DỆT MAY

MARKETING BỀN VỮNG TRONG NGÀNH THỜI TRANG

XANH HÓA

là xu hướng mới?

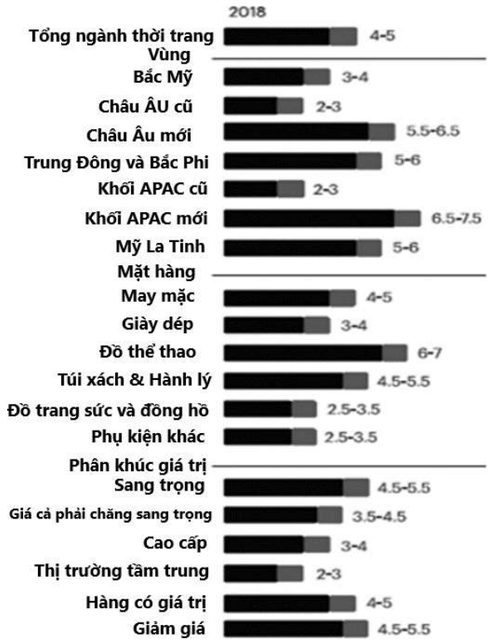
Bài: NGUYỄN TRỌNG NGHĨA

Ngành thời trang là một trong số ít ngành đã tăng trưởng liên tục trong thập kỷ qua, việc tiếp tục tăng trưởng trong tương lai nhưng trên cơ sở bền vững là một thách thức. Với tốc độ sản xuất và tiêu thụ các sản phẩm thời trang hiện nay, ngành công nghiệp phải đối mặt với mối đe dọa do môi trường bị bỏ quên và sử dụng quá mức các nguồn tài nguyên. Người ta tính toán rằng, hơn 500 tỷ USD giá trị bị mất mỗi năm do sử dụng quần áo không đúng mức và thiếu tái chế. Tình trạng này không chỉ bất lợi cho xã hội và môi trường mà còn khiến các công ty thời trang phải tính đến chi phí tài nguyên, ảnh hưởng trực tiếp đến lợi nhuận. Bài viết này đề cập tới những trở ngại chính mà ngành thời trang sẽ phải đối mặt để phát triển bền vững trong tương lai cũng như khám phá các giải pháp khả thi.



BỐI CẢNH KINH DOANH THỜI TRANG GẦN ĐÂY

Trong những thập kỷ gần đây, công nghiệp thời trang đã phát triển thành một ngành kinh doanh thịnh vượng, trở thành chủ đề cho các nhà nghiên cứu về tác động của nó đối với dòng chảy kinh tế trên thế giới. Theo các chuyên gia tư vấn của McKinsey, ngành may mặc, thời trang và xa xỉ toàn cầu đã đạt được sự tăng trưởng trên thị trường trong suốt 15 năm qua, vượt xa cả những lĩnh vực tăng trưởng cao như công nghệ và viễn thông. *Hình 1* thể hiện mức tăng trưởng doanh số ngành thời trang theo khu vực, danh mục và phân khúc trong năm 2018.



Hình 1: Tăng trưởng doanh số ngành thời trang theo khu vực, ngành hàng và phân khúc trong năm 2018

Kinh doanh thời trang mang đến cho những "ông lớn" thành công rất nhiều lợi nhuận, nhưng đây cũng là ngành được biết đến với sự thay đổi thường xuyên cũng như rủi ro cao đối với những doanh nghiệp mới xuất hiện trên thị trường. Sự toàn cầu hóa ngành thời trang đã dẫn đến việc di dời sản xuất từ châu Âu và Bắc Mỹ sang châu Á và các nước đang phát triển. Hình 1 thể hiện mức tăng trưởng doanh số ngành thời trang theo khu vực, danh mục và phân khúc trong năm 2018. Mức tăng trưởng doanh số cao nhất (6,5 - 7,5) được ghi nhận ở các quốc gia mới nổi châu Á - Thái Bình Dương.



THỜI TRANG NHANH-TĂNG TRƯỞNG BỀN VỮNG

Một công ty khởi xướng hiện tượng thời trang nhanh trên thị trường là Inditex (Zara)- công ty thời trang thành công nhất trên thế giới với lợi nhuận kinh tế khoảng 4 tỷ USD vào năm 2017. Mặc dù các công ty thời trang nhanh là một điển hình tốt cho thấy cách tăng lợi nhuận, nhưng đồng thời nó cũng được coi là một mô hình kinh doanh khuyến khích việc tiêu dùng quá mức và gây ra lãng phí quá mức. Sự phát triển của thời trang nhanh trên cơ sở bền vững thoạt nghe có vẻ mâu thuẫn, nhưng vẫn có thể xảy ra. Giải pháp nằm ở nền kinh tế tuần hoàn đảm bảo rằng quần áo được làm từ vật liệu an toàn và có thể tái tạo, biến quần áo cũ thành mới.

Có rất nhiều chủ đề liên quan đến sự phát triển bền vững của ngành thời trang, nhưng quan trọng nhất vẫn là những chủ đề sau:

01 Xây dựng các tiêu chuẩn và thực hành để thiết kế các sản phẩm thời trang có thể dễ dàng tái sử dụng hoặc tái chế;

02 Đầu tư phát triển các loại sợi mới giảm tác động tiêu cực đến môi trường;

03 Quản lý những đổi mới góp phần giảm lượng khí thải CO_2;

04 Khuyến khích người tiêu dùng có ý thức bảo vệ môi trường;

05 Hỗ trợ phát triển công nghệ tái chế;

06 Đặt ra các tiêu chuẩn cao về môi trường và cơ chế để kiểm soát tốt hơn trong chuỗi cung ứng.

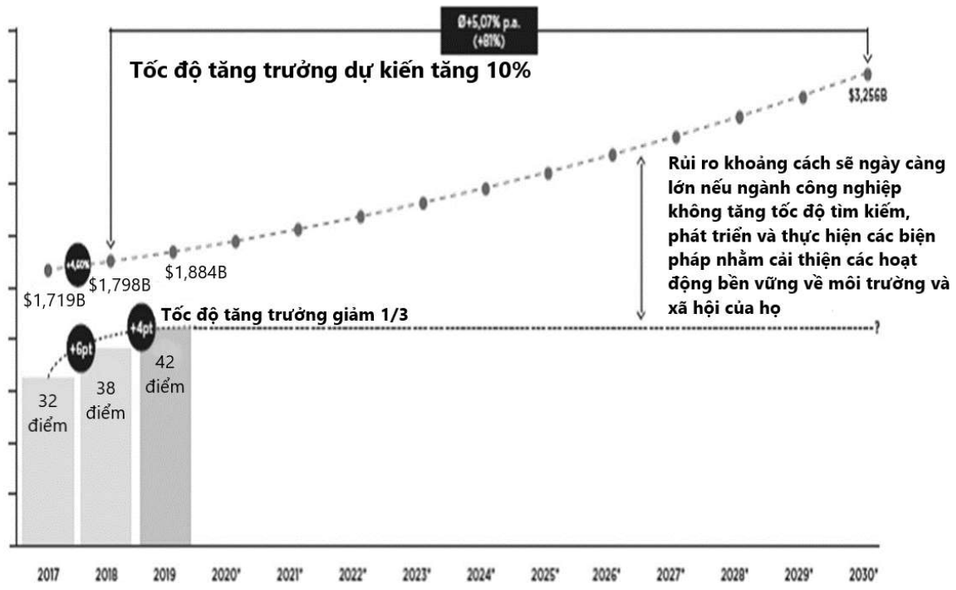


HIỆU SUẤT BỀN VỮNG TRONG NGÀNH THỜI TRANG

Nâng cao nhận thức về những tác động tiêu cực của ngành thời trang đã tạo ra nhu cầu giám sát chặt chẽ hiệu suất của các công ty và sản phẩm của ngành. Trong số đó chỉ số Pulse Score được coi là ví dụ điển hình đo lường hiệu suất bền vững của ngành thời trang.

ĐIỂM SỐ PULSE TRONG NGÀNH THỜI TRANG

Điểm số Pulse được phát triển để đo lường và theo dõi tính bền vững của ngành thời trang toàn cầu trên các lĩnh vực tác động xã hội và môi trường chính. Điểm số dựa trên chỉ số Higg do Liên minh May mặc bền vững phát triển. Nó đại diện cho một bộ công cụ đo lường và chấm điểm hiệu suất bền vững của công ty hoặc sản phẩm. Chỉ số có ba phần: "thương hiệu", "cơ sở vật chất" và "sản phẩm". Trong đó phần "thương hiệu" đo lường mức độ minh bạch, theo dõi tác động môi trường/xã hội cũng như sự hợp tác của các thương hiệu thời trang với các cơ sở. Phần "cơ sở vật chất" liên quan đến các biện pháp môi trường và phần "xã hội" được áp dụng bởi các nhà cung cấp trong ngành thời trang. Phần "sản phẩm" đề cập đến các quy trình thiết kế nhằm tìm ra giải pháp tốt nhất liên quan đến thiết kế và lựa chọn vật liệu phối hợp với tính bền vững. Điểm Pulse của ngành thời trang đại diện cho các phép đo trên thang điểm từ 1 đến 100, trong đó điểm dưới 20 được xác định là yếu và điểm cao hơn 70 là mạnh. Trong vài năm qua, điểm số Pulse của ngành thời trang đã cải thiện từ 32 lên 42 (*Hình 2*), đây là sự cải thiện đáng kể. Khoảng cách điểm số xung tổng thể từ 42 đến 100 cho biết quy mô cơ hội của ngành để tạo ra giá trị mới cho xã hội và các doanh nghiệp riêng lẻ.



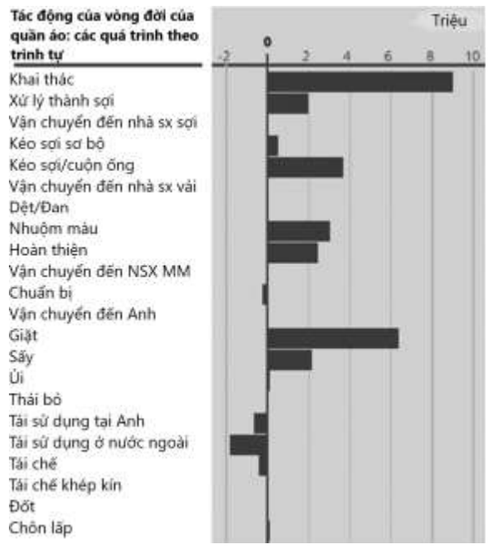
Hình 2: Tốc độ tăng điểm Pulse Score năm 2019 so với năm 2017

CÁC GIẢI PHÁP BỀN VỮNG TRONG NGÀNH THỜI TRANG

Theo Global Fashion Agenda, các CEO thương hiệu thời trang có ảnh hưởng quan trọng đến sự phát triển bền vững trong ngành do các quyết định của họ ảnh hưởng đến toàn bộ chuỗi giá trị. Do đó, CEO Agenda 2019 nhấn mạnh hai phần hành động hướng tới sự bền vững: bốn ưu tiên cốt lõi để thực hiện ngay lập tức và bốn ưu tiên chuyển đổi để thay đổi cơ bản trong dài hạn. Các ưu tiên cốt lõi để thực hiện ngay lập tức bao gồm:

* Truy xuất nguồn gốc chuỗi cung ứng có mối tương quan trực tiếp với việc triển khai mô hình kinh doanh tuần hoàn. Quá trình này bắt đầu với việc khai thác nguyên liệu thô, tiếp tục với quá trình xử lý nguyên liệu, sản xuất, đóng gói sản phẩm, vận chuyển và xử lý. Theo Chương trình nghị sự, 12,5% thị trường thời trang toàn cầu, bao gồm các thương hiệu lớn như Nike, Adidas, Levi's và Gap đã ký kết các mục tiêu bền vững đến năm 2020-2030, bao gồm công bố danh sách tất cả các nhà cung cấp sản xuất cho họ.

* Chống biến đổi khí hậu. Cần theo dõi và đo lường tác động của thời trang đối với biến đổi khí hậu trong toàn bộ chuỗi giá trị. Các giai đoạn trong vòng đời nhuộm và hoàn thiện, chuẩn bị sợi và sản xuất sợi dường như là 3 nguyên nhân chính gây ra các tác động ô nhiễm toàn cầu của ngành. Cũng rất thú vị khi xem xét những phát hiện về dấu chân carbon trên quần áo ở Vương quốc Anh chứng minh rằng vắt và giặt là những quy trình được quan tâm nhiều nhất (*Hình 3*).



Hình 3: Lượng khí thải carbon của quần áo ở Anh (tCO2e) năm 2016, theo quy trình.



* Sử dụng hiệu quả nguồn nước, năng lượng và hóa chất. Ngành công nghiệp thời trang được biết đến với tác động tiêu cực khi là ngành sử dụng nhiều nước và năng lượng. Cotton là một trong những loại sợi gây lãng phí nước nhất trong thời trang. Một kg bông được sử dụng để sản xuất áo sơ mi và quần jean - có thể mất tới 10.000–20.000 lít nước để sản xuất.

Một vấn đề quan trọng khác là việc sử dụng các hóa chất như phân bón, thuốc trừ sâu và thuốc nhuộm. Việc sử dụng phân bón cũng đặc biệt rõ ràng trong quá trình sản xuất bông, trong đó sử dụng phân bón nitric và photphoric mà việc sử dụng quá mức sẽ để lại dấu vết trong nước.

* Môi trường làm việc an toàn. Một thách thức đặc biệt đối với sự phát triển bền vững của ngành thời trang là các vấn đề liên quan đến điều kiện làm việc, bóc lột sức lao động, quyền của người lao động, phân biệt giới tính và lạm dụng trẻ em. Liên quan đến tất cả những câu hỏi này, ngành công nghiệp thời trang thường bị cáo buộc ủng hộ chế độ nô lệ hiện đại. Báo cáo của chỉ số nô lệ toàn cầu năm 2018, do Walk Free Foundation công bố nhấn mạnh rằng, hàng may mặc trị giá 127,7 tỷ USD có nguy cơ bao gồm chế độ nô lệ hiện đại trong chuỗi cung ứng được nhập khẩu hàng năm bởi các quốc gia G20, nhóm các quốc gia chiếm 80% thương mại thế giới.

Trong số các ưu tiên chuyển đổi ở trên, những thay đổi cơ bản bao gồm:

- Giảm tác động tiêu cực của các loại sợi hiện có và phát triển các loại sợi mới sáng tạo hơn, bền vững hơn.

- Hệ thống thời trang tuần hoàn sẽ cho phép tái chế và tái sử dụng sản phẩm cũng như sử dụng các sản phẩm thời trang đã mua.

- Thúc đẩy hệ thống tiền lương tốt hơn.

- Cách mạng công nghiệp lần thứ tư dựa trên số hóa các quy trình trong chuỗi giá trị

Việc thực hiện các mục tiêu đã nêu sẽ giúp đạt được cơ hội hàng năm trị giá 160 tỷ Euro cho nền kinh tế thế giới. Do đó, ngày nay chúng ta có thể tìm thấy nhiều ví dụ về thời trang bền vững thành công. Một số trong số đó là:



1

Adidas đã sản xuất một triệu đôi giày từ nhựa đại dương tái chế. Một cải tiến mang tính cách mạng khác, được phát triển bởi thương hiệu này là công nghệ DryDye cho phép nhuộm mà không cần sử dụng nước.



