tác lĩnh vực sản xuất nguyên liệu sợi tái chế; cung ứng nguyên liệu bông; phát triển bền vững và năng lượng tái tạo với những công nghệ mới, hiện đại, xanh hóa….

Ông Takeuchi Hideto – Chủ tịch Công ty Dệt May Itochu chia sẻ: Itochu hoạt động trong 8 lĩnh vực khác nhau, trong đó dệt may là ngành chiếm tỷ trọng nhỏ và vừa trong cơ cấu lợi nhuận của Tập đoàn. Bên cạnh đó, Tập đoàn cũng hợp tác với nhiều thương hiệu thời trang lớn tại Nhật Bản và trên thế giới. Trên cơ sở hợp tác lâu năm của hai bên, Itochu mong muốn Vinatex và Itochu tiếp tục tăng cường hợp tác, trao đổi thông tin nhằm phát triển các hoạt động sản xuất kinh doanh dệt may, tăng giá trị giao dịch trong chuỗi cung ứng, đầu tư vào các dự án tiềm năng, xanh hóa và bền vững mà hai bên cùng quan tâm.

Lãnh đạo Itochu cho biết, hiện nay tại Nhật Bản thị trường dệt may, quần áo thời trang đang có bước phục hồi nhất định, đồng Yên giảm giá nên sức mua tăng, khách du lịch đến Nhật Bản mua sắm nhiều trong những tháng đầu năm 2023. Lượng hàng tồn kho vẫn còn nhưng trong thời gian tới, các hãng, thương hiệu lớn sẽ tăng sức mua trên thị trường. Chiến lược năm 2023 của dệt may Nhật Bản là tập trung cho nhãn hàng thể thao để góp vào sự tăng trưởng tài chính. Itochu mong muốn mở rộng hợp tác với Vinatex không chỉ trong lĩnh vực thời trang thể thao mà với nhiều mặt hàng khác như đồ bơi, trượt tuyết… Với lĩnh vực vật liệu bền vững, Itochu không chỉ sản xuất nguyên vật liệu tái chế mà còn muốn chuyển giao công nghệ ra nước ngoài nên sẽ nghiên cứu hợp tác với Vinatex.



Phía Vinatex cam kết sẽ tăng cường quan hệ hợp tác chiến lược với Itochu và đảm bảo năng lực sản xuất cả về quy mô, chất lượng, thiết bị hiện đại, trách nhiệm môi trường để tiếp nhận, sản xuất các đơn hàng, sản phẩm khó; mở rộng thị phần xuất khẩu sang Nhật Bản.

Phối hợp với người sử dụng lao động tổ chức rà soát, kiện toàn mạng lưới an toàn vệ sinh viên, tổ chức các phong trào thi đua phát huy sáng kiến, cải tiến kỹ thuật, đổi mới công nghệ, cải thiện điều kiện làm việc, tìm các biện pháp nhằm hạn chế tai nạn lao động và thực hiện tốt chế độ chính sách về ATVSLĐ trong doanh nghiệp.❑

BẢN TIN CÔNG ĐOÀN

SÔI NỔI HOẠT ĐỘNG CHÀO MỪNG QUỐC TẾ THIẾU NHI 1/6

Sáng 3/6 tại Hà Nội, Công đoàn VP1 Tập đoàn Dệt May Việt Nam (Vinatex) phối hợp với Chi đoàn TNCS HCM Cơ quan Văn phòng Tập đoàn tại Hà Nội đã tổ chức chương trình Vui Tết Thiếu nhi 1/6 cho con CBNV Cơ quan Văn phòng tại Hà Nội.



Phát biểu tại chương trình, ông Cao Hữu Hiếu – Tổng Giám đốc Vinatex vui mừng chia sẻ, sau một năm gặp lại, nhiều cháu đã trưởng thành và chững chạc hơn, đặc biệt nhiều cháu có thành tích học tập tốt, không chỉ đạt danh hiệu học sinh giỏi mà còn đạt nhiều giải thưởng cao tại các kỳ thi HSG, Olympic cấp thành phố, quốc gia…

Tổng Giám đốc Vinatex chúc các cháu có một kỳ nghỉ hè vui, khỏe và ý nghĩa. Đồng thời mong muốn các cháu tiếp tục phấn đấu học tập tốt, rèn luyện chăm để bố mẹ yên tâm công tác, gắn bó cùng Vinatex trong bối cảnh khối lượng công việc ngày càng nhiều hơn. Bên cạnh đó, ông Cao Hữu Hiếu cũng mong muốn các cháu thêm hiểu công việc của cha mẹ, hiểu về ngành Dệt May, tự hào về công việc của cha mẹ để có những định hướng công việc trong tương lai.

Chương trình diễn ra với nhiều tiết mục văn nghệ đặc sắc, ý nghĩa, do chính các bạn nhỏ là con CBNV Cơ quan VP1 biểu diễn. Không chỉ ca hát, các bé còn thể hiện nhiều tài năng như đọc thơ, nhảy hiện đại… nhận được sự cổ vũ nồng nhiệt của các bậc phụ huynh. Bên cạnh các tiết mục văn nghệ, các con và phụ huynh được tham gia các hoạt động teamwork, trò chơi tập thể. Hoạt động không chỉ thể hiện tinh thần gắn kết giữa cha mẹ và con nhỏ mà còn giúp các bạn nhỏ gắn kết lại gần hơn với nhau, giữa các lứa tuổi, xây dựng tinh thần đồng đội, chia sẻ và giúp đỡ.

