

TẠP CHÍ **DOANH NGHIỆP** & **KINH TẾ XANH**

 www.doanhnghiepkinhthexanh.vn

CƠ QUAN CỦA HIỆP HỘI ĐẦU TƯ, XÂY DỰNG - DỊCH VỤ NÔNG, LÂM NGHIỆP VIỆT NAM

ISSN: 2734 - 9551

Số tháng 8/2022



Kỷ niệm **1** năm
xuất bản Tạp chí



Thư tri ân quý doanh nghiệp, đối tác của Tạp chí Doanh nghiệp và kinh tế xanh

Nhân dịp kỷ niệm 1 năm xuất bản Tạp chí Doanh nghiệp & kinh tế xanh (31/8/2021-31/8/2022), Ban biên tập Tạp chí xin gửi lời tri ân sâu sắc và chân thành nhất đến Quý doanh nghiệp, cơ quan, đối tác và các cá nhân đã tin cậy, gắn bó và đồng hành cùng Tạp chí trong chặng đường xây dựng và phát triển.

Sự tin tưởng và đồng hành của Quý đối tác trong thời gian qua là động lực quan trọng góp phần giúp Tạp chí đạt được những kết quả ban đầu đáng khích lệ.

Một lần nữa, xin gửi tới Quý vị lời chúc sức khỏe, may mắn và thành công. Chúc sự hợp tác giữa Quý vị và Tạp chí Doanh nghiệp và kinh tế xanh ngày càng phát triển bền chặt!

Trân trọng!

BAN BIÊN TẬP



HỘI ĐỒNG BIÊN TẬP

CHỦ TỊCH HỘI ĐỒNG:

Nhà báo Lê Hữu Quế

Phó Chủ tịch thường trực Hiệp hội

PHÓ CHỦ TỊCH HỘI ĐỒNG:

Thạc sĩ nhà báo Nguyễn Văn Tông

Phó Chủ tịch Thường trực

Thạc sĩ nhà báo Vũ Văn Quang

Phó TBT phụ trách tạp chí

Cử nhân luật Nguyễn Văn Sơn

Chủ tịch Hiệp hội

Đại tá, nhà báo Đinh Quang Tồn

Phó Chủ tịch Hiệp hội

PGS.TS Lê Quang Vinh

Phó Chủ tịch Hiệp hội

Thạc sĩ Nguyễn Mạnh Thắng

Tổng thư ký Hiệp hội

ỦY VIÊN:

Thạc sĩ Nguyễn Dũng

Phó Chủ tịch Hiệp hội

Tiến sĩ Nguyễn Thị Lan Hương

Phó Chủ tịch Hiệp hội

BAN BIÊN TẬP

Nhà báo Vũ Văn Quang

Phó Tổng Biên tập phụ trách

CÁC ỦY VIÊN:

Thạc sĩ Nguyễn Mạnh Thắng

Thường trực

Nhà báo Lê Hữu Quế

Nhà báo Nguyễn Văn Tông

Tiến sĩ Nguyễn Thị Lan Hương

PHÓ TỔNG THƯ KÝ TÒA SOẠN

Nhà báo Trần Ngọc Kha

*** Tòa soạn:** Số 120 Võ Chí Công,
P.Xuân La, Q.Tây Hồ, TP.Hà Nội.

*** Hotline:** 024.22102285

*** Email:** toasoan.kinhthexanh@gmail.com

*** Giấy phép hoạt động số:**
598/GP-BTTTT ngày 31/8/2021
của Bộ Thông tin và Truyền thông

*** In tại:** Công ty Cổ phần Thiết kế, Chế bản
điện tử và in công nghệ cao.
Số 9B Nguyễn Gia Thiều,
P.Trần Hưng Đạo, Q. Hai Bà Trưng, Hà Nội

GIÁ: 68.000 VNĐ

Trong số này

4-21. SỰ KIỆN

- ▶ KỶ NIỆM 77 NĂM NGÀY CÁCH MẠNG THÁNG TÁM THÀNH CÔNG (19/8/1945 - 19/8/2022): Ý NGHĨA LỊCH SỬ TO LỚN KHÔNG THỂ PHỦ NHẬN
- ▶ ĐẠI HỘI LẦN THỨ II, NHIỆM KỲ 2022-2025 CHI BỘ HIỆP HỘI ĐẦU TƯ, XÂY DỰNG - DỊCH VỤ NÔNG, LÂM NGHIỆP VIỆT NAM: ĐỒNG CHÍ NGUYỄN MẠNH THẮNG - TỔNG THƯ KÝ HIỆP HỘI ĐƯỢC BẦU LÂM BÍ THƯ CHI BỘ
- ▶ CHỦ TỊCH HIỆP HỘI ĐẦU TƯ XÂY DỰNG - DỊCH VỤ NÔNG LÂM NGHIỆP VIỆT NAM NGUYỄN VĂN SƠN: TIẾP TỤC CHỦ ĐỘNG, SÁNG TẠO LÀM NÊN MỘT TẠP CHÍ CÓ VỊ THẾ VÀ UY TÍN TRONG HỆ THỐNG BÁO CHÍ VIỆT NAM
- ▶ TẠP CHÍ DOANH NGHIỆP VÀ KINH TẾ XANH: MỘT NĂM NHÌN LẠI
- ▶ PHÓNG VIÊN DOANH NGHIỆP & KINH TẾ XANH ĐẠT GIẢI NHẤT CUỘC THI ẢNH ĐẸP SEA GAMES 31
- ▶ KỶ NIỆM KHÓ QUÊN LÀM SỐ ĐẦU TIÊN TẠP CHÍ: "LÀM BÁO KHÔNG QUÂN"
- ▶ MỘT NĂM ĐỒNG HÀNH CÙNG TẠP CHÍ DOANH NGHIỆP VÀ KINH TẾ XANH

24-41. TRAO ĐỔI - NGHIÊN CỨU

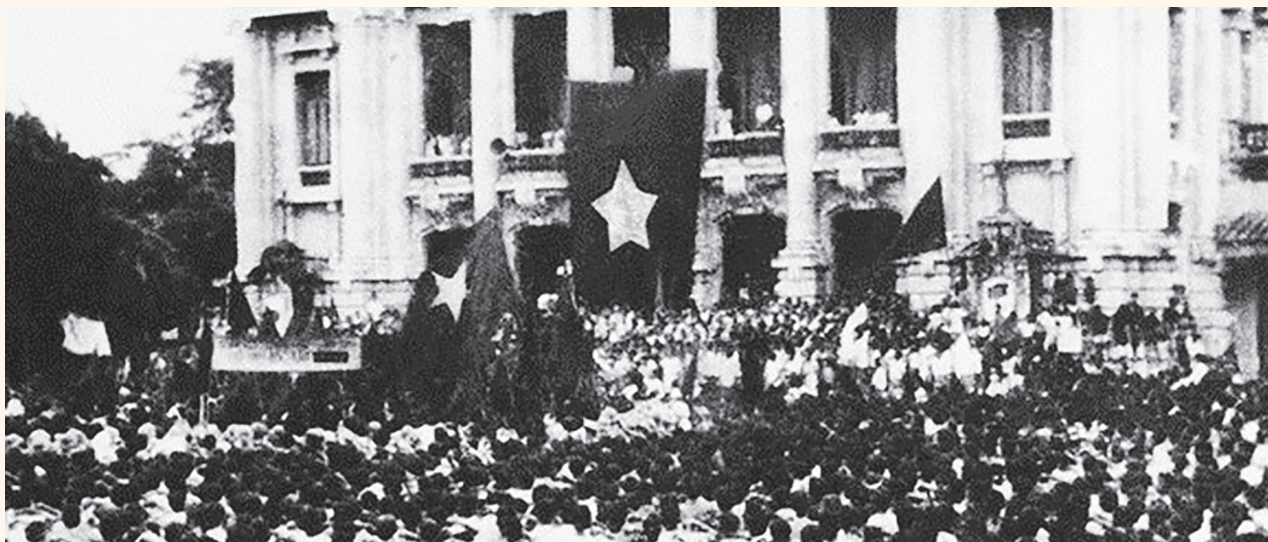
- ▶ KHAI THÁC TIỀM NĂNG KINH TẾ KHI PHÁT TRIỂN ĐÔ THỊ BIỂN
- ▶ THỰC HIỆN NGHỊ QUYẾT ĐẠI HỘI XIII CỦA ĐẢNG: XÂY DỰNG HỆ GIÁ TRỊ VĂN HÓA CHUẨN MỰC CHO NGƯỜI NÔNG DÂN MỚI ĐỂ THỰC HIỆN CÔNG NGHIỆP HÓA, HIỆN ĐẠI HÓA NÔNG NGHIỆP, NÔNG THÔN
- ▶ TỪ KINH TẾ RÁC THẢI TUẦN HOÀN HÀN QUỐC ĐẾN KINH TẾ TUẦN HOÀN TÀI NGUYÊN Ở VIỆT NAM - ĐÔI NÉT LẠM BẢN
- ▶ ĐỒNG BẰNG SÔNG CỬU LONG: MUỐN TĂNG TRƯỞNG XANH BỀN VỮNG, PHẢI GIẢI QUYẾT VẤN NẠN MÔI TRƯỜNG
- ▶ LUẬN ĐÀM VỀ CHỢ TRUYỀN THỐNG HIỆN NAY
- ▶ XANH LÀ XU HƯỚNG TẤT YẾU TRONG XÂY DỰNG VÀ VẬN HÀNH BẤT ĐỘNG SẢN

42-70. MÔ HÌNH KINH TẾ XANH

- ▶ NHÀ VÁN VƯỢT LÊN BỆNH TẬT, XÂY DỰNG MÔ HÌNH KINH TẾ XANH
- ▶ BÌNH DƯƠNG: PHÁT TRIỂN DU LỊCH BỀN VỮNG TỪ SINH THÁI MIỆT VƯỜN
- ▶ CÔ GÁI TRẺ VÀ NIỀM ĐAM MÊ KHỞI NGHIỆP VỚI CÀ PHÊ
- ▶ HUYỆN ĐẢO LÝ SƠN (QUẢNG NGÃI): TỪNG BƯỚC PHÁT TRIỂN THEO HƯỚNG KINH TẾ XANH BỀN VỮNG
- ▶ TỰ SẢN XUẤT PHÂN BÓN VI SINH: KHÔNG CHỈ DỪNG LẠI Ở MÔ HÌNH
- ▶ XÂY DỰNG NỀN KINH TẾ XANH TỪ NÔNG NGHIỆP HỮU CƠ
- ▶ NHO NINH THUẬN BẢN SẮC VÀ HƠN THỂ NỮA
- ▶ "DU LỊCH XANH": SẢN PHẨM CỦA VĂN HÓA VIỆT NAM TRONG TIẾN TRÌNH HỘI NHẬP, TOÀN CẦU HÓA HIỆN NAY
- ▶ CÔNG TY CÁCH ÂM CÁCH NHIỆT PHƯƠNG NAM NỖ LỰC CHO VẬT LIỆU XANH

71-74. VĂN HÓA - THỂ THAO - DU LỊCH

- ▶ MỖI MẮT CHỜ CHÀNG TRAI "KHÔNG CHỊU NGỒI YÊN TRONG CỔ KIỆU"
- ▶ CÔNG TY MAY NINH BÌNH HƯỚNG TỚI SỰ GIA TĂNG CHỈ SỐ HẠNH PHÚC



Cuộc mít tinh phát động khởi nghĩa giành chính quyền do Mặt trận Việt Minh tổ chức tại Nhà hát Lớn Hà Nội ngày 19-8-1945. Ảnh tư liệu

**KỶ NIỆM 77 NĂM NGÀY CÁCH MẠNG THÁNG TÁM
THÀNH CÔNG (19/8/1945 - 19/8/2022)**

Ý nghĩa lịch sử to lớn không thể phủ nhận

► QUÝ THÍCH

Thắng lợi của Cách mạng Tháng Tám năm 1945 đã mở ra bước ngoặt lớn, đưa dân tộc Việt Nam bước sang kỷ nguyên mới - kỷ nguyên độc lập dân tộc gắn liền với chủ nghĩa xã hội. Nhân dân ta từ thân phận nô lệ đã trở thành người làm chủ đất nước, làm chủ vận mệnh của mình. Chủ tịch Hồ Chí Minh khẳng định: “Chẳng những giai cấp lao động và nhân dân Việt Nam ta có thể tự hào, mà giai cấp lao động và những dân tộc bị áp bức nơi khác cũng có thể tự hào, đây là lần đầu tiên trong lịch sử cách mạng của các dân tộc thuộc địa và nửa thuộc địa, một Đảng mới 15 tuổi đã lãnh đạo cách mạng thành công, đã nắm chính quyền toàn quốc”.

Trong Thư gửi đồng bào toàn quốc nhân dịp Kỷ niệm Cách mạng tháng Tám, ngày 19 tháng 8 năm 1947, Chủ tịch Hồ Chí Minh viết: “Cách mạng Tháng Tám đã giải phóng đồng bào ta ra khỏi chế độ quân chủ chuyên chế và xiềng xích thực dân (...), xây dựng cho nhân dân ta nền tảng dân chủ cộng hoà và thống nhất độc lập”.

Thắng lợi này còn là thắng lợi của ý chí độc lập tự chủ, tự lực, tự cường của dân tộc Việt Nam và là thắng lợi vĩ đại của tư tưởng Hồ Chí Minh về độc lập dân tộc gắn liền với chủ nghĩa xã hội ở Việt Nam. Thắng lợi to lớn đó sau này còn cổ vũ nhân dân ta kiên cường đấu tranh giành độc lập dân tộc, thống nhất đất nước, bằng Chiến dịch Hồ Chí Minh năm 1975 lịch sử,

đất nước hoàn toàn độc lập, người dân được hoàn toàn tự do, hạnh phúc.

Đối với phong trào giải phóng dân tộc trên thế giới, Cách mạng Tháng Tám năm 1945 thắng lợi là tấm gương, là nguồn cổ vũ cho các quốc gia, dân tộc đang mất độc lập tự do ở châu Á, châu Phi và Mỹ Latinh, nhất là các nước láng giềng đấu tranh giành tự do độc lập. Cách mạng tháng Tám năm 1945 thắng lợi đã chứng minh một chân lý của thời đại: Các dân tộc bị áp bức, bị xâm lược nếu có ý chí kiên cường và đường lối đúng đắn, sáng tạo, biết đoàn kết đấu tranh, đứng vững trên lập trường của giai cấp công nhân và biết tranh thủ sức mạnh của thời đại thì dân tộc đó nhất định thắng lợi.

Đối với phong trào cộng sản và công nhân quốc tế, thắng lợi của Cách mạng tháng Tám năm 1945 mang tầm vóc thời đại, góp phần to lớn vào phong trào đấu tranh vì hòa bình, tiến bộ của nhân loại; giáng một đòn chí mạng vào nền móng của chủ nghĩa thực dân cũ ở vị trí xung yếu nhất. Báo Nhân dân Indonexia từng viết: “Chúng ta chỉ có thể bày tỏ sự kính trọng và lòng khâm phục cao nhất đối với nhân dân Việt Nam anh hùng... Với sự chiến đấu anh dũng của họ, nhân dân Việt Nam đã tự đặt mình lên vị trí vẻ vang nhất trên thế giới...”. ■

“Tôi nói đồng bào nghe rõ không?”

Với người Việt Nam trưởng thành, ít ai không biết câu hỏi này.

Vâng, đó là câu nói bất ngờ mà Bác Hồ đã cất lên trên Quảng trường Ba Đình sáng 2/9/1945, trước khi Bác chính thức đọc bản Tuyên Ngôn Độc Lập. Trong hàng ngàn năm tồn tại của chế độ tiền phong kiến và phong kiến, ngay với những vị vua anh minh, nhân từ nhất, cũng chưa bao giờ có chuyện, một khi vua cất lời ban chỉ dụ mà lại hỏi quần thần hay bất cứ ai “có nghe rõ không?”. Vì vậy, khi vị Chủ tịch nước Việt Nam Dân Chủ Cộng Hòa cất lời đầu tiên như vậy, thì cả Quảng trường mấy chục vạn con người đã ngạc nhiên vô cùng.

Và, đó là Cách mạng!

Những con người ngàn đời quanh quẩn sau lũy tre xanh, bị giam hãm giữa vòng vây cơm áo, hôm nay bỗng như nghe tiếng gọi thiết tha từ phương trời nào vọng tới. Để rồi sau đó, họ vội cất bước lên đường dẫn thân vào cuộc trường chinh suốt ba mươi năm không ngừng nghỉ, “*thăm thẳm Chiềng Lè, Khâu Vác, Pha Đin.../đâu quê hương là bàn chân bước đến*” (Chính Hữu).

Tôi không biết trong lịch sử dân tộc có bao giờ con người Việt Nam lại đi nhiều đến thế, *xê dịch* nhiều đến thế. Những chuyến lên đường nối tiếp, những cuộc hành quân bất tận, lên ngược, về xuôi, vào Nam ra Bắc. Từ Mục Nam Quan đến Mũi Cà Mau, từ Trường Sơn ra tới Trường Sa, dấu chân của cả một thế hệ in đầy trên mặt đất, nếu đem cộng lại khéo đã vươn tới những vì sao.

Trời đất vẫn như xưa, sao trong mắt ta tất cả dường như đã khác. Vui khác xưa, buồn khác xưa và yêu ghét cũng khác xưa. Đó là tín hiệu bắt đầu một bầu sinh quyển mới trong quan hệ giữa con người với con người.

Chàng nông dân áo vải chân đất ngày nào nhập ngũ còn bi bô nói ngọng, đi qua cuộc trường chinh thoát



Ngày 2.9.1945 tại Quảng trường Ba Đình, Hà Nội, Chủ tịch Hồ Chí Minh trình trọng đọc bản Tuyên ngôn Độc lập tuyên bố với toàn thể quốc dân đồng bào và thế giới về sự ra đời của nước Việt Nam Dân chủ Cộng hòa (nay là nước Cộng hòa Xã hội Chủ nghĩa Việt Nam)

Câu hỏi nhỏ sang trang lịch sử

► ANH NGỌC

đã thành vị tướng tài ba trên thông thiên văn dưới tường địa lý, hoặc cũng có thể thành nhà thi sĩ tài danh

Cậu học trò đáng dấp thu sinh mảnh khảnh trời gà không chặt bằng một ngày đứng vụt lên thành người “chân sắt, vai đồng”, “vai ngàn cân chân vạn dặm”, có lúc nào đó chột xoè bàn tay ngấm vết chai dày lại ngỡ mình vừa được sinh ra lần nữa.

Ngày ấy, giữa chặng hành quân trên chót đỉnh Trường Sơn, có lần chúng tôi đi qua một bản làng heo hút của bộ tộc người Rục, người Chứt, hay là người Giẻ Chiêng gì gì chẳng biết, chỉ nhớ trong câu chuyện thuở thiếu thời, bà tôi vẫn gọi họ là “Người rừng”, người “Lá vàng” có cuộc sống hoang dã huyền bí đến ghê người... Ấy thế mà, bất chợt một cô gái trong số họ bỗng

ngước mắt nhìn tôi giây lát, và tôi bỗng bàng hoàng... Linh cảm kỳ lạ đã đến với tôi, rằng: Nếu lúc này, cuộc hành quân dừng lại, nếu tôi và cô gái “Người rừng” áo quần vá chằng vá đụp có đôi mắt và cái nhìn như trời đêm không thấy đáy kia được ở bên nhau dù chỉ một phút, thì rất có thể tất cả phần còn lại của cuộc đời tôi đã hoàn toàn đổi khác. Ánh mắt ấy đủ sức “chôn vùi” cả một cuộc đời tôi trong đó...

Và, đó cũng là Cách mạng.

Sau từng trải suốt 70 năm đi theo Cách mạng, hôm nay chúng ta càng thấm hết ý nghĩa lớn lao và kỳ lạ trong câu hỏi tưởng chừng ngẫu hứng và thường tình của Bác Hồ hôm ấy trên Quảng trường Ba Đình. Đó không chỉ là tiếng nói của một con người mà là tiếng nói của lịch sử. ■



Nhạc sĩ Xuân Oanh (1923-2010)

Trong giới sáng tác âm nhạc, có những người luôn chỉ nhận mình sáng tác nghiệp dư, song, lại có những tác phẩm để đời, sống mãi với thời gian. Xuân Oanh là người như vậy. Nói đến Xuân Oanh là phải nói đến sự nghiệp sáng tác âm nhạc của ông mà tiêu biểu nhất, làm nên tên tuổi ông, có giá trị để đời, đó chính là bài hát nổi tiếng 19 tháng 8. Chỉ với bài hát này đã đủ xếp ông vào hàng những nhạc sĩ cách mạng lớn của Việt Nam.

Nhạc sĩ Xuân Oanh và bài hát “19 tháng 8”

► NGUYỄN ĐÌNH SAN

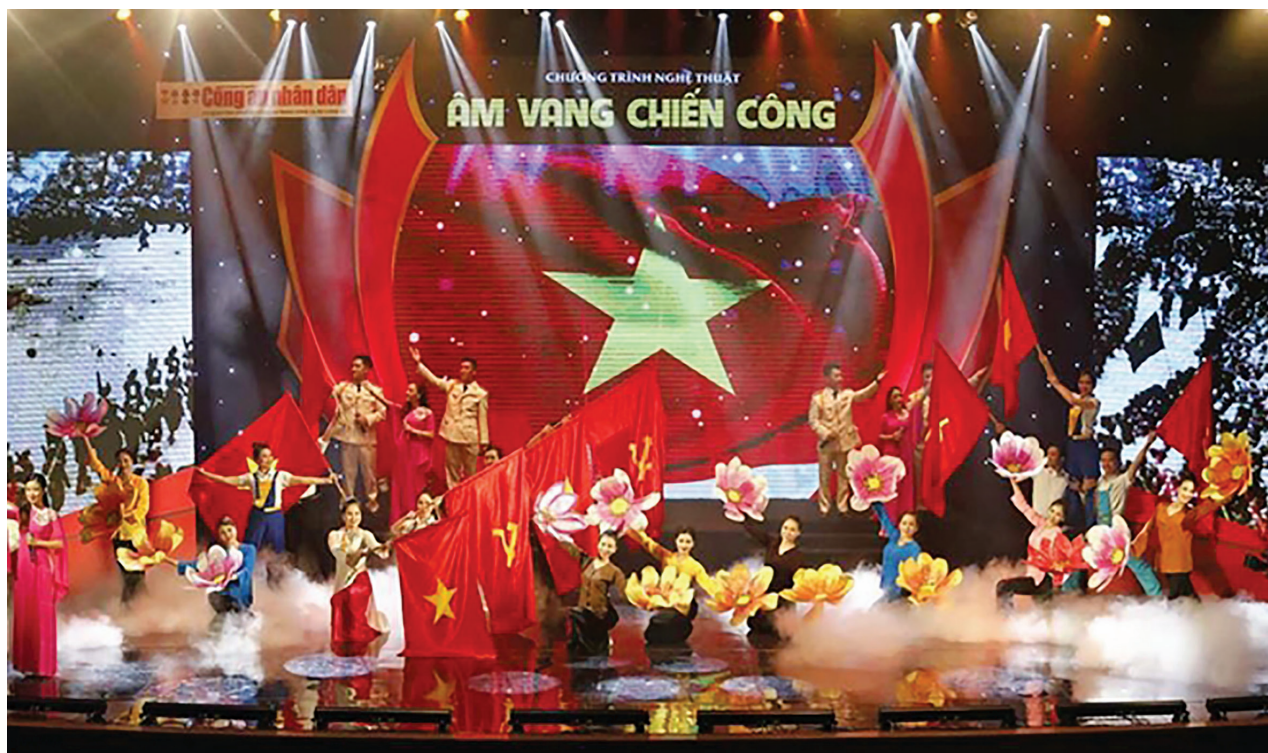
Ông sinh năm 1922, trong một gia đình thợ mỏ nghèo vùng Quảng Yên (Quảng Ninh ngày nay), trưởng thành đúng lúc phong trào cách mạng tiền khởi nghĩa đang phát triển rất mạnh. Năm 1944, ông lên sinh sống ở Hà Nội. Được nhà văn Nguyễn Đình Thi hướng dẫn làm công tác tuyên truyền cho Mặt trận Việt Minh. Công việc cụ thể là đi phát hành báo *Hồn nước*, *Cờ giải phóng*. Ông kể: “Tuổi trẻ chúng tôi khi ấy rất sôi nổi và hồn nhiên. Được tham gia cách mạng là cảm thấy sung sướng và vinh hạnh lắm. Ngoài thời gian làm công việc trên, tôi phải lo kiếm sống bằng đủ nghề: Dạy học tư, tập vẽ mẫu quần áo, vẽ biển quảng cáo, kẻ chữ, có khi còn sửa chữa giày dép. Bài hát 19

tháng 8 là sự việc hết sức thú vị đến với tôi”.

Lúc sinh thời, có lần ông đã kể về sự ra đời rất độc đáo của bài *19 tháng 8*. Những ngày tháng ấy, không một người Việt Nam nào có thể ngồi yên trước không khí sục sôi cách mạng ở khắp mọi nơi, nhất là ở Hà Nội và các thành phố lớn. Đang ngồi trong nhà, thấy mọi người đi thành từng đoàn, thế là ông bước xuống đường, hòa theo. Sáng ngày 19/8/1945, từ khắp các cửa ô ở Hà Nội, những đoàn người rầm rập mang theo cờ, biểu ngữ tiến về phía Nhà hát lớn. Ông nhập vào đoàn người đi từ Văn Điển lên trung tâm thành phố. “Không thể nào diễn tả được tâm trạng, tình cảm của tôi khi ấy. Đó là giờ phút được cùng bà con sắp tạo nên một chấn

động lớn lao cho lịch sử” - ông chia sẻ. Vốn yêu âm nhạc và thích ca hát, ông bèn nghĩ tới việc sáng tác một bài ca để đánh dấu sự việc trọng đại này. “Vì đúng ngày 19 tháng 8 nên tôi nghĩ ngay: Đây rồi, cần chi phải nghĩ tên bài hát làm gì nữa, lấy luôn tên *19 tháng 8* là tiện nhất. Thế là tôi sáng tác ngay trên đường. Vừa đi vừa sáng tác. Được câu nào, hướng dẫn luôn cho những người đi xung quanh cùng hát. Xong câu trước lại tiếp câu sau đến hết bài. Dạy truyền khẩu từng câu như thế, nếu họ hát khó khăn chỗ nào là tôi thay đổi lại để ai cũng có thể dễ dàng hát được mới thôi...”.

Mọi người hát tiếp thu rất dễ dàng và ông cũng đề nghị họ góp ý để hoàn thiện lời ca nhưng, ai cũng nói



Ca khúc "19 tháng 8" của cố nhạc sĩ Xuân Oanh trong một chương trình nghệ thuật

là đã ổn lắm rồi, không cần phải sửa gì. Thế rồi, bài hát *19 tháng 8* của ông lan truyền rất nhanh. Tác giả vô cùng sung sướng, đã rất nhiều lần không cầm được nước mắt khi nghe đồng bào khắp nơi hát bài hát của mình trong những ngày sôi động nhất của lịch sử dân tộc. Ông không ngờ rằng, một chàng thanh niên chưa có kiến thức âm nhạc gì ngoài sự ham thích và chỉ biết vẽ vẽ chút ký âm, biết các nốt đồ, rê, mi..., sáng tác rất "bản năng" (từ Xuân Oanh dùng), lại có thể viết được bài hát khiến nhiều người thích thú đến thế. Rồi bài hát cứ thế lan truyền khắp cả nước. Những năm sau đó, cứ đến dịp kỷ niệm cách mạng tháng 8, bài hát *19 tháng 8* lại được vang lên ở khắp nơi và sau khi hòa bình lập lại (1954), bài hát được Đài Phát thanh Tiếng Nói Việt Nam tiến hành thu thanh và phát sóng.

Vậy là, *19 tháng 8* đã ra đời ngay trong lòng cách mạng, trong lòng quần chúng nhân dân. Lời lẽ của bài không một chút cầu kỳ, tô vẽ mà mộc mạc, giản dị như cảm xúc, ý nghĩ

của hàng triệu người Việt Nam khi ấy: "*Toàn dân Việt Nam đứng đều lên góp sức một ngày. Nguyên đem xương máu quyết lòng chiến đấu cho tương lai. 19 tháng 8 khi khối dân cầm hờn kêu thét. Tiến lên cùng hô: Mau diệt tan hết quân thù chung...*". Phải chăng, chính vì yếu tố này mà ca khúc đã nhanh chóng chiếm được tình cảm của mọi người?

Có thể thấy rõ bài hát đạt được mấy "kỷ lục" của một bài hát: Được viết trong thời gian nhanh nhất và ra đời độc đáo nhất (trên đường đi, không có giấy bút, chỉ sáng tác lẩm nhẩm trong miệng, trong khoảng 3 giờ đồng hồ. Sáng tác xong, không sửa lại gì). Lan truyền sớm, nhanh nhất (chỉ vài ngày sau khi ra đời đã truyền đi rất nhanh, rất rộng). Đến nay, số lượng người biết đến bài hát này có lẽ chỉ xếp sau 2 bài hát khác: Bài *Chào cờ* và bài *Như có Bác trong ngày vui đại thắng*. Một bài hát lớn như vậy mà tác giả chưa từng nhận được một khoản tiền nào gọi là nhuận bút ở đâu (mặc dù đã được

in trong hàng trăm tập sách, hàng nghìn tờ báo, phát trên các làn sóng điện tới cả triệu lần trong suốt gần bảy chục năm qua, xuất hiện trên mọi sân khấu hoành tráng trong những dịp kỷ niệm Cách mạng tháng 8 hàng năm...). Và cuối cùng, bài hát có cái tên độc đáo nhất: Lấy luôn ngày sáng tác, đồng thời cũng là ngày diễn ra sự kiện trọng đại của dân tộc, làm tên tác phẩm.

