



# CHẤT TẨY RỬA VÀ CHUYỆN NGƯỜI VIỆT - HÀNG VIỆT

DOANH VŨ

*Những ngày phải chầu chực xếp hàng mua từng bánh xà phòng chỉ còn trong ký ức xa xôi của nhiều người. Ngày nay, những sản phẩm tẩy rửa xếp hàng đầy rẫy trên các kệ hàng trong siêu thị làm lóa mắt người tiêu dùng.*

*Nhưng... người tiêu dùng Việt Nam có ưu tiên dùng hàng Việt Nam???*

## Độ phủ sóng của chất tẩy rửa trong nhà bạn

Nếu đi “thanh tra” một vòng trong nhà, ta sẽ thấy chất tẩy rửa hiện diện khắp mọi nơi.

Ở góc bếp là các dung dịch lau chùi bếp, bàn ghế, xà phòng rửa nồi niêu soong chảo, chén bát. Trong phòng tắm là các dung dịch chùi rửa nhà vệ sinh, xà phòng giặt, xà phòng tắm, dầu gội đầu, sữa tắm... Ngoài ra, chất tẩy rửa còn hiện diện nhiều nhất có lẽ là trên... màn hình ti vi. Ngày nào, giờ nào trên ti vi cũng ra rả những đoạn phim quảng cáo, nhiều nhất là quảng cáo các sản phẩm tẩy rửa.



## Tẩy rửa - chuyện nhỏ

Các sản phẩm thường sử dụng trong nhà như đồng, thau, inox, các kim loại xỉ mạ... qua sử dụng lâu ngày sẽ bị dơ bẩn, xỉn màu, gỉ sét, chỉ cần bôi mỏng lớp hóa chất (các loại dầu, sáp, kem chùi bóng) lên mặt kim loại rồi chờ vài phút, lấy khăn khô lau sạch là vật dụng “mới tinh” trở lại. Các sản phẩm tẩy rửa khác đầy rẫy trong nhà, mỗi dòng sản phẩm có hàng loạt chủng loại và cũng có không ít sản phẩm đa năng 2 trong 1, 3 trong 1.

Mỗi loại dung dịch tẩy rửa chứa khoảng 7-10 hóa chất khác nhau như chất hoạt động bề mặt, chất trung hòa, chất tạo mùi, tạo màu, tạo bọt, các chất phụ gia... Thành phần quan trọng nhất ảnh hưởng đến chất lượng, giá cả của sản phẩm tẩy rửa chính là chất hoạt động bề mặt. Các chất hoạt động bề mặt đóng vai trò tẩy rửa, bao phủ lấy chất bẩn, làm tăng sức căng bề mặt giữa chất bẩn và bề mặt vật liệu, lôi kéo và hòa tan chất bẩn vào dung dịch tẩy rửa. Khả năng tẩy rửa của các chất hoạt động bề mặt phụ thuộc cấu tạo của chúng là anion, cation, không-ion, hay lưỡng tính. Chất hoạt động bề mặt anion là thông dụng nhất, có khả năng hoạt động bề mặt mạnh nhất so với các loại khác. Với các chất hoạt động bề mặt không-ion thường sử dụng cho các sản phẩm dùng trong máy rửa chén, máy giặt do ít tạo bọt. Ngoài ra, tính năng tẩy rửa của sản phẩm còn phụ thuộc vào tỷ lệ hỗn hợp các chất hoạt động bề mặt chứa trong sản phẩm. Tỷ trọng các chất hoạt động bề mặt trong nước lau sàn nhà khoảng 6%, bột giặt từ 14 - 22%... Ngoài ra, còn có một số hóa chất khác hỗ trợ cho quá trình giặt tẩy như  $\text{Na}_2\text{SiO}_4$  hay chất chống tái bám  $\text{Na}_2\text{SiO}_3$  giúp hấp thu chất bẩn ra ngoài.

Ngoài ra, thế hệ các chất tẩy rửa mới sử dụng enzym cũng là một hướng nghiên cứu đáng quan tâm do các enzym hoạt động rất hiệu quả nhưng ít gây tác hại đến môi trường hơn so với các hóa chất tẩy rửa thông



thường. Những enzym đang được sử dụng phổ biến trong sản xuất chất giặt rửa kiểu mới là proteaza để loại bỏ các vết protein (chiếm khoảng 60% tất cả các loại enzym được sử dụng trong sản xuất các chất giặt rửa), amylaza để loại bỏ các vết bẩn dạng tinh bột, xelulaza để chăm sóc vải, mannanaza để phân hủy các chất dạng gôm, lipaza để loại bỏ các vết bẩn dạng mỡ. Enzym có hoạt tính cao hơn ở hàm lượng thấp hơn, nhờ đó cho phép sản xuất các sản phẩm đậm đặc và nhỏ gọn hơn.