HỘI NGHỊ GÓP Ý DỰ THẢO LUẬT BHXH SỬA ĐỔI VÀ LUẬT CÔNG ĐOÀN SỬA ĐỔI



Ngày 27/5, Công đoàn Dệt May Việt Nam tổ chức Hội nghị góp ý dự thảo Luật Bảo hiểm xã hội và dự thảo Luật Công đoàn chức theo hình thức trực tiếp kết hợp với trực tuyến tại 4 điểm cầu chính là Hà Nội, Huế, Đà Nẵng và TP.Hồ Chí Minh. Hội nghị nhằm đánh giá khách quan, toàn diện thực tiễn thi hành Luật Bảo hiểm xã hội năm 2014 và Luật Công đoàn năm 2012, chỉ ra các vướng mắc, hạn chế, bất cập trong quá trình thực thi tại cơ sở.

Hội nghị có sự tham gia của hơn 100 đồng chí cán bộ công đoàn cơ sở, các đồng chí làm công tác chế độ, chính sách, bảo hiểm, pháp chế của hơn 100 đơn vị tại các điểm cầu chính và các điểm trực tuyến tại đơn vị trong hệ thống.

Tại Hội nghị, các đại biểu đã kết nối những điểm mới sửa đổi trong dự thảo gắn với các nội dung chính liên quan trực tiếp đến công nhân, người lao động và cán bộ công đoàn trong hệ thống, đánh giá tính hợp lý của các quy định trong 2 dự thảo Luật sửa đổi. Từ đó, đề xuất, kiến nghị sửa đổi, bổ sung dự thảo Luật Bảo hiểm xã hội và dự thảo Luật Công đoàn về các quy định pháp luật có liên quan góp phần xây dựng dự thảo luật chặt chẽ và có tính khả thi cao.

HỘI NGHỊ NGƯỜI LAO ĐỘNG CÔNG TY CP DỆT LỤA NAM ĐỊNH NĂM 2023

Sáng 13/5, Công ty CP Dệt lụa Nam Định tiến hành tổ chức Hội nghị Người lao động năm 2023 với sự tham dự của 112 đại biểu.



Tại Hội nghị, các đại biểu đã nghe báo cáo tóm tắt kết quả sản xuất kinh doanh năm 2022, phương hướng thực hiện kế hoạch sản xuất năm 2023 của Công ty; báo cáo đánh giá hoạt động Công đoàn năm 2022, phương hướng nhiệm vụ năm 2023; Các báo cáo tham luận về những giải pháp để hoàn thành tốt nhiệm vụ sản xuất kinh doanh năm 2023.

Nhân dịp này, Hội nghị đã khen thưởng 07 tập thể, 94 cá nhân có thành tích xuất sắc trong sản xuất kinh doanh năm 2022. Hội nghị cũng biểu quyết thông qua các nội dung trong Nghị quyết Hội nghị Người lao động Công ty CP Dệt lụa Nam Định năm 2023.

MAY 10 HUẤN LUYỆN AN TOÀN - VỆ SINH LAO ĐỘNG CHO NHÓM 1

Ngày 20/5, Tổng Công ty May 10 phối hợp với Trung tâm đánh giá kỹ năng nghề Quốc gia, Trường Cao đẳng nghề Long Biên (LBC) đã tổ chức lớp huấn luyện về vệ sinh an toàn lao động cho 37 cán bộ, đại diện cho người sử dụng lao động (NSDLĐ) làm công tác an toàn – vệ sinh lao động (nhóm 1) nhằm đáp ứng yêu cầu của pháp luật và xác định rõ tầm quan trọng của "An toàn để sản xuất, sản xuất phải an toàn".



Tại buổi huấn luyện, giảng viên đã đề cập đến các nội dung: Tình hình tai nạn lao động bình quân 1 năm trên cả nước và quốc tế; Tổng quan về hệ thống văn bản quy phạm pháp luật về AT-VSLĐ. Hệ thống tiêu chuẩn, quy chuẩn kỹ thuật AT-VSLĐ; Các quy định cụ thể của cơ quan quản lý nhà nước về AT-VSLĐ khi xây dựng mới, mở rộng hoặc cải tạo công trình, cơ sở để sản xuất; sử dụng, bảo quản, lưu giữ và kiểm định các loại máy, thiết bị, vật tư, các chất có yêu cầu nghiêm ngặt về AT-VSLĐ. Kiến thức cơ bản về các yếu tố nguy hiểm, có hại tại nơi làm việc; Nội quy AT-VSLĐ và biện pháp để cải thiện điều kiện lao động và phương pháp cải thiện điều kiện lao động như 5S. KAIZEN, văn hóa an toàn tại nơi làm việc.

Huấn luyện cho NSDLĐ về AT-VSLĐ là việc cần làm định kỳ tại các cơ quan, NSDLĐ nhắc nhở người lao động thực hiện các biện pháp an toàn tại nơi làm việc nhằm đảm bảo an toàn về người và tài sản trong công tác. Quan tâm đảm bảo AT-VSLĐ, kết hợp với đầu tư cải thiện điều kiện làm việc cho người lao động, doanh nghiệp sẽ hoàn thành xuất sắc các chỉ tiêu kinh tế, xã hội năm 2023.

Màu sắc nào sẽ "LÊN NGÔI" *trong năm 2025?*

VŨ *(biên dịch & tổng hợp)*

Việc đưa ra dự báo về xu hướng màu sắc không chỉ giúp các NTK thời trang lên ý tưởng cho các BST, mà còn phản ánh tầm nhìn về xã hội đương đại, các giá trị trực quan của màu sắc mang đến với các ngành nghề: thời trang, nội thất, sự kiện… Và năm 2025, dự báo "Future Dusk" màu tím xanh huyền bí sẽ lên ngôi khi phản ánh những thành tựu về AI và không gian vũ trụ.

