

TẠP CHÍ **DOANH NGHIỆP** **& Tiếp thị**

SỐ: 01 (112), 25.03.2023

CƠ QUAN CỦA TW HỘI MARKETING VIỆT NAM

Thương mại điện tử và sự phát triển của kinh tế số



**Marketing trong thương mại
điện tử: “Chìa khóa vàng”
giúp doanh nghiệp thành công**

**Định hướng chiến lược kinh doanh
trên nền tảng số**

**Marketing đột phá với tư duy
quản trị doanh nghiệp**

**Phát huy các giá trị
và nguồn lực văn hóa
xây dựng Thủ đô**

“Văn hiến - Văn minh - Hiện đại”

BAN QUẢN LÝ DỰ ÁN ĐẦU TƯ XÂY DỰNG PHÙ YÊN - SƠN LA

Địa chỉ: Khối 5, TT Phù Yên, Phù Yên, Sơn La

Giám đốc: Đinh Đức Thắng



TẠP CHÍ
DOANH NGHIỆP
& **Tiếp thị**
CƠ QUAN CỦA TW HỘI MARKETING VIỆT NAM

Số ra ngày 25/3/2023

Giá: 19.000Đ

Giấy phép hoạt động báo chí số 72 /GP-BTTTT do Bộ Thông tin và Truyền thông cấp ngày 26/2/2020.

Tổng Biên tập: PGS. TS. Hoàng Xuân Lâm; Phó Tổng Biên tập: Phùng Xuân Lâm

Thư ký tòa soạn: Nguyễn Bảo Toàn; Trình bày: Nhữ Đức Hiếu

• **Tòa soạn:** Tầng 3, Tòa nhà số 101-103 Đội Cấn, phường Đội Cấn, quận Ba Đình, Hà Nội.

• Điện thoại: 024. 6682 5543 • Email: info@doanhnghieptiepthi.vn • In tại Công ty TNHH MTV in Ba Đình - Bộ Công an.

• **Văn phòng đại diện TP.HCM:** Số nhà 16C, đường số 8, P. Bình Hưng Hòa A, Quận Bình Tân, TP. HCM

• Điện thoại: 0903 674 795 • www.doanhnghieptiepthi.vn

• **Văn phòng Đại diện tỉnh Hậu Giang.** Địa chỉ: Khu Hành chính cũ, số 02 Lê Hồng Phong, Khu vực 3, phường V, TP. Vị Xuân, tỉnh Hậu Giang

• **Văn phòng Đại diện tỉnh Thanh Hóa.** Địa chỉ: Đường Đông Hương 2, thành phố Thanh Hóa, tỉnh Thanh Hóa

• **Văn phòng Đại diện tỉnh Thái Nguyên.** Số nhà 07, tổ 11, ngõ 46, ngách 18, đường Việt Bắc, phường Đồng Quang, thành phố Thái Nguyên, tỉnh Thái Nguyên; • **Văn phòng Đại diện tỉnh Vĩnh Phúc.** Số 1 Đường Lê Lợi, Phường Tích Sơn, TP. Vĩnh Yên, tỉnh Vĩnh Phúc; • **Văn phòng Đại diện tỉnh Phú Thọ.** Số 171 Đường Trần Phú, Phường Dữu Lâu, TP. Việt Trì, tỉnh Phú Thọ; • **Văn phòng Đại diện tỉnh Bắc Giang.** Số 50, đường A Lữ, phường Trần Phú, thành phố Bắc Giang, tỉnh Bắc Giang; • **Văn phòng Đại diện tỉnh Nghệ An.** Tầng 10, Tòa nhà Dầu khí Nghệ An, Số 07 đường Quang Trung, thành phố Vinh, tỉnh Nghệ An; • **Văn phòng Đại diện tỉnh Quảng Ninh.** Số 01 Phố Tân Lập, P. Hà Lâm, TP. Hạ Long, tỉnh Quảng Ninh; • **Văn phòng Đại diện tỉnh Lào Cai.** Số 69 Phố Nguyễn Trung Trực, P. Cốc Lều, TP. Lào Cai, tỉnh Lào Cai; • **Văn phòng Đại diện tỉnh Thái Bình.** Số 615 phố Lý Bôn, Phường Trần Lãm, TP. Thái Bình, tỉnh Thái Bình.

Marketing trong thương mại điện tử: “Chìa khóa vàng” GIÚP DOANH NGHIỆP THÀNH CÔNG

Thương mại điện tử và marketing số đang là xu thế phát triển tất yếu hiện nay của các doanh nghiệp tại Việt Nam. Để có thể phát triển, đạt được doanh thu và doanh số vượt bậc trong ngành, các doanh nghiệp không chỉ cần tập trung vào chất lượng sản phẩm - dịch vụ mà còn phải chú trọng vào marketing thương mại điện tử.



Marketing thương mại điện tử là việc doanh nghiệp sử dụng đa dạng các kênh như Website, Digital, Social Media, SEO,... để thu hút khách hàng trực tuyến với mục tiêu cuối cùng là tăng mức độ nhận thức về thương hiệu, sản phẩm - dịch vụ cũng như nâng cao doanh số và doanh thu cho doanh nghiệp.

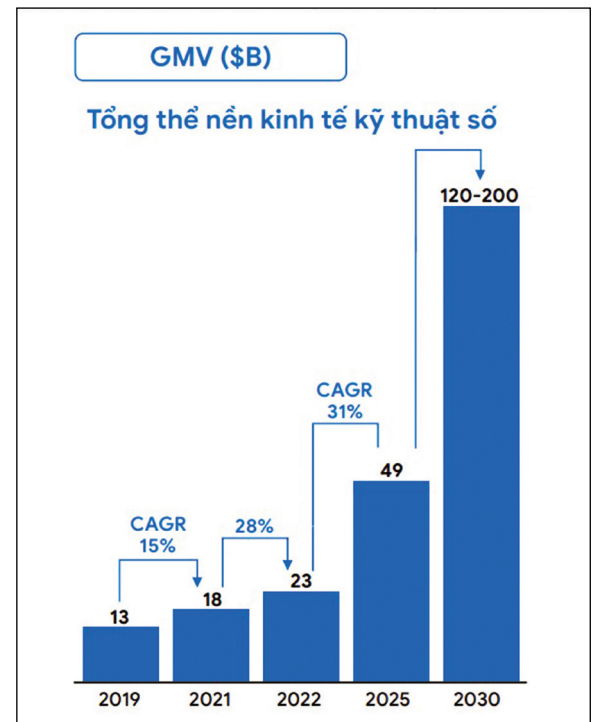
Marketing thương mại điện tử - Xu hướng tất yếu của hoạt động kinh doanh trong thời đại số
Ngày nay, hầu hết các doanh nghiệp đều tiếp cận và sử dụng các hình thức marketing trong kinh doanh thương mại điện tử. Theo báo cáo Nền kinh tế số Đông Nam Á lần thứ 7 được công bố bởi Google, Temasek và Bain & Company vào tháng 10/2022, Việt Nam có tốc độ tăng trưởng nền kinh tế số nhanh nhất so với các nước khác trong khu vực Đông Nam Á với dự kiến tăng khoảng 28% về tổng giá trị hàng hóa (tăng từ khoảng 18 tỷ USD lên đến khoảng 23 tỷ USD). Trong đó, kinh doanh thương mại điện tử có mức đóng góp cực kỳ mạnh mẽ và tăng trưởng với mức độ nhanh nhất trong khu vực so với cùng kỳ năm 2021 (tăng đến khoảng 26%).

Không chỉ vậy, tiếp thị trực tuyến có tốc độ tăng trưởng mạnh mẽ hơn khi thương mại điện tử và các nền tảng trực tuyến trở thành xu hướng. Số liệu từ Hiệp hội Thương mại điện tử Việt Nam cho thấy, tiếp thị số ở Việt Nam có tốc độ tăng trưởng 25-30% mỗi năm.

Trao đổi với báo chí, ông Đỗ Hữu Hưng, Chi hội Tiếp thị và Công nghệ số, Hiệp hội Thương mại điện tử Việt Nam cho biết: “Năm 2022, tổng chi tiêu cho digital marketing tại Việt Nam vào khoảng 2,5 tỷ USD và có tốc độ tăng trưởng 19%. Tức chúng ta dành khoảng 50.000 - 60.000 tỷ đồng mỗi năm cho tiếp thị trực tuyến”.

Với mỗi doanh nghiệp, trong lĩnh vực kinh doanh luôn không thể thiếu hoạt động marketing nhằm tăng độ tiếp cận của sản phẩm và doanh nghiệp tới khách hàng. Marketing thương mại điện tử càng đóng vai trò quyết định tới độ thành công của hình thức kinh doanh trực tuyến này trong thời đại kinh tế 4.0 hiện nay.

Thương mại điện tử khác biệt và ưu việt hơn nhiều so với thương mại truyền thống, marketing thương mại điện tử cũng vậy. Hoạt động marketing hiệu quả phải dựa trên thói quen sống chủ yếu của con người để lên kế hoạch thực hiện.



Tăng trưởng kinh tế số Việt Nam qua các năm và dự báo. (Nguồn báo cáo của Google, Temasek và Bain & Company)

Ngày nay, con người chủ yếu sống, làm việc và mua hàng dựa trên nền tảng internet và phương tiện điện tử. Bởi vậy, việc marketing thương mại điện tử đóng vai trò quan trọng tất yếu giúp doanh nghiệp kinh doanh thông minh và hiệu quả hơn.

Rút ngắn khoảng cách tương tác với khách hàng

Hơn hai năm qua, với sự bùng nổ của đại dịch COVID-19 đã cho thấy tầm quan trọng của marketing trong thương mại điện tử. Mặc dù nó chỉ chiếm một phần nhỏ trong một chiến dịch marketing tổng thể của doanh nghiệp nhưng lại mang một vai trò vô cùng to lớn trong việc tạo ra doanh thu và thu hút khách hàng cho những cửa hàng trực tuyến. Bản chất không thể đoán trước của đại dịch đã buộc các thương hiệu phải nghĩ về cách họ kết nối với khách hàng.

Chính COVID-19 đã khiến thói quen mua sắm và tìm kiếm thông tin của người tiêu dùng có sự thay đổi lớn. Một số lượng lớn người tiêu dùng chuyển qua mua sắm online trên các sàn thương mại điện tử hoặc mạng xã hội, website. Theo các nhà bán lẻ tại 2 thành phố lớn Hà Nội và TP. HCM, mặc dù không thể khẳng định dịch COVID-19 khiến người dùng chuyển đổi toàn diện từ kênh mua hàng truyền thống sang kênh mua hàng hiện đại, tuy vậy, ở một số danh mục sản phẩm cụ thể đã có sự chuyển dịch rõ nét từ thương mại truyền



Tiếp theo trang >>>>> 1

thống sang thương mại điện tử. Đặc biệt, chỉ thị giãn cách xã hội tại nhiều địa phương đã thúc đẩy người tiêu dùng sử dụng dịch vụ giao thực phẩm, giao hàng tại nhà.

Khi người tiêu dùng dành nhiều thời gian ở nhà, hoạt động giao dịch được thực hiện trực tuyến thay vì thông qua kênh thương mại

truyền thống như trước đây. Nhiều nhân hàng đã nghĩ đến việc đa dạng hoá các hình thức marketing trong thương mại điện tử. Hướng đến việc thúc đẩy mức độ sẵn sàng mua sắm trực tuyến trên các kênh thương mại điện tử của người tiêu dùng.

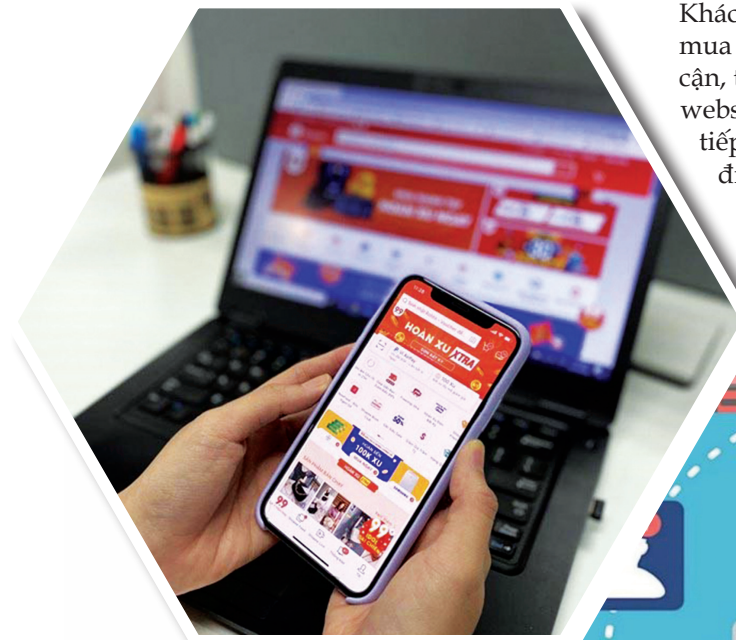
Theo khảo sát của một số sàn thương mại điện tử tại Việt Nam, xu hướng mua hàng online của người tiêu dùng đã tăng mạnh. Thực tế trong thời gian đại dịch, thị trường quảng cáo, tiếp thị trên các sàn thương mại điện tử vẫn sôi động và duy trì kết nối tốt với người tiêu dùng, đối tác.

Khác với lĩnh vực kinh doanh thông thường, khách mua hàng qua kênh thương mại điện tử có thể tiếp cận, tìm hiểu về sản phẩm, dịch vụ thông qua các website thay vì đến cửa hàng để mua hàng trực tiếp. Việc áp dụng marketing trong thương mại điện tử sẽ giúp doanh nghiệp tiếp cận khách hàng một cách nhanh chóng, chủ động. Việc này làm doanh nghiệp từng bước cung cấp thông tin và kiến thức hữu ích tới khách

hàng, giúp tăng dần tỉ lệ chuyển đổi và thúc đẩy doanh số bán hàng cho doanh nghiệp.

Marketing trong thương mại điện tử có thể bắt đầu với chi phí thấp. Chỉ với việc lập nên một website, doanh nghiệp có thể đưa sản phẩm, dịch vụ của mình đến với người tiêu dùng mà không cần tốn bất cứ chi phí nào khác. Nhờ đó, doanh nghiệp có thể có khả năng tập trung cao vào một đối tượng khách hàng mục tiêu nhất định với phạm vi quảng cáo rộng hơn, không phải lo ngại về khoảng cách và khu vực vì internet là một mạng toàn cầu.

Với việc sử dụng các hình thức marketing trong thương mại điện tử, doanh nghiệp có thể xây dựng hình ảnh thương hiệu, quảng bá, giới thiệu về dịch vụ sản phẩm của mình cũng như chăm sóc khách hàng một cách tự động. Và một lợi ích quan trọng nhất của marketing trong thương mại điện tử là chúng làm tăng tỷ lệ chuyển đổi của doanh nghiệp theo những cách mà không phương tiện nào khác có thể.



kết quả tìm kiếm. Vậy nên, việc tối ưu website là cách tốt để giúp gia tăng lượng truy cập tự nhiên cho Website bán hàng.

Khi đã hoàn thiện phần nội dung mô tả sản phẩm ở website, bước tiếp theo cần thực hiện là tối ưu hóa công cụ tìm kiếm (Search Engine Optimization). Việc này giúp website có vị trí cao hơn trên công cụ tìm kiếm. Nội dung bạn chia sẻ dễ dàng tiếp cận được khách hàng, thúc đẩy họ phát sinh hành động truy cập website.

Thứ tư, tận dụng xu hướng Video Marketing

Triển khai các hoạt động marketing thương mại điện tử không thể bỏ qua các xu hướng Video Marketing nổi bật.

Video Marketing được hiểu là quảng bá sản phẩm bằng loại hình video. Sản phẩm đó có thể là thương hiệu, dịch vụ, thậm chí là chính bạn. Mục đích của chiến lược này là tiếp cận và giới thiệu sản phẩm đến khách hàng.

Nếu nội dung video được xây dựng chín chu và thu hút, sẽ giúp doanh nghiệp gia tăng doanh thu và mức độ nhận diện thương hiệu. Ngoài ra còn có thể tiếp cận và chinh phục được một lượng lớn khách hàng tiềm năng.

Thứ năm, tối ưu trải nghiệm trên thiết bị di động

Theo thống kê có đến 25% người dùng tải ứng dụng xuống nhưng chỉ mở một lần, đa phần người dùng sẽ không ngần ngại xóa đi một ứng dụng khi cảm thấy không hữu ích. Vì lẽ đó, doanh nghiệp cần chú trọng việc tối ưu hóa trải nghiệm người dùng trên thiết bị di động. Đây là một trong những chìa khóa góp phần giúp doanh nghiệp phát triển. Việc này giúp định hình nên một doanh nghiệp chú trọng vào người dùng, với mong muốn mang lại cho họ trải nghiệm nhanh chóng mượt mà.

Có thể khẳng định, trong lĩnh vực thương mại điện tử, Marketing được xem là bộ mặt và cũng là "chìa khóa" quyết định thành công của mô hình kinh doanh trực tuyến. Nếu doanh nghiệp nào biết tận dụng tối đa những lợi thế mà các hình thức marketing mang lại sẽ trụ vững hơn, thành công hơn trong cuộc chiến kinh doanh khốc liệt "cá lớn nuốt cá bé".

có thể bị tác động bởi nhiều yếu tố. Tốc độ tải trang là yếu tố phần lớn người dùng gặp phải. Để cải thiện vấn đề này, doanh nghiệp cần sử dụng các cách như tối ưu hóa hình ảnh, sử dụng hạn chế hình ảnh động,... Tối ưu tốc độ tải trang sẽ làm giảm tỷ lệ thoát trang, bên cạnh đó thu hút thêm người dùng từ website khác trên cùng trình duyệt.

Thứ hai, cá nhân hóa các thông điệp quảng cáo

Một phương pháp khác của marketing thương mại điện tử đó chính là cá nhân hóa. Mục tiêu của phương pháp này là tiếp cận gần gũi hơn với người tiêu dùng, đáp ứng cả nhu cầu của bạn và của họ.

Một ví dụ cho phương pháp này: Nếu khách hàng đã có danh sách yêu thích đó là các loại quần áo mùa hè, hãy gợi ý cho họ bộ sưu tập đồ tắm mới bạn vừa ra mắt.

Ngoài ra, doanh nghiệp còn có thể căn cứ vào hành vi mua sắm trong quá khứ của người dùng, để đưa ra gợi ý kích thích nhu cầu mua của họ. Bên cạnh đó, sử dụng thêm thông tin về vị trí hay độ tuổi của khách hàng để cá nhân hóa dịch vụ của doanh nghiệp.

Thứ ba, tận dụng SEO giúp tăng truy cập tự nhiên

Ngoài lượng người mua sắm tìm đến website thông qua các trang mạng xã hội và quảng cáo, còn có một phần nhỏ khách hàng tìm đến bạn qua

Có rất nhiều cách thức marketing trong thương mại điện tử, để đạt được hiệu quả nhìn thấy được, tối ưu nguồn lực và chi phí thì mỗi doanh nghiệp phải xây dựng được một chiến lược marketing thương mại điện tử riêng phù hợp với tính chất đặc thù của lĩnh vực, ngành nghề, sản phẩm kinh doanh của doanh nghiệp. Nói một cách dễ hiểu, doanh nghiệp cần nổi bật giữa các đối thủ để thu hút sự chú ý từ khách hàng, tạo ra phân khúc người mua và khách hàng, kết nối với khách hàng bằng các thiết bị...

Đầu tiên, doanh nghiệp cần thiết kế website tối ưu trải nghiệm người dùng

Người mua hàng sẽ rời khỏi nếu trải nghiệm website khó hiểu. Theo Statista thống kê, có đến 25% người dùng rời vào trường hợp này. Trải nghiệm của người dùng khi truy cập vào website

Những chiến dịch marketing ấn tượng của các nhãn hàng trên thế giới



Dove: Chiến dịch "The Real Beauty"

Chiến dịch "The Real Beauty" - Về đẹp đích thực tôn vinh những cơ thể thật, sử dụng hình ảnh những người phụ nữ ngoài đời thật với những hình dáng cơ thể bình thường. Chiến dịch này của Dove đã tạo nên một cuộc cách mạng.

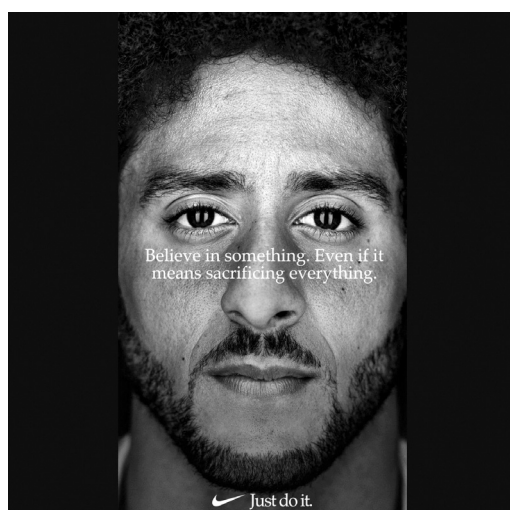
"Về đẹp đích thực" tôn vinh hình dáng cơ thể bình thường của phụ nữ, khuyến khích họ nên yêu quý và tôn trọng cơ thể mình, không cần so sánh bản thân với những diễn viên và người mẫu trên sóng truyền hình hay tạp chí. Chiến dịch này của Dove còn thành công hơn nữa khi họ sử dụng "người mẫu" là những người phụ nữ bình thường. Chiến dịch Real Beauty nhận được rất nhiều giải thưởng, giúp doanh số của Dove tăng từ 2,5 tỷ USD lên đến 4 tỷ USD. Dĩ nhiên, Dove cũng có thêm rất nhiều khách hàng mới từ hiệu ứng của chiến dịch này.

McDonald's: Khai thác thành công văn hóa Stan

"Stan" là từ diễn tả những người hâm mộ cuồng nhiệt và luôn ủng hộ cho thần tượng của mình. Sau hơn 20 năm xuất hiện, những cộng đồng Stan phát triển vô cùng mạnh mẽ và tạo nên văn hóa gắn



liên với những hoạt động đời sống. Nắm bắt được xu hướng này, McDonald's đã hợp tác cùng nhóm nhạc BTS trong chiến dịch giới thiệu menu giới hạn đến người dùng toàn cầu. Trong chiến dịch lần này, McDonald's gần như không phải thêm một nguyên liệu hay thực đơn mới nào. Nhưng với danh tiếng của BTS, những phần ăn truyền thống đã trở thành thực đơn được săn đón nhất của đông đảo người hâm mộ trên toàn thế giới.



Nike: Bán một câu chuyện

Nike là một trong những thương hiệu thể thao lớn nhất trên thế giới. Những sản phẩm của Nike tung ra luôn nhận được sự săn đón của đông đảo người tiêu dùng bởi Nike không chỉ bán đồ thể thao, mà còn bán một câu chuyện.

Chiến lược marketing Nike sử dụng là kết hợp kỹ thuật storytelling (kể chuyện) với một khẩu hiệu đồng nhất "Just do it". Mỗi sản phẩm không chỉ đi kèm với những dòng mô tả về kiểu dáng, chất liệu, tính năng mà còn gắn liền với một câu chuyện cụ thể

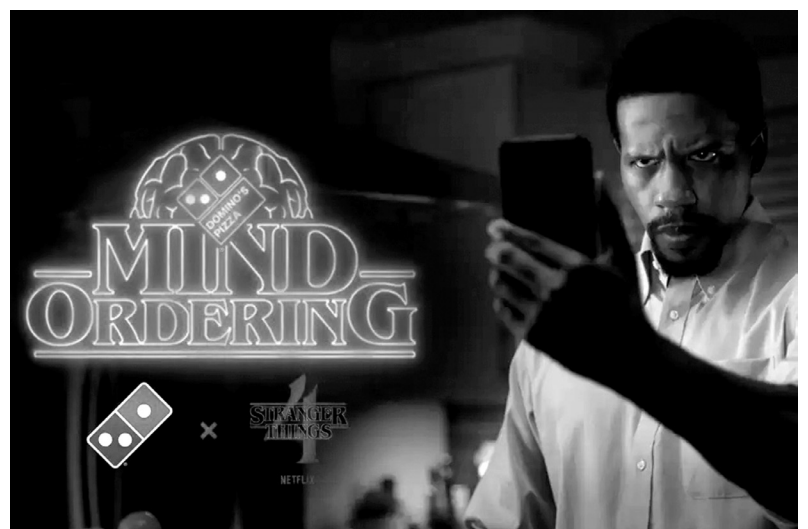
về sự kiên cường, nỗ lực vượt qua hoàn cảnh khó khăn để chạm tới đỉnh cao của sự thành công.

Bất kỳ một doanh nghiệp nào, dù lớn hay nhỏ đều cần có chiến dịch marketing để quảng bá sản phẩm, dịch vụ của mình đến với khách hàng. Một chiến dịch marketing đúng hướng sẽ là cầu nối hiệu quả giúp hình ảnh của thương hiệu đến gần hơn với khách hàng.