2

Thương hiệu nổi tiếng Stella McCartney bao gồm các thương hiệu như: Chanel, Jean Paul Gaultier, Burberry, Versace, John Galliano, Furla, DKNY, Michael Kors, Gucci, Giorgio Armani, Phillip Lim, Diane von Furstenberg, St. John và The Kooples cũng đã thực hiện những bước quan trọng đối với cuộc cách mạng thời trang, bằng cách giới thiệu các chất liệu bền vững như da làm từ nấm, tơ nhện công nghệ sinh học và những chất liệu khác.



3

Liên quan đến vấn đề truy xuất nguồn gốc chuỗi cung ứng, các thương hiệu hàng đầu như Zara và Tesco đã nhận trách nhiệm về những tác động tiêu cực trong quá trình sản xuất của họ. Để đạt được tính bền vững tốt hơn, họ đang thử nghiệm nước thải từ các nhà máy, tìm kiếm các giải pháp tốt hơn và xây dựng mối quan hệ với người lao động ở châu Á và các nước đang phát triển, nơi họ đã di dời sản xuất.





GÓC NHÌN BỀN VỮNG TỪ QUAN ĐIỂM NGƯỜI TIÊU DÙNG

Tính bền vững ngày nay là một trong những tiêu chí quan trọng trên cơ sở đó người tiêu dùng đưa ra quyết định mua hàng của họ. Theo Fashion Revolution, khảo sát 5.000 người trong độ tuổi 16-75 tại 5 thị trường lớn nhất châu Âu gồm Đức, Anh, Pháp, Ý và Tây Ban Nha cho thấy, khi chọn mua một nhãn hiệu thời trang, người tiêu dùng cho biết nhãn hiệu đó rất quan trọng:

01 Công bố sản phẩm bền vững như thế nào trên bao bì (72%),

02 Giải thích sản phẩm được làm từ gì trên bao bì (77%),

03 Nêu rõ họ lấy nguyên liệu và thành phần từ đâu và ai sản xuất sản phẩm (77%),

04 Chia sẻ thông tin chi tiết về tiền lương và điều kiện làm việc cho những người trong chuỗi cung ứng toàn cầu của mình (66%),

05 Cung cấp thông tin về cách họ áp dụng các thực hành có trách nhiệm với xã hội (70%),

06 Cung cấp thông tin về cách họ áp dụng các thực hành có trách nhiệm với môi trường (74%).



Trong vài năm qua, điểm số của ngành thời trang Pulse Score đã cải thiện từ 32 lên 42, để lại khoảng cách ở mức 58 điểm như một chỉ số cho thấy vẫn còn lâu mới bền vững. Thách thức chính mà ngành thời trang phải đối mặt trên con đường hướng tới sự phát triển bền vững là tìm kiếm sự cân bằng giữa môi trường, xã hội và kinh tế. Đây là một nhiệm vụ rất khắt khe cần kết nối tất cả các bên liên quan: chủ sở hữu, người quản lý, nhà thiết kế thời trang, kỹ sư, nhà nghiên cứu, công nhân, tổ chức cũng như người tiêu dùng, những người cũng chịu trách nhiệm sử dụng các sản phẩm thời trang.

Như vậy, có 4 ưu tiên cốt lõi cần thực hiện ngay mà các thương hiệu thời trang nên thực hiện: truy xuất nguồn gốc chuỗi cung ứng, chống biến đổi khí hậu, sử dụng hiệu quả tài nguyên và đảm bảo môi trường làm việc. Những ưu tiên này liên quan đến các vấn đề như tái chế và tái sử dụng các sản phẩm thời trang, khái niệm thời trang tuần hoàn, quản lý chuỗi giá trị, bảo vệ môi trường cũng như công bằng xã hội và quyền lao động thường là những vấn đề chính khi sản xuất thời trang.❑

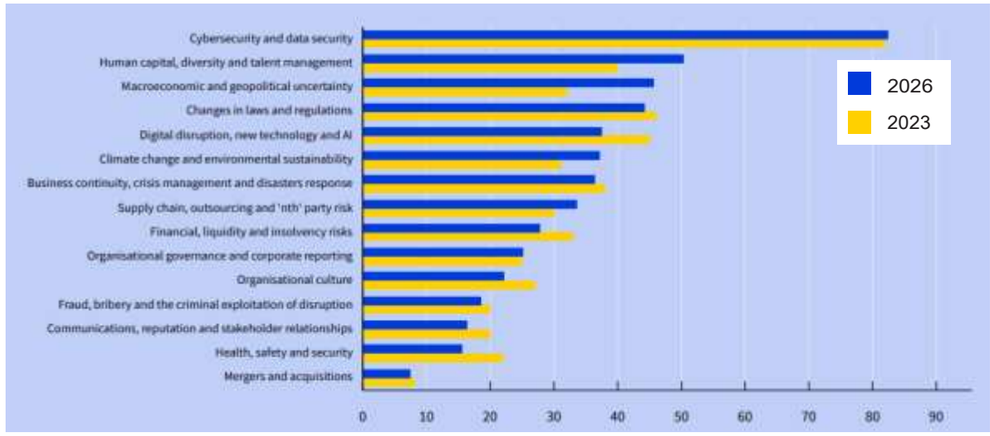
Phòng tránh rủi ro về BẢO MẬT THÔNG TIN

Bài: BAN CNTT-CĐS VINATEX

Quá trình số hóa tiếp tục diễn ra với tốc độ nhanh chóng, sau đại dịch Covid-19 càng được đẩy nhanh hơn nữa. Các ước tính chỉ ra rằng đến hết năm 2023, hơn 60% GDP của thế giới sẽ được số hóa (nguồn: control risk)– và hệ sinh thái hỗ trợ nó, không gian mạng đang chuyển đổi hoàn toàn. Cùng với đó, những dịch vụ đám mây, OT (công nghệ vận hành) và các nhà cung cấp dịch vụ đang đối mặt với thách thức nghiêm trọng về bảo mật. Sự nổi lên của AI như một công cụ hỗ trợ đắc lực cho hoạt động sản xuất kinh doanh của các tổ chức nhưng nó cũng là vũ khí để thực hiện các vụ tấn công.

Trong cuộc khảo sát của IIA (Hiệp hội Kiểm toán nội bộ Hoa Kỳ) với những người phụ trách kiểm toán nội bộ tại các doanh nghiệp ở khu vực EU về đánh giá những rủi ro mà đơn vị của họ phải đối mặt trong những năm tới thì không phải rủi ro về địa chính trị hay khủng hoảng tài chính mà rủi ro về bảo mật, an toàn thông tin mới là lớn nhất.





SÁU RỦI RO BẢO MẬT HÀNG ĐẦU CÓ THỂ ẢNH HƯỞNG ĐẾN HOẠT ĐỘNG CỦA MỘT TỔ CHỨC

1. Tấn công mạng

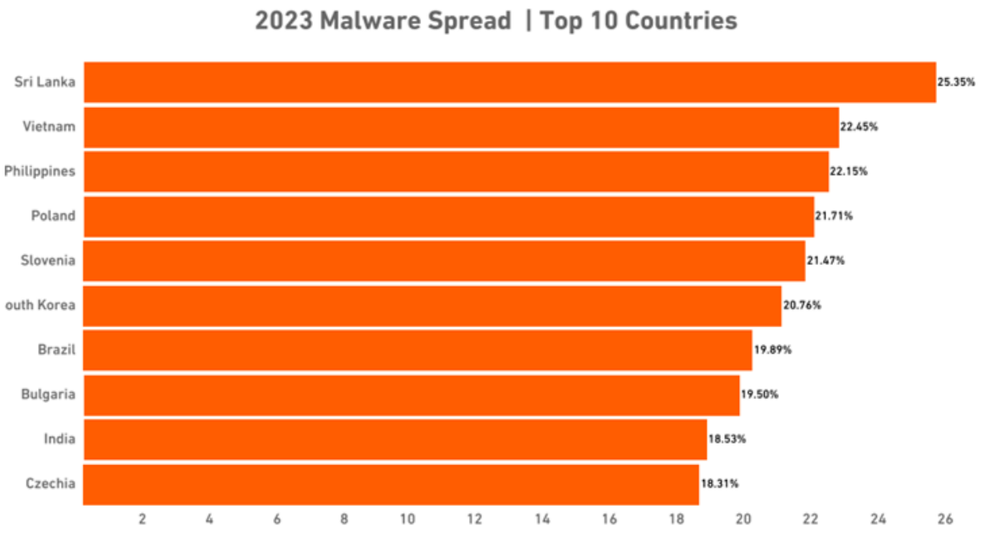
Các cuộc tấn công mạng ngày càng trở nên thường xuyên, tinh vi và gây thiệt hại nặng nề hơn. Cho dù tin tặc chọn tấn công mạng của tổ chức bằng cách lợi dụng lỗ hổng bảo mật hoặc chặn lưu lượng truy cập để đánh cắp dữ liệu, nếu tổ chức đó không chuẩn bị cho một cuộc tấn công như vậy thì hoạt động của tổ chức có thể bị ảnh hưởng nghiêm trọng.

Việc tội phạm mạng sử dụng phần mềm độc hại, đặc biệt là ransomware (mã độc tống tiền) đã gia tăng đáng kể từ khi đại dịch Covid bắt đầu. Các cuộc tấn công bằng ransomware tăng hơn 300% so với trước khi diễn ra đại dịch.

> *"Việc thanh toán một khoản tiền chuộc lớn, chi phí để tạm dừng hoạt động kinh doanh và bất kỳ tác hại nào mà phần mềm độc hại gây ra cho hệ thống của tổ chức đều ảnh hưởng đáng kể lợi nhuận của tổ chức đó. Trường hợp có dữ liệu nhạy cảm nào bị xâm phạm, chi phí có thể còn tăng cao hơn nữa."*

Cùng với đó là yêu cầu tiền chuộc cũng có xu hướng nhiều hơn. Yêu cầu tiền chuộc trung bình đã tăng vọt lên 5,3 triệu USD và chi phí trung bình của một khoản thanh toán tiền chuộc đã tăng lên mức đáng kinh ngạc là 570.000 USD. Việc thanh toán một khoản tiền chuộc lớn, chi phí để tạm dừng hoạt động kinh doanh và bất kỳ tác hại nào mà phần mềm độc hại gây ra cho hệ thống của tổ chức đều ảnh hưởng đáng kể lợi nhuận của tổ chức đó. Trường hợp có dữ liệu nhạy cảm nào bị xâm phạm, chi phí có thể còn tăng cao hơn nữa.

Theo báo cáo về an ninh mạng của BKAV, năm 2022 Việt Nam ước tính thiệt hại gần 900 triệu USD do phần mềm độc hại. Nửa đầu năm 2023, Việt Nam là nước đứng thứ 2 về mức độ lây lan các phần mềm độc hại:



2. Dữ liệu không được bảo vệ

Theo ước tính của IBM, chi phí cho việc xử lý một vi phạm dữ liệu hiện ở mức 4,24 triệu USD. Việc dữ liệu của tổ chức dễ bị xâm phạm có thể làm trầm trọng thêm hậu quả của một cuộc tấn công mạng vốn đã tốn kém. Thực tế cho thấy, khoản thanh toán tiền chuộc có thể chỉ khiến tổ chức phải trả 570.000 USD nhưng con số đó không tính đến các chi phí liên quan đến việc tạm dừng hoạt động kinh doanh, khôi phục hệ thống… Theo đó, tổng chi phí trung bình của một cuộc tấn công ransomware sẽ "khổng lồ" hơn rất nhiều.



3. Lỗi của con người

Khi các tổ chức thực hiện các bước để bảo vệ dữ liệu của mình khỏi hành vi xâm phạm, thường thì bị nhầm lẫn ưu tiên bảo vệ trước các mối đe dọa từ bên ngoài do hành vi xâm phạm từ bên ngoài mang mục đích xấu, nguy cơ đe dọa cao, trong khi "tai nạn" từ nội bộ có thể bị bỏ qua.

4. Phân quyền

Vì lỗi của người sử dụng là nguyên nhân chính của các vi phạm về dữ liệu, việc cấp cho nhân viên quá nhiều quyền truy cập vào hệ thống dữ liệu của tổ chức có thể rất nguy hiểm. ¼ các vụ xâm phạm dữ liệu được thực hiện từ thông tin của nhân viên bị đánh cắp. Khi một nhân viên có thông tin đăng nhập bị đánh cắp có quyền truy cập mạng đầy đủ hoặc gần đầy đủ, tin tặc sẽ có cùng cấp độ truy cập khi đóng giả là nhân viên đó.

5. Nhân viên chưa được đào tạo

Việc thiếu đào tạo, nâng cao nhận thức của nhân viên về tầm quan trọng của bảo mật dữ liệu có thể gây hậu quả như đã nêu ở trên. Thực tế, việc đào tạo nhân viên có thể giúp giảm thiểu hành vi lừa đảo và các cuộc tấn công. Tuy nhiên, các tổ chức thường bỏ qua việc đào tạo về bảo mật, thậm chí không ban hành và thực thi các chính sách, quy trình bảo mật dữ liệu để nhân viên tuân thủ ngay từ đầu.

6. Cảm giác an toàn

Phần lớn, tất cả các rủi ro bảo mật dữ liệu được thảo luận cho đến thời điểm này đều có thể khắc phục được bằng cách thực hiện các thay đổi cụ thể trong tổ chức của bạn. Dữ liệu không được bảo vệ và các mối đe dọa bên ngoài như tin tặc có thể được giải quyết bằng cách triển khai các giải pháp bảo mật dữ liệu tích hợp với phần mềm và quy trình làm việc của bạn. Nhân viên chưa được đào tạo bài bản và lỗi của con người trong một tổ chức thường đi đôi với nhau và có thể được giải quyết bằng cách tạo ra một bộ chính sách bảo mật dữ liệu của công ty kỹ lưỡng cũng như áp dụng phương pháp đào tạo nhân viên thường xuyên và hấp dẫn hơn. Ngay cả mô hình bảo mật mạng lỗi thời cũng có thể được cập nhật để phù hợp với các phương pháp hay nhất.

Tuy nhiên, việc có một cảm giác an toàn với suy nghĩ "điều đó sẽ không bao giờ xảy ra với chúng tôi" có lẽ còn là một nguy cơ nguy hiểm hơn đối với vấn đề an ninh của tổ chức vì việc khắc phục nó đòi hỏi phải thay đổi triết lý từ trên xuống. Thực tế đã chỉ ra rằng dường như sẽ "chẳng có vấn đề gì xảy ra" cho đến khi "vấn đề đó xảy ra".

LÀM GÌ ĐỂ PHÒNG NGỪA RỦI RO BẢO MẬT, AN TOÀN THÔNG TIN?