Xuân Oanh càng lớn lao, càng được công chúng yêu mến khi ông luôn nói với các nhà báo mỗi lần đến thăm, phỏng vấn ông: "- Xin các bạn nhớ tôi là cán bộ ngoại giao, chứ không phải nhạc sỹ. Còn với bài hát *19 tháng 8* thì tôi chỉ là một thư ký ghi lại cảm xúc của cả dân tộc, ghi bằng âm thanh".

Ông đã từ già cõi đời, đi vào chốn vĩnh hằng vào hồi 4g ngày 27/3/2010, hưởng thọ 88 tuổi nhưng bài hát *19 tháng 8* của ông sống mãi trong tim mọi thế hệ người Việt Nam. ■



Đồng chí Phan Lăng - Quận ủy viên, Bí thư Đảng ủy khối doanh nghiệp, Quận ủy Tây Hồ tặng hoa chúc mừng tân Bí thư Chi bộ Nguyễn Mạnh Thắng

Đại hội lần thứ II, nhiệm kỳ 2022-2025 Chi bộ Hiệp hội Đầu tư, Xây dựng - Dịch vụ Nông, lâm nghiệp Việt Nam:

Đồng chí Nguyễn Mạnh Thắng - Tổng thư ký Hiệp hội được bầu làm Bí thư Chi bộ

► NGỌC MINH

Được cử hành vào đầu tháng 7/2022, Đại hội lần thứ II, nhiệm kỳ 2022-2025 Chi bộ Hiệp hội Đầu tư, Xây dựng - Dịch vụ Nông, lâm nghiệp Việt Nam đã diễn ra với sự tham dự của các đồng chí Phan Lăng - Quận ủy viên, Bí thư Đảng ủy khối doanh nghiệp quận Tây Hồ, đồng chí Nguyễn Thị Chinh - Ủy viên UBKT Đảng ủy khối Doanh nghiệp quận Tây Hồ. Đến dự Đại hội còn có đồng chí Nguyễn Văn Sơn - Chủ tịch Hiệp hội, đồng chí Vũ Văn Quang - Phó Tổng Biên tập phụ trách Tạp chí Doanh nghiệp và Kinh tế xanh cùng toàn thể các đồng chí Đảng viên trong Chi bộ.



Các đại biểu, khách mời chụp ảnh lưu niệm với các đảng viên Chi bộ Hiệp hội Đầu tư, Xây dựng - Dịch vụ Nông, lâm nghiệp Việt Nam

Hiệp hội Đầu tư xây dựng - Dịch vụ nông, lâm nghiệp Việt Nam là một tổ chức xã hội nghề nghiệp được thành lập theo Quyết định số 603/QĐ-BNV ngày 06/4/2016 của Bộ trưởng Bộ Nội vụ, với mục đích tập hợp, liên kết các doanh nghiệp, hợp tác xã, có ngành nghề đầu tư xây dựng, nông, lâm nghiệp của Việt Nam, hợp tác hỗ trợ nhau để áp dụng tiến bộ khoa học tiên tiến vào đầu tư xây dựng, sản xuất hàng hóa từ sản xuất đến chế biến, bảo quản, tiêu thụ sản phẩm, hạn chế những bất lợi của thị trường, mang lại hiệu quả cho doanh nghiệp, góp phần xây dựng và phát triển kinh tế - xã hội của đất nước.

Xuất phát điểm từ 15 thành viên Ban vận động thành lập Hiệp hội do ông Nguyễn Văn Sơn làm Trưởng ban, đến nay Hiệp hội đã tập hợp được gần 200 hội viên, bao gồm các doanh nghiệp, tổ chức và cá nhân; đã kiện toàn tổ chức gồm 4 cơ quan

tham mưu, gồm: Văn phòng Hiệp hội, Ban kinh tế, Ban đối ngoại, Ban kiểm tra; thành lập 06 pháp nhân, gồm: Tạp chí Doanh nghiệp và kinh tế xanh, Viện nghiên cứu ứng dụng công nghệ, Viện nghiên cứu ứng dụng xử lý môi trường, Viện Đào tạo khởi nghiệp và ứng dụng khoa học công nghệ cao, Viện Kinh tế xã hội Việt Nam và thế giới, Trung tâm hỗ trợ phát triển nông nghiệp Việt; thành lập các Văn phòng đại diện tại tỉnh Hà Giang, Quảng Bình, Quảng Ninh, Thanh Hóa, cơ quan đại diện miền Nam.

Chi bộ Hiệp hội Đầu tư xây dựng - Dịch vụ nông lâm nghiệp Việt Nam chính thức được thành lập và đi vào hoạt động từ quý IV năm 2020. Từ đó, Chi bộ thường xuyên nhận được sự quan tâm lãnh đạo, chỉ đạo sát sao và sự hỗ trợ tận tâm của Đảng ủy Khối Doanh nghiệp. Định kỳ được mời họp giao ban cập nhật các chỉ thị, nghị quyết của Đảng, Đảng ủy cấp trên. Trong năm 2021-2022, do

tác động bởi đại dịch Covid-19, sau khi thành lập, hoạt động của Chi bộ cũng đã bị ảnh hưởng đáng kể. Các đảng viên trong Chi bộ phần lớn đều là cán bộ kiêm nhiệm. Tuy nhiên, Chi bộ đã phối hợp với lãnh đạo Hiệp hội từng bước đưa hoạt động của Hiệp hội vào nền nếp, phát huy vai trò là cánh tay nối dài của doanh nghiệp, hợp tác xã trong việc hỗ trợ kết nối doanh nghiệp với các bộ, cơ quan trung ương và các địa phương; thúc đẩy hoạt động sản xuất, chế biến, bảo quản, tiêu thụ sản phẩm hàng hóa, nhất là lĩnh vực đầu tư xây dựng, dịch vụ nông lâm nghiệp. Chi bộ, lãnh đạo Hiệp hội đã tập trung kiện toàn bộ máy tổ chức của Hiệp hội, trong đó có sự thành lập Tạp chí Doanh nghiệp và Kinh tế xanh.

Tại Đại hội này, đồng chí Nguyễn Mạnh Thắng - Tổng thư ký Hiệp hội nhận được sự tín nhiệm cao của các đảng viên trong Chi bộ và được bầu làm Bí thư Chi bộ nhiệm kỳ 2022-2025. ■

Chủ tịch Hiệp hội Đầu tư xây dựng - dịch vụ nông lâm nghiệp Việt Nam Nguyễn Văn Sơn:

Tiếp tục chủ động, sáng tạo làm nên một tạp chí có vị thế và uy tín trong hệ thống báo chí Việt Nam

► **VŨ QUANG - TRƯỜNG GIANG** (thực hiện)

LTS: Tạp chí Doanh nghiệp và Kinh tế xanh được thành lập và bước vào hoạt động đến nay vừa tròn 1 năm. Nhân dịp này, ông Nguyễn Văn Sơn, Chủ tịch Hiệp hội Đầu tư xây dựng - dịch vụ nông lâm nghiệp Việt Nam đã dành cho phóng viên tạp chí cuộc phỏng vấn.

PV: Thưa ông! Ông đánh giá thế nào về Tạp chí Doanh nghiệp và Kinh tế xanh sau 1 năm hoạt động?

Chủ tịch Nguyễn Văn Sơn: Tạp chí Doanh nghiệp và Kinh tế xanh được thành lập là kết quả của sự nỗ lực bền bỉ của tập thể ban lãnh đạo Hiệp hội nhiệm kỳ I (2016-2021).

Tạp chí Doanh nghiệp và Kinh tế xanh ra đời góp phần tuyên truyền các hoạt động của Hiệp hội Đầu tư xây dựng - dịch vụ nông lâm nghiệp Việt Nam tới đông đảo hội viên và bạn đọc trong và ngoài nước. Trong bối cảnh đại dịch Covid-19 bùng phát trên cả nước, nhiều hoạt động của các tổ chức, cá nhân và cơ quan nhà nước bị ảnh hưởng nghiêm trọng do phải cách ly xã hội, ở Hà Nội và nhiều địa phương, tuy vậy qua một năm hoạt động, Tạp chí đã đạt được những kết quả nhất định.

Tạp chí từng bước kiện toàn về tổ chức, thường xuyên có tin, bài cập nhật ổn định trên ấn phẩm điện tử



Chủ tịch Hiệp hội Đầu tư xây dựng - dịch vụ nông lâm nghiệp Việt Nam Nguyễn Văn Sơn

và định kỳ từ 2-3 tháng phát hành được 1 số tạp chí in, kịp thời thông tin, tuyên truyền về các hoạt động của Hiệp hội và lĩnh vực kinh tế nói chung, kinh tế nông lâm nghiệp nói riêng đến với hội viên và bạn đọc cả nước. Ban lãnh đạo Hiệp hội đánh giá cao nỗ lực của Ban biên tập cùng toàn thể biên tập viên, phóng viên, cộng tác viên và người lao động của

Tạp chí trong 1 năm qua đã vượt qua khó khăn, đưa các hoạt động của Tạp Chí vào dần ổn định để phát triển.

PV: Tới đây, Tạp chí Doanh nghiệp và Kinh tế xanh nên định hướng phát triển thế nào, thưa Chủ tịch?

Chủ tịch Nguyễn Văn Sơn: Ban biên tập cần xây dựng chiến lược phát triển dài hạn cho Tạp chí trong



Ban lãnh đạo Hiệp hội trao quyết định cho lãnh đạo tạp chí

thời gian tới, trong đó chú trọng tìm kiếm người có tài, có tâm, bố trí vào các vị trí lãnh đạo chủ chốt của Tạp Chí. Đồng thời, cụ thể hóa các mục tiêu của từng giai đoạn để Tạp chí phát triển bền vững, phù hợp với nhu cầu thực tiễn hiện nay.

Tạp chí hoạt động phải đúng tôn chỉ, mục đích, thực hiện tốt chức năng nhiệm vụ, truyền tải được nhiều thông tin thực sự hữu ích, thiết thực đến hội viên và độc giả.

Hiệp hội Đầu tư xây dựng - dịch vụ nông lâm nghiệp Việt Nam đang xúc tiến thành lập sàn giao dịch mua bán nông lâm sản nhằm hỗ trợ Hội viên và người dân đưa thông tin kết nối tiêu thụ các sản phẩm nông lâm nghiệp; cung ứng vật tư, thiết bị phục vụ sản xuất, cung cấp thông tin về các kết quả nghiên cứu khoa học, mô hình sản xuất kinh doanh, công nghệ quản lý.... Tạp chí cần tham gia phối hợp tích cực với Hiệp hội triển khai chủ trương này.

Một trong những mục tiêu mà Tạp chí cần phải hướng tới đó là trở

thành một tạp chí khoa học có số ISSN (International Standard Serial Number) - mã số chuẩn quốc tế cho xuất bản phẩm nhiều kỳ, được công nhận trên phạm vi toàn quốc và thế giới. Muốn vậy, Ban Biên tập tạp chí cần tăng cường liên kết, hợp tác các Trường Đại học, Viện nghiên cứu, trong đó có Trường Đại học kinh tế - Đại học Quốc gia Hà Nội, là một trong những đơn vị đã ký Quy chế hợp tác với Hiệp hội. Mở rộng hợp tác với các cơ sở đào tạo khác cũng như với tổ chức, cá nhân, các nhà khoa học trong và ngoài nước để đăng tải, tuyên truyền, quảng bá các kết quả nghiên cứu khoa học của họ, giúp họ sớm đưa kết quả nghiên cứu vào áp dụng thiết thực, hiệu quả trong tiến hoạt động sản xuất kinh doanh.

PV: Nhân kỷ niệm ngày “thôi nôi” của Tạp chí, xin Chủ tịch có đôi lời chia sẻ, nhắn nhủ tới đội ngũ những người làm báo chúng tôi?

Chủ tịch Nguyễn Văn Sơn: Tạp chí Doanh nghiệp và Kinh tế xanh

ra đời trong bối cảnh Đảng và Nhà nước đang rất chú trọng vào công tác chấn chỉnh, củng cố và hoàn thiện hệ thống báo chí theo Luật Báo chí, quy hoạch báo chí, đúng tôn chỉ, mục đích. Trong bối cảnh này, những người làm báo càng phải thật sự là những người có tâm, có tài, có bản lĩnh nghề nghiệp vững vàng để vượt qua những cám dỗ vật chất, những ảo tưởng về bản thân, xây dựng cho mình hình ảnh đẹp của một chiến sĩ cách mạng trong mắt mọi người, từ đó chúng ta có thể trụ vững và phát triển bền vững, “xanh” đúng như tên gọi của tạp chí.

Thay mặt Ban Lãnh đạo Hiệp hội, tôi hy vọng và chúc Tạp chí, dưới sự chỉ đạo của tập thể Ban biên tập, sẽ phát huy những kết quả đã đạt được trong một năm qua, tiếp tục chủ động, sáng tạo làm nên một cơ quan báo chí có vị thế và uy tín trong hệ thống các cơ quan báo chí Việt Nam

PV: Cảm ơn ông! ■

Tạp chí Doanh nghiệp và Kinh tế xanh Một năm nhìn lại

► LÊ HỮU QUẾ

(Phó Chủ tịch thường trực Hiệp hội Đầu tư xây dựng dịch vụ nông lâm nghiệp Việt Nam, Chủ tịch Hội đồng Biên tập Tạp chí Doanh nghiệp và Kinh tế xanh)

Ngay sau khi được Bộ Thông tin và Truyền thông cấp Giấy phép xuất bản, Ban Thường vụ Hiệp hội Đầu tư xây dựng - Dịch vụ Nông lâm nghiệp Việt Nam đã quan tâm lãnh đạo, chỉ đạo, tạo điều kiện thuận lợi để tạp chí đi vào hoạt động, bám sát tôn chỉ mục đích, định hướng truyền của Ban Tuyên giáo Trung ương, của Ban Chấp hành Hiệp hội.

Để hoàn thành tốt nhiệm vụ nói trên, ngay từ những ngày đầu mới xuất bản, Ban Biên tập Tạp chí đã quán triệt và động viên toàn thể cán bộ, phóng viên, biên tập viên nâng cao ý thức trách nhiệm, trình độ chuyên môn để phản ánh nhanh nhạy, kịp thời, trung thực các nội dung, mảng đề tài liên quan đến chức năng nhiệm vụ, chương trình công tác trọng tâm của Hiệp hội nói riêng và tình hình kinh tế xã hội của đất nước nói chung.

Trong năm qua, các ấn phẩm Tạp chí in và Tạp chí điện tử đã đăng tải hàng trăm bài viết, hàng ngàn tin tức, tư liệu, hình ảnh tập trung làm rõ nội hàm, cơ sở khoa học của khái niệm “kinh tế xanh”. Đồng thời, chú trọng phân tích, trao đổi phản biện nhằm làm sáng tỏ quan điểm, mục đích, ý nghĩa quan trọng các chủ



Ban biên tập Tạp chí Doanh nghiệp & kinh tế xanh

trương, nghị quyết của Đảng và Nhà nước; vai trò, nhiệm vụ của các doanh nghiệp, cơ sở sản xuất, hợp tác xã về xây dựng, phát triển nền kinh tế xanh bền vững ở Việt Nam. Tạp chí cũng đã dành một phần nội dung quan trọng giới thiệu, phản ánh các mô hình sản xuất, kinh doanh trong lĩnh vực nông lâm ngư nghiệp đạt giá trị và hiệu quả kinh tế cao theo hướng tăng trưởng xanh bền vững.

Kinh tế xanh (green economics) hiểu theo nghĩa rộng là một nền kinh tế phát triển toàn diện, vững chắc nhằm mục đích cải thiện môi trường sống của người dân và phát triển của cải vật chất cho xã hội, đồng thời chú trọng giảm thiểu mọi hiểm họa môi trường, sử dụng tiết kiệm, hiệu quả tài nguyên thiên nhiên đất nước. Nói cách khác, kinh tế xanh là sự kết hợp hài hòa giữa ba yếu tố: Kinh tế, xã hội và môi trường du lịch, sinh thái cùng

nhiều lĩnh vực khác của đời sống kinh tế, xã hội.

Là cơ quan ngôn luận của Hiệp hội Đầu tư xây dựng - Dịch vụ Nông lâm nghiệp Việt Nam, Tạp chí Doanh nghiệp và Kinh tế xanh luôn cập nhật, phản ánh kịp thời các hoạt động của Hiệp hội, từ việc thành lập các Văn phòng đại diện mới của Hiệp hội tại các tỉnh, thành phố đến việc triển khai một số mô hình sản xuất, kinh doanh chăn nuôi gia súc, gia cầm tại hai tỉnh Hà Giang, Tuyên Quang và một số nơi khác. Thông tin về hoạt động của các Văn phòng đại diện của Hiệp hội tại Tây Nguyên, Quảng Ninh cũng như các Trung tâm, Viện Nghiên cứu trực thuộc Hiệp hội, tham gia ký kết các văn bản hợp tác giữa trường đại học Kinh tế, đại học Quốc gia Hà Nội với Hiệp hội, tham dự các cuộc giao lưu, hội thảo khoa học với Phòng (nay là Liên hiệp) Thương mại và Công nghiệp



Hội nghị Ban chấp hành Hiệp hội đầu tư xây dựng - dịch vụ nông lâm nghiệp Việt Nam

Việt Nam cùng và một số Bộ, ngành Trung ương... Hoạt động này đã và đang góp phần nâng cao vai trò, vị thế của Hiệp hội. Đồng thời, Tạp chí (nhất là Tạp chí điện tử) đã thông tin, phản ánh kịp thời nhiều sự kiện và hoạt động khác của đời sống xã hội như: Văn hóa, thể thao, du lịch, giáo dục, sức khỏe và pháp luật...

Để có nguồn tin bài, nội dung phong phú, hấp dẫn, đa dạng, ngay từ những ngày đầu mới xuất bản, Ban Biên tập Tạp chí đã quan tâm, chú trọng tuyển dụng, tập hợp được một đội ngũ phóng viên, biên tập viên gồm các nhà báo, nhà nghiên cứu có kinh nghiệm, trình độ chuyên môn cao làm công tác biên tập, viết bài và trực tiếp quản lý nội dung tin bài một số chuyên mục, chuyên trang trên tạp chí. Ngoài các phóng viên, biên tập viên nói trên, Ban Biên tập tạp chí đã thành lập một số Văn phòng đại diện ở các tỉnh Bắc miền Trung, thành phố Hồ Chí Minh để tuyển dụng, tập hợp một số nhà báo trẻ có năng lực chuyên môn, nhiệt tình tâm huyết cộng tác lâu dài với tạp chí. Đặc biệt, hiện nay tạp chí đã có hàng chục cộng tác viên là các nhà báo, nhà văn, nhà nghiên cứu, cán bộ giảng dạy của các Bộ, ngành, trường Đại học, Viện nghiên cứu kinh tế - xã hội thường xuyên viết bài, cung cấp

thông tin, tư liệu cho tạp chí. Đây là một tín hiệu đáng mừng, thể hiện vai trò, vị thế và hàm lượng trí tuệ trong nội dung thông tin của tạp chí Doanh nghiệp và Kinh tế xanh, được bạn đọc ở nhiều cấp, cơ quan, bộ, ngành trong cả nước quan tâm, ghi nhận.

Mặc dù mới xuất bản được một năm và đang phải bươn chải, tự khẳng định mình và cạnh tranh gay gắt với hàng trăm tờ báo, tạp chí trong môi trường hoạt động báo chí vô cùng sôi động, đa dạng, phong phú hiện nay, nhưng điều đáng ghi nhận của tạp chí Doanh nghiệp và Kinh tế xanh là luôn giữ vững định hướng tuyên truyền và tôn chỉ mục đích, nội dung tạp chí không bị "báo hóa", không sa vào tình trạng đưa tin giật gân, câu khách rẻ tiền, hoạt động của phóng viên, nhất là các phóng viên thường trú không vi phạm đạo đức của người làm báo chân chính.

Một trong những vấn đề cực kỳ nan giải mà tạp chí đã và đang phải đối diện là làm kinh tế báo chí. Mặc dù được cơ quan chủ quản là Hiệp hội Đầu tư xây dựng - Dịch vụ Nông lâm nghiệp Việt Nam quan tâm đầu tư cơ sở vật chất, tài chính, tạo điều kiện thuận lợi cho Tạp chí hoạt động, nhưng để từng bước tự chủ về tài chính, ngoài việc nâng cao, đổi

mới chất lượng nội dung, cán bộ, phóng viên đã tích cực hoạt động, mở rộng các mối quan hệ với các đối tác, doanh nghiệp, các địa phương, tạo nguồn tài chính một cách công khai, minh bạch, hợp pháp. Trong thời gian tới, tạp chí phấn đấu trở thành cầu nối, một kênh thông tin quan trọng nhằm kết nối sâu rộng hơn, thực chất và hiệu quả hơn với các đối tác, các doanh nghiệp, các địa phương. Trên cơ sở đó có thể tổ chức các sự kiện, các diễn đàn, hội chợ giúp quảng bá, giới thiệu thương hiệu, trao đổi hàng hóa, sản phẩm giữa các ngành, địa phương, vùng miền trong cả nước, qua đó tạo nguồn thu cho Tạp chí.

Tròn một năm xuất bản, thời gian chưa phải là nhiều đối với một cơ quan báo chí, nhưng cán bộ, phóng viên, biên tập viên Tạp chí Doanh nghiệp và Kinh tế xanh có thể tự hào đã hoàn thành khá tốt nhiệm vụ được Ban Tuyên giáo Trung ương, Bộ Thông tin và Truyền thông, Hiệp hội Đầu tư xây dựng - Dịch vụ Nông lâm nghiệp Việt Nam tin tưởng giao phó. Đây là tiền đề, điều kiện rất quan trọng để tạp chí tự tin và đi xa hơn, gặt hái được nhiều thành công hơn, xứng đáng là diễn đàn, cơ quan ngôn luận của Hiệp hội trong thời gian tới. ■



Nhà báo Lê Quốc Minh, Ủy viên Trung ương Đảng, Tổng Biên tập Báo Nhân Dân, Phó Trưởng Ban Tuyên giáo Trung ương, Chủ tịch Hội Nhà báo Việt Nam trao Giải nhất Cuộc thi Ảnh đẹp SEA Games 31 cho phóng viên Trương Anh Đức

Phóng viên Doanh nghiệp & Kinh tế xanh đạt Giải Nhất cuộc thi Ảnh đẹp SEA Games 31

► TRƯƠNG ANH ĐỨC

Trước khi trở thành thành viên của Tạp chí Doanh nghiệp & Kinh tế xanh, tôi là một phóng viên ảnh tự do, chuyên chụp ảnh các sự kiện thể thao, văn hóa, nghệ thuật, cung cấp ảnh cho các cơ quan báo chí trong nước và quốc tế. Tôi tình cờ biết đến Doanh nghiệp & Kinh tế xanh qua thông tin tuyển dụng phóng viên của Tạp chí trên mạng Internet. Tôi mạnh dạn ứng tuyển và đã được tiếp nhận, trở thành phóng viên của Tạp chí.

Ngay sau khi gia nhập đội ngũ phóng viên của Tạp chí, tôi may mắn được tham gia tác nghiệp tại Đại hội Thể thao lớn nhất khu vực Đông Nam Á - SEA Games 31 được tổ chức tại Việt Nam. Nhiệm vụ chính của tôi là thu thập tin tức và chụp ảnh các sự kiện thể thao, các bộ môn thi đấu của Sea Games. Tôi phải liên tục di chuyển giữa các địa điểm thi đấu để kịp thời thu thập thông tin và chụp lại những hình ảnh ấn tượng về vận động viên thi đấu, những khoảnh khắc giàu cảm xúc khi vận động viên chiến thắng, mang vinh quang về cho tổ quốc.

Việc lựa chọn được các sự kiện nổi bật, các bộ môn thi đấu có thể mang lại thành tích cao cho Đoàn Thể thao Việt Nam để thu thập tin tức là khá khó khăn do các bộ môn thi đấu dồn dập và trùng giờ nhau. Tôi phải

dự đoán, tính toán và phân chia thời gian di chuyển, tác nghiệp sao cho phù hợp để có mặt ở nhiều nhất các sự kiện "nóng" của SEA Games 31.

Trong các bộ môn thi đấu tại SEA Games 31, tôi đặc biệt yêu thích và tập trung thu thập tin tức, chụp ảnh các nội dung thi đấu của bộ môn điền kinh. Đây là những nội dung thi đấu thể hiện được toàn bộ sức mạnh, sức bền, độ dẻo dai, bền bỉ của các vận động viên. Đồng thời thể hiện được ý chí, nghị lực, lòng quyết tâm, tinh thần chiến đấu, khát khao vượt lên chính bản thân mình của các vận động viên để mang chiến thắng, vinh quang về cho tổ quốc.

Song song với thời gian diễn ra SEA Games 31, Báo Nhân dân phát động cuộc thi Ảnh đẹp SEA Games 31, dành cho các nhà báo, phóng viên, nhiếp ảnh gia chuyên và không chuyên,

những người yêu thích ảnh trong cả nước. Cuộc thi được phát động từ ngày 10/5 đến ngày 30/5/2022.

Tuy thời gian tương đối ngắn nhưng cuộc thi Ảnh đẹp SEA Games 31 đã nhận được tổng cộng hơn 800 tác phẩm ảnh đơn và ảnh bộ dự thi từ 85 tác giả.

Sáng ngày 15/6/2022, Ban Tổ chức tổ chức Lễ trao giải cuộc thi. Tôi vô cùng bất ngờ và vui sướng, tự hào khi biết từ hơn 800 tác phẩm ảnh đơn và ảnh bộ của nhiều nhà báo, phóng viên, nghệ sĩ nhiếp ảnh và các nhiếp ảnh gia nổi tiếng trong cả nước tham gia dự thi Ảnh đẹp SEA Games 31, tác phẩm ảnh “Về đích” của tôi - phóng viên Trương Anh Đức, Tạp chí Doanh nghiệp và Kinh tế xanh - đã được Ban Tổ chức chấm Giải nhất.

Đây không chỉ là niềm vui riêng của cá nhân tôi mà còn là niềm vui chung, là thành tích và sự ghi nhận những nỗ lực không ngừng, vượt qua mọi khó khăn, vất vả, bỏ ngõ ban đầu trong quá trình xây dựng đội ngũ, vươn lên và khẳng định mình của cả một tập thể Ban Biên tập, Tòa soạn, các anh chị em phóng viên của Tạp chí Doanh nghiệp và & Kinh tế xanh tuổi đời còn non trẻ.

Khi chụp bức ảnh “Về đích”, tôi đã rất may mắn nắm bắt được khoảnh khắc vận động viên điền kinh Lương Đức Phước bứt tốc về đích, bỏ xa tất cả các đối thủ để đoạt Huy chương Vàng ở nội dung 1500m tại SEA Games 31. Xúc động và tự hào khi được chứng kiến khoảnh khắc ấy của người vận động viên Việt Nam giành chiến thắng, đem vinh quang về cho Tổ quốc, tôi bấm máy.

Ngoài đời thường, Đức Phước trông cao, gầy và nhỏ nhẹ, thư sinh hơn nhiều so với hình ảnh một Đức Phước dũng mãnh, máu lửa, nhiệt huyết và tràn đầy quyết tâm chiến thắng trên đường chạy 1500m. Chỉ là vận động viên thứ 2 của Đoàn Thể thao Việt Nam tham dự nội dung



Tác phẩm “Về đích” đoạt Giải Nhất cuộc thi Ảnh đẹp SEA Games 31 của phóng viên Trương Anh Đức được chụp bằng máy ảnh Canon R6, ống kính Sigma 120-300 Sport



Phóng viên Trương Anh Đức trao tặng ảnh cho vận động viên Lương Đức Phước

1500m ở SEA Games 31, Lương Đức Phước đã bất ngờ và xuất sắc vượt lên tất cả, bỏ xa mọi đối thủ và người đồng đội để cán đích đầu tiên. Với những phút giây ăn mừng chiến thắng tuyệt vời và phấn khích ấy, Lương Đức Phước đã giúp tôi lưu lại được một khoảnh khắc đẹp, khó quên, đầy niềm tự hào dân tộc tại kỳ SEA Games 31 diễn ra trên sân nhà.

SEA Games đến và qua rất nhanh, nhưng những kỷ niệm tác nghiệp tại kỳ SEA Games này chắc chắn sẽ còn đọng mãi trong tâm trí tôi. Những kỷ niệm khó quên, những ánh mắt, nụ cười thân thiện tại các địa điểm thi đấu, những sự

hỗ trợ nhiệt tình hết mình của các bạn tình nguyện viên, những sự hỗ trợ, giúp đỡ nhiệt tình của các bạn đồng nghiệp trong nước và quốc tế. Tất cả, tất cả những kỷ niệm đó tôi sẽ không bao giờ quên.