Apple: Marketing "truyền miệng"

Chiến lược marketing mà Apple sử dụng là tạo ra những tin đồn. Thay vì đổ tiền quảng bá sản phẩm rầm rộ, Apple lại áp dụng chiến lược tiếp thị truyền miệng để người tiêu dùng tò mò về sản phẩm họ sắp ra mắt. Chiến lược marketing này của Apple đã rất thành công khi đánh vào tâm lý FOMO (Fear of missing out - Nỗi sợ bị bỏ lại) của khách hàng. Ngoài ra, Apple không chỉ giới thiệu về những tính năng của sản phẩm mà tạo ra những viễn cảnh sản phẩm của họ có tầm nhìn xa và thay đổi cuộc sống của người dùng.



Domino: Chiến dịch đồng thương hiệu

Với sự trở lại của Stranger Things phần thứ 4, Domino đã hợp tác cùng Netflix để ra mắt chiến dịch đồng thương hiệu hướng đến mục tiêu kép: Quảng bá Stranger Things 4 và gia tăng trải nghiệm cho khách hàng của Domino. Cụ thể, thương hiệu đã phát hành một ứng dụng đặt hàng mang tên "Mind Ordering".

Thông qua tính năng nhận dạng khuôn mặt và theo dõi ánh mắt, người dùng có thể đặt pizza chỉ bằng việc chuyển động đầu mà không cần chạm tay. Việc làm này gợi liên tưởng đến siêu năng lực của Eleven - một nhân vật có sức mạnh điều khiển tâm trí trong phần phim mới.

Suy thoái kinh tế toàn cầu đã tấn công thị trường thương mại điện tử ở các nền kinh tế lớn nhất thế giới. Ngược lại, Việt Nam dường như có vị thế tốt và được kỳ vọng sẽ phát triển trong giai đoạn này.



Điều gì đang xảy ra với thị trường thương mại điện tử toàn cầu?

Một loạt các yếu tố đã góp phần làm thu hẹp thị trường thương mại điện tử. Có hai diễn biến đóng vai trò then chốt trong sự co lại của thị trường: lạm phát và đại dịch.

Lạm phát cao đang làm giảm sức mua

Lạm phát cao khiến người tiêu dùng tiết kiệm hơn. Khi sức mua giảm đi, người tiêu dùng đang chọn mua ít hơn và tiết kiệm nhiều hơn.

Giá nhiên liệu tăng cũng dẫn đến chi phí vận chuyển cao hơn, ảnh hưởng đến việc tiết kiệm chi phí do không có cửa hàng truyền thống.

Thói quen mua sắm đã thay đổi

Trong thời kỳ đại dịch, đặt hàng trực tuyến là một điều cần thiết. Với việc phong tỏa và nguy cơ lây nhiễm virus corona ngày càng lớn, người tiêu dùng trong nhiều trường hợp buộc phải mua sắm trực tuyến.

Điều đó có nghĩa, khi giãn cách xã hội biến mất, thói quen mua sắm cũ quay trở lại song song với tiêu dùng trực tuyến. Quá trình chuyển đổi sang "thế giới thực" hậu đại dịch này có thể sẽ tiếp tục với rất nhiều lợi ích khi mua sắm ngoại tuyến kết hợp, đặc biệt trong số đó là sự tương tác giữa con người với nhau.

Di động sẽ là động lực tăng doanh thu lớn cho TMĐT 2023

Ngày nay, người tiêu dùng dành một lượng thời gian trực tuyến kỷ lục và phần lớn thời gian đó được dành cho việc mua sắm. Nhưng trực tuyến không có nghĩa là "trên mây tính". Giờ đây, người tiêu dùng luôn luôn có điện thoại di động trong tầm tay và sử dụng chúng để điều hướng nhiều hơn là nhắn tin và gọi điện là chuyện bình thường. Theo Statista, thiết bị di động chiếm 71% lưu lượng bán lẻ và tạo ra 61% đơn đặt hàng mua sắm trực tuyến. Đến năm 2024, doanh số TMĐT bán lẻ toàn cầu dự kiến đạt gần 4,5 nghìn tỷ USD và chiếm 69,9% tổng doanh số bán lẻ TMĐT.

Thực trạng ngành thương mại điện tử hiện nay

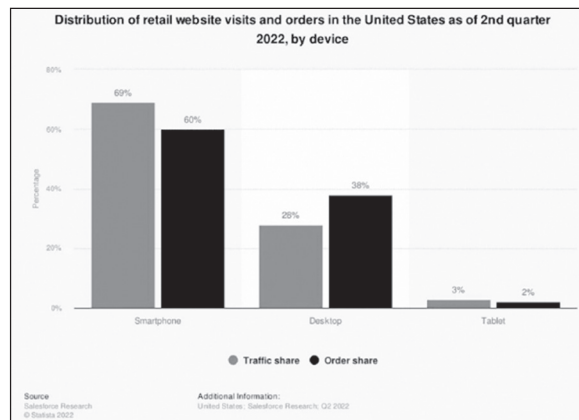
Theo Báo cáo thương mại điện tử năm 2022 của Statista, lĩnh vực thương mại điện tử toàn cầu được định giá hơn 3 nghìn tỷ USD vào năm 2022. Ba thị trường thương mại điện tử lớn nhất - Trung Quốc, Hoa Kỳ và Châu Âu - chiếm thị phần lớn nhất trong tổng giao dịch thương mại điện tử này với tổng doanh thu 2723 tỷ USD.

Thoạt nhìn, điều này có vẻ không giống như một nguyên nhân gây lo ngại. Tuy nhiên, bất chấp con số lớn này, lần đầu tiên doanh thu thương mại điện tử toàn cầu đã giảm vào năm 2022. Năm 2021, lĩnh vực thương mại điện tử đã tạo ra 3,84 nghìn tỷ USD, một năm sau con số đó đã giảm 250 tỷ USD xuống còn 3,59 nghìn tỷ USD.

Sự suy giảm này phần nào cũng được phản ánh trong hoạt động kinh doanh của Việt Nam - dưới hình thức tăng trưởng chậm hơn thay vì gây ra sự suy thoái kinh tế hoàn toàn. Báo cáo Thương mại



Thị trường thương mại điện tử Việt Nam: "Bùng Sáng" trước suy thoái toàn cầu



điện tử Việt Nam năm 2022 của Bộ Công Thương dự kiến tỷ trọng thương mại điện tử của nước này sẽ tăng từ 12,7% năm 2022 lên 9% vào năm 2025. (Thị trường thương mại điện tử Việt Nam đạt 14 tỷ USD vào năm 2022 và có thể lên tới 32 tỷ USD vào năm 2025).

Các con số về thị trường thương mại điện tử của Việt Nam được giải thích bởi các hoàn cảnh đặc biệt so với những hoàn cảnh được quan sát thấy ở các nơi khác trên thế giới. Tại sao thị trường thương mại điện tử Việt Nam có thể đi ngược xu hướng toàn cầu?

"Thương mại điện tử đã có những thay đổi lớn trong những năm gần đây. Nhưng cho đến nay, thị trường thương mại điện tử vẫn còn rất nhiều dư địa để phát triển". Mặc dù Việt Nam không thể tránh hoàn toàn nguy cơ suy thoái, nhưng vẫn còn rất nhiều tiềm năng để thị trường tiếp tục tăng trưởng trong thời gian tới.

Báo cáo e-Conomy SEA 2022 của Google dự đoán Việt Nam sẽ nằm trong top 3 quốc gia thu hút nhiều nhà đầu tư nhất trong lĩnh vực thương mại điện tử. AIA Insurance Inc, SBI Holdings và Alibaba chỉ là một số ít tên tuổi lớn rót tiền vào các thị trường thương mại điện tử Tiki, Lazada và Sendo của Việt Nam.

Hơn nữa, báo cáo Thương mại điện tử Việt Nam năm 2022 của Bộ Công Thương ước tính giá trị mua sắm trực tuyến trên mỗi người dùng cũng sẽ tiếp tục tăng, dự báo sẽ đạt 260-285 USD/người trong năm nay. Đây là kết quả của dân số trẻ, tỷ lệ sử dụng internet cao và thu nhập tăng.

Một gợi ý đầy tiềm năng và hữu ích cho người tiêu dùng muốn mua hàng chính hãng, giá tốt đến từ thương hiệu Nhật Bản.

Công ty Cổ Phần PGT Holdings (HNX: PGT) hợp tác với Công ty Cổ Phần IENT và trở thành đối tác chiến lược về kinh doanh online thông qua trang "Tax Free Online.jp" - dịch vụ thương mại điện tử miễn thuế và giao nhận sản phẩm tận nơi theo yêu cầu dành cho người nước ngoài đến thăm Nhật Bản. Cũng góp một phần không nhỏ khẳng định giá trị của PGT Holdings, PGT Holdings luôn luôn đổi mới, tìm những giá trị cốt lõi, tạo ra những chất lượng tốt nhất cho tất cả người tiêu dùng không chỉ ở Việt Nam, Nhật Bản và trên toàn cầu. Chỉ bằng một chiếc điện thoại thông minh, người tiêu dùng Việt Nam có thể đặt hàng ở bất kỳ nơi nào, giúp người tiêu dùng tiết kiệm thời gian cho việc mua sắm trong lúc du lịch tại Nhật và có thể mua hàng với giá rẻ hơn. Bớt đi các rắc rối về giấy tờ khi muốn hoàn thuế tại các sân bay, không cần phải kiêng vác nặng nề cản trở việc vui chơi tham quan các khu du lịch vì đã có dịch vụ giao nhận hàng tại khách sạn trên toàn lãnh thổ Nhật Bản, nhà khách, sân bay, xe cho thuê, mọi thủ tục đã được xử lý nhanh gọn bằng hình thức trực tuyến.

Bên cạnh đó, khi người tiêu dùng Việt Nam mua sắm trực tuyến, sẽ có nhiều sự lựa chọn hơn trong việc chọn mua các sản phẩm. Họ có thể truy cập bất kỳ các sản phẩm nào để tham khảo, xem hình ảnh, đọc các nội dung về sản phẩm cung cấp, từ đó tiến hành tạo đơn đặt hàng và chờ chuyển phát hàng hóa trực tiếp đến tận nơi mà không cần phải lo về vấn đề bảo quản hàng hóa và mang vác khi đi du lịch tại Nhật.



Giáo sư Hermawan Kartajaya và ông Nguyễn Khoa Hồng Thành, dịch giả cuốn Marketing 5.0

Giáo sư Hermawan Kartajaya



MARKETING ĐỘT PHÁ VỚI TƯ DUY QUẢN TRỊ DOANH NGHIỆP

Entrepreneurial Marketing là khái niệm mới, theo đó người làm marketing phải đặt mình vào vị trí và tâm thế của người làm chủ doanh nghiệp để duy trì năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp.

Tại Hội thảo “Entrepreneurial Marketing - Marketing với tinh thần doanh chủ” được Câu lạc bộ Giám đốc Sales & Marketing Việt Nam (CSMO Vietnam) và Trường Đại học VinUniversity phối hợp tổ chức, Giáo sư Hermawan Kartajaya - một trong những chuyên gia marketing hàng đầu đến từ Indonesia, diễn giả chính của Hội thảo - giải thích, khái niệm Entrepreneurial Marketing là tư duy marketing kiểu mới, đặc biệt là cho các doanh nghiệp vừa và nhỏ, cần một sự linh hoạt, năng động, chấp nhận rủi ro nhưng hướng tới một tiến trình sáng tạo, ứng dụng công nghệ vị nhân sinh, vì sự phát triển bền vững. Hay nói ngắn gọn, là khả năng mới của tổ chức để duy trì năng lực cạnh tranh.

“Entrepreneurial Marketing là một



Các diễn giả thảo luận về chủ đề tương lai của marketing.

sáng kiến để thảo luận về những khả năng mới vượt ra ngoài phương pháp tiếp cận marketing chủ yếu, đồng thời cân nhắc tác động của kết nối kỹ thuật số đối với người tiêu dùng và các công ty trên toàn cầu. Entrepreneurial Marketing đề cập đến những gì người làm marketing cần làm để phá vỡ sự trì trệ của các

phương pháp tiếp cận marketing thông thường, mà thường không còn hiệu quả trong môi trường kinh doanh năng động”, Giáo sư Hermawan Kartajaya nói.

“Người làm marketing phải đặt mình vào vị trí và tâm thế của người làm chủ doanh nghiệp, nghĩ như người khởi nghiệp và hành động

như người cầm lái chèo chống doanh nghiệp trong giai đoạn nhiều biến động”, chuyên gia chia sẻ.

PGS. TS Vũ Anh Dũng, Viện trưởng Viện Kinh doanh Quản trị thuộc VinUni cho biết: “Một trong các phẩm chất sinh viên tốt nghiệp cần có tại Trường Đại học VinUni là tư duy và tinh thần doanh chủ - entrepreneurial mindset. Điều này không chỉ được hiểu là việc nuôi dưỡng, hình thành, thúc đẩy các dự án startup, khởi nghiệp mà còn là tư duy linh hoạt, đổi mới, sáng tạo để vượt lên làm chủ tình hình và giải quyết các thách thức trong công việc và cuộc sống, sự sẵn sàng và quyết tâm biến ý tưởng sáng tạo thành hành động sáng tạo để đạt được kết quả có tác động tích cực.

Chúng tôi tích hợp tinh thần và tư duy này xuyên suốt các chương trình đào tạo và hoạt động của VinUni, trong chuyên ngành đào tạo về marketing, về khởi nghiệp và các chuyên ngành khác thuộc chương trình kinh doanh quản trị. Tư duy và tinh thần này cũng là một trong các giá trị cần có với đội ngũ lãnh đạo, giảng viên của VinUni”.

Giáo sư Hermawan Kartajaya, đồng tác giả 10 cuốn sách cùng Philip Kotler - cha đẻ của marketing hiện đại; trong đó cuốn sách mới nhất “Marketing 5.0” của ông được công nhận rộng rãi trên toàn cầu và được dịch sang 22 ngôn ngữ trên khắp thế giới, nhận giải thưởng Cuốn sách tốt nhất về kinh doanh do Công ty Soundview bình chọn năm 2021.

Các khái niệm marketing của ông cũng có thể được tìm thấy trong sách giáo khoa Quản lý tiếp thị toàn cầu và Nguyên tắc tiếp thị toàn cầu của Warren Keegan - chuyên gia marketing nổi tiếng thế giới.

Ông là nhà sáng lập của Học viện MarkPlus ASEAN (MCorp), đồng sáng lập Diễn đàn Tiếp thị Thế giới (WMF), Chủ tịch Liên đoàn Marketing châu Á (AMF), Chủ tịch Hội đồng Doanh nghiệp nhỏ châu Á (ACSB); Chủ tịch Hội đồng Doanh nghiệp nhỏ Indonesia (ICSB), đồng thời là thành viên Hội đồng Giáo dục cao học, Bộ Giáo dục và Văn hóa Indonesia nhiệm kỳ 2021-2025.

Năm 2003, ông được Học viện Chartered Institute of Marketing của Vương quốc Anh vinh danh trong danh sách “50 Bậc thầy định hình tương lai của tiếp thị” bao gồm những học giả nổi tiếng như Philip Kotler, David Aaker, Gary Hamel, Tom Peters và Seth Godin. Năm 2009, ông nhận được Giải thưởng Lãnh đạo Toàn cầu Xuất sắc từ Hiệp hội Doanh nghiệp Pan Pacific tại Đại học Nebraska-Lincoln.



Nền kinh tế Việt Nam đang đứng trước nhiều thách thức khó khăn, đòi hỏi các doanh nghiệp phải có các bước chuẩn bị tương ứng.

ĐỊNH HƯỚNG CHIẾN LƯỢC KINH DOANH TRÊN NỀN TẢNG SỐ

 Mai Phương

Nền kinh tế Việt Nam đang đứng trước nhiều thách thức khó khăn, đòi hỏi các doanh nghiệp phải có các bước chuẩn bị tương ứng, trong đó thương mại điện tử cần được áp dụng nhiều hơn.

Xu hướng kinh doanh qua kênh thương mại điện tử

Năm 2022, kinh tế Việt Nam đã có sự phục hồi tích cực với những tiến triển tốt và đồng đều trên cả 3 khu vực, trong đó khu vực nông, lâm, thủy sản tăng 3,36%; công nghiệp và xây dựng tăng 7,78%; dịch vụ tăng 9,99%.

Lần đầu tiên, quy mô GDP của Việt Nam đạt 409 tỷ USD, tăng gấp nhiều lần sau 20 năm, nâng bậc vị thế của Việt Nam trong khu vực cũng như thương mại và đầu tư toàn cầu. Đó chính là nhờ sự chỉ đạo sát sao của Chính phủ, sự vào cuộc quyết liệt của các bộ, ngành, chính quyền địa phương, sự nỗ lực chủ động vượt khó của cộng đồng doanh nghiệp. Bước sang năm 2023, đây là năm bản lề trong việc thực hiện thành công kế hoạch phát triển kinh tế giai đoạn 2021-2025, trong đó mục tiêu số hoá các hoạt động xúc tiến thương mại, đẩy mạnh ứng dụng công nghệ thông tin và chuyển đổi số là những nội dung quan trọng trong chủ trương xây dựng chính phủ số, kinh tế số và xã hội số. Cùng sự nỗ lực của các cơ quan chức năng, doanh

nh nghiệp cũng cần chủ động, tích cực trong việc tìm hiểu thông tin, cơ chế chính sách, nghiên cứu thị trường, thẩm định đối tác, chú trọng công tác nâng cao và kiểm soát chất lượng sản phẩm, năng lực cạnh tranh, đáp ứng các quy định của thị trường nhập khẩu, phối hợp với các tổ chức xúc tiến thương mại xây dựng kế hoạch và tham gia triển khai hoạt động xúc tiến thương mại để đón đầu cơ hội từ thị trường, đặc biệt là các thị trường có FTA.

Thông qua dữ liệu xuất khẩu của Việt Nam trong những năm vừa qua, hàng hoá của Việt Nam đang đứng hàng đầu về nhu cầu thu mua của thế

giới và ngày càng nhiều đối tác mua hàng ngoại quốc sẵn sàng coi Việt Nam là lựa chọn hàng đầu để thu mua.

Sản phẩm từ các doanh nghiệp nhỏ và vừa Việt Nam luôn được đánh giá cao về chất lượng thành phẩm, kỹ năng xuất khẩu cũng như dịch vụ chăm sóc khách hàng. Bên cạnh đó, 50% nhà xuất khẩu từ Việt Nam đang ở mức KA (nhà xuất khẩu có hạng sao cao), điều này thể hiện xu hướng đầu tư theo chiều sâu ngày càng nhiều hơn của các doanh nghiệp xuất khẩu Việt Nam vào thương mại điện tử.

Từ đó, xuất khẩu Việt Nam được kỳ vọng tăng



Toàn cảnh Hội nghị Định hướng chiến lược kinh doanh trên nền tảng số trong thời kỳ VUCA.



trưởng 6% năm 2023, mở ra kì vọng kinh doanh mới cho doanh nghiệp. Tuy nhiên nền kinh tế Việt Nam cũng đang đứng trước nhiều thách thức khó khăn, đòi hỏi các doanh nghiệp phải có các bước chuẩn bị tương ứng, trong đó các mô hình kinh doanh mới, chiến lược marketing mới, đặc biệt là thương mại điện tử cần được áp dụng nhiều hơn. Đây cũng là giải pháp hữu hiệu giúp tiết giảm chi phí để vượt qua khó khăn hiện nay.

Tận dụng công cụ số để đón đầu cơ hội từ thị trường

Ngoài ra, ông Vũ Thế Tùng, Giám đốc Phát triển Thị trường Alibaba.com Việt Nam tại Hội nghị “Định hướng chiến lược kinh doanh trên nền tảng số trong thời kỳ VUCA” tổ chức tại Hà Nội và TP.HCM, cho biết thêm: “Năm 2023 là năm được dự báo nhiều thử thách cho doanh nghiệp Việt Nam, trong bối cảnh đó sàn TMĐT Alibaba.com tập trung vào nâng cao chất lượng dịch vụ kết nối nhà xuất khẩu - nhà nhập khẩu, cung cấp thông tin thị hiếu thị trường để tăng tính hiệu quả

khi các doanh nghiệp quyết định tham gia kinh doanh trên nền tảng số. Từ phía doanh nghiệp, khi tham gia thương mại điện tử, doanh nghiệp cần phải xác định rõ ràng các nguồn lực như nhân sự và tài chính để đầu tư đúng và trúng”.

Theo chuyển động kinh tế, năm 2022 là năm có ý nghĩa quan trọng, khẳng định tiến trình phục hồi và phát triển sau đại dịch COVID-19. Việt Nam đã đạt được những thành tựu đáng ghi nhận, tốc độ tăng trưởng kinh tế đạt khoảng 8%, cao nhất từ năm 2011 đến nay, kinh tế vĩ mô cơ bản được giữ vững ổn định, lạm phát được kiểm soát, cán cân thương mại được đảm bảo. Khối lượng xuất khẩu của Việt Nam đã tăng nhanh, góp phần vào sự tăng trưởng vượt bậc trong thập kỷ qua. Mặc dù phải đối mặt với nhiều thách thức nhưng nhìn chung, triển vọng xuất khẩu của Việt Nam sang các thị trường lớn trong năm 2023 được đánh giá là khả quan. Theo báo cáo thị trường “Triển vọng B2B kỹ thuật số 2023” của Alibaba.com, hơn 50% doanh nghiệp lựa chọn thử sức với kênh thương mại điện tử hoặc số hoá và mở rộng kênh

bán hàng để “sống sót” qua đại dịch.

Không nằm ngoài xu hướng đó, nhiều doanh nghiệp Việt Nam đã tăng đầu tư vào ứng dụng công nghệ số, nâng cao năng lực xuất khẩu, kỹ năng bán hàng xuyên biên giới, nghiên cứu phát triển sản phẩm và xây dựng thương hiệu để tăng tốc trong giai đoạn khó khăn.

Để đón đầu cơ hội từ thị trường, các doanh nghiệp cần tập trung triển khai hiệu quả hoạt động đã được hai bên thống nhất trong thoả thuận hợp tác theo chiều sâu thông qua các hoạt động và kế hoạch dài hạn nhằm hỗ trợ các tổ chức và doanh nghiệp nâng cao nhận thức, tham gia hiệu quả vào tiến trình chuyển đổi số và triển khai hiệu quả các hoạt động sản xuất, kinh doanh và xuất khẩu thành công.

Đặc biệt, doanh nghiệp tăng cường hơn nữa việc tận dụng công cụ số, tiếp cận các sàn thương mại điện tử, đặc biệt là sàn Alibaba.com. Gian hàng Quốc gia Việt Nam (Vietnam Pavilion) từng bước trở thành địa chỉ chung cho các sản phẩm tiềm năng của Việt Nam tiếp xúc với khách hàng.

XUẤT KHẨU HÀNG ĐẦU THẾ GIỚI, VIỆT NAM CÓ CẦN SỞ GIAO DỊCH CÀ PHÊ?



Mai Phương

“Để quyết định được giá bán, nâng giá trị của cà phê Việt Nam thì cần có Sở giao dịch cà phê tại nước ta”, đây là quan điểm của chuyên gia kinh tế tại Hội thảo “Tăng giá trị cho cà phê Việt, cách nào?”.

Cà phê là cây trồng xuất khẩu quan trọng của Việt Nam. Cho đến nay, cà phê Việt Nam đã được xuất khẩu tới 80 quốc gia và vùng lãnh thổ trên thế giới. Tính đến năm 2022, Việt Nam đứng thứ 2 thế giới về xuất khẩu cà phê, chỉ sau Brazil.

Mặc dù cà phê là mặt hàng xuất khẩu quan trọng đưa về tỷ USD cho Việt Nam, nhưng đến nay nước ta vẫn chưa có một Sở giao dịch cà phê để tương xứng với tiềm năng.

Có cần Sở giao dịch cà phê?

Trong khuôn khổ Hội thảo “Tăng giá trị cho cà phê Việt, cách nào?” tại chương trình “Tôn vinh cà phê Việt” lần thứ nhất, ông Trần Thanh Hải, chuyên gia kinh tế, Chủ tịch HĐQT Công ty Cổ phần Sở giao dịch Cà phê và hàng hóa Buôn Ma Thuột cho rằng, cần thành lập Sở giao dịch cà phê. Theo quan điểm của ông Hải, Việt Nam đang là nhà sản xuất cà phê Robusta lớn nhất thế giới, chiếm tới 60% thị phần, lẽ ra Việt Nam phải quyết định được giá bán. Ngoài ra, cà phê Việt Nam xuất khẩu nhiều nhưng chưa tạo được thương hiệu, giá trị gia tăng mà nông dân nhận được rất thấp so với người bán lẻ. Giá bán cà phê ở thị trường cà phê rang xay ở Bắc Mỹ vẫn cao hơn nhiều so với Việt Nam.

Ngoài ra, chuyên gia này cũng cho rằng, cần có kho ngoại quan tại Đông Nam Bộ. Có kho ngoại quan, cần thuê cảng cho không chỉ cà phê mà các loại nông sản khác giao dịch online và có hàng ở kho để giao hàng ngay khi khách hàng cần... Vì vậy, khi có Sở Giao dịch thì cà phê Việt Nam có thể tự tạo lập giá mà không phải định giá theo các nước khác.