Mới đây, Cơ quan toàn cầu về xu hướng tiêu dùng và thiết kế (WGSN) và Cơ quan toàn cầu nghiên cứu về màu của tương lai (Coloro) đã công bố "Future Dusk" (mã màu 129-35-18) sẽ là màu sắc của năm 2025. Ngoài ra, 2 tổ chức này cũng cho biết thêm, xu hướng thịnh hành về màu sắc của 2025 sẽ có thêm 4 màu gồm: Transcendent Pink (hồng huyền ảo); Aquatic Awe (xanh ngọc lam); Sunset Coral (đỏ cam hoàng hôn pha đỏ san hô) và Ray Flower (vàng hướng dương rực rỡ).

Việc đưa ra dự báo về màu sắc của năm không chỉ mang đến những ý tưởng sáng tạo mới cho các NTK và các nhãn hàng thời trang, mà những màu sắc mới này còn phản ánh những xu hướng sẽ thịnh hành trong màu sắc trang trí sự kiện, xu hướng nội thất. Đồng thời, phản ánh về xu hướng toàn cầu, xã hội đương đại… cũng như những thay đổi có thể sẽ diễn ra trên quy mô toàn cầu. Với "Future Dusk" – tông màu tím huyền bí pha chút xanh lam đậm dường như diễn tả một bầu trời đêm sâu thẳm hay không gian vũ trụ đầy ẩn bí mà những tiến bộ khoa học hiện nay chưa thể khai phá hết. Ngoài ra, đây cũng là màu sắc mà những người làm AI, Metaverse (tạm dịch: vũ trụ ảo) yêu thích để "gợi mở" về một thế giới với không gian thực tế đa chiều và chắc chắn với tốc độ của cuộc CMCN 4.0 như hiện nay thì sẽ dần được thực hiện hóa vào năm 2025.





Theo WGSN và Coloro, "Future Dusk" là sự phản ánh tới những thay đổi sắp tới trong tất cả các danh mục: mạng xã hội, công nghệ, môi trường, chính trị, công nghiệp và sáng tạo và chắc chắn đây cũng sẽ là một màu để tạo ra xu hướng màu sắc trong vải dệt để ứng dụng cho thời trang và thiết kế.

Nếu như năm 2023 gam màu "Viva Magenta 18-1750" được lựa chọn của năm, một màu đỏ tím có trong tự nhiên, thể hiện tín hiệu về sức mạnh, tinh thần dũng cảm và không sợ hãi… thì sang 2024, xu hướng màu sắc gọi tên "Apricot Crush" (mã màu 024-65-27) được dự báo lên ngôi. Sự pha trộn giữa màu đỏ và vàng tạo ra màu cam mơ màng, một màu sắc trung tính mang tính "chữa lành" sẽ mang đến những kỳ vọng về một thế giới tươi sáng hơn sau khủng hoảng và lạm phát. Coloro và WGSN lý giải rằng màu sắc này có tính "phục hồi, sảng khoái và tràn đầy năng lượng" phù hợp hoàn hảo cho một thế giới đang tìm kiếm "sự bình tĩnh và lạc quan".

Bên cạnh màu chủ đạo "Future Dusk", 4 màu sắc được dự đoán lên ngôi năm 2025 gồm: Transcendent Pink (hồng huyền ảo); Aquatic Awe (xanh ngọc lam); Sunset Coral (đỏ cam hoàng hôn pha đỏ san hô) và Ray Flower (vàng hướng dương rực rỡ) đều mang trong mình những câu chuyện và chắc chắn sẽ được giới thời trang đón nhận và tạo nên những xu hướng cùng năm.

Với Transcendent Pink, đây là một màu hồng pastel rất nhẹ, một màu sắc trung tính đã xuất hiện trong các không gian thực tế ảo của Pax.world hay các studio kiến trúc như: Grimshaw; Farshid Moussavi; HWKN và WHY… Hồng huyền ảo mang đến tinh thần tự do, phá bỏ giới hạn, vươn lên và tạo ra những điều mới mẻ.

Aquatic Awe mang đến một màu xanh lam biến đổi kỳ ảo, lấy cảm hứng từ hệ sinh thái và những sinh vật biển dưới đáy đại dương. Đây cũng là màu sắc được ứng dụng nhiều trên các không gian ảo. Bởi tính chất "kép" đặc biệt này, sự pha trộn giữa tự nhiên và thế giới ảo, Aquatic Awe dự báo sẽ được ứng dụng hầu hết ở các thể loại trang phục từ haute couture, thời trang đường phố cho tới các trang phục thiết kế.

Sunset Coral là sự pha trộn "tinh tế" giữa màu đỏ và cam pha lẫn màu đỏ san hô đang thịnh hành trong những năm gần đây. Đây là màu sắc tràn đầy năng lượng, sự vui tươi và là "liều thuốc" lạc quan sau thời điểm u ám của nền kinh tế thế giới. Màu sắc của hoàng hôn vốn dĩ luôn là một màu sắc mãnh liệt, nhưng dưới góc độ thời trang nó còn thể hiện tinh thần "phá vỡ mọi giới hạn" để tận hưởng, nghỉ ngơi hướng đến chủ nghĩa khoái lạc có ý thức.