Nhân dịp kỷ niệm 1 năm thành lập Tạp chí Doanh nghiệp & Kinh tế xanh, kính chúc toàn thể Ban Biên tập, nhân viên Tòa soạn, anh chị em đồng nghiệp phóng viên, cộng tác viên của tạp chí luôn mạnh khỏe, may mắn và thành công trong cuộc sống và sự nghiệp. Bước sang một tuổi mới, hy vọng Tạp chí Doanh nghiệp & Kinh tế xanh sẽ phát triển ngày một đoàn kết, vững mạnh, đi theo đúng tôn chỉ, mục đích, định hướng đã được vạch ra, thu hút thêm nhiều bạn đọc trong cả nước và từng bước khẳng định vị thế và sự lớn mạnh của Tạp chí. Đồng thời cố gắng, nỗ lực đạt thêm nhiều thành tích cao trong các cuộc thi báo chí cả nước. ■

Kỷ niệm khó quên làm số đầu tiên tạp chí: “Làm báo không quân”

► **VŨ QUANG** (Phó Tổng biên tập phụ trách)

Tháng 6 năm 2021, khi đang đi nghỉ dưỡng ở một căn hộ đối diện với Hòn Chồng - thành phố Nha Trang xinh đẹp, tôi bỗng nhận được cuộc điện thoại của nhà báo Hoàng Dự - Tổng biên tập Thời báo Văn học Nghệ thuật: “A lô! Chú có làm tổng biên tập một tờ tạp chí không?”. Tôi bất ngờ và hỏi lại: “Tạp chí nào hả anh?”. Anh Hoàng Dự nói: “Chú nói chuyện với Anh Nguyễn Văn Sơn chủ tịch Hiệp hội Đầu tư, Xây dựng, Dịch vụ nông lâm nghiệp Việt Nam nhé”. Từ đầu bên kia, một giọng đàn ông trầm ấm vang lên: “Chào anh, chúng tôi muốn mời anh làm Tổng biên tập tờ Tạp chí của Hiệp hội”. “Vâng! Để tôi suy nghĩ rồi trả lời anh sau nhé” - tôi ngập ngừng trả lời.

Tôi bay ra Hà Nội và sắp xếp lịch hẹn gặp gỡ ban lãnh đạo hiệp hội bàn bạc công việc. Được sự hỗ trợ của anh Hoàng Dự, chỉ sau nửa tháng, Đề án xin thành lập tạp chí của Hiệp hội Đầu tư, Xây dựng - Dịch vụ Nông lâm nghiệp Việt Nam được hoàn thành và gửi lên Cục báo chí, Bộ Thông tin và Truyền thông xin phê duyệt. Tôi đặc biệt tâm đắc với tên gọi của tạp chí là Doanh nghiệp và Kinh tế xanh.

Sau gần 2 tháng chờ đợi, nhờ thiên thời, địa lợi, nhân hòa, tạp chí Doanh nghiệp và Kinh tế xanh chính thức có Giấy phép. Đó là ngày 31/8/2021 - một ngày đẹp trời!

Tòa soạn khi đó có tôi là Phó tổng biên tập phụ trách tạp chí và anh Nguyễn Mạnh Thắng, Ủy viên Thường trực Ban biên tập cùng cháu Ngân An vừa tốt nghiệp Trường Đại học Kinh tế quốc dân mới được tiếp nhận về đây làm nhân viên hành chính - trị sự.

Giấy phép của bộ Thông tin và truyền thông cho phép xuất bản tạp



Chủ tịch Hiệp hội trao quyết định cho phó TBT phụ trách tạp chí

chí điện tử và tạp chí in 1 tháng/kỳ. Chúng tôi sẽ làm gì đây với quân số vền vẹn chỉ có 3 con người này? Và, cái khó đã lộ cái khôn.

Tôi trao đổi với anh Mạnh Thắng, việc đầu tiên là tạp chí sẽ mua tin kinh tế trong nước và thế giới của Thông tấn xã Việt Nam để cập nhật

tin, bài cho tạp chí điện tử. Tận dụng nhân lực gia đình hai con trai tôi một là biên tập viên của VTV và một là biên tập viên của Công ty truyền thông Next Media giúp phần việc biên tập tin từ nguồn TTXVN.

Ngày 1/10/2021, tạp chí điện tử Doanh nghiệp và Kinh tế xanh



Ban lãnh đạo Hiệp hội và Ban biên tập tạp chí

(doanh nghiệpkinh t exanh.vn) chính thức ra mắt làng báo chí cả nước. Mỗi ngày tạp chí đăng tải khoảng 30 tin bài về kinh tế - xã hội trong nước và quốc tế với 3 khung giờ sáng, trưa và chiều tối. Sau một năm xuất bản, tạp chí điện tử được thăng hạng từ 7 triệu lên 1,2 triệu trong số các trang web của thế giới (theo xếp hạng của Alexa).

Vậy còn tạp chí in thì sao đây? Tôi lập tức gọi điện thoại cho bạn bè, đồng nghiệp. Những cuộc gọi đầu tiên là cho đạo diễn, nghệ sĩ ưu tú Nguyễn Trung Hiếu của VTV Cần Thơ, nhạc sĩ Nguyễn Đình San, nhà văn Trần Hậu, nhà văn Kiều Bích Hậu, nhà báo Hồ Vĩnh Phú, đại tá nhà báo Hòa Văn... để đặt bài.

Nhà báo Giang Trung Sơn, Phó tổng biên tập Tuần báo Tiếng nói Việt Nam thấy đồng nghiệp đàn anh như vậy thương quá bèn nhận lời

mời họa sỹ Hoàng Minh trình bày thiết kế và chính anh đọc bản bông tạp chí giúp tôi.

May mắn thay, khi đó lãnh đạo Hiệp hội đã thành lập Hội đồng biên tập và nhà báo Lê Hữu Quế - Phó Chủ tịch thường trực Hiệp hội, Chủ tịch Hội đồng biên tập Tạp chí nhận lời viết một số bài về hoạt động của Hiệp hội cho số đầu tiên tạp chí.

Và rồi, số tạp chí in Doanh nghiệp và Kinh tế xanh đầu tiên với 68 trang khổ 30x26 cm đã chính thức ra mắt vào ngày 15/10/2021.

Cầm cuốn tạp chí trên tay, tôi trộm nghĩ: Nếu không có các nhà thơ, nhà văn, nhà báo đồng nghiệp, bạn bè làm sao Tạp chí Doanh nghiệp và Kinh tế xanh có thể xuất bản được số đầu tiên với hình thức đẹp, hiện đại cùng nội dung phong phú mà đội ngũ

biên chế chính thức của chúng tôi lúc đó chỉ với vốn vụn 3 người?

Nhớ lại những ngày xuất bản tạp chí, tôi vô cùng biết ơn những đồng nghiệp đàn anh, đồng nghiệp trẻ và các đồng nghiệp đang làm báo, làm truyền hình trong cả nước!

Hóa ra chính tình đồng nghiệp, tình bạn vô cùng quý giá đã giúp chúng tôi vượt qua những khó khăn tưởng chừng không thể vượt qua.

Chuyện nghề nghiệp khi xuất bản số Tạp chí Doanh nghiệp và Kinh tế xanh đầu tiên cách đây đúng một năm khiến tôi thấu hiểu hơn về cuộc sống, về tình đồng nghiệp: Khi bạn nhận được sự tin tưởng của lãnh đạo Hiệp hội, khi bạn có tình yêu nghề nghiệp và tình thương của các đồng nghiệp, bạn sẽ hoàn thành tốt mục tiêu của mình. Vâng nó đúng là kỷ niệm làm báo khó quên: "Làm báo không quân" ■

Một năm đồng hành cùng Tạp chí Doanh nghiệp và Kinh tế xanh

► NGUYỄN VĂN TÔNG

Trải qua thực tiễn 12 tháng hoạt động, cơ bản tạp chí in đã định hình các chuyên mục, tuy hàm lượng khoa học chưa thật sự nổi trội, chưa có sức hút nhiều các nhà khoa học, nhưng cũng khó có thể đòi hỏi tạp chí phát triển với tốc độ cao hơn

Có lần, anh Lê Hữu Quế và nhà báo Đỗ Quý Thích rủ tôi đến thăm nhà doanh nhân Nguyễn Văn Sơn, Chủ tịch Hiệp hội Đầu tư xây dựng - dịch vụ Nông Lâm nghiệp Việt Nam ở quận Tây Hồ để cùng bàn chuyện xin giấy phép xuất bản một tờ Tạp chí phục vụ công tác xây dựng và phát triển Hiệp hội. Tôi nghe nhưng cũng không mấy quan tâm.

Bẵng đi khoảng một năm, khi Tạp chí *Doanh nghiệp và Kinh tế xanh* của Hiệp hội có giấy phép xuất bản, tôi nhận được lời mời tham gia. Tôi hơi ngỡ ngàng bởi Hiệp hội đã quản trị được nhiều nhà báo đầy kinh nghiệm như Nhà báo Lê Hữu Quế, cựu Tổng Biên tập Tạp chí Nông thôn Mới, Nhà báo Vĩnh Quang Lê, cựu Tổng Biên tập Báo Nhân đạo và Đời sống, Nhà báo Đinh Quang Tồn, cựu Phó Tổng Biên tập Báo Công an nhân dân, Nhà báo Vũ Văn Quang, cựu Phó Giám đốc Trung tâm đào tạo Đài Truyền hình Việt Nam...

Chủ tịch Nguyễn Văn Sơn và Tổng Thư ký Hiệp hội Nguyễn Mạnh Thắng vào thăm tôi ở khu tập thể Học Viện Báo chí và Tuyên truyền giới thiệu những nét chính tình hình Hiệp hội, Tạp chí, và chính thức mời tôi về đầu quân cho Hiệp hội. Tôi cũng đắn đo, song trước lời mời nhiệt tình này của các anh, tôi đồng ý tham gia với



Thạc sĩ nhà báo Nguyễn Văn Tông

tư cách Phó Chủ tịch thường trực Hội đồng Biên tập Tạp chí.

Trong các tờ báo, Tạp chí tôi từng tham gia và quản lý, tôi thấy Tạp chí *Doanh nghiệp và Kinh tế xanh* có nhiều lợi thế, nền tảng cơ sở vật chất, tài chính vững chắc, trụ sở có sẵn, chỉ cần có một tổ chức đủ mạnh, có định hướng nội dung và hình thức tốt là có thể phát triển. Dĩ nhiên, theo kinh nghiệm từng quản lý 5 tờ báo (3 tờ bao cấp, 2 tờ tự chủ) tôi hiểu rằng kinh tế báo chí là điều kiện cốt tử để tờ Tạp chí tồn tại và phát triển. Đây là vấn đề lớn không thể giải quyết trong ngày một, ngày hai.

Tôi hiểu ý đồ của ông Chủ tịch Hiệp hội muốn thành lập tờ tạp chí để truyền thông, chuyển tải thông điệp của Hiệp hội, là diễn đàn kết nối các tổ chức thành viên và hội viên; đồng thời là phương tiện để giới thiệu, quảng bá và tiêu thụ sản phẩm vùng miền, trên cơ sở đó nghiên cứu trao đổi một cách khoa học về đầu tư, xây dựng và phát triển hệ thống dịch vụ nông lâm nghiệp.

Là người cũng quan tâm đến các vấn đề trên, đặc biệt là kinh tế và du lịch miền núi nên tôi tham gia làm tạp chí với tinh thần của người tuy già nhưng còn khỏe, với tất cả vốn sống và kinh nghiệm của mình. Trải qua thực tiễn 12 tháng hoạt động, cơ bản tạp chí in đã định hình các chuyên mục, tuy hàm lượng khoa học chưa thật sự nổi trội, chưa có sức hút nhiều các nhà khoa học, nhưng cũng khó có thể đòi hỏi tạp chí phát triển với tốc độ cao hơn. Tạp chí online từng bước được cải tiến và có ảnh hưởng nhất định trong làng báo chí cả nước trong thời kỳ hội nhập.

Đội ngũ phóng viên, cộng tác viên phát triển với chất lượng khá như nhóm Thành phố Hồ Chí Minh, Bình Thuận, Nghệ An, Hà Tĩnh, Tuyên Quang, Hà Giang... Cách thức tổ chức điều hành thường xuyên được cải tiến, rút kinh nghiệm. Ngay tháng thứ 4 sau khi có giấy phép, Tạp chí đã được cấp mã số ISSN. Tạp chí đang xúc tiến đề nghị Hội đồng chức danh Giáo sư nhà nước xác định tính điểm nghiên cứu khoa học cho các công trình Tạp chí đăng tải.

Khai thác và phát huy giá trị di sản văn hóa truyền thống tốt đẹp,

thông tin những vấn đề về lý luận, thực tiễn, truyền thống, đầu tư, xây dựng và dịch vụ Nông Lâm nghiệp của của đất nước là việc làm không chỉ của hôm nay mà của cả mai sau. Đây là vấn đề cần được nghiên cứu và luận giải vì mục tiêu phát triển cộng đồng và xã hội, trên cơ sở giữ gìn bản sắc vùng miền, sự phát triển kinh tế nông lâm nghiệp từng thời kỳ, phát hiện nhân tố mới, cách làm mới, vừa kết nối vừa thúc đẩy phát triển. Những vấn đề trên không chỉ có tính thời sự mà còn mang tính khoa học và thời đại.

Trước yêu cầu hội nhập kinh tế quốc tế, trong bối cảnh đất nước và thế giới có nhiều biến động, nhiều thử thách, đòi hỏi người làm Tạp chí *Doanh nghiệp và Kinh tế xanh* phải có bản lĩnh chính trị vững vàng, có trình độ chuyên môn sâu sắc, và quan trọng hơn, quán triệt đầy đủ, thực hiện có hiệu quả tôn chỉ mục đích mà Tạp chí và Hiệp hội theo đuổi.

Với tôn chỉ, mục đích rõ ràng, với lòng nhiệt thành của các nhà báo có kinh nghiệm và các nhà khoa học, tôi tin chắc Tạp chí sẽ đem đến cho bạn đọc những thông tin bổ ích, những định hướng lành mạnh, những phát hiện độc đáo. Một năm, thời gian quá ngắn cho việc xây dựng và phát triển một đơn vị, tuy vậy sự trải nghiệm qua thực tiễn cũng đem lại cho cán bộ, phóng viên, biên tập viên những kinh nghiệm nhất định. Được lãnh đạo Hiệp hội quan tâm, được các tổ chức thành viên, hội viên nhiệt tình hưởng ứng, hy vọng cán bộ, phóng viên, biên tập viên Tạp chí sẽ đoàn kết tìm được hướng đi đúng và phát triển lành mạnh, bền vững.

Nhân dịp kỷ niệm một năm Tạp chí ra số đầu tiên, cá nhân tôi, với tư cách là thành viên Ban biên tập, xin chúc cán bộ, phóng viên, biên tập viên, cộng tác viên và bạn đọc xa gần mạnh khỏe, hạnh phúc, chúc Tạp chí không ngừng phát triển. ■



Như được sống trong ngôi nhà thứ hai

► QUỐC CƯỜNG (PV thường trú tại TP.HCM)

Sau một năm công tác tại Tạp chí Doanh nghiệp và Kinh tế xanh, tôi cảm thấy nơi đây như một ngôi nhà thứ hai của mình. Ban lãnh đạo đã tạo mọi điều kiện tốt nhất để tôi hoàn thành nhiệm vụ. Là phóng viên thường trú tại TP Hồ Chí Minh, tôi luôn được anh Trần Lê Hiếu Như và các đồng nghiệp yêu thương, quan tâm, giúp đỡ, hướng dẫn tận tình. Tôi cảm thấy rất hạnh phúc.

Bước sang năm thứ 2, điều tôi kỳ vọng là mọi người ở đây tiếp tục giữ vững những thành tựu đã đạt được, đồng lòng, nhất trí, đoàn kết đóng góp trí tuệ, nâng cao nghiệp vụ, Tạp chí Doanh nghiệp và Kinh tế xanh phát triển ngày càng vững mạnh, nhân văn.



Mong rằng Tạp chí sẽ có nhiều bài viết sắc sảo hơn nữa trên nhiều lĩnh vực để góp phần làm cho xã hội ta ngày càng lành mạnh, học tập và làm theo tư tưởng, đạo đức Hồ Chí Minh.

Đoàn Văn Thuận (bút danh: Đoàn Thuận) - Phóng viên thường trú tại Quảng Trị:

“Xây dựng cho mình hình ảnh một phóng viên năng nổ, nhiệt tình”

Tôi may mắn được tiếp nhận về công tác tại Tạp chí DN&KTX từ tháng 4/2022.

Tuy thời gian công tác chưa dài và cũng chưa có nhiều đóng góp cho đơn vị nhưng được sự hỗ trợ, giúp đỡ, tạo điều kiện thuận lợi từ ban lãnh đạo, các anh chị trong tòa soạn, tôi đã tham gia tuyên truyền được nhiều sự kiện lớn tại địa phương, từ đó, góp phần lan toả thương hiệu Tạp chí Doanh nghiệp và Kinh tế xanh tại tỉnh Quảng Trị, xây dựng được cho mình hình ảnh một phóng viên năng nổ, nhiệt tình trong ấn tượng của các nhà lãnh đạo và người dân địa phương.

Tôi xin gửi lời cảm ơn sâu sắc đến Ban lãnh đạo và các ban của tòa soạn đã hỗ trợ nhiệt tình về mọi mặt để tôi hoàn thành tốt nhiệm vụ. Kính chúc



Phóng viên Đoàn Thuận - TC DN&KTX phỏng vấn ông Hồ Xuân Hiếu - Chủ tịch HĐQT Tổng công ty Thương mại Quảng Trị trong bài viết Xây dựng và phát triển kinh tế xanh từ nông nghiệp hữu cơ

các anh chị trong toàn thể tòa soạn luôn mạnh khỏe, hạnh phúc, thành

công. Chúc Tạp chí ngày càng phát triển vững mạnh! ■

Trần Lê Hiếu Như Trưởng nhóm PV tại TP.HCM

Trong một năm công tác tại Tạp chí Doanh nghiệp và Kinh tế xanh, với cương vị là Trưởng nhóm phóng viên tại TP.Hồ Chí Minh, tôi được Ban lãnh đạo Tạp chí tạo mọi điều kiện tốt nhất để hoàn thành nhiệm vụ. Tôi cảm thấy rất hạnh

phúc và xin hứa sẽ luôn nỗ lực hết khả năng để góp phần xây dựng Tạp chí mình ngày càng phát triển. Tôi hy vọng tới đây, tập thể cán bộ, người lao động Tạp chí cùng nhau đoàn kết tiếp tục giữ vững những thành tựu đã đạt được, phát triển ngày càng vững mạnh. ■





Không quản ngại vất vả để đến những nơi khó khăn nhất

Những cái khó và sự nỗ lực vượt qua của một phóng viên trẻ

► **QUỐC CƯỜNG** (Phóng viên thường trú tại Nghệ An)

Tôi được phân công thường trú tác nghiệp tại Nghệ An, địa bàn hiện có đến hơn 600 nhà báo Trung ương và địa phương đăng ký hoạt động (kể cả có thể và chưa có thể nhà báo). Bình quân mỗi ngày một huyện, thị đã có hàng chục nhà báo đến tác nghiệp.

Đã vậy, khi đến cơ sở, phóng viên phải tuân thủ những quy định bắt buộc. Trước hết, cần phải tìm cách liên hệ được với lãnh đạo đơn vị, địa phương để đặt lịch hẹn. Nếu mọi việc thuận lợi là may, bởi không phải lúc nào mọi việc cũng “thuận buồm, xuôi gió”. Với những phóng viên có thâm niên lâu năm trong nghề thì họ có những lợi thế, những kinh nghiệm riêng trong quá trình tác nghiệp nên việc đi cơ sở có nhiều thuận lợi, còn với những phóng viên trẻ mới vào nghề như chúng tôi thì đó thực sự là một việc không dễ dàng gì.

Phóng viên trẻ thường rất năng động, nhiệt tình, nhạy bén với các đề tài mới, không quản ngại khó khăn, gian khổ sẵn sàng đi đến các cơ sở ở vùng sâu, vùng xa tác nghiệp. Tuy nhiên, họ lại có nhiều hạn chế như chưa được nhiều người biết đến,

chưa tạo dựng được thương hiệu nên quá trình tiếp cận với cơ sở có thể sẽ gặp nhiều bất tiện, hay bị “soi xét”, thậm chí bị cơ sở thẳng thừng từ chối tiếp xúc vì rất nhiều lý do. Phóng viên trẻ nhiều người do chưa quen thuộc địa hình nên dù có thể đã tìm hiểu trước khi đi cơ sở nhưng nhiều lúc vẫn phải loay hoay, mất khá nhiều thời gian để tìm đường đến cơ sở mình cần, và có khi đến không đúng lịch hẹn nên cuộc hẹn sẽ bị hủy gây mất lòng tin.

Thời gian qua, có một số phóng viên trong đó có cả những phóng viên trẻ đã có những biểu hiện vi phạm đạo đức nghề nghiệp; gây phiền hà cho cơ sở và nghiêm trọng hơn một số đối tượng xấu đã giả danh là nhà báo, phóng viên đi cơ sở để lừa đảo, chiếm đoạt tài sản của người dân. Tuy số lượng này không nhiều nhưng, “Con sâu làm rầu nồi

canh”, đã tạo ra cho người dân ấn tượng không tốt với đội ngũ làm báo nói chung, phóng viên trẻ nói riêng. Thậm chí, vì thế mà có một số cơ quan, doanh nghiệp còn không hợp tác, không cung cấp đầy đủ thông tin cần thiết phục vụ cho bài viết. Vậy làm sao để khôi phục niềm tin của người dân với báo chí? Đây là trách nhiệm lớn lao chung của những người làm báo, nhất là các phóng viên trẻ trung, năng động, những người sẽ là tương lai của báo chí nước nhà.

Là một phóng viên trẻ của Tạp chí Doanh nghiệp và Kinh tế xanh, tôi tự xác định gắn bó đời mình với nghiệp báo, vượt qua khó khăn, thử thách sáng tạo được những tác phẩm hấp dẫn, được đông đảo độc giả đón nhận. Luôn luôn lắng nghe, học hỏi từ đồng nghiệp, đặc biệt là học hỏi kinh nghiệm từ các bậc đàn anh, đàn chị đi trước; rèn giũa bản thân, không ngừng tìm tòi, khám phá để bổ sung kiến thức, nâng cao nghiệp vụ báo chí và phẩm chất đạo đức của người làm báo, không vấp ngã trước những cám dỗ của cuộc sống để luôn giữ cho mình “tâm sáng, bút sắc” là những điều kiện cần và đủ để trở thành một người phóng viên tốt. ■



PHÂN BÓN
PHÚ MỸ
Cho mùa bội thu

Phân bón Phú Mỹ

CHĂM TỐT CÂY TRỒNG ĐẲNG CẤP CHÂU ÂU

Chất lượng cao

Chăm tốt
cây trồng



Công nghệ hiện đại

Đa lượng
Trung lượng
Vi lượng



Dây chuyền
khép kín



Về cuộc thi “Vì Việt Nam xanh”

► P.V

Nhân kỷ niệm một năm xuất bản, Tạp chí Doanh nghiệp và Kinh tế xanh - cơ quan ngôn luận của Hiệp hội Đầu tư, xây dựng - Dịch vụ nông lâm nghiệp Việt Nam đã phát động cuộc thi viết về chủ đề “Vì Việt Nam Xanh”.

Sau hai tháng thông báo thể lệ cuộc thi, đến nay Ban tổ chức đã nhận được trên 100 tác phẩm báo chí dự thi gồm các thể loại: Nghiên cứu lý luận, phóng sự phản ánh và phóng sự truyền hình của nhiều nhà báo, nhà văn, nhà nghiên cứu và cộng tác viên ở các cơ quan trung ương và nhiều tỉnh thành trong cả nước.

Sáng ngày 17/8, tại Toà soạn Tạp chí 120 Võ Chí Công, Hà Nội,



Ban Giám khảo cuộc thi chấm giải (từ trái sang là các nhà báo: Lê Hữu Quế, Trần Bá Dung, Vũ Văn Quang và Nguyễn Văn Tông)

Ban Giám khảo cuộc thi gồm các nhà báo: Lê Hữu Quế, Trần Bá Dung, Vũ Văn Quang, Nguyễn Văn Tông đã họp phiên đầu tiên để tiến hành chấm giải.

Dự kiến lễ trao giải sẽ được tổ chức vào ngày 31/8/2022 nhân lễ kỷ niệm một năm thành lập Tạp chí Doanh nghiệp và Kinh tế xanh tại Hội trường tầng 10, Hội Nhà báo Việt Nam. ■

“Tôi rất vui vì được làm việc và học hỏi nhiều”

► **HỒNG DUYÊN** (Phóng viên thường trú tại Hà Tĩnh)

1 năm qua được tiếp nhận về công tác tại Tạp chí Doanh nghiệp và kinh tế xanh tôi rất vui vì được làm việc và học hỏi nhiều với một đội ngũ các bác nhà báo lão thành trong Ban Biên tập - những người đã từng công tác trong các cơ quan báo chí lớn dày dặn kinh nghiệm. Là một tờ tạp chí còn rất mới mẻ, chưa được bạn đọc cũng như các cơ quan, đơn vị, doanh nghiệp biết đến nhiều nên không hoạt động của chúng tôi không khỏi gặp nhiều khó khăn trở ngại. Tuy nhiên, thời gian qua, bản thân tôi luôn được các bác, các chú, các anh trong Ban Biên tập và các bộ phận khác luôn tạo điều kiện, giúp đỡ để bản thân tôi hoàn thành nhiệm vụ.



Khai thác tiềm năng kinh tế khi phát triển đô thị biển

► PGS.TS. ĐÌNH TRỌNG THỊNH
Chuyên gia Kinh tế (Học viện Tài chính)

Việt Nam có bờ biển dài trên 3.260 km, có tiềm năng lợi thế rất lớn trong phát triển kinh tế biển và giao lưu, hội nhập kinh tế quốc tế.

Thực trạng phát triển các đô thị biển

Vùng biển Việt Nam có diện tích rộng lớn, gấp hơn 3 lần diện tích đất liền. Việt Nam là quốc gia biển với gần 50% dân số sinh sống ở vùng duyên hải, 28 tỉnh, thành ven biển, kinh tế biển đóng góp 60% tổng GDP.

Biển Việt Nam có tiềm năng lớn về giao thông đường thủy giữa các địa phương trong nước với nhau và giữa Việt Nam với các nước trên thế giới. Nhiều vũng vịnh có độ sâu đủ lớn và kín, thuận lợi cho việc xây dựng các cảng nước sâu và cho việc trú ngụ của tàu thuyền.

Vùng biển Việt Nam có nguồn tài nguyên dầu khí lớn phục vụ phát triển kinh tế. Bên cạnh đó, với bờ biển dài có nhiều cảnh quan thiên nhiên phong phú cùng hàng ngàn hòn đảo lớn nhỏ và hàng trăm bãi tắm cát trắng trải dài từ Bắc vào



Tác giả PGS.TS Đình Trọng Thịnh

Nam, Việt Nam có điều kiện vô cùng thuận lợi để phát triển du lịch biển, đảo. Hơn nữa, Việt Nam sở hữu nhiều khu vực ven biển có rừng ngập mặn (rừng ngập mặn Cà Mau, rừng ngập mặn Cần Giờ, đầm phá Tam Giang...) cùng nhiều làng nghề, lễ hội độc đáo nên tạo điều kiện rất tốt cho phát triển du lịch.

Khái niệm đô thị được mỗi quốc gia quy định khác nhau. Tại Việt Nam,

theo Nghị định của Chính phủ số 42/2009/NĐ-CP ngày 07/5/2009 về việc phân loại đô thị thì đô thị là nơi tập trung đông dân cư sinh sống và chủ yếu hoạt động trong những lĩnh vực kinh tế phi nông nghiệp, là trung tâm kinh tế, chính trị, văn hoá, xã hội, du lịch và dịch vụ của cả nước hoặc vùng lãnh thổ bao gồm thị trấn, thị xã, thành phố (thành phố trực thuộc tỉnh và thành phố trực thuộc

trung ương); là khu vực có sự tập trung cao về dân cư, mật độ xây dựng và tiềm lực kinh tế so với khu vực xung quanh. Quy định tối thiểu cho các đô thị là có dân số từ 4.000 người trở lên, có mật độ dân số từ 2.000 người/km² trở lên với hình thức kinh tế chính của cư dân chủ yếu là phi nông nghiệp. Tỷ lệ lao động phi nông nghiệp trong tổng số lao động của đô thị tối thiểu là 65%.