Sử dụng mật khẩu mạnh và xác thực đa yếu tố — 1

Nhìn chung, các thành phần dựa trên trực tuyến đã được kết hợp với tính năng bảo mật dữ liệu nâng cao. Tính năng này bao gồm việc chỉ chấp nhận những mật khẩu mạnh với các loại chữ số có thể thay đổi, tăng khả năng kết hợp mã nếu được đưa vào bằng phỏng đoán. Ngoài ra, xác thực đa yếu tố yêu cầu các thiết bị khác nhau phải ở gần và có quyền đăng nhập vào tài khoản cụ thể. Vượt qua nhiều cấp độ kiểm tra bảo mật là điều không phổ biến và đủ thách thức.

Luôn cập nhật phần mềm và hệ thống — 2

Các phần mềm và hệ thống thường xuyên gặp lỗi. Tuy nhiên, các bản cập nhật phần mềm nhằm giải quyết những thiếu sót đó, cung cấp tính bảo mật nâng cao. Nó đóng cửa sổ cho các vi phạm bảo mật dữ liệu nội bộ hoặc bên ngoài.

Giới hạn quyền truy cập vào dữ liệu nhạy cảm — 3

Kiểm soát truy cập là điều cần thiết trong việc cung cấp bảo mật dữ liệu bằng cách giới hạn quyền truy cập ở một số lượng người dùng hạn chế. Nó thúc đẩy trách nhiệm giải trình và trách nhiệm giữa một nhóm cá nhân được lựa chọn. Mọi tổ chức và bộ phận đều phải thực hiện bước quan trọng này để đảm bảo an toàn dữ liệu. Kiểm soát truy cập chỉ cho phép quyền hoặc truy cập trực quan vào các phần cụ thể tương ứng với vai trò công việc của người dùng. Bằng cách thực hiện các biện pháp kiểm soát truy cập, tổ chức có thể đảm bảo rằng chỉ những cá nhân được ủy quyền mới truy cập được vào dữ liệu nhạy cảm, giảm nguy cơ truy cập trái phép và xâm phạm dữ liệu.

Mã hóa dữ liệu nhạy cảm khi chuyển tuyến — 4

Bất kể trạng thái sử dụng hiện tại của dữ liệu như thế nào, hãy đảm bảo tuân theo mã hóa dữ liệu. Nó đề cập đến việc chuyển đổi dữ liệu sang định dạng không thể đọc được và không thể giải mã được. Điều này được thực hiện thông qua thuật toán và khóa, giúp bảo vệ tính toàn vẹn và bảo mật của dữ liệu. Dữ liệu đang truyền và phần còn lại dễ bị tấn công và phải trải qua quá trình mã hóa.

Sao lưu dữ liệu thường xuyên — 5

Các mối đe dọa bảo mật dữ liệu nêu trên bao gồm sự xâm phạm hệ thống. Nó dẫn đến việc không thể thực hiện các hoạt động do thiếu dữ liệu sẵn có. Vì vậy, việc sao lưu dữ liệu thường xuyên giúp sửa đổi và sử dụng nó để ngăn ngừa tác hại. Nó làm giảm tác hại vì thông tin bị mất do xâm phạm dữ liệu có thể mất nhiều thời gian hơn để phục hồi.

Đào tạo nhân viên, nâng cao nhận thức về bảo mật thông tin — 6

Quan tâm cập nhật thông tin các cuộc tấn công có thể xảy ra và phương pháp phòng ngừa có thể bảo vệ dữ liệu của công ty khỏi nhiều tổn thất. Điều này cho phép nhân viên thực hiện các hành động và biện pháp phòng ngừa có ý thức trong khi xử lý thông tin, dữ liệu lạ hoặc không xác định. Nó cũng giúp họ nhận thức được cách xác định các cuộc tấn công lừa đảo qua mạng.❑

*Tài liệu tham khảo: Top risk 2023 – Control risk * Risk in focus – 2023 - EIIIA * Cyber threat report 2023 – Sonicwall.*



Thống kê USTER® 2023

(USTER® STATISTICS 2023)

CÓ GÌ KHÁC

so với các phiên bản trước?

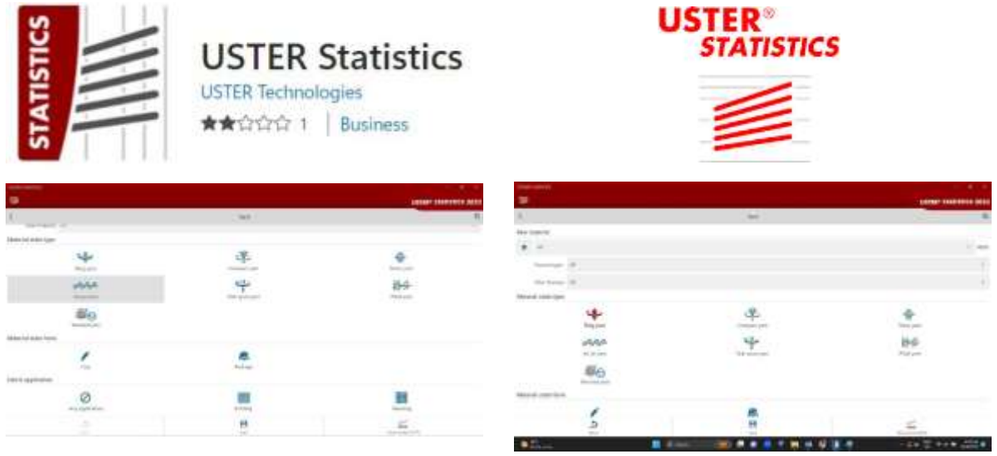
Bài: TS. LÊ SỸ PHƯƠNG

Thống kê USTER® - USTER® STATISTICS là công cụ đã được chuẩn hóa toàn cầu, dựa trên việc thu thập và thử nghiệm các mẫu xơ, cúi, sợi thô và sợi con được sản xuất ở khắp mọi nơi trên thế giới. Thống kê USTER® được giới thiệu lần đầu vào năm 1957, là sản phẩm của công ty Uster Technologies - Thụy Sỹ và được cập nhật định kỳ thông thường sau 5 đến 7 năm. Phiên bản gần đây nhất là Thống kê USTER® phiên bản 2013, 2018 và hiện nay là phiên bản 2023.





Thống kê USTER® được ngành công nghiệp dệt may toàn cầu công nhận như một công cụ thiết yếu để so sánh các đặc tính quan trọng nhất trong toàn bộ chuỗi sản xuất sợi từ xơ, cúi, sợi thô và sợi con. Thống kê USTER® mang tính toàn cầu vì các mẫu thử được thu thập từ các công ty sản xuất sợi trên toàn thế giới. Để đảm bảo dữ liệu một cách chính xác nhất, các mẫu chỉ được thử nghiệm duy nhất tại hai địa điểm có các phòng thí nghiệm chuẩn (mẫu được điều hòa trong môi trường không khí chuẩn theo ISO 139 là: nhiệt độ (20±2)°C và độ ẩm tương đối (65±4)% tương ứng ASTM D1776) tại phòng thí nghiệm của USTER ở Thụy Sỹ và Tô Châu, Trung Quốc.



Thống kê USTER® thông thường được ba nhóm người sử dụng chính là:

NHÀ SẢN XUẤT SỢI

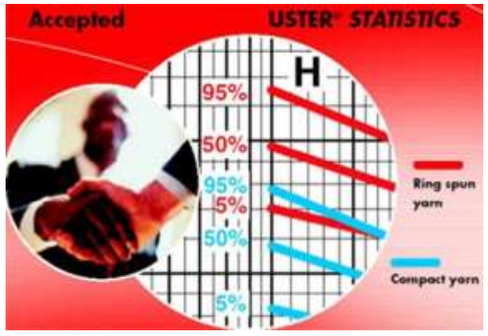
Để đặt ra các mục tiêu chất lượng nội bộ, nhận biết các thiếu sót trong quá trình sản xuất, giao tiếp về chất lượng xơ, bán thành phẩm sợi và sợi con một cách khách quan, đảm bảo chất lượng sợi được sản xuất và bán ra.

NGƯỜI SỬ DỤNG SỢI

Để cung cấp một nền tảng nhằm xác định các đặc tính chất lượng sợi trong các hợp đồng, lựa chọn sợi có chất lượng phù hợp với mục đích của mình, thanh toán đúng giá cho nhà sản xuất sợi theo đúng chất lượng.

NHÀ SẢN XUẤT THIẾT BỊ

Để đánh giá sự phát triển của các máy móc mới, kết hợp năng suất với chất lượng và đảm bảo các mức chất lượng cụ thể. Thống kê USTER® cũng được sử dụng như một nền tảng cho các hợp đồng chất lượng giữa nhà sản xuất thiết bị và khách hàng mua máy.





USTER® STATISTICS 2023 bao gồm các dữ liệu chính về:

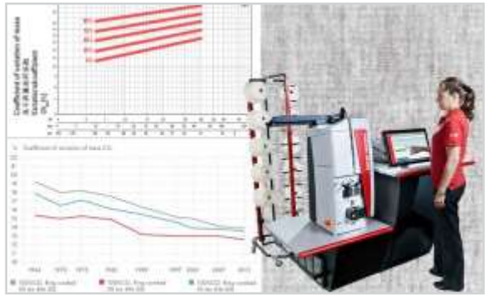
Nguyên liệu: Loại xơ, độ mảnh xơ ≤ 1,0 dtex & > 1,0 dtex và bất kỳ độ mảnh nào, tỷ lệ pha trộn xơ. Quy trình kéo sợi: chải kỹ, chải thô, bất kỳ quy trình nào.

Loại sản phẩm: Cúi, sợi thô, sợi con, sợi nồi khuyên, sợi rô-to, sợi khí xoáy, sợi xe, sợi lõi, sợi len chải kỹ, sợi compact.

Hình dạng ống sợi: suốt sợi (trên máy sợi con) hoặc búp sợi (trên máy quấn ống).

Lĩnh vực sử dụng: Làm chỉ may, dệt kim, dệt thoi hoặc bất kỳ ứng dụng nào.

Thống kê USTER® 2023 gồm 4.000 bảng biểu và đồ thị. Là phiên bản điện tử online (không có bản cứng), được cập nhật tự động thường xuyên, không thu phí người dùng. Có thể cài đặt trên máy điện thoại thông minh, Ipad, máy tính xách tay, để bàn,…



Thống kê USTER® 2023 có những đặc tính mới so với phiên bản 2013, 2018. Cụ thể có những mở rộng bổ sung sau đây:

01

Mở rộng phạm vi độ mảnh của sợi:

- PES/CO, sợi nồi khuyên, sợi chải kỹ, dạng suốt và búp sợi: Ne50 đến Ne60.
- PES/WO, sợi len chải kỹ/chải thô, dạng búp sợi: Ne47 đến Ne60.

02

Các loại sợi mới:

- Sợi xe, 100% CO, 100% CV, dạng suốt và búp sợi.
- Sợi compact dệt kim, 100% bông, dạng suốt và búp sợi.

03

Các nguyên liệu mới:

- Classimat 5 mới, 100% PES, 100% CV, sợi pha PES/CO (không còn Quantum).

04

Độ mảnh xơ:

- Phân loại mới ≤1,0 dtex, > 1,0 dtex cho xơ Modal.

05

Lĩnh vực sử dụng:

- Ngoài vải dệt kim, dệt thoi, mới: bất kỳ ứng dụng nào đặc biệt là với các hỗn hợp bông.

06

Loại quy trình sản xuất:

- Ngoài chải thô và chải kỹ, mới: bất kỳ quy trình nào.

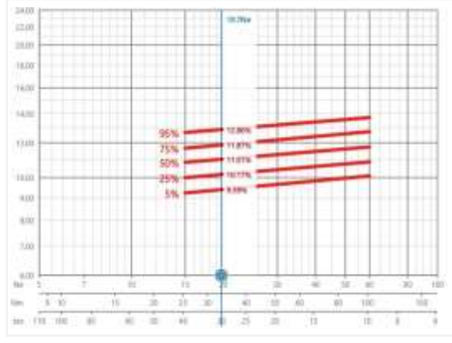
07

Bảng tương tác với các đặc tính được bổ sung.

Có ba cách khác nhau để tra Thống kê USTER® 2023: Bảng tương tác, đồ thị - bảng và quy trình sản xuất.







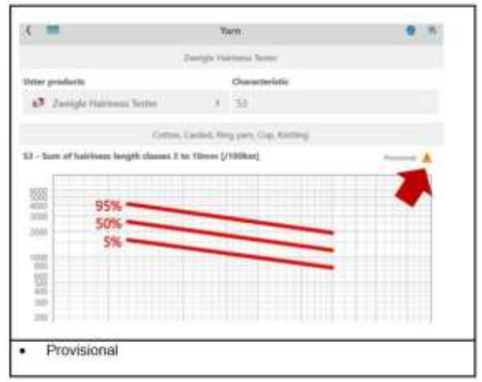




Trong Thống kê USTER® 2023, "cấu trúc chương" USTER® STATISTICS 2013, 2018 không còn tồn tại nữa. Do việc chia thành từng chương có một hạn chế nhất định cho kết quả lọc. Một chương chứa mô tả nguyên liệu thô, trạng thái nguyên liệu, tỉ lệ pha trộn và ứng dụng. Việc tách riêng một trong những tiêu chí trên là không thể, tổng quan lựa chọn bị hạn chế, vì vậy USTER quyết định làm cho USTER® STATISTICS 2023 trở nên linh hoạt hơn cho người sử dụng và thay đổi từ cấu trúc chương sang một hệ thống lọc cá nhân.

Một trong những tính năng mới của USTER® STATISTICS 2023 là dữ liệu về độ đồng đều của cúi và sợi thô. Do việc vận chuyển các loại mẫu này đến các phòng thí nghiệm của USTER để kiểm tra mà không bị hư hỏng là rất khó, nên thay vì đó dữ liệu của khách hàng được sử dụng. Dữ liệu của khách hàng xuất phát từ các máy đo độ đồng đều USTER® TESTER 5 và USTER® TESTER 6 của USTER®. Các dữ liệu này đã được phân tích và đưa vào USTER® STATISTICS.

Điểm cần lưu ý là nếu trên bảng kết quả của đồ thị có dấu "Tam giác màu vàng cam" có nghĩa là dữ liệu chỉ mang tính tạm thời vì chưa có đủ số lượng mẫu thử để đảm bảo tính chính xác đại diện. Có thể sử dụng như dữ liệu tạm thời. USTER® STATISTICS sẽ được cập nhật ngay khi có đủ dữ liệu chính xác.



Sợi được kéo theo nguyên lý khí xoáy trong thống kê là sợi được kéo trên máy kéo sợi khí Murata MVS (Vortex) và Rieter Com4® trong USTER® STATISTICS.

Đã có một cơ sở dữ liệu USTER® STATISTICS dành cho sợi bọc lõi.



Có thể in kết quả Thống kê USTER® 2023 bằng cách ấn lên biểu tượng "in". Khi đó, mọi đồ thị hoặc bảng được chọn sẽ được in thành văn bản PDF. Văn bản PDF có thể đem lưu lại, gửi qua email hay in ra giấy.❑



BẢN TIN VINATEX

Tháng 9/2023

BAN CHỈ ĐẠO ĐỔI MỚI VÀ PHÁT TRIỂN DOANH NGHIỆP LÀM VIỆC VỚI VINATEX

Ngày 16/8, Đoàn công tác Ban chỉ đạo Đổi mới và Phát triển doanh nghiệp của Chính phủ do ông Nguyễn Hồng Long – Phó Trưởng Ban Chỉ đạo đổi mới và Phát triển doanh nghiệp làm trưởng đoàn đã có buổi làm việc với Tập đoàn Dệt May Việt Nam về tình hình hoạt động, kết quả sản xuất kinh doanh sau cổ phần hóa của Tập đoàn.