Điều đáng nói là Việt Nam đứng thứ 2 thế giới về xuất khẩu cà phê nhưng chưa có thương hiệu nào góp mặt trong danh sách 10 thương hiệu cà phê đắt nhất thế giới. Năm 2022, Việt Nam xuất khẩu hơn 1,78 triệu tấn, kim ngạch xuất khẩu hơn 4 tỷ USD. Giá cà phê xuất khẩu bình quân đạt 2.293 USD/tấn.

Bên cạnh vấn đề cần có Sở giao dịch cà phê thì các doanh nhân, chuyên gia tham gia Hội thảo cũng trăn trở về vấn đề sản xuất cà phê sạch.

Nêu quan điểm về vấn đề này, ông Đinh Vĩnh Cường, Chủ tịch CLB Kết nối doanh nhân Việt Nam - Quốc tế cho hay, ít công ty làm thương hiệu cho cà phê Việt Nam xuất khẩu ra thế giới, trong khi đó Thái Lan có loại cà phê cao cấp bán tới 50-100 USD/ly ở các khách sạn 5 sao trên thế giới.

Cũng theo ông Cường, cần chú trọng đầu tư sản xuất cà phê sạch để đáp ứng nhu cầu của khách



T toàn cảnh Hội thảo “Tăng giá trị cho cà phê Việt, cách nào?”.



Ông Trần Thanh Hải, chuyên gia kinh tế, Chủ tịch HĐQT Công ty CP Sở giao dịch Cà phê và hàng hóa Buôn Ma Thuột.



Ông Lê Minh Hoan, Bộ trưởng Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn.

hàng đặc biệt là thị trường khó tính. Bên cạnh đó, cần xây dựng chỉ dẫn địa lý cho các vùng trồng cà phê lớn để gia tăng giá trị cho sản phẩm cà phê từ các vùng trồng này.

Cùng chung suy nghĩ về cà phê sạch, bà Cao Xuân Thu Vân, Phó Chủ tịch Hội Nông dân Việt Nam phát biểu tại Hội thảo: “Tôi thấy nhiều người bàn chuyện cà phê sạch để xuất khẩu sang châu Âu, Mỹ... mà quên rằng người Việt Nam mình cũng cần uống cà phê sạch. Các doanh nghiệp cần quan tâm đến thị trường trong nước”.

Bà Vân cho rằng, sản xuất cà phê cũng nên tạo được chuỗi liên kết. Thực tế, hiện có nhiều mô hình hợp tác xã - nhà cung cấp giống - nhà cung cấp vật tư - nhà cấp vốn - kỹ sư đưa quy trình - nhà tiêu thụ để tạo ra chuỗi giá trị sản phẩm. Khi sản xuất cà phê có chuỗi liên kết, mỗi bên có vai trò nhất định để tạo ra giá trị chung.

Chế biến sâu cần được quan tâm

Phát biểu tại Hội thảo, ông Lê Minh Hoan, Bộ trưởng Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn cho rằng, ngành hàng cà phê muốn đi xa phải đi cùng nhau, có sự liên kết giữa các tỉnh, kết hợp đặc điểm từng vùng và địa phương để tạo nên quy mô lớn hơn và xây dựng thương hiệu cà phê Tây Nguyên.

Theo Bộ trưởng Lê Minh Hoan, muốn tăng giá trị cà phê lên 5-10 lần thì phải định vị lại dòng sản phẩm, xác định nhu cầu thị trường. Người Thái quảng cáo “Think rice, think Thailand” (nghĩ về gạo là nhớ tới Thái Lan), vậy thông điệp của cà phê Việt Nam có thể là “Drink coffee - Feel Vietnam” (Uống cà phê - Phiêu Việt Nam) được không?

Một khía cạnh khác là thế giới thích cà phê Arabica nhưng Việt Nam lại mạnh về xuất khẩu cà phê Robusta. Vì vậy, ông Hoan cho rằng, muốn định vị lại vị trí trên bản đồ cà phê thế giới phải xác định phát triển dòng Arabica hay vẫn theo Robusta, hay phối trộn 2 dòng này lại. Cà phê Việt Nam đang ở đâu trên bản đồ cà phê thế giới?...

Bộ trưởng Lê Minh Hoan cũng nêu thực trạng, nhiều doanh nghiệp trên thế giới đã chế biến sâu sản phẩm từ nguyên liệu cà phê, còn Việt Nam chỉ loay hoay sản xuất thô. Vì cà phê không đơn thuần là đồ uống mà còn có thể làm sản phẩm khử mùi, thuốc nhuộm, phân bón...

Phía Bộ Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn đã xây dựng vùng nguyên liệu tại Tây Nguyên. Tuy nhiên, việc phát triển vẫn là doanh nghiệp, chính quyền địa phương liên kết với nông dân sản xuất theo quy mô tập trung. Doanh nghiệp Việt Nam cần xây dựng thương hiệu để phát triển bền vững.

Bảo hiểm Quân đội MIC: Nâng cấp ứng dụng bảo hiểm số phiên bản mới tích hợp đa tiện ích



Chuyển đổi số toàn cầu và công nghệ số 4.0 đã trở thành khái niệm quen thuộc với nhiều ứng dụng thực tiễn trong cuộc sống. Với ngành bảo hiểm nói chung và bảo hiểm số MIC nói riêng đã có những bước tiến lớn giúp chinh phục trái tim khách hàng bằng ứng dụng Bảo hiểm dễ hiểu - dễ mua.

Bảo hiểm Quân đội đặt phương châm “dễ hiểu - dễ mua”

Trong những năm gần đây, dưới sự tác động của dịch bệnh và những nguy cơ luôn tiềm ẩn tăng cao, thị trường bảo hiểm Việt Nam được đánh giá là tiềm năng với tỷ lệ thâm nhập (doanh thu phí bảo hiểm/GDP) và phí bảo hiểm bình quân (chi tiêu cho bảo hiểm bình quân đầu người) ở mức thấp. Ngành bảo hiểm được coi là “tám lá chắn” vững chắc cho nền kinh tế - xã hội. Hàng năm, ngành bảo hiểm chi trả hàng chục nghìn tỷ đồng tiền bồi thường và quyền lợi bảo hiểm cho các cá nhân, doanh nghiệp gặp rủi ro, góp phần ổn định ngân sách Nhà nước. Bên cạnh đó các loại hình

bảo hiểm thiết thực cho đời sống như: bảo hiểm sức khỏe, bảo hiểm xe, bảo hiểm tài sản (cháy nổ),... cũng đã được người dân hiểu và chú trọng. Với những đặc điểm chung đó, Bảo hiểm Quân đội - thương hiệu Top đầu ngành bảo hiểm phi nhân thọ và được lựa chọn là thương hiệu uy tín nhiều năm liền đã liên tục nghiên cứu đưa ra các chương trình bảo hiểm linh hoạt đáp ứng nhu cầu bảo vệ của khách hàng. Trong đó, MIC đề cao tiêu chí “bảo hiểm dễ hiểu” để người dân ai cũng có thể mua bảo hiểm, bảo vệ mọi rủi ro tiềm ẩn góp phần nâng cao chất lượng cuộc sống. Bên cạnh đó, tiêu chí “dễ mua” đơn giản thuận tiện cho khách hàng cũng được đặt lên hàng đầu. Bảo hiểm Quân đội tập trung đầu tư công nghệ liên tục nâng cấp ứng dụng MIC giúp người mua có thể thực hiện 100% các thao tác online chỉ trong tích tắc.

Ứng dụng MIC tích hợp đa tiện ích

Trước đây, bảo hiểm luôn gặp những rào cản để có thể đến tay khách hàng, tuy nhiên, hiện nay với sự trợ giúp của công nghệ tất cả đã nằm trong

tay người dùng. Chủ động tìm hiểu, mua và nhận giấy chứng nhận bảo hiểm online mọi lúc mọi nơi. Năm 2021, MIC tiên phong là đơn vị cấp ấn chỉ điện

tử cho nhiều nghiệp vụ bảo hiểm trong đó có Bảo hiểm TNSĐ mở ra một trang mới về bảo hiểm xe, người tham gia giao thông có thể chủ động mua bảo hiểm mọi lúc mọi nơi không sợ mất - quên giấy tờ, không sợ bảo hiểm giả mạo,... Đến nay với ứng dụng MIC thế hệ mới đã nâng cấp với nhiều tính năng vượt trội tích hợp công nghệ bồi thường online cho nghiệp vụ bảo hiểm xe, tiến tới bồi thường online bảo hiểm sức khỏe con người. Bên cạnh đó, điểm nổi bật trong phiên bản nâng cấp 2022 là tính cá nhân hóa thân thiện với người dùng. Các chương trình bảo hiểm cũng được bổ sung giúp người mua chủ động và dễ dàng tìm hiểu. Đặc biệt, MIC là đơn vị tiên phong triển khai mua bảo hiểm vật chất xe ngay tại APP. Khách hàng có thể chủ động tìm hiểu mức phí phù hợp cho từng loại xe trên ứng dụng và không cần chờ đợi tư vấn viên.

Theo đó, chị Thu Hà (quận Hai Bà Trưng, Hà Nội) chia sẻ: “Trước đây khi mua bảo hiểm sức khỏe của một số bên, tôi thường phải tìm website, sau đó gọi điện để nhờ tư vấn các mức phí, quyền lợi,... nhưng nay sử dụng app MIC tôi thấy nhanh và tiện, chủ động xem phí để lựa chọn cho cả gia đình. Ngoài ra mua qua app thanh toán online của các ngân hàng điện tử thao tác dễ dàng, chỉ ít phút là có ngay bảo hiểm. Đặc biệt, thông qua app tôi cũng theo dõi được tiến độ hồ sơ bồi thường của mình. Nói chung rất hiện đại và tiện lợi”.

Với sự cải tiến nâng cấp liên tục về công nghệ, hiện nay khách hàng có thể chủ động mua bảo hiểm vật chất xe trực tiếp trên app. Anh Nam (quận Đống Đa, Hà Nội) cho biết: “Trước đây, việc quản lý thông tin bảo hiểm bằng giấy tờ trong đó có bảo hiểm xe ô tô, nhưng nay bảo hiểm vật chất đã được tích hợp trên app MIC giúp tôi chủ động theo dõi thông tin, tái tục đúng hạn giúp an tâm hơn khi tham gia giao thông”.

Có thể thấy, sự tiện lợi của ứng dụng MIC khi hỗ trợ khách hàng làm thủ tục bồi thường dễ dàng thao tác nộp hồ sơ online trên điện thoại sẽ thay đổi hoàn toàn định kiến của khách hàng về quy trình bảo hiểm từ trước đến nay. Với ứng dụng MIC, khách hàng có thể tham gia bảo hiểm trực tuyến, tra cứu mạng lưới hệ thống MIC, mạng lưới gara và các cơ sở y tế trong trường hợp cần được trợ giúp, dễ dàng quản lý lịch sử mua và Chứng nhận bảo hiểm chủ động tái tục khi hết hạn.

Phía lãnh đạo MIC cho biết, với sự thay đổi liên tục của công nghệ cũng như nghiên cứu hành vi mua sắm của khách hàng, MIC đã và đang phát triển nền tảng công nghệ số thông qua các giải pháp mới như OPEN API, CRM... thiết lập và vận hành mô hình kinh doanh số: Hệ thống core bảo hiểm, kết nối toàn bộ dữ liệu xuyên suốt từ khâu bán hàng, dịch vụ khách hàng, bồi thường, kế toán... hình thành một hệ sinh thái số với những tính năng đa dạng, quy trình hiện đại mang đến cho khách hàng những trải nghiệm liền mạch, vượt trội, an toàn và tiện ích, hướng tới mục tiêu TOP 3 về thị phần năm 2026 và số 1 về chuyển đổi số.

Lối vào Khu đô thị TEELhomes Trảng An.



Nguyễn Hạnh

động sản Hà Nam còn được hưởng lợi từ làn sóng công nghiệp đang diễn ra ngày một sôi động. Tại Văn bản số 16/TTg-CN ngày 03/02/2023, Phó Thủ tướng Lê Minh Khái đã đồng ý đề nghị của Bộ Kế hoạch và Đầu tư về việc bổ sung 4 khu công nghiệp (Đồng Văn V, Đồng Văn VI, Kim Bảng I, Châu Giang I) trên địa bàn tỉnh Hà Nam vào Quy hoạch phát triển các khu công nghiệp ở Việt Nam. Đồng thời, cập nhật vị trí và quy mô diện tích của 4 khu công nghiệp này vào quy hoạch tỉnh Hà Nam thời kỳ 2021-2030, tầm nhìn đến năm 2050; kế hoạch sử dụng đất 5 năm 2021-2025 của tỉnh Hà Nam.

Bên cạnh đó, hàng loạt dự án hạ tầng giao thông trọng điểm được hoàn thành trong thời gian tới sẽ tạo “bệ phóng” giúp thị trường bất động sản Hà Nam bứt tốc, trở thành điểm đến hấp dẫn thu hút nhà đầu tư. Nhiều tuyến giao thông quốc gia quan trọng qua địa bàn tỉnh cũng được đầu tư đồng bộ, tạo điều kiện thuận lợi cho sự hình thành, phát triển chuỗi các khu công nghiệp lớn, đây cũng là tiền đề đẩy nhanh tốc độ đô thị hóa và phát triển kinh tế đô thị trên toàn tỉnh.

Một trong những công trình hạ tầng đặc biệt có ý nghĩa đối với thị trường bất động sản Hà Nam là tuyến đường nối cao tốc Cầu Giẽ - Ninh Bình với cao tốc Hà Nội - Hải Phòng. Tuyến đường đã đưa vào khai thác giai đoạn 1 với quy mô 2 làn

KHU ĐÔ THỊ TEELHOMES TRẢNG AN - DỰ ÁN TRỌNG ĐIỂM CỦA TỈNH HÀ NAM

Những năm gần đây, công cuộc phát triển đô thị ở tỉnh Hà Nam đã và đang đạt được những thành tựu quan trọng. Trong định hướng chiến lược, đến năm 2025, Hà Nam sẽ hình thành các khu đô thị trung tâm như Phủ Lý, Duy Tiên, Kim Bảng,... Đến năm 2030, Hà Nam định hướng tỷ lệ đô thị hóa trên toàn tỉnh đạt trên 58%, phấn đấu đến năm 2035, trở thành thành phố trực thuộc Trung ương.

Tọa lạc tại vị trí cửa ngõ phía Nam Thủ đô, Hà Nam sở hữu lợi thế giáp ranh địa phận Hà Nội, quỹ đất lớn, mặt bằng giá còn nhiều dư địa tăng trưởng, bất động sản Hà Nam vẫn sẽ là thị trường tiềm năng cho các nhà đầu tư khi thị trường bất động sản phục hồi sau giai đoạn điều chỉnh về cung, giao dịch, giá bán, diễn biến dòng tiền như hiện nay.

Ngoài giá trị “hiếm có” vị trí cửa ngõ Thủ đô, bất

từ tháng 02/2019, giai đoạn 2 mở rộng lên 4 làn xe đang được đầu tư xây dựng. Mới đây, Bộ Giao thông vận tải vừa có Văn bản số 1829/BGTVT-QLXD gửi Đoàn đại biểu Quốc hội tỉnh Hà Nam về tuyến đường nối cao tốc Cầu Giẽ - Ninh Bình với cao tốc Hà Nội - Hải Phòng qua địa phận tỉnh Hà Nam (do Sở Giao thông vận tải Hà Nam làm chủ đầu tư). Theo đó, Dự án có điểm đầu tuyến tại Km31+245, điểm cuối tuyến tại Km47+550 (giao



Khu đô thị TEELhomes Trảng An nằm ngay mặt đường nối cao tốc Cầu Giẽ - Ninh Bình với cao tốc Hà Nội - Hải Phòng, hứa hẹn sẽ trở thành một khu dân cư đáng sống với diện mạo đô thị hiện đại, văn minh.



Toàn cảnh Khu đô thị TEELhomes Trảng An đang hoàn thiện.

với QL.21B tại nút giao Liêm Tuyền) và dự kiến hoàn thành trong tháng 8/2023.

Sau khi hoàn thành, tuyến đường sẽ kết nối từ QL1 giao với đường cao tốc Cầu Giẽ - Ninh Bình đi qua huyện Bình Lục, giao với đường QL21B và đường nối cao tốc Hà Nội - Hải Phòng. Đây chính là tuyến đường huyết mạch có khả năng kết nối toàn diện, không chỉ kết nối tiện ích liên kết vùng, liên kết kinh tế giao thương giữa tỉnh Hà Nam và khu vực mà còn kết nối không gian sống, kết nối văn hóa giữa hai di tích lịch sử văn hóa đền Trần Thương (tỉnh Hà Nam) và khu di tích lịch sử văn hóa đền Trần (tỉnh Nam Định).

Khu đô thị TEELhomes Tràng An do Công ty Cổ phần xây dựng TEEL Việt Nam làm chủ đầu tư, nằm ngay mặt đường nối cao tốc Cầu Giẽ - Ninh Bình với cao tốc Hà Nội - Hải Phòng sẽ là dự án trọng điểm của huyện Bình Lục nói riêng và tỉnh Hà Nam nói chung. Khu đô thị có vị trí cách thành phố Phủ Lý khoảng 3km, được hưởng lợi nhiều nhất từ việc tiếp giáp hạ tầng giao thông đặc địa, kết nối giao thông khu vực, thu hút đầu tư và mở rộng không gian phát triển thương mại, du lịch, đô thị của vùng đồng bằng Bắc Bộ. Chính sự trỗi dậy của quy hoạch là yếu tố đảm bảo để Công ty Cổ phần xây dựng TEEL Việt Nam lựa chọn trên hành trình góp sức cùng địa phương thiết lập phát triển bền vững, thúc đẩy quá trình đô thị hóa.

Khi triển khai xây dựng Khu đô thị TEELhomes Tràng An, Công ty Cổ phần xây dựng TEEL Việt Nam đã mang tâm huyết xây dựng một khu đô thị xanh, mang đến cho cư dân những yếu tố tốt nhất, để cư dân có thể tận hưởng một cuộc sống không chỉ đẳng cấp mà còn vô cùng tiện ích và gần gũi với thiên nhiên. Lựa chọn sống tại Khu đô thị TEELhomes Tràng An, người dân không chỉ thỏa ước mơ an cư, mà còn tạo dựng nền tảng cho một cuộc sống viên mãn.

Khu đô thị có diện tích sử dụng đất 102.634m², bao gồm: Khu đất dịch vụ, thương mại và bến xe với tổng diện tích 13.707,2m²; Khu đất dịch vụ công cộng với tổng diện tích 3.107,8m²; Đất mặt nước đô thị với tổng diện tích 3.375,8m²; Đất cây xanh với tổng diện tích 5.734,8; Đất giao thông với tổng diện tích 42.684m²; Đất hạ tầng kỹ thuật (TXL nước thải) với tổng diện tích 345,2m²; Khu đất nhà ở thương mại với tổng diện tích 33.679,2m² được bố trí 313 lô bao gồm: 14 lô biệt thự có tổng diện tích 2.926m² và 299 lô nhà liền kề có tổng diện tích 30.753,2m². Khu đô thị TEELhomes Tràng An hứa hẹn sẽ tạo nguồn nhà ở chất lượng cho cư dân địa phương, đồng thời phục vụ nhu cầu phát triển hạ tầng dân sinh và xã hội trong cụm quy hoạch các đô thị Phủ Lý - Duy Tiên - Kim Bảng.

Khu đô thị TEELhomes Tràng An sẽ sớm hình thành với một diện mạo đô thị hiện đại, văn minh nhưng không tách rời các giá trị bản sắc văn hóa địa phương của vùng đồng bằng chiêm trũng. Nơi đây sẽ trở thành điểm nhấn đặc biệt, thúc đẩy sự phát triển đa dạng hơn về kiểu mẫu những khu đô thị đồng bộ, hiện đại, văn minh của tỉnh Hà Nam.

TP. HCM ĐƯỢC KỶ VỌNG DẪN ĐẦU SỰ HỒI PHỤC DU LỊCH TẠI CHÂU Á



Du lịch TP. Hồ Chí Minh kỳ vọng dẫn đầu đà phục hồi. Ảnh minh họa

Nhận định đây lạc quan này được Colliers đưa ra trong một báo cáo mới nhất về triển vọng phục hồi của ngành du lịch trong năm 2023.

Ông Morgan Ulaganathan, Trưởng bộ phận Dịch vụ Tài sản & Tư vấn Du lịch - Khách sạn, Colliers (Việt Nam) cho hay, các nền tảng cho sự phát triển du lịch nghỉ dưỡng Việt Nam rất tích cực và nhu cầu triển khai vốn cao. Đồng hồ đang tích tắc. Đã đến lúc bắt đầu chuẩn bị cho một mùa sôi động của các thương vụ trong năm nay ở phân khúc này.

Cập nhật về xu hướng ngành du lịch trong quý đầu năm 2023, đại diện Colliers Việt Nam cho biết, Singapore, Bangkok, Bali và TP.HCM được kỳ vọng dẫn đầu đà hồi phục tại châu Á. Ngành du lịch, dẫn đầu là du lịch nghỉ dưỡng, đang ghi nhận sự hồi phục mạnh mẽ trên toàn cầu đối với các dịch vụ lữ hành quốc tế và nội địa. Các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ lưu trú có nhiều điều để mong đợi khi quá trình hồi phục đi vào quỹ đạo ổn định trong năm 2023.

Hai năm phong tỏa do COVID-19 cộng với khoản dư tiết kiệm cá nhân và đam mê du lịch bị dồn nén đã giúp ngành du lịch bật dậy mạnh mẽ trên khắp thế giới. Du lịch nghỉ dưỡng, thường là nhóm cuối cùng hồi phục sau những đợt suy thoái, lại đang dẫn đầu đà hồi phục tại những thị trường đã mở cửa du lịch quốc tế và nội địa. Kết quả này đến từ nỗ lực trong quản lý vận hành vận tải hàng không và cải thiện tỷ lệ lấp đầy phòng ở, trong bối cảnh thiếu hụt nhân lực sau dịch.

Cụ thể, công suất phòng được giữ vững bất chấp lạm phát cao, với giá phòng trung bình hàng ngày (Average Daily Rate - ADR) vượt mức điều chỉnh thu nhập bù trượt giá, chi phí bán hàng cũng như chi phí cơ sở vật chất. Cùng với những bài học về hiệu quả vận hành được đúc kết trong đại dịch, các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ lưu trú kỳ vọng sẽ tận hưởng nhiều lợi ích khi quá trình hồi phục bình ổn.

Theo tổ chức nghiên cứu, xếp hạng ngành dịch vụ khách sạn toàn cầu STR, doanh thu trên mỗi phòng

có sẵn (Revenue Per Available Room - RevPAR) của các khách sạn ở châu Á - Thái Bình Dương đã tăng 23,1% (tính theo USD) so với năm 2021, nhưng vẫn thấp hơn 31,1% so với năm 2019. Tỷ lệ lấp đầy phòng suy giảm và việc Trung Quốc gần như đóng cửa suốt năm 2022 đã góp phần làm chậm quá trình hồi phục này. Mặc dù đạt mức tăng cao nhất vẫn thấp hơn 10,6% so với mức năm 2019, cho thấy vẫn có tiềm năng cải thiện trong năm 2023.

Hiệp hội Vận tải Hàng không Quốc tế (International Air Transport Association - IATA) dự báo đến năm 2024 ngành du lịch mới trở về mức tăng trưởng của năm 2019, và châu Á - Thái Bình Dương là khu vực duy nhất bị bỏ lại phía sau, ước tính phải đến 2025 mới hồi phục hoàn toàn. Tuy nhiên, có nhiều rủi ro kim hãm sự hồi phục này, do giá cả tiếp tục tăng và tình trạng bất ổn kinh tế kéo dài.

Colliers nhận định ngành du lịch sẽ tiếp tục hồi phục trong năm 2023. Nhu cầu khách sạn trên toàn khu vực tiếp tục gia tăng. Nhu cầu sụt giảm từ phương Tây vào đầu năm, nếu có, sẽ được bù đắp khi khách du lịch Trung Quốc quay lại vào nửa cuối năm nay. Tại các thị trường đã mở cửa và có sự cân bằng về cung - cầu, kỳ vọng RevPAR tăng khoảng 6% so với cùng kỳ nhờ công suất phòng được cải thiện. Đối với các thị trường có cung - cầu bất cân xứng, con số này rơi vào khoảng 4% so với năm trước, chủ yếu cũng đến từ sự cải thiện công suất phòng.

Tại Việt Nam, bất động sản nghỉ dưỡng cho thấy tiềm năng lớn khi tận dụng đà tăng trưởng của nhu cầu du lịch và nghỉ dưỡng sau dịch từ lượng khách nội địa và quốc tế.

Theo ông Morgan Ulaganathan, các bên tham gia thị trường có nhiều vốn chủ sở hữu đã có những nước đi táo bạo kể từ lúc cao điểm dịch COVID đến nay. Lãi suất tuy trên đà tăng, nhưng rồi sẽ ổn định trở lại. Các quỹ đã và đang gọi vốn để đầu tư vào những tài sản khách sạn ở thời điểm có mức định giá thuận lợi, trước khi doanh thu khách sạn hồi phục hoàn toàn.