Cùng với sự phát triển của nền kinh tế, Việt Nam hiện có 28 đơn vị hành chính cấp tỉnh có đường bờ biển. Đô thị ranh giới hành chính giáp biển có gần 600 đô thị, chiếm khoảng 8% số lượng đô thị cả nước, với dân số

khoảng 19 triệu người và diện tích 56.048km², mật độ dân số gần 340 người/km². Trong gần 600 đô thị biển đảo, có cả đô thị loại đặc biệt, loại 1,2,3,4,5 theo 6 nhóm tiêu chuẩn được Quốc hội thông qua tại Nghị quyết số 1210 về phân loại đô thị. Cả nước có 5 thành phố trực thuộc Trung ương hay còn gọi là cực tăng trưởng quốc gia thì có đến 3 đô thị biển là Hải Phòng, Đà Nẵng và TP.HCM. Hiện, cả nước có một thành phố đảo là Phú Quốc. Cấu trúc vùng đô thị thường gồm các đô thị hạt nhân tăng trưởng và các vùng nông thôn xung quanh đang trong tiến trình đô thị hóa cung cấp các dịch vụ hậu cần cho đô thị hạt nhân.

Theo số liệu của Bộ Kế hoạch và Đầu tư, nhiều năm qua, tổng sản phẩm trên địa bàn (GRDP) của các địa phương ven biển tăng trưởng bình quân cao hơn so với nhịp tăng trưởng chung của cả nước. Năm 2021, GRDP của các địa phương ven biển chiếm 60,5% GDP cả nước, GRDP bình quân đầu người đạt cao hơn so với mức thu nhập bình quân cả nước. Trong đó, một số địa phương có mức GRDP bình quân đầu người đạt cao như Bà Rịa - Vũng Tàu, Quảng Ninh, Đà Nẵng. Phát triển kinh tế biển đang trở thành một động lực tăng trưởng mới của nền kinh tế. Một số ngành kinh tế biển được xác định



Đà Nẵng là một trong những tỉnh giàu tiềm năng phát triển đô thị biển. Ảnh minh họa

ưu tiên có bước phát triển mạnh, góp phần thúc đẩy tăng trưởng kinh tế, như: Du lịch biển, đảo; khai thác và chế biến hải sản; phát triển các khu kinh tế ven biển; các hệ thống giao thông của các địa phương ven biển (đường bộ, cảng hàng không, cảng biển, cảng cá...) đều phát triển.

Các đô thị ven biển đều tích cực thu hút đầu tư xây dựng và phát triển nhiều khu, điểm du lịch ven biển mới và hiện đại, thu hút số lượng lớn khách du lịch trong nước, quốc tế. Nhiều dự án đầu tư khu du lịch biển, đảo cao cấp, khu du lịch thể thao, giải trí ven biển có số vốn từ 500 triệu USD đến 1 tỷ USD. Ven biển cả nước phát triển được chuỗi các khu du lịch, khu nghỉ dưỡng hiện đại đạt tiêu chuẩn quốc tế (4-5 sao) ở hầu hết các địa phương ven biển. Du lịch biển đảo mang lại khoảng 70% doanh thu cho ngành du lịch cả nước, vận tải hàng hóa đường biển đạt 85,1 triệu tấn, sản lượng khai thác quy dầu khí đạt 18,43 triệu tấn (thác dầu thô đạt 10,97 triệu tấn), sản lượng thủy sản khai thác đạt 3.920 ngàn tấn...

Bên cạnh những kết quả phát triển các đô thị biển thời gian qua trong việc thực hiện Chiến lược phát triển bền vững kinh tế biển Việt Nam, cũng cần nhìn nhận một số tồn tại như: Các đô thị biển chưa thực sự trở thành trung tâm phát triển kinh tế vùng và khu vực; chưa có sự phối hợp chặt chẽ giữa quy hoạch phát triển đô thị biển với các loại quy hoạch tổng thể phát triển kinh tế xã hội, quy hoạch phát triển du lịch, quy hoạch sử dụng đất đai, quy hoạch bảo vệ môi trường với qui hoạch đô thị; kết cấu hạ tầng đô thị biển chưa thực sự đồng bộ, thiếu cơ sở hạ tầng lớn, hiện đại đáp ứng yêu cầu phát triển nhanh để trở thành các trung tâm kinh tế biển; các đô thị du lịch biển còn thiếu sự kết nối cảnh quan, và các điều kiện cần thiết để phát triển du lịch...

Giải pháp khai thác tiềm năng kinh tế khi phát triển đô thị biển

Để khai thác hiệu quả tiềm năng kinh tế khi phát triển đô thị biển, cần có sự phối hợp của nhiều Bộ, ngành và địa phương ngay từ khâu quy hoạch đến khâu quản lý đô thị.

Trước nhất, cần sớm xây dựng, trình duyệt và triển khai thực hiện các chiến lược, quy hoạch, kế hoạch liên quan đến phát triển các đô thị biển, đảo; các quy hoạch, kế hoạch phát triển kinh tế biển cho từng địa phương và cho cả nước giai đoạn đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2050. Các quy hoạch phải có tầm nhìn toàn diện, nhưng phải phù hợp với từng địa phương và tạo ra sự khác biệt

trong khai thác, sử dụng bền vững tài nguyên biển của từng địa phương, từng vùng.

Thứ hai, cần sớm nghiên cứu, xây dựng và hoàn thiện hệ thống pháp luật, cơ chế, chính sách để chính quyền các đô thị có đủ quyền hạn và chức năng quản lý, thúc đẩy phát triển bền vững kinh tế biển, xây dựng được hệ thống hạch toán, thống kê kinh tế biển; áp dụng hữu hiệu các mô hình, các phương thức quản lý đô thị và quản lý kinh tế biển mới, tiên tiến vào thực tiễn. Hoàn thiện cơ sở pháp lý và cơ chế sử dụng hiệu quả tài nguyên, bảo vệ môi trường, phát triển bền vững kinh tế biển, thúc đẩy thu hút và huy động được các nguồn lực xã hội cho phát triển các ngành



kinh tế biển mới: như điện gió ngoài khơi, nuôi trồng hải sản...

Thứ ba, đẩy nhanh tốc độ đô thị hoá, tạo thành các trung tâm đô thị kinh tế biển mạnh, tạo tiền đề kết nối với các đô thị trong đất liền, đẩy mạnh phát triển đa dạng các ngành dịch vụ, nhất là các ngành có giá trị gia tăng cao như dịch vụ du lịch, dịch vụ kho cảng, dịch vụ xuất, nhập khẩu, dịch vụ nghề cá, dịch vụ dầu khí, vận tải...

Thứ tư, tiếp tục đầu tư phát triển hiện đại hóa đô thị biển, phát triển kết cấu hạ tầng giao thông đồng bộ, hiện đại, kết nối phát triển kinh tế biển giữa các địa phương; phát triển đồng bộ kết cấu hạ tầng trong mọi hoạt động liên quan đến phát triển toàn diện nền kinh tế của vùng và khu vực.

Thứ năm, việc phát triển đô thị biển Việt Nam cần tích hợp với việc hình thành và phát triển các khu kinh tế ven biển để nâng cao hiệu quả khai thác tiềm năng kinh tế biển. Việc phát triển đô thị biển sẽ kết nối và trở thành trung tâm của toàn bộ khu kinh tế ven biển để hình thành một hệ sinh thái đô thị - công nghiệp - dịch vụ cộng sinh. Hơn nữa, cần thực hiện kết nối từng khu kinh tế biển với các trung tâm kinh tế khác để nâng cao hiệu quả địa kinh tế trong phát triển và quản trị đô thị biển như thế nào để bảo đảm phát triển bền vững.

Thứ sáu, với sự phát triển mạnh mẽ của công nghệ số, việc ứng dụng công nghệ 4.0 sẽ giúp cho quản lý đô

thị biển đơn giản hơn, phát triển đô thị hiệu quả hơn và chất lượng đô thị cao hơn. Việc hình thành các chính quyền đô thị số ở các đô thị biển sẽ giúp cho việc quản lý tốt hơn, người dân cũng giảm nhẹ được các thủ tục hành chính, đáp ứng tốt hơn các yêu cầu của chính quyền đô thị.

Thứ bảy, cần đẩy mạnh công tác truyền thông, nâng cao nhận thức của người dân và toàn xã hội về phát triển các đô thị biển, đảo bền vững. Trên cơ sở đó, nâng cao nhận thức về vai trò, vị trí của biển và kinh tế biển của các cấp chính quyền, các ngành, các địa phương trong thực hiện các quy định luật pháp về phát triển kinh tế biển theo thông lệ quốc tế. ■



Thành phố đảo Phú Quốc

Thực hiện Nghị quyết Đại hội XIII của Đảng: Xây dựng hệ giá trị văn hóa chuẩn mực cho người nông dân mới để thực hiện công nghiệp hóa, hiện đại hóa nông nghiệp, nông thôn

► LÊ HỮU QUẾ

Từ khi có Đảng và trong tiến trình Cách mạng Việt Nam, gần 100 năm qua, Đảng ta do Chủ tịch Hồ Chí Minh vĩ đại sáng lập và rèn luyện luôn khẳng định và đánh giá: Giai cấp nông dân là lực lượng đông đảo nhất, đóng góp nhiều nhất và hy sinh lớn nhất cho sự nghiệp cách mạng. Nông dân, nông nghiệp, nông thôn luôn là hậu phương bao la, vững chắc của các cuộc kháng chiến chống xâm lược, nhất là chống Pháp và chống Mỹ (giai đoạn từ 1945 - 1975). Và, trong công cuộc đổi mới hiện nay, nông dân vẫn là lực lượng đi đầu, đã tạo nên bao kỳ tích trong sản xuất lúa gạo và nông sản hàng hóa đứng vào top hàng đầu thế giới, góp phần xây dựng và làm đổi mới nhanh chóng diện mạo nông thôn ngày càng khang trang, giàu đẹp văn minh. Đây là những đóng góp và thành tựu to lớn do người nông dân mang lại cho chính họ và cho đất nước không có gì phải bàn cãi.

Tuy nhiên, dù nông thôn Việt Nam đã đạt được nhiều thành tựu cực kỳ quan trọng, song những hạn chế của người nông dân do họ sống nhiều năm trong nền “văn hóa tiểu nông” vẫn còn tồn tại và tạo nên nhiều rào cản cho sự nghiệp công nghiệp hóa, hiện đại hóa nông nghiệp, nông thôn.

Chính vì vậy, Nghị quyết Đại hội XIII của Đảng đã nhấn mạnh và làm rõ quan điểm: “Xây dựng con người Việt Nam phát triển toàn diện, trên cơ sở xây dựng hệ giá trị Quốc gia, hệ giá trị văn hóa và chuẩn mực con người gắn với giữ gìn, phát triển hệ giá trị gia đình Việt Nam trong thời kỳ mới”.

Có thể khẳng định: Giá trị văn hóa cốt lõi, phổ biến của người nông dân Việt Nam có từ hàng ngàn năm nay là đức tính: Cần cù, chịu thương chịu khó, dũng cảm, lao động sáng tạo, sống giản dị, khiêm tốn, bao dung, nồng nàn yêu nước, yêu con người và thiên nhiên. Nông dân là chủ thể kiến tạo nên những giá trị văn hóa



Việt Nam truyền thống. Hệ giá trị văn hóa, giá trị con người Việt Nam về cơ bản được sáng tạo, tích lũy bởi người nông dân. Từ lòng yêu thương da diết quê hương đất nước, tinh thần đoàn kết, gắn bó cộng đồng, làng xóm, đức tính khoan dung trong đạo lý nghĩa tình và luôn cần cù trong lao động, giản dị trong đời sống, tinh tế trong ứng xử... đã tạo nên những giá

trị văn hóa được đúc kết trong quá trình sống, lao động, tương tác với môi trường tự nhiên và xã hội của chính người nông dân sống chất phác “vì lẽ trường tồn” để chống chọi với thiên nhiên khắc nghiệt “thay trời làm mưa”, “ngiênêng đồng đổ nước ra sông”. Trong hoàn cảnh đó, người nông dân đã phải liên kết với nhau, chặt chẽ, cùng nhau chia ngọt sẻ bùi

cả lúc bình an lẫn lúc gặp can qua hoạn nạn. Trải qua hàng ngàn năm lịch sử, những giá trị tinh hoa văn hóa ấy được vun đắp, tạo dựng thành bản sắc văn hóa Việt Nam. Tuy vậy, do gắn bó chặt chẽ, lâu dài gần như cả đời người của nhiều thế hệ nối tiếp nhau với nền văn hóa tiểu nông, nên nhiều hạn chế, thói hư, tật xấu đã ăn sâu trong tiềm thức, nếp sống của người nông dân là không thể tránh khỏi và không thể khắc phục, xóa bỏ ngay được. Bởi vậy, muốn đổi mới, hiện đại hóa nông nghiệp nông thôn đòi hỏi phải có bước đi, lộ trình, đặc biệt phải xây dựng cho được hệ văn hóa chuẩn mực của người nông dân, đảm bảo phát triển kinh tế phải đi đôi, gắn chặt với phát triển văn hóa và con người văn minh, hiện đại là nhu cầu khách quan, bức thiết hiện nay.

Vậy những rào cản của văn hóa tiểu nông là gì?

Đặc điểm của nền sản xuất lúa nước là tính thời vụ và phụ thuộc rất nhiều vào thiên nhiên. Hơn nữa, do tính chất sản xuất nhỏ lẻ, manh mún, cuộc sống lại bó hẹp sau các lũy tre làng nên đã xuất hiện nền văn hóa tiểu nông. Trước Cách mạng tháng Tám 1945, nông dân nước ta chiếm 95% dân số, nên văn hóa tiểu nông là nền văn hóa chủ đạo. Đến nay, đã gần 40 năm đổi mới, tỷ lệ nông dân vẫn chiếm gần 70%; vì vậy, những hạn chế của văn hóa tiểu nông vẫn gây ra nhiều hệ lụy, rào cản trong sự nghiệp công nghiệp hóa, hiện đại hóa nông nghiệp, nông thôn. Do đó, Đảng đòi hỏi phải nhận diện rõ những rào cản, hạn chế này, để từ đó xây dựng hệ giá trị văn hóa và chuẩn mực của người nông dân Việt Nam văn minh, có tư duy phong cách hiện đại, có khát vọng hội nhập và vươn lên mạnh mẽ trong quá trình phát triển nông nghiệp, nông dân, nông thôn.

Theo các nhà nghiên cứu, một số hạn chế của văn hóa tiểu nông



thường được biểu hiện trong đời sống thường nhật ở nông thôn Việt Nam. Đó là các thói tật:

1. Dưa dẫm, ỷ lại: Đại loại như “cha chung không ai khóc”, “lụt thì lụt cả làng”, “nước trôi, bèo trôi”... Đó là những câu nói, thành ngữ đã ăn sâu trong tiềm thức của người nông dân, thể hiện thói quen ăn bám, trốn tránh trách nhiệm nên khi làm việc gì cũng nhìn xung quanh xem có ai làm không để làm theo. Thói tật này thường làm nhụt chí, tiêu tan vai trò, trách nhiệm cá nhân trước cộng đồng.

2. Cào bằng, đổ kị: Ví dụ ta thường nghe: “Xấu đều hơn tốt lỗi”, “con gà tức nhau tiếng gáy”, “trâu buộc ghét trâu ăn”. Thói tật này đã làm băng hoại, tiêu tan các sáng kiến, hạn chế năng lực sáng tạo của cá nhân.

3. Ích kỷ, hẹp hòi: Ví như “Bè ai ngồi ấy chống”, “Thân trâu trâu lo, thân bò bò liệu”, “Kiến giả, nhát phận” (anh chị em ruột cũng ai nấy người ấy lo), “ăn cây nào rào cây ấy”, “trâu ta ăn cỏ đồng ta”, “đền nhà ai nhà ấy rặng”... Thói tật này tạo nên tư tưởng cục bộ, bản vị, gia trưởng, hẹp hòi, triệt tiêu tính cộng đồng, đoàn kết, tương thân tương ái, giúp nhau để vươn lên trong cuộc sống.

4. Háo danh kiêu ngạo: Thích khoe khoang, phô trương, tự phụ, tự mãn,

thích xu nịnh, ưa nịnh sinh ra nạn chạy chọt, đút lót, không chịu học hỏi người khác để mở mang kiến thức...

Ngoài ra, văn hóa tiểu nông còn sinh ra hàng loạt thói tật khác như: Chậm chạp, lề mề, “sớm chẳng vội, tối chẳng lo”, “sáng rửa cửa, trưa mài đục”. Đây là lối sống thụ động, chậm chạp không phù hợp với lối sống công nghiệp, sản xuất hàng hóa lớn mau lẹ, chính xác, khoa học. Hoặc tính tản mản, thiếu tầm nhìn xa, “nước đến chân mới nhảy”. Không dự báo, lập trình, tính toán được những công việc trong tương lai. Thêm vào đó là thói tùy tiện, cẩu thả, thiếu tự tin, thiếu bản lĩnh. Do đó, luôn rụt rè, nhút nhát, ngại va chạm, sợ thất bại, không dám nghĩ dám làm, dám chịu trách nhiệm trước việc làm của mình, trước xã hội. Đặc biệt, thiếu ý thức pháp luật, là nhược điểm khá phổ biến của văn hóa tiểu nông. Ta thường nghe câu “Phép vua thua lệ làng”. Đây là nhược điểm lớn nhất của người Việt, và trên thực tế đã gây ra rất nhiều hệ lụy như: tự ý lấn chiếm đất công, lòng đường, vỉa hè, thả trâu bò súc vật, phơi thóc lúa, rom rạ bừa bãi trên các trục đường giao thông, uống rượu bia vô tội vạ, bất chấp mọi luật lệ quy định.

Từ thực trạng trên đây, để sự nghiệp công nghiệp hóa, hiện đại hóa



nông nghiệp, nông thôn thành công, Đảng và Nhà nước ta đã có rất nhiều chủ trương, quyết sách đúng đắn, sáng tạo và trên thực tế đang mang lại những kết quả, thành tựu to lớn, nhưng cũng chỉ mới là bước đầu. Con đường công nghiệp hóa, hiện đại hóa nông nghiệp, nông thôn ở Việt Nam còn lắm gian nan, đặc biệt là còn vướng nhiều rào cản bởi tư tưởng, văn hóa tiểu nông. Do đó, Trung ương Đảng, đặc biệt đồng chí Tổng Bí thư Nguyễn Phú Trọng rất quan tâm, trăn trở, quyết liệt chỉ đạo phải xây dựng cho được hệ giá trị văn hóa chuẩn mực cho người nông dân Việt Nam trong thời kỳ đổi mới. Đó là người nông dân không chỉ nhanh nhạy với cơ chế thị trường, làm chủ công nghệ sản xuất mà vẫn rất cần những con người nhân ái, khoan dung, trọng tình nghĩa đạo lý. Hàng loạt mô hình “ông bà gương mẫu, con cháu thảo hiền”, “gia đình khuyến học”, “dòng họ khuyến học” là những cách làm hay, sống động, là sự sáng tạo của các địa phương nhằm giữ gìn, phát huy bản sắc văn hóa, các giá trị văn hóa dân tộc. Các gia đình văn

hóa là hạt nhân nòng cốt, tích cực và gương mẫu chấp hành các quy ước, hương ước của cộng đồng, giữ gìn an ninh chính trị, trật tự an toàn xã hội, giữ gìn vệ sinh môi trường, thực hiện nếp sống văn hóa ở nơi công cộng, tích cực tham gia các phong trào ở địa phương, góp phần quan trọng thực hiện thành công chương trình Mục tiêu Quốc gia xây dựng Nông thôn mới.

Muốn làm được điều đó:

a) Phải nâng cao nhận thức cho toàn xã hội về vị trí, vai trò của giai cấp nông dân trong thời kỳ mới, của hệ giá trị văn hóa và chuẩn mực của người nông dân văn minh đối với toàn bộ sự nghiệp đổi mới và phát triển của đất nước trong quá trình công nghiệp hóa, hiện đại hóa nông nghiệp, nông thôn. Đây là nhiệm vụ trọng tâm của Đảng, Nhà nước và của cả hệ thống chính trị cả trước mắt và lâu dài.

b) Tiếp tục phát huy những giá trị văn hóa truyền thống tốt đẹp của người nông dân; đồng thời xây dựng, bồi dưỡng cho người nông

dân có ý chí vươn lên mạnh mẽ, dám nghĩ dám làm để quyết tâm đổi đời, thoát nghèo đói, lạc hậu, xây dựng một cuộc sống văn minh, hạnh phúc, hiện đại ngay trên quê hương yêu dấu của mình.

c) Xây dựng hệ giá trị văn hóa và chuẩn mực của nông dân phải gắn với quá trình công nghiệp hóa, hiện đại hóa nông thôn. Thực hiện đổi mới nhanh các mô hình tăng trưởng, cơ cấu lại ngành nông nghiệp theo hướng sản xuất hàng hóa lớn, ứng dụng công nghệ cao, xây dựng cơ chế chính sách, pháp luật đồng bộ, thiết thực.

d) Quan tâm, đầu tư để đào tạo một thế hệ nông dân mới, nông dân văn minh, có kiến thức và ý chí làm giàu chính đáng, xóa đói giảm nghèo và xây dựng quê hương văn minh, hạnh phúc, hiện đại.

Nông dân văn minh là lớp nông dân Việt Nam thế hệ mới gắn bó chặt chẽ hài hòa giữa những giá trị văn hóa truyền thống và giá trị văn hóa chuẩn mực hiện đại của thời đại công nghiệp hóa, hiện đại hóa nông nghiệp, nông thôn. ■

Từ kinh tế rác thải tuần hoàn Hàn Quốc đến kinh tế tuần hoàn tài nguyên ở Việt Nam - đôi nét lạm bàn

► **LÊ NGUYỄN** (Tổng hợp)

Luật bảo vệ Môi trường 2020 (Luật BVMT2020) Việt Nam đặt ra mục tiêu và yêu cầu cơ bản trong quản lý chất thải rắn, bao hàm cả kinh tế tuần hoàn tài nguyên rác, tái chế sử dụng rác thải, mở rộng trách nhiệm của doanh nghiệp, quản lý rác thải tích hợp và đa dạng hóa nhằm sớm thoát khỏi phương thức xử lý rác thải truyền thống. Điều 79 của Luật này quy định chất thải rắn sinh hoạt (CTRSH) phát sinh bắt buộc phải phân loại theo quy định và thực hiện từ ngày 31 tháng 12 năm 2024.

Bộ Luật đưa ra những khái niệm cơ bản và trách nhiệm của cơ quan, đơn vị trong thực hiện kinh tế tuần hoàn (KTTH). Theo đó, các Bộ, Ngành và UBND Tỉnh, Thành phố trực thuộc TW phải chủ động lồng ghép KTTH ngay từ giai đoạn lập kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội nhằm quản lý, tái sử dụng và tái chế chất thải; cơ sở sản xuất kinh doanh và dịch vụ có trách nhiệm giảm khai thác tài nguyên, nâng cao mức tái sử dụng và tái chế chất thải trong quá trình sản xuất kinh doanh.

Thực thi Luật BVMT2020 và tiếp cận KTTH, Chính phủ đã ban hành Nghị định 08/2022/NĐ-CP chi tiết hóa luật BVMT, quy định lộ trình và trách nhiệm thực hiện KTTH. Cùng với động thái này, Thủ tướng Chính phủ đã ban hành Quyết định 450/QĐ-TTg phê duyệt Chiến lược Bảo vệ Môi trường Quốc gia đến năm 2030, tầm nhìn 2050. Quyết định chỉ rõ, cần giải quyết vấn đề môi trường trọng điểm và cấp bách, nổi bật là quản lý chất thải rắn và chất thải nguy hại. Với tỷ lệ CTRSH xử lý theo quy định đạt 90% đến 95%; các trung tâm thương mại, siêu thị, khách sạn và



Tái chế rác thải ở Hàn Quốc

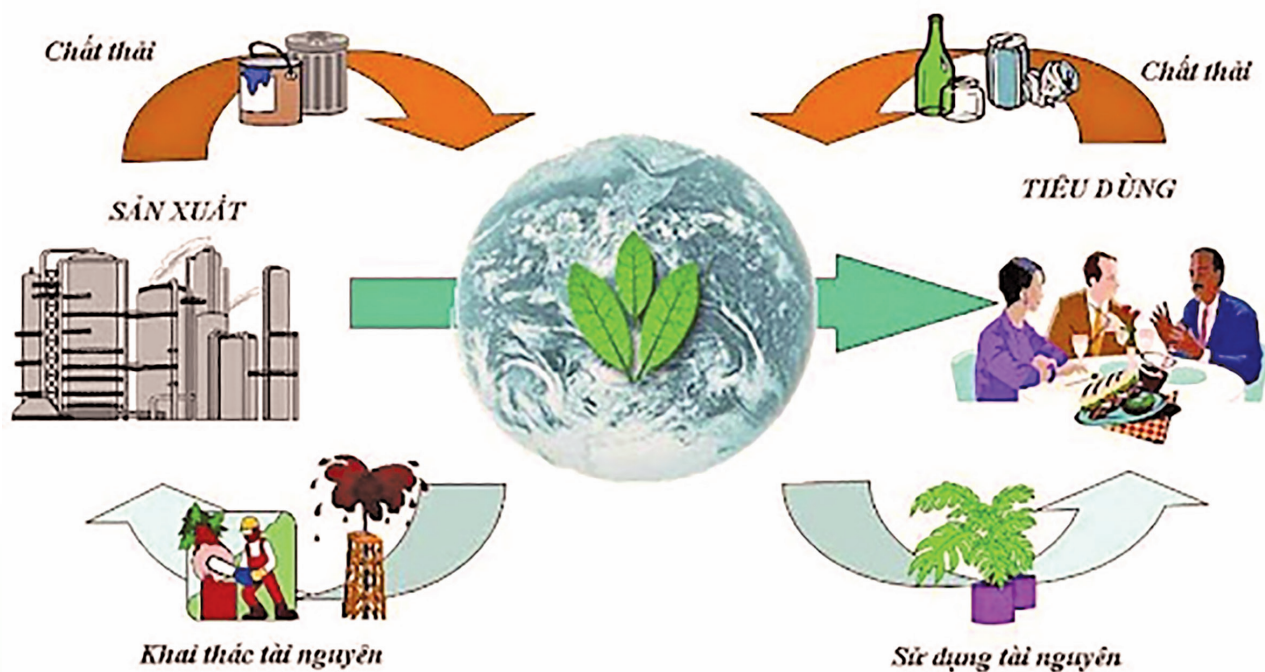
khu du lịch không được sử dụng sản phẩm nhựa dùng 1 lần và túi ni lông khó phân hủy.

Tiếp cận KTTH rác thải sinh hoạt là vấn đề không đơn giản, nó đòi hỏi phải có những thay đổi cơ bản từ việc ứng xử và quản lý chuỗi rác thải theo phương thức đơn tuyến (thu gom chôn lấp) sang quản lý đa tuyến với việc thu gom, phân loại, tái chế và xây dựng thị trường sản phẩm tái sử dụng. Tiếp cận này đã thay đổi bản chất từ điều phối mệnh lệnh sang

quản lý đa tuyến, từ việc coi rác thải là thứ bỏ đi sang coi đó là nguồn tài nguyên sinh lời. Để có cách nhìn toàn diện, rất cần tham khảo kinh nghiệm của các quốc gia đi trước để vận dụng trong điều kiện nước ta.

Kinh tế tuần hoàn tài nguyên, bài học rút ra từ mô hình Hàn Quốc

Để có định hướng phát triển KTTH chất thải đúng đắn, nghiên cứu học hỏi các nước đi trước để không vấp phải những hạn chế chính sách



Kinh tế rác thải tuần hoàn sơ đồ minh họa

là việc làm cần thiết trong xây dựng chương trình và kế hoạch hành động quốc gia. Kinh nghiệm từ những nước phát triển vượt trội, như Hàn Quốc, Nhật Bản, Úc... và những nền kinh tế trên đường phát triển năng động và nhiều triển vọng như Đài Loan, Indonesia, Trung Quốc... cho thấy, họ đều coi giảm thiểu và quản lý rác thải nhựa là nhân tố quan trọng. Trong những mô hình tham khảo, bài học rút ra từ nền kinh tế tuần hoàn tài nguyên của Hàn Quốc có thể là một mô hình nổi bật.

Vào thập niên 1990 tình trạng ô nhiễm môi trường của quốc gia này cũng tương tự như ở nước ta ngày nay với 96% lượng rác thải sinh hoạt được chôn lấp. Tình trạng này đã dẫn đến những hệ lụy cơ bản là ô nhiễm môi trường khủng khiếp, thiếu đất chôn lấp và ngân sách nhà nước càng thêm gánh nặng.

Trước khó khăn đó, Quốc hội Hàn Quốc đã giao trách nhiệm cho Chính phủ phải thực hiện theo hướng, ngân sách nhà nước không

chi trả cho việc thu gom, vận chuyển và xử lý chất thải và áp dụng triệt để nguyên tắc người gây ô nhiễm phải tự chi trả. Ai tạo ra rác thải dù là dân hay doanh nghiệp đều phải chi trả cho việc xử lý. Người thải ra nhiều chi trả nhiều, người ít trả ít. Ngân sách nhà nước quyết không chi cho việc xử lý của mọi người dân. Với giải pháp này, vấn đề rác thải đã mở ra cơ hội mới để hình thành nền kinh tế tuần hoàn tài nguyên chất thải. Thành công của chủ trương này đã được tóm tắt trong những bài học lớn về quản lý, đó là hệ thống tái chế phù hợp và vai trò của các bên tham gia, đặc biệt là vị trí nòng cốt của khoa học và công nghệ.