Cùng đi với đoàn công tác có đại diện lãnh đạo Bộ Công Thương, Bộ Tài chính, Bộ Kế hoạch và Đầu tư, Ủy ban Quản lý vốn Nhà nước tại doanh nghiệp, Tổng Công ty Đầu tư và Kinh doanh vốn nhà nước (SCIC).

Báo cáo tại buổi làm việc, ông Lê Tiến Trường- Chủ tịch HĐQT Vinatex đã nêu rõ tình hình hoạt động và kết quả sản xuất kinh doanh của Tập đoàn kể từ sau khi cổ phần hóa (CPH) vào năm 2015. Theo đó, so với thời điểm trước CPH, quy mô tổng tài sản của Tập đoàn tăng 13%; vốn chủ tăng 44%; Hiệu quả trên vốn chủ gia tăng theo từng năm; các năm đại dịch (2020) và khủng hoảng 2022 đều có lãi với mức tương đương và cao hơn thời điểm trước CPH; Năng suất lao động tăng 80%; Thu nhập bình quân của người lao động tăng 62%; Nộp ngân sách nhà nước tăng 10 – 15% qua các năm…

Tập đoàn đã tiến hành tái cấu trúc các doanh nghiệp và khoản đầu tư để tập trung vào lĩnh vực cốt lõi; Đổi mới công tác quản trị, hội tụ sức mạnh tập trung của các doanh nghiệp thành viên; Nghiên cứu sản phẩm mới, đa dạng hóa thị trường, thay đổi phương thức kinh doanh để nâng cao giá trị gia tăng; Đẩy mạnh công tác đào tạo để đảm bảo chất lượng vận hành, thích nghi trong bối cảnh mới; Tập trung đầu tư chiều sâu với công nghệ hiện đại nhằm cải thiện năng suất lao động…

Vận dụng tinh thần QĐ360/TTG ngày 17/03/2022 của Thủ tướng Chính phủ về "cơ cấu lại doanh nghiệp nhà nước, trọng tâm là Tập đoàn kinh tế, Tổng Công ty nhà nước giai đoạn 2021-2025", mặc dù không thuộc đối tượng song Vinatex đã chủ động xây dựng đề án tái cơ cấu giai đoạn 2021-2025, bổ sung gấp rút chiến lược thành phần mới cho Tập đoàn và doanh nghiệp chủ lực, để có "vũ khí" cạnh tranh trong giai đoạn bùng nổ kinh tế số, sản xuất xanh, kinh tế tuần hoàn, zero phát thải carbon…

Trong dài hạn, Vinatex định hướng trở thành một điểm đến (one-stop) có khả năng cung ứng trọn gói giải pháp xanh cho khách hàng doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng toàn cầu của ngành dệt may thế giới, với quy mô hàng đầu Việt Nam và khu vực. Mục tiêu chiến lược cho giai đoạn 2021-2025 là trở thành một điểm đến trọn gói cho sản phẩm dệt kim phổ thông với quy mô sản xuất 30.000 – 35.000 tấn vải dệt kim/năm…

Phát biểu tại buổi làm việc, ông Nguyễn Hồng Long – Phó Trưởng Ban Chỉ đạo đổi mới và Phát triển doanh nghiệp đánh giá cao kết quả Vinatex đã đạt được sau 8 năm thực hiện cổ phần hóa, nổi bật ở hiệu quả sản xuất kinh doanh và phương thức quản trị doanh nghiệp có nhiều bước tiến rõ rệt. Ban Chỉ đạo đổi mới và Phát triển doanh nghiệp sẽ sớm trình Chính phủ xem xét tình hình hoạt động thực tiễn và những kiến nghị, đề xuất của Tập đoàn.

VINATEX TÀI TRỢ ÁO CHO ĐẠI HỘI ỦY BAN BẢO VỆ CÁCH MẠNG CU BA LẦN THỨ X

Ngày 30/8, tại Ủy ban Mặt trận Tổ quốc Việt Nam, Tập đoàn Dệt May Việt Nam (Vinatex) đã trao tài trợ 500 chiếc áo cho Đại hội Ủy ban Bảo vệ Cách mạng Cu Ba lần thứ X.

Phát biểu tại buổi tài trợ, ông Từ Thành Huế – Trưởng ban Đối ngoại và Kiều bào Ủy ban MTTQ Việt Nam chia sẻ, Việt Nam và Cu Ba có mối quan hệ hữu nghị đặc biệt. Trong cuộc đấu tranh giải phóng dân tộc của Việt Nam, Cu Ba đã có những sự giúp đỡ vô cùng quý báu. Chính vì vậy, tại các kỳ đại hội nào của Ủy ban Bảo vệ Cách mạng Cu Ba, Ủy ban MTTQ Việt Nam cũng đều tham gia tài trợ cờ, áo, máy tính, cặp xách với giá trị khoảng 1,5 tỷ đồng.

"Trong bối cảnh vẫn đang phải đối diện với nhiều khó khăn về thị trường nhưng Vinatex đã nhiệt tình hưởng ứng và ủng hộ lời kêu gọi của Ủy ban MTTQ Việt Nam. Sự ủng hộ này của Tập đoàn góp phần vào chủ trương củng cố và thắt chặt hơn nữa mối quan hệ hữu nghị truyền thống đặc biệt, đoàn kết anh em, hợp tác toàn diện, tin cậy lẫn nhau giữa hai Đảng, Nhà nước và nhân dân Việt Nam – Cu Ba. Chúng tôi sẽ nhanh chóng chuyển những sản phẩm mà Vinatex tài trợ đến với Cu Ba" – ông Từ Thành Huế nhấn mạnh.

BẾ GIẢNG CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO TÀI NĂNG TRẺ – VINATEX YOUNG TALENT

Ngày 17/8, Tập đoàn Dệt May Việt Nam (Vinatex) tổ chức bế giảng Chương trình đào tạo tài năng trẻ – Vinatex Young Talent.

Đánh giá về chương trình đào tạo, Ban Quản lý Nguồn nhân lực Vinatex cho biết, Chương trình đào tạo tài năng trẻ – Vinatex Young Talent diễn ra trong 2 năm. Trong đó, năm 2022 các học viên đã được học khóa đào tạo kỹ năng và năm 2023 là khóa đào tạo kiến thức. Tại khóa đào tạo kỹ năng, các học viên đã được học các kỹ năng quản trị, điều hành mới, phát triển tư duy sáng tạo, thống nhất phương pháp làm việc hiện đại và thiết lập mối quan hệ. Bài giảng E-Learning được thiết kế sinh động, dễ tiếp thu; bài kiểm tra giúp tổng hợp kiến thức, kích thích động lực học tập của học viên. Phương pháp giảng dạy mới, sáng tạo, tài liệu được sử dụng đa dạng, thời gian, địa điểm học tập linh hoạt, không bị giới hạn. Nhiều hoạt động nhóm được tổ chức làm tăng sự tương tác giữa các học viên, giúp học viên tiếp thu bài giảng tốt hơn và có nhiều ý tưởng sáng tạo. Chương trình hành động của các nhóm học viên xây dựng được đánh giá phù hợp với mục tiêu phát triển của doanh nghiệp, giải quyết đúng những vấn đề đang tồn tại với các giải pháp khả thi. Một số chương trình đã được áp dụng vào thực tế và cho hiệu quả tích cực. Bên cạnh đó, hầu hết học viên đều được lãnh đạo trực tiếp đánh giá cao, có sự cải thiện rõ rệt về các kỹ năng được đào tạo, đổi mới, sáng tạo, đáp ứng nhu cầu công việc.

Đối với khóa đào tạo kiến thức, chương trình đã giúp các học viên hiểu biết các kiến thức cơ bản trong chuỗi sản xuất dệt may, hình thành, tích lũy được các kiến thức về quản lý, điều hành hiện đại. Từng bước hình thành và lan tỏa văn hóa Vinatex, tạo dựng mạng lưới mối quan hệ gắn kết giữa các đơn vị và học viên…

Phát biểu tại buổi bế giảng, ông Lê Tiến Trường- Chủ tịch HĐQT Vinatex cho biết, với số lượng khóa học, học viên, đội ngũ thiết kế, giảng dạy đã hình thành nên văn hóa học tập của toàn Tập đoàn. Đội ngũ cán bộ lãnh đạo đi trước đã tổng kết lại những kinh nghiệm lãnh đạo của mình cùng với trường Đại học Công nghiệp Dệt May Hà Nội và các chuyên gia tư vấn bên ngoài hình thành nên hệ thống bài giảng có tính lý luận và thực tiễn cao.

Tại buổi bế giảng, lãnh đạo Tập đoàn, các đơn vị đã trao Giấy chứng nhận cho các học viên tham gia Chương trình đào tạo Vinatex Young Talent.

ĐẨY MẠNH CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO NỘI BỘ

Vinatex tổ chức khai giảng khóa đào tạo nội bộ cho 40 cán bộ 5 đơn vị thành viên khu vực phía Bắc và Văn phòng Tập đoàn vào ngày 11/8; khai giảng lớp đào tạo nội bộ với sự tham gia của 90 học viên đến từ Tổng Công ty CP Phong Phú và Tổng Công ty Việt Thắng – CTCP vào ngày 15/8.

Điểm lợi thế của khóa đào tạo này là học viên được học trực tiếp tất cả các học phần về kỹ năng và kiến thức quản trị ngành dệt may. Khóa đào tạo không giới hạn tiêu chuẩn đầu vào mà xuất phát từ yêu cầu thực tiễn của doanh nghiệp, rộng mở thêm cơ hội cho cán bộ nhân viên đến từ các đơn vị lĩnh hội kiến thức cần thiết cho thực tiễn hoạt động tại đơn vị. Giảng viên của khóa đào tạo chủ yếu là lãnh đạo Tập đoàn, Trường Đại học Công nghiệp Dệt May Hà Nội và cán bộ nòng cốt của Tập đoàn đã được tập huấn.

Khóa đào tạo sẽ kết thúc bằng việc giao đề tài cá nhân để mỗi học viên vận dụng kỹ năng, kiến thức được học vào xử lý công việc, đề xuất sáng kiến cải tiến lĩnh vực đang công tác. Qua công tác đào tạo nội bộ, lãnh đạo Tập đoàn mong muốn đội ngũ của mình sẽ suy nghĩ cùng một hướng, có mặt bằng kiến thức và kỹ năng tương đối đồng đều để có năng lực cạnh tranh và nét riêng của Vinatex trên thị trường.

Chủ tịch HĐQT Vinatex- Ông Lê Tiến Trường cho biết, bắt đầu từ năm 2021 các chương trình đào tạo của Tập đoàn được triển khai hiệu quả, bài bản với 3 chương trình lớn bao gồm: Chương trình đào tạo cán bộ quản lý cấp trung (năm 2021); Chương trình đào tạo cán bộ quản lý cấp cao (năm 2022); Chương trình đào tạo Tài năng trẻ – Vinatex Young Talent (năm 2022 và 2023)… với quy mô cấp Tập đoàn. Các chương trình đào tạo đã xây dựng được cơ bản nội dung, giáo án dành riêng cho Vinatex trên cơ sở nghiên cứu từ phía Vinatex, trường Đại học Công nghiệp Dệt May Hà Nội và một số học viện đào tạo quốc tế, phù hợp với môi trường và định hướng đào tạo của Vinatex hướng đến. Đồng thời, các chương trình này cũng xây dựng được văn hóa doanh nghiệp, tăng cường liên kết giữa các đơn vị trong Tập đoàn trên cơ sở một nền tảng văn hóa chung, mang đậm dấu ấn của Vinatex. Khóa đào tạo nội bộ lần này là bước đi tiếp theo trong chương trình đào tạo của Tập đoàn sau hiệu ứng tích cực từ các chương trình đào tạo đã triển khai.❑

BẢN TIN CÔNG ĐOÀN

HỘI THI THỢ GIỎI NGÀNH DỆT MAY VIỆT NAM LẦN THỨ VI - NĂM 2023, LĨNH VỰC MAY DỆT KIM



Ngày 20/8, tại Nhà máy May 4, Công ty CP Dệt May Huế (KCN Phú Đa, tỉnh Thừa Thiên Huế) Công đoàn Dệt May Việt Nam phối hợp cùng với Tập đoàn Dệt May Việt Nam (Vinatex) tổ chức Hội thi thợ giỏi ngành Dệt May Việt Nam lần thứ VI – năm 2023, lĩnh vực May Dệt kim.

Tại Hội thi, mỗi đội thi tham gia gồm 5 thành viên, là những người đạt thành tích xuất sắc tại Hội thi thợ giỏi cấp đơn vị hoặc được lựa chọn từ các lao động có tay nghề, năng suất cao trong sản xuất. Nội dung thi là may hoàn chỉnh sản phẩm áo thun nam – cổ sơ mi, tà dây, túi ngực ở thân trước bên trái người mặc, nguyên liệu vải dệt kim. Mỗi nhóm sẽ thực hiện may hoàn thiện 05 sản phẩm trong khoảng thời gian 23 phút.

Phát biểu khai mạc Hội thi, đ/c Phạm Thị Thanh Tâm – Chủ tịch Công đoàn DMVN cho biết, 28 năm qua, đã có 5 kỳ thi thợ giỏi cấp ngành được tổ chức, cùng nhiều hoạt động tương tự ở cấp cơ sở. Đã có nhiều điển hình tiên tiến được ghi nhận, bồi dưỡng, phát huy và trưởng thành tại các doanh nghiệp. Hội thi Thợ giỏi ngành DMVN lần thứ VI diễn cho thấy sự tâm huyết trong xây dựng và thúc đẩy phong trào thi đua của các cấp ủy Đảng, chính quyền, công đoàn trong hệ thống, sự dày công rèn luyện của CNLĐ; thể hiện tinh thần thi đua học hỏi, sáng tạo của các thí sinh. Tựu trung lại, đây là nét văn hóa dệt may hiểu việc mình làm, giỏi việc mình làm, yêu việc mình làm, học tập cải tiến liên tục, tự hào với thành quả tập thể…, đã trở thành điểm nhấn thấm đẫm trong tinh thần thi đua lao động, sản xuất của mỗi NLĐ dệt may.

Đ/c Cao Hữu Hiếu – Tổng Giám đốc Vinatex nhận định, năm 2023 là năm đặc biệt khó khăn của ngành Dệt May Việt Nam, thị trường bất ổn, đơn hàng thiếu, các doanh nghiệp gặp nhiều thách thức trong việc đảm bảo hoạt động SXKD. Trong bối cảnh đó, 14 đơn vị đã tích cực tổ chức hội thi thợ giỏi cấp đơn vị hoặc cử lao động giỏi chuyên môn, có năng suất lao động tốt tham dự Hội thi cấp ngành là sự cố gắng rất đáng ghi nhận. Điều này thể hiện rõ qua sự đánh giá cao của các đơn vị đối với chất lượng Hội thi và những giá trị mà Hội thi mang lại cho doanh nghiệp. Không chỉ tìm ra những tấm gương điển hình tiên tiến trong lao động sản xuất, đây cũng là dịp các DN nâng cao tinh thần sản xuất, hiệu suất trong công việc cho NLĐ mà hơn hết là tạo ra sự gắn kết giữa DN và NLĐ – tài sản quý giá nhất của DN dệt may.

