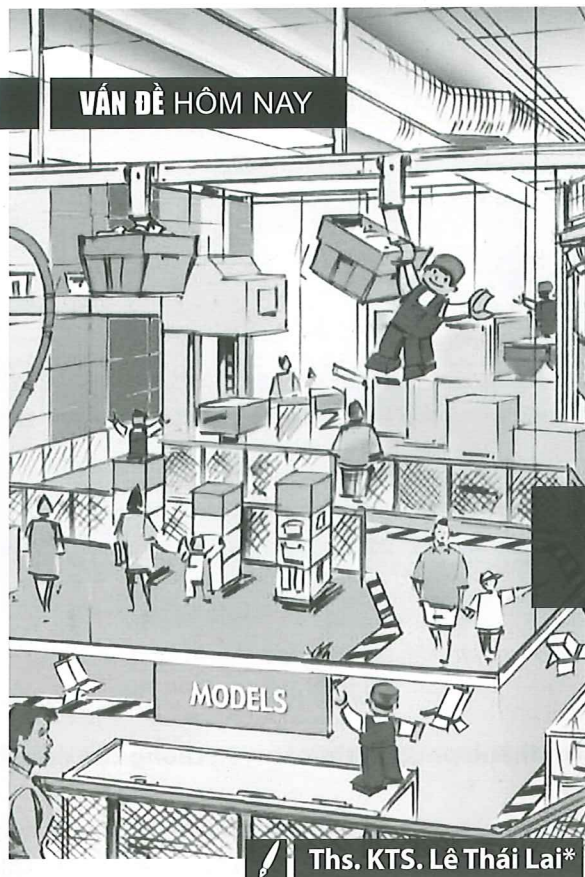




Ths. KTS. Lê Thái Lai*

GIẢI PHÁP THIẾT KẾ KHÔNG GIAN FACTORY TOUR CHO CÁC DOANH NGHIỆP TẠI VIỆT NAM

Tóm tắt: Dựa trên thực tế phát triển mạnh mẽ của các doanh nghiệp (DN) tại Việt Nam cùng sự cạnh tranh về thương hiệu trên thị trường, với những khó khăn về không gian, chi phí của các DN đã và sẽ thực hiện Factory tour, cũng như lợi ích to lớn mà việc thiết kế không gian Factory tour mang lại trong việc làm nổi bật thương hiệu DN; tác giả bài viết đã nghiên cứu, học hỏi và đề xuất các giải pháp Thiết kế không gian Factory tour cho các DN tại Việt Nam, đưa tham quan nhà máy trở thành một hành trình trải nghiệm nghệ thuật.

Từ khóa: Thiết kế không gian, factory tour, nghệ thuật hóa.

Abstract: Based on the strong development of businesses in Vietnam, along with the competition for brands in the market, with the difficulties of space, the cost of enterprises that have performed and will perform factory tours as well as the great benefits that the art of factory tour brings in highlighting the business brand; The author of the article has researched, learnt and proposed the solutions of designing factory tour space for businesses in Vietnam, making visiting the factory a journey of artistic experience.

Key words: Space design, factory tour, artization.

Nhận bài ngày 25/4/2022, chỉnh sửa bài ngày 6/5/2022, chấp nhận đăng ngày 20/5/2022.

1. Đặt vấn đề

Trước đây, Factory tour thường chỉ được tổ chức bởi các DN lớn, với dây chuyền máy móc hay công nghệ hiện

đại. Tuy nhiên, trong thời đại công nghiệp phát triển một cách nhanh chóng như hiện nay, các công ty dần mở rộng thành tập đoàn lớn, đòi hỏi DN cần có một phương thức gia tăng sự thấu hiểu thương hiệu với đối tác, khách hàng cũng như với chính nhân viên của họ và Factory tour trở thành lựa chọn mang tính đột phá và khác biệt. Nhưng do hạn chế về không gian, nhân lực cũng như chi phí đã khiến Factory tour chưa thật sự phổ biến và mang lại lợi ích đúng như DN mong đợi. Tại Việt Nam, những Factory tour chỉ xoay quanh nhà máy, công trường. Nội dung không có gì mới và những hạng mục trong tour như khu công xưởng, máy móc, quy trình,... không thực sự thể hiện được văn hóa/giá trị cốt lõi của DN.

