

Hành trình chuyển đổi xanh của Việt Thắng Jean

Ông PHẠM VĂN VIỆT,
TGD Công ty Việt Thắng Jean,
Nhà sáng lập thương hiệu V-SIXTYFOUR)

Trước yêu cầu của nhà nhập khẩu quốc tế, đồng thời ngành dệt may Việt Nam đang đặt mục tiêu từ nay đến năm 2025 và chiến lược đến năm 2030 sẽ tiếp cận và ứng dụng được toàn bộ công nghệ sản xuất, đáp ứng sản xuất xanh và tuần hoàn, để bắt kịp xu thế mà các nhà nhập khẩu từ châu Âu hay Mỹ, Nhật Bản yêu cầu, các doanh nghiệp dệt may Việt Nam “đang chạy đua” để “xanh hóa”.

Nếu như cách đây 5 năm, “xanh hóa” được nhắc đến như một xu hướng thì hiện nay “xanh hóa” đã trở thành một yêu cầu bắt buộc đối với các doanh nghiệp dệt may. Nếu không “xanh hóa” sẽ không cạnh tranh được và khó chốt đơn hàng. Giai đoạn trước dịch Covid-19: Doanh nghiệp không nhiều áp lực trong việc chuyển đổi xanh, chi phí cũng không phải tính toán quá nhiều. Doanh nghiệp chuyển đổi xanh vì bản thân họ thấy đây là điều kiện “cần” để hướng tới phát triển bền vững trong định hướng kinh doanh của mình.

Nhưng hiện tại khi dệt may đang phát triển theo hướng âm, thiếu hụt đơn hàng, cạnh tranh khốc liệt giữa các nhà bán hàng thì “xanh hóa” không còn là điều kiện “cần” nữa mà là điều kiện “đủ”, yêu cầu bắt buộc để có đơn hàng từ các thị trường như EU, Mỹ, Nhật Bản, đồng thời khai thác được các ưu đãi của các FTA đã được ký và cạnh tranh với các quốc gia đang xanh hóa mạnh mẽ như Bangladesh, Ấn Độ.

Trong hoàn cảnh kinh tế khó khăn, vừa lo chi phí nhân sự còn phải lo bền vững với chi phí cao. Doanh nghiệp sản xuất làm xanh, sạch hơn nhưng khách hàng cũng không muốn giá tăng nên đó là áp lực rất lớn, tuy nhiên Việt Thắng Jean đã, đang và tiếp tục vượt qua các rào cản trên hành trình xanh hóa của mình.

Hành trình chuyển đổi xanh của Việt Thắng Jean từ Nhận thức – Công nghệ – Nguyên liệu – Thị trường

Giai đoạn 1 – Thay đổi nhận thức, con người (từ khi thành lập 1988 – 2012)

Từ khi thành lập 1988, Việt Thắng Jean đã định hướng sản xuất chuyên biệt sản phẩm Denim. Tuy nhiên, nguồn nguyên liệu nội thiếu, phụ thuộc nhập khẩu, chính sách bảo hộ mậu dịch khiến thuế nhập khẩu cao đến 40%, không cạnh tranh được với hàng trôi nổi tại thị trường nội địa buộc chúng tôi chuyển hướng sang xuất khẩu qua nước XHCN như Liên Xô, Ba Lan, Tiệp Khắc để duy trì sản xuất. Chính việc xuất khẩu ra nước ngoài giai đoạn này, được hợp tác với các đối tác đã khiến tôi thay đổi nhận thức muốn phát triển, gia tăng năng suất không thể sản xuất thủ công. Đến năm 1994, khi Việt Nam bình thường hóa quan hệ ngoại giao với Mỹ & các nước thị trường xuất khẩu đa dạng hơn, khách hàng nhiều hơn, Việt Thắng Jean đã đầu tư công nghệ (bán tự động) để nâng cao năng suất, giảm dần thâm hụt lao động.

Giai đoạn 2 – Thay đổi công nghệ (2012 – 2019)

Năm 2012, chúng tôi bắt đầu chuyển đổi từ bán tự động sang công nghệ 4.0 để sản xuất bởi giai đoạn này, thị trường xuất khẩu chính của công ty là châu Âu, yêu cầu vô cùng khắt khe về sản phẩm thân thiện môi trường. Chúng tôi đã bỏ rất nhiều chi phí để đưa các công nghệ hàng đầu châu Âu về Việt Nam như: công nghệ LAZER, thay thế các công đoạn thủ công, thay in tẩy truyền thống; giảm được thời gian chế tạo



từ 13 phút/sản phẩm xuống còn 15 giây/sản phẩm; dùng tia laser tạo hiệu ứng trên sản phẩm thay cho thủ công truyền thống; vừa giảm được lao động (1 máy thay được 49 lao động) vừa đảm bảo mỹ thuật thời trang cao cấp, triệt tiêu khí thải ra môi trường.