Phát biểu tại lễ bế mạc Hội thi, đ/c Lê Tiến Trường – Chủ tịch HĐQT Vinatex đánh giá cao không khí thi đua của Hội thi, coi đây là nguồn năng lượng tích cực đối với Lãnh đạo Tập đoàn, cán bộ quản lý tại các đơn vị trong thời điểm khó khăn như hiện nay. Sự hứng khởi này sẽ giúp những người quản lý có thêm niềm tin vượt qua những khó khăn do bối cảnh của thị trường mang lại.

Theo đ/c Lê Tiến Trường, thành công của cuộc thi nào cũng đến từ 3 yếu tố chính: chuẩn bị kĩ lưỡng, rèn luyện kĩ càng và học tập rút kinh nghiệm từ những sai sót của chính mình và người khác. Những đội thi đạt giải vàng, bạc, đồng hay thợ giỏi tại Hội thi lần này đều là những người biết "chắt lọc", học tập và rèn luyện liên tục để có được kết quả của ngày hôm nay. Tuy nhiên, nếu như 10 năm trước các đơn hàng có quy mô lớn, có tính ổn định, người thợ giỏi là những người có tốc độ nhanh, sản lượng cao, kĩ năng thành thục, thì ngày nay với sự biến đổi mạnh mẽ của thị trường, các đơn hàng bị thu hẹp về quy mô, mã hàng, kiểu dáng, thậm chí có những đơn hàng tương đối nhỏ… đòi hỏi người thợ giỏi cần linh hoạt, chuyển đổi nhanh nhất, đáp ứng nhanh nhất những yêu cầu về kỹ thuật của đơn hàng.

BGK Hội thi đã căn cứ vào chất lượng sản phẩm, yêu cầu kĩ thuật và thời gian thực hiện để chọn ra các Đội bàn tay Vàng, Bạc, Đồng, Thợ giỏi cấp ngành, và 02 Giải chuyên đề: Đội thi Sáng tạo và Đội thi có sản phẩm đầu tiên thoát chuyền nhanh nhất.

Cũng trong dịp này, Công đoàn ngành tổ chức Gắn biển Công trình chào mừng Đại hội VI Công đoàn Dệt May Việt Nam tại Nhà kho nguyên liệu Nhà máy May 4 – Công ty CP Dệt May Huế, với giá trị công trình gần 17 tỷ đồng. Lãnh đạo Tập đoàn, Công đoàn DMVN, Công ty CP Dệt May Huế cùng các đại biểu cũng đã trồng cây lưu niệm tại Vườn cây thợ giỏi, để lưu lại tại đơn vị đăng cai những hình ảnh và ý nghĩa tốt đẹp về Hội thi.

CÔNG ĐOÀN DỆT MAY HÀN QUỐC ĐẾN THĂM VÀ LÀM VIỆC VỚI CÔNG ĐOÀN DỆT MAY VIỆT NAM

Từ ngày 21- 25/8, Liên hiệp các Công đoàn Dệt May Hàn Quốc đã đến thăm và làm việc với Công đoàn Dệt May Việt Nam theo chương trình trao đổi đoàn hàng năm giữa hai bên.

Nhân dịp này, hai bên đã ký kết Biên bản thỏa thuận hợp tác giai đoạn 2023-2028. Trong chương trình làm việc, đoàn đại biểu đã đi thăm CĐCS Công ty CP Tiên Hưng và CĐCS Tổng Công ty CP Dệt May Hà Nội. Các đơn vị đã báo cáo về tình hình đời sống, việc làm, kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh của những năm vừa qua; đồng thời, hai bên đã chia sẻ thông tin và kinh nghiệm về hoạt động công đoàn, phong trào công nhân, vai trò của tổ chức công đoàn trong sự phát triển của doanh nghiệp...



CÔNG ĐOÀN TỔNG CÔNG TY MAY NHÀ BÈ - CTCP TRAO QUÀ HỖ TRỢ CON CBCNV-NLĐ

Vừa qua, Công đoàn Tổng Công ty May Nhà Bè - CTCP đã đến thăm và trao quà hỗ trợ cho cháu Lê Nguyễn Đức Tuấn, sinh năm 2013, con của chị Nguyễn Thị Mỹ Trúc là CBCNV-NLĐ của Tổng Công ty.

Gia đình chị Nguyễn Thị Mỹ Trúc rất khó khăn, hai vợ chồng đều là công nhân, hai bên ông bà nội ngoại đều già yếu và đang điều trị bệnh hiểm nghèo. Nay cháu Tuấn mới phát hiện bị U trung thất trong giai đoạn cần phải dùng hóa trị nên tinh thần gia đình hết sức suy sụp, hoàn cảnh càng thêm khó khăn hơn.

Nắm bắt được tình hình, Công đoàn Tổng Công ty đã hỗ trợ gia đình 7 triệu đồng; Công đoàn bộ phận Khối Văn phòng kêu gọi CBCNV đóng góp được hơn 72 triệu đồng, bước đầu giúp đỡ cháu và gia đình vượt qua giai đoạn khó khăn nhất.



CÔNG ĐOÀN CÔNG TY CP DỆT MAY HUẾ TRAO HỌC BỔNG "ĐỒNG HÀNH CÙNG EM ĐẾN TRƯỜNG" CHO CON CBCNV



Nhằm biểu dương, khen thưởng các cháu con đoàn viên, người lao động có hoàn cảnh khó khăn đạt thành tích xuất sắc trong học tập năm học 2022-2023, ngày 25/8, Công đoàn Công ty CP Dệt May Huế phối hợp chuyên môn tổ chức Gặp mặt, trao học bổng "Đồng hành cùng em đến trường" cho 42 cháu con của CBCNV đến từ các CĐCSTV trực thuộc Công ty. Trong dịp này, Công đoàn Công ty cũng đã trao xe đạp cho 6 cháu có hoàn cảnh đặc biệt, chưa có phương tiện đến trường.

Phần quà của Công đoàn Công ty đã kịp thời động viên, khích lệ các cháu tiếp tục nỗ lực, phấn đấu học tập để luôn là con ngoan, trò giỏi.❑





Hành trình của tình yêu

Bài: VŨ





HeraDG vừa ra mắt bộ sưu tập "Journey of love" với nguồn cảm hứng từ vẻ đẹp của hoa mộc lan, hứa hẹn sẽ mang đến diện mạo quyến rũ cho những quý cô thời thượng, những tâm hồn yêu cái đẹp và gu thẩm mỹ tinh tế.



"Journey of love" được lấy cảm hứng từ loài hoa mộc lan, loài hoa biểu tượng của sự dịu dàng, thanh tao nhưng kiên cường, mạnh mẽ dù ở bất cứ hoàn cảnh nào. Mỗi màu hoa đều có ý nghĩa và mang một thông điệp riêng, tuy nhiên tựu trung lại hoa mộc lan tượng trưng cho vẻ đẹp tâm hồn người phụ nữ: cao quý, thuần khiết và tinh tế. Chính vì vậy, loài hoa có nguồn gốc từ châu Âu này nhanh chóng chiếm trọn tâm hồn những người yêu hoa và trở nên phổ biến khắp thế giới.

Chất liệu chủ đạo trong bộ sưu tập là lụa, tơ nhẹ nhàng, mềm mại, vải tafta cao cấp tạo cảm giác thanh nhã, uyển chuyển trong mỗi bước đi, tôn lên đường cong và vẻ đẹp kiều diễm của người mặc. Bên cạnh đó, họa tiết hoa mộc lan được HeraDG sáng tạo độc quyền, mang đến một tinh thần thời trang có "chất riêng", vẫn giữ được tinh thần tươi mới, như 1 bản tuyên ngôn đánh thức sự mạnh mẽ và bản lĩnh ẩn sâu bên trong mỗi người phụ nữ, nhưng vẫn toát ra vẻ đẹp mong manh và quyến rũ.

Ngoài chất liệu cao cấp trong từng chi tiết, những bộ trang phục trong "Journey of love" còn được các nhà thiết kế của HeraDG tạo điểm nhấn thông qua những đường cắt cúp sắc sảo và công nghệ đính









kết thủ công qua các họa tiết bèo nhún, thắt nơ… nhằm tôn vinh hình ảnh người phụ nữ thời thượng và luôn làm chủ cuộc sống. Xuyên suốt bộ sưu tập là sự đa dạng màu sắc từ tông màu đỏ viva magenta hứng khởi, rạng rỡ, chút sắc cam charming phóng khoáng, ngọt ngào hay xanh baby blue tràn đầy sức sống...

Trở lại với sinh nhật lần thứ 9, HeraDG đã thổi một làn gió mới cho thời trang phái đẹp với những thiết kế vừa mang nét cổ điển, vừa hiện đại, không chỉ phù hợp với thời trang hàng ngày, mà còn phù hợp với các buổi sự kiện, tiệc tùng. Hơn hết, HeraDG mong muốn truyền tải vẻ đẹp của hoa mộc lan bằng ngôn ngữ thời trang, để phái đẹp cùng tự tin sải bước và tỏa sáng dù ở bất cứ nơi đâu như chính thông điệp của bộ sưu tập "Journey of love – hành trình của tình yêu".❑





Chắt chiu chất Việt trong từng thiết kế THỜI TRANG

Bài: GIANG NGUYỄN

Thời trang không chỉ là một bộ quần áo đẹp mà chúng ta khoác lên người. Thời trang, sâu sắc hơn, là một câu chuyện kể, gần gũi và thân quen. Với tâm tình này, nhà thiết kế thời trang Thủy Nguyễn đã chắt chiu chất liệu cuộc sống vào những câu chuyện thời trang của mình qua các bộ sưu tập gây nhiều dấu ấn.

Nhà thiết kế đã cho ra đời nhiều bộ sưu tập gây tiếng vang lớn trong và ngoài nước như "Lúng liếng", "Viên mãn", "Gió mùa về", "Cọc cạch", "Mộng mị", "Tình tang", "My Châu" và gần đây nhất là "Ới a ơi à". Chỉ tên của bộ sưu tập cũng đã dẫn dắt người xem đến với những câu chuyện mang nhịp đập của thời gian, dân gian và chất truyền thống Việt chất chứa trong một không gian đương đại, hội nhập.

Thuy Design House ra đời cũng bởi nhà thiết kế muốn có cơ hội để kể câu chuyện về Việt Nam qua thời trang; để những đau đáu về giá trị truyền thống Việt được hiện thực hóa vào thời trang. Vì thế, dù không được đào tạo bài bản để trở thành một nhà thiết kế thời trang nhưng hoạt động sáng tạo của Thủy được xây dựng từ nhiều lớp lang kiến thức và trải nghiệm về sự giao thoa giữa truyền thống và hiện đại, giữa Đông và Tây.

Thuỷ tốt nghiệp trường Đại học Mỹ thuật Việt Nam và lấy bằng tiến sĩ tại Học viện Nghệ thuật Thị giác và Kiến trúc Quốc gia (Ukraine) ở Kiev. Năm 2019, với những hoạt động trong lĩnh vực thiết kế, nghệ thuật thị giác và kinh doanh, Thuỷ được vinh danh là một trong 50 phụ nữ có sức ảnh hưởng nhất do Tạp chí Forbes Việt Nam bình chọn.

Niềm đam mê giao thoa giữa hội họa và thời trang, với Thuỷ, hội hoạ và thời trang có nhiều điểm tương đồng - màu sắc và hình khối được thể hiện qua không gian không giới hạn. Thủy định vị hướng đi của mình, một con đường không thỏa hiệp với đám đông hay chạy theo các xu hướng thời trang. Trên hành trình của mình, chị lặng lẽ kể cho mọi người nghe câu chuyện về những ký ức, những kỷ niệm, về tình mẫu tử, quê hương, đời sống tâm linh và thiên nhiên, về phố phường Hà Nội hay đơn giản, là một

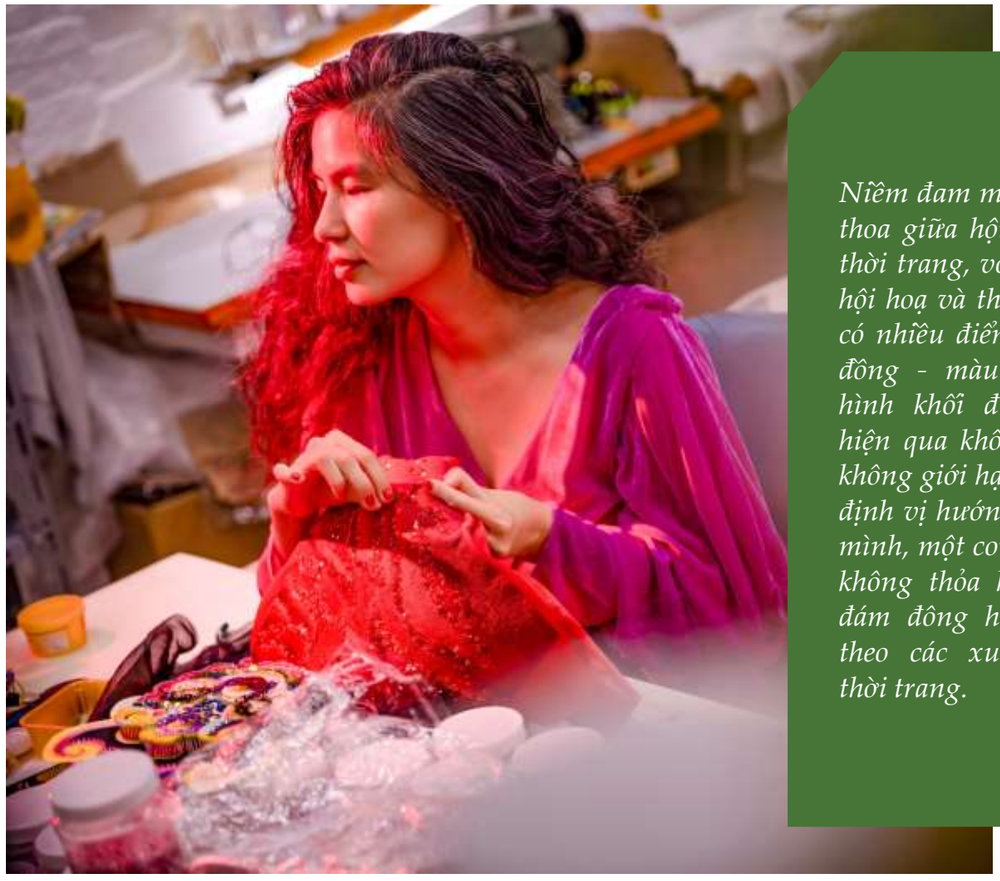




bức tranh hàng Trống đang bị mai một bởi thời gian…

Ở Thuỷ luôn thấy một sự nhất quán, đồng điệu trong việc hướng tới văn hoá truyền thống Việt Nam khi các bộ sưu tập của chị thường lấy cảm hứng từ vải vóc xưa, đồ mỹ nghệ, gốm sứ, tranh của các danh hoạ thế kỷ 20 đi ra từ trường Mỹ thuật Đông Dương và áo dài – biểu tượng của văn hoá Việt – hay các phụ kiện cổ truyền khác.