Thương Huyền (t/h)

Quảng Ninh: SẼ XÂY SÂN BAY RỘNG 130 HA TẠI ĐẢO CÔ TÔ

Đảo Cô Tô sở hữu nhiều tiềm năng về du lịch với lượng du khách tới tham quan, vui chơi, nghỉ dưỡng không ngừng tăng qua các năm.

Sân bay chuyên dụng tại huyện đảo Cô Tô dự kiến được đầu tư trên diện tích hơn 130ha, đường băng dài 1.800m với các hạng mục như sân đỗ, khu vực quân sự, khu vực cảnh quan, hạ tầng kết nối... đảm bảo khai thác tốt trong mọi điều kiện thời tiết.

Thủ tướng Chính phủ vừa phê duyệt Quy hoạch tỉnh Quảng Ninh thời kỳ 2021-2030, tầm nhìn đến năm 2050. Theo hồ sơ quy hoạch này, Quảng Ninh định hướng quy hoạch mới sân bay chuyên dụng Cô Tô giai đoạn 2030-2050 với diện tích hơn 130 ha. Bên cạnh đó, tỉnh sẽ phát triển sân bay dành cho thủy phi cơ, trực thăng tại Hạ Long, Cẩm Phả, Vân Đồn, Cô Tô, Đông Triều, Uông Bí và tại những khu vực có tiềm năng về du lịch.

Việc triển khai đường bay này sẽ tạo thêm sản phẩm du lịch mới cho tỉnh, đồng thời góp phần phục vụ công tác cứu hộ, cứu nạn, các hoạt động đảm bảo an ninh, quốc phòng cho khu vực tiền tiêu của quốc gia.

Huyện Cô Tô được quy hoạch với quy mô dân số 25,5 nghìn người; diện tích 350,0 km². Về tính chất, Cô Tô là khu vực huyện đảo tiền tiêu có kinh tế phát triển, xây dựng đồng bộ; là khu vực có vị trí đặc biệt quan trọng về quốc phòng an ninh; là khu du lịch sinh thái biển đảo chất lượng cao gắn với văn hoá lịch sử và thắng cảnh thiên nhiên với các chức năng vui chơi giải trí tổng hợp, thể thao, dịch vụ du lịch, lưu trú, nghỉ dưỡng cao cấp; nghiên cứu khoa học về thiên nhiên, môi trường sinh thái...; là trung tâm hậu cần nghề cá, trung tâm cứu hộ, cứu nạn vùng Đông Bắc.

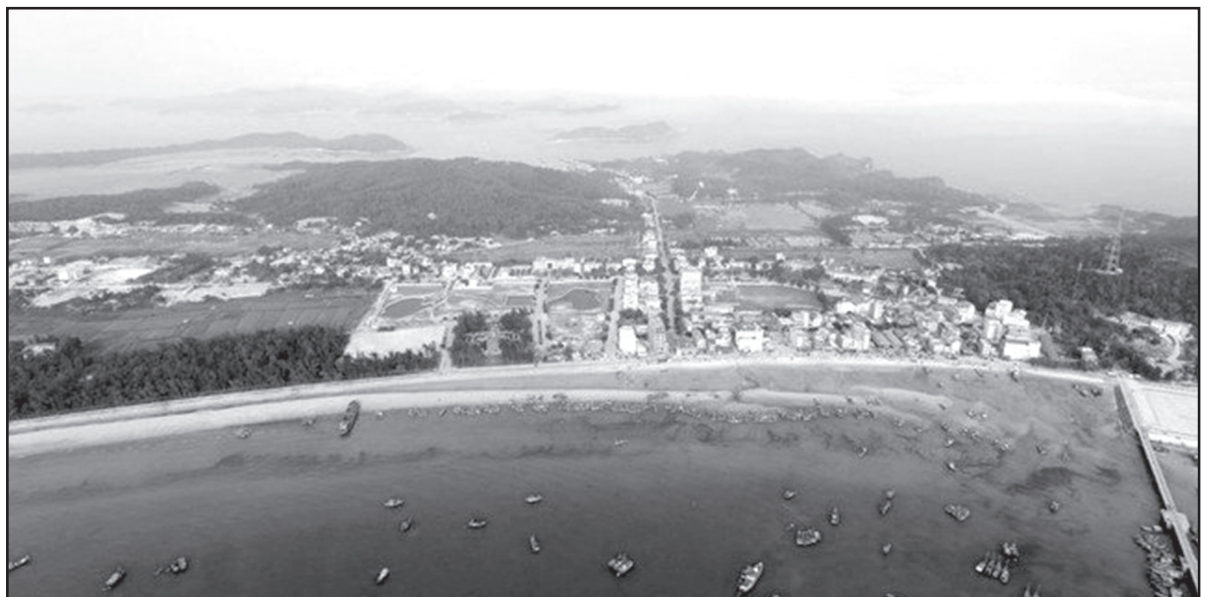
Cô Tô có lượng khách tới tham quan, vui chơi, nghỉ dưỡng... không ngừng tăng qua các năm. Theo quy hoạch, đảo Cô Tô lớn phân thành 6 phân vùng chính: Nam Đông sẽ phát triển cộng đồng sân golf, bãi biển Vân Cháy nâng cấp thành thị trấn biển, xã Hải Tiến phát triển sân golf và dịch vụ biển, hồ Ông Tiên định hướng du lịch, khu vực sân bay và hậu cần hỗ trợ cho tổng thể

cả đảo.

Cô Tô được định hướng mở rộng quỹ đất phát triển đô thị hiện có tại đảo Cô Tô Lớn, Thanh Lân, bố trí đất ở và di dân ra đảo Trần. Đảo Cô Tô Con không bố trí đất ở, 3 đảo phát triển 3 chức năng bổ trợ cho nhau. Đảo Cô Tô Lớn sử dụng không gian mặt nước vịnh Trường Xuân bổ trợ cho các khu chức năng. Đảo Thanh Lân hình thành quỹ đất phát triển du lịch kết hợp cảng khách. Phát triển không gian ở vừa phải, tăng quỹ đất cho hoạt động dịch vụ, giải trí kết hợp nghỉ dưỡng, tăng không gian xanh đệm cho các khu chức năng. Kết nối đảo Cô Tô Lớn và đảo Thanh Lân

bằng tuyến cáp treo, các điểm kết nối khác bằng tàu thuyền.

Trước đó, vào giữa năm 2022, một doanh nghiệp khai thác máy bay thủy phi cơ tại TP. Hạ Long đã khảo sát, nghiên cứu mở đường bay thủy phi cơ ra đến đảo Cô Tô từ đảo Tuần Châu (TP. Hạ Long). Theo đó, dự kiến thời gian di chuyển từ Hạ Long đến Cô Tô và ngược lại khoảng 15-17 phút, máy bay được sử dụng là loại thủy phi cơ cỡ nhỏ, 12 chỗ ngồi, cất và hạ cánh tại mặt nước khu vực Cảng tàu khách quốc tế Tuần Châu và đảo Cô Tô Lớn. Trên mỗi chuyến bay, du khách sẽ được ngắm vịnh Hạ Long, Bái Tử Long trên cao.



Quảng Ninh muốn xây dựng sân bay Cô Tô rộng 130ha. Ảnh minh họa.

Điện Biên: Lễ hội Hoa Ban 2023 sôi nổi các hoạt động hấp dẫn và ý nghĩa

Vào độ hoa Ban đẹp nhất, rực rỡ nhất cũng là lúc Lễ hội Hoa Ban được tổ chức. Lễ hội Hoa Ban 2023 và Ngày hội Văn hóa Thể thao và Du lịch các dân tộc tỉnh Điện Biên lần thứ VII được tổ chức tại thành phố Điện Biên Phủ, tỉnh Điện Biên. Lễ hội được đánh giá là chuỗi các sự kiện với nhiều hoạt động thiết thực và ý nghĩa, mang đậm bản sắc dân tộc.



Việt Dũng



Đồng chí Lê Thành Đô - Chủ tịch UBND tỉnh Điện Biên tại Lễ khai mạc.

Đây là sự kiện chào mừng kỷ niệm 69 năm Chiến thắng lịch sử Điện Biên Phủ (7/5/1954 - 7/5/2023), 114 năm thành lập tỉnh (28/6/1909 - 28/6/2023) và 74 năm thành lập Đảng bộ tỉnh (10/10/1949 - 10/10/2023).

Lễ hội Hoa Ban là sự kiện văn hóa tiêu biểu, thường niên của tỉnh Điện Biên. Lễ hội được tổ chức tại thành phố Điện Biên Phủ vào thời điểm trung tuần tháng 3 hằng năm nhằm giới thiệu, bảo tồn, phát huy các loại hình di sản văn hóa dân tộc của tỉnh Điện Biên; gắn bảo tồn văn hóa với phát huy tiềm năng thế mạnh du lịch, phát triển kinh tế - xã hội của tỉnh trong thời kỳ đổi mới, hội nhập và phát triển.

Chương trình khai mạc đã diễn ra với màn nghệ thuật đặc sắc mang chủ đề "Hương sắc miền Tây Bắc" do hàng trăm nghệ sỹ, diễn viên của Trung ương,

địa phương và diễn viên quần chúng trình diễn. Chương trình nghệ thuật gồm 2 phần: "Tỏa hương giữa miền Tây Bắc" và "Điện Biên lung linh miền khát vọng". Các clip mang đậm hương sắc đặc trưng đã khẳng định Tây Bắc nói chung và Điện Biên nói riêng quanh năm đều mang vẻ đẹp rạng rỡ, được thiên nhiên ban tặng. Đêm khai mạc đem đến cho du khách, người xem những ấn tượng, cảm nhận tốt đẹp về mảnh đất Điện Biên Phủ anh hùng, linh thiêng, tươi đẹp, giàu bản sắc văn hóa và thân thiện, trọng tình, mến khách.

Lễ hội còn được tổ chức với nhiều hoạt động hấp dẫn, sôi nổi nhằm bảo tồn, tôn vinh, phát huy giá trị văn hóa các cộng đồng dân tộc trên địa bàn; qua đó góp phần phát triển

nền văn hóa Việt Nam.

Đây cũng là dịp để tỉnh Điện Biên quảng bá vẻ đẹp về mảnh đất con người, tiềm năng du lịch của Tây Bắc nói chung, Điện Biên nói riêng đến bạn bè quốc tế. Đồng thời, khẳng định Điện Biên đã và đang nỗ lực từng bước triển khai, thực hiện các giải pháp đồng bộ để sớm đưa Điện Biên trở thành địa phương phát triển mạnh về du lịch. Lễ hội Hoa Ban đồng thời là dịp để Điện Biên phát huy tinh thần đoàn kết các dân tộc, mang đến cho du khách trong và ngoài nước nhiều trải nghiệm và ấn tượng tốt đẹp về mảnh đất, con người Điện Biên.

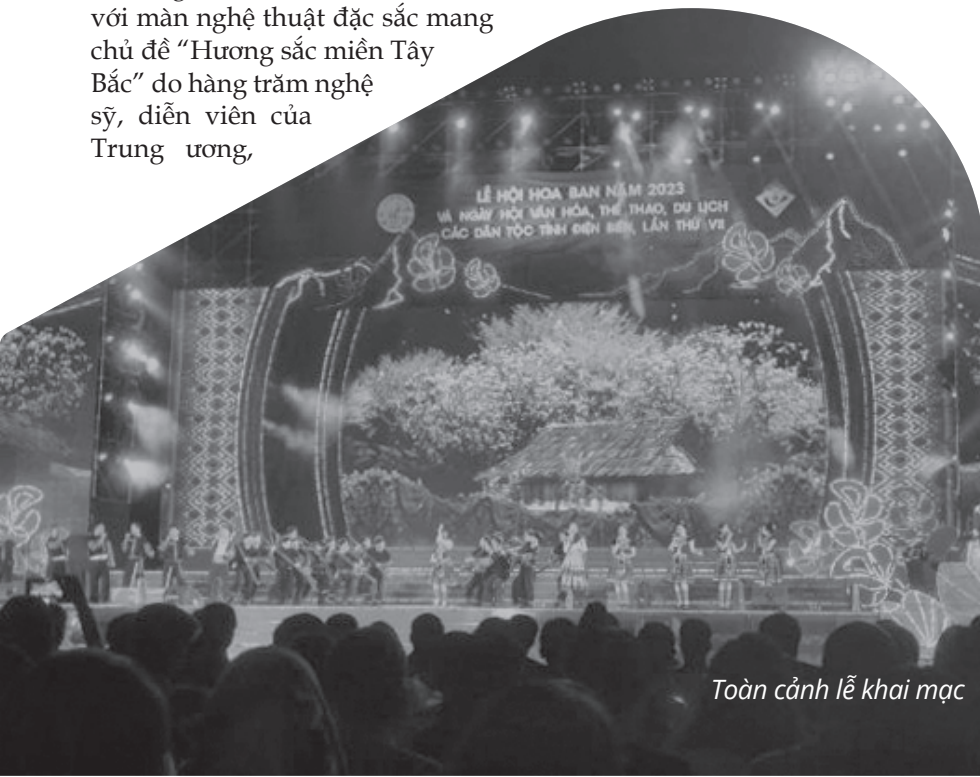
Lễ hội Hoa Ban năm 2023 và Ngày hội Văn hóa, Thể thao và Du lịch các dân tộc tỉnh Điện Biên lần thứ VII là sự kiện có ý nghĩa lớn với Đảng bộ, chính quyền và nhân dân tỉnh Điện Biên. Bảo tồn và phát huy các giá trị thiên nhiên, bản sắc văn hóa độc đáo của 19 dân tộc tỉnh Điện Biên sẽ góp phần khẳng định thương hiệu, tạo bút phá hơn nữa cho du lịch của mảnh đất lịch sử này, phấn đấu phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, từng bước hiện thực hóa mục tiêu trở thành tỉnh du lịch trọng điểm của khu vực Tây Bắc.

Với chuỗi các hoạt động văn hóa, thể thao, du lịch phong phú, chứa đựng bản sắc văn hóa dân tộc và đặc trưng lịch sử của miền đất Điện Biên Phủ anh hùng, linh thiêng, Lễ hội và Ngày hội sẽ tạo nên một không gian cộng đồng sôi nổi, rực rỡ sắc màu hòa chung với không khí hào hùng của những tháng năm lịch sử.

Các hoạt động như: Trưng bày, giới thiệu các tác phẩm ảnh đẹp về hoa Ban và du lịch Điện Biên; giới thiệu tiềm năng, thế mạnh phát triển du lịch địa phương và ảnh đẹp về sắc hoa Ban gắn liền với các giá trị văn hóa dân tộc. Giới thiệu các chương trình du lịch, các sản phẩm du lịch, sản phẩm quà tặng du lịch, các sản phẩm nông nghiệp; các sản phẩm thủ công truyền thống... được tổ chức trong suốt thời gian diễn ra Lễ hội.

Hòa chung không khí hào hùng hướng về những tháng năm lịch sử "Lễ hội Hoa Ban 2023" và "Ngày hội Văn hóa Thể thao và Du lịch các dân tộc tỉnh Điện Biên lần thứ VII" năm nay xuyên suốt từ chương trình nghệ thuật tới các hoạt động của Lễ hội, Ngày hội đều giới thiệu các giá trị văn hóa truyền thống, đặc sắc của cộng đồng 19 dân tộc tỉnh Điện Biên, quảng bá vẻ đẹp thiên nhiên, vẻ đẹp văn hóa, tiềm năng du lịch của Điện Biên nói riêng, vùng Tây Bắc nói chung tới đông đảo người dân trong nước và bạn bè quốc tế. Góp phần xây dựng một Điện Biên anh hùng trong quá khứ và vươn lên trong thời kỳ đổi mới hội nhập.

Đồng thời, xây dựng và tôn vinh hình ảnh hoa Ban trở thành hình ảnh văn hóa đặc trưng của Điện Biên, vùng Tây Bắc của Tổ quốc; khẳng định thương hiệu "Lễ hội Hoa Ban" đối với đông đảo nhân dân và du khách trong và ngoài nước.



Toàn cảnh lễ khai mạc

Bắc Giang: Lễ hội Yên Thế - Di sản văn hoá phi vật thể quốc gia

Lễ hội Yên Thế chính thức được tổ chức từ năm 1984, nhân kỷ niệm 100 năm ngày khởi nghĩa Yên Thế. Từ đó, lễ kỷ niệm này đã trở thành một lễ hội của người dân tỉnh Bắc Giang. Lễ hội thường được tổ chức vào ngày 16 tháng 3 dương lịch hàng năm, tại thị trấn Cầu Gồ của huyện Yên Thế, tỉnh Bắc Giang.



Lễ hội Yên Thế được tổ chức nhằm phát huy truyền thống đoàn kết, tinh thần yêu nước, độc lập tự cường và khơi dậy lòng tự hào dân tộc.



Phan Anh

Bắc (cũ) đã quyết định tổ chức Lễ hội Phồn Xương vào 3 ngày 15, 16 và 17 tháng 3 dương lịch hàng năm và lấy tên là Lễ hội Yên Thế.

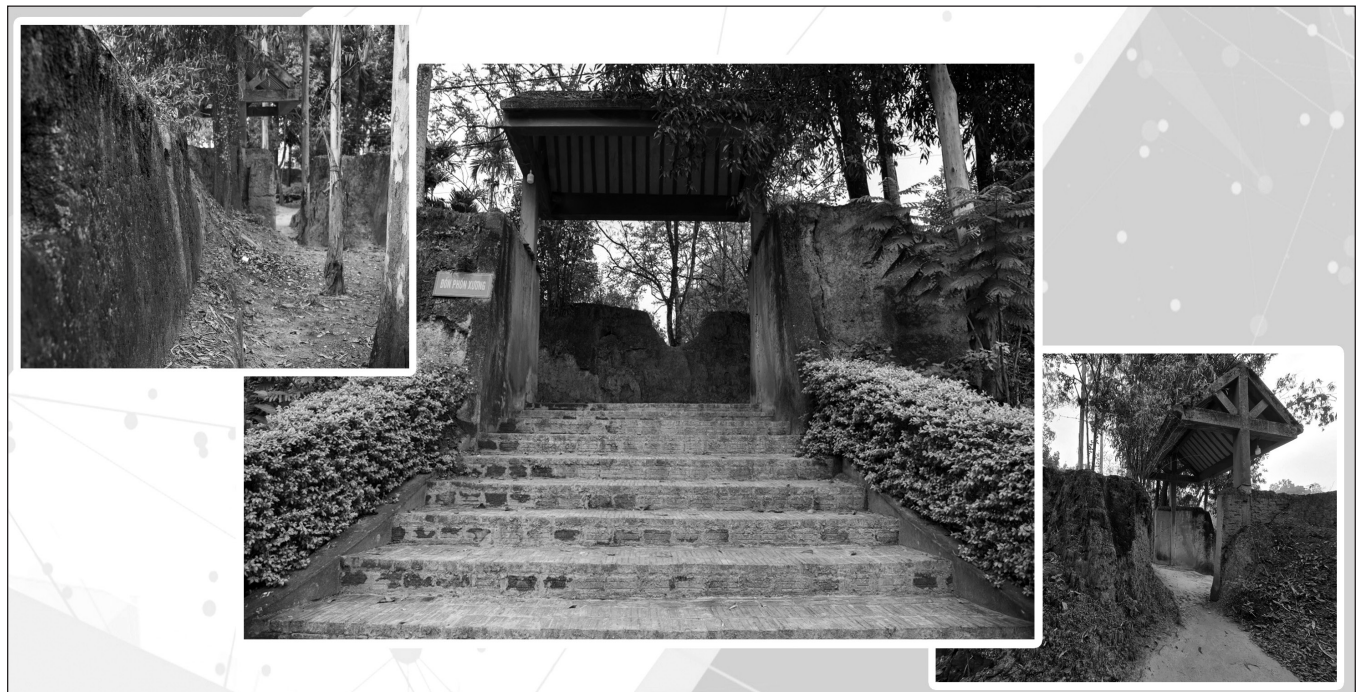
Diễn trình của Lễ hội Yên Thế

Vào ngày 16 tháng 3 dương lịch hàng năm, sáng sớm tinh mơ, từ khắp các ngã đường của huyện Yên Thế, Tân Yên, người người nườm nượp kéo nhau đi xem hội. Người dân đi thành từng đoàn, từng tốp... không khí tung bừng phấn khởi, người dân tập trung đông kín đường. Tại khu tập kết, các đoàn tham gia lễ hội đã chuẩn bị quần áo chỉnh tề, hoá trang xong chỉ còn chờ giờ xuất phát hành lễ.

Đây cũng chính là cuộc biểu dương sức mạnh, biểu dương vẻ đẹp, sự uy nghi cho không khí ngày hội Yên Thế. Chính quyền và nhân dân tổ chức khai hội, rước đón đội ngựa từ

Lịch sử hình thành

Lễ hội Yên Thế bắt nguồn từ Lễ hội cầu mùa ở Phồn Xương. Từ xa xưa, cư dân làng Trung, xóm Trung, xóm Chẽ và thôn Đông Nhân thường tổ chức lễ hội này tại đình và đền Phồn Xương, thuộc thị trấn Cầu Gồ và xã Phồn Xương, huyện Yên Thế, tỉnh Bắc Giang vào cuối tháng 8 đầu tháng 9 (âm lịch). Trong thời kỳ khởi nghĩa Yên Thế, Hoàng Hoa Thám (tức Đề Thám) - lãnh tụ của cuộc khởi nghĩa - đã đổi lịch tổ chức hội này sang trung tuần tháng Giêng. Sau khi cuộc khởi nghĩa Yên Thế thất bại, Lễ hội Phồn Xương không còn được tổ chức với quy mô và diễn trình như trước. Thay vào đó, nhân dân Phồn Xương thường tổ chức hội vào ngày 5 tháng Giêng (ngày giỗ của Hoàng Hoa Thám) để tưởng nhớ vị anh hùng của dân tộc. Năm 1984, nhân dịp kỷ niệm 100 năm ngày nổ ra cuộc khởi nghĩa Yên Thế, tỉnh Hà



Di tích đền Phồn Xương vẫn lưu giữ những thành hào, tường đất cổ của cuộc khởi nghĩa Yên Thế trải qua hàng trăm năm lịch sử.



Du khách trải hội Yên Thế.



Tái hiện Lễ tế cờ hoa của Hoàng Hoa Thám và nghĩa quân của ông trước khi ra trận tại Lễ hội Yên Thế.

làng Hà lên Phồn Xương, sau đó là lễ diễu hành trong toàn huyện và tổ chức dâng hương tưởng niệm người anh hùng dân tộc Hoàng Hoa Thám cùng những nghĩa sỹ tham gia khởi nghĩa. Đoàn rước của xã Phồn Xương rước nổi hương từ chùa Lèo về khu vực tổ chức lễ hội. Đi đầu là đoàn múa lân, sư tung cờ ngũ hành, phía sau là kiệu, trên kiệu đặt một mâm xôi gấc và thủ lợn đã luộc chín. Kiệu do bốn trai đình khiêng, hai bên có hai người che tàn và lọng, phía sau là các cụ trong hội người cao tuổi, với trang phục truyền thống, sau cùng là nhân dân trong xã, ăn mặc chỉnh tề cùng tiến vào lễ đài. Những người tham gia khiêng kiệu, vác cờ, tàn, lọng đều mặc áo đỏ, đầu chít khăn đỏ, cả đoàn rước khí thế, trang nghiêm, kiệu được đặt phía trước bên trái tượng đài.

Tham gia rước kiệu bát cống của thị trấn Cầu Gồ gồm 8 trai tân được tuyển chọn, mặc quần áo nậu, đầu chít khăn đỏ. Mâm ngũ quả, xôi oản được đặt trên kiệu. Khi giờ lành đến, cả đoàn bắt đầu tiến về hội trường trung tâm. Đi đầu đoàn rước là đội múa lân, sư, có các anh hề, chú tễu nhảy múa theo nhịp trống, đi sau là cờ ngũ hành, tiếp đó là 10 trai đình, trang phục áo nậu, đầu chít khăn đỏ, tay cầm bát bửu đi thành hai hàng, phía sau là kiệu. Đi hai bên kiệu là hai người cầm lọng che, tiếp sau là các cụ ông trong trang phục quần áo tề, chân đi hia, rồi đến các cụ bà trong trang phục quần áo màu vàng, sau cùng là các ban, ngành, đoàn thể

và bà con nhân dân trong thị trấn. Kiệu của thị trấn Cầu Gồ đặt ở phía bên phải tượng đài. Hai kiệu của thị trấn Cầu Gồ và xã Phồn Xương đứng uy nghiêm hai bên tượng đài, bên dưới là đoàn đại biểu, khách thập phương cùng về dự hội xếp thành hàng, trang nghiêm, trước tượng đài Hoàng Hoa Thám.