Ray Flower – màu vàng rực rỡ của những bông hoa hướng dương, được lấy cảm hứng từ công trình của nhà thiết kế Jess Redgrave, người đã có công xây dựng đề án đưa hoa hướng dương vào trong sản xuất hàng dệt may. Ý tưởng này sẽ đưa cellulose từ thân của hoa vào sản xuất vật liệu dệt cho tới hóa chất thuốc nhuộm. Ray Flower là màu sắc của sự tái tạo và là một màu phổ biến không thể thiếu trong cuộc sống hàng ngày, có sự liên hệ mật thiết từ tự nhiên, trái đất và không gian.❑



Truyện ký:

Danh tiếng, tiền & ĐÀN BÀ

Tác giả: KIỀU BÍCH HẬU



Tôi đi châu Âu, nhận giải thưởng Nghệ thuật Danube của Hungary về nước được 3 tuần rồi mà vẫn chưa gặp được hai anh Bảo và Quang. Việt Nam có ba nhà văn, nhà thơ được giải thưởng này của Hungary năm 2022, đó là Bảo, Quang và tôi. Trong số ba người, tôi là nữ lại xung phong đi sang Hungary nhận giải thưởng trực tiếp, anh Quang bệnh hiểm nghèo không đi được, còn Bảo thì già rồi, lại ngại đi khi phải tự bỏ tiền túi chi vé bay đắt khói sau đại dịch Covid-19.

Gọi điện cho Bảo nói anh sắp xếp thời gian gặp nhau, để tôi trao bằng cho anh, anh kêu bị Covid lần 2. Hôm đó đi ăn với tụi văn nghệ sĩ, chắc có lão nào dính Covid mà không biết, thế là lan sang Bảo. Anh nói chờ sang tháng 8, anh khỏe lại tổ chức bữa ăn trưa có ba anh em: Bảo, Quang và tôi. Trước hẹn một ngày, Bảo gọi điện cho tôi hoãn, vì lý do ngày mai bão to, không đi được. Tôi nói anh này tự liên hệ với Quang để bảo hoãn. Tôi thì dễ tính thôi, hoãn bao nhiêu lần cũng được. Đời còn [illegible] Tôi trẻ hơn các anh tự [illegible] hai chục tuổi, tôi chả lo muộn.

Nào ngờ đâu khi tôi ung dung là ngày mai sẽ hoãn bữa trưa, thì anh Quang gọi điện, phàn nàn lão Bảo trông vậy mà thiếu quyết đoán. Bão chết cò nhằm nhò gì, hẹn hò bao lâu mới được thì lại viện cớ mưa bão. Bão cũng đi! Nghe anh Quang nói thế tôi khoái lắm, đàn ông phải thế, không lần lữa dù chỉ là một cái hẹn. Tôi bảo anh Quang, anh đúng là một người chiến sĩ. Rằng Bảo cũng từng đi lính, viết tiểu thuyết, truyện ngắn đình đám của Việt Nam, được giải quốc tế, [illegible] như nói đến văn học chiến tranh Việt Nam, người ta chỉ nhắc [illegible] vậy mà Bảo lại sợ một cơn bão thì quá thể! Anh em chúng tôi cười vui với nhau, tranh thủ nói xấu Bảo vài câu.



Ấy thế mà anh Quang lại thuyết phục được Bảo. Bảo điện thoại lại cho tôi, giọng ngập ngừng, Quang nó nói không lùi được, vậy thì ngày mai 11 giờ anh đi taxi qua Hội Nhà văn đón em, sau đó đến quán cá bờ sông Hồng, chúng ta vui vẻ nhé. Tôi đồng ý luôn, được đi ăn trưa với hai ông anh vốn phóng khoáng, chiều chuộng phụ nữ, lại còn là hai cây bút danh tiếng Việt Nam, với tôi là diễm phúc. Kỷ niệm giữa chúng tôi sẽ dày và đẹp thêm, chứ không chỉ có việc 3 chúng tôi là những nhà văn Việt Nam đầu tiên được giải thưởng Nghệ thuật Danube của Hungary. Tôi còn nghĩ, đời lạ thật, lắm khi mình chẳng cần cố gắng thuyết phục ai đó, mà tự nhiên mọi việc lại được theo ý mình. Chỉ cần tập trung, kiên tâm và biết chờ đợi.

Đêm, mưa đổ rầm rầm xuống Hà Nội. Tôi lại nhớ hôm nay anh bạn nhà thơ-nhà báo Hàn Quốc Jang Geon-seob có gửi tôi xem mấy bức ảnh Hàn Quốc chỗ anh bị mưa lụt, anh không đi đâu được phải ăn mỳ gói tại công sở. Ngay cả Hàn Quốc, một quốc gia tiên tiến trên thế giới, mà cũng đầu hàng trước giặc nước vậy thôi. Tôi cũng thấy ghê ghê khi nghe mưa gõ âm âm liên hồi kỳ trận vào cửa kính cửa sổ phòng ngủ. Thôi kệ, hy vọng trưa mai trời sẽ ngớt mưa. Một khi không dám chắc vào khả năng của mình, thì nương vào trời đất vậy. Mà có khi, mưa to vẫn đi với nhau thì mới lãng mạn và độc đáo chứ. Chưa kể, quán sẽ vắng khánh vì mưa. Chúng tôi sẽ tha hồ mà hàn huyên đủ chuyện trên đời, không phải thét vào tai nhau vì quán quá đông và ồn.