Hệ thống tái chế và vai trò của các tổ chức tham gia

Theo các nhà quản lý, 90% lượng chất thải đều có thể tái chế hoặc tái sử dụng được, đem đi chôn lấp là một lãng phí to lớn. Muốn sử dụng hoặc tái chế rác thải phải tôn trọng

nguyên tắc phân loại từ đầu nguồn và do chính người xả rác thực hiện. Chuỗi xử lý rác thải cần được áp dụng đối với từng loại rác riêng biệt từ nguồn thải đến thu gom, xử lý và đưa sản phẩm đến người tiêu dùng. Theo hướng phát triển này, các công ty và doanh nghiệp lớn có vai trò và trách nhiệm quan trọng trong mở rộng hoạt động.

Vận dụng cơ chế người gây ô nhiễm phải trả tiền cho thu gom và xử lý chất thải, tất cả mọi chất thải từ các ngành sản xuất đến các tổ chức tiêu thụ, xuất nhập khẩu đều phải có bao bì đóng gói, những tổ chức này có nghĩa vụ phải trả tiền cho việc xử lý thông qua giá mua bao bì chứa rác thải. Những tổ chức sản xuất kinh doanh và dịch vụ ở Hàn Quốc đều phải báo cáo lượng rác thải phát thải cho cơ quan quản lý kể cả lượng họ thu gom tái chế được và số để trôi nổi ở bên ngoài. Cơ chế này gọi là trách nhiệm mở rộng của doanh nghiệp (Extended Producer Responsibility, EPR) nhằm tạo nguồn

thu tài chính để có vốn đầu tư vào thu gom tái chế và xử lý rác thải quốc gia.

Đối với các hộ gia đình và doanh nghiệp vừa và nhỏ, rác có thể tái chế được chủ yếu là là chất thải nhựa; giấy, thủy tinh, kim loại và thực phẩm dư thừa. Những loại rác này cần được phân loại kỹ từ đầu nguồn. Hộ gia đình chịu trách nhiệm phân loại theo hướng dẫn cụ thể của cơ quan quản lý; mỗi loại rác phải được chứa trong trong những túi riêng phân biệt theo màu sắc. Khi túi đầy, người phát thải rác phải đem đến nơi thu gom quy định. Tại đây, những xe thu gom tiếp nhận rồi chuyển tới những nhà máy tái chế. Các gia đình không phải đóng phí vệ sinh môi trường nhưng phải mua túi đựng rác theo tiêu chuẩn. Nếu rác không được phân loại và đưa vào các loại túi theo quy định sẽ không được thu gom.

Rác hữu cơ được thu gom bằng hệ thống đường ống đặc biệt với những trạm tự động, đặt tại nơi thu gom trong thành phố hoặc khu dân cư tập trung. Người dân phải trả tiền cho những loại rác thải này. Khi đổ chất thải vào máy thu, họ phải quẹt thẻ thu tiền, máy sẽ trừ tiền theo khối lượng chất thải. Công ty tái chế xử lý những loại chất thải này thành thức ăn gia súc hoặc phân bón hữu cơ.

Từ giải pháp cụ thể được vận dụng, các công ty thu gom chịu trách nhiệm gom rác thông qua các trạm đầu nguồn để đưa về các công ty tái chế. Hàn Quốc có khoảng 800 công ty thu gom và tái chế, hầu hết là những công ty vừa và nhỏ có nguồn thu từ sản phẩm tái chế và chính sách hỗ trợ của nhà nước. Do ngành này khó sinh lời nên chính sách hỗ trợ của nhà nước khá cao với vốn hỗ trợ chủ yếu huy động từ nguồn thu của các công ty EPR.

Nhà nước giữ vai trò chủ đạo trong việc hình thành chính sách, xây dựng quy định và tiêu chuẩn; quản lý và điều phối các bên liên quan.

Chính phủ Hàn Quốc đã ban hành Luật thúc đẩy tái chế và tiết kiệm tài nguyên gọi là Luật Tái chế vào năm 2008. Luật quy định về hệ thống tài chính, vai trò của các bên liên quan; định tiêu chuẩn và phương tiện thúc đẩy tuân thủ, đầu tư phát triển doanh nghiệp thu gom tái chế và nghiên cứu khoa học công nghệ. Theo quy định luật pháp, các công ty ở Hàn Quốc phải sử dụng 30% nguyên liệu từ sản phẩm tái chế và mở rộng thị trường tiêu thụ sản phẩm thu gom tái chế, tập trung vào nhóm bao bì, các loại sản phẩm tái chế và những quy định về phân loại rác tại hộ gia đình, siêu thị và các doanh nghiệp.

Theo đó, Bộ Bảo vệ Môi trường chịu trách nhiệm xây dựng và giám sát thực thi chính sách; các công ty chịu trách nhiệm chi trả theo nguồn thu của EPR. Các công ty thu gom, tái chế, phân loại tại nguồn và chính quyền đô thị hoặc các khu dân cư chịu trách nhiệm xây dựng cơ sở hạ tầng cần thiết cho hoạt động này.

Chính phủ Hàn Quốc đã ban hành Luật thúc đẩy tái chế và tiết kiệm tài nguyên gọi là Luật Tái chế vào năm 2008. Luật quy định về hệ thống tài chính, vai trò của các bên liên quan; định tiêu chuẩn và phương tiện thúc đẩy tuân thủ, đầu tư phát triển doanh nghiệp thu gom tái chế và nghiên cứu khoa học công nghệ. Theo quy định luật pháp, các công ty ở Hàn Quốc phải sử dụng 30% nguyên liệu từ sản phẩm tái chế và mở rộng thị trường tiêu thụ sản phẩm thu gom tái chế, tập trung vào nhóm bao bì, các loại sản phẩm tái chế và những quy định về phân loại rác tại hộ gia đình, siêu thị và các doanh nghiệp.

Để thực thi Luật Tái chế, Chính phủ Hàn Quốc đã thành lập Cơ quan Hợp tác Môi trường (K-Eco) và Cục Dịch vụ Tuần hoàn Tài nguyên (KORA) trực thuộc Bộ Bảo vệ Môi trường, hoạt động độc lập với nguồn tài chính được lấy từ nguồn thu của các công ty EPR... K-Eco chịu trách nhiệm xây dựng hệ thống dữ liệu, doanh thu bán hàng, sản lượng

sản phẩm và bao bì sản xuất từ các doanh nghiệp. Dựa trên những dữ liệu tổng hợp, doanh nghiệp phải nộp lệ phí tái chế rác tương ứng cho KORA. KORA dùng nguồn thu này để thúc đẩy và tài trợ cho các công ty thu gom và tái chế.

Mọi chính sách và quy định đưa ra của các cơ quan quản lý nhà nước đều hướng vào khuyến khích sáng tạo, giúp các công ty giảm thiểu chi phí tái chế và tiết kiệm tài nguyên, thúc đẩy phát triển mạnh mẽ công nghiệp tái chế, tạo công ăn việc làm, tiết kiệm đất đai và giảm gánh nặng ngân sách đồng thời với giảm thiểu ô nhiễm không khí, ô nhiễm đất, nguồn nước, góp phần thiết thực nâng cao hiệu quả môi trường và xã hội.

Theo thống kê chính thức, thực thi Luật Tái chế, đến năm 2016, kết quả đạt được rất đáng khích lệ với 72% lượng rác thải được tái chế. Trong đó, bao bì nhựa tái chế lên tới 93%. ; ngành vật dụng tái chế đã thu được trên 6 tỷ USD và tiết kiệm trên 5 tỷ USD từ việc cắt giảm chi phí đất đai, vận chuyển và chôn lấp rác thải, Xây dựng kinh tế theo hướng tuần hoàn tài nguyên rác thải đã tạo thêm hơn 14.900 việc làm, giảm được lượng khí CO², giảm hiệu ứng khí nhà kính và đặc biệt là giảm được gánh nặng tài chính của nhà nước.

Trong một trao đổi gần đây, nguyên bộ trưởng Bộ Bảo vệ Môi



Người dân mưu sinh ngay trên đồng rác tại Cồn Giò TP Hồ Chí Minh

trường Kim In Hwan cho biết, hướng tới kinh tế rác thải tuần hoàn, chính sách trụ cột của Hàn Quốc đã tập trung vào kế hoạch tính phí rác thải theo khối lượng rác, nâng cao trách nhiệm của nhà sản xuất EPR và hệ thống tính phí rác thải. Nhờ đó đã đưa tỷ lệ chôn lấp rác thải từ 96% (năm 1982) xuống còn 13% trong năm 2013 và mục tiêu kế hoạch tuần hoàn 2018 - 2027 sẽ giảm tới 20% lượng rác thải và nâng tỷ lệ tuần hoàn từ 70.3% lên 82%.

Bài học rút ra cho thấy, Hàn Quốc đã coi rác thải là nguồn tài nguyên, lấy nguyên tắc người gây ô nhiễm phải trả tiền ô nhiễm. Theo đó, một mặt đòi hỏi sự tham gia của mọi người dân, mọi thành phần kinh tế, tổ chức và doanh nghiệp để giải quyết vấn đề môi trường; mặt khác đòi hỏi phải có những cải cách nhằm phi tập trung quản lý chất thải. Bằng những cách làm thiết thực, Hàn Quốc đã xây dựng được nền kinh tế tuần hoàn tài nguyên rác và vượt qua được nhiều thách thức; tạo ra tài sản đồng thời với cải thiện và bảo vệ chất lượng môi trường.

Thực trạng quản lý và thách thức rác thải sinh hoạt ở Việt Nam

Tại Việt Nam, những năm gần đây tốc độ đô thị hoá diễn ra khá nhanh. Với nhịp độ gia tăng bình quân 0,9%/năm, nhiều dự báo cho biết, tỷ lệ đô thị hóa sẽ từ 38% tăng lên 50% vào năm 2040. Đô thị hóa nhanh khiến đất nước phải đối mặt với những thách thức gia tăng nhanh chóng của chất thải rắn sinh hoạt (CTRS), gây áp lực lớn đối với môi trường. Trung bình mỗi năm Việt Nam thải ra khoảng 1,8 triệu tấn rác thải nhựa, do việc quản lý và xử lý thiếu triệt để nên đã nằm trong nhóm 20 nước có lượng rác thải lớn và cao hơn mức trung bình thế giới. Kiểm soát và quản lý hiệu quả CTRSH đã trở thành vấn đề cấp bách của các đô thị và nhiều vùng nông thôn.

Nguồn phát sinh CTRSH trong cả nước, chủ yếu đến từ các hộ gia đình, khu thương mại, dịch vụ (nhà hàng, khách sạn, siêu thị, chợ...), công sở (cơ quan, trường học, trung tâm, viện nghiên cứu, bệnh viện...), khu công cộng (nhà ga, bến tàu, bến xe, sân bay, công viên, khu vui chơi giải trí,

đường phố...), dịch vụ vệ sinh (quét đường, cắt tỉa cây xanh...) và các hoạt động của cơ sở sản xuất. Do CTRSH có thành phần khá phức tạp, phù hợp với lượng nhựa sử dụng gia tăng (từ 5,5% trong năm 2009 lên 13,9% trong năm 2017), rác thải nhựa gia tăng nhanh và các bãi chôn lấp gây ô nhiễm đã trở thành vấn đề xã hội bức xúc.

Mỗi ngày, Hà nội thải ra trên 6.500 tấn rác và thành phố Hồ Chí Minh cũng sản sinh khoảng 9.000 tấn, lượng rác sẽ tiếp tục tăng cao cùng với tỷ lệ gia tăng dân số và mức sống đô thị, đòi hỏi phải có giải pháp giảm thiểu ô nhiễm và tận dụng nguồn tài nguyên rác để thúc đẩy phát triển kinh tế tuần hoàn.

Quản lý CTRSH rất tốn kém, nó bao gồm các khoản chi phí liên quan đến lương công nhân, tiền trang thiết bị thu gom, vận chuyển và xử lý. Những nguồn này được lấy từ phí vệ sinh môi trường, nhưng nguồn này về cơ bản không đảm bảo đủ chi, Thống kê từ thành phố Hồ Chí Minh cho thấy, kinh phí cho công tác thu gom vận chuyển và xử lý rác thải năm 2012 là 1.900 tỷ VNĐ nhưng phí vệ sinh và bảo vệ môi trường chỉ chiếm 2,9%, nguồn chi. Chủ yếu là từ ngân sách nhà nước, ngoài nguồn chi tốn kém của ngân sách nhà nước, còn những chi phí khác như đất đai cho bãi chôn lấp, chi cho ô nhiễm sông ngòi, nguồn nước, không khí, bệnh tật phát sinh... cực kỳ tốn kém nhưng vẫn chưa lượng định được hết. Đến nay, đã có nhiều trao đổi thảo luận cùng với tìm kiếm giải pháp xử lý vấn đề đặt ra.

Đôi nét lạm bàn

Có thể thấy những điểm khác biệt cơ bản trong quản lý CTRSH giữa Việt Nam và Hàn Quốc được thể hiện trên những mặt sau đây:

Tại Việt Nam, việc quản lý chủ yếu là tập trung rác thải, do các công ty môi trường nhà nước đảm nhận. Ở

mỗi tỉnh, thành phố trực thuộc TƯ đều thành lập công ty, thực hiện việc thu gom và xử lý rác thải theo quy trình chôn lấp, được ngân sách nhà nước chi trả. Áp lực chôn lấp đã thúc đẩy việc tìm kiếm những công nghệ và cách xử lý mới, nhưng chưa tạo được mô hình thành công và hiệu quả, Nhà nước vẫn là nơi tạo nguồn chi lớn nhất cho thu gom, vận chuyển và chôn lấp rác thông qua ngân sách.

Khác với Việt Nam ở Hàn Quốc, việc quản lý rác thải dựa trên Luật Tái chế được tiến hành phi tập trung với sự tham gia của trên 800 doanh nghiệp tư nhân với nguyên tắc phân loại rác từ đầu nguồn và xử lý triệt để theo luật pháp. Các cơ sở tạo ra rác thải phải chịu trách nhiệm trả phí; đây là nguồn thu chính cho đầu tư, quản lý và vận hành hệ thống thu gom và tái chế chất thải. Ngân sách nhà nước không chi cho những hoạt động này.

Ở Việt Nam, hoạt động nghiên cứu khoa học và phát triển công nghệ tái chế rác thải về cơ bản theo kiểu hàn lâm, được triển khai tại các cơ quan nghiên cứu. Ngược lại, Hàn Quốc chủ yếu là do chính sách thúc đẩy và tiến hành ngay trong các doanh nghiệp.

Theo các nhà nghiên cứu, Việt Nam cần phát triển kinh tế tuần hoàn để gia tăng chuỗi giá trị quản lý rác thải. Việc lạm dụng sản phẩm nhựa, nhất là sản phẩm dùng một lần và túi ni-lông khó phân hủy, đã để lại những hậu quả nghiêm trọng đối với môi trường. Thực trạng chất thải nhựa hiện ở mức rất cao là một "gánh nặng" nghiêm trọng. Với tổng lượng CTRSH 25 triệu tấn/năm, chưa đến 30% được xử lý đốt hoặc làm phân hữu cơ, hơn 70% đang còn chôn lấp trực tiếp. Vấn nạn về rác thải nhựa đối với môi trường thuộc về cách sử dụng và thải bỏ không đúng cách. Điều cần là thay đổi cách ứng xử thông qua quản lý khoa học và tăng cường tái chế, tái sử dụng để kéo dài vòng đời của nhựa, chỉ như vậy mới phát huy được tính năng



Mô hình nhà máy điện rác Nam Sơn, Sóc Sơn, Hà Nội đã đi vào hoạt động

của sản phẩm nhựa, góp phần bảo vệ môi trường và ứng phó với biến đổi khí hậu..

Kinh tế tuần hoàn là xu thế tất yếu của phát triển bền vững trong bối cảnh tài nguyên ngày càng suy thoái, cạn kiệt; môi trường bị ô nhiễm và biến đổi khí hậu phức tạp. Kinh tế tuần hoàn không chỉ là tái sử dụng chất thải, coi chất thải là tài nguyên mà còn là sự kết nối giữa những hoạt động kinh tế có tính toán để tạo thành vòng tuần hoàn trong nền kinh tế.

Luật Bảo vệ Môi trường năm 2020, quy định phân loại chất thải tại nguồn, thu phí chất thải dựa trên khối lượng; tái chế, tái sử dụng chất thải và trách nhiệm mở rộng của nhà sản xuất; nhưng nước ta vẫn đang phải đối mặt với nhiều nguy cơ.

Bình quân mỗi hộ gia đình sử dụng khoảng 1 kg túi ni-lông/tháng. Mỗi ngày Hà Nội và TP Hồ Chí Minh thải ra khoảng 80 tấn rác thải nhựa và túi ni-lông.

Để thúc đẩy phát triển kinh tế tuần hoàn, các nhà quản lý cho rằng, cần thực hiện đồng bộ các giải pháp từ nâng cao nhận thức đến hoàn thiện thể chế và tổ chức thực hiện. Theo đó, nhà nước cần thực hiện tốt vai trò kiến tạo để doanh

nh nghiệp và người dân phát huy vai trò trung tâm trong xây dựng, phát triển kinh tế tuần hoàn. Kết quả khảo sát của Tổ chức Bảo tồn thiên nhiên (WWF) tại Việt Nam đã chỉ ra, các hộ gia đình có nhận thức về các ô nhiễm nhựa tốt hơn nhóm doanh nghiệp và công nhân thu gom rác thải. Sự khác biệt trong nhận thức sẽ gây khó khăn cho việc khuyến khích cộng đồng chung tay và có trách nhiệm với vấn đề rác thải.

Giới phân tích cho rằng, Việt Nam cần cụ thể hóa và triển khai các hoạt động liên quan đến phát triển kinh tế tuần hoàn, bao gồm cả cách thức gia tăng chuỗi giá trị sản phẩm cũng như quản lý rác thải. Những công trình nghiên cứu về Biển và Hải đảo đã chỉ ra, rác thải nhựa chiếm từ 50% đến 80% rác thải biển. Với khối lượng 0,28 đến 0,73 triệu tấn/năm, Việt Nam là nước có lượng chất thải xả ra biển nhiều thứ 4 thế giới.

Để thực hiện những kế hoạch đưa ra, ngoài giải pháp cơ bản, Bộ Tài nguyên và Môi trường Việt Nam cần phối hợp với các địa phương để xây dựng và thực hiện thí điểm những mô hình phân loại chất thải, rác thải tại nguồn ở một số khu kinh tế, khu đô thị, khu công nghiệp và khu chế xuất. ■



Đồng bằng sông Cửu Long: Muốn tăng trưởng xanh bền vững, phải giải quyết vấn nạn môi trường

► LÊ HỮU

Đồng bằng sông Cửu Long chiếm 55% diện tích đất trồng trọt, 71% diện tích mặt nước nuôi trồng thủy sản của cả nước. Vùng ven biển và bờ biển toàn khu vực dài hơn 700km, bằng 23% bờ biển cả nước. Có 360.000 km² vùng biển và thềm lục địa đặc quyền kinh tế. Bởi vậy, một số chuyên gia kinh tế hàng đầu của Việt Nam và thế giới thừa nhận và khẳng định: Đây là một trong những đồng bằng rộng lớn nhất, phì nhiêu nhất không chỉ của Việt Nam mà còn của cả Đông Nam Á và thế giới. Trên thực tế, đồng bằng sông Cửu Long đang trở thành vùng trọng điểm quốc gia về sản xuất nông nghiệp, đánh bắt, nuôi trồng thủy hải sản, phát triển kinh tế biển, du lịch sinh thái cảnh quan sông nước.

Thời gian qua, toàn vùng đã đóng góp 50% sản lượng lúa, 95% lượng gạo xuất khẩu, 65% lượng thủy sản nuôi trồng, 60% lượng cá xuất khẩu và 70% các loại trái cây phục vụ cho tiêu dùng và xuất khẩu. Riêng năm 2021, giá trị sản phẩm ngành nông nghiệp tăng 1,6% bằng 32% giá trị tăng lượng sản phẩm trên địa bàn

toàn vùng và chiếm 1/3 giá trị sản phẩm toàn ngành nông nghiệp của cả nước. Đã sản xuất ra 24,5 triệu tấn thóc bằng 55,4%, 0,78 triệu tấn tôm bằng 83,5%, 1,47 triệu tấn cá tra bằng 98% và 4,3 triệu tấn trái cây bằng 60% của cả nước.

Những con số rất ấn tượng và “biết nói” trên đây đã minh chứng hùng hồn vai trò, vị thế cực kỳ quan

trọng của đồng bằng sông Cửu Long đối với nền kinh tế Việt Nam và đối với cả khu vực.

Sau ngày đất nước thống nhất 1975, nhất là những năm gần đây, Đảng và Nhà nước đã có nhiều chủ trương, quyết sách nhằm đầu tư, khai thác và sử dụng hiệu quả Vùng kinh tế trọng điểm bậc nhất này của cả nước.

Mới đây, Bộ Chính trị Trung ương Đảng đã ra Nghị quyết số 13/NQ-TW khóa XIII về “Phương hướng phát triển kinh tế - xã hội, đảm bảo quốc phòng an ninh vùng đồng bằng sông Cửu Long đến năm 2030, tầm nhìn 2045”. Đây là một Nghị quyết quan trọng nhằm đầu tư, quy hoạch, phát triển toàn diện, khai thác hiệu quả kinh tế - xã hội của đồng bằng sông Cửu Long cả trước mắt lẫn lâu dài.

Để Nghị quyết đi vào cuộc sống, ở tầm vĩ mô đòi hỏi nhiều việc lớn phải làm như: Quy hoạch lại toàn vùng một cách khoa học, bài bản; đầu tư cơ sở vật chất, nhất là hạ tầng giao thông thủy bộ huyết mạch, đào tạo nguồn nhân lực chất lượng cao, quyết liệt chống biến đổi khí hậu và giữ vững môi trường xanh, sạch, thân thiện với con người.

Theo các nhà hoạch định chính sách có tính chiến lược, muốn đầu tư phát triển kinh tế đồng bằng sông Cửu Long hiệu quả lâu dài thì trước mắt một trong những nhiệm vụ cực kỳ quan trọng là cần tập trung tháo gỡ, giải quyết những rào cản, vấn nạn trong ô nhiễm môi trường.

Theo một nghiên cứu độc lập cho chúng ta thấy những số liệu đáng giật mình: Gần 4 triệu dân đô thị sống ở đồng bằng sông Cửu Long có tần suất xả thải rác ra môi trường khoảng 103 triệu mét khối nước thải/năm, chất thải rắn trên 600.000 tấn/năm, tất cả đều chưa xử lý. Đó là chưa kể các khu công nghiệp, khu chế xuất, cụm công nghiệp, các làng nghề truyền thống trung bình xả 47 triệu lít nước thải/năm và 220.000 tấn chất thải rắn/năm. Riêng nước thải mỗi ngày 25.967 m³ (tỷ lệ được xử lý theo quy định là 97,3%).

Mặc dù, mấy năm gần đây, các tỉnh, thành phố trong khu vực đều rất cố gắng trong việc xử lý rác thải, song kết quả vẫn không như mong đợi. Xin lấy một số ví dụ, hiện nay nhiều bãi rác quá tải như bãi rác Đông

Thắng, huyện Cờ Đỏ (Thành phố Cần Thơ), bãi Phú Hậu (huyện Châu Thành - Đồng Tháp), bãi rác Rạch Còi, Tân Tiến, Long Mỹ (Hậu Giang) và các bãi ở huyện Châu Thành, Long Phú, thuộc xã Ngã Năm (Sóc Trăng) hằng ngày vẫn đang gây ô nhiễm nặng, song các địa phương trên vẫn chưa có phương án xử lý triệt để. Để giải quyết tình trạng này, một số tỉnh, thành phố đã triển khai xây dựng các lò đốt rác “công nghệ cao”, nhưng nhiều nơi đã rơi vào cảnh “tiền mất tật mang” vì các “lò” này hoạt động không hiệu quả, không đạt năng suất thậm chí còn gây bệnh ung thư cho người dân xung quanh, điển hình như các lò đốt ở huyện Châu Thành, thị xã Ngã Năm, huyện Long Phú (Sóc Trăng).

Đi đôi với tình trạng xả rác thải sinh hoạt bừa bãi, nhiều nơi ở đồng bằng sông Cửu Long đang bị triều cường, làm cho nước mặn xâm nhập sâu vào nội địa nước lợ dâng cao gây ngập úng nghiêm trọng. Tình trạng ô nhiễm trên các dòng sông, kênh rạch và một số khu công nghiệp, khu chế xuất, làng nghề truyền thống là rất đáng báo động. Một số nhà máy, xí nghiệp ven sông Hậu vẫn lén lút xả nước thải công nghiệp thẳng ra sông lớn ảnh hưởng đến nguồn lợi thủy sản và môi trường sống của hàng triệu người dân sống dọc ven các con sông lớn. Tình trạng khai thác nguồn nước quá mức đang góp phần làm đảo lộn hệ sinh thái ở nhiều vùng nông thôn.

Nhưng nghiêm trọng hơn, phải nói đến tình trạng sạt lở đất tại hầu hết các tỉnh ở đồng bằng sông Cửu Long, do tác động cực đoan của biến đổi khí hậu gây mưa to, gió lớn và chế độ lũ luôn thay đổi. Đặc biệt tình trạng chặn sông, xây nhiều đập thủy điện khổng lồ ở thượng nguồn Mê Kông của nhiều nước như Trung Quốc, Lào, Thái Lan và Campuchia đang làm thay đổi dòng chảy ở hạ lưu, gây khô hạn, xâm nhập mặn do nước

biến dâng. Tại nhiều huyện như Chợ Mới (An Giang), Hồng Ngự (Đồng Tháp), Châu Thành và Châu Thành A (Hậu Giang), thị xã Bình Minh (Vĩnh Long) tình hình sạt lở làm mất nhà cửa, tài sản và hàng vạn hecta ruộng vườn, ao hồ nuôi trồng thủy sản, làm mất hàng chục, hàng trăm tỷ đồng mỗi năm, ảnh hưởng nghiêm trọng đến cuộc sống của hàng ngàn, hàng vạn hộ dân ven các dòng sông.

Như vậy, ở đồng bằng sông Cửu Long hiện nay cả thiên nhiên và con người đang vô tình tạo nên cảnh hỗn loạn, bất cập về môi trường sống. Có thể khẳng định: Đồng bằng sông Cửu Long đang được Đảng và Nhà nước đầu tư lớn, bài bản, dài hạn ở nhiều lĩnh vực khác nhau và kỳ vọng sẽ làm thay đổi nhanh chóng bộ mặt của vùng sông nước đặc biệt này. Nhưng, nếu đi đôi với đầu tư, xây dựng lớn mà không giải quyết thỏa đáng, đồng bộ, vấn nạn môi trường như xử lý triệt để vấn đề rác thải của người dân lẫn các khu công nghiệp, khu chế xuất, làng nghề, ngăn chặn sạt lở sông ngòi vốn chẳng chịt ở đây thì hiệu quả đầu tư sẽ rất hạn chế. Nói cách khác, phát triển nhanh kinh tế, cơ sở hạ tầng phải đi đôi với giải bài toán khó là bảo vệ môi trường làm sao hạn chế, khắc phục có hiệu quả biến đổi khí hậu cực đoan, giải quyết tận gốc vấn nạn xả nước thải và chất thải rắn, tạo sự hài hòa giữa tăng trưởng kinh tế và môi trường sống lành mạnh, an toàn, bình yên và hạnh phúc của gần 20 triệu dân ở khu vực này.

Hy vọng với các Nghị quyết quan trọng được ban hành kịp thời, sự quan tâm đặc biệt của Trung ương và Bộ, ngành, các cấp ủy, chính quyền địa phương, kinh tế - xã hội của vùng trọng điểm đồng bằng sông Cửu Long sẽ phát triển nhanh, vững chắc theo phương châm: “Giàu kinh tế, đẹp, an toàn về cảnh quan môi trường, người dân sống thân thiện, thanh bình và hạnh phúc”. ■



Một phiên chợ truyền thống. Ảnh minh họa

Luận đàm về chợ truyền thống hiện nay

► VŨ VINH PHÚ

Gần 30 năm nay, thị trường Việt Nam mới có các siêu thị xuất hiện, còn những năm trước đây việc phục vụ cho nhu cầu tiêu dùng của xã hội đều do các chợ truyền thống đảm nhiệm. Chợ vừa làm nhiệm vụ thu hút hàng hóa nông sản ở nông thôn và tiêu thụ một phần hàng hóa công nghiệp được sản xuất ra ở thành phố.

Kênh bán hàng truyền thống và sự cạnh tranh gay gắt

Hiện nay, thương mại nội địa đóng góp khoảng 14% tổng sản phẩm quốc nội (GDP), giải quyết việc làm cho hơn 5 triệu lao động.

Hệ thống lưu thông phân phối gồm 9.000 chợ, 800 siêu thị và 250 trung tâm thương mại. Quy mô của thị trường mới đạt hơn 100 tỷ USD/năm, song cùng với xu thế của cuộc cách mạng 4.0, thương mại bán lẻ đã và đang trở thành một ngành

thương mại linh hoạt và sáng tạo, góp phần phát triển sản xuất, kích thích tiêu dùng xã hội.