Dệt May và Thời trang Việt Nam đã có buổi trò chuyện cùng với Nhà thiết kế Thủy Nguyễn để nghe những câu chuyện về thời trang đương đại mà chị vẫn đang đau đáu theo đuổi mỗi ngày.



Niềm đam mê giao thoa giữa hội họa và thời trang, với Thuỷ, hội hoạ và thời trang có nhiều điểm tương đồng - màu sắc và hình khối được thể hiện qua không gian không giới hạn. Thủy định vị hướng đi của mình, một con đường không thỏa hiệp với đám đông hay chạy theo các xu hướng thời trang.

** Thời trang hiện đại mang đậm chất Việt và phong cách hội họa dường như là nét riêng làm nên "thương hiệu" nhà thiết kế Thủy Nguyễn. Chị định vị thế nào khi chọn lối đi riêng này?*

- Đối với tôi, chất Việt đã và đang len lỏi trong mọi câu chuyện đời sống nói chung, chứ không chỉ riêng trong lĩnh vực thời trang. Chất Việt Nam ấy đã được khởi lên từ bên trong bản thân mỗi chúng ta, trong những thực hành, trong mọi câu chuyện của đời sống. Trang phục truyền thống hay hiện đại, thực ra trong cái này có cái kia, có chăng tại một thời điểm thì có yếu tố nổi trội hơn. Theo dòng lịch sử, trang phục truyền thống luôn có sự biến chuyển để phù hợp với thực tiễn cuộc sống mới, đa dạng, phong phú nhưng không đánh mất những giá trị riêng của dân tộc. Sự phát triển của các kiểu mẫu qua các thời kỳ hay các tích truyện dân gian, sự kiện lịch sử đều được tôi chọn lọc, chắt chiu đưa vào từng thiết kế của mình. Tôi mong muốn giữ gìn những giá trị truyền thống, tôn vinh bản sắc Việt, đó cũng là cách định vị chúng ta trong thế giới hội nhập kinh tế quốc tế hiện nay.

** Thế còn sự đồng điệu giữa hội hoạ và thời trang mang lại cho chị cảm xúc thế nào để kể những câu chuyện về thời trang qua các bộ sưu tập mang âm hưởng dân gian đương đại.*

- Sự đồng điệu giữa hội hoạ và thời trang đã được đan xen, gắn kết từ rất lâu và nuôi dưỡng lẫn nhau như một trạng thái cộng sinh. Nghệ thuật luôn được xem như một lĩnh vực chứa đựng lịch sử, văn hoá, con người… và thời trang cũng không phải ngoại lệ. Sự đồng điệu thể hiện rất rõ ở khía cạnh vật lý, cùng là bảng màu, cùng là hình, cùng là khối và còn ở khía cạnh khi cùng tạo nên câu chuyện của tác giả và người thưởng lãm. Có chăng, sự khác nhau nằm ở không gian thể hiện, hội hoạ là hai chiều và thời trang là ba chiều và ở mục đích sử dụng mà thôi.

** Với cách nhìn thời trang không phải chỉ là trang phục mà là một câu chuyện, chị gửi gắm thế nào qua các bộ sưu tập?*

- Nghệ thuật ăn mặc là thứ có khả năng "kể" những điều mà chúng ta muốn truyền tải đến thế giới. Chỉ

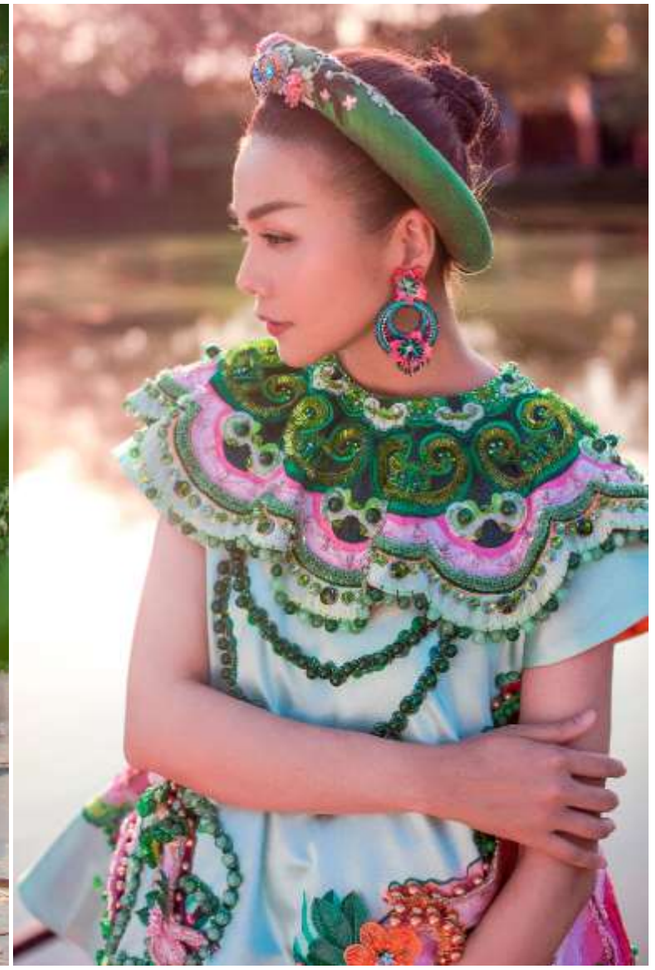
THỜI TRANG & CUỘC SỐNG















qua bộ trang phục, chúng ta có thể đoán được phần nào tính cách, cá tính hay cách mà muốn người đối diện nhận diện được mình – tôi muốn nói gì, tôi đến từ đâu… Và những thiết kế thuần Việt như chiếc áo dài, áo bà ba… hay các phom dáng biến tấu chính là câu chữ giúp Thuỷ cấu thành câu chuyện mà mình muốn kể với thế giới. Chứ thời trang, trang phục không chỉ đơn thuần là mảnh vải khoác lên người.

Ở bộ sưu tập "Lúng liếng", tôi muốn đưa sức sống đương đại vào các thực hành của mình. Khi bóc tách từng thiết kế và bộ sưu tập, người xem sẽ thấy được hình ảnh người phụ nữ Việt Nam đong đầy chất thơ nhưng vẫn rất năng động, sáng tạo.

Hay như ở triển lãm "Mộng bình thường", qua không gian "Đôi vầng nhật nguyệt", tôi muốn kể về sự song hành của những điều tương phản trong cuộc sống, dù là tốt hay xấu, sáng hay tối, trắng hay đen…

** Chị làm thế nào để thu hút sự quan tâm của giới trẻ với xu hướng thời trang đương đại mang màu sắc dân gian?*

- Có nhà thiết kế khiến bạn hứng thú vì cách họ truyền tải những thông điệp mang tính ý niệm, cũng có nhà thiết kế lại kết nối với bạn nhờ những bộ trang phục chú trọng vào tính ứng dụng cao. Tất cả đều là cảm nhận chủ quan của mỗi cá nhân.

Khi chúng ta nhìn một bộ sưu tập và nhà thiết kế trong một bối cảnh rộng hơn, không chỉ trên sàn diễn và cửa hàng, thì mọi thứ trở nên thú vị và thử thách hơn rất nhiều. Bối cảnh có thể là chặng đường sự nghiệp của nhà thiết kế hay bối cảnh của ngành thời trang trong xã hội, văn hoá đương đại. Dân gian là yếu tố lịch sử mà mình đã có sẵn trong dòng máu, trong gia đình, đôi khi vì hiện đại che khuất khiến chúng ta lãng quên. Việc của tôi chỉ là vén tấm màn ngăn cách giữa "cũ" và "mới", để cácbạn trẻ thì không thấy mình già nua, thế hệ sau không thấy mình bị vượt quá giới hạn. Có chăng, tôi chỉ là người "đánh thức" tình yêu của các bạn trẻ với thời trang và dân gian.

** Góc nhìn của chị về thời trang xanh, tuần hoàn trong xu hướng tất yếu hiện nay?*

- Tái chế không chỉ là việc của thời trang, mà đó là việc của toàn xã hội, của cả một thời đại văn minh ngày nay, và thời trang cũng không đứng ngoài. Mục đích của tái chế là giảm thiểu tác hại của hoạt động sản xuất với môi trường. Có nhiều chất liệu có nguồn gốc gần gũi với môi trường như: lanh, đũi, tơ tằm… nhưng lại không "thân thiện" với hoạt động sáng tạo: khó xử lý, chi phí cao, tính ứng dụng kém… Và có những chất liệu nhân tạo, tốn nhiều nguyên liệu để tạo thành, nhưng bù lại rất dễ chế tác. Tôi luôn phải cân đo giữa thoả sức sáng tạo và gìn giữ môi trường. Và sức ép phải kết hợp các yếu tố với nhau có tổ chức, đạt được hiệu quả thẩm mỹ, ứng dụng nhưng vẫn đảm bảo tính bền vững đã trở thành động lực làm việc cho tôi và Thuy Design House.

** Những dự định mới về thời trang và nghệ thuật đương đại của Thuy Design House?*

- Hiện tại, Thuy Design House đang thực hiện bộ sưu tập mới, vẫn là những cảm hứng đậm nét Việt Nam, đợi tới thời điểm thích hợp sẽ giới thiệu với khán giả. Bên cạnh đó, tại lĩnh vực nghệ thuật, Thuỷ cũng đang từng bước chuẩn bị cho những dự án "vượt biển lớn". Qua cách "kể chuyện" của thời trang và nghệ thuật, tôi mong muốn có thể khơi gợi nhiều hơn tình yêu dân tộc ở các bạn trẻ Việt, từ đó có thêm nhiều câu chuyện, chất liệu dân gian được kể hơn.

** Trân trọng cảm ơn Nhà thiết kế và chúc cho những kế hoạch của Thủy Nguyễn tiếp tục gặt hái nhiều thành công!*❑



Ngọc trai TỎA SẮC

Bài: PHỔ MINH

Ngọc trai được nhân loại tôn vinh là "ngũ hoàng nhất hậu" (đệ nhất hoàng hậu của 5 loại đá quý) bởi chất ngọc của nó được tạo ra từ cơ thể sống của loài trai sống trong nước ngọt hoặc nước mặn. Từ hàng ngàn năm trước, người Việt thời Hùng Vương đã sớm biết ngọc trai, ngay cái tên Mỵ Châu - công chúa nước Âu Lạc (con gái An Dương Vương Thục Phán) đã biểu lộ thị hiếu thẩm mỹ ưa chuộng báu vật tự nhiên này.

TỪ NHỮNG CÂU CHUYỆN LỊCH SỬ

Để chiêu tuyết cho phẩm giá và cái chết oan khốc của Mỵ Châu, dân gian đã huyền thoại hóa thành sự kết tinh tuyệt diệu của ngọc trai: "Trước khi bị vua cha tuốt gươm chém, Mỵ Châu khấn rằng: Thiếp là phận gái, nếu có lòng phản nghịch mưu hại lại cha, chết sẽ biến thành hạt bụi, nếu một lòng trung hiếu mà bị lừa dối thì chết đi sẽ biến thành châu ngọc tẩy sạch nhục thù" ("Lĩnh Nam chích quái" của Vũ Quỳnh - Kiều Phú).

Tục truyền khi Mỵ Châu bị vua cha giết, máu nàng chảy xuống biển, trai ăn được đã thành trân châu. Lấy nước giếng Cổ Loa (nay thuộc Đông Anh – Hà Nội) - nơi Trọng Thủy (phu quân của Mỵ Châu) trẫm mình thì ngọc trai trở nên trong sáng vô cùng.

Vẻ đẹp mê hồn của ngọc trai Việt còn được phản ánh trong văn hóa dân gian Liễu Đôi (Thanh Liêm - Hà Nam) qua câu chuyện "Nàng tiên trăm sắc": "Xưa kia có bà mẹ nghèo bắt được con trai đem về luộc con trai cứ nhảy khỏi nồi. Tức quá bà lấy đôi đũa đập vỡ vỏ trai, một cô gái bé xíu bước ra chào bà. Và mỗi lần chớp mắt cô lại lớn lên và thay đổi màu sắc. Một hôm "nàng trăm sắc" ra dự hội vật. Các trai vật ngẩn ngơ không bước nổi vào gióng. Ông trùm thì đánh rơi cả dùi trống. Các cụ già ngửa mặt cười: Sắc đẹp cô nàng mạnh hơn đô vật".



Đối với các dân tộc phương Đông, ngọc trai là hình ảnh tượng trưng cho tâm hồn trong sáng, sự giàu sang, quyền quý. Ngọc trai đã đi vào văn học như một niềm hy vọng, một duyên kỳ ngộ:

"Thoa này bắt được hư không
Biết đâu Hợp Phố mà mong châu về"
(Truyện Kiều – Nguyễn Du).

Do vẻ đẹp và giá trị quý hiếm của ngọc trai mà các triều đại phong kiến Trung Hoa xưa đã buộc nước ta phải cống các đặc sản trong đó có ngọc trai khiến nhân dân vô cùng cơ khổ "Nào lên rừng đào mỏ, nào xuống biển mò châu" ("Bình Ngô đại cáo" - Nguyễn Trãi) và sứ thần phải mang cả nước giếng Cổ Loa sang đó để rửa ngọc trai.

Chỉ đến khi Tiến sĩ Nguyễn Công Hãng (quê Phù Chẩn, Từ Sơn, Bắc Ninh), đại thần triều Lê - Trịnh ở thế kỷ XVIII đi sứ đã phá bỏ được lệ cống người vàng và nước giếng Loa thành. Ông đã sai người múc nước ở một giếng khác đem sang Trung Quốc. Nhà Thanh cho đem nước ra rửa ngọc trai thì không thấy sáng, liền thắc mắc, Chánh sứ Nguyễn Công Hãng trả lời rằng: "Tại lâu ngày khí mạch biến đổi đi!".



Ảnh minh họa



ĐẾN PHÁT MINH NUÔI CẤY NGỌC TRAI

Ngọc trai có hai loại: thuần túy tự nhiên và nuôi cấy nhân tạo. Trai tự nhiên thì tỷ lệ có ngọc rất thấp (khoảng 1500 con trai tự nhiên mới có 1 con có ngọc) và lại cực hiếm hơn khi có được những viên ngọc trai tròn, đẹp, hoàn hảo không tỳ vết, đặc biệt là hai viên trai hoàn toàn giống nhau như cặp song sinh.

Để tạo ra những sản phẩm ngọc trai theo ý muốn, người thợ sẽ cấy "nhân" có các hình dáng cơ bản như: tròn, bầu dục, giọt nước, bầu … vào trong cơ thể trai để nó tiết ra lớp xà cừ bao bọc mà thành trân châu. Thời gian để nuôi trai từ lúc bắt đầu đến lúc thu hoạch ngọc khoảng 2 năm. Sau khi thu hoạch, ngọc trai nuôi cấy sẽ được xử lý và đánh bóng trước khi tiến hành làm đồ trang sức.