Hôm sau, trời vẫn mưa sập sùi, tôi đi bộ đến cơ quan Hội Nhà văn. Mồ hôi ướt lưng và mưa ướt gấu tấm váy màu xanh lá biếc. Trưa nay khi gặp Bảo và Quang, tôi dự định sẽ mặc tấm váy linen trắng muốt điểm ren, trông khá trẻ thơ mà lãng mạn. Dù trời mưa, tôi biết là tránh mặc đồ trắng, nhưng hôm nay là ngày trọng đại với ba chúng tôi, tôi phải ăn mặc cho tươm tất chứ. Mặc váy dài trắng, đi xăng đan trắng, đeo chuỗi hạt màu đỏ bóng lộng lẫy, chiếc nhẫn hoa hồng nhung và vòng tay gỗ sơn đỏ. Trông tôi khá chất, vừa độc đáo, vừa thơ trẻ, mái tóc vẫn đủ độ bồng bềnh trong không khí đẫm nước mưa. Tôi tô son hồng tím, thoa chút lên má nữa là đủ xinh gái rồi.

- Mời em xuống! – Bảo nói nhẹ nhàng qua điện thoại, tôi vội tắt máy tính và chạy xuống cổng.

Bảo vừa được người trong giới văn học vì nể bởi tài văn, lại được ngưỡng mộ bởi đám cây bút trẻ, nhưng đồng thời cũng bị ghét vì ngạo mạn, một mình một kiểu giữa những sự kiện hội tụ giới văn bút. Anh cứ lừ lừ đến, chẳng cần hỏ hởi bắt chuyện với ai, anh chỉ thân với một người trong giới, ca ngợi người đó hết lời, hay đi ăn trưa với người đó, cho rằng trong 100 năm qua, văn xuôi Việt Nam chỉ có Vũ Trọng Phụng, Nguyễn Huy Thiệp và người đó là đáng đọc, đám còn lại anh nhìn như nhìn vào chốn không người. Nay anh lại đi taxi tới tận cổng cơ quan đón tôi ân cần thế này, tôi không vui sao được.

Bảo mở cửa đón tôi vào ngồi bên anh. Anh cẩn thận đeo khẩu trang, nắm cánh tay tôi một thoáng rồi buông. Tôi vẫn nhớ những cái bá vai và nắm cánh tay của Bảo, anh vẫn làm thế với tôi ngay cả trước mặt chị Thanh vợ anh, một người phụ nữ lịch thiệp, chu đáo và khá bao dung rộng lượng. Anh kể chuyện mình mệt thế nào khi bị Covid-19 lần hai, rồi kể về mẹ anh, đã 96 tuổi, không quan tâm mấy đến chuyện hiện tại, mà chỉ nhớ rõ mồn một những chuyện từ hồi cải cách ruộng đất, và kể vanh vách mỗi ngày. Tôi bảo, thế thì anh càng có tư liệu mà viết chứ sao. Bảo im im không trả lời. Chúng tôi bảo lái taxi đi qua 16 Tô Tịch đón anh Quang.

Quang lên xe, nách cắp chai rượu Nhật. Đám văn sĩ đi đâu là rượu bâu đến đó. Anh đội mũ lưỡi trai. Từ ngày phải xạ trị, tóc rụng trơ da đầu, Quang thường đội mũ lưỡi trai che tóc mỏng, trông khá ngầu và thanh niên tính. Anh mặc bộ quần Jean, áo phông, nhìn hơi gầy nhưng khá trẻ so với tuổi 65. Quang chọc kháy Bảo, ý rằng mưa to đẹp mát giời thế này, uống rượu ngắm mưa lại không thú hay sao! Bình thường đi với nhau thì nói làm quái gì, mưa thế này vẫn lội ra đường nhậu với nhau mới đỉnh! Và sẽ là kỷ niệm nhớ lâu, nhớ sâu. Mưa sàn sạt ném vào kính xe, nhưng chuyện giữa ba anh em văn sĩ chúng tôi nở như ngô rang, chẳng ai nhìn ra mưa nữa. Ấy thế mà lúc xuống xe, hai anh vẫn tranh nhau trả tiền, cuối cùng thì Bảo nhanh tay hơn, dúi hơn hai

trăm ngàn đồng vào tay anh tài, miệng lẩm bẩm, dân xứ bọ thế đấy, có mấy đồng mà cứ loạn cào cào, đứa nào trả mà không vậy cơ chứ! (Bảo quê Nghệ An, Quang quê Quảng Bình).

Mấy ông này, miệng thì cãi nhau tram trảm, nhưng hành động thì lại bao dung nhau, đỡ đần nhau.

Tôi và Bảo lượn tránh ra sau xe. Nhoắng một cái đã không thấy Quang đâu. Tôi che ô cho Bảo cùng đi lên vỉa hè. Cửa vào quán nhỏ thôi, nhưng khi bước vào, thì một không gian rộng mở ra, những tác phẩm điêu khắc gỗ, đá kỳ lạ chào đón khách, lối vào dài hun hút treo biết bao bức tranh lạ. Tôi phát hiện ra 3 bức ký họa chân dung nhà thơ Hoàng Cầm. Được biết chủ quán tên Toàn. Chắc hẳn đây là doanh nhân có tâm hồn nghệ sĩ, nên mới trang trí quán nhậu bằng tranh và phong cách nghệ thuật khác biệt. Không gian quán rộng, trông ra bờ sông Hồng, phía dưới sát bờ nước là dãy bàn được che bằng mái bạt, ngồi đó ngày mát thì thích như ở thiên đường. Nước rực màu phù sa sóng lên dập dồn, ngay lập tức truyền vào chúng tôi năng lượng đê mê hào sảng. Anh Quang bèn ước ngay rằng giá như có được một ngôi nhà nằm ngay mép nước sông Hồng này thì tuyệt đỉnh. Ta sẽ được tiếp năng lượng của nước đêm ngày. Tôi cũng từng ước đêm nằm ngủ bên sông, nghe sông trở mình, nhưng là ước có một căn hộ trên tầng cao vút một tòa cao ốc ven sông, chứ không phải ngôi nhà thấp tầng như ý của anh Quang.