2. Thực trạng hoạt động tổ chức Factory tour tại Việt Nam

Việc thực hiện Factory tour tại các DN

Không có số liệu cụ thể về số lượng DN tổ chức hình thức này. Phần lớn các DN thực hiện Factory tour có thể tìm thấy thông tin công khai đều là các công ty, tập đoàn lớn trong ngành kỹ thuật và công nghệ hiện đại như: Chuyến tham quan trung tâm hoàn thiện đơn hàng Amazon, nhà máy chocolate Hershey, tour tham quan nhà máy Ford Rouge, nhà máy lắp ráp Boeing tại Everett, Washington hoặc tới thăm phòng thí nghiệm động cơ phản lực của Nasa... Việc thực hiện một tour tham quan nhà máy phụ thuộc vào quy mô nhà máy, ý tưởng thực hiện, chi phí duy trì tour và nhiều yếu tố ngoại cảnh khác. Do đó, thay vì thực hiện Factory tour như một hình thức gắn kết DN với đối tác, giúp khách hàng hiểu rõ về sản

*ĐH Kiến trúc Hà Nội

phẩm, các công ty lựa chọn nhiều hình thức đưa thông tin khác tới họ như marketing, truyền thông...

Factory tour chỉ là tham quan nhà máy sản xuất, không tạo sự hấp dẫn

Đối với các DN nhỏ và trung bình, họ thường không lựa chọn thực hiện factory tour, hoặc một factory tour chỉ đơn giản là đến và xem quá trình sản xuất sản phẩm tại xưởng. Hoạt động này diễn ra tự phát, không có tính lịch trình, không có gì thay đổi theo thời gian, dẫn đến không duy trì lâu dài.

3. Vai trò của thiết kế không gian Factory tour trong phát triển doanh nghiệp

a) Thu hút khách hàng/đối tác bởi sự mới lạ và tính nghệ thuật

Nhắc đến Factory tour là nghĩ đến chuyến tham quan nhà máy với nhà xưởng, dây chuyền sản xuất lớn, đầy tiếng ồn của động cơ, những nhân viên bận rộn trong công việc. Chuyến tham quan như vậy có ưu điểm là giúp khách hàng hiểu rõ về sản phẩm của DN nhưng lại kém hấp dẫn. Điều này đòi hỏi DN cần có một giải pháp mang tính đột phá, mới lạ hơn, từ đó kéo khách hàng và đối tác đến gần hơn với họ.

Nghiên cứu và tham khảo các DN lớn trên thế giới cho thấy nghệ thuật hóa Factory tour là giải pháp cho vấn đề này. So với một chuyến tham quan xưởng sản xuất thông thường chỉ có máy móc và quy trình, khách hàng có thể trải nghiệm nhiều hơn tùy theo thiết kế của một không gian tham quan với đầy chất nghệ thuật. Sự tinh tế của việc nghệ thuật hóa Factory tour nằm ở chỗ một không gian nghệ thuật xuất sắc thậm chí khiến người xem quên mất mình đang tham gia một chuyến tham quan DN.

b) Góp phần thay đổi nhận thức về thương hiệu và doanh nghiệp

Nhận thức về một thương hiệu, một DN là kết quả của quá trình hoạt động và phát triển. Tuy nhiên, đôi khi sau một quãng thời gian dài với định hướng cố hữu, DN mong muốn chuyển mình hay thử sức trong một lĩnh vực mới, hoặc có mong muốn khách hàng và đối tác hiểu rõ về DN mình. Khi đó, vấn đề là làm cách nào để truyền đạt đến khách hàng, đối tác và đại chúng những thông tin chính xác hơn về DN và làm cách nào để đại chúng tiếp nhận thông tin đó một cách tự nhiên nhất?