Theo sử liệu cổ thì cuối đời Nam Tống, một nghệ nhân đã sáng kiến đúc tượng Phật bằng chì bỏ vào bụng con trai và nuôi nó ở vùng biển. Sau một thời gian dài, tượng Phật ấy được mạ một lớp ngọc trai, trở thành tượng Phật ngọc trai - một sản phẩm độc nhất vô nhị trên thế giới.

Tuy phát kiến sớm nhưng mãi đến thế kỷ XIII Trung Quốc mới tiến hành nghề nuôi ngọc trai.

Thành công đầu tiên lại thuộc về người Nhật, năm 1896 họ đã nắm vững được kỹ thuật và có bước đột phá trong nghề này. Ngọc trai Nhật Bản là sản phẩm xuất khẩu đứng đầu bảng trong khối nông- ngư nghiệp của "đất nước mặt trời mọc".

Theo đánh giá của giới chuyên môn thì Nhật Bản, Australia và Tahiti là 3 cường quốc về ngọc trai.





Ngọc trai có nhiều màu: trắng, hồng, đỏ nhạt, xanh lơ, xanh lục, vàng, xám và đen, phụ thuộc vào loại trai mang ngọc và môi trường sinh sống của nó. Ngọc trai nước mặn dù tự nhiên hay nuôi cấy nhân tạo thì vẻ đẹp và giá trị của nó vẫn vượt trội so với ngọc trai nước ngọt.

Giá trị của một viên ngọc phụ thuộc vào nhiều yếu tố: loại ngọc, độ bóng, hình dạng, màu sắc, độ dày xà cừ, kích thước … đồng thời còn phụ thuộc vào thị hiếu từng nơi tiêu thụ. Người Ấn Độ thích ngọc trai đen, người Pháp thích ngọc trai xanh, người Anh lại thích hồng ngọc.

Ngọc trai chiếm ưu thế trên thị trường thế giới ngày một cao bởi đặc tính độc đáo của nó. Ông Sử Vĩnh Nhân - một doanh nhân kinh doanh châu ngọc đã khẳng định: "Tính bao dung của trân châu vô cùng rộng lớn, đặt nó bên cạnh bất kỳ viên đá quý nào thì trân châu đều thập phần xuất sắc".

Thị trường trân châu phân loại sản phẩm theo địa phương sản sinh ra nó. Đông Châu ở khu vực Nhật Bản, Tây Châu ở vùng biển Đại Dương, Nam Châu ở Hợp Phố Trung Quốc, Nam Dương Châu ở Miến Điện, Philippines, Australia.

Ngọc trai là món đồ trang sức (vòng cổ, vòng tay, khuyên tai, nhẫn) rất được phụ nữ ưa chuộng và họ còn thoa hoặc uống chế phẩm bột ngọc trai mịn để giữ cho làn da tươi trẻ bởi tinh chất ngọc trai có chứa những phân tử sinh hóa hoạt động làm chậm tiến trình lão hóa. Dược phẩm được chiết xuất từ ngọc trai có công dụng an thần, giải độc cơ thể, làm mắt sáng hơn, vết thương mau lành và chữa các bệnh về xương khớp, kinh phong.

Trong thời kỳ hội nhập đương đại, Việt Nam có khoảng 10 tập đoàn nuôi cấy ngọc trai và các chuyên gia của các cường quốc ngọc trai đều đã có mặt tại các vùng biển Vân Đồn (Quảng Ninh), Phú Quốc (Kiên Giang). Nghề nuôi trai, cấy ngọc ở nước ta trước đây làm theo phương pháp thủ công nên hiệu quả thu hoạch thấp, gặp nhiều rủi ro… Nay nhờ áp dụng phương pháp khoa học kỹ thuật tiên tiến (lai tạo giống tốt, nuôi trai lồng bè với phao dây, vệ sinh trai thường xuyên) đã có những bước phát triển vượt bậc.❑



Truyện ngắn

THẰNG TRỜI GẦM



Tác giả: KIỀU BÍCH HẬU



Tuyên vò đầu bứt tai nói khó với Tựu:

- Anh giúp tôi dạy bảo "thằng trời gầm" này, nó phá dữ quá! Suốt ngày rong chơi với nhóm bạn phượt phạt tứ xứ, chẳng chịu làm ăn gì cả.

- Anh cắt nguồn tài chính, nó đói tự khắc đầu gối phải bò – Tựu lẩm bẩm, mắt còn mải đọc lướt tờ trình trước mặt.

- Khổ nỗi bà nhà tôi thương con quá mức, tôi cắt thì bà ấy lại dấm dúi cho nó tiền tiêu. Cơ sự này chẳng mấy nỗi nhà tôi sạt nghiệp!

- Kể cả vợ cũng cần kỷ luật – Tựu có ý đùa, nhưng lại nhìn Tuyên với ánh mắt nghiêm nghị - Nguy hiểm nhất là con cái biết bố mẹ có tiền, sẽ quậy, hoặc chỉ nhăm nhăm hưởng thụ, phí một đời người. Cái khó nhất là không buông lỏng kỷ luật. Đừng trông chờ sự tự giác của nhân viên, hoặc thậm chí cả người thân của mình. Cứ dễ dãi chiều chuộng cưng nựng chút là buông thả ngay.

Tuyên tránh ánh mắt Tựu, đứng lên, đi đi lại lại trong văn phòng Tổng giám đốc với vẻ bứt rứt. Quả nhiên, về khía cạnh giáo dục con cái, hay nhân viên, thì ông thua đứt người bạn của mình. Tuyên và Tựu gắn bó với nhau cả chục năm có lẻ, cứ có việc gì liên quan đến khởi công, xây dựng và ký kết hợp tác đầu tư kinh doanh… là Tựu mời Tuyên chọn ngày giờ đẹp, làm lễ chuẩn chỉnh. Không những xuất thân từ gia đình Nho học, Tuyên còn được đào tạo bài bản về âm dương, huyền học, dịch học, ngũ hành, chuyên tâm nghiên cứu phong thủy từ rất sớm và hiện là một bậc thầy giỏi nhất trong lĩnh vực này ở phía Bắc. Những gì Tuyên xem xét, nghiên cứu và dự đoán cho Tựu cũng như Tổng công ty mà ông đang lãnh đạo đều trúng đến tám mươi phần trăm. Vì thế Tựu rất tín nhiệm ông trong những việc tư vấn, hướng dẫn liên quan đến âm dương, trời đất thần Phật. Tựu cũng là người hào phóng, luôn đối đãi với Tuyên hơn cả mong đợi. Tuyên chưa bao giờ phải mở miệng nhờ vả Tựu việc gì liên quan đến cá nhân mình, nhưng lần này thì… Ông chỉ tin vào năng lực huấn luyện, dạy dỗ con người của bạn mình. Tuyên có thể hỗ trợ được Tựu tìm ra giải pháp phù hợp trong một số việc bí ẩn, nhưng với đứa con của chính mình, Tuyên đang bó tay. Ông biết rằng chỉ có Tựu mới giúp cải tạo được vận mệnh cho thằng Tuấn con trai của mình.

Tựu nhìn Tuyên đi lại một thoáng phía trước bàn làm việc của ông, rồi cũng đứng lên. Ông giơ tay cho Tuyên:

- Anh bảo cháu Tuấn đến gặp tôi ngay ngày mai!

***

Tựu bố trí Tuấn vào thử việc ở phòng kinh doanh trong Tổng công ty Dược, và nhắn nhủ Trưởng phòng kinh doanh đặc biệt nghiêm khắc với Tuấn. Tuy vậy, trong việc hướng dẫn cho Tuấn, cũng không già néo đứt dây, mà phải mềm dẻo linh hoạt, bởi Tuấn là con nhà khá giả, đã quen được nuông chiều. Mặc dù cậu ta có tư chất tốt, một cử nhân ngành dược, nhưng do sống trong gia đình quá đầy đủ mọi thứ, cậu ta đánh mất động lực phấn đấu. Ngay từ đầu, Tựu đã có buổi nói chuyện rất sâu với Tuấn, định hướng cậu ta đi từ một dược sĩ tới dược sư, con đường từ các nhà thuốc tới chăm sóc sức khỏe chủ động, tạo một cộng đồng sống khỏe, phi bệnh tật, không đợi bệnh tới mới đi tìm thuốc…

Với con đường mà Tựu vẽ ra, Tuấn rất hào hứng. Cậu ta hứa sẽ rèn luyện và học tập phát triển bản thân để theo người dẫn đường là Tựu. Tuy nhiên, việc bỏ thói quen cũ ăn chơi, thói quen vô trách nhiệm đâu có dễ. Tuấn nhiều lần xung đột với ông Trưởng phòng kinh doanh, lãnh đạo trực tiếp của cậu tại Tổng công ty Dược. Cậu ta khổ sở với những quy trình, quy tắc ngặt nghèo trong công việc, nhất là với ngành dược, phải tuyệt đối tuân thủ, không được phép sai một ly một lai nào. Ông Tựu thường nói rằng, trong ngành dược,

cũng như ngành hàng không, phải đảm bảo hoàn hảo từ việc nhỏ nhất! Hoàn hảo hay là chết, không có sự nửa vời.

Có những ngày, Tuấn cảm thấy khủng khiếp y như mình đang hóa thành rô-bốt, chỉ biết đến tuân thủ và làm việc tính sát sạt từng phút như tính quảng cáo trên truyền hình, không còn thời gian cho sở thích và cuộc sống riêng nữa. Cậu ta bùng nổ nhiều lần, nhưng dường như sự bùng nổ của cậu chẳng khiến đồng nghiệp hay sếp trực tiếp của cậu mảy may nheo mắt. Cậu ta từ bỏ việc vài lần, nhưng mỗi lần như vậy, ông Tựu lại mời cậu ăn trưa, hoặc lên phòng trà của Tổng công ty trò chuyện, chẳng biết bằng cách nào, ông lại truyền ngọn lửa cho cậu, và cậu lại có mặt tại văn phòng vào hôm sau.

Tuấn dần dần tự chuyển hóa, không còn nhớ nhung những chuyến dịch chuyển đây đó, sống lang chạ khắp nơi với đám bạn bè con nhà giàu, hút xách và tán gái nhớt nhả. Cậu bỗng thấy không hiểu sao trước đây mình lại có thời gian sống vô mục đích như vậy. Cậu đã biết yêu công việc mình làm, sớm tối trăn trở nghĩ suy cách cải tiến để tăng hiệu suất làm việc.

Một buổi, ông Tựu gọi Tuấn lên ăn trưa với mình:

- Ta thấy cháu đã đủ vững để giao cho cháu một dự án mới.

- Chú nói rõ hơn cho cháu hình dung ạ - Tuấn hào hứng đáp, cậu tin rằng ông Tựu đã giao việc gì thì đều có tính toán kỹ lưỡng cả.

- Cháu xây dựng một đề án chăm sóc sức khỏe chủ động cho toàn dân. Cháu biết đấy, nguồn dược liệu ở nước ta rất phong phú, từ nguồn này, chúng ta mở các vùng trồng dược liệu, cung ứng cho sản xuất thực phẩm chức năng, song song với việc giáo dục toàn dân ý thức sống khỏe, duy trì sức



khỏe với lối sống lành mạnh có hỗ trợ từ thực phẩm chức năng được làm ra bằng nguồn dược liệu quê hương. Việc này cần lan truyền rộng thành phong trào mạnh mẽ trong toàn dân.

- Việc này lớn quá chú ạ, không biết cháu có làm nổi không… - Tuấn phân vân.

- Không gì là không thể, chỉ cần cháu thấy việc này có ý nghĩa sống còn. Cháu ăn ngủ với sứ mệnh đó, thì sớm muộn cháu sẽ thành công – ông Tựu khẳng định.

***

Đang lúc Tuấn say sưa lập đề án mới theo định hướng của ông Tựu, thì ông Tuyên lại nằng nặc "đòi" Tuấn nghỉ việc về mở dãy nhà thuốc tư nhân. Ông cho rằng Tuấn có bằng dược sĩ, lại được huấn luyện qua 5 năm với ông Tựu, và cũng đã bước vào tuổi ba mươi, hoàn toàn có thể đủ năng lực thành lập doanh nghiệp riêng, trong thị trường nhà thuốc đang rất màu mỡ béo bở.

Cả ông Tựu và Tuấn đều ngạc nhiên với quyết định đột ngột của ông Tuyên. Nhưng rồi Tuấn cũng chấp thuận quyết định của bố mình, còn ông Tựu thì sau thời gian ngắn, đã tìm được người thay thế Tuấn cho dự án mới tại Tổng công ty Dược. Trong vòng ba năm thành lập doanh nghiệp riêng, Tuấn đã phát triển được chuỗi nhà thuốc gồm hai mươi hai điểm tại các tỉnh phía Bắc. Anh bắt đầu dự định "tiến vào miền Nam". Ông Tuyên rất mừng với sự năng động và thành công của con trai mình.

Thế rồi, Tuấn liên tục có những chuyến bay vào Tp. Hồ Chí Minh. Ông Tuyên cho rằng con trai đang tìm cơ sở để mở nhà thuốc tại đó. Tuy ông là chủ đầu tư cho doanh nghiệp 2T mà Tuấn là giám đốc, nhưng ông Tuyên cũng giữ ý không tọc mạch quá sâu vào việc điều hành của con trai.

Nhưng Tuấn cứ bay vào Tp. HCM thường xuyên, mà qua nửa năm vẫn chưa mở thêm nhà thuốc nào tại đó, thì ông Tuyên bắt đầu nghi ngại. Không những thế, Tuấn lại còn giao hẳn quyền điều hành công ty cho phó giám đốc Giang, một người em họ của anh. Anh hầu như chỉ chăm chăm vào các chuyến bay Nam – Bắc.

Không quá mất công điều tra, ông Tuyên đã phát hiện ra con trai mình vướng lưới tình một cô tiếp viên hàng không xinh đẹp, cao tới 175cm, trong khi Tuấn chỉ cao có 165cm. Tuấn mê bóng hồng hàng không này tới nỗi chỉ chăm chăm mua vé bay những chuyến có cô gái phục vụ. Chỉ cần mỗi lần cô lướt qua ghế hạng thương gia mà anh ngồi, nhoẻn nụ cười diễm lệ là anh lại ngập tràn trong hạnh phúc và hào quang rực rỡ yêu đương. Bầu trời trên cánh bay với anh lúc này là thiên đường, Tuấn chẳng thiết gì đến chuyện kinh doanh nữa. Anh mê mẩn trong men say tình với người đẹp cao một mét bảy lăm, hơn mình cả cái đầu.

Ông Tuyên sau khi dò hỏi được tuổi của Phương, cô tiếp viên hàng không đang khiến con trai ông mê mụ, thì giật mình. Tuổi hai đứa cực kỳ xung khắc, nếu chúng gắn với nhau đủ lâu, ắt sẽ có đứa rơi vào cửa tử! Ông thấy việc con trai mình yêu cô gái ấy hoàn toàn bất lợi, không chỉ ở chỗ nó bỏ bê kinh doanh, mà còn ảnh hưởng tới số mệnh. Ông cảnh báo, thậm chí dọa dẫm Tuấn nhiều lần, nhưng anh không nghe lời bố. Anh trở lại là "thằng trời gầm" trong mắt bố. Việc kinh doanh của Tuấn, dù có cậu em họ là phó giám đốc gánh đỡ cho, nhưng kết quả không được như khi chính anh toàn tâm toàn ý dốc sức làm.