- Theo anh, sông Hồng mang giới tính gì? – Tôi quay qua hỏi Bảo

- Anh nghĩ, nó ầm ào, dữ dội và ác nghiệt đôi khi, thì nó là con sông đực! – Bảo khẳng định – Khi xưa, đê điều còn yếu, vào mùa Ngâu như thế này, bà con ven sông phải sơ tán hết. Chỉ một trận nước ào vào



là bay sạch bách. Nhưng bây giờ thì nó yếu rồi, ở vào thời này, sông cũng yếu, cũng khắc khoải tồn tại – Bảo thở dài.

Nói rồi Bảo chọn món, còn Quang đưa ra chai rượu nếp Nhật, nhân viên đòi phí rót rượu. Rượu nếp 25 độ, Bảo phẩy tay nói không uống, mà dùng vang trắng cho hợp với món cá lăng. Quang đành cất chai rượu đi, và xem xét chai rượu vang trắng của New Zealand mà nhân viên phục vụ phát giá 900 ngàn đồng. Anh chụp ảnh và nói sẽ gửi cho con gái đang định cư ở New Zealand xem giá bao nhiêu, cùng lắm là 5 đô thôi chứ gì. Bảo thấy thế liền mắng, cái thằng bọ này, đi xa quê bao lâu không bỏ thói bọ. Thế còn bao nhiêu công vận chuyển chai vang về Việt Nam, rồi thuế má, rồi bảo quản,… phải cho người ta sống với chứ! Quang không thèm cãi Bảo, nhưng hậm hự nói, anh không thích vang trắng, kể cả ở nhà có ăn cá thì anh vẫn dùng vang đỏ, nó chát hơn, chứ vang trắng đàn bà lắm, quá ngọt đối với anh!

Bảo gọi ba suất cá, hơn ba trăm ngàn một suất bao gồm chả cá nướng than hoa, gỏi cá, cá hấp, cá nấu chua và cháo cá. Nào ngờ khi đồ ăn vừa mang ra, thì Quang tuyên bố xanh rờn, hai anh em ăn hết đi nhá, tôi không ăn đâu, vì đang uống nọc độc bọ cạp, phải ăn kiêng. Sững sờ, Bảo hỏi, thế ông ăn được gì để tôi gọi thêm. Quang lắc đầu, không phải gọi gì cả, tôi vừa ăn ở nhà xong rồi mới đến đây, chỉ ăn được cá lóc, cá bống và thịt lợn nạc. Ngày bây giờ ăn hai bữa thôi, lúc 9g và 16h. Bảo còn nài nỉ Quang ăn thêm một lúc nữa, nhưng tôi thì im lặng, không định ép Quang ăn hay làm bất cứ cái gì. Tôi biết Quang bị K đại tràng 3 năm nay rồi, anh kéo được đến lúc này là mừng lắm. Gặp được anh, trò chuyện được, nắm được tay anh là rưng rưng rồi. Anh đã sống chân thực, tận cùng tài năng và sức lực, trải nghiệm biết bao điều, từ chiến tranh đến hòa bình, từ cái chết đến lẽ sống, lăn lộn qua thời bao cấp đến kinh tế thị trường định hướng XHCN, rồi từ tay phóng viên quèn lên tổng biên tập tờ báo khá lớn, viết thơ và được nhiều giải thưởng cả trong nước và quốc tế, đến giờ này chắc anh không còn hối tiếc gì nữa, kể cả miếng ăn miếng uống hay nhân tình nhân ngãi.

Ba suất năm món, khá hậu hĩnh, chỉ có tôi và Bảo ăn, còn Quang nhâm nhi ly vang trắng New Zealand. Thực ra thì tôi ăn là chính, cầm bằng thừa rất nhiều thức ăn, dù tôi có nhồi nhét vì tiếc của. Bảo thì vừa uống, vừa rít thuốc như phát rồ. Dù nhà hàng không cho hút thuốc bên trong không gian kín, nhưng Bảo đòi mở cửa đón gió sông Hồng, và anh thản nhiên hút. Ngồi ăn mà anh hút hết hơn bao thuốc. Tôi hỏi, một ngày anh hút bao nhiêu bao, anh đáp khoảng bao rưỡi! Dường như anh sống bằng khói thuốc và rượu, khật khừ hầu hết thời gian. Quang

nói, lắm khi Bảo như thằng điên. Tôi nghĩ, giới cầm bút không điên thì cũng đại hâm, hâm có tổ chức!

Mỗi người hâm một kiểu, và có ai chịu được ai đâu! Tôi vừa ăn cố, vừa lắng nghe Bảo và Quang tranh luận về văn chương, danh tiếng, tiền, và đàn bà. Tôi chột dạ, khéo không hai ông này nhảy vào choảng nhau đến nơi, nếu tôi không ngồi đó. Bảo thấy Quang nhất định không chịu ăn mà chỉ lôi điện thoại ra chụp ảnh món ăn bày biện đẹp mắt để gửi cho một người bạn thơ Hàn Quốc thì nhức mắt, bùng nổ, tại sao bây giờ chúng mày háo danh, bệnh sĩ khiếp thế.