Công nghệ tẩy OZONE (Tây Ban Nha), giảm màu theo mong muốn, lấy Oxy trong tự nhiên để tạo ra OZONE, sau khi kết thúc quy trình thì OZONE được tái tạo lại thành Oxy, không gây tác động đến môi trường, loại bỏ hoàn toàn việc sử dụng hóa chất, đảm bảo sức khỏe người lao động. Công nghệ NANO (Ý và Đức), thay cho công nghệ nhuộm truyền thống bằng phương pháp nhuộm phun khô, giảm 95% lượng hóa chất và gần như triệt tiêu việc sử dụng nước so với công nghệ nhuộm truyền thống.

Giai đoạn 3 – Thay đổi nguyên liệu và thị trường (2019 – nay)

Trước yêu cầu khắt khe của các Hiệp định FTA về quy tắc xuất xứ cũng như việc đứt gãy chuỗi cung ứng do dịch Covid-19, Việt Thắng Jean đã nghiên cứu và hợp tác với các nhà cung cấp nội địa để sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc thiên nhiên như vải sợi tre, linen, vải tái chế.... Bên cạnh việc đáp ứng các đơn hàng xuất khẩu, Việt Thắng Jean đã đem quy trình sản xuất xanh từ thiết kế đến may - wash - thành phẩm theo tiêu chuẩn của thị trường châu Âu quay về thị trường nội địa, đưa đến tay người tiêu dùng Việt các sản phẩm thời trang bền vững, thân thiện với môi trường với thương hiệu V-SIXTYFOUR.

Các sản phẩm V-SIXTYFOUR sử dụng vải từ sợi vải tái chế (recycle cotton) và sợi cotton hữu cơ (organic cotton) kết hợp với công nghệ thiết kế 3D để tạo ra thành phẩm có thể tái sử dụng, tăng vòng đời sản phẩm, nói không với “Fast Fashion”. Các sản phẩm V-SIXTYFOUR sử dụng công nghệ 4.0 hiện đại nhất hiện nay như công nghệ Nano giảm 83,57% nước, 44,7% hóa chất, triệt tiêu xả thải ra môi trường, công nghệ Laser in hình sắc nét thay cho in tẩy truyền thống, công nghệ Ozone giảm màu theo mong muốn.

Các sản phẩm của V-SIXTYFOUR đều đạt chuẩn theo EIM (công nghệ đo lường tác động môi trường). Khách hàng có thể biết được mức độ tác động của sản phẩm mình sử dụng như thế nào đối với môi trường thông qua các yếu tố như nước, điện, hóa chất, nhân công, khí thải carbon.

Giai đoạn tiếp theo

Chúng tôi sẽ tiếp tục phát triển thêm các dòng sản phẩm xanh, ứng dụng AI vào sản xuất. Tập trung vào các chỉ số phát triển bền vững ESG (môi trường, xã hội và quản trị) và tiêu chuẩn LEED (định hướng thiết kế về năng lượng và môi trường).

**ĐỒNG HÀNH CÙNG
CHƯƠNG TRÌNH**

HDBank
Cam kết lợi ích cao nhất



Vietcombank
Ngân hàng TMCP Ngoại - Thương Việt Nam



TECHCOMBANK



Xanh hóa không bao giờ dễ dàng

Bài toán lợi nhuận trong giai đoạn chuyển đổi xanh là một thách thức lớn đối với các doanh nghiệp khi hàng loạt chi phí tăng lên và Việt Thắng cũng không ngoại lệ, tuy nhiên định hướng kinh doanh của Việt Thắng Jean từ khi thành lập đến nay luôn hướng đến phát triển bền vững. Xét về lâu dài, sự tăng trưởng có nghĩa là tính tới sự cân bằng các yếu tố môi trường, kinh tế - xã hội. Chuyển đổi xanh sẽ giúp tiết kiệm chi phí sản xuất, giảm nhẹ sự phụ thuộc vào tài nguyên thiên nhiên, cũng như giảm thiểu các ảnh hưởng bất lợi của quá trình sản xuất đến môi trường. Do đó việc lựa chọn giải pháp và phương thức sản xuất xanh không quá nhiều trở ngại đối với Việt Thắng Jean. Trở ngại ở đây là làm sao phải cân bằng nguồn lực và phân phối nguồn lực phù hợp để vừa được trước mắt, vừa được lâu dài.

Điều kiện tiên quyết để chuyển đổi xanh và phát triển bền vững

Doanh nghiệp cần tư duy mới và chiến lược hành động lâu dài. Lãnh đạo doanh nghiệp phải có tư duy dài hạn về sản xuất xanh, là người tiên phong trong định hướng phát triển xanh, từ đó thay đổi cách suy nghĩ và hành động của từng cá nhân người lao động. Doanh nghiệp nào chủ động triển khai chuyển đổi xanh từ sớm sẽ tiết giảm được nhiều chi phí, bảo vệ sức cạnh tranh và đặt nền móng bền vững cho tương lai.

Xanh hóa, phát triển bền vững không chỉ là câu chuyện về chi phí, phương thức quản trị, mà còn là bài toán về thay đổi tư duy quản trị và cân bằng các mục tiêu đa chiều của doanh nghiệp, hướng đến cộng đồng và xã hội. Là cơ hội trong thách thức.