Thiết kế không gian Factory tour cho các DN tại Việt Nam giúp đưa những thông tin của mình tới khách hàng thông qua các trải nghiệm mang tính hình tượng hóa hơn, độc đáo và hấp dẫn hơn. Đối với các DN trong ngành công nghệ thông tin hay cơ khí, vật liệu, hoặc nhiều ngành khác, việc nghệ thuật hóa là một phương thức khiến khách hàng bất ngờ và ngỡ ngàng, theo đó để lại dấu ấn sâu sắc trong lòng họ. Mỗi DN sẽ lựa chọn một đặc thù khác nhau trở thành điểm nhấn của Factory tour, chung quy đều mong muốn nêu bật được thương hiệu nhất có thể.



DRB hỗ trợ học viện tài năng trẻ tham quan nhà máy DRB Group

c) Trở thành phương thức truyền thông cho doanh nghiệp

Một Factory tour hiệu quả không chỉ giúp khách hàng và đối tác hiểu rõ hơn về DN, mà còn có thể trở thành phương thức truyền thông. Khi chuyến tham quan thực sự thú vị và hấp dẫn, khách hàng/đối tác sẽ nảy sinh mong muốn chia sẻ về chuyến tham quan này với mọi người. Đồng nghĩa với việc, DN có thể tận dụng một kênh truyền thông tự nhiên, chân thực với chi phí thấp.

Thiết kế không gian Factory tour cho các DN tại Việt Nam không chỉ tăng khả năng tiếp cận với người tham quan mà còn thúc đẩy họ chia sẻ về DN thông qua mạng xã hội, internet,... Nghệ thuật là con đường ngắn nhất gắn kết con người với con người, đồng thời cũng là sợi dây liên kết và thấu hiểu một cách truyền cảm nhất để DN đưa thương hiệu của mình tới đại chúng. Nghệ thuật hóa Factory tour mang đến những lợi ích không nhỏ, nhất là trong thời đại mà cạnh tranh thương hiệu diễn ra khốc liệt. Mỗi DN luôn tìm cách đưa thương hiệu của mình đến với nhiều người nhất có thể, để lại ấn tượng sâu sắc nhất.

4. Giải pháp nghệ thuật hóa Factory tour

Một Factory tour thực tế tập trung phần nhiều vào trải nghiệm của người tham quan, qua đó khiến họ trở thành cầu nối giữa thương hiệu của DN và đại chúng. Vậy những yếu tố nào là cần thiết để có thể truyền đạt thương hiệu thông qua Factory tour? Đơn thuần nhất chính là thông qua thị giác, các dấu ấn thấy bằng mắt thường, tiếp theo, cao hơn là cảm nhận trực tiếp thông qua tiếp xúc với sản phẩm, chất liệu của thương hiệu, và cuối cùng chính là sự truyền bá của người trải nghiệm tới cộng đồng.

Để tạo ra được 3 yếu tố trên, DN có thể cân nhắc đến những giải pháp sau:

a) Địa điểm của Factory tour

Trong nhà máy: Địa điểm của Factory tour mà các DN lựa chọn thường là trong khu vực nhà máy sản xuất, đối

tác cũng như khách hàng sẽ có được cái nhìn sâu sắc và chi tiết nhất về sản phẩm, đồng thời giúp tiết kiệm không gian tới mức tối đa.

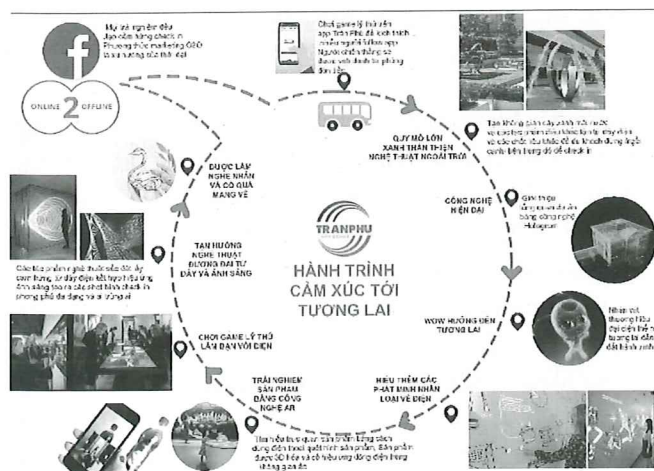
Khu văn phòng: Thay vì lựa chọn khu vực nhà máy với tiếng động cơ ồn ào, đôi khi có thể ảnh hưởng đến hoạt động của công nhân, hoặc đơn giản vì cần bảo mật công nghệ, DN có thể tạo dựng một không gian tham quan tại khu văn phòng.