Đúng 8 giờ, buổi lễ bắt đầu, lãnh đạo tỉnh, huyện thay mặt Ban tổ chức lên đọc diễn văn khai Hội, ôn lại truyền thống hào hùng của nghĩa quân Yên Thế. Sau diễn văn là ba hồi chiêng trống. Tiếp đó, Đoàn Nghệ thuật chèo Bắc Giang diễn lại buổi lễ tế cờ năm xưa của Nghĩa quân Đề Thám. Sau lễ tế cờ long trọng, đoàn đại biểu của tỉnh, huyện, các xã, nhân dân và khách thập phương lần lượt lên dâng hương trước tượng đài. Khi lễ khai hội kết thúc, tại đôn Phồn Xương (trong đền thờ Bà Ba), nhân dân chuẩn bị lễ vật để tế linh hồn các nghĩa quân. Lễ vật cúng tế bao gồm 5 mâm lễ có đầy đủ gà, bánh dầy, cơm nắm, bánh gio, chè lam, xôi, thịt lợn ba chỉ luộc, rau diếp, 6 chiếc bát con, 6 đôi đũa, rượu, bánh chưng vuông, muối trắng, muối vùng.

Sau những nghi lễ trang trọng, các trò chơi dân gian trong hội rất sôi nổi, sinh động và thu hút được đông đảo cộng đồng và du khách tham gia: thanh thiếu niên, học sinh tham gia cắm trại, biểu diễn võ thuật, thi bắn súng, bắn cung nỏ, thi đấu cờ người, đu, vật, bóng chuyền, bóng đá, thi tìm

hiểu về cuộc khởi nghĩa Yên Thế,... các đoàn nghệ thuật quần chúng biểu diễn, chiếu phim về Đề Thám và cuộc khởi nghĩa Yên Thế.

Lễ hội Yên Thế đã khích lệ tinh thần nhân dân Yên Thế nói riêng, nhân dân Bắc Giang nói chung, cùng hướng về người anh hùng dân tộc và các nghĩa sỹ, để cầu mong những điều tốt đẹp cho gia đình, xã hội,... Lễ hội đã trở thành một "món ăn tinh thần" không thể thiếu đối với cư dân nơi đây và là di sản văn hóa phi vật thể có tính đại diện, thể hiện bản sắc của cộng đồng các dân tộc huyện Yên Thế, đó là: tinh thần đoàn kết, thượng võ, bất khuất, yêu nước, yêu chuộng hòa bình,... Lễ hội Yên Thế cũng phản ánh sự đa dạng văn hóa và sự sáng tạo của con người, thể hiện ở các nghi lễ của người Việt, các trò chơi dân gian độc đáo của người Tày, Nùng,... liên tục được kế thừa và phát huy trong đời sống. Hiện nay, Lễ hội Yên Thế đã trở thành một lễ hội lớn, quen thuộc với nhân dân huyện Yên Thế nói riêng, nhân dân Bắc Giang nói chung.

Lễ hội Yên Thế là một lễ hội lớn, gắn liền với những địa điểm khởi nghĩa Yên Thế - di tích quốc gia đặc biệt. Ngày 27 tháng 12 năm 2013, Bộ trưởng Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch đã quyết định đưa Lễ hội Yên Thế vào Danh mục di sản văn hóa phi vật thể quốc gia, loại hình Lễ hội truyền thống.

(Theo Hồ sơ di sản, tư liệu Cục Di sản văn hóa)



Các nghi lễ gồm: Lễ tế, lễ dâng hương, lễ phóng sinh,...

Sapa - Lào Cai: Lễ hội Năm mùa 2023 với những chương trình đặc sắc kỷ niệm "120 năm Du lịch Sapa"



Viết Dũng

Nhằm khẳng định vị thế của du lịch Sapa với bề dày lịch sử 120 năm phát triển và xây dựng, Sapa đã xây dựng nhiều hoạt động đặc sắc, hấp dẫn với điểm nhấn là sự kiện Lễ hội Năm mùa.

Lễ hội Năm mùa Sapa là một chuỗi những lễ hội được đầu tư bài bản và tổ chức chuyên nghiệp để tạo dấu ấn cho du lịch Sapa vào các mùa trong năm. Qua Lễ hội Sapa, du khách sẽ được trải nghiệm những nét đẹp thiên nhiên của Sapa từ mùa xuân, hạ rồi đến thu, đông. Hơn thế nữa, đến với Lễ hội Năm mùa Sapa, du khách sẽ được khám phá nét văn hóa đặc trưng của đồng bào dân tộc Tây Bắc thông qua những lễ hội hay các hoạt động tái hiện cuộc sống thường nhật của người dân.

Đầu tháng 3 là thời điểm muôn hoa khoe sắc thắm, thời tiết cũng bắt đầu ấm áp. Du khách đến Sapa năm nay sẽ được tham gia rất nhiều lễ hội được tổ chức trên mảnh đất này, đó là lễ hội mùa hè và lễ hội tình yêu.

Lễ hội mùa hè Sapa năm nay bao gồm rất nhiều sự kiện và lễ hội hấp dẫn, chắc chắn sẽ mang đến cho du khách những trải nghiệm thú vị trong dịp hè này. Các chương trình trong khuôn khổ Lễ hội mùa hè Sapa năm 2023 được chuẩn bị chu đáo, công phu, mang hơi thở của cuộc sống vùng cao Tây Bắc.

Để chuẩn bị một không gian sạch - đẹp cho các lễ hội, ngay từ đầu tháng 3, thị xã Sapa đã phát động phong trào thi đua toàn dân chung tay xây dựng thương hiệu: "Sapa - Khu du lịch quốc gia sạch - đẹp - văn minh"; dọn dẹp vệ sinh làm đẹp các tuyến phố khu dân cư, tổ chức đánh giá định kỳ tổng kết, trao giải, vinh danh...

Lễ hội mùa hè là một chuỗi các sự kiện đặc sắc tại Sân Quần thị xã Sapa. Đây là chương trình nghệ thuật đặc biệt chào hè và khởi động chuỗi sự kiện hướng tới kỷ niệm "120 năm du lịch Sapa".

Khác biệt so với các năm trước, năm nay trong Lễ hội mùa hè, Ngày hội văn hoá các dân tộc tại thị xã Sapa lần thứ I được tổ chức từ 22 - 23/04/2023 tại Sân Quần thị xã Sapa. Không gian văn hóa của 5 dân tộc ở Sapa được tái hiện qua các mô hình nhà truyền thống, không gian văn hoá, chợ phiên tại Sân Quần, các trò chơi, trò diễn dân gian, giao lưu văn nghệ... thu hút du khách cùng tham gia và giao lưu.

Nổi bật trong Lễ hội mùa hè Sapa 2023 là Lễ hội tình yêu và Festival hoa Hồng, hoa Fansipan, một lễ hội được đông đảo công chúng đón đợi diễn ra vào tối 28/04/2023 tại ga đi cáp treo Fansipan Legend. Thiết kế và trang trí xe hoa bằng hoa hồng và các loại hoa để rước và vinh danh các cặp đôi trên các tuyến phố chính của Sapa; thiết kế các không gian lãng mạn tại các điểm du lịch nổi tiếng của Sapa thành điểm check in đặc sắc cho các cặp đôi; Gala tình yêu.

Vào ngày 29/4, Lễ hội đường phố "Mộng Mị Sapa" và Ngày hội khám phá các di sản văn hóa dân tộc Dao, Ngày hội văn hóa bản Mông Cát Cát cũng được tổ chức. Tham gia các lễ hội, du khách có thể được thưởng thức văn nghệ dân gian độc đáo của các dân tộc trên địa bàn thị xã Sapa (Mông, Dao, Tày, Dáy, Xa Phó) kết hợp với văn nghệ của các dân tộc huyện Tam Đường, tỉnh Lai Châu (Lào, Dự) trên nền nhạc đặc sắc của từng dân tộc.

Ngoài ra, du khách còn được tham gia các hoạt động sản xuất cùng nông dân, các hoạt động văn hoá tại khu chợ văn hoá Tả Phìn, các hoạt động như thái lát thuốc, các công đoạn nấu thuốc tắm, học cách chuẩn bị thảo; trải nghiệm thực tế các di sản văn hoá phi vật thể quốc gia; chiêm ngưỡng nghệ thuật chạm khắc bạc của người Mông, người Dao; nghệ thuật làm trống người Dao; tham quan và học cách làm thổ cẩm, thêu hoa văn theo quy trình truyền thống dân tộc Dao đỏ và học viết chữ nôm Dao tại lớp học đặc biệt của các nghệ nhân người Dao đỏ; tổ chức hoạt động tham quan, trải nghiệm khám phá sự bí ẩn của di tích cấp quốc gia



Lễ hội mùa hè khai mạc với nhiều hoạt động hấp dẫn, mở màn cho một năm du lịch bùng nổ tại thị xã Sapa.

danh thắng động Tả Phìn...

Trong khuôn khổ của Lễ hội mùa hè sẽ có thêm nhiều hoạt động như: Lễ hội đèn Mẫu Sơn - Mẫu Thượng và Mẫu Fansipan (diễn ra từ 20 - 22/03/2023); hoạt động biểu diễn diễu hành, tổ chức đua ngựa tại Lễ hội Vó ngựa trên mây lần thứ 6 vào tháng 6 tại Khu ga đi cáp treo...

Bên cạnh đó các giải đấu về các môn thể thao cũng được lên kế hoạch tổ chức như: Giải chạy Sapa mùa nước đổ vào tháng 4-5/2023, tranh giải các cự ly 5km, 10km, 15km và 20km...; Giải Tennis cúp Fansipan mở rộng; Festival yoga quốc tế kết hợp với sản phẩm du lịch "Chữa lành", mang đến một trải nghiệm thú vị và ấn tượng.

Lễ hội mùa thu Sapa 2023 bao gồm nhiều hoạt động văn hóa, thể thao đặc sắc, hấp dẫn thể hiện nét văn hóa, nghệ thuật và đời sống thường nhật của các dân tộc địa phương tại Sapa.

Khai mạc Lễ hội mùa thu Sapa - Ngày hội mùa vàng và chương trình trình diễn thời trang áo dài và thổ cẩm sẽ tổ chức vào tháng 8 tại thị xã Sapa. Các chương trình nghệ thuật Sapa - Ngày hội mùa vàng và giới thiệu trình diễn các bộ thời trang áo dài với cảm hứng từ thổ cẩm Sapa và các dân tộc thiểu số vùng Tây Bắc, nhằm bảo tồn phát huy quảng bá các giá trị văn hóa các dân tộc thông qua các sản phẩm từ thổ cẩm.

Dự kiến trong tháng 8, 9 sẽ tổ chức nhiều giải đấu thể thao như: Giải đua xe đạp địa hình mở rộng đua trên mùa vàng tranh giải các cự ly 5 km, 10 km, 15 km, 20 km...; Liên hoan khiêu vũ thể thao tổ chức các nội dung đôi, solo, tập thể tại Sân Quần thị xã Sa Pa; Giải Marathon vượt núi quốc tế Sapa VMM2023.

Hàng năm, vào mùa thu, ai ai cũng sẽ nhớ tới Tết Trung thu - tết của thiếu nhi và ở Sapa cũng không ngoại lệ. Vào ngày 29/9 tại sân Quần trung tâm thị xã, Đêm Hội Trăng Rằm và Lễ hội đường phố sẽ được tổ chức với các hoạt động văn nghệ quần chúng, rước đèn Trung thu và lễ hội đường phố cùng sự tham gia của đông đảo quần chúng nhân dân và du khách thập phương.

Điểm nhấn trong lễ hội mùa thu đó chính là Lễ hội mùa vàng trên mây diễn ra từ tháng 8 đến tháng 9 tại khu Ga đi cáp treo Fansipan. Trong lễ hội không gian văn hóa phiên chợ vùng cao được tái hiện. Nhiều hoạt động giao lưu văn hóa văn nghệ các dân tộc, những trò chơi, trò diễn dân gian của các dân tộc Sapa được tổ chức để thu hút khách cùng tham gia và giao lưu.

Lễ hội mùa đông Sapa 2023 dự kiến sẽ có rất nhiều sự kiện và Lễ hội Sapa hấp dẫn để phục vụ người dân và du khách đến với thị trấn Sapa trong dịp này. Đặc biệt, khách du lịch trong và ngoài nước sẽ có cơ hội trải nghiệm những sự kiện Sapa rất thú vị như không gian tuyết Sapa phục vụ nhu cầu của du khách ở cổng lễ hội tuyết, con đường tuyết trắng, biệt thự tuyết, khu vườn cổ tích, tuyết rơi trên di sản ruộng bậc thang, khu vườn tuyết, sân khấu mùa đông với chương trình nghệ thuật đặc sắc. Mỗi không gian sẽ mang lại những trải nghiệm và hình ảnh ấn tượng.

Chuỗi sự kiện trong Lễ hội Năm mùa năm 2023 hứa hẹn sẽ tạo ra nhiều sản phẩm du lịch hấp dẫn và thu hút khách du lịch khi đến với Sapa. Du khách sẽ được trải nghiệm văn hóa nghệ thuật ẩm thực của các dân tộc Sapa. Lễ hội Năm mùa năm 2023 chào mừng kỷ niệm "120 năm du lịch Sapa" sẽ đem đến nhiều ấn tượng đẹp và trải nghiệm thú vị cho du khách, góp phần quảng bá hình ảnh Sapa tới đông đảo người dân trong nước và bạn bè quốc tế.

Thái Nguyên: Tưng bừng Lễ hội "Võ Nhai nơi nguồn cội" năm 2023



Quang cảnh khu vực hồ sinh thái - công viên cây xanh trung tâm huyện Võ Nhai, tỉnh Thái Nguyên.

Mới đây, Huyện uỷ, HĐND, UBND, Uỷ ban MTTQ, cùng các cơ quan, đơn vị và nhân dân huyện Võ Nhai, tỉnh Thái Nguyên đã tổ chức Lễ hội "Võ Nhai nơi nguồn cội" tại khu vực hồ sinh thái - công viên cây xanh trung tâm huyện Võ Nhai.

Võ Nhai là huyện vùng cao duy nhất của tỉnh Thái Nguyên. Nơi đây có nhiều di tích lịch sử, văn hóa, danh thắng có ý nghĩa đặc biệt. Theo thống kê, trên địa bàn huyện Võ Nhai hiện có 5 di tích lịch sử, văn hóa, danh thắng cảnh cấp Quốc gia và 12 di tích cấp tỉnh. Thời gian qua, huyện đã tổ chức nhiều hoạt động nhằm giới thiệu, quảng bá về bản sắc văn hoá, lịch sử, các danh lam thắng cảnh cùng tiềm năng của đất và người Võ Nhai đến mọi miền đất nước.

Điều này góp phần cụ thể hoá Đề án phát triển du lịch tỉnh Thái Nguyên giai đoạn 2021-2025, định hướng đến năm 2030; Đề án phát triển du lịch huyện Võ Nhai giai đoạn 2021-2025, định hướng đến năm 2030; đồng thời tuyên truyền, giáo dục lịch sử truyền thống cách mạng và tạo không khí vui tươi phấn khởi, cổ vũ động viên Đảng bộ, chính quyền và nhân dân các dân tộc trên địa bàn cùng đoàn kết, thực hiện các nhiệm vụ kinh tế - xã hội của địa phương.

Lễ hội "Võ Nhai nơi nguồn cội" được tổ chức lần đầu tiên vào năm 2013 và đã trở thành lễ hội thường niên của huyện. Qua đó, quảng bá, giới thiệu bản sắc văn hóa, lịch sử, các danh lam thắng cảnh độc đáo, sự kiện này còn là nơi giao lưu, hội tụ văn hóa của 8 dân tộc anh em sinh sống trên địa bàn huyện Võ Nhai.

Sau một thời gian bị ảnh hưởng bởi dịch COVID-19, năm nay, Lễ hội "Võ Nhai nơi cội nguồn" được tổ chức với quy mô lớn. Trong 2 ngày diễn ra lễ hội, Huyện uỷ, HĐND, UBND, Uỷ ban MTTQ, cùng các cơ quan, đơn vị và nhân dân huyện Võ Nhai tổ chức dâng hương tại các địa điểm: Di tích lịch sử nơi thành lập chi bộ đảng đầu tiên của huyện tại xóm Cao Lâm, xã Phú Thượng; di tích nơi thành lập chính quyền cách mạng tại xã La Hiên và Nghĩa trang Liệt sĩ của huyện.

Tại Lễ hội, du khách được hòa mình vào nhiều hoạt động văn hóa, văn nghệ, thể thao mang đậm bản sắc vùng cao, gồm: Hội trại văn hóa, chợ quê, chợ ẩm thực, đốt lửa trại, múa sạp, dân ca dân vũ; các trò chơi bịt mắt bắt vịt, chơi gà, tung còn, bắn nỏ...

Dịp này, Ban Tổ chức Lễ hội cũng tổ chức nhiều giải thi đấu thể thao như chạy việt dã, bóng chuyền, cầu lông, quần vợt... Đặc biệt, một trong những nét mới của Lễ hội "Võ Nhai nơi cội nguồn" năm 2023 là du khách được trải nghiệm không gian số 3D về đặc trưng văn hóa dân tộc Tày, Nùng của huyện Võ Nhai.

Việc tổ chức Lễ hội "Võ Nhai nơi nguồn cội" nhằm quảng bá, giới thiệu bản sắc văn hóa, lịch sử, các danh lam thắng cảnh độc đáo của mảnh đất giàu truyền thống Võ Nhai đến với đông đảo du khách trên mọi miền của đất nước, du khách quốc tế góp phần thúc đẩy tiềm năng phát triển du lịch của huyện Võ Nhai cũng như tỉnh Thái Nguyên.



Bảo Trung

Phát huy các giá trị và nguồn lực văn hóa xây dựng Thủ đô "Văn hiến - Văn minh - Hiện đại"

Mới đây, thành phố Hà Nội đã tổ chức Hội thảo khoa học Phát huy các giá trị và nguồn lực văn hóa xây dựng Thủ đô "Văn hiến - Văn minh - Hiện đại". Hội thảo được tổ chức nhằm tạo diễn đàn để các cơ quan ban ngành, các chuyên gia, nhà khoa học cùng nhau thảo luận, trao đổi ý kiến đưa ra các luận cứ khoa học, các giải pháp giúp thành phố Hà Nội phát huy các giá trị và nguồn lực văn hoá của Thăng long - Hà Nội, xây dựng Thủ đô phát triển nhanh, bền vững, lan toả để thúc đẩy Vùng đồng bằng sông Hồng, vùng kinh tế trọng điểm Bắc bộ và cả nước cùng phát triển.

Văn hoá yếu tố quan trọng để xây dựng một Thủ đô "Văn hiến - Văn minh - Hiện đại"

Phát biểu tại Hội thảo, ông Đinh Tiến Dũng, Ủy viên Bộ Chính trị, Bí thư Thành ủy cho rằng: Trên thế giới, hiếm thủ đô nào có lịch sử, truyền thống văn hóa hơn 1.000 năm tuổi (tính từ kinh đô của nhà nước Âu Lạc vào đầu thế kỷ thứ 3 trước Công Nguyên) như Thủ đô Hà Nội. Mỗi người dân Hà Nội và chúng ta luôn tự hào về Thủ đô yêu dấu, luôn ý thức trách nhiệm, nghĩa vụ góp phần xây dựng và phát triển Thủ đô văn hiến - văn minh - hiện đại, thành phố kết nối toàn cầu.

Thủ đô Hà Nội được biết đến là "Thành phố di sản", với quỹ di sản văn hoá vô cùng phong phú, đa dạng gồm 5.922 di tích lịch sử, văn hóa, trong đó có 1 di sản văn hóa thế giới, 21 di tích và cụm di tích quốc gia đặc biệt; 1.793 di sản văn hóa phi vật thể. Hà Nội có những di sản văn hóa vật thể vô giá, đó là những dấu tích của thành quách nguy nga, công trình kiến trúc tâm linh (đình, chùa, đền miếu, phủ...), tượng đài, công viên, vườn hoa, sông hồ...

Hà Nội còn là "đất trăm nghề", là địa bàn có số lượng làng nghề nhiều nhất cả nước với trên 1.350 làng nghề và làng có nghề, trong đó có hơn 300 làng nghề thủ công truyền thống tiêu biểu, khoảng 70 không gian sáng tạo và 1.095 lễ hội và

sinh hoạt văn hóa cộng đồng mang bản sắc văn hóa vùng đồng bằng sông Hồng, gắn liền với những câu chuyện lịch sử trong suốt quá trình dựng nước và giữ nước của dân tộc.

Hà Nội là nơi "lắng hồn núi sông ngàn năm", được biết đến là "Thủ đô Anh hùng", "Thành phố

Vì hòa bình", "Thủ đô của lương tri và phẩm giá con người"...; thành phố đầu tiên của Việt Nam tham gia "Mạng lưới các Thành phố Sáng tạo của UNESCO". Đây chính là những tài sản vô giá để Thủ đô Hà Nội phát huy nguồn lực văn hóa, tiếp thêm sức sáng tạo cho các hoạt động văn hóa,



nghệ thuật, góp phần xây dựng Thủ đô “Văn hiến - Văn minh - Hiện đại”.

Hội thảo là sự tiếp nối, kế thừa và vận dụng những kết quả của các hội nghị, hội thảo khoa học vào thực tiễn cuộc sống đang diễn ra hết sức sôi động trên địa bàn thành phố. Để tiếp tục làm rõ tư tưởng chỉ đạo coi văn hóa là động lực, là nguồn lực xây dựng và phát triển Thủ đô “Văn hiến - Văn minh - Hiện đại”.

Với tinh thần dân chủ, khoa học và cầu thị, thành phố mong muốn có sự đồng hành, tham gia đóng góp của các chuyên gia, nhà khoa học, các cơ quan nghiên cứu bằng các luận cứ khoa học, trách nhiệm và tình cảm đối với Thủ đô về vai trò của văn hóa trong xây dựng và phát triển, tiếp tục làm rõ hơn nội hàm và giải pháp phát triển Thủ đô “Văn hiến - Văn minh - Hiện đại” như đã được khẳng định tại Nghị quyết số 15-NQ/TW ngày 05/5/2022 của Bộ Chính trị về “Phương hướng, nhiệm vụ phát triển Thủ đô Hà Nội đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045”, Nghị quyết 30-NQ/TW ngày 23/11/2022 của Bộ Chính trị về “Phát triển kinh tế - xã hội và bảo đảm quốc phòng, an ninh Vùng đồng bằng sông Hồng đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045”.

Cũng theo Bí thư Thành ủy Hà Nội, trong các cương lĩnh chính trị, các Nghị quyết của Đảng đều rất quan tâm đến phát triển văn hóa. Từ Cương lĩnh chính trị đầu tiên của Đảng năm 1930, Đảng ta đã đề cập đến vấn đề phải phát triển văn hoá của dân tộc. Năm 1943, Đảng ta đã thông qua “Đề cương văn hóa Việt Nam” với chủ trương phát triển nền văn hóa Việt Nam “Dân tộc - Khoa học - Đại chúng” đến Nghị quyết Trung ương 5 khóa VIII về xây dựng và phát triển nền văn hóa Việt Nam tiên tiến, đậm đà bản sắc dân tộc, Nghị quyết Trung ương 9 khóa XI “Văn hóa phải đặt ngang hàng với kinh tế, chính trị, xã hội”.

Đặc biệt đến Đại hội XIII của Đảng đã xác định: “Phát triển con người toàn diện và xây dựng nền văn hoá Việt Nam tiên tiến, đậm đà bản sắc dân tộc để văn hoá thực sự trở thành sức mạnh nội sinh, động lực phát triển đất nước và bảo vệ Tổ quốc. Tăng đầu tư cho phát triển sự nghiệp văn hoá”. Có thể nói, đây là những tư tưởng chỉ đạo hết sức quan trọng, ngày càng khẳng định vững chắc vai trò đặc biệt quan trọng của văn hóa trong tiến trình phát triển bền vững của nước ta.

4 nhóm vấn đề xây dựng Thủ đô “Văn hiến - Văn minh - Hiện đại”

Theo Ban tổ chức, 4 vấn đề chính được quan tâm thảo luận tại Hội thảo Khoa học Phát huy các giá trị và nguồn lực văn hóa xây dựng Thủ đô “Văn



Bí thư Thành ủy Đinh Tiến Dũng phát biểu tại Hội thảo.

hiến - Văn minh - Hiện đại”, bao gồm:

Luận cứ khoa học về đặc tính và giá trị văn hóa Thăng Long - Hà Nội, Thủ đô Văn hiến - Văn minh - Hiện đại. Vị trí, vai trò đặc biệt của văn hoá Thăng Long - Hà Nội, kết hợp hài hòa, nhuần nhuyễn giữa giữ gìn bản sắc văn hóa với phát triển kinh tế, giữa phát triển kinh tế với phát triển văn hóa, trong đó văn hóa, con người vừa là mục tiêu, vừa là nền tảng, nguồn lực, động lực để phát triển Thủ đô.

Nhận diện các nguồn lực văn hoá. Luận cứ khoa học và thực tiễn, các giải pháp để phát huy nguồn lực văn hóa Thăng Long - Hà Nội, chuyển hoá nguồn tài nguyên nhân văn, nguồn vốn văn hoá để phát triển công nghiệp văn hóa, du lịch văn hóa và công nghiệp sáng tạo. Kiểm đếm, đánh giá, số hoá di sản văn hóa, xây dựng cơ sở dữ liệu số, hình thành nguồn tài nguyên nhân văn, để cùng với nguồn tài nguyên số là những nguồn tài nguyên của thời đại CMCN lần thứ 4 có giá trị và quan trọng nhất cho phát triển xanh, phát triển bền vững.