Lúc nào cũng lên facebook, lúc nào cũng chụp ảnh khoe, nào là khoe giải thưởng, khoe vợ khoe bồ, khoe nhà sang, khoe rượu. Tao nhổ vào tất cả những thứ vớ vẩn đó. Bảo ra sức chỉ trích Quang về chuyện đố kỵ văn chương. Bảo cũng chỉ trích tôi, là đã chọn tác phẩm của anh và Quang, đưa sang Hungary dịch và xuất bản, để rồi người ta trao giải thưởng cho các anh. Để rồi báo chí đăng tin và bọn viết trẻ ranh nhìn vào, lại lên cơn sính ngoại, lại tìm cách làm sao để được giải thưởng quốc tế cho sang trọng.

Lỗi của tôi là đã làm dấy lên cơn sốt sính ngoại văn chương… Mà anh cũng không hiểu, Việt Nam có bao nhiêu truyện ngắn hay của nhà văn khác, mà bên Hungary không chọn, lại chọn dịch truyện của Bảo. Bảo ngờ rằng tôi có tình cảm với anh và Quang nên chủ động giới thiệu các anh với bên Hungary, như thế là không công bằng, như thế là cảm tính. Tôi giải thích với anh, việc tác phẩm của hai anh được dịch và giới thiệu ở Hungary là do quyết định của Chủ tịch Hội Nhà văn Việt Nam khóa 9 và khóa 10. Tôi chỉ là người thực hiện. Bảo nghe ra, không nói chuyện văn chương nữa, mà khủng khỉnh bảo, đàn bà hấp dẫn nhất ở nét lượn nơi gáy và cổ tay. Còn Quang thì nói đàn bà phải thơm mới quyến rũ. Có những người đàn bà khiến anh lên cơn, nhưng cũng có người đàn bà mà mới chỉ ở bên, đã khiến anh mệt xỉu dù chưa động chạm. Nói đến chuyện đàn bà, hai nhà thơ, nhà văn danh tiếng này quay qua truy tôi, hỏi tôi có người yêu chưa, tôi đáp có rồi, thì các anh truy xem đó là người nào, tôi đáp chung chung rằng người yêu tôi ở châu Âu. Bảo kết luận, chồng em đã là người Âu, em lại yêu bạn trai người Âu nữa thì nhàm lắm. Yêu bạn trai người Việt đi! Tôi chỉ cười, biết nói với anh thế nào đây. Tình yêu là con quỷ, có bao giờ tuân theo lý trí của ta đâu!

Bảo lại nghi tôi với Quang đã vượt qua tình cảm anh em thông thường. Mắt anh ghè ghè nhìn tôi rồi nhìn sang Quang, nói anh không tin có thứ tình cảm thân thiết anh em giữa đàn ông và đàn bà. Chỉ có thể có thứ tình cảm giữa anh trai và em gái ruột mà thôi. Anh cho rằng tôi và Quang đã biết nhau, thân thiết 29 năm rồi, thì không thể nào không dính chuyện trai gái được.



Tôi nhìn Quang cười trừ. Quả thực tôi với anh chẳng có chút xao động nào về giới tính. Anh từng chở tôi bằng xe máy đi lòng vòng khắp Hà Nội tìm hội trường tổ chức đám cưới cho tôi. Lúc nào cũng hào phóng rộng lượng với tôi như một đứa em nhỏ. Tôi cũng từng đến nhà anh, được vợ anh đón tiếp nồng hậu, nhìn thấy bức tranh anh vẽ tôi còn dang dở. Tình cảm đẹp đó làm sao không khiến tôi trân trọng và gìn giữ trong lòng, trong suốt như pha lê, và tôi tự hào về điều đó. Nhưng tôi cũng chẳng muốn giải thích với Bảo làm gì, anh đã hút gần hết hai bao thuốc, và ba ly vang rồi, anh đã bắt đầu rơi vào trạng thái lơ mơ khật khừ thật đáng yêu đúng chất của anh. Trong giới văn chương, có người nói anh như bị vía nặng ngàn cân đè lên vai, âm khí nặng lắm. Thôi thì người nổi tiếng không thoát miệng người đời. Chúng tôi khui tiếp chai vang thứ hai, sáu trăm ngàn đồng. Uống không hết thì mang về. Tôi không biết rằng để nói chuyện liên hồi với tôi bữa nay, Bảo có cần nệ vào rượu không. Còn Quang thì chắc là không. Tôi hiểu con người Quang hơn là Bảo. Anh phiêu nghệ sĩ trong từng phút sống một cách tự nhiên, chẳng cần dùng chất kích thích để cởi cái nút bên trong. Cũng bữa nay, tôi để ý, không biết cô phục vụ bàn (trạc tuổi 40) động chạm gì anh, mà mỗi khi cô ra đứng bên bàn phục vụ, thì anh lại chọc cô một câu, nhìn xoáy vào cô như định nghiền nát. Anh bảo, anh có thể ăn thịt cô trong một bữa, tuốt xương ra nấu cao. Cô hãy cư xử cho tử tế! Nghe anh dọa, cô cười bảo, nếu vậy, em sợ sẽ theo anh suốt đời mất!

Đó chính là Quang! Một nhà văn sinh ra ở Quảng Bình! Chim đại bàng mạnh mẽ và kiêu hãnh!❑



PHONG ĐỘ NHÀ QUẢN LÝ

"Vaccine" tinh thần

Bài: THANH THANH

Trong quá trình làm việc, đôi lúc mọi người có hiện tượng uể oải, mệt mỏi, không cảm thấy hứng thú, nhiệt huyết để hoàn thành tốt công việc được giao. Là người đứng đầu, lãnh đạo một bộ phận, một dây chuyền thì ngoài việc giao nhiệm vụ, kiểm tra, giám sát quá trình thực hiện và hiệu quả công việc còn chủ động "tiêm vaccine tinh thần" - truyền cảm hứng cho nhân viên của mình.