Ngoài trời: Một Factory tour không chỉ bó hẹp trong một không gian đóng kín, giống như một bảo tàng nghệ thuật, đôi khi những tác phẩm được đặt bên ngoài, hòa hợp với thiên nhiên. Khi thiết kế một không gian cho Factory tour ngoài trời, đồng nghĩa với DN có thể tận dụng tối đa diện tích và ánh sáng.

b) Giải pháp thiết kế không gian cho một Factory tour

Chúng ta xem Factory tour như một hành trình trải nghiệm và bất kì hành trình nào cũng cần có mở đầu, nội dung và kết thúc. Đòi hỏi kiến trúc sư phải bố trí không gian của chuyến tham quan một cách khéo léo và tinh tế, để dẫn dắt người xem mượt mà và liền mạch. Mở đầu của một Factory tour đem đến cho người xem thông tin tổng quan nhất về DN: Lĩnh vực kinh doanh, lịch sử hình thành. Thông tin này có thể gói gọn trong một mảng tường lịch sử, hay một khu vực trình chiếu sử dụng màn hình công nghệ cao. Có thể bố trí các không gian theo hướng từ trái sang phải, bởi đây là cách thị giác của chúng ta chuyển động khi tiếp nhận thông tin, như vậy sau khi tiếp nhận hết thông tin của một khu vực, một sự vật, vô tình người xem sẽ bị thu hút bởi khu vực, sự vật tiếp theo.

Trải nghiệm của khách tham quan ngoài thị giác, còn bao gồm tiếp xúc trực tiếp. Do đó, nên bố trí một khu vực trải nghiệm trực tiếp cho người xem tại khu vực cuối của chuyến tham quan, từ đó khiến trải nghiệm của họ trở nên trọn vẹn hơn, cũng như dấu ấn về DN cũng sâu sắc hơn.



Sơ đồ thiết kế không gian tham quan của một Factory tour

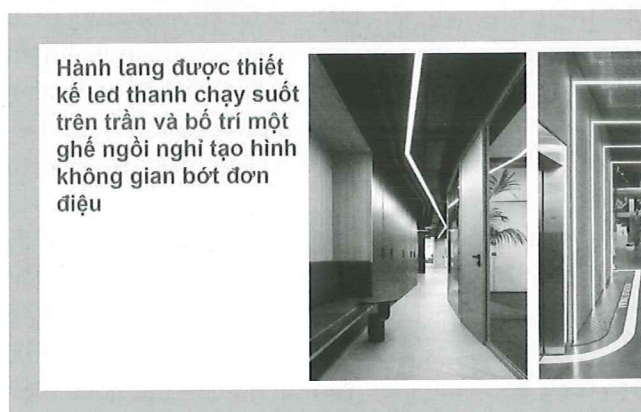
c) Nội dung tham quan

Một số lưu ý khi kiến tạo nên một không gian Factory tour mang tính nghệ thuật:

Hạng mục trưng bày: Đối với một chuyến tham quan, nhất là chuyến tham quan tựa như trải nghiệm nghệ thuật đòi hỏi phải có những “tác phẩm” mang đến cảm giác gần gũi với người xem, đồng thời thể hiện chất thương hiệu của DN.

Nội dung trải nghiệm: DN chọn ra một khu vực dành cho người tham gia có thể tự tay tạo nên một tác phẩm và họ sẽ nhớ mãi trải nghiệm này.

1 ĐÓN TIẾP GIỚI THIỆU LÀM DOORGIFT



Không gian trải nghiệm Factory tour

Màu sắc: Đối với một triển lãm nghệ thuật, dễ thấy màu sắc được lựa chọn thường là các tone trung tính, trầm ấm tạo cảm giác tinh tế, đồng thời các màu sắc này giúp tăng độ tập trung và làm nổi bật tác phẩm hơn.