Các giải pháp bảo tồn, phát huy, phát triển giá trị của Thủ đô di sản, đặc biệt phát triển thương hiệu “Thành phố sáng tạo”. Đẩy mạnh nghiên cứu, chuyển giao, ứng dụng, phát triển khoa học,

công nghệ và đổi mới sáng tạo; xây dựng Hà Nội trở thành trung tâm đổi mới sáng tạo, nghiên cứu, phát triển, chuyển giao công nghệ hàng đầu của cả nước và khu vực. Phát triển Hà Nội thành Thủ đô thông minh, hiện đại, có bản sắc, tạo hiệu ứng lan tỏa, liên kết vùng đô thị phía Bắc và cả nước, trở thành một trong những điểm đến của tri thức và sáng tạo trong khu vực và trên thế giới. Các nhiệm vụ, giải pháp để thực hiện. Trong đó đặc biệt là các giải pháp về cơ chế, chính sách, về phân cấp phân quyền, cơ chế hợp tác công tư, cơ chế xã hội hóa, cơ chế liên kết hợp tác cả trong và ngoài nước.

Phát biểu đề dẫn Hội thảo, Phó Chủ tịch UBND thành phố Hà Minh Hải tin tưởng rằng Hội thảo sẽ đạt mục tiêu đề ra, đóng góp tích cực và hiệu quả cho công tác lãnh đạo, chỉ đạo của các cấp, các ban, ngành của thành phố trong triển khai xây dựng quy hoạch, kế hoạch phát triển của địa phương, phát huy mạnh mẽ truyền thống ngàn năm văn hiến, tinh thần chủ động sáng tạo, khơi dậy niềm tự hào và ý chí, khát vọng phát triển của cán bộ và nhân dân Thủ đô, để cùng nhau xây dựng và đưa hình ảnh Thủ đô thân yêu “Văn hiến - Văn minh - Hiện đại” đến với bạn bè năm châu.





Làng Chuông (Thanh Oai, Hà Nội) là ngôi làng có hơn 1.000 năm tuổi. Nơi đây được biết đến là làng nón lá truyền thống, nổi tiếng thu hút du khách trong nước và quốc tế đến tham quan và trải nghiệm.



Lê Văn Họa



Làng Chuông Điểm du lịch làng nghề thú vị tại Hà Nội

Nón lá làng Chuông - Nét đẹp làng nghề Việt

Chiếc nón lá là một nét đẹp trong đời sống của người dân từ thời xa xưa, góp phần tô điểm cho hình ảnh cô gái Việt Nam với tà áo dài thướt tha, dịu dàng, toát lên hình tượng độc đáo của phụ nữ Việt.

Chiếc nón lá đẹp xinh còn là đề tài, cảm hứng cho nhiều nhạc sĩ nổi tiếng như "Một người con gái đứng nghiêng nghiêng vành nón lá/ Đường chiều bờ đê lối xưa kỷ niệm thiết tha" trong bài hát "Chờ người" của nhạc sĩ Lam Phương.

Nhắc đến nón lá, ta sẽ nhớ ngay đến chiếc nón lá của làng Chuông (Thanh Oai, Hà Tây), ngôi làng đã trở thành một địa điểm du lịch văn hóa không thể bỏ qua khi đến Thủ đô.

Làng Chuông có niên đại hơn 1.000 năm. Theo lịch sử ghi lại, thời xưa, người dân chủ yếu sản xuất các sản phẩm nón là nón thúng và nón đầu. Khoảng năm 1920, một nghệ nhân tên Hai Cát (nay đã ngoài 80 tuổi) đi khắp nơi, tìm tòi, đúc kết, sáng tạo ra mẫu nón lá với hình thức to vừa phải, gọn gàng xinh xắn, được gọi là nón Xuân Kiều và duy trì mẫu nón này đến thời nay, được gọi là nón lá làng Chuông.

Ông Phạm Văn Toàn - Bí thư Đảng ủy, Chủ tịch HĐND xã Phương Trung, huyện Thanh Oai, TP. Hà Nội cho biết: Từ đó, người dân địa phương nơi đây tập trung sản xuất nón để trang trải cuộc sống, qua nhiều thế kỷ, nghề làm nón trở thành một nghề cơ bản, tạo công ăn việc làm, mang lại cuộc sống ấm no cho nhiều gia đình.

Ngày nay, trong thời kỳ đổi mới, người dân làng Chuông vẫn cố gắng duy trì nghề làm nón để gìn giữ nét văn hóa đặc trưng của làng nghề truyền thống do cha ông xưa

để lại. Không chỉ vậy, làng Chuông còn phát triển trở thành địa điểm du lịch hấp dẫn dành cho du khách trong nước và quốc tế tham quan, trải nghiệm cảm giác thú vị từ tay làm nên những chiếc nón.

Lịch sử làng nghề nón Chuông

Làng Chuông tọa lạc tại xã Phương Trung, huyện Thanh Oai, cách trung tâm thành phố Hà Nội chưa đầy 30 km. Đến đây, du khách sẽ được tìm hiểu những giá trị văn hóa của một làng nghề truyền thống của dân tộc.

Làng Chuông thường được biết đến với tên gọi khác là làng nón Chuông, có diện tích trên 481 ha gồm 8 thôn: Tây Sơn, Liên Tân, Quang Trung, Mã Kiều, Chung Chính, Tân Tiến, Tân Dân 1 và Tân Dân 2.

Là một làng nghề lâu đời của tỉnh Hà Tây cũ, nay là Hà Nội, không ai biết được chính xác nghề làm nón của làng Chuông có từ bao giờ. Tuy nhiên theo lời kể của những bô lão



Ông Lê Văn Tuy (bên trái) đón nhận danh hiệu nghệ nhân.



Khung cảnh sáng sớm bà con trong làng tập nập mua bán nguyên liệu làm lá nón.

trong làng, từ thế kỉ thứ VIII, dân làng đã bắt đầu sản xuất nón. Thuở đó, làng Chuông có tên gọi là Trang Thị Trung, là một làng chuyên làm các loại nón cho hầu hết mọi tầng lớp trong xã hội để che mưa che nắng.

Hiện nay, làng Chuông Hà Nội cung cấp nhiều mẫu mã nón lá truyền thống đa dạng như nón quai thao rộng vành cách điệu, thường được những diễn viên, nghệ sĩ hát quan họ đội hoặc đeo trên tay khi biểu diễn hát thuyền. Còn nón lá già ghép sống phục vụ cho những người phụ nữ làm công việc đồng áng và làm vườn.

Hàng trăm năm đã đi qua, nghề đan nón lá tại làng Chuông vẫn giữ được nét văn hóa làng nghề và đang ngày một vươn xa ra thị trường quốc tế. Nhiều đoàn khách du lịch ngoại quốc về thăm làng rất thích thú khi được chiêm ngưỡng và mua cho mình một chiếc nón theo sở thích để đội làm duyên hay để che nắng, che mưa khi đi thăm thú quanh làng.

Làng Chuông là một trong những chiếc nôi sản xuất nón lá nổi tiếng nhất Hà thành. Hiện nay, làng Chuông có 4000 hộ dân gắn bó với nghề khâu nón lá, mang đến những sản phẩm đẹp mắt với giá thành rất rẻ, 100% nón lá được sản xuất thủ công với nhiều mẫu mã phong phú.

Về với làng Chuông, du khách được trực tiếp quan sát quy trình sản xuất chiếc nón lá. Nguyên liệu chính để làm nón lá là lá cọ tươi nhập từ một số tỉnh như Quảng Bình, Quảng Trị... Do lá cọ khi tươi có màu xanh và khá nặng nên công đoạn đầu tiên là vò kỹ lá cọ với cát cho nở to ra, sau đó phơi 3 nắng to làm nước bay hơi, để lại xác lá khô trắng, nhẹ bẫng, mới chuyển sang những công đoạn kế tiếp như giã lá, là lá cho phẳng, thẳng... Để tạo ra một chiếc nón đẹp mắt, trước hết cần khung nón hình chóp chắc chắn, được làm bằng tre, nứa hoặc gỗ. Cấu tạo khung nón gồm 8 thanh tre thẳng, được khắc 16 vòng đều nhau từ nhỏ đến to, một đầu được gắn chặt vào chiếc vòng mây lớn, chắc, tạo thành vành nón, đầu còn lại được kết chặt vào nhau tạo thành chóp nón nhỏ, nhọn, gọi là đỉnh nón. Khi kết nón, người thợ sẽ quấn đủ 16 vành xếp tầng từ trên xuống dưới theo kích thước nhất định.

Tiếp đến là công đoạn khâu lá vào nhau rồi gắn vào khung theo 3 lớp gồm: lớp lá, lớp mo (từ cây tre, mo, nứa, bương) và thêm một lớp lá là những chiếc lá trắng đẹp nhất để hoàn thiện xong bước tạo ra hình một chiếc nón. Các bước này gọi là quay nón. Bước tiếp theo là công đoạn khâu quanh nón 16 vòng, mũi khâu có thể mau hay thưa khác nhau tùy thuộc vào độ khéo léo của người thợ, tạo nên một chiếc nón đẹp.

Trước khi buộc quai, người nghệ nhân sẽ đem ủ hum với hơi diêm để màu nón trở nên trắng đẹp hơn và giữ nón phẳng phiu và tránh bị ẩm mốc, hoặc phủ dầu bên ngoài để se khít các lỗ chân kim và bóng đẹp, đồng thời có tác dụng chống nước, đảm bảo chiếc nón luôn sạch sẽ khi sử dụng.

Để tô điểm thêm cho chiếc nón, các cô gái làng Chuông còn dán vào thân nón những họa tiết hoa bằng giấy với đủ màu sắc và hình thù. Tinh tế hơn, họ còn dùng những sợi chỉ màu thêu chéo ở hai điểm đối diện trong lòng chiếc nón để người sử dụng có thể gắn những dải lụa mềm, nhiều màu sắc vào đó làm quai nón, giúp tôn lên nét duyên dáng của mỗi cô gái.



Du khách Việt Nam và quốc tế thích thú khi được đội nón làng Chuông.



Nghệ nhân Lê Văn Tuy đang hướng dẫn du khách quốc tế thực hành công đoạn xử lý nguyên liệu sản xuất nón lá.



Nguyên liệu chính để làm chiếc nón lá là lá cọ tươi.

Giám đốc Bảo hiểm xã hội thành phố Hà Nội (BHXH TP. Hà Nội) Phan Văn Mến đã chủ trì buổi làm việc với 3 tổ chức dịch vụ thu là Bưu điện thành phố Hà Nội, Viettel Hà Nội - Chi nhánh Tập đoàn Viễn thông quân đội, Tổng Công ty Bảo hiểm PVI để triển khai giải pháp phát triển người tham gia BHXH, bảo hiểm y tế (BHYT) năm 2023.



Toàn cảnh buổi làm việc giữa BHXH TP Hà Nội với 3 tổ chức dịch vụ thu.

BHXH TP. Hà Nội: ĐỒNG HÀNH CÙNG TỔ CHỨC DỊCH VỤ THU PHÁT TRIỂN NGƯỜI THAM GIA BHXH, BHYT



Giám đốc BHXH thành phố Hà Nội Phan Văn Mến.



Đại diện Tổng Công ty Bảo hiểm PVI.

Tham dự buổi làm việc có bà Đàm Thị Hòa - Phó Giám đốc BHXH TP, lãnh đạo Văn phòng và các phòng nghiệp vụ BHXH TP, đại diện lãnh đạo và nhân viên của 3 tổ chức dịch vụ thu.

Theo báo cáo của BHXH TP, hiện toàn thành phố có 3 tổ chức dịch vụ thu BHXH, BHYT là Bưu điện, Viettel và PVI với 1.168 điểm thu, 2.577 nhân viên. Trong đó, Bưu điện có 933 điểm thu với 1.381 nhân viên thu; Viettel có 118 điểm thu với 995 nhân viên thu; PVI có 117 điểm thu với 201 nhân viên thu.

Năm 2022, số người tham gia BHXH tự nguyện của toàn thành phố là 75.015 người, đạt 100% kế hoạch giao của BHXH Việt Nam. Tổ chức dịch vụ thu Bưu điện phát triển được 47.472 người. Tổ chức dịch vụ thu PVI phát triển được 4.343 người. Tổ chức dịch vụ thu Viettel phát triển được 674 người.

Đánh giá về hoạt động của 3 tổ chức dịch vụ thu, đại diện BHXH TP cho biết, các tổ chức dịch vụ thu cơ bản đã đáp ứng đầy đủ các yêu cầu làm tổ chức dịch vụ thu theo quy định của BHXH Việt Nam tại Quyết định 1155/QĐ-BHXH. Cùng với đó, công tác chuyển giao giữa đại lý thu các xã, phường, thị trấn sang các tổ chức dịch vụ thu đảm bảo an toàn, không làm ảnh hưởng đến quyền lợi của người tham gia BHXH, BHYT.

Tuy nhiên, qua kiểm tra tại một số điểm thu, BHXH TP nhận thấy vẫn còn một số hạn chế mà các điểm thu phải khắc phục ngay. Một số điểm thu chưa thực hiện đúng theo quy định tại Quyết định 1155/QĐ-BHXH ngày 12/5/2022 của Bảo hiểm xã hội Việt Nam như chưa treo biển hiệu,

chưa đeo thẻ nhân viên thu, chưa đẩy mạnh công tác tuyên truyền, vận động người dân tham gia BHXH, BHYT...

Tại buổi làm việc, đại diện lãnh đạo và nhân viên của 3 tổ chức dịch vụ thu đã nêu những khó khăn, vướng mắc trong quá trình hoạt động và đưa ra kiến nghị. Trưởng các phòng nghiệp vụ, Giám đốc BHXH TP đã giải đáp những thắc mắc, tiếp thu toàn bộ kiến nghị của các tổ chức dịch vụ thu. Kết luận buổi làm việc, nhấn mạnh vai trò của các tổ chức dịch vụ thu, Giám đốc BHXH TP Phan Văn Mến cho biết, các tổ chức dịch vụ thu có nhiều điểm mạnh, có công nghệ hiện đại, có nhiều kinh nghiệm về cách tiếp cận khách hàng, phương pháp bán hàng, do đó có ưu thế trong việc tuyên truyền, vận động người dân tham gia BHXH, BHYT.

Theo Giám đốc BHXH TP, cơ quan BHXH và các tổ chức dịch vụ thu đều có mục tiêu chung là thực hiện chủ trương của Đảng và Nhà nước đảm bảo an sinh xã hội. Do đó, các phòng nghiệp vụ, BHXH các quận, huyện thị xã phải thường xuyên trao đổi, hỗ trợ kịp thời, giải quyết, tháo gỡ khó khăn, vướng mắc phát sinh cho các tổ chức dịch vụ thu.

Giám đốc BHXH TP đề nghị, trong thời gian tới, các tổ chức dịch vụ thu tiếp tục mở rộng mạng lưới thu BHXH, BHYT, đáp ứng tiêu chí mỗi xã, phường, thị trấn có một điểm thu. Đối với việc đào tạo nhân viên thu BHXH, BHYT, cần đào tạo giỏi về nghiệp vụ, có trách nhiệm cao, phẩm chất tốt, ngăn chặn kịp thời hành vi trục lợi BHXH, BHYT.

Các tổ chức dịch vụ thu thực hiện nghiêm túc quy trình nghiệp vụ phát triển người tham gia BHXH, BHYT, quy trình thu, nộp tiền đầy đủ, tăng cường truyền thông về lợi ích của chính sách BHXH, BHYT để người dân nắm bắt và hiểu rõ chính sách.

Ngoài ra, để công tác phối hợp BHXH TP và các tổ chức dịch vụ thu thuận lợi, hiệu quả, BHXH TP yêu cầu BHXH các quận, huyện, thị xã kiểm tra trực tiếp các điểm thu BHXH, BHYT trên địa bàn để kịp thời chấn chỉnh việc quản lý hoạt động của các tổ chức dịch vụ thu BHXH, BHYT.

Các phòng nghiệp vụ và BHXH các quận, huyện, thị xã phối hợp ngay với 3 tổ chức dịch vụ thu tổ chức các hội nghị tuyên truyền chính sách BHXH, BHYT. Chuyên viên chuyên quản BHXH quận bám sát quận, huyện quản lý. Nắm bắt tình hình, đôn đốc BHXH quận, huyện trong công tác phát triển đối tượng tham gia BHXH tự nguyện, BHYT hộ gia đình. Cử cán bộ trực tiếp tham gia phối hợp BHXH huyện thực hiện tuyên truyền về chính sách BHXH tự nguyện, BHYT hộ gia đình tại các hội nghị khách hàng phát triển người tham gia BHXH tự nguyện, BHYT hộ gia đình và vận động người dân tham gia.

Tăng cường kiểm tra, đánh giá hoạt động tổ chức dịch vụ thu, chấn chỉnh ngay hoạt động của các tổ chức dịch vụ thu khi có những sai phạm. Đôn đốc BHXH quận, huyện đánh giá năng lực và điều kiện của các tổ chức dịch vụ thu để thực hiện ký hợp đồng hoặc thanh lý hợp đồng. Hàng tháng, BHXH quận, huyện rà soát và thông báo số chưa gia hạn BHXH tự nguyện, BHYT hộ gia đình đến từng tổ chức dịch vụ thu, yêu cầu liên hệ trực tiếp đến đối tượng tham gia.

BHXH TP đề nghị các tổ chức dịch vụ thu triển khai các giải pháp hoàn thành chỉ tiêu được giao về phát triển người tham gia BHXH, BHYT. Khẩn trương tổ chức ngay các hội nghị khách hàng để tuyên truyền phát triển người tham gia BHXH, BHYT. Tổ chức các lễ ra quân tuyên truyền phát triển người tham gia BHXH, BHYT. Vận động người thân của cán bộ người lao động trong đơn vị tham gia BHXH tự nguyện, BHYT hộ gia đình. Các tổ chức dịch vụ thu thực hiện đúng quy định theo Quyết định 1155/QĐ-BHXH ngày 12/5/2022 của Bảo hiểm xã hội Việt Nam và các hợp đồng ủy quyền thu của Bảo hiểm xã hội TP. Hà Nội đã ký với các tổ chức dịch vụ thu.

Mới đây, tại Saudi Arabia, Tổ chức Du lịch thế giới (UNWTO) đã tổ chức trao Giải thưởng “Làng du lịch tốt nhất thế giới năm 2022”. Tại đây, Khu bảo tồn làng nhà sàn dân tộc sinh thái Thái Hải (xóm Cường, xã Thịnh Đức, TP. Thái Nguyên, tỉnh Thái Nguyên) trở thành đại diện duy nhất của Đông Nam Á nhận được giải thưởng danh giá này.

Tại Lễ trao Giải thưởng, Ban Tổ chức đã vinh danh 32 địa điểm của 18 quốc gia trên toàn thế giới trên cơ sở danh sách đề cử gồm 136 bản làng thuộc 57 quốc gia thành viên UNWTO.

Giải thưởng “Làng du lịch tốt nhất thế giới” nhằm công nhận các điểm đến nông thôn coi du lịch là động lực phát triển và cơ hội mới tạo ra việc làm và thu nhập, đồng thời bảo tồn và phát huy các giá trị và sản phẩm cộng đồng.

Giải thưởng này cũng vinh danh những ngôi làng có cam kết đổi mới, định hướng phát triển bền vững ở những khía cạnh kinh tế, xã hội, môi trường và tập trung phát triển du lịch phù hợp với các mục tiêu phát triển bền vững.

Các làng du lịch tham gia Giải thưởng được đánh giá bởi Ban Cố vấn độc lập của UNWTO dựa trên một bộ tiêu chí, gồm: Tài nguyên văn hóa và thiên nhiên; Nguồn lực hỗ trợ công tác bảo tồn và quảng bá văn hóa; Sự bền vững về kinh tế; Sự bền vững về xã hội; Sự bền vững về môi trường; Phát triển du lịch và liên kết chuỗi giá trị; Quản trị và ưu tiên du lịch; Cơ sở hạ tầng và kết nối; Sức khỏe, An toàn và An ninh.

Khu bảo tồn làng nhà sàn dân tộc sinh thái Thái Hải được gia đình bà Nguyễn Thị Thanh Hải lập dự án đầu tư xây dựng, được các cơ quan chức năng phê duyệt từ năm 2002. Theo đó, các ngôi nhà sàn có tuổi đời hàng trăm năm ở huyện Định Hóa, tỉnh Thái Nguyên được tháo dỡ, di chuyển về phục dựng, giữ nguyên bản tại khu vực xóm Cường, xã Thịnh Đức, TP. Thái Nguyên để gìn giữ, bảo tồn và phát huy giá trị một cách tốt nhất. Từ năm 2014, Khu bảo tồn làng nhà sàn dân tộc sinh thái Thái Hải đi vào hoạt động, đón tiếp du khách đến tham quan, lưu trú.

Sở hữu quy mô diện tích hơn 25ha, nội khu có 30 ngôi nhà sàn dựng trên các triền đồi với lối đi quanh co lát đá, hai bên có cỏ cây, hoa lá luôn xanh tươi và hồ nước lớn ở trung tâm tạo nên phong cảnh thanh bình, sơn thủy hữu tình.

Hiện nay, các gia đình có từ 3 thế hệ sinh sống trong 30 ngôi nhà sàn tại Khu bảo tồn làng nhà sàn dân tộc sinh thái Thái Hải với tổng số nhân khẩu là 150 người, gồm các dân tộc Tày, Nùng, Cao Lan, Sán Chỉ... đến từ các huyện Định Hóa,



Bà Nguyễn Thị Thanh Hải, Trưởng bản và ông Hà Minh Quân, Phó bản của Khu bảo tồn làng nhà sàn dân tộc sinh thái Thái Hải nhận Giải thưởng “Làng du lịch tốt nhất thế giới năm 2022”.



Quang Hưng - Thế Lợi

LÀNG NHÀ SÀN DÂN TỘC SINH THÁI THÁI HẢI NHẬN GIẢI THƯỞNG “LÀNG DU LỊCH TỐT NHẤT THẾ GIỚI NĂM 2022”

Đại Từ, tỉnh Thái Nguyên.

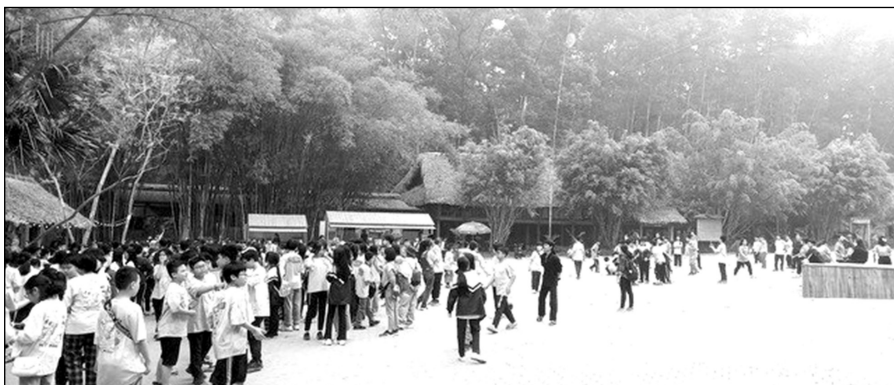
Họ sống trong tình cảm đoàn kết, vừa sản xuất nông nghiệp, vừa phát triển du lịch cộng đồng; cùng nhau duy trì và gìn giữ những nét văn hóa truyền thống như ngôn ngữ, phong tục tập quán, nghi lễ, trang phục... giàu tính nhân văn trên tinh thần của chữ “duyên”.

Họ phát huy những tiềm năng văn hóa địa phương để hình thành các sản phẩm du lịch độc đáo như tổ chức các lễ hội tâm linh truyền thống, lựa chọn những người dân có kiến thức văn hóa và kỹ năng ngôn ngữ tương đối ổn định để làm

hướng dẫn viên du lịch.

Từ nhiều năm nay, Khu bảo tồn làng nhà sàn dân tộc sinh thái Thái Hải là địa điểm du lịch nổi tiếng của Thái Nguyên, được nhiều du khách trong và ngoài nước đến tham quan, trải nghiệm, lưu trú và nghỉ dưỡng.

Việc được vinh danh lần này khẳng định hướng phát triển du lịch cộng đồng bền vững và thân thiện của Khu bảo tồn làng nhà sàn dân tộc sinh thái Thái Hải, góp phần quảng bá hình ảnh du lịch tỉnh Thái Nguyên nói riêng và Việt Nam nói chung.



Rất đông học sinh đến tham quan, trải nghiệm tại Khu bảo tồn làng nhà sàn dân tộc sinh thái Thái Hải vào các buổi học ngoại khóa.



Cổng vào sân trung tâm Khu bảo tồn làng nhà sàn dân tộc sinh thái Thái Hải.