Chia sẻ kế hoạch, tầm nhìn và đặt mục tiêu rõ ràng

Để có thể thúc đẩy và truyền cảm hứng cho nhân viên của mình thì người đứng đầu nên chia sẻ cho nhân viên biết kế hoạch, mục tiêu doanh nghiệp, đơn vị đang hướng tới và những khó khăn, giải pháp cần thực hiện. Từ những thông tin đó, sẽ khuyến khích mọi người đoàn kết, cùng nhau làm việc, quyết tâm hướng tới mục tiêu đã đề ra. Từ mục tiêu chung, mỗi cá nhân cũng cần đặt ra mục tiêu rõ ràng để có thể đo lường, theo dõi tiến trình một cách hữu hiệu. Điều này giúp nuôi dưỡng năng suất lao động và bồi đắp động lực làm việc cho nhân viên.

Giao tiếp với nhân viên – hòa mình vào tập thể



Giao tiếp là con đường hai chiều mà các nhà lãnh đạo nên thiết lập, xây dựng giữa mình và nhân viên. Bằng cách này truyền tải những nội dung cần làm cho nhân viên hiểu cũng như lắng nghe ý kiến phản hồi từ họ.

Những nhà lãnh đạo biết truyền cảm hứng cho nhân viên, hòa mình vào tập thể cùng nhau xây dựng thì sự phát triển của công ty sẽ bền vững hơn. Điều này còn cho nhân viên thấy được tôn trọng, cũng như trách nhiệm của bản thân với đơn vị.



Tạo môi trường phát triển lành mạnh

Một môi trường lành mạnh thì nhân viên mới cảm thấy thoải mái và có nhiều sáng kiến khi làm việc. Nhà lãnh đạo xem xét tất cả ý kiến nhân viên, từ đó tạo điều kiện cho nhân viên phát huy tính sáng tạo. Một môi trường làm việc tốt còn phụ thuộc vào các yếu tố như: lương, thưởng, các chính sách đãi ngộ và cơ hội phát triển…

Giao việc phù hợp với năng lực

Giao nhiệm vụ cho nhân viên có năng lực là cách thể hiện niềm tin của lãnh đạo. Một dự án muốn thành công thì cần đến sự cố gắng chung sức đồng lòng của cả tập thể. Vì vậy, tùy theo năng lực của từng nhân viên, người lãnh đạo phân công trao quyền phù hợp. Vai trò của nhà lãnh đạo là người dẫn dắt thì nên tin tưởng vào nhân viên của mình.

Ghi nhận xứng đáng – đãi ngộ công bằng



Gallup, Inc-một công ty tư vấn và phân tích của Mỹ nhận thấy rằng "Sự công nhận tại nơi làm việc là cách đơn giản nhất để giúp thúc đẩy tinh thần làm việc cho nhân viên đồng thời khiến họ tự tin hơn vào giá trị của bản thân. Sự công nhận còn là cách hiệu quả để thúc đẩy sự tham gia của từng nhân viên, gia tăng năng suất và lòng trung thành với công ty, dẫn đến tỷ lệ giữ chân người lao động cao hơn".

Ngoài ra việc đãi ngộ công bằng trong công ty là rất quan trọng. Người lãnh đạo đưa ra một mức lương mà nhân viên cảm thấy hợp lý tùy theo năng lực mỗi người mà trả thêm cho các công việc ngoài giờ.



Nâng cao kỹ năng cho nhân viên

Các nhà quản lý là người có khả năng tác động trực tiếp đến sự tham gia và tinh thần của nhân viên, vì vậy đầu tư thời gian vào việc đào tạo có thể là một trong những chiến lược quan trọng nhất – loại vaccine đặc trị để nâng cao tinh thần làm việc cho nhân viên.

Việc tổ chức đào tạo nhân sự thường xuyên không chỉ nhằm thúc đẩy năng suất lao động mà còn là yếu tố giúp doanh nghiệp thu hút và giữ chân nhân tài. Để nâng cao kỹ năng cho nhân viên, người lãnh đạo có thể cung cấp tài liệu để tự nghiên cứu học tập hoặc tổ chức các lớp tập huấn giúp họ triển khai năng lực hiệu quả hơn.❑

TRƯỜNG ĐẠI HỌC CÔNG NGHIỆP DỆT MAY HÀ NỘI (HTU)

Tầm nhìn: Trở thành trường đào tạo nguồn nhân lực chất lượng cao, đa ngành, phát triển đồng hành cùng doanh nghiệp thông qua các chương trình đào tạo nguồn nhân lực theo hướng ứng dụng, đạt chuẩn quốc tế

Giá trị cốt lõi: Chất lượng – Năng động – Đáp ứng nhu cầu xã hội.

- Địa chỉ: Xã Lệ Chi – Huyện Gia Lâm – TP. Hà Nội.
- Email: phongtchc@hict.edu.vn/phongdaotao@hict.edu.vn
- Điện thoại: 024-38276514
- Website: www.hict.edu.vn

Phu Bai Spinning
SỢI PHÚ BÀI

CÔNG TY CỔ PHẦN SỢI PHÚ BÀI

www.phubaispinning.com

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



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

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

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




MAY10
2023