Ánh sáng: Đối với DN lựa chọn đặt địa điểm tham quan trong nhà, để tạo nên một không gian mang chất nghệ thuật, lựa chọn ánh sáng nhân tạo tone ấm là một lựa chọn được ưu tiên. Để làm nổi bật tác phẩm nghệ thuật, nên lựa chọn ánh sáng tập trung, bên cạnh đó sử dụng ánh sáng tán xạ để tạo độ sáng chung cho không gian. Ngược lại, khi lựa chọn không gian ngoài trời, DN không cần quá bận tâm về ánh sáng, mà trọng tâm là sử dụng vật liệu hiệu quả.

Vật liệu: Để tạo ấn tượng sâu sắc với người xem, mà thông thường là khách hàng hay đối tác, vật liệu tạo dựng nên các tác phẩm nghệ thuật ở đây được lựa chọn là vật liệu chính trong sản phẩm của DN. Đối với không gian ngoài trời, cần lưu ý việc sử dụng các vật liệu bền vững như đá, hoặc kim loại ít bị oxy hóa nhằm tiết kiệm chi phí bảo trì.

5. Case Study

Để đem đến một cái nhìn trực quan, rõ nét hơn về giải pháp nghệ thuật hóa Factory tour, tác giả đưa đến người đọc dự án thiết kế không gian Factory tour tại Trần Phú Cable - một trong những DN về cơ điện hàng đầu tại Việt Nam.

a) Thiết kế tour trải nghiệm ngoài trời

Khi tới Factory tour, đầu tiên khách tham quan được trải nghiệm các tác phẩm nghệ thuật ngoài trời đặt trong khuôn viên của DN. Các tác phẩm nghệ thuật được xếp đặt khéo léo nhằm tạo nên sự khác biệt thu hút du khách chụp ảnh, check in tại đây, từ đó trở thành một phương thức quảng bá hình ảnh của DN tới bên ngoài.

b) Thiết kế không gian Factory tour trong nhà

Điểm khác biệt so với các Factory tour phổ biến trước đây chính là địa điểm của chuyến tham quan không nằm trong nhà máy sản xuất, mà tại khu văn phòng, sử dụng một không gian lớn nhằm tạo nên trải nghiệm tốt nhất cho người xem. Kiến trúc sư đã thiết kế không gian triển lãm theo chiều từ trái qua phải, sử dụng các bức tường cong mượt mà tạo nên sự liên mạch trong suốt chuyến tham quan.

Bước vào sảnh tầng 1, khách tham quan có thể thấy rõ nét nhất mảng tường lịch sử từ ngày đầu thành lập Trần Phú Cable nằm bên trái lối vào. Kiến trúc sư đã khéo léo xếp đặt từng chi tiết nhỏ nhất, trải dài từ trái qua phải theo từng dấu mốc thời gian, từ đó dẫn dắt người đọc bắt đầu cuộc hành trình mở ra nét đặc trưng của thương hiệu Trần Phú.

Điểm đặc biệt của hành trình kể nên câu chuyện thương hiệu ở đây chính là bức tường lịch sử ngành điện. Không chỉ nói đến lịch sử hình thành của DN, ICADVietnam cùng đối tác cũng mong muốn người xem hiểu rõ ràng, sâu sắc hơn về một thứ mà chúng ta vẫn sử dụng mỗi ngày, một

tiện ích không thể thiếu nhưng dường như lịch sử của nó đang dần bị lãng quên.

Kết thúc chuyến trải nghiệm tại art gallery của Trần Phú Cable, khách tham quan còn có thể tự tay tạo nên một tác phẩm nghệ thuật tại khu trải nghiệm, kiến trúc sư mong muốn khách tham quan có thể hiểu rõ hơn, gần gũi hơn với chất liệu, từ đó đưa dấu ấn thương hiệu Trần Phú Cable sâu sắc đến từng người xem.

c) Sử dụng đồng - chất liệu của thương hiệu

Cơ điện vốn dĩ là một lĩnh vực kỹ thuật khô khan nhưng kiến trúc sư đã sáng tạo nên một không gian đầy tính nghệ thuật, mang đến một cái nhìn hoàn toàn mới. Khởi nguồn ý tưởng cho không gian nghệ thuật ở đây chính là chất liệu đồng - chất liệu chính trong mỗi sản phẩm dây cáp điện Trần Phú.