Chàng bác sĩ trẻ và hành trình khám phá khoa học



Bác sĩ tiếp tục hành trình với lễ ra mắt Câu lạc bộ Ung thư Việt Nam. Ảnh: Nhân vật cung cấp

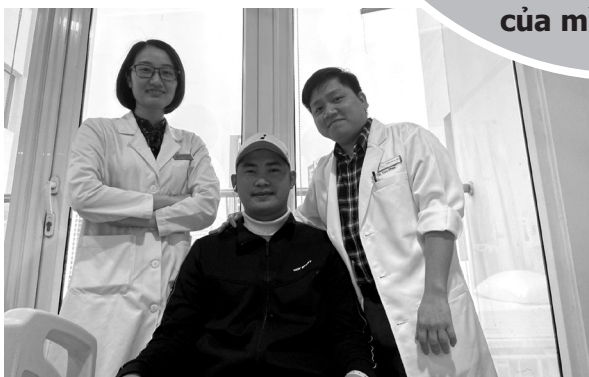
Bác sĩ Phan Trú, sinh ra và lớn lên ở xứ Huế, đến với nghề Y là một sự tình cờ và tiếp tục gắn bó, giữ ngọn lửa nhiệt huyết ấy đã hơn chục năm khi hiểu được ý nghĩa, sứ mệnh của nghề. Khoảng thời gian còn ngồi trên ghế nhà trường, anh tham gia nhiều hoạt động tình nguyện như khám và chữa trị cho bệnh nhân nghèo, mở lớp ôn thi đại học,... bên cạnh những hoạt động trên trường, anh còn đi làm thêm để trang trải học phí.

Là một sinh viên có học lực xuất sắc, anh nhìn nhận, muốn ngành Y tế tốt, người dân được khỏe mạnh thì phải thay đổi từ hệ thống y tế, đó cũng là lý do anh lập ra Diễn đàn Bác sĩ trẻ Việt Nam với mong muốn chia sẻ và học hỏi từ những người đồng nghiệp. Anh chia sẻ: “Ban đầu tôi phải nhắn tin kêu gọi và thuyết phục các bác sĩ tham gia nhưng sau khoảng thời gian hoạt động gần 1 năm, Diễn đàn đã đủ vững mạnh với 100.000 thành viên và đóng góp rất nhiều vào những chính sách, pháp luật của Đảng, Nhà nước”.

Trên hành trình khám phá khoa học có rất nhiều kỷ niệm với anh, đặc biệt là ca bệnh vào tháng 7 năm ngoái, bắt đầu là những tin nhắn ở hộp thư rác đến từ một đồng nghiệp ở Quảng Bình kêu gọi giúp đỡ: Người em trai 23 tuổi của người này đang xuất khẩu lao động tại Nhật Bản, bị sốt liên tục, xét nghiệm máu bất thường, đã nhập viện tại Nhật, các bác sĩ cũng chưa xác định rõ được nguyên nhân bệnh nên bệnh nhân được tư vấn trở về Việt Nam. Ngày 12/7, bác sĩ Phan Trú tiếp nhận ca bệnh và hành trình kỳ diệu bắt đầu.

Khi nhập viện tại Việt Nam, các chỉ số của bệnh nhân cải thiện dần nhờ liều rất thấp của corticosteroid, bệnh nhân hết sốt. Bác sĩ tiếp tục theo dõi, hai tháng sau, bệnh nhân trở lại với tình trạng sốt cao liên tục, buồn nôn. Lúc này, bác sĩ quyết định điều trị theo phác đồ thực bào máu cho bệnh nhân bởi vì tỷ lệ tử vong của hội chứng này

rất cao (lên đến 60%). Sau đó, bác sĩ đã xác định được tình trạng của bệnh nhân có liên quan đến di truyền. Kết quả phân tích đột biến



Bác sĩ Phan Trú (bên phải) trong hành trình tìm ra phương pháp chữa bệnh cho bệnh nhân. Ảnh: Nhân vật cung cấp



“Chiến sĩ áo trắng” tràn đầy nhiệt huyết chia sẻ với đồng nghiệp về hành trình vừa qua. Ảnh: Nhân vật cung cấp.

“Nếu ngày ấy không chọn nghề Y thì có lẽ tôi đã không có một cuộc đời trọn vẹn và ý nghĩa. Mỗi ngày nhìn thấy bệnh nhân bớt đau yếu, hoạt động nhanh nhẹn hơn, có thể tự vệ sinh cá nhân... đó đã là nguồn động lực, niềm hạnh phúc của người thầy thuốc”, Ths. BSNT Phan Trú, Khoa Ung bướu - Huyết học (Bệnh viện Đa khoa Quốc tế Vinmec), giảng viên Viện Khoa học Sức khỏe (Trường Đại học VinUniversity) bắt đầu câu chuyện về nghề chữa bệnh và hành trình khám phá khoa học của mình.

gene được trả về: Xuất hiện 2 đột biến (dị hợp tử kép) ở gene LRBA, một gene đóng vai trò quan trọng trong điều hoà phản ứng miễn dịch của cơ thể, mới được phát hiện từ năm 2012 trên thế giới, và có rất ít dữ liệu về nó.

Bác sĩ cho biết thêm: “Quyết định ghép tế bào gốc là một quyết định vô cùng khó khăn. Tôi đã mời bố mẹ bệnh nhân đến bệnh viện để lấy mẫu phân tích đột biến. Kết quả, cả hai đột biến của gene LRBA đều di truyền từ mẹ. Điều này chứng tỏ gene này không đóng vai trò quyết định trong sinh bệnh học của bệnh nhân”.

Nhận định này là “chìa khoá” để bác sĩ đi tiếp chặng đường tìm kiếm gốc rễ bên trong của vấn đề. Trong hàng tháng trời tìm kiếm, bệnh nhân

đã phải chịu đựng tác dụng phụ của các thuốc ức chế miễn dịch, phù toàn thân do giữ nước, nhưng vẫn không thể kiểm soát được cơn sốt mỗi khi ngưng thuốc.

Đó thật sự là khoảng thời gian vô cùng khó khăn của bệnh nhân và bệnh viện. Tất cả đã chuẩn bị cho phương án xấu nhất có thể xảy ra.

Kỳ diệu thay sau khoảng thời gian nghiên cứu cùng các y bác sĩ trong và ngoài nước, ca bệnh đã tìm ra bước đi đúng hướng.

Trong chu kỳ hoá chất đầu tiên, bệnh nhân đã ngưng toàn bộ thuốc hiện tại, và chờ đợi cơn sốt tiếp theo. Cuối chu kỳ, bệnh nhân sốt trở lại, nhưng đây cũng là lần đầu tiên bệnh nhân không sốt sau khi ngưng thuốc gần 2 tuần. Tất cả triệu chứng cũng biến mất và các xét nghiệm trở về bình thường.

Sau hành trình cùng bệnh nhân chiến đấu với bệnh tật, Bác sĩ Phan Trú tâm sự: “Tôi và đồng đội đã rút ra được một bài học, một câu chuyện để đời mà chẳng có sách vở nào dạy, chỉ niềm đam mê khoa học và quyết tâm giành lại cuộc sống cho bệnh nhân khi tuổi đời còn rất trẻ, và chúng tôi đã làm được”.

Sức khoẻ là vốn quý nhất của mỗi người dân và của cả xã hội. Bảo vệ, chăm sóc và nâng cao sức khoẻ là nghĩa vụ, trách nhiệm của mỗi người dân, của cả hệ thống chính trị và toàn xã hội, đòi hỏi sự tham gia tích cực của các cấp uỷ, chính quyền, Mặt trận Tổ quốc và các đoàn thể, các ngành, trong đó ngành Y tế là nòng cốt. Dù còn nhiều khó khăn và thách thức trên hành trình khám phá khoa học nhưng với những nỗ lực và cống hiến, Bác sĩ Phan Trú luôn hoàn thành tốt nhiệm vụ. Anh là bác sĩ vừa có tâm vừa có tầm, vinh dự là người Việt Nam đầu tiên được lựa chọn là 1 trong 40 nhân viên y tế trẻ tiềm năng trên toàn thế giới trong lĩnh vực ung thư nhận giải thưởng “40 Under 40 in Cancer” tại Chicago (Mỹ) năm 2022.

TP. Điện Biên Phủ - Điện Biên: Bước chuyển mình mạnh mẽ sau một năm kinh tế - xã hội đầy biến động



Trải qua gần 30 năm xây dựng và phát triển, TP. Điện Biên Phủ, tỉnh Điện Biên đã có những bước chuyển mình mạnh mẽ, đang dần trở thành trung tâm du lịch của tỉnh và khu vực Tây Bắc.

Cách biên giới Lào 30 km, Điện Biên Phủ là một trung tâm thương mại quan trọng với các nước bạn Lào và Thái Lan và các tỉnh phía Bắc của Việt Nam. Cùng với việc tích cực triển khai xây dựng TP. Điện Biên Phủ trở thành đô thị loại II, trong những năm gần đây thành phố đã có sự đổi mới mạnh mẽ và phát triển vượt bậc về kinh tế - xã hội với nhiều thành tựu quan trọng.

Sự phối hợp chặt chẽ và những giải pháp hiệu quả để phát triển kinh tế Năm 2022, mặc dù còn gặp nhiều khó khăn, thách thức song dưới sự quan tâm, lãnh đạo của Tỉnh ủy, UBND tỉnh, dưới sự lãnh đạo của trực tiếp của Thành ủy, sự phối hợp chặt chẽ của Thường trực HĐND, Ủy ban MTTQ Việt Nam, các đoàn thể thành phố và sự ủng hộ, đồng hành của nhân dân, UBND thành phố đã tập trung chỉ đạo và tổ chức thực hiện quyết liệt với các giải pháp điều hành phù hợp, thích ứng, an toàn, linh hoạt, kiểm soát hiệu quả dịch bệnh; đẩy nhanh tiến độ thực hiện các dự án. Tổ chức thành công Lễ kỷ niệm 30 năm thành lập thành phố gắn với tổ chức Hội nghị cụm các đô thị vùng Tây Bắc.

Tình hình phát triển kinh tế - xã hội năm 2022 của thành phố đã đạt được một số kết quả tích cực, thực hiện cơ bản đạt và vượt 15/16 chỉ tiêu đề ra; thu ngân sách năm 2022 ước đạt 411 tỷ đồng, vượt 44,72% so với kế hoạch tỉnh giao, 26,07% so với Nghị quyết HĐND thành phố giao; an ninh chính trị, trật tự an toàn xã hội trên địa bàn được giữ vững và ổn định.

Năm 2022 là năm có ý nghĩa quan trọng, tạo nền tảng, động lực thúc đẩy phát triển kinh tế - xã hội và từng bước thực hiện các mục tiêu của Nghị quyết Đại hội Đảng bộ thành phố khóa VII, nhiệm kỳ 2020-2025; Kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội 5 năm 2021-2025. Với tỷ trọng trong cơ cấu kinh tế đã đạt được: Thương mại



Đồng chí Nguyễn Quang Hưng - Chủ tịch UBND TP. Điện Biên Phủ, tỉnh Điện Biên phát biểu tại Hội nghị.

- Dịch vụ - Du lịch: 51,52%; Công nghiệp - Xây dựng: 45,59%; Nông - Lâm nghiệp - Thủy sản: 2,88%... đã cho thấy sự chuyển biến rõ rệt về phát triển kinh tế của thành phố trong năm qua.

Một trong những nét nổi bật trong thực hiện kế hoạch phát triển kinh tế mà TP. Điện Biên Phủ đạt được trong năm vừa qua đó là triển khai thực hiện các chương trình, dự án trọng điểm như: Dự án Nâng cấp, cải tạo Cảng Hàng không Điện Biên; các dự án phát triển các khu đô thị tạo nguồn thu từ đất đai trên địa bàn thành phố; các dự án liên quan đến kế hoạch triển khai đầu tư xây dựng và di chuyển các cơ quan tỉnh vào Khu trung tâm chính trị hành chính tỉnh; các dự án chỉnh trang đô thị chào mừng 70 năm Chiến thắng lịch sử Điện Biên Phủ...

Vì là tỉnh vùng cao biên giới, có nhiều đồng bào dân tộc thiểu số, để nâng cao nhận thức cũng như tạo nguồn lao động có trình độ trong tương lai nên công tác giáo dục với việc duy trì nâng cao các tiêu chí đạt chuẩn phổ cập giáo dục, xoá mù chữ luôn được quan tâm và đã đạt được nhiều kết quả khả quan như: Học sinh tiểu học chuyển lớp đạt 99,8%; học sinh THCS chuyển lớp đạt 100%; học sinh hoàn thành chương trình tiểu học và tốt nghiệp THCS đạt 100%; công nhận Trường TH-THCS Thanh Minh đạt Chuẩn Quốc gia mức độ II...

Công tác y tế, chăm sóc sức khỏe cho nhân dân trong năm qua cũng đã đạt

được những kết quả tích cực như: thực hiện tốt các chương trình y tế quốc gia, nâng cao chất lượng chăm sóc sức khỏe ban đầu cho nhân dân. Có 12/12 xã, phường đạt bộ tiêu chí quốc gia về y tế, đạt 100% so với kế hoạch đề ra. Tỷ lệ người dân tham gia bảo hiểm y tế đạt 88,4%.

Năm qua, việc triển khai xây dựng TP. Điện Biên Phủ trở thành đô thị loại II cũng được cấp ủy, chính quyền thành phố đặc biệt quan tâm ngoài việc tập trung phát triển kinh tế, xây dựng cơ sở hạ tầng... thì các công tác văn hóa xã hội cũng như an ninh quốc phòng cũng luôn được chú trọng và giữ vững sự ổn định.

Tiếp tục duy trì thành tích và phấn đấu xây dựng đô thị loại II

Đồng chí Nguyễn Quang Hưng - Chủ tịch UBND TP. Điện Biên Phủ đánh giá cao những kết quả mà thành phố đã đạt được trong năm qua; công tác lãnh đạo, chỉ đạo và tổ chức thực hiện từ cấp ủy, chính quyền đến các cơ quan nội chính đều rất kịp thời, hiệu quả và được thực hiện rất quyết liệt, tạo chuyển biến mạnh mẽ, đặc biệt đã phát hiện và xử lý kịp thời một số vụ việc phát sinh trên địa bàn...

Bên cạnh đó đồng chí cũng nhấn mạnh: Năm 2023 là năm có ý nghĩa quan trọng trong việc triển khai thực hiện kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội, bảo đảm quốc phòng - an ninh của thành phố Điện Biên Phủ. Nhiều dự án lớn của tỉnh tiếp tục được đầu

tư trên địa bàn thành phố, đặc biệt với việc chỉ đạo quyết liệt của tỉnh về tạo điều kiện thuận lợi cho các tập đoàn kinh tế tài trợ, khảo sát lập quy hoạch để thực hiện đầu tư xây dựng các dự án đô thị trên địa bàn thành phố. Năm 2023 thành phố tập trung nguồn lực xây dựng cơ sở hạ tầng, chỉnh trang đô thị phục vụ cho lễ kỷ niệm 70 năm Chiến thắng Điện Biên Phủ. Thành phố tiếp tục thực hiện các nhiệm vụ để thu hút đầu tư, xây dựng hạ tầng theo định hướng hoàn thành các tiêu chí đô thị loại II.

Về định hướng công việc trong thời gian tới, đồng chí Nguyễn Quang Hưng cũng yêu cầu ngoài việc giữ vững vai trò, chức năng, UBND TP. Điện Biên Phủ cần phát huy những thành tựu đạt được của năm 2022, khắc phục các khó khăn chung, phấn đấu hoàn thành và hoàn thành xuất sắc các chỉ tiêu, kế hoạch được giao. Đặc biệt, phải bám sát mục tiêu chính

là phấn đấu xây dựng thành phố thành đô thị loại II. Đồng thời, huy động và sử dụng hiệu quả nguồn lực bảo đảm sự phát triển hài hòa, bền vững; khai thác, phát huy tối đa tiềm năng, lợi thế của TP cho phát triển. Tập trung nguồn lực thực hiện nhiệm vụ trọng tâm, mục tiêu chủ yếu như sau: Thu nhập bình quân đầu người 62 triệu đồng/người/năm. Tổng mức bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ đạt 10.034,10 tỷ đồng. Tỷ trọng trong cơ cấu kinh tế: Thương mại - Dịch vụ - Du lịch là 53,05%; Công nghiệp - Xây dựng là 44,51% và Nông - Lâm nghiệp - Thủy sản là 2,44%. Giá trị sản xuất Công nghiệp - Tiểu thủ công nghiệp đạt 1.477 tỷ đồng. Giá trị xây dựng cơ bản trên địa bàn đạt 6.942,31 tỷ đồng. Tổng giá trị Nông - Lâm nghiệp - Thủy sản đạt 462,4 tỷ đồng. Duy trì tỷ lệ che phủ rừng 44,3%.

Đặc biệt là thu ngân sách Nhà nước trên địa bàn đạt 380 tỷ đồng. Hỗ trợ giải quyết việc làm mới cho 2.630 lao động, giảm tỷ lệ hộ nghèo xuống còn 0,48%. Duy trì và nâng cao chất lượng thực hiện các tiêu chí đạt chuẩn phổ cập giáo dục tiểu học, THCS mức độ III, phổ cập giáo dục mầm non cho trẻ 5 tuổi, phổ cập xoá mù chữ mức độ II. Đảm bảo giữ vững ổn định quốc phòng - an ninh chính trị, trật tự an toàn xã hội nhằm thúc đẩy phát triển kinh tế xã hội của thành phố ngày càng vững mạnh hơn nữa trong thời gian tới, góp phần xây dựng tỉnh Điện Biên ngày càng phát triển.

Xã Đông Tiến: Một điển hình trong xây dựng nông thôn mới kiểu mẫu

Ngọc Lanh

Bắt tay vào xây dựng nông thôn mới (NTM) nâng cao, NTM kiểu mẫu, xã Đông Tiến, Đông Sơn (Thanh Hóa) vẫn còn khó khăn, tuy nhiên với sự quyết tâm không ngừng nâng cao các tiêu chí đã đạt được, đồng thời tăng cường vận động các tầng lớp nhân dân cùng đồng lòng góp sức chung tay, đến năm 2022, Đông Tiến đạt xã NTM nâng cao và có 4 thôn được công nhận thôn NTM kiểu mẫu. Cùng với đó, xã hoàn thành các tiêu chí và hồ sơ trình các ngành và tỉnh để sớm có quyết định công nhận xã đạt NTM nâng cao, NTM kiểu mẫu.

Biến khó khăn thành động lực

Khi triển khai xây dựng thôn NTM kiểu mẫu, bước đầu Đông Tiến gặp không ít khó khăn: Một số cơ sở hạ tầng chưa thực sự đồng bộ, phát triển chưa xứng tầm với tiềm năng, các tuyến đường trục chính còn hẹp, đặc biệt là các tuyến đường ngõ của thôn xóm. Để đạt được tiêu chí về giao thông, đường rộng, tường rào mẫu, công tác khó nhất là tuyên truyền vận động để các hộ gia đình hiến đất, mở rộng đường. Khi đã hiến đất, các hộ sẽ phải tự tháo dỡ tường rào, công trình phụ, cổng vào ra... đồng nghĩa việc phải phá công trình của nhân dân đã xây từ lâu.

Điều khó tiếp theo, Đông Tiến là xã thuần nông, kinh tế các hộ không đồng đều, một số hộ đi làm ăn xa lâu năm, ảnh hưởng đến công tác tuyên truyền vận động để thực hiện các tiêu chí... Đó là những bài toán khó cần chung lòng, chung sức để tháo gỡ.

Lan tỏa phong trào hiến đất xây dựng thôn NTM kiểu mẫu

Bí thư Đảng ủy - ông Lê Khả Sơn cho biết, thực hiện Nghị quyết Đại hội Đảng bộ nhiệm kỳ 2020 - 2025 về việc xây dựng xã NTM nâng cao, NTM kiểu mẫu, với sự chỉ đạo quyết liệt của chính quyền, UBND xã xây dựng Kế hoạch số 47/KH-UBND ngày 17/02/2022 về việc xây dựng thôn NTM kiểu mẫu. Để cụ thể hóa chủ trương, nghị quyết của Đảng, cán bộ được phân công phụ trách từng thôn xóm cần bám sát địa bàn cùng với cán bộ thôn, tuyên truyền vận động để nhân dân hiểu và thấm nhuần nội dung xây dựng thôn NTM kiểu mẫu, tuyên truyền với nhiều hình thức đa dạng, phong phú. Trong đó, cán bộ, đảng viên phải làm trước. Về cơ chế chính sách của Trung ương, của tỉnh và huyện về hỗ trợ cho công trình xây dựng NTM nâng cao, NTM kiểu mẫu được thông báo rộng rãi để nhân dân nắm được. Theo đó, UBND xã đã ban hành một số cơ chế chính sách hỗ trợ, kích cầu cho các thôn và nhân dân đầu tư xây dựng các hạng mục công trình theo tiêu chí NTM kiểu mẫu. Có cơ chế khen thưởng cho các thôn đạt kiểu mẫu.

Thông qua công tác tuyên truyền, các tầng lớp nhân dân đều thấm nhuần sâu sắc tầm quan trọng

của NTM kiểu mẫu. Khi ý Đảng lòng dân cùng hội tụ, nhân dân đoàn kết một lòng, chung tay xây dựng thôn NTM kiểu mẫu, “ngọn lửa” đồng lòng được thổi bùng lên, lan tỏa phong trào thi đua, nhân dân hào hứng phấn khởi hiến đất mở rộng đường, chỉnh trang và xây mới tường rào mẫu.

6 tháng đầu năm 2022, có 319 hộ gia đình hiến đất với tổng diện tích 8.765m², nhân dân đầu tư hàng trăm triệu đồng và hàng ngàn ngày công để mở rộng đường, chỉnh trang và xây mới đạt tường rào kiểu mẫu. Đến nay đường làng ngõ xóm đã đạt chuẩn theo tiêu chí NTM kiểu mẫu, các con đường sạch, đẹp, có cây xanh bóng mát, đường hoa...”.

Chỉ trong thời gian ngắn, Đông Tiến đã tập trung mọi nguồn lực, từ sức mạnh đoàn kết, chung tay của nhân dân, sự giúp đỡ tận tình của tỉnh, huyện, các nhà hảo tâm, con em xa quê đã động viên tinh thần, hỗ trợ vật chất, tạo thêm sức mạnh cho Đông Tiến hoàn thành tốt chỉ tiêu kế hoạch Nhà nước giao, về đích đạt xã NTM nâng cao và 4 thôn được công nhận thôn NTM kiểu mẫu (vượt chỉ tiêu 3 thôn, huyện giao chỉ tiêu 1 thôn). Nâng tổng số toàn xã đạt 5/6 thôn được công nhận thôn NTM kiểu mẫu.

Chủ tịch UBND xã ông Nguyễn Xuân Thanh tâm sự: “Vai trò lãnh đạo của cấp ủy Đảng, người đứng đầu tổ chức Đảng, chính quyền và đội ngũ trưởng, phó các đoàn thể được đánh giá cao. Họ luôn nêu cao tinh thần trách nhiệm, nhiệt tình, tâm huyết say sưa với công việc, cùng nhân dân



Ông Lê Khả Sơn - Bí thư Đảng ủy xã Đông Tiến.

tháo gỡ khó khăn, chung lòng góp sức giúp đỡ nhân dân để hoàn thành tốt nhiệm vụ. Họ được nhân dân tin yêu và kính trọng, niềm tin vào sự lãnh đạo của Đảng từ đó được nhân lên”.

Với tinh thần đoàn kết, quyết tâm cao, chính quyền và người dân Đông Tiến cùng khắc phục khó khăn, thực hiện thắng lợi chỉ tiêu kế hoạch huyện giao về đích đạt xã NTM nâng cao, NTM kiểu mẫu.

Phong trào hiến đất, làm đường giao thông nông thôn ở xã Đông Tiến đang tạo thành phong trào có sức lan tỏa mạnh mẽ, mang lại hiệu quả thiết thực. Những con đường được mở rộng đã giúp người dân đi lại, thông thương hàng hoá được thuận lợi hơn. Xin được kết bài viết này bằng 4 câu thơ của người viết:

*Đường về Đông Tiến hôm nay
Tình người tình đất mà say ngất trời
Nông thôn mới đẹp tuyệt vời
Bức tranh sống động sáng ngời tương lai ...*



Một góc công sở xã Đông Tiến

Là bệnh viện tuyến tỉnh nhưng Bệnh viện Đa khoa Đồng Nai được ghi nhận là bệnh viện sở hữu nhiều thành tựu y khoa có tính quyết định trong việc phát hiện, can thiệp và điều trị hiệu quả các bệnh về tim mạch.



Hành trình làm chủ kỹ thuật can thiệp tim mạch của Bệnh viện Đa khoa Đồng Nai

Không cần phải di chuyển đến các bệnh viện lớn, chuyên khoa ở TP.HCM, giờ đây, các bệnh nhân tim mạch ở Đồng Nai vẫn có thể được can thiệp tim mạch kịp thời ngay tại địa phương trong điều kiện chữa trị tốt nhất. Sự kết hợp giữa nguồn nhân lực đã được chuẩn bị chu đáo từ nhiều năm trước, cùng với cơ sở y tế hiện đại của Bệnh viện Đa khoa Đồng Nai đã mở ra cơ hội cho các bệnh nhân tim mạch ở Đồng Nai.