Ngày nay, không phân biệt bán hàng trực tiếp và online, mà đã tiến tới bán hàng đa kênh, đa phương tiện ở nhiều doanh nghiệp bán lẻ có tiềm

năng, nhất là các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài (FDI). Nhìn vào thị trường bán lẻ có thể thấy, kênh thương mại hiện đại phát triển nhanh chóng với tốc độ bình quân 10% - 12%/năm, nhưng kênh bán hàng truyền thống như chợ dân sinh thì tốc độ phát triển ở mức thấp hơn, từ 2% - 3%.

Sự cạnh tranh giữa kênh bán lẻ hiện đại và kênh truyền thống ngày càng gay gắt, trong đó phần yếu thế thua thiệt thuộc về kênh truyền thống. Kênh thương mại hiện đại hiện nay mới chiếm khoảng 25% thị phần bán lẻ, còn kênh truyền thống bao gồm các hệ thống chợ, cửa hàng lẻ và cả hàng rong chiếm khoảng 75% thị phần, trong đó chợ chiếm khoảng 40%.

Vai trò quan trọng của kênh bán hàng truyền thống

Số liệu trên cho thấy, vai trò của kênh bán hàng tại chợ truyền thống vẫn rất quan trọng trong việc phục vụ tiêu dùng, nhất là với các đối tượng thu nhập trung bình thấp trở xuống trong xã hội. Một số năm gần đây, mặc dù các tỉnh và thành phố đã có nhiều cố gắng trong việc xây dựng và cải tạo các chợ. Bộ Công Thương cũng có cả Đề án phát triển chợ với tầm nhìn đến năm 2030, tuy nhiên, các điều kiện cần và đủ để đầu tư và phát triển, duy trì sự hoạt động của chợ lại là một chuyện khác.

Thực tế, cả nước chỉ có 15% - 20% là chợ loại I, còn lại là chợ loại II và III. Hạ tầng nhiều chợ cũng đã xuống cấp, tình trạng mái che mái vẩy nhếch nhác vẫn còn tồn tại ở một số chợ, văn minh thương mại không đảm bảo, các vấn đề về vệ sinh môi trường, tổ chức nguồn hàng, an toàn thực phẩm... Kinh phí cải tạo ở các địa phương còn ít, riêng ở thành phố Hà Nội có những năm không có đồng nào để cải tạo chợ và các chợ trung tâm hiện trạng không tương xứng với một vị thế của thủ đô văn minh hiện đại.

Ở một số thành phố khác cũng đã chọn một số chợ để cải tạo lại thành trung tâm thương mại theo mô hình mới. Tuy nhiên, từ thiết kế tới cơ chế vào chợ sau cải tạo còn nhiều khúc mắc, dẫn tới tình trạng chợ hoạt động không hiệu quả, nhiều tầng trên chủ yếu dành cho các đại gia, còn tầng hầm buôn bán khó khăn nhất, thiếu ánh sáng và không khí, môi trường kinh doanh không hấp dẫn.

Thực trạng là việc đầu tư vào chợ sau cải tạo kinh phí rất lớn, bà con tiểu thương không chịu được dẫn tới việc bỏ chợ, giảm sập kinh doanh là khá phổ biến. Điển hình nhất là ở Thủ đô Hà Nội, địa phương đã phải tạm dừng việc cải tạo chợ cũ thành trung tâm thương mại, để đi tìm các mô hình khác hiệu quả hơn. Có thể thấy, vai trò của Nhà nước trong việc quy hoạch, cải tạo và xây dựng phát triển chợ là vô cùng quan trọng. Đứng trước thực trạng trên, cần phải có những cơ chế chính sách thỏa đáng, hợp lý, mang tính khả thi để tiếp tục gây dựng lại bộ mặt của kênh thương mại truyền thống đang bị sa sút.

Đặc biệt, cần lưu ý là sau khi cải tạo và xây dựng chợ, cần có bộ máy tổ chức mạnh, đủ các quy chế, quy định để có thể tự chủ trong việc hạch toán, quản lý chi phí trong chợ. Ban Quản lý chợ cần coi trọng việc tổ chức nguồn hàng có nguồn gốc đảm bảo vệ sinh an toàn thực phẩm, niêm yết giá và bán theo giá niêm yết; xây dựng văn hóa kinh doanh chợ, mục tiêu quan trọng là nâng cao năng lực cạnh tranh của chợ với các kênh bán hàng có ưu thế hơn đang lấn át thị phần.

Ngoài chợ dân sinh phục vụ ở các địa bàn, cần xây dựng một số chợ đầu mối ở các tỉnh thành phố lớn, có nhu cầu tiêu thụ cao cả về số lượng và chất lượng. Chợ đầu mối còn góp phần kích thích những nhu cầu về đầu tư, du lịch của các nhà đầu tư trong và ngoài nước, góp phần thúc

đẩy sản xuất vùng và sản xuất tại chỗ của địa phương phát triển.

Chợ đầu mối phải thực sự là nơi tổ chức quản lý hàng hóa một cách tập trung, để có thể quản lý hiệu quả hơn chất lượng hàng hóa và vệ sinh an toàn thực phẩm, phục vụ cho khâu bán lẻ. Tại chợ đầu mối cần thực hiện việc giao dịch công khai minh bạch thông qua sàn giao dịch đấu giá nông sản, thực phẩm, góp phần ngăn chặn việc vận chuyển lẻ hàng hóa trên đường không được kiểm soát như hiện nay mà đã qua nhiều năm chưa khắc phục được.

Nếu giải quyết được những vấn đề tồn tại trên một cách cơ bản và đồng bộ, chắc chắn chợ truyền thống, trong đó có vai trò rất quan trọng của hệ thống chợ đầu mối vùng ở các khu vực trong toàn quốc, thì sự hoạt động của các sàn giao dịch nông sản thực phẩm sẽ là trung tâm quan trọng nhất của các chợ đầu mối. Mô hình này đã xuất hiện ở các nước phát triển mấy chục năm nay, đem lại hiệu quả, lợi nhuận hợp lý cho người sản xuất, việc mua bán được công khai minh bạch, công tác quản lý chất lượng hàng hoá vệ sinh an toàn thực phẩm được đảm bảo, sản phẩm từ đó sẽ đi ra thị trường với giá cả hợp lý và chất lượng đảm bảo cho người tiêu dùng.

Tuy nhiên, hiện nay Việt Nam có hàng mấy chục chợ đầu mối song, chưa có một chợ đầu mối nào đạt tiêu chuẩn khu vực và quốc tế để phục vụ cho việc thúc đẩy sản xuất và đời sống tiêu dùng cho mọi gia đình. Hy vọng trong tương lai không xa, với sự quan tâm của Nhà nước, của các bộ, ngành và các địa phương, thì bộ mặt hệ thống chợ truyền thống và các chợ đầu mối sẽ có những bước chuyển biến tích cực; qua đó góp phần vào việc phát triển thương mại nội địa nói chung, cũng như hệ thống phân phối của từng địa phương, từng vùng nói riêng trong năm 2022 và những năm tiếp theo... ■

Xanh là xu hướng tất yếu trong xây dựng và vận hành bất động sản

► QUỐC CƯỜNG

Chuyển đổi xanh đang dần trở thành xu hướng toàn cầu, mang lại nhiều giá trị dài hạn cho doanh nghiệp bất động sản. Bởi vậy, để đạt được mục tiêu về phát triển bền vững, cần có sự phối hợp toàn diện giữa chủ đầu tư, nhà phát triển cũng như ban quản lý, khách thuê để cùng đưa ra những chiến lược, hướng tới mục tiêu loại bỏ phát thải ròng trong tương lai.

Xu hướng tất yếu toàn cầu

Cuối năm 2021, Chính phủ Việt Nam đã phê duyệt Chiến lược quốc gia về tăng trưởng xanh giai đoạn 2021 - 2030, tầm nhìn 2050. Chiến lược này đề ra các mục tiêu chuyển đổi mô hình tăng trưởng theo hướng xanh hóa các ngành kinh tế, áp dụng mô hình kinh tế tuần hoàn thông qua khai thác và sử dụng tiết kiệm, hiệu quả tài nguyên thiên nhiên và năng lượng, phát triển kết cấu hạ tầng bền vững để nâng cao chất lượng tăng trưởng, phát huy lợi thế cạnh tranh và giảm thiểu tác động tiêu cực đến môi trường.

Một thực tế quan trọng cho thấy xây dựng và bất động sản là một trong những ngành có mức phát thải CO2 lớn nhất trên toàn cầu. Theo báo cáo Global Status Report for Buildings and Construction 2021 chỉ ra trong năm 2020, ngành xây dựng và bất động sản chiếm đến 36% mức tiêu thụ năng lượng trên toàn cầu và là nguyên nhân của 37% tổng lượng phát thải CO2 liên quan đến sử dụng năng lượng. Đặc biệt, trong tổng lượng khí thải đó, các hoạt động vận hành tòa nhà là nguyên nhân của 27% tổng lượng phát thải CO2 hàng năm.

Đánh giá về vấn đề này, ông Troy Griffiths, Phó Tổng giám đốc Savills



Troy Griffiths, Phó Tổng giám đốc, Savills Việt Nam

Việt Nam khẳng định bất động sản là lĩnh vực có những tác động mạnh mẽ nhất về khía cạnh môi trường trong ESG (Môi trường - Xã Hội - Quản Trị).

“Mọi doanh nghiệp niêm yết tại thị trường Việt Nam ở bất kỳ sở giao dịch chứng khoán nào, dù là HNX hoặc HOSE, đều phải có báo cáo bắt buộc về ESG. Các tòa nhà cao tầng thường có lượng khí thải lớn, do đó hầu hết dự án phát triển gần đây đòi hỏi phải có chứng chỉ ESG hoặc đáp ứng các tiêu chuẩn của ESG. Rất nhiều công trình, tòa nhà mới đều được phát triển để

đủ điều kiện nhận chứng chỉ xanh hoặc ESG, bao gồm cả các dự án khu công nghiệp. Vì vậy, bất kỳ dự án phát triển mới đều cần phải đáp ứng những chỉ tiêu và mức độ cần có của ESG để tăng tính cạnh tranh”, ông Troy Griffiths nhấn mạnh.

Nhu cầu dự án bất động sản xanh tăng vọt

Theo báo cáo Impacts của Savills, nhu cầu về công trình nhà xanh ở các thành phố lớn trên thế giới tại Mỹ, châu Âu và khu vực Châu Á -



Bất động sản xanh - xu hướng mới lên ngôi của thị trường BĐS Việt Nam

Thái Bình Dương đang tăng mạnh. Thậm chí, nguồn cung các dự án đạt tiêu chuẩn xanh trên thế giới cũng không đủ để đáp ứng nhu cầu trên thị trường.

Riêng đối với phân khúc văn phòng, ông Paul Tostevin, Giám Đốc Savills World Research nhận định nhu cầu văn phòng công bố lượng khí thải carbon trong hoạt động tăng vọt. Tuy nhiên, theo phân tích, số lượng văn phòng đạt tiêu chuẩn xanh ở nhiều thành phố còn khá hạn chế.

“Đây sẽ là cơ hội cho nhà đầu tư và phát triển bất động sản gia tăng mô hình này. Đặc biệt, trong bối cảnh khi các địa điểm trên đang đối mặt với quy định nghiêm ngặt của chính quyền thành phố trong mục tiêu tham vọng xanh”, ông Paul Tostevin nói thêm.

Đồng quan điểm, ông Chris Cumming, Giám đốc Savills Earth của

Savills nói thêm: “Việc nâng cấp văn phòng trong tương lai được thúc đẩy bởi người thuê và nhà đầu tư. Thị trường đầu tư sẽ có sự cạnh tranh mạnh mẽ với các công trình văn phòng có chứng nhận xanh và việc định giá là rất quan trọng. Những người thuê đang tìm kiếm một giải pháp mang tính bền vững, tránh phá dỡ các đặc điểm tích cực. Các thành phố với mục tiêu xanh ngày càng quan tâm đến các tác động của carbon trong xây dựng và ưu tiên trang bị thêm những trang thiết bị hiện đại mới.

Ở Việt Nam, ông Troy Griffiths nhấn mạnh Savills Việt Nam đặc biệt quan tâm đến vấn đề đảm bảo tăng trưởng xanh và theo đuổi các mục tiêu về ESG.

“Chúng tôi có đội ngũ lớn mạnh về ESG ở Hong Kong và nhiều sáng kiến áp dụng trên khắp Việt Nam. Dù

là trạm sạc xe điện, tiêu thụ và lọc điện, phân tích BIM hoặc tái chế đều được áp dụng. Chúng tôi xem xét rất nghiêm túc vấn đề này và mọi công ty nên xem xét chúng trong tương lai”, ông Troy Griffiths nói thêm.

Riêng về vấn đề quản lý và vận hành các dự án bất động sản, Savills Việt Nam cũng đã đưa ra những hướng dẫn cụ thể đối với hơn 100 dự án do Savills quản lý về hoạt động quản lý tiết kiệm năng lượng điện và nước tại các tòa nhà. Cụ thể, Bộ phận Quản lý Bất động sản của Savills Việt Nam xây dựng 3 nhóm giải pháp chính bao gồm (1) Vận hành và quản lý tiêu thụ năng lượng; (2) Bảo trì định kỳ các thiết bị; và (3) Áp dụng các thiết bị công nghệ mới có hiệu suất năng lượng cao.

Với những giải pháp trên, so với cùng kỳ năm 2020, trong 3 tháng đầu năm 2022, đã có 2 dự án do Savills Việt Nam quản lý giảm được mức độ tiêu thụ điện lên đến -250% trên cùng mức lấp đầy; 3 dự án giảm được mức độ tiêu thụ nước khoảng -200% trên cùng mức lấp đầy. Đây là những kết quả rất đáng mừng trong quá trình theo đuổi mục tiêu tăng trưởng xanh của đội ngũ Quản lý Bất động sản Savills Việt Nam.

Bên cạnh đó, Savills cũng đã và đang cố vấn cho nhiều đối tác triển khai các mục tiêu bền vững trong phát triển dự án. Trong suốt những năm gần đây, Savills vẫn luôn hướng tới áp dụng Thang điểm về phát triển bền vững trong xây dựng bất động sản (GRESB) và Tiêu chuẩn giảm tối đa việc sử dụng năng lượng (MEES) trong tất cả các tòa nhà do Savills quản lý trên toàn thế giới.

“Trong bối cảnh hiện nay, chúng tôi tin rằng khi một tòa nhà đáp ứng đủ các yêu cầu về ESG, khả năng thu hút cư dân và các nhà đầu tư sẽ cao hơn. Ngược lại, tính cạnh tranh của bất động sản sẽ sụt giảm”, Phó Tổng giám đốc Savills Việt Nam khẳng định. ■

Nhà văn vượt lên bệnh tật, xây dựng mô hình kinh tế xanh

► ĐĂNG TRÌNH

Nhà văn Nguyễn Đức Lợi (Sinh năm 1972, Hội viên Hội nhà văn Việt Nam) vốn bị căn bệnh thiếu oxy lên não đeo đẳng nhiều năm liền vô cùng khổ sở. Năm 2012, tình cờ anh được tặng một ít tảo Nhật, quá trình uống sức khỏe của anh cải thiện rõ rệt. Một thứ kích thích kỳ lạ nảy sinh khiến anh tìm hiểu các kiến thức, thông tin liên quan đến tảo, nghiên cứu để rồi mang tảo trồng trên núi...



Nhà văn Nguyễn Đức Lợi nghiên cứu về tảo xoắn không tanh. Ảnh: NVCC

“Cánh cửa đen tối” mang tên bệnh tật và thất bại

7 năm đấu tranh cho sự sống, 7 năm khôi phục lại trí nhớ, 7 năm mở ra hi vọng, mở ra lộ trình niềm tin của cuộc đời là những dấu mốc trên hành trình chống lại bệnh tật, vươn lên phát triển kinh tế của nhà văn Nguyễn Đức Lợi (bản Bua, xã Ảng Tở, huyện Mường Ảng, tỉnh Điện Biên) bọc bạch.

Sinh ra và lớn lên ở Sơn La nhưng như sự đưa đẩy của số phận, Nguyễn Đức Lợi lập nghiệp và mưu sinh ở Điện Biên. Là người nông dân chăm chỉ, cần cù vậy mà bệnh tật và thất bại liên tiếp vây bủa lấy anh. Anh bị căn bệnh thiếu oxy lên não hành hạ nhiều năm liền. Đặc biệt, năm 1999, anh bị tai biến do thiếu oxy não gây lên kéo theo những ngày tháng vật vã “chiến đấu” chống lại bệnh tật...

Quyết tâm và nỗ lực vượt lên khi tất cả tiền của dành dụm đã đổ vào chữa bệnh, vốn liếng chỉ còn là ý chí. Năm thứ 2 sau tai biến, các cơn co giật dày hơn cả giấc ngủ, mà người nông dân ấy vẫn miệt mài học viết báo. Những lá thư gửi đi các tòa soạn, có bài đăng được khoản nhuận bút nào anh gom góp đầu tư nuôi 5 đàn ong mật (với giá 1 triệu đồng/đàn). Tuy nhiên, do không hợp khí hậu và thiếu kinh nghiệm nuôi số ong này chết sạch. “Lúc này, tôi trở thành kỹ sư nuôi ong, hệ tự đào tạo. Nghiên cứu tập tính sinh tồn, phát triển của ong và là người nhân 1 đàn ong giống lên 12 đàn/năm (1.200%). Thậm chí, soạn thuê giáo án dạy nghề ong, viết cả chục bài báo về ong và mở mấy chục khóa tập huấn cho người dân có nhu cầu... Nhưng nghiệp ngã số phận chưa chịu buông tha. 7 năm làm nghề, từ trại ong 3-4 trăm đàn, thu mỗi năm hoa 3-4 tấn mật, nửa tấn phấn hoa... chỉ để đắp đống quanh nhà, nợ chồng lên nợ”, anh Lợi hồi tưởng.

Thảm cảnh thất bại liên tiếp 5-7 lần, có lúc đến viên thuốc Umitol cầm cự với bệnh thiếu oxy não anh cũng không mua nổi nữa. Tất cả hiều hỷ, lễ lạt, ốm đau... đều trông cả vào đồng lương ít ỏi của vợ. Thế là ngày ngày, anh cày cật chạy xe ôm, tối nấu rượu... và viết văn, viết báo để trả nợ phá sản trại ong và bước tiếp khởi nghiệp. Anh giấu vợ mua chịu một quả đồi hoang. Rồi lại xoay xở, nợ kê nợ trồng nên một đồi cà phê.

Anh kể, song song đó, anh mua lợn rừng giống về nuôi. Thời gian 2 năm đầu, cứ nuôi lợn lại chết vì bệnh, không

nản anh gom góp tiền làm lại. Và người nông dân ấy lại lên đèo Pha Đin lấy hạt giống đào phai - nơi mà 2 gốc đào đã “cứu mạng anh” ngày trước khi anh đi xe ong thu mật nhãn ở Hưng Yên trở về bị mất phanh, lao xuống vực. “Tôi như được sinh ra lần 2, nên lấy giống đào ấy về tri ân”, anh tâm sự.

Rồi giá cà phê lao dốc, ngày mới trồng giá 1kg thuê được 2 công lao động, 10 năm tiếp theo giá bán 5kg không đủ thuê một công thu hái. Khi này, “nhà văn nông dân” gánh thêm khoản nợ lớn. Lo nghĩ nhiều, bệnh tật tái phát, anh rơi vào stress bỏ bê không quan tâm sức khỏe. Anh rơi vào nghiện lang thang một mình trong bóng tối nơi rừng núi. Nhớ lại

quãng thời gian này, anh bảo, nỗ lực đến kiệt quệ rồi, dường như tưới cả máu vào cái tổ, thay đổi rồi. Trở về từ trang trại như rừng hoang, tâm trạng rơi tự do, người anh như cái lá khô héo mỗi ngày...

“Khai sinh” trang trại trồng táo trên núi...

Vào năm 2012, tình cờ anh Lợi được người quen tặng một ít táo Nhật - táo Spirulina - loại thực phẩm được Tổ chức Y tế thế giới (WHO) công nhận “Thực phẩm bảo vệ sức khỏe tốt nhất của loài người trong thế kỷ 21”. Quá trình uống sức khỏe anh cải thiện rõ rệt. Một thứ kích thích kỳ lạ nảy sinh khiến anh

tìm hiểu kiến thức, thông tin về táo nhưng không có nhiều thông tin.

Đến năm 2015, trong chuyến đi Thái Lan anh biết được có loại táo tươi, táo tươi tốt hơn táo bột, táo viên nang, đặc biệt táo tươi có thể nuôi được... “Học mới biết thuật ngữ “không tanh không phải là táo” là sai. Táo chỉ tanh khi phân hủy, hoặc lẫn tạp. Trong nước đã có các mô hình nuôi táo nhưng là hệ nuôi hờ sẽ không cho ra táo nguyên chất. Vậy thì Thái Lan họ làm như thế nào? Câu hỏi cứ thôi thúc tôi tìm lời giải. Cả năm trôi qua trong nỗi thèm thuồng thông tin về táo, tôi lao vào đọc và học. Không đơn giản. Ở Việt Nam người ta không bán giống táo gốc, chỉ



Cơ sở trồng, chế xuất táo xoắn không tanh của nhà văn Nguyễn Đức Lợi. Ảnh: NVCC

bán giống cấp 1, nuôi 1 lần. Vậy thì phải sở hữu tảo gốc! Phải học phân lập tảo... Ngày có đủ tiền vé quay lại Thái Lan cũng là ngày thất vọng bởi ở đó là “bí mật công nghệ!” không thể với tới”, anh nhớ lại.

Không nản chí, anh tự nhủ, “bộ não tật nguyên” không được phép ngơi nghỉ, phải kiên trì bước tiếp. Năm 2017, anh gom bòn tiền, vay mượn, đi về Hà Nội như con thoi để mua kính hiển vi, bút đo PH, ống nghiệm, đèn cồn, pipet, đĩa petri, bột genlatin, hàng chục máy móc... nhằm nghiên cứu, phân lập tảo gốc từ đám tảo nhiễm tạp với mục đích sở hữu “giống gốc”.

Sau 35 ngày “ăn ngủ với tảo”, anh nghiên cứu thành công thu về 10ml tảo gốc sạch, thuần chủng đầu tiên. Giây phút đó anh đã bật khóc trong niềm vui sướng, cảm động. Từ một người không có chuyên môn khoa học, nhà văn tiếp tục nghiên cứu, hoàn thiện quy trình nuôi trồng và tìm ra “công nghệ nuôi kín” ưu việt, sử dụng bể kính dày kính đặt trong nhà kính để hạn chế sự xâm nhập của tảo dại, tảo độc... mà tảo nuôi hệ hở mắc phải.

Nói về kỹ thuật nuôi tảo, người nông ấy say mê, phân tích thông tin chính xác như nhà khoa học thực thụ: “Bể kính chống lại sự ăn mòn nước biển (Môi trường Zarour là môi trường kiềm - nước biển), chống lại quy trình thải độc từ vật liệu nuôi vào tảo như bể xi măng, bể bạt, thùng nhựa... Kết quả là các chỉ số xét nghiệm hóa sinh cực kì tốt. Hàm lượng dưỡng chất, chất đạm... trong tảo rất cao, không có hóa chất độc hại, kim loại nặng và đặc biệt là tảo dại. Tuy nhiên, đòi hỏi đầu tư rất lớn”, anh nói.

Hơn 2 năm dày công nghiên cứu, hoàn thiện các quy trình trồng và chế xuất, sang năm thứ 3, sản phẩm tảo xoắn không tanh Đức Lợi được cơ quan chức năng kiểm nghiệm,



Các sản phẩm chế biến từ tảo xoắn không tanh của trang trại Đức Lợi. Ảnh: NVCC

cấp Chứng nhận sản phẩm an toàn. Cần mẫn khởi nghiệp để rồi anh xây dựng lên khu trang trại trồng, chế xuất tảo hiện đại trên núi; thực hiện Bảo hộ thương hiệu độc quyền.

Nuôi và chế xuất tảo thành công, nhà văn Nguyễn Đức Lợi lại đối mặt với bài toán “đầu ra” cho sản phẩm. Thời gian đầu, anh viết bài quảng bá trên mạng xã hội, lang thang các con phố phát tờ rơi để giới thiệu sản phẩm. Cho đến thuê người phát tờ rơi ở Hà Nội và một số tỉnh thành khác. Đồng thời, tham gia các hội chợ, hội thảo, các chương trình giao lưu, kỉ niệm... của các cơ quan, tổ chức, doanh nghiệp được mời hoặc anh chủ động xin được tham gia... để được nói, quảng bá về giá trị của tảo... Có khách hàng, có nguồn thu, anh tiếp tục nghiên cứu chế ra các sản phẩm: Mặt nạ tảo xoắn chăm sóc sắc đẹp, kem tảo xoắn, caramen tảo xoắn, thạch tảo xoắn, sữa chua tảo xoắn, xà phòng tảo xoắn...

Thời điểm trước khi xảy ra dịch Covid-19, mạng lưới phân phối tảo xoắn tươi cao cấp không tanh Đức Lợi hiện diện ở hầu khắp các tỉnh, thành từ miền Trung ra Bắc. Sau dịch Covid-19, phạm vi phân phối thu hẹp

khoảng 50% bởi các yếu tố khó khăn do dịch bệnh.

Hiện nay, khả năng phục hồi thị trường đang tốt dần lên, là sản phẩm có hàm lượng chất dinh dưỡng đa dạng, chống oxy hóa và chống viêm mạnh mẽ, giảm hàm lượng triglycerid và cholesterol có hại, hỗ trợ điều trị ung thư. Đặc biệt, tảo xoắn mang lại nhiều lợi ích đối với sự phát triển của não bộ nhờ hàm lượng DHA gấp 4,5 lần dầu cá, bổ sung siêu dinh dưỡng cho các phụ nữ mang bầu, sau sinh, trẻ em, người già, người bệnh nặng... tảo còn giải quyết tăng ngay bạch cầu (kháng thể) cho người bệnh, tăng ngay khả năng hô hấp, lực cơ, vận động, cải thiện giấc ngủ... được nhiều người ưa chuộng sử dụng. Trung bình trang trại của nhà văn Nguyễn Đức Lợi cung cấp cho thị trường khoảng 500kg tảo tươi/tháng và tạo việc làm ổn định cho hàng chục lao động địa phương... Ngày ngày, “nhà văn nông dân” vẫn cần mẫn như con ong chăm chỉ, quán xuyến, chăm chút cho trang trại nuôi tảo ngày một “vươn xa”...

Mời quý độc giả đón đọc Bài 2: Dựng lên Khu du lịch sinh thái Đào Viên Sơn từ ý tưởng tri ân thiên nhiên”



Nhà vườn sinh thái giúp du khách trải nghiệm và thả hồn mình với thiên nhiên

Bình Dương:

Phát triển du lịch bền vững từ sinh thái miệt vườn

► **TRẦN NHƯ'**

Phát triển du lịch sinh thái gắn liền với văn hóa miệt vườn là nỗ lực cần thiết để bảo tồn giá trị văn hóa của vùng đất ven sông Sài Gòn và phục hồi giá trị riêng vốn có của du lịch tỉnh Bình Dương.

Du lịch miệt vườn ở Bình Dương là một loại hình du lịch đã được phát triển rất mạnh từ những thập kỷ trước, bởi những vườn cây ăn trái có tuổi đời hàng trăm năm đã đi vào ký ức của nhiều thế hệ, đồng thời, nơi đây cũng

có những làng nghề truyền thống nổi tiếng. Vì vậy, phát triển du lịch sinh thái gắn liền vườn cây ăn trái và làng nghề truyền thống là động thái cần thiết để bảo tồn giá trị văn hóa truyền thống của vùng đất này.

Tiềm năng của du lịch sinh thái tỉnh Bình Dương

Bình Dương không có những danh lam, thắng cảnh tự nhiên nổi tiếng nên tiềm năng du lịch sinh thái ở tỉnh Bình Dương chủ yếu dựa vào những vườn cây ăn trái và ngành nghề sản xuất thủ công mỹ nghệ. Đặc biệt, những vườn cây ăn trái nơi đây nức tiếng gần xa với các loại cây ăn trái đặc sản như

mãng cụt, chôm chôm, sầu riêng, mít tố nữ...và các loại trái cây có múi khác, ngoài ra, nơi đây cũng là quê hương nổi tiếng của các vườn điều, tiêu, cao su. Cách thức canh tác đa dạng cùng những mô hình tổ chức sản xuất phong phú cũng là một nét độc đáo tạo lợi thế cho việc phát triển du lịch sinh thái gắn với vườn cây.