Những tác phẩm nghệ thuật lấy nguồn cảm hứng từ thiên nhiên, con người, được khắc họa một cách rõ nét, để trong không gian một cách tài tình. Điều đặc biệt của chúng chính là tổng hòa của nhiều nghệ thuật khác nhau như xếp giấy Origami của Nhật Bản, hay những dây đồng dài uốn lượn bất định, tạo thành một tác phẩm mang linh hồn đặc sắc.

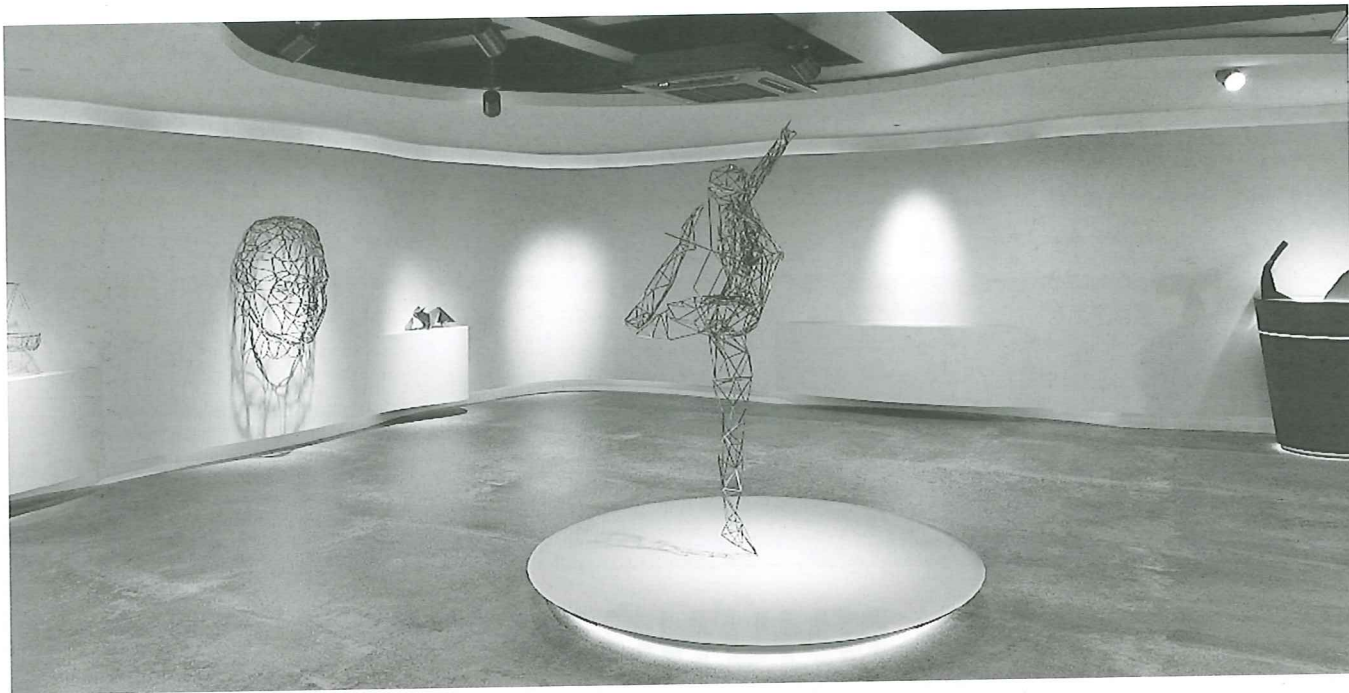


*Các tác phẩm nghệ thuật từ đồng tại Factory tour
Trần Phú Cable - Thiết kế bởi ICADVietnam*