**Hàng Việt còn là chuyện lớn**

Thị phần sản phẩm chất tẩy rửa trái ngược với thực lực sản xuất của các doanh nghiệp Việt Nam, bởi một thực tế đang diễn ra là khá nhiều doanh nghiệp Việt Nam vừa sản xuất - kinh doanh sản phẩm mang thương hiệu của chính mình, vừa gia công sản phẩm cho chính... đối thủ cạnh tranh. Thậm chí có doanh nghiệp,



sản lượng sản phẩm mà họ sản xuất ra còn thấp hơn nhiều lần so với sản lượng gia công cho đối thủ. Cụ thể năm 2004, các doanh nghiệp ngành chất tẩy rửa Việt Nam đã gia công tới 125.000 tấn sản phẩm cho công ty Unilever, tương đương với 60% nhu cầu chất tẩy rửa trong một năm của Việt Nam. Hiện nay, khoảng 75% thị trường chất tẩy rửa Việt Nam do vài doanh nghiệp nước ngoài nắm giữ. Tuy nhiên, nếu đọc các nhãn mác trên sản phẩm thì hầu hết đều sản xuất tại các khu công nghiệp tại Việt

Nam như Bình Dương, Biên Hòa...

Và như vậy, các sản phẩm mang tiếng là của công ty đa quốc gia nhưng sản xuất chính là từ các doanh nghiệp trong nước.

Với sự đa dạng trong các sản phẩm, đa dạng nguồn nguyên liệu, công nghệ sản xuất không cần kỹ thuật cao lắm, hầu như nhu cầu nào về tẩy rửa của người tiêu dùng đều có thể đáp ứng theo kiểu "cần là có". Chỉ cần ra siêu thị, các mặt hàng chất tẩy rửa bao giờ cũng bắt mắt, chiếm nhiều dãy hàng với đội ngũ tiếp thị sản phẩm sẵn sàng cung cấp thông tin và tìm giúp sản phẩm dùm bạn, và hầu hết đều mang nhãn nước ngoài!

Tính năng tẩy rửa là quan trọng nhất. Tuy nhiên, với hàng loạt sản phẩm tẩy rửa đều được quảng cáo là tính năng tẩy rửa vượt trội thì bản thân người tiêu dùng cũng chẳng biết nên lựa chọn sản phẩm nào. Có khi người tiêu dùng quan tâm và lựa chọn một sản phẩm do các tính năng phụ như độ thơm, làm mềm da hay chỉ do màu sắc, bao bì bên ngoài của sản phẩm; có khi chỉ là do thói quen hoặc tác động của quảng cáo. Nước rửa chén thường là Sunlight (Unilever), chứ ít người biết đến Mỹ Hảo, Lix, Daso, Vico (Nhà máy Hóa chất Đức Giang) dù giá cả rẻ hơn. Nói đến các



chất tẩy rửa thông dụng là nói đến sản phẩm của hai đại gia là Unilever và P&G. Unilever với hàng loạt sản phẩm như dầu gội đầu Dove, Sunsilk; bột giặt Omo, Surf; nước tẩy sàn nhà Vim, xà phòng Lifebuoy... Hãng P&G cũng có các sản phẩm cạnh tranh tương tự như dầu gội đầu Pantene, Head and Shoulders, bột giặt Tide...

Giá bán sản phẩm chất tẩy rửa của các doanh nghiệp Việt Nam rẻ hơn

so với sản phẩm cùng loại do các doanh nghiệp nước ngoài sản xuất tới vài nghìn đồng. Giá cả chênh lệch tương đối nhiều nhưng loại nào tốt hơn thì chưa có cơ quan kiểm định nào đánh giá.

Những năm qua, ngành sản xuất chất tẩy rửa Việt Nam đã đạt nhiều bước tiến vượt bậc cả về công nghệ, sản lượng, thị trường... Hiện nay nước ta cung cấp được khoảng 3 kg/người/năm chất tẩy rửa (thế giới là 5.5 kg/người).

Đi chợ để mua hàng tẩy rửa, người tiêu dùng khó mà chọn được hàng Việt Nam vì đã bị lọt thỏm trong rừng nhãn hàng nước ngoài. Như vậy thì bao giờ mới giải được nghịch lý là chúng ta đã mua một sản phẩm với giá cao hơn nhưng chất lượng cũng như vậy chỉ vì thương hiệu và những quảng cáo ra rả rót vào tai chúng ta mỗi ngày.

Đối với các sản phẩm tẩy rửa, các doanh nghiệp Việt Nam hoàn toàn có đủ công nghệ, dây chuyền để sản xuất ra những sản phẩm tốt. Các doanh nghiệp hãy chủ động hơn nữa để sản phẩm tẩy rửa Việt Nam đến với người tiêu dùng, và các doanh nghiệp kinh doanh chất tẩy rửa phải là một trong những doanh nghiệp đi đầu trong phong trào "Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam". □