Theo Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn (NN&PTNT) Bình Dương, toàn tỉnh có trên 6.700 ha cây ăn quả nhưng vì ít quảng bá nên ngành du lịch tỉnh này chưa khai thác được hết các tiềm năng du lịch tỉnh nhà. Hiện nay, trên địa bàn tỉnh Bình Dương có thể kể đến những vùng có tiềm năng phát triển

du lịch sinh thái gắn với vườn cây ăn trái như thành phố Thuận An, Thị xã Tân Uyên, Huyện Bắc Tân Uyên, và huyện Dầu Tiếng. Trong đó, vườn cây Lái Thiêu ở thành phố Thuận An đã nổi tiếng từ nhiều năm qua. Trái măng cụt Lái thiêu đã được đăng ký nhãn hiệu tập thể nhằm đảm bảo thương hiệu trái cây đặc sản của vùng đất này. Ngoài trái cây, những chủ vườn trái cây Lái Thiêu còn sáng tạo nên những món ăn độc đáo gắn liền với đặc sản miệt vườn như gà hoặc cút nướng sả riềng, gà hoặc tôm trộn gói măng cụt... rất hấp dẫn. Không chỉ vườn cây ăn trái, Thuận An còn được biết đến với các khu du lịch sinh thái nổi tiếng như Dìn Ký, Phương Nam, Cầu Ngang... với nhiều trải nghiệm đặc biệt khó quên đối với du khách muốn hòa mình vào thiên nhiên.

Thị xã Tân Uyên nổi tiếng với những vườn bưởi nổi tiếng, đặc biệt là bưởi ở cù lao Bạch Đằng với vị dịu ngọt đặc biệt không lẫn bất kì hương vị của loại bưởi nào. Cù lao Bạch Đằng còn là mảnh đất gắn liền với nhiều vườn cây trồng các loài cây đặc biệt là cây có múi, nơi đây trở thành điểm du lịch sinh thái sông nước gắn liền với các vườn cây ăn trái đầy tiềm năng. Tân Uyên còn được du khách nhớ đến với những đặc sản từ sông Đồng Nai như cá lăng, cá duồng, tôm... với hương vị riêng biệt, độc đáo.

Gắn liền với du lịch sinh thái huyện Bắc Tân Uyên là xã Hiếu Liêm, với đặc trưng là cây ăn quả có múi như bưởi, chanh, cam, quýt, đặc biệt trái cam xoàn rất thơm và ngọt. Hiện nay, diện tích cây có múi chiếm hơn 90% trong tổng số 602 ha cây ăn quả trên địa bàn xã Hiếu Liêm. Ngoài ra, Hiếu Liêm có những trang trại đầu tư theo hướng VietGAP và các khu nghỉ dưỡng sinh thái nổi tiếng đón tiếp nhiều du khách trong suốt thời gian qua.

Du lịch sinh thái ở huyện Dầu Tiếng phát triển mạnh ở xã Thanh Tuyền với 215 ha vườn cây ăn quả



Hệ thống kênh rạch tạo nên hệ sinh thái đa dạng cho vùng đất Lái Thiêu phát triển

đặc sản, trong đó, măng cụt Dầu Tiếng từng đạt các giải cao ở hội thi trái cây ngon cụm miền Đông Nam Bộ.

Bên cạnh đó, quần thể núi Cậu, lòng hồ Dầu Tiếng hay Làng tre Phú An - được xem là Bảo tàng tre lớn nhất Việt Nam... góp phần thuận lợi hình thành các sản phẩm du lịch sinh thái hấp dẫn du khách khi đến Bình Dương.

Khôi phục vườn cây ăn trái, phát triển du lịch sinh thái

Du lịch bền vững là loại hình du lịch giúp giảm thiểu các chi phí và nâng cao tối đa các lợi ích của du lịch cho môi trường tự nhiên và cộng đồng địa phương và có thể được thực hiện lâu dài nhưng không ảnh hưởng xấu đến nguồn lợi mà nó phụ thuộc vào. Chiến lược

phát triển vườn cây ăn trái gắn với mô hình du lịch sinh thái góp phần bảo tồn giá trị văn hóa truyền thống vùng đất ven sông Sài Gòn, đồng thời đây cũng sẽ là nguồn đóng góp không nhỏ vào sự phát triển kinh tế của Bình Dương.

Trong chiến lược phát triển du lịch đến năm 2030, thúc đẩy du lịch sinh thái vườn, du lịch ven sông là một trong những nhiệm vụ quan trọng của Bình Dương, các giải pháp thực hiện tập trung vào nâng cao chất lượng sản phẩm du lịch hiện có, và phát triển sản phẩm du lịch mới ở những vườn cây tại địa phương. Thông qua tuyến du lịch đường sông, du lịch sinh thái vườn kết hợp du lịch tâm linh, du lịch lịch sử sẽ được kết nối. Tất cả tạo thành tuyến du lịch chung trên địa bàn tỉnh.

Để gia tăng giá trị cho vùng chuyên canh cây ăn trái, từ năm 2020, Bình Dương đã triển khai dự án phát triển vườn cây ăn trái đặc sản gắn với du lịch sinh thái vùng phía Nam của tỉnh. Trong đó tập trung xây dựng các mô hình du lịch vườn cây đặc sản gắn với du lịch sinh thái, nhằm nâng cao thu nhập cho nhà vườn, và quảng bá du lịch sinh thái địa phương.

Việc đẩy mạnh cơ sở hạ tầng nhằm phục vụ phát triển du lịch đường sông, với các sản phẩm chính là du lịch sinh thái miệt vườn, tham quan vườn cây ăn trái ven sông, các cù lao nổi trên sông (cù lao Rùa, cù lao Bạch Đằng, hồ Đá Bàn), làng nghề truyền thống gốm sứ...

Tỉnh Bình Dương đã tập trung nâng cao chất lượng sản phẩm du lịch hiện có và phát triển sản phẩm mới ở vườn cây ăn trái Lái Thiêu, vườn bưởi Bạch Đằng... Nhiều mô hình du lịch sinh thái vườn cây ăn trái đã được triển khai và đạt được kết quả tích cực, trong đó nổi bật là khu du lịch Cầu Ngang (Hưng Định) từng nổi tiếng một thời đã được khôi phục. Những nỗ lực không ngừng nghỉ của nhà vườn đã giúp nông sản được tiêu thụ với giá tốt, tạo ra việc làm, góp phần ổn định kinh tế cho người dân nói riêng và địa phương nói chung.

Với vườn cây ăn trái, đến nay vùng Thuận An đã phát triển lên gần 1.500 ha chủ yếu là các loại cây sầu riêng, măng cụt. Chỉ cách TP.HCM khoảng 25km, những vườn cây đặc sản Thuận An được coi là lá phổi xanh, với không khí trong lành cùng không gian mát mẻ thoáng đãng, rất phù hợp cho việc kinh doanh loại hình du lịch nghỉ dưỡng, du lịch sinh thái. Lái Thiêu là vùng chuyên canh măng cụt lớn nhất Đông Nam Bộ, trong đó diện tích măng cụt trên địa bàn Thuận An là 661 ha, chiếm trên 53,3% diện tích vườn cây ăn trái của thành phố. Đây cũng là một trong những nông sản đầu tiên của Bình



Vườn trái cây thành phố Thủ Dầu Một, Bình Dương

Dương được tôn vinh nhiều chứng nhận, giải thưởng có giá trị.

Với mong muốn xây dựng lại thương hiệu vườn cây ăn trái Lái Thiêu, giữ gìn vùng sinh thái cho đô thị Thuận An, những năm qua UBND tỉnh và UBND TP.Thuận An đã có nhiều chính sách hỗ trợ những chủ vườn cây ăn trái đặc sản tại địa phương, đồng thời thường xuyên tổ chức lễ hội “Lái Thiêu mùa trái chín” nhằm tạo điều kiện để Thuận An đẩy mạnh phát triển kinh tế vườn gắn với hoạt động kinh doanh du lịch, du lịch ven sông.

Cùng với những đặc trưng nổi bật là đình làng, nhà cổ và những vườn bưởi thơm ngon nức tiếng, cù lao Bạch Đằng trở thành điểm đến của nhiều du khách. Với sự khéo léo của người dân nơi đây, từ quả bưởi đơn thuần đã được chế biến thành những món ăn, thức uống đặc sản, như gỏi bưởi, nem bưởi, mứt bưởi, rượu bưởi, tinh dầu bưởi... phục vụ nhu cầu thưởng thức đa dạng của dân địa phương lẫn khách tham quan. Thời gian qua, nhằm tăng cường quảng bá đặc sản này, thị xã Tân Uyên đã tổ chức lễ hội “Hương bưởi Bạch Đằng” (vào 2017 và 2019) thu hút đông đảo du khách trong nước và quốc tế.

Với chính sách hỗ trợ giữ vững và phát triển vườn cây đặc sản kết hợp các mô hình nông nghiệp đô thị và

nông nghiệp công nghệ cao đã từng bước phục hồi vườn cây ăn trái đặc sản của địa phương, góp phần thúc đẩy du lịch sinh thái bền vững, thúc đẩy kinh tế, cải thiện đời sống của người dân nơi đây.

Nhờ sự nỗ lực không ngừng nghỉ của người dân và sự quan tâm của địa phương, doanh thu ngành du lịch tỉnh Bình Dương đã có chuyển biến tích cực. Nhanh nhạy nắm bắt, khai thác những tiềm năng, thế mạnh của tỉnh nhà, ngành du lịch Bình Dương đang có những bước tiến mới, đa dạng hóa sản phẩm du lịch. Đây là bước chạy đà giúp ngành du lịch tỉnh phát triển mạnh, khởi sắc hơn và thu hút ngày càng đông du khách trong và ngoài nước.

Tuy nhiên, cần phải nhận định rằng, loại hình du lịch sinh thái ở Bình Dương còn khá đơn điệu, chất lượng sản phẩm du lịch chưa được tối ưu còn thuần túy mang tính miệt vườn, phổ biến là các khu du lịch với quy mô nhỏ, chủ yếu phục vụ khách vào cuối tuần với ăn uống, bơi lội, vui chơi giải trí. Du lịch sinh thái nơi đây chưa kết hợp nhuần nhuyễn với nghỉ dưỡng chất lượng như nhiều địa phương khác, vì thế chưa khai thác hiệu quả các tài nguyên, bỏ lỡ nhiều tầng lớp du khách, đặc biệt khách có nhu cầu nghỉ dưỡng kết hợp chăm sóc sức khỏe. ■



Cô Nguyễn Thị Thu Hương tại Triển lãm Quốc tế Cà Phê, Bánh và Trà tại Việt Nam

Cô gái trẻ và niềm đam mê khởi nghiệp với cà phê

► THY NHÂN

Bằng niềm đam mê và nhiệt huyết của tuổi trẻ, cô gái trẻ Thu Hương đã khởi nghiệp thành công với sản phẩm cà phê chất lượng cao, và trở thành sản phẩm đặc trưng của xã Đắk Lao, huyện Đắk Mil, tỉnh Đắk Nông.

Ốt nghiệp ngành Hướng dẫn viên du lịch năm 2015, sau 2 năm làm việc TP. Hồ Chí Minh, Nguyễn Thị Thu Hương, sinh năm 1993, đã trở về quê với nung nấu khởi nghiệp bằng cây cà phê, bởi kỉ niệm tuổi thơ của Hương đậm dấu ấn của những cây cà phê. Gia đình cô sản xuất cà phê đã nhiều năm. Đây cũng là cây trồng mang lại thu nhập chính cho gia đình.

Khi trở về nhà với quyết định khởi nghiệp cùng cây cà phê, Hương không được gia đình ủng hộ, bởi ai cũng thấu hiểu cảnh làm nông dân đầu tắt mặt tối nhưng lợi nhuận không được là bao, vì thế, bố mẹ cô ra sức can ngăn. Tuy nhiên, với kinh nghiệm 2 năm làm việc cho công ty sản xuất, rang xay cà phê, lại được công ty đào tạo nhiều khóa về rang xay pha chế, đồng thời, trong 2 năm

2016 và 2017, Hương đều lọt top 12 thí sinh xuất sắc nhất trong các cuộc thi pha chế cà phê chuyên nghiệp của Việt Nam, nên Hương rất tự tin về lần quay về quê hương để lập nghiệp trên chính mảnh đất gắn bó với tuổi thơ.

Thuyết phục bố mẹ bằng kế hoạch bài bản tỉ mỉ, Hương được cho mượn 1ha cà phê và vốn để bắt đầu khởi nghiệp, xây dựng cơ sở, mua máy rang xay, pha chế cà phê để sản xuất cà phê bột, từ đó, thương hiệu Daklao Coffee ra đời. Sản phẩm Daklao coffee được chế biến từ nguyên liệu ở các nông trại cà phê chất lượng và những hộ nông dân liên kết của địa phương.

Để có được những mẻ cà phê sạch, Hương đã tìm hiểu và thay đổi quy trình sản xuất cà phê theo lối làm nông nghiệp mới, sản xuất theo hướng tự nhiên sinh học, thân thiện với môi trường, không sử dụng thuốc sâu hóa học, thuốc diệt cỏ. Đến kỳ thu hoạch, cà phê chín trên 85% mới được thu hái, sau đó, cô lựa chọn những trái cà phê chín hoàn toàn để rửa sạch, lên men và phơi nguyên



Cô Nguyễn Thị Thu Hương trong một buổi chia sẻ về cách thức chế biến cà phê với nông dân

hạt trên lưới để giữ độ thơm và ngon của cà phê. Hạt cà phê luôn được giữ nguyên chất, được thực hiện theo một quy trình khép kín từ khâu thu hoạch, chế biến, đóng gói thành phẩm cho cả cà phê truyền thống và cà phê rang xay. Trong quá trình khởi nghiệp, Hương cho rằng vấn đề bảo đảm chất lượng, an toàn sức khỏe cho người tiêu dùng luôn được đặt lên hàng đầu trên cả lợi nhuận.

Cùng với niềm đam mê sản xuất, Hương còn mở một quán cà phê do

tự tay cô pha chế để kinh doanh và quảng bá cho “Daklao Coffee”, và năm 2018, sản phẩm cà phê của Hương đã được đăng ký mẫu mã, kiểm tra chất lượng an toàn vệ sinh thực phẩm. Hiện nay, Hương đang từng bước mở rộng thị trường tiêu thụ, kết nối bạn hàng, phát triển sản xuất và chế biến. Đồng thời cô cũng liên kết với nhiều bạn trẻ địa phương cùng nhau sản xuất cà phê sạch và xây dựng được vùng nguyên liệu cho riêng mình.

Khi Hương thực hiện được mô hình cà phê sạch, đồng thời mở thêm hướng làm ăn cho bà con nông dân nơi đây khiến cho các thanh niên địa phương thêm nhiều động lực khởi nghiệp. Với việc nâng cao hiệu quả, chất lượng của hạt cà phê sau thu hoạch và tiến tới chế biến sâu, cô gái trẻ Nguyễn Thị Thu Hương đang mở ra nhiều hướng để tiếp cận thị trường. Điều này sẽ góp phần nâng cao thu nhập cho người trồng cà phê ở Đắk Lao.

Không ly hương, nhiều bạn trẻ Tây Nguyên tự tin bám trụ và lập nghiệp thành công tại chính nơi chôn nhau cắt rốn của mình. Vượt qua những rào cản về tâm lý, họ lớn lên từng ngày về ý chí lập nghiệp, thay đổi tư duy và phương thức làm ăn để tạo lập một cuộc sống giàu có, văn minh. ■



► ĐÌNH VĂN

Lý Sơn là huyện đảo duy nhất của tỉnh Quảng Ngãi, có vị trí địa chính trị rất quan trọng trong việc bảo vệ chủ quyền của Tổ quốc. Huyện đảo có bề dày truyền thống cách mạng và nhiều danh lam thắng cảnh và lễ hội truyền thống, là nơi đã sản sinh ra đội hùng binh Hoàng Sa kiêm quản Bắc Hải, những binh phu vâng lệnh triều đình ra hai quần đảo Hoàng Sa và Trường Sa.



Huyện đảo Lý Sơn (Quảng Ngãi):

Từng bước phát triển theo hướng kinh tế xanh bền vững

Lý Sơn phấn đấu trở thành huyện đảo du lịch đẹp nhất của cả nước

Huyện đảo Lý Sơn nằm phía Đông Bắc của tỉnh Quảng Ngãi, cách đất liền 15 hải lý, có diện tích tự nhiên 10,390km², dân số khoảng 22.174 người, có 6 thôn và 24 đảng bộ, chi bộ đảng trực thuộc. Toàn huyện có 06 di tích Quốc gia, 02 di sản văn hóa phi vật thể Quốc gia và 19 di tích

cấp tỉnh, bên cạnh đó còn nhiều công trình kiến trúc nghệ thuật, cơ sở thờ tự, tôn giáo, tín ngưỡng...

Huyện đang tập trung khai thác các lợi thế để phát triển du lịch, coi đây là một trong những lĩnh vực mũi nhọn để đưa địa phương phát triển. Theo đó, huyện đang chú trọng bảo tồn, lưu giữ và phát huy các giá trị di tích trên địa bàn gắn với truyền thống khai thác biển,

đảo lâu đời của người dân Lý Sơn. Lượng khách du lịch đến Lý Sơn tăng đều qua các năm.

Cụ thể, trong những năm qua, công tác quảng bá, xúc tiến du lịch được đẩy mạnh thông qua các lễ hội truyền thống, các sự kiện, hội chợ du lịch. Lượng khách du lịch đến Lý Sơn đều tăng so với các năm trước, cụ thể năm 2019, tổng lượt khách đến Lý Sơn 265.000 người, tăng 34.680 lượt



Lý Sơn có vùng biển đảo đẹp tựa Maldives, cùng những món ăn hải sản ngon lành và sự nồng hậu hiếu khách của người dân trên đảo

khác so với năm trước, tuy nhiên năm 2020, 2021 do diễn biến phức tạp của dịch Covid-19, lượng đến Lý Sơn giảm đáng kể.

Bên cạnh đó, huyện đảo Lý Sơn tiếp tục tuyên truyền thực hiện công tác xây dựng Đảng và hệ thống chính trị trên địa bàn huyện; thực hiện thắng lợi các mục tiêu, nhiệm vụ, giải pháp lớn mà huyện Lý Sơn đã đặt ra. Chính vì thế, Đảng bộ và nhân

dân huyện đảo Lý Sơn quyết tâm xây dựng Lý Sơn trở thành huyện đảo du lịch đẹp nhất trong cả nước.

Phát triển kinh tế gắn với bảo vệ chủ quyền biển, đảo

Những năm qua, kinh tế luôn đạt mức tăng trưởng khá, với tốc độ tăng trưởng bình quân giai đoạn 2015 - 2020 ước đạt 9,5%/năm. Cơ cấu kinh tế chuyển dịch theo hướng tiến bộ, phát triển bền vững, tỷ trọng ngành thương mại - dịch vụ tăng nhanh. Trong đó, dịch vụ du lịch có sự phát triển đột phá, trở thành ngành kinh tế mũi nhọn với lượng khách du lịch tăng bình quân trên 14%/năm.

Nông nghiệp phát triển theo hướng giảm tỷ trọng nhưng tăng về giá trị nhờ triển khai có hiệu quả các mô hình khuyến nông, khuyến ngư.

Để tạo sức bật mới cho ngành nông nghiệp, cùng với việc phát huy giá trị đặc sản Tỏi Lý Sơn, huyện đang triển khai các nội dung để điều tra đánh giá nguồn lợi và đề xuất giải pháp bảo vệ, khai thác và phát triển bền vững các loại đặc sản khác, như: Cua Dẹp và Nhum Sọ,...

Bên cạnh đó, Lý Sơn luôn quan tâm tăng cường các tiềm lực trong khu vực phòng thủ, củng cố quốc phòng, an ninh trên địa bàn, cán bộ lãnh đạo chủ trì, chủ chốt các cấp và nhân dân, khơi dậy lòng tự hào đối với chủ quyền biển, đảo thiêng liêng của Tổ quốc. Thực hiện tốt công tác giáo dục, bồi dưỡng kiến thức quốc phòng, an ninh cho các đối tượng...

Ngoài ra, thực hiện Nghị quyết số 867/NQ-UBTVQH14, ngày 10/01/2020 của Ủy ban Thường vụ Quốc hội về sắp xếp các đơn vị hành chính cấp huyện, cấp xã thuộc tỉnh Quảng Ngãi, Lý Sơn không còn chính quyền cấp xã, huyện đã chủ động rà soát, điều chỉnh các phương án, kế hoạch sẵn sàng chiến đấu trong khu vực phòng thủ.

Đồng thời, tập trung chỉ đạo thực hiện tốt công tác huấn luyện, diễn tập khu vực phòng thủ, chuẩn bị đầy đủ và tổ chức luyện tập nghiêm túc các phương án ứng phó bão, phòng, chống, chữa cháy rừng, tìm kiếm cứu hộ, cứu nạn, không để bị động. Qua đó, năng lực lãnh đạo, điều hành của cấp ủy, chính quyền địa phương, trình độ tổ chức chỉ huy của đội ngũ cán bộ, khả năng phối hợp hiệp đồng, bảo đảm của các cấp, ngành, lực lượng trong xử lý tình huống tác chiến được nâng cao.

Mặc dù còn nhiều khó khăn, thách thức, nhưng với truyền thống yêu nước, ý chí kiên cường của quê hương Hải đội hùng binh Hoàng Sa; sự năng động, sáng tạo và khát vọng phát triển, quân và dân Lý Sơn tiếp tục phấn đấu xây dựng Huyện mạnh về kinh tế, vững về quốc phòng, an ninh, góp phần bảo vệ vững chắc chủ quyền biển, đảo thiêng liêng của Tổ quốc. ■



Tự sản xuất phân bón vi sinh: Không chỉ dừng lại ở mô hình

► MỸ HÀ

Trong bối cảnh giá phân bón leo thang, người nông dân tận dụng phụ phẩm nông nghiệp như rơm rạ, thân cây ngô, lạc, bèo tây, rác hữu cơ... để tự sản xuất phân bón vi sinh. Trung bình mỗi năm, hàng nghìn tấn phân bón được sản xuất, giảm chi phí đầu vào trong sản xuất nông nghiệp, làm sạch làng xóm, ruộng đồng, cải tạo ruộng đất. Gia đình bà Trương Thị Dung (xóm 10, Quỳnh Thạch, Quỳnh Lưu, Nghệ An) là một trong những ví dụ thành công của mô hình như vậy.

Giảm chi phí sản xuất

Nhà bà Dung trồng 600 gốc ổi và hàng trăm gốc táo, mít.

Từ năm 2021 đến nay, giá phân bón liên tục tăng cao, trong khi giá ổi lại xuống thấp khiến thu nhập từ ổi mang lại không đáng là bao, có thời điểm chỉ hoà vốn, công chăm sóc coi như “đổ sông, đổ bể”. Bà Trương Thị Dung cho biết: “Giá phân bón tăng cao khiến chi phí đầu vào tăng, mỗi gốc cây ăn quả cũng phải đầu tư 500-700.000 đồng phân bón, chế phẩm vi sinh để trừ sâu bọ. Nếu được mùa, mỗi gốc ổi cho thu hoạch 1 tạ/lúa, giá bán tại vườn cao nhất cũng chỉ được 7.000 đồng/kg, thì số tiền thu về cũng chỉ tương đương với chi phí bỏ ra”.

Do đó, để tiết kiệm chi phí sản xuất, bà Dung tìm hiểu và tham gia lớp tập huấn về sản xuất phân vi sinh tại hộ gia đình. Công thức ủ phân vi sinh khá đơn giản, nguyên liệu để sản xuất phân vi sinh cũng dễ kiếm như: Rơm, rạ sau thu hoạch, rác hữu cơ, thân cây ngô, lạc, chuối... Ngay trước trại ổi nhà bà là kênh Nguyễn Văn Trỗi phủ kín bèo tây. Chỉ mất 15 phút dùng câu liềm ngoắc vào là bà có thể kéo được cả tấn bèo lên bờ rồi xử lý men ủ, sau 2 tháng là sẽ có phân



Người dân làng Tràm, Quỳnh Thạch dùng phân vi sinh bón cho ổi

vi sinh để bón. “Mỗi tấn phân vi sinh như vậy tính ra chỉ tốn từ 2,8-3 triệu đồng, trong khi nếu mua trên thị trường thì giá gấp 2-3 lần (khoảng 7-10 triệu đồng/tấn)” - bà Dung chia sẻ và hy vọng: Nhờ tiết kiệm được phần lớn chi phí đầu vào nên vụ ổi năm nay sẽ có lãi.

Là vùng sản xuất nông nghiệp trọng điểm phát triển cây ăn quả như cam, bưởi, táo, ổi..., lại có lợi thế khi trên địa bàn có nhà máy chế biến đường, có nhiều trang trại chăn nuôi, hàng chục năm nay, huyện Tân Kỳ có truyền thống ủ phân hữu cơ vi sinh để phục vụ trồng trọt. Ông Nguyễn Thanh Phương, Chủ tịch

Hội Nông dân huyện cho biết: “Bình quân mỗi năm nông dân Tân Kỳ sản xuất được khoảng 4.000 tấn phân bón hữu cơ vi sinh từ phế phụ phẩm nông nghiệp. Tại nhiều địa phương việc sản xuất phân vi sinh không chỉ dừng lại ở mô hình, phong trào nữa mà trở thành việc làm thường xuyên trong sản xuất nông nghiệp. Điển hình như xã Tân Phú sử dụng bể ủ có hệ thống thông khí, mỗi năm sản xuất ra khoảng 1000 tấn phân vi sinh. Các xã khác như: Kỳ Sơn, Nghĩa Hoàn đã thành lập các tổ, hội hợp tác sản xuất phân vi sinh... Nhờ chủ động được nguồn phân bón, tự sản xuất ra phân bón với giá thành

rẻ nên sản xuất nông nghiệp vẫn có lãi trong bối cảnh giá phân bón ngày càng tăng cao”.

Theo thống kê, bình quân mỗi năm nhu cầu tiêu thụ phân bón hữu cơ phục vụ cho sản xuất nông nghiệp trên địa bàn tỉnh Nghệ An khoảng từ 80 -90 ngàn tấn. Trong khi đó, lượng phân bón hữu cơ các doanh nghiệp trên địa bàn nhập khẩu và sản xuất chỉ đạt khoảng 5.000 tấn/năm; người dân tự sản xuất khoảng 6.000 tấn /năm. Trên địa bàn tỉnh, mỗi năm có khoảng gần 1 triệu tấn phế phẩm, phụ phẩm nông nghiệp phong phú về chủng loại và trữ lượng để làm nguyên liệu sản xuất phân bón sinh học. Đó là điều kiện hết sức thuận lợi để bà con nông dân ở đây triển khai nhân rộng mô hình sản xuất phân hữu cơ phục vụ trở lại sản xuất nông nghiệp.

Đa lợi ích

Chính vì vậy mà, “từ 2017 đến nay, gia đình tôi đã tự ủ phân vi sinh để bón cho các loại cây ăn quả trong vườn. Không những tận dụng phụ phẩm nông nghiệp, rác thải hữu cơ để làm sạch vườn, sạch ruộng; tiết kiệm chi phí sản xuất mà nhờ phân vi sinh, hạn chế bón phân vô cơ nên đất vườn luôn tơi xốp, độ ẩm cao; đặc biệt, cho dù nắng hạn thì nhờ bón phân hữu cơ vi sinh nên các loại cây ăn quả vẫn sinh trưởng tốt, cho năng suất cao”, như chị Nguyễn Thị Mùi (xã Tân Phú, Tân Kỳ) cho biết.



Người dân Quỳnh Thạch vớt bèo tây để ủ phân vi sinh



Mỗi năm, nông dân Tân Kỳ sản xuất 3-4.000 tấn phân vi sinh

Xây dựng mô hình thâm canh rau nhà màng theo hướng VietGAP, ông Ngô Sỹ Tiến (xóm Nam Xuân, xã Diễn Xuân, Diễn Châu) tự ủ hoai phân chuồng, ủ phân vi sinh để bón cho rau. Theo ông Tiến thì việc sử dụng phân bón hữu cơ vi sinh do mình tự làm vừa tiết kiệm chi phí, vừa giúp cải tạo đất và rất thích hợp với sản xuất sạch. “Phân bón hữu cơ vi sinh do mình tự ủ rồi bón cho rau, vừa sạch, vừa an toàn lại đỡ chi phí. Với 800m² đất, mỗi năm gia đình tôi thu hoạch 7-8 lứa rau, trừ chi phí vẫn còn lãi 100 triệu đồng. Đặc biệt, rau dễ tiêu thụ vì sản xuất sạch nên người dân ưa chuộng, giá bán cũng cao hơn”, ông Tiến cho biết.

Nếu như trước đây, kênh tiêu thoát nước Nguyễn Văn Trỗi ở xã Quỳnh Thạch (Quỳnh Lưu) luôn phủ kín bèo tây, gây ứ đọng, ách tắc dòng chảy, hàng năm, xã vẫn phải huy động toàn dân ra quân làm thủy lợi, trực vớt và đẩy bèo tự phân hủy gây ô nhiễm môi trường thì từ đầu năm 2022 đến nay, nhờ phong trào làm phân vi sinh mà bèo tây ở kênh Nguyễn Văn Trỗi được vớt sạch, trả lại cho lòng kênh sự thông thoáng tiêu thoát nước dễ dàng hơn.

Ông Nguyễn Bá Trinh, Chủ tịch Hội Nông dân xã Quỳnh Thạch cho biết: “Mô hình làm phân vi sinh được phát động từ đầu năm 2022, thí điểm

tại 4 hộ trồng cây ăn quả ở làng Tràm và hiện người dân thấy hiệu quả nên dần dần nhân rộng ra các xóm khác. Ngoài hiệu quả kinh tế mang lại thì nhờ mô hình sản xuất phân vi sinh mà môi trường ở địa phương cũng được cải thiện. Nay, trên các cánh đồng, trên các bờ ruộng không còn chất đầy rau già, quá lứa; sau mỗi vụ lúa cũng không còn cánh đồng khiến khói bụi ô nhiễm, đất ruộng chai cứng; đặc biệt, ở các hệ thống kênh mương, nân, lác, bèo tây cũng được người dân cắt, trực vớt về ủ phân vi sinh”.