Điểm đặc biệt của đồng, ngoài là chất liệu của thương hiệu, còn nằm ở tính chất mềm dẻo, màu sắc sáng bóng, dễ dàng tạo hình nên một tác phẩm nghệ thuật. Đồng còn mang tính chất ít bị oxy hóa, điều này giúp DN tiết kiệm các chi phí bảo trì, chẳng phải tự nhiên mà rất nhiều tác phẩm nghệ thuật thời xa xưa lựa chọn đồng là chất liệu chính.

d) Thiết kế không gian thể hiện tầm nhìn của thương hiệu - chất công nghệ của tương lai

Kiến trúc sư đã nhận thấy rõ nét định hướng phát triển của đối tác, đó là vượt ra khỏi một thương hiệu sản xuất dây cáp điện thông thường, trở thành DN cung cấp thiết bị cho các sản phẩm công nghệ hiện đại.



Sử dụng ánh sáng tập trung cho tác phẩm nghệ thuật - Thiết kế bởi ICADVietnam

Concept thiết kế cho dự án này chính là nghệ thuật và chất công nghệ tương lai, thế nhưng làm cách nào để tổng hòa hai nét đặc sắc này trong cùng một không gian là điều không đơn giản. Mỗi kiến trúc sư là một nhà nghệ thuật và sự xếp đặt tài tình của không gian nơi này đã thể hiện một cách hoàn hảo hai yếu tố trên.

Trong khi tại vị trí trưng bày các tác phẩm sử dụng ánh sáng tone ấm tạo nên tính nghệ thuật, thì điểm nhấn ở đây còn là bức trưng bày nổi với đèn led trắng âm phía dưới, tạo nên ấn tượng về sự chìm nổi đầy tính công nghệ. Các mặt tường tone lạnh kết hợp với từng dải ánh sáng trắng cũng tạo nên một không gian hiện đại và sang trọng.

Kiến trúc sư đã loại bỏ hoàn toàn ánh sáng tự nhiên trong không gian, sử dụng ánh sáng nhân tạo với mức độ nhiệt khác nhau cho từng mục đích sử dụng, tạo nên sự chuyển đổi hài hòa và tinh tế. Sự kết hợp của ánh sáng

cùng các tone màu trung tính, nhẹ nhàng đã làm nổi bật lên từng tác phẩm nghệ thuật trong sảnh tầng 2.

Lại một lần nữa, bức tường lịch sử ngành điện trở thành điểm nhấn, bởi công nghệ đặc biệt được kiến trúc sư sử dụng ở đây chính là "điểm chạm", mỗi khi người xem chạm tay vào hình ảnh nổi trên bề mặt, ánh sáng sẽ theo đó chuyển động tạo nên điểm nhấn đầy thu hút.

6. Kết luận

Giải pháp thiết kế không gian Factory tour cho các DN tại Việt Nam có ý nghĩa vô cùng quan trọng trong việc phát triển thương hiệu DN. Sau đây là một số đề xuất giải pháp thiết kế không gian Factory tour cho các DN tại Việt Nam:

Một là, các DN đều có thể áp dụng giải pháp trên để phát triển sự nhận diện và thay đổi nhận thức về thương hiệu.

Hai là, DN có thể lựa chọn giải pháp trên tùy theo diện tích mặt bằng để tối ưu mục đích sử dụng của từng khu vực nhưng vẫn đảm bảo truyền tải đủ nội dung tour.

Ba là, đối với các công ty và DN áp dụng giải pháp trên giúp nâng cao văn hóa, đời sống, chất lượng và năng suất cho công nhân viên của mình.

Bốn là, đối với các kiến trúc sư và đơn vị thiết kế cần nắm vững các xu hướng nghệ thuật và công nghệ hiện đại mới nhất để áp dụng vào giải pháp nghệ thuật hóa Factory tour.

Tài liệu tham khảo:

- Bài tổng hợp một số Factory tour nổi bật trên thế giới: 11 tour du lịch nhà máy kỹ thuật số tốt nhất ở Hoa Kỳ | Sonetics (soneticscorp.com)
- Hình ảnh thiết kế công trình Factory tour tại Trần Phú Cable do ICADVietnam thiết kế.



Bức tường chạm với công nghệ hiện đại và ánh sáng tán xạ âm tường - Thiết kế bởi ICADVietnam