Ông Tuyên chỉ biết thở vắn than dài, hóa ra "thằng trời gầm" nhà ông vẫn chưa thực sự trưởng thành, ông đã bứng nó ra khỏi mảnh đất ông Tựu ươm quá sớm. Dường như Tuấn vẫn chưa tự chủ được, vẫn cần có một người dẫn



đường đủ uy lực để thúc nó đi. Người dẫn đường đó không ai khác ngoài ông Tựu. Ông Tuyên lại muối mặt gặp ông Tựu nhờ giúp đỡ.

- Anh lại giúp tôi, giúp cháu Tuấn lần nữa, không thì nó chết mất! – Ông Tuyên than thở.

- Yêu đương là chuyện bình thường, trai gái nào đến tuổi cũng sẽ yêu đương rồi cưới. Làm sao mà lại chết được? – Ông Tựu ngạc nhiên hỏi.

- Nhưng tôi xem kỹ rồi, thật không may, tuổi chúng nó xung khắc, chạm vào cửa tử. Nếu chúng nó còn bên nhau, thì một trong hai đứa phải ra đi.

- Khiếp thế cơ à! – Ông Tựu băn khoăn, ông tin vào tài năng của ông Tuyên, nhưng vẫn chưa thực sự nghĩ rằng điều ông Tuyên nói có thể sẽ diễn ra.

- Chuyện công việc thì tôi có thể chấp nhận cháu Tuấn trở lại làm việc trong Tổng công ty Dược, nhưng về chuyện riêng tư của cháu, tôi đâu có quyền can thiệp… - Ông Tựu vẫn tư lự.

- Tôi coi anh là người nhà, anh như chú ruột của cháu Tuấn, anh cứ nói, có lẽ cháu sẽ nghe anh chăng…

***

Chẳng ai có thể lay chuyển nổi Tuấn trong chuyện tình yêu. Thời gian qua đi, ông Tuyên vẫn sống trong thấp thỏm. Đôi trẻ thì đang tính chuyện làm lễ cưới. Họ đi tìm một thầy phong thủy khác xem ngày làm lễ thành hôn, họ không nhờ đến bố trong việc này, dù ông Tuyên là chuyên gia.

Nhưng chưa đến ngày cưới, thì một khối u mọc lên ở phía sau cổ Tuấn, người anh dần gầy đi và bị lên cơn sốt cuối mỗi chiều. Anh đến bệnh viện K khám, qua nhiều xét nghiệm, thì xác định bị u ác. Cả gia đình ông Tuyên rụng rời đau đớn. Mối lo canh cánh của ông cuối cùng đã trở thành sự thật. Trong nỗi tuyệt vọng, ông càng hối thúc Tuấn phải rời bỏ Phương ngay lập tức. Nhưng đúng là "thằng trời gầm", Tuấn khăng khăng không chịu bỏ người yêu, anh thà chết còn hơn phải từ bỏ cô gái này, cô ấy đã như một nguồn sáng, khiến anh thấy mình bay bổng, dù có thể phải trả giá bằng cả tính mạng.

Bệnh viện cũng bó tay, họ cho Tuấn về nhà để được gần bên người thân vào những ngày cuối. Phương cũng đã xin nghỉ việc ở hãng hàng không để ở bên chăm sóc chồng chưa cưới.

Ông Tựu đến thăm Tuấn tại nhà, ông không cầm lòng nổi khi thấy chàng trai vàng tái gầy rộc dưới tấm chăn mỏng, đã không còn chút năng lượng sống nào. Ông càng sốc khi thấy Phương, già xọm hẳn đi với mái tóc bạc lốm đốm. Đâu rồi cô gái tiếp viên hàng không xinh đẹp tươi tắn ngày nào. Nghiệp chướng nào khiến đôi trẻ yêu nhau đắm say ra đến nông nỗi này! Ông nghẹn ngào khi thấy đôi mắt lờ đờ của Tuấn chợt ánh lên yếu ớt khi nhìn thấy bóng mờ của người vợ chưa cưới đến bên giường anh. Cô yên lặng nắm tay anh, bàn tay đã rất lạnh…

Ông Tựu giúp Phương đỡ Tuấn ngồi dậy, tựa đầu vào ngực cô. Cô bảo muốn truyền hơi ấm từ ngực mình sang anh, có thể khiến anh ở lại với cô lâu hơn. Và Tuấn đã ra đi êm đềm như thế, gối đầu lên bầu ngực gầy của người vợ chưa cưới, môi anh thoảng nụ cười mãn nguyện. Nước mắt Phương tuôn ướt đẫm tóc anh, còn ông Tựu đứng đó, lòng quặn thắt, lần đầu tiên trong đời, ông không biết mình nên làm gì…

Làn gió đầu đông thoảng lay rèm cửa, ông Tựu vẫn ngồi nguyên đó, tay chống cằm, mắt nhìn về phía xa vô tận, biết đâu phía ấy, Tuấn đang hạnh phúc, vì anh đã can đảm trọn vẹn với tình yêu…❑

PHONG ĐỘ NHÀ QUẢN LÝ

Minh triết QUẢN LÝ "W/W"

Bài: PV *(t/h)*





Một nhà khoa học giáo dục tài năng uyên bác có lời tự bạch: Ông thường xuyên tu dưỡng "chữ tâm kia mới bằng ba chữ tài". Rồi đến một ngày ông được nhận thức khi đọc đến câu Kiều thứ 3114 "Mà trong lẽ phải có người có ta". Ông thực hiện cách làm việc tìm ra sự đồng thuận với đồng nghiệp thường được gọi là W/W (Win/Win) và ông gặt hái nhiều thành công. Ông đưa ra nhận xét: "Ý tưởng của Nguyễn Du và lý thuyết quản lý hiện đại có sự đồng dạng đến thú vị".

Chính trị học hiện đại đang có lời kêu gọi: Xây dựng xã hội biết nhường nhịn nhau, đó là xã hội dân sự đích thực.

Lý thuyết quản lý ngày nay từng khuyên người làm công tác lãnh đạo quản lý biết xử lý phạm trù "quan hệ" theo phương châm:



Đưa đối thủ thành đối tác

Đưa đối tác thành đồng minh

Đưa đồng minh thành đồng chí

Đưa đồng chí thành tri âm- tâm giao.

Với minh triết sống:

Sống cầu thị (là sống tôn trọng lẽ phải)

Sống hào hiệp (là biết khoan dung)

Sống thực tiễn (là biết thực hiện điều phải vào cuộc sống).

Nhà tâm lý học kiệt xuất đương đại Howard Gardner, cha đẻ của lý thuyết đa thông minh, đề ra năm loại tư duy cần rèn luyện trong cuộc sống:

Tư duy nguyên tắc

Tư duy tổng hợp

Tư duy sáng tạo

Tư duy tôn trọng

Tư duy đạo đức

Gardner coi "tư duy tôn trọng" là thể nền cho các tư duy còn lại.

Phương Đông giáo dục con người biết Đạo "quan nhân thiệp thế" với hệ giá trị:

Lòng trắc ẩn

Sự biết hối hận/xấu hổ

Sự biết phục tùng đạo lý, công lý

Sự biết phải trái

Sự biết áy náy khi đổi ý.

Đó là các nhân tố căn cốt để con người tìm được lẽ sống "mà trong lẽ phải có người có ta".❑



ITCPE
VIETNAM TEXPRINT

NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG sản phẩm dệt may theo hướng "THƯƠNG MẠI XANH, CÔNG NGHIỆP XANH"

Từ ngày 21 - 23/9/2023 tại Trung tâm Triển lãm WTC EXPO (TP. Thủ Dầu Một, Bình Dương) sẽ diễn ra "Triển lãm quốc tế thiết bị, công nghệ in thêu, sản phẩm và nguyên phụ liệu dệt may tại Việt Nam - ITCPE - VIETNAM TEXPRINT 2023".

Triển lãm quy tụ 200 gian hàng giới thiệu các sản phẩm, công nghệ tiên tiến nhất cho ngành công nghiệp in thêu, gia công trang phục, sản xuất vải, cung ứng sản phẩm và nguyên phụ liệu dệt may… nơi giúp cho các doanh nghiệp trong nước và quốc tế gặp gỡ, tìm hiểu, trao đổi kinh nghiệm, tiếp cận với công nghệ sản xuất và nguồn nguyên phụ liệu mới. Triển lãm giúp đẩy mạnh đầu tư công nghệ nâng cao năng suất và chất lượng sản phẩm, đáp ứng nhu cầu trong nước và xuất khẩu cũng như mục tiêu phát triển của ngành dệt may Việt Nam theo tiêu chí "Thương mại xanh, công nghiệp xanh".

Tại triển lãm, ngày 21/9/2023 sẽ diễn ra "Hội thảo - Tọa đàm ngành In - Thêu - Dệt May 2023" với nội dung chính: Chuyển đổi kỹ thuật số và tính bền vững trong In ấn - Dệt May; Công nghệ in nhãn - Giải pháp chống hàng giả ngành dệt may; Giải pháp in vải tùy chỉnh cho các doanh nghiệp... Ngoài ra, triển lãm còn có các chương trình giới thiệu công nghệ, trình diễn sản phẩm tiêu biểu về In – Thêu – Dệt May của các đơn vị tham dự.

Để đáp ứng nhu cầu của doanh nghiệp quốc tế về việc đầu tư xây dựng nhà máy tại Việt Nam, BTC còn tổ chức chương trình tham quan, khảo sát chuyên sâu một số khu công nghiệp, khu chế xuất tại Bình Dương, TP. Hồ Chí Minh, Đồng Nai, Bình Phước, Tây Ninh… nhằm tìm hiểu về chính sách xúc tiến đầu tư của tỉnh; đồng thời tăng cường giao lưu hợp tác với các hiệp hội ngành hàng đẩy mạnh ứng dụng quản lý nhà máy thông minh, thiết bị sản xuất thông minh, cùng nhau thúc đẩy sự phát triển của ngành.

Triển lãm ITCPE - VIETNAM TEXPRINT 2023 lần đầu tiên tổ chức tại Bình Dương kỳ vọng thu hút sự quan tâm của đông đảo các doanh nghiệp tại Bình Dương và các tỉnh thành tập trung nhiều doanh nghiệp trong lĩnh vực may mặc như: TP. Hồ Chí Minh, Đồng Nai, Bình Phước, Tây Ninh… qua đó tăng cường cơ hội quảng bá, liên doanh liên kết mở rộng thị trường, hợp tác trong nước và quốc tế; tiếp tục khẳng định vai trò ý nghĩa quan trọng trong giải quyết việc làm, an sinh xã hội.

Triển lãm do Công ty VIETFAIR, Công ty TNHH Allallinfo Media Việt Nam phối hợp tổ chức. Với các đoàn doanh nghiệp ngoại tỉnh, BTC có chương trình "tri ân khách tham quan chuyên ngành", hỗ trợ chi phí ăn trưa, chi phí lưu trú và đi lại khi đến tham quan làm việc.

*Chi tiết vui lòng liên hệ Công ty VIETFAIR, * Hotline: 0976683693 - Mr Tất Thành * Email: tatthanh@vietfair.vn.*



CÔNG TY CỔ PHẦN DỆT MAY HUẾ

122 Dương Thiệu Tước, P. Thủy Dương, TX. Hương Thủy, Tỉnh Thừa Thiên Huế
(84) 234.3864337 - (84) 234.3864957
(84) 0234.3864.338
Huegatex.com.vn

Công ty Cổ phần Dệt May Huế (Huegatex) là thành viên của Tập đoàn Dệt May Việt Nam. Công ty chuyên sản xuất, kinh doanh, xuất nhập khẩu các sản phẩm sợi, vải dệt kim, hàng may mặc với doanh thu hàng năm gần 1.800 tỷ đồng, trong đó xuất khẩu hơn 70%.

1. **Nhà máy Sợi:** Được trang bị đồng bộ 04 dây chuyền thiết bị nhập khẩu từ Đức, Thụy Sĩ, Nhật Bản với hơn 4,9 vạn cọc sợi, sản lượng hàng năm trên 10.800 tấn sợi, trong đó chủ yếu là các loại sợi CVC, TC, Cotton chải thô và chải kỹ chỉ số từ Ne20 đến Ne40.

2. **Nhà máy Dệt Nhuộm:** Được trang bị đồng bộ các thiết bị dệt kim, nhuộm, hoàn tất nhập khẩu từ Đức, Thụy Sĩ, Đài Loan, với sản lượng vải dệt kim hàng năm là 1.500 tấn.

3. **Nhà máy May:** với 5 nhà máy May trực thuộc gồm 86 chuyền may, được trang bị các máy may hiện đại nhập khẩu từ Nhật Bản, Đài Loan và dây chuyền cắt, trải vải tự động năng suất cao, sản xuất các sản phẩm chính là áo T- shirt, Polo- shirt, áo Jacket, quần short, quần áo trẻ em và các loại hàng may mặc khác làm từ vải dệt kim và dệt thoi. Sản lượng hàng năm của nhà máy đạt hơn 20 triệu sản phẩm.

Sản phẩm của chúng tôi hiện nay đang được xuất khẩu sang Mỹ, Nhật Bản, EU, Đài Loan, Hàn Quốc (đối với hàng may mặc); Thổ Nhĩ Kỳ, Bồ Đào Nha, Nam Mỹ, Hàn Quốc, Nhật Bản (đối với sản phẩm sợi) và được bán rộng rãi trên thị trường nội địa. Sản phẩm Công ty nhiều năm được bình chọn hàng Việt Nam chất lượng cao, giải thưởng sao vàng đất Việt và các giải thưởng khác.

Chúng tôi có một đội ngũ cán bộ quản lý, cán bộ kỹ thuật và công nhân lành nghề, tạo ra sản phẩm đáp ứng mọi yêu cầu của khách hàng. Công ty đang áp dụng hệ thống Quản lý Chất lượng theo Tiêu chuẩn quốc tế ISO 9001: 2015. Bên cạnh đó, chúng tôi cũng được chứng nhận tuân thủ các tiêu chuẩn trách nhiệm xã hội trong sản xuất hàng may mặc của các khách hàng lớn tại như Perry Ellis, Kohl›s, Target, Walmart, Sanmar, New Balance,... đồng thời, đạt chứng nhận của Tổ chức công nhận trách nhiệm xã hội trong sản xuất toàn cầu (WRAP) cho thị trường Mỹ, chứng nhận BSCI cho thị trường EU và chương trình hợp tác chống khủng bố của hải quan Hoa Kỳ và Hiệp hội Thương mại (C-TPAT).

Huegatex chủ trương mở rộng hợp tác với mọi đối tác trong và ngoài nước thông qua các hình thức liên doanh, hợp tác kinh doanh; gọi vốn các nhà đầu tư chiến lược để hợp tác lâu dài trên tinh thần bình đẳng các bên cùng có lợi.






DeTHEIA
by garco10