Điển hình, mới đây, Bệnh viện Đa khoa Đồng Nai đã phát hiện, can thiệp kịp thời và cứu sống một bệnh nhân lớn tuổi nhập viện trong tình trạng đau thắt ngực, khó thở.

Đó là bệnh nhân Nguyễn Thị Nghĩa (78 tuổi, ngụ ấp Suối Chôn, xã Bình Lộc, TP. Long Khánh, Đồng Nai). Bệnh nhân được người nhà đưa đến Bệnh viện Đa khoa Long Khánh cấp cứu sau khi xuất hiện triệu chứng đau thắt ngực sau ức kèm khó thở, vã mồ hôi. Tại đây, bệnh nhân được chẩn đoán nhồi máu cơ tim cấp thành dưới, tăng huyết áp.

Trước những diễn tiến xấu, bệnh nhân đã nhanh chóng được chuyển đến Bệnh viện Đa khoa Đồng Nai. Bệnh nhân nhanh chóng được thực hiện các xét nghiệm, điện tâm đồ và men tim. Theo kết quả thu thập được, bệnh nhân được chẩn đoán là nhồi máu cơ tim cấp thành dưới, suy tim, tăng huyết áp, rối loạn mỡ máu. Nhận thấy tình trạng bệnh nhân nặng, nguy cơ cao do hẹp tắc cấp động mạch vành dẫn tới nhồi máu cơ tim, suy tim, các bác sĩ đã tiến hành chụp và can thiệp tái thông động mạch vành cho bệnh nhân.

Theo kết quả chụp mạch vành ghi nhận, động mạch vành phải hẹp 70% đoạn gần, tắc hoàn toàn từ đoạn giữa. Động mạch vành trái hẹp 80% từ lỗ xuất phát đến đoạn gần, hẹp 80% nhánh chéo. Theo đó, các bác sĩ đã nhanh chóng tiến hành can thiệp, đặt 3 stent phủ thuốc tái thông nhánh động mạch vành phải bị tắc cho bệnh nhân. Đồng thời điều trị nội khoa tối ưu với các thuốc chống đông, điều trị suy tim tích cực. Sau can thiệp, bệnh nhân đã vượt qua cơn nguy kịch, sức khỏe hồi phục tốt, không đau ngực, không khó thở. Sau 3 ngày điều trị, bệnh nhân đã được chuyển về bệnh viện tuyến dưới để tiếp tục điều trị gần nhà tiện việc chăm

sóc theo nguyện vọng của gia đình bệnh nhân.

Con trai bệnh nhân Nguyễn Thị Nghĩa là ông Cao Minh Quang cho biết: “Nhờ sự chẩn đoán chính xác và tận dụng “giờ vàng” đặt 3 stent can thiệp kịp thời của các bác sĩ Khoa Tim mạch và đặc biệt là sự chỉ đạo sâu sát của BSCKII. Lê Thị Phương Trâm - Phó Giám đốc Bệnh viện Đa khoa Đồng Nai, mẹ tôi đã vượt qua cơn nguy kịch, nhanh chóng khỏi bệnh để về sum họp cùng con cháu”.

Trao đổi với Tạp chí Doanh nghiệp và Tiếp thị, Phó Giám đốc Bệnh viện Đa khoa Đồng Nai BSCKII. Lê Thị Phương Trâm cho biết, Khoa Tim mạch tại Bệnh viện Đa khoa Đồng Nai đã được lãnh đạo bệnh viện trước đây đặt nền móng đầu tư bài bản từ trang bị đến con người. Để làm chủ được kỹ thuật can thiệp tim mạch một cách toàn diện nhằm phòng ngừa, phát hiện, chẩn đoán sớm các bệnh lý về tim mạch và sớm đưa ra những lộ trình điều trị phù hợp như hiện nay, cách đây 10 năm, lãnh đạo bệnh viện đã có những chuẩn bị, nhất là nguồn nhân lực.

Theo BSCKII. Lê Thị Phương Trâm, từ năm 2012, Giám đốc bệnh viện thời điểm này đã vận động các bác sĩ, điều dưỡng tình nguyện xung phong “cấp cạy” lên TP.HCM để học tập, tiếp thu kiến thức từ các bác sĩ, chuyên gia hàng đầu về tim mạch ở các bệnh viện lớn, nổi tiếng về điều trị tim mạch, như: Bệnh viện Chợ Rẫy, Bệnh viện 115, Viện Tim... và phải mất 2 năm sau, Bệnh viện Đa khoa Đồng Nai mới xây dựng được nguồn nhân lực đủ chuẩn phục vụ cho công tác chẩn đoán và điều trị các bệnh về tim mạch.

“Tuy nhiên, trong những năm đầu các bác sĩ nhiều kinh nghiệm tại các bệnh viện lớn, chuyên khoa cũng phải tham gia, kèm cặp. Đến năm 2015, Khoa Tim mạch Bệnh viện Đa khoa Đồng Nai mới thật sự làm chủ được kỹ thuật can thiệp tim mạch. Đến nay, khoa đã có thể hoàn toàn chủ động can thiệp để cứu sống bệnh nhân, không còn tình trạng bệnh nhân nằm chờ bệnh viện điều xe lên TP.HCM để đón bác sĩ về điều trị nữa. Nhờ vậy nhiều bệnh nhân đã vượt qua cơn nguy kịch, nhanh chóng hồi phục sức khỏe để trở về với cuộc sống”, Phó Giám đốc Bệnh viện Đa khoa Đồng Nai BSCKII Lê Thị Phương Trâm chia sẻ.



BS CKII. Lê Thị Phương Trâm, Phó Giám đốc Bệnh viện Đa khoa Đồng Nai kể về hành trình làm chủ kỹ thuật can thiệp tim mạch của Bệnh viện.



Các y bác sĩ Khoa Tim mạch Bệnh viện Đa khoa Đồng Nai thường xuyên tổ chức các hoạt động nhằm nâng cao chuyên môn.



Bệnh nhân đang điều trị tại Khoa Tim mạch.

Phòng GD-ĐT TP. Điện Biên Phủ - Điện Biên:

HỘI THI GIÁO VIÊN CHỦ NHIỆM GIỎI CẤP TIỂU HỌC ĐẠT NHIỀU KẾT QUẢ TÍCH CỰC

Hội thi giáo viên chủ nhiệm lớp giỏi cấp Tiểu học TP. Điện Biên Phủ năm học 2022-2023 là hội thi được tổ chức khoa học, nghiêm túc, chặt chẽ, bài bản. Qua hội thi lần này, giáo viên được học hỏi, trao đổi, phổ biến kinh nghiệm trong công tác chủ nhiệm lớp và tổ chức tiết Hoạt động giáo dục.



huynh học sinh lớp chủ nhiệm để nâng cao chất lượng giáo dục toàn diện.

Trong đó, chú trọng đến tất cả đối tượng học sinh, nhất là những em gặp khó khăn trong việc học, chậm tiến bộ, học sinh khuyết tật...; đồng thời đưa ra các vấn đề được quan tâm hiện nay trong nhà trường, như xây dựng “lớp học hạnh phúc”, xây dựng “lớp học thân thiện, học sinh tích cực”; rèn các kỹ năng cho học sinh như kỹ năng giao tiếp, kỹ năng tham gia giao thông an toàn, kỹ năng hợp tác và làm việc nhóm... qua đó đã khẳng định được sự đổi mới, sáng tạo trong công tác chủ nhiệm lớp cũng như trong công tác giáo dục học sinh, thiết thực, hiệu quả phù hợp với điều kiện thực tiễn tại các đơn vị nhà trường. Ở nội dung thi này, kết quả các thầy cô đạt yêu cầu chiếm tỷ lệ 100%.

Sau các nội dung thi, số giáo viên dự thi được công nhận danh hiệu giáo viên chủ nhiệm lớp giỏi cấp Tiểu học TP. Điện Biên Phủ năm học 2022-2023 đạt tỷ lệ 98,08%. Trong đó có 17 thầy cô được khen thưởng đạt thành tích cao trong Hội thi. Đây có thể nói là một kết quả tích cực sau những nỗ lực nghiêm túc của cả Ban Tổ chức Hội thi cũng như của giáo viên dự thi.

Từ đó, nhân rộng điển hình, phổ biến những phương pháp hay từ Hội thi vào thực tế công tác chủ nhiệm lớp để lan tỏa, động viên, khích lệ giáo viên phấn đấu vươn lên trong nghề nghiệp; có giải pháp hữu hiệu, điều chỉnh nội dung, cách thức bồi dưỡng nâng cao chất lượng đội ngũ nhà giáo, đội ngũ giáo viên chủ nhiệm giỏi, để tiếp tục nâng cao chất lượng giáo dục toàn diện trong nhà trường.

Bà Lê Thị Hồng - Trưởng phòng Giáo dục và Đào tạo TP. Điện Biên Phủ (tỉnh Điện Biên) chia sẻ: Hội thi giáo viên chủ nhiệm lớp giỏi cấp Tiểu học TP. Điện Biên Phủ năm học 2022-2023 là một đợt sinh hoạt chuyên môn sâu rộng, thiết thực trong đội ngũ giáo viên tiểu học của các nhà trường, tạo môi trường thuận lợi cho giáo viên phát huy năng lực, tính sáng tạo trong tổ chức hoạt động giáo dục, đổi mới phương pháp dạy học, khuyến khích giáo viên nâng cao khả năng tự học, tự bồi dưỡng; nâng cao chất lượng ứng dụng công nghệ thông tin (CNTT); khai thác, sử dụng sáng tạo, hiệu quả phương tiện, đồ dùng dạy học; linh hoạt, chủ động và có những giải pháp thiết thực, hiệu quả hơn trong công tác chủ nhiệm lớp.

Các đơn vị đều hưởng ứng bằng cách đăng ký giáo viên đủ điều kiện tham gia, đảm bảo sự tự nguyện của giáo viên khi tham dự Hội thi. Hơn nữa, các trường còn làm tốt công tác bồi dưỡng đội ngũ, làm tốt công tác tư tưởng, động viên, khuyến khích giáo viên đủ điều kiện, tiêu chuẩn tự nguyện đăng ký tham dự Hội thi, tạo mọi điều kiện thuận lợi giúp giáo viên dự thi thảo luận nhóm chuyên môn, thiết kế bài dạy, chuẩn bị đồ dùng, phương tiện dạy học cho từng tiết dạy, lựa chọn biện pháp nâng cao chất lượng lớp chủ nhiệm để trình bày tại Hội thi. Giáo viên dự thi với tinh thần, tâm thế tốt nhất.

Hội thi được tổ chức với quy mô hơn 100 người, gồm phần thi thực hành tiết Hoạt động Giáo dục (HĐGD) và trình bày 1 biện pháp nâng cao chất lượng giảng dạy. Lịch tổ chức hội thi đảm bảo được tính khách quan, có sự giám sát của Bộ phận kiểm tra Phòng Giáo dục. Công tác chấm thi độc lập, chặt chẽ, minh bạch, công khai.

Trong phần thi thực hành tiết tổ chức HĐGD, nhiều giáo viên có ý thức cao từ khâu chuẩn bị đến khâu thiết kế, tổ chức các hoạt động phù hợp với nội dung. Các tiết tổ chức hoạt động hầu hết phân bố thời gian hợp lý, sử dụng linh hoạt các thiết bị, đồ dùng dạy học; ứng dụng công nghệ thông tin hiệu quả đã hỗ trợ tích cực cho việc tổ chức các hoạt động của giáo viên và thu hút được học sinh tham gia.

Qua các tiết thực hành, các giáo viên đã thể hiện sự đổi mới về phương pháp dạy học nhưng vẫn đảm bảo được sự vững vàng về kiến thức chuyên môn, nghiệp vụ sư phạm. Nhiều học sinh qua đó có tinh thần hào hứng tham gia các hoạt động, mạnh dạn thể hiện khả năng của mình, có sự liên hệ mở rộng, gắn kết với thực tiễn cuộc sống, phát huy năng lực sáng tạo của bản thân. Nhiều thầy cô giáo đã có những giờ dạy hay, để lại ấn tượng sâu sắc với Ban Giám khảo và các em học sinh. Ở



Bà Lê Thị Hồng - Trưởng phòng Giáo dục và Đào tạo TP. Điện Biên Phủ, tỉnh Điện Biên

nội dung này các thầy cô được xếp loại giỏi chiếm tỷ lệ 100%.

Còn ở nội dung thi trình bày biện pháp, để góp phần nâng cao chất lượng công tác chủ nhiệm lớp tại trường, các thầy cô đã chuẩn bị chu đáo, thể hiện sự tâm huyết của mỗi giáo viên dự thi.

Từ những thực tế khảo sát, đánh giá, phân tích, nhiều biện pháp về đổi mới sinh hoạt lớp, rèn kỹ năng sống, năng lực tự học, tự quản cho học sinh của lớp chủ nhiệm, biện pháp phối hợp với phụ



Tập thể CBCNV Phòng Giáo dục và Đào tạo TP. Điện Biên Phủ, tỉnh Điện Biên.

Với lợi thế cảnh quan thiên nhiên hùng vĩ cùng nhiều nét văn hóa truyền thống đặc sắc của đồng bào các dân tộc và các di tích lịch sử gắn liền với những chiến công vang dội của quân và dân địa phương trong công cuộc kháng chiến giành độc lập, thống nhất đất nước, đã và đang là tiềm năng để Sa Thầy (tỉnh Kon Tum) đẩy mạnh phát triển du lịch trên địa bàn.

Nằm về phía Tây Nam tỉnh Kon Tum, cách trung tâm thành phố gần 30 km, huyện Sa Thầy có lợi thế về nhiều mặt để phát triển du lịch sinh thái, du lịch tâm linh gắn với phát triển và nuôi trồng thủy sản.

Cụ thể, trên địa bàn huyện có 2 lòng hồ thủy điện lớn là Ya Ly, Plei Krông cùng nhiều hồ, đập thủy lợi với nguồn lợi thủy sản dồi dào là điều kiện thuận lợi để phát triển du lịch sông nước gắn với nuôi trồng, đánh bắt thủy sản. Khai thác lợi thế đó, trên địa bàn huyện bước đầu đã hình thành một số làng chài như Đăk Wok Yốp (xã Hơ Moong), làng Chờ (xã Ya Ly) và xây dựng được mô hình chuỗi liên kết giá trị gắn với sản xuất và tiêu thụ, chế biến cá lồng trên lòng hồ thủy điện Ya Ly.

Huyện Sa Thầy có lợi thế vượt trội

so với các địa phương khác trong tỉnh và khu vực, đó là rừng nguyên sinh.

Huyện có Vườn Quốc gia Chư Mom Ray

rộng khoảng 56.000 ha với nguồn tài nguyên sinh học

vô cùng đa dạng, nhiều loại thực vật, động vật quý;

hệ thống thác nước hùng vĩ, đẹp lộng lẫy như

thác Khỉ, thác Nàng Tiên, thác Hang Dơi, thác Chàng, thác Bêrê Y, thác 7 tầng... phân bố

đều khắp trong rừng có sức hút đối với những người thích

khám phá, yêu thiên nhiên, là tiềm năng lớn cho các hoạt động du lịch sinh thái và nghiên cứu khoa học.

Ngoài cảnh quan kỳ thú, Sa Thầy còn là địa bàn có nhiều dân tộc anh em sinh sống, trong đó các dân tộc bản địa như Ja Rai, Xê Đăng (nhóm H Lăng), Rơ Mâm, Ba Na (Rơ Ngao)... cư trú tại 37/68 thôn, làng; chiếm trên 57% dân số toàn huyện. Đây là các dân tộc có những nét văn hóa riêng vô cùng độc đáo và phong phú, bao gồm hệ thống lễ hội theo vòng đời người, theo mùa, công chiêm, múa xoang, dân ca; chữ viết; các phong tục, tập quán; kiến trúc nhà rông, nhà dài, tượng nhà mồ; trang phục, ẩm thực... rất thuận lợi để phát triển loại hình du lịch cộng đồng. Đến với nơi đây, du khách được khám phá những giá trị văn hóa từ ngàn xưa của các dân tộc bản địa Tây Nguyên. Thăm làng dân tộc ít người Rơ Mâm, ngâm mình trong suối nước nóng Ia Mang. Sa Thầy là vùng căn cứ cách mạng trong cuộc

kháng chiến chống Mỹ cứu nước gắn liền nhiều di tích lịch sử nổi tiếng như: Điểm cao 1015 (Charlie), Điểm cao 1049 (Delta), Khu tưởng niệm liệt sĩ Chu Tan Kra... Thêm vào đó, cách thủy điện Plei Krông 5km thuộc xã Sa Bình có Di chỉ khảo cổ Lung Leng cùng với bản sắc văn hóa đặc sắc của đồng bào các dân tộc thiểu số vẫn còn được

lưu giữ, bảo tồn. Đây cũng là điều kiện hết sức thuận lợi để huyện Sa Thầy phát triển du lịch, qua đó, thúc đẩy kinh tế - xã hội địa phương phát triển, nâng cao đời sống người dân, đồng thời góp phần bảo vệ được môi trường tự nhiên và gìn giữ văn hóa truyền thống.

Việc đánh thức tiềm năng để đưa du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn của huyện được Đảng bộ, chính quyền huyện Sa Thầy xác định là một trong những nhiệm vụ trọng tâm trong những năm tới. Trong đó, huyện sẽ tập trung khai thác hiệu quả các hoạt động về du lịch nghỉ dưỡng, du lịch sinh thái gắn với phát triển các mô hình đánh bắt cá tự nhiên, nuôi cá lồng, sản xuất con giống nhằm đưa huyện Sa Thầy trở thành vùng cung cấp thủy sản uy tín cho khu vực Bắc Tây Nguyên và phục vụ phát triển du lịch.

Bên cạnh đó, huyện sẽ tập trung rà soát, quy hoạch phát triển du lịch đến năm 2030; đầu tư các tuyến đường vào các điểm du lịch, các

điểm dừng chân, điểm đến, bến đỗ; trùng tu, sửa chữa các nhà bia tưởng niệm. Địa phương cũng hỗ trợ và vận động đồng bào các dân tộc thiểu số duy trì, phục hồi các lễ hội truyền thống, hình thành và từng bước mở rộng các tour du lịch, các tuyến tham quan tại các làng nghề đánh bắt, nuôi trồng thủy sản, làng đồng bào dân tộc thiểu số kiểu mẫu; vận động, hướng dẫn người dân xây dựng các mô hình du lịch tại cộng đồng, homestay.

Một trong những hướng đi được huyện Sa Thầy chú trọng đó là phát triển du lịch sinh thái Vườn Quốc gia Chư Mom Ray gắn với du lịch nông nghiệp xã Mô Rai; xây dựng "thủ phủ" cây ăn quả và dược liệu tại xã Hơ Moong, làng chài Đăk Wok Yốp thành khu dân cư nông thôn mới kiểu mẫu để kết nối các điểm du lịch sinh thái trên lòng hồ thủy điện Plei Krông kết hợp tham quan vườn cây ăn trái, vườn dược liệu; xây dựng được vùng nuôi cá lồng tập trung, vùng sản xuất con giống quy mô lớn, ứng dụng công nghệ cao... Tiềm năng phát triển du lịch của huyện Sa Thầy rất lớn, tuy nhiên sản phẩm du lịch đủ sức hấp dẫn và cạnh tranh chưa có. Mặt khác, điều kiện kinh tế - xã hội của huyện còn khó khăn, ngân sách Nhà nước, nguồn lực đầu tư phát triển cơ sở hạ tầng du lịch chưa tương xứng với tiềm năng du lịch hiện có của huyện. Do đó, để du lịch Sa Thầy thực sự cất cánh, trở thành ngành kinh tế mũi nhọn của huyện, bên cạnh việc huyện Sa Thầy và tỉnh Kon Tum tập trung đẩy mạnh xây dựng đề án, kế hoạch cụ thể để quảng bá tiềm năng, rất cần sự chung tay, phối hợp hỗ trợ của các cấp chính quyền, đặc biệt là sự đầu tư có trọng tâm, trọng điểm của các doanh nghiệp lớn trên khắp cả nước, qua đó tạo điều kiện sớm đưa Sa Thầy trở thành trung tâm du lịch sinh thái - cộng đồng - lịch sử - tâm linh... của tỉnh Kon Tum.



Để du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn của huyện Sa Thầy



Trụ sở UBND huyện Sa Thầy, tỉnh Kon Tum

kháng chiến chống Mỹ cứu nước gắn liền nhiều di tích lịch sử nổi tiếng như: Điểm cao 1015 (Charlie), Điểm cao 1049 (Delta), Khu tưởng niệm liệt sĩ Chu Tan Kra... Thêm vào đó, cách thủy điện Plei Krông 5km thuộc xã Sa Bình có Di chỉ khảo cổ Lung Leng cùng với bản sắc văn hóa đặc sắc của đồng bào các dân tộc thiểu số vẫn còn được

lưu giữ, bảo tồn. Đây cũng là điều kiện hết sức thuận lợi để huyện Sa Thầy phát triển du lịch, qua đó, thúc đẩy kinh tế - xã hội địa phương phát triển, nâng cao đời sống người dân, đồng thời góp phần bảo vệ được môi trường tự nhiên và gìn giữ văn hóa truyền thống.

Việc đánh thức tiềm năng để đưa du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn của huyện được Đảng bộ, chính quyền huyện Sa Thầy xác định là một trong những nhiệm vụ trọng tâm trong những năm tới. Trong đó, huyện sẽ tập trung khai thác hiệu quả các hoạt động về du lịch nghỉ dưỡng, du lịch sinh thái gắn với phát triển các mô hình đánh bắt cá tự nhiên, nuôi cá lồng, sản xuất con giống nhằm đưa huyện Sa Thầy trở thành vùng cung cấp thủy sản uy tín cho khu vực Bắc Tây Nguyên và phục vụ phát triển du lịch.

Bên cạnh đó, huyện sẽ tập trung rà soát, quy hoạch phát triển du lịch đến năm 2030; đầu tư các tuyến đường vào các điểm du lịch, các

điểm dừng chân, điểm đến, bến đỗ; trùng tu, sửa chữa các nhà bia tưởng niệm. Địa phương cũng hỗ trợ và vận động đồng bào các dân tộc thiểu số duy trì, phục hồi các lễ hội truyền thống, hình thành và từng bước mở rộng các tour du lịch, các tuyến tham quan tại các làng nghề đánh bắt, nuôi trồng thủy sản, làng đồng bào dân tộc thiểu số kiểu mẫu; vận động, hướng dẫn người dân xây dựng các mô hình du lịch tại cộng đồng, homestay.

Một trong những hướng đi được huyện Sa Thầy chú trọng đó là phát triển du lịch sinh thái Vườn Quốc gia Chư Mom Ray gắn với du lịch nông nghiệp xã Mô Rai; xây dựng "thủ phủ" cây ăn quả và dược liệu tại xã Hơ Moong, làng chài Đăk Wok Yốp thành khu dân cư nông thôn mới kiểu mẫu để kết nối các điểm du lịch sinh thái trên lòng hồ thủy điện Plei Krông kết hợp tham quan vườn cây ăn trái, vườn dược liệu; xây dựng được vùng nuôi cá lồng tập trung, vùng sản xuất con giống quy mô lớn, ứng dụng công nghệ cao... Tiềm năng phát triển du lịch của huyện Sa Thầy rất lớn, tuy nhiên sản phẩm du lịch đủ sức hấp dẫn và cạnh tranh chưa có. Mặt khác, điều kiện kinh tế - xã hội của huyện còn khó khăn, ngân sách Nhà nước, nguồn lực đầu tư phát triển cơ sở hạ tầng du lịch chưa tương xứng với tiềm năng du lịch hiện có của huyện. Do đó, để du lịch Sa Thầy thực sự cất cánh, trở thành ngành kinh tế mũi nhọn của huyện, bên cạnh việc huyện Sa Thầy và tỉnh Kon Tum tập trung đẩy mạnh xây dựng đề án, kế hoạch cụ thể để quảng bá tiềm năng, rất cần sự chung tay, phối hợp hỗ trợ của các cấp chính quyền, đặc biệt là sự đầu tư có trọng tâm, trọng điểm của các doanh nghiệp lớn trên khắp cả nước, qua đó tạo điều kiện sớm đưa Sa Thầy trở thành trung tâm du lịch sinh thái - cộng đồng - lịch sử - tâm linh... của tỉnh Kon Tum.

BAN QUẢN LÝ DỰ ÁN THÀNH PHỐ LAI CHÂU

Địa chỉ: Tầng 4 trụ sở hợp khối các cơ quan Thành phố,
số 68 đường Võ Nguyên Giáp, thành phố Lai Châu, tỉnh Lai Châu

Giám đốc: Hoàng Văn Huy



BAN QUẢN LÝ DỰ ÁN CÁC CÔNG TRÌNH TỬA CHÙA - ĐIỆN BIÊN

Địa chỉ: Thị trấn Tủa Chùa, Tủa Chùa, Điện Biên

Giám đốc: Lê Quang Đạo



Số ra ngày 25 tháng 3. Đường dây nóng: 0968491036; Giá: 19.000 đồng