Từ hiệu quả thực tiễn của việc sản xuất phân vi sinh mang lại, hiện Hội Nông dân tỉnh đang xây dựng đề án “Tuyên truyền, vận động, hướng dẫn nông dân sản xuất phân bón hữu cơ vi sinh từ phế phẩm, phụ phẩm nông nghiệp giai đoạn 2022 - 2025”. Theo đó, mục tiêu đặt ra là, giai đoạn 2022 - 2025, mỗi năm nông dân toàn tỉnh sản xuất được ít nhất 50.000 tấn phân bón hữu cơ vi sinh từ phế phẩm, phụ phẩm nông nghiệp. Từ đó, góp phần giảm chi phí sản xuất; nâng cao giá trị sản xuất nông nghiệp, thu nhập của nông dân; bảo vệ môi trường, xây dựng nông thôn mới xanh, sạch, đẹp; tăng độ phì nhiêu của đất. Đồng thời hình thành các vùng, cơ sở sản xuất nông nghiệp sạch, hữu cơ, sinh thái, bền vững và thân thiện với môi trường. ■

Xây dựng nền kinh tế xanh từ nông nghiệp hữu cơ

► ĐOÀN THUẬN

Vào một buổi chiều tháng 7, khi cái nắng mùa hè còn oi bức, phóng viên Tạp chí Doanh nghiệp và Kinh tế xanh đã có buổi trò chuyện với ông Hồ Xuân Hiếu - Chủ tịch HĐQT Công ty Thương mại Quảng Trị, Chủ tịch Hội doanh nghiệp trẻ tỉnh Quảng Trị - về các mô hình nông nghiệp hữu cơ mà đơn vị ông đang triển khai.

Theo ông Hiếu, hiện nay Quảng Trị có 28.000 ha lúa, nhưng để triển khai được mô hình trồng lúa hữu cơ thì không phải đâu cũng làm được. Việc này đòi hỏi một quy trình khép kín, phức tạp, tuần hoàn - một quy trình kỹ công từ khâu chọn đất. Cần phải chọn những nơi có đất tốt, lá lúa trồng ở đó phải có màu xanh đậm, nguồn nước sạch một chiều từ các hồ chứa. Khu vực trồng lúa hữu cơ phải cách biệt với các mô hình trồng lúa truyền thống bằng hàng rào vật lý, xa nguồn ô nhiễm, xa đường giao thông, các chỉ số về PH, độ phèn... phải đạt chuẩn, phải tạo ra được các vi sinh vật bản địa có lợi trong đất, chọn đúng giống, bón phân hữu cơ, phun thuốc bảo vệ thực vật từ các chế phẩm sinh học được tạo ra từ gừng, tỏi, ớt, thuốc Lào... Ngoài ra, lúa sau khi được thu hoạch xong không để xuống đất mà phải đóng bao và chở về sấy ngay ở nhiệt độ không quá 40 độ C trong 1



Ông Hồ Xuân Hiếu Chủ tịch HĐQT Công ty Thương mại Quảng Trị tại buổi hội thảo phát triển được liệu gan với chương trình OCOP

ngày 1 đêm, sau đó chuyển qua kho mát bảo quản ở nhiệt độ không quá 35 độ C để đảm bảo giữ được chất dinh dưỡng cho hạt gạo tốt nhất.

Bên cạnh đó, để có thể xuất khẩu nông sản hữu cơ sang thị trường các nước châu Âu một cách an toàn, công ty của ông đã thuê một đơn vị có uy tín ở Mỹ có bề dày kinh nghiệm hơn 100 năm tư vấn để đảm bảo tiêu chí khắt khe nhất về sản phẩm trước khi xuất khẩu.

Công ty thương mại Quảng Trị còn liên hệ với đơn vị cung cấp giống vịt Đại Xuyên (có kích thước nhỏ khoảng 0,6 kg khi trưởng thành để tránh hư hại cho lúa) để bà con nông dân nuôi và sau 2-3 tuần sau khi gieo cấy xong thả chúng xuống ruộng lúa để ăn ốc, sau đó, sục bùn tạo ôxy cho lúa phát triển.

Ngoài ra, công ty cũng áp dụng mô hình nguyên lý cận biên của

người Nhật (cây cách cây 18cm, hàng cách hàng 30cm) để đảm bảo cây lúa nhận được nhiều ánh sáng nhất. Khoảng cách này cũng giúp giảm số lượng, chi phí giống cho nông dân, nâng cao năng suất và giúp bộ rễ phát triển tốt hơn, hạn chế tình trạng ngã rạp khi có gió lớn.

Giảm chi phí - tăng thu nhập ổn định từ làm nông nghiệp hữu cơ

Hiện Công ty Thương mại Quảng Trị đang đồng hành và hợp tác với khoảng 50.000 hộ dân trong việc triển khai các khai mô hình nông nghiệp hữu cơ. Là một doanh nghiệp nhà nước, hoạt động theo hình thức xã hội hoá, tận dụng lợi thế người nông dân am hiểu về đồng ruộng, có ruộng đất, và có công chăm sóc, Công ty Thương mại Quảng Trị hỗ trợ lại cho người dân giống, phân bón, dùng



Lãnh đạo tỉnh Quảng Trị thăm mặt hàng trưng bày gạo hữu cơ của công ty Thương mại Quảng Trị tại Hội nghị hợp tác toàn diện 3 nước Quảng Trị, Savannakhet và Mukdahan



Một dây chuyền chế biến gạo hữu cơ của công ty Thương mại Quảng Trị



Nhân viên công ty Thương mại Quảng Trị đang tiến hành cấy giống lúa hữu cơ bằng máy



Sản phẩm gạo hữu cơ của Công ty Thương mại Quảng Trị

máy cấy, phun thuốc bảo vệ thực vật (từ chế phẩm dược liệu sinh học), hướng dẫn kỹ thuật và giúp họ làm thương mại, bao tiêu đầu ra. Ngoài ra công ty cũng thu gom rơm rạ từ người nông dân để giúp người dân có thêm thu nhập và đỡ công làm đồng. Người nông dân có thói quen đốt rơm rạ sau khi gặt lúa. Điều này không chỉ gây lãng phí mà còn ảnh hưởng đến môi trường không khí, việc đốt rơm rạ sẽ làm chết các sinh vật có lợi trong đất, làm cho đất bị thoái hoá, giảm dinh dưỡng đất.

“Sau khi trừ chi phí bà con nông dân làm lúa hữu cơ lãi hơn 30 triệu đồng/ ha so với mô hình trồng lúa

thông thường. Không những thế, để ổn định giá thành đầu ra đối với các sản phẩm nông nghiệp hữu cơ giúp bà con nông dân yên tâm sản xuất, Công ty thương mại Quảng Trị phối hợp với huyện cam kết giá bảo hộ đầu ra, thu mua với giá 11.000đ/kg lúa tươi nếu năng suất đạt 5,6 tấn/ha. Trong trường hợp vượt 5,6 tấn thì mỗi bên được hưởng một nửa. Nếu dưới 5,6 tấn thì công ty bù một nửa và huyện bù một nửa” - ông Hiếu cho biết.

Trong bối cảnh còn rất ít doanh nghiệp quan tâm đầu tư, kinh doanh, sản xuất ngành lúa hữu cơ, lúa sạch, thậm chí ngay cả người nông dân từ bao đời vốn gắn bó với nghề trồng

lúa cũng không mấy mặn mà trong việc làm lúa nước truyền thống bởi chi phí đầu tư cho làm lúa đang ngày một tăng thì mô hình sản xuất nông nghiệp hữu cơ, trong đó có mô hình trồng lúa hữu cơ được đầu tư bài bản rõ ràng đang là một lời giải hay cho bài toán an ninh lương thực thế giới, vốn là chủ đề lo ngại toàn cầu trong những năm gần đây. Mô hình này còn giúp giảm thiểu tác động xấu đến môi trường và góp phần bảo vệ sức khỏe con người, tăng thu nhập ổn định cho người làm nông nghiệp. Đó đang là một phần không thể thiếu trong nền kinh tế xanh, kinh tế bền vững, cần được phát huy và nhân rộng. ■



Nho Ninh Thuận bản sắc và hơn thế nữa

► ĐINH THÀNH TRUNG

Mảnh đất Ninh Thuận đầy nắng và gió, với một sức sống năng động, trong đó, một đặc sản của tỉnh là cây nho đã và đang được dựng xây, lan tỏa với các lá cờ đầu mang tên OCOP.

Từ truyền thống đến hội nhập

Từ cách đây 45 năm, cây nho đã trở thành dòng cây đặc sản của Ninh Thuận, đóng góp lớn vào nền kinh tế của tỉnh. Có bề dày truyền thống như vậy nhưng đến gần đây, trong tiến trình hội nhập kinh tế quốc tế của đất nước, nho Ninh Thuận mới được

tôn lên mạnh mẽ, được nâng tầm hình ảnh và thương hiệu hơn bao giờ hết. Không chỉ chiếm tỷ trọng cao trong nông nghiệp nói riêng và nền kinh tế của tỉnh nói chung, cây nho còn trở thành một hình ảnh đặc trưng của tỉnh, một niềm tự hào của người dân nơi đây khi có dịp được nói về Ninh Thuận.

Giá trị của cây nho không chỉ có như vậy, xét về mặt kinh tế, cây nho góp phần không nhỏ để người dân Ninh Thuận nâng cao thu nhập, có mức sống dần sánh vai với nhiều tỉnh trong khu vực và trên cả nước. Ở đây, trong một chặng đường dài phát triển, cây nho Ninh Thuận luôn có chỗ đứng quan trọng trong quy hoạch tổng thể phát triển kinh tế - xã hội của tỉnh và cũng có chỗ

đứng không thể thiếu trong cơ cấu ngành nông nghiệp của đất nước. Bước sang thời đại kinh tế mới, mỗi quốc gia phải hội nhập sâu rộng với thế giới, thì những sản vật, những hình ảnh đặc sắc trong nông nghiệp địa phương luôn là mảnh đất màu mỡ để chúng ta khai thác, để nâng cao uy tín và thương hiệu, qua đó góp phần quan trọng nâng cao vị thế của đất nước.

Giờ đây, nói đến nho Việt là chúng ta có thể tự hào nhắc đến nho xuất xứ Ninh Thuận với những cái tên OCOP nổi tiếng như nho Ba Mọi, nho Thái Thuận... Đây chính là những lá cờ đầu của việc nâng tầm và lan tỏa giá trị nho Ninh Thuận nói riêng và nho Việt Nam nói chung.

Trở thành mảnh ghép quan trọng của ngành nông nghiệp Ninh Thuận trong 45 năm qua, tiềm năng của cây nho không chỉ dừng lại ở lĩnh vực nông nghiệp mà còn đem lại lợi ích cho du lịch, dịch vụ và nhiều ngành kinh tế khác. Nhắc đến nho Ninh Thuận tức là nói đến cả những chuyến tham quan khám phá miệt vườn cây ăn trái rộng thênh thang rải cánh cò bay, nói đến phong cảnh tươi đẹp và giàu bản sắc của đất Ninh Thuận, nói đến phong tục, tập quán, văn hóa đặc sắc của đồng bào các dân tộc Ninh Thuận, nói đến nhiều sản phẩm từ nho như rượu vang, nho khô... nức tiếng cả nước và xuất khẩu sang nhiều nước trên thế giới. Chứng kiến lễ hội nho và vang Ninh Thuận, hẳn bất cứ du khách nào cũng cảm thấy cái hồn, cái tình của cây nho - một loại cây “thân thiết” đến không ngờ, cùng với đó là lòng hiếu khách và vô cùng thân thiện của người Ninh Thuận. Các hoạt động đặc sắc của Lễ hội không chỉ làm cho du khách biết đến, hiểu hơn về sản phẩm đặc thù này của tỉnh mà còn là động lực để thôi thúc nhiều khách du lịch đến Ninh Thuận. Tỉnh đã thành công với mục đích tôn vinh cây nho, và quan trọng hơn, Ninh Thuận đã cho thấy hình ảnh đặc trưng của tỉnh nhà khác với những địa phương khác như thế nào, điều đó đã tạo ra một dấu ấn, một điểm nhấn không thể ấn tượng hơn.

Không ngủ quên trên chiến thắng

Nói gì thì nói, nho là một loại cây nông nghiệp luôn có thể gặp rủi ro do thiên tai và biến động giá cả thị trường, do vậy tâm thế của người Ninh Thuận là luôn chuẩn bị sẵn sàng, bên cạnh việc tiếp tục nghiên cứu, phát triển kỹ thuật trồng nho, người dân Ninh Thuận đang rất quan tâm đến công tác bảo quản và chế biến các sản phẩm từ nho.

Sự đoàn kết một lòng hướng tới nhiệm vụ chung của cả bộ máy chính



trị cũng như đông đảo người dân đã tạo nên một tinh thần phát triển sản phẩm nông nghiệp đoàn kết, vững vàng. Với nền tảng là người dân, nông cốt cũng là người dân, cây nho Ninh Thuận đã vượt qua vô vàn khó khăn thách thức và cho đến nay tỉnh vẫn đang đi đúng hướng với các sản phẩm OCOP của mình, đạt nhiều thành quả và góp phần quan trọng vào sự hội nhập của tỉnh. Qua đó, sự đoàn kết của người dân với nhau đã tăng lên mạnh mẽ. Ngoài sự gắn kết chặt chẽ giữa sự hỗ trợ của chính quyền và sự cố gắng của người trồng nho thì còn có một yếu tố quan trọng khác đã tạo nên nhiều thành công, cần được duy trì, giữ vững, đó là nâng cao đời sống và tinh thần của người dân.

Trong tình hình hiện nay, điệp khúc “được mùa mất giá” đã dần nhường chỗ cho quy luật của thị trường: Giá cả phải đi kèm với chất lượng. Bà con nông dân trồng nho ngày nay đã có nhận thức rõ rệt về quy trình chăm sóc cây một cách khoa học, qua đó tăng năng suất, tăng chất lượng cho cây nho. Càng ngày, chất lượng nho đã và đang tăng lên rõ rệt so với các năm trước, nhờ vào việc người trồng nho tuân thủ chặt chẽ tiêu chuẩn như VietGAP, GlobalGAP. Niềm vui của người

trồng nho Ninh Thuận không chỉ vì bán được giá, thu lãi cao mà còn ẩn chứa cả niềm tự hào về đặc sản quê hương. Có thể nói, chính nhờ các sản phẩm nông nghiệp như thế, mục tiêu một nền kinh tế xanh, phát triển bền vững sẽ trở thành hiện thực.

Thành công của Nho Ninh Thuận trong những năm qua không chỉ dừng lại ở mức độ hiện tại, mà có thể vươn cao hơn nhiều trong những năm sắp tới. Ý thức và sự đoàn kết của người trồng nho đã tốt, nay càng phải tốt hơn nữa. Đặc biệt trong áp dụng khoa học công nghệ vào sản xuất nông nghiệp cần phải tăng cường, vì xét thực tế, Ninh Thuận vẫn có mặt bằng chưa thực sự ở tầm cao trong lĩnh vực này. Bên cạnh đó, Ninh Thuận tiếp tục hướng đến những thành công mới. Các doanh nghiệp liên kết với các sản phẩm OCOP thì tích cực tìm kiếm thị trường, tích cực phối hợp với bà con trong khâu tiêu thụ sản phẩm. Các cơ quan quản lý nhà nước cần tăng cường định hướng, đàm phán kết nối với các nhà đầu tư trong và ngoài nước, cùng việc đưa đội ngũ cán bộ kỹ thuật hướng dẫn, tập huấn cận kề cho bà con. Tất cả những việc làm đó sẽ đưa trái nho Ninh Thuận bay cao, vươn xa. ■



“Du lịch xanh”: Sản phẩm của văn hóa việt Nam trong tiến trình hội nhập, toàn cầu hóa hiện nay

► TS DƯƠNG VĂN SÁU

Du lịch văn hóa là tập hợp các du lịch liên quan đến sự tham gia của người du lịch với nền văn hoá của một quốc gia hoặc vùng, đặc biệt là lối sống của người dân ở những khu vực địa lý, lịch sử của những người đó, nghệ thuật, kiến trúc, và các yếu tố khác đã giúp hình thành cách sống của họ.

Văn hóa Du lịch

Văn hóa là toàn bộ những sáng tạo của con người trên nền của thể giới tự nhiên - xã hội. Văn hóa là của con người, thuộc về con người và chỉ thuộc về con người mà thôi. Nó ra đời là một tất yếu khách quan để phản ánh và phục vụ cuộc sống của các cá nhân và cộng đồng người trong những thời điểm khác nhau của lịch sử.

Trong tiến trình phát triển, bất cứ một cộng đồng dân tộc nào đều hướng tới việc sáng tạo ra những sản

phẩm văn hóa đặc sắc phục vụ chính cuộc sống của cộng đồng mình. Các hoạt động văn hóa của con người đã đi từ tự phát đến tự giác; đi từ hoạt động tự thân, nhỏ lẻ đến hoạt động được tổ chức chặt chẽ, mang tính xã hội hóa cao. Mỗi một sản phẩm do con người tạo ra đều là một sản phẩm văn hóa.

Tuy nhiên, các sản phẩm do con người tạo ra thì vô cùng phong phú đa dạng cho nên người ta có thể chia ra thành nhiều loại hình sản phẩm khác nhau. Thông thường, người ta thường hiểu Sản phẩm văn



hóa là những sản phẩm mang nặng yếu tố tinh thần của con người. Xét về bản chất, khi đưa các yếu tố văn hóa phi vật thể vào cuộc sống xã hội nhằm các mục đích khác nhau, chúng lập tức trở thành các sản phẩm văn hóa.

Văn hóa hay sản phẩm văn hóa trước hết là yếu tố tự thân, nội tại của xã hội loài người; đây chính là sản phẩm của con người, do con người và vì con người. Trong nền kinh tế thị trường, nhiều sản phẩm văn hóa khi được khai thác sẽ đem lại cho con người ta những giá cả nhất định, tương ứng với giá trị mà chúng hàm chứa. Từ đó cho thấy: “Sản phẩm văn hóa là những sản phẩm trong lĩnh vực tinh thần do con người sáng tạo ra trong tiến trình phát triển của lịch sử để phục vụ cuộc sống, thỏa mãn những mục đích và nhu cầu khác nhau của các

cá nhân, cộng đồng người”. Sản phẩm văn hóa có thể do một cá nhân, một tổ chức hay một cộng đồng sáng tạo ra.

Nó ra đời trong một thời gian và không gian nhất định, mang những giá trị nhất định và khi đưa vào thị trường nó sẽ có những giá cả nhất định. Sản phẩm văn hóa luôn chứa đựng bản sắc riêng biệt, nó mang dấu ấn cá nhân và cộng đồng nên luôn phản ánh và biểu hiện các yếu tố mang sắc thái dân tộc, địa phương, vùng miền...

Trong một cộng đồng người, sản phẩm văn hóa cũng chính là sản phẩm của lịch sử và điều đó khiến cho sản phẩm văn hóa luôn mang dấu ấn của thời đại và được lưu giữ, trao truyền cho các thế hệ kế tiếp, được các thế hệ kế tiếp kế thừa và phát triển, nâng lên những tầm cao giá trị mới.

Sản phẩm văn hóa có thể là các tác phẩm thuộc về 7 loại hình nghệ thuật đương đại hay các tác phẩm văn học nghệ thuật hoặc bất cứ một sản phẩm hàng hóa văn hóa nào khác phục vụ các nhu cầu khác nhau của đời sống con người, được số đông chấp nhận và sử dụng trong sự đồng thuận.

Suy rộng ra, có thể nói tất cả những sản phẩm tiêu dùng phục vụ đời sống sinh hoạt xã hội của con người có giá trị sử dụng, giá trị thẩm mỹ đều được coi là những sản phẩm văn hóa. Trong quá trình phát triển, nhiều sản phẩm văn hóa mới được ra đời phục vụ cuộc sống và sự phát triển của xã hội loài người.

Một trong những sản phẩm của văn hóa trong tiến trình hội nhập, toàn cầu hóa là hoạt động du lịch. Trong tiến trình hội nhập, toàn cầu hóa sâu rộng hiện nay, du lịch Việt Nam đang phát triển mạnh mẽ. Yếu tố thành công của Du lịch Việt Nam có được là do đã và đang khai thác hiệu quả các giá trị đặc sắc của văn hóa dân tộc đưa vào trong kinh doanh du lịch.

Thông qua hoạt động du lịch; sự giao lưu, giao thoa giữa các dòng du khách nội địa và quốc tế với cư dân bản địa đã cho ra đời một loại hình sản phẩm văn hóa đặc trưng đó là những sản phẩm du lịch. Sản phẩm du lịch là những sản phẩm văn hóa phục vụ các đối tượng du khách khác nhau. Khi đưa các sản phẩm văn hóa vào trong kinh doanh du lịch sẽ tạo nên các sản phẩm du lịch. Việc nghiên cứu, khai thác các giá trị văn hóa để phát triển du lịch đã ra đời khoa học Văn hóa Du lịch.

Trong hệ thống các sản phẩm du lịch được sinh ra từ văn hóa, “Văn hóa Du lịch” là một thuật ngữ khoa học mang tính đặc trưng, nổi trội của du lịch Việt Nam, của Văn hóa Việt Nam. Từ thực tế hoạt động du lịch ở Việt Nam hiện nay cho thấy “Văn hóa Du lịch là khoa học nghiên cứu, khai

thác các giá trị văn hóa để phát triển du lịch”. Văn hóa Du lịch là một khoa học mà đối tượng nghiên cứu của nó là văn hóa Việt Nam, mục tiêu của nó là đáp ứng và thỏa mãn các nhu cầu khác nhau của du khách trong và ngoài nước.

Văn hóa Du lịch chính là phương pháp để giải bài toán cung - cầu của du lịch Việt Nam trong tiến trình hội nhập. Do vậy, Văn hóa Du lịch chính là sản phẩm của văn hóa Việt Nam trong quá trình hội nhập, toàn cầu hóa hiện nay.

Những tiêu chí hết sức cơ bản

Theo Luật Du lịch, “Sản phẩm du lịch là tập hợp các dịch vụ cần thiết để thỏa mãn nhu cầu của khách du lịch trong chuyến đi du lịch”.

Không chỉ thỏa mãn những nhu cầu sinh học, du khách còn mong muốn được thỏa mãn các nhu cầu văn hóa ngày càng cao. Những nhu cầu này phụ thuộc nhiều vào các yếu tố chủng tộc, tuổi tác, giới tính, nghề nghiệp, vị trí xã hội, sức khỏe, khả năng tài chính và các yếu tố tâm sinh lý khác...

Do vậy, để thỏa mãn nhu cầu ngày càng cao của du khách, các sản phẩm du lịch đòi hỏi phải đạt được nhiều tiêu chí hết sức cơ bản. Từ thực tế của hoạt động du lịch ở Việt Nam, chúng tôi đưa ra khái niệm về sản phẩm du lịch, như sau: “Sản phẩm du lịch là toàn bộ những dịch vụ tạo ra các hàng hóa mang tính đặc thù do các cá nhân và tổ chức kinh doanh du lịch cung cấp để phục vụ những nhu cầu của các đối tượng du khách khác nhau đồng thời đem lại những lợi ích kinh tế, văn hóa - xã hội ở nơi đang diễn ra các hoạt động du lịch. Sản phẩm du lịch luôn đáp ứng và làm thỏa mãn các nhu cầu của du khách; nó phù hợp với những tiêu chí nghề nghiệp theo thông lệ quốc tế đồng thời chứa đựng những giá trị văn hóa mang đặc trưng bản địa”.

Là một ngành kinh tế tổng hợp mang bản chất và nội dung văn hóa sâu sắc; trên cơ sở, nền tảng văn hóa dân tộc - vùng miền, hoạt động Du lịch luôn đem đến cho du khách những sản phẩm chứa đựng các giá trị nhân văn đặc sắc mang sắc thái bản địa. Điều đó cho thấy những sản phẩm du lịch cũng chính là những sản phẩm của văn hóa du lịch.

Sản phẩm du lịch trước hết là một loại hàng hóa nhưng là một loại hàng hóa đặc biệt, nó cũng cần có quá trình nghiên cứu, đầu tư, có người sản xuất với qui trình sản xuất khác nhau, có người tiêu dùng... như mọi hàng hóa khác.

Sản phẩm du lịch thường mang những đặc trưng văn hóa cao, thỏa mãn nhu cầu của các đối tượng du khách. Đó có thể là một chương trình du lịch diễn ra trong thời gian và không gian khác nhau. Sản phẩm du lịch thể hiện trong các tour du lịch này chính là việc khai thác các tiềm năng, nguồn lực sẵn có trên một địa bàn hoặc được tạo ra khi biết kết

hợp những tiềm năng, nguồn lực này theo những thể thức riêng của từng cá nhân hay một công ty nào đó.

Xây dựng một chương trình du lịch (tour) chính là tạo ra một sản phẩm du lịch. Đó chính là việc khai thác các giá trị văn hóa vật thể và phi vật thể của các địa phương vào hoạt động du lịch; như việc đưa các loại hình nghệ thuật, dân ca, dân vũ, văn hóa ẩm thực hay các hình thức hoạt động thể thao, các hoạt động lễ hội truyền thống, trình diễn, diễn xướng dân gian... vào phục vụ du khách.

Những hoạt động như vậy giúp cho du khách trực tiếp thẩm nhận và hưởng thụ, trải nghiệm văn hóa mà họ vốn có nhu cầu nhưng không biết tiếp cận như thế nào, ở đâu, thời gian nào...?

Sản phẩm du lịch cũng còn là cách tổ chức, điều phối các chương trình du lịch theo những cách thức và biện pháp khác nhau. Cũng với những điểm đến đã được xác định nhưng nhà tổ chức có thể đưa ra nhiều cấu hình tour khác nhau để



ĐỐI SÁNH SẢN PHẨM VĂN HÓA VÀ SẢN PHẨM DU LỊCH

SẢN PHẨM VĂN HÓA	SẢN PHẨM DU LỊCH
<i>Bền vững, tính bất biến cao</i>	<i>Thích ứng, tính khả biến cao</i>
<i>Bên cạnh dấu ấn cá nhân còn mang nặng dấu ấn của cộng đồng cư dân bản địa</i>	<i>Mang nặng dấu ấn của các cá nhân, các nhà tổ chức, khai thác</i>
<i>Dùng cho tất cả các đối tượng khác nhau khi có nhu cầu, phục vụ mọi người</i>	<i>Chỉ dùng cho khách du lịch, phục vụ những đối tượng sử dụng dịch vụ du lịch</i>
<i>Sản xuất ra không nhất thiết để bán, chủ yếu phục vụ đời sống sinh hoạt văn hóa - tinh thần của cư dân bản địa</i>	<i>Hàng hóa sản xuất phải được bán ra thị trường, bán cho du khách, phục vụ nhu cầu của các đối tượng khách du lịch là cư dân của các vùng miền khác nhau</i>
<i>Chú trọng giá trị tinh thần, giá trị không đo được hết bằng giá cả</i>	<i>Giá trị văn hóa đi kèm giá trị kinh tế - xã hội. Giá trị được đo bằng giá cả</i>
<i>Qui mô hạn chế, thời gian và không gian xác định</i>	<i>Qui mô không hạn chế, thời gian và không gian không xác định</i>
<i>Sản phẩm mang nặng định tính, khó xác định định lượng. Giá trị của sản phẩm mang tính vô hình thể hiện qua ấn tượng, cảm nhận...</i>	<i>Định tính, định lượng được thể hiện qua thời gian hoạt động. Giá trị của sản phẩm là hữu hình, biểu hiện thông qua những chỉ số kinh tế thu được</i>

tiếp cận những tuyến điểm du lịch theo những góc độ khác nhau, tránh sự nhàm chán cho các đối tượng khách.

Hiện tượng này có thể tạm gọi đó là tình trạng “rượu cũ, bình mới”. Nếu như những người kinh doanh du lịch liên tục tư duy sáng tạo để cho ra đời các chương trình du lịch khác nhau trên cơ sở khai thác các tài nguyên sẵn có trên một địa bàn, khu vực cụ thể thì sẽ cho ra các sản phẩm thuộc dạng “rượu mới, bình mới”...

Trong quá trình hướng dẫn du lịch, các hướng dẫn viên cũng là những người sẽ góp phần quan trọng trong việc tạo dựng những sản phẩm du lịch tưởng như vô hình thông qua các kỹ năng tác nghiệp của mình. Dưới góc độ này, các hướng dẫn viên du lịch là những người góp phần quan trọng trong việc xây dựng các sản phẩm du lịch có chất lượng đưa tới phục vụ du khách.

Thông qua trình độ và nhiệt huyết của hướng dẫn viên, các tuyến

điểm tham quan du lịch được khai mở và sống dậy dưới những góc nhìn khác, đem đến cho du khách cái nhìn sống động về những công trình, hiện vật tưởng như vô tri, vô giác... Thông qua hướng dẫn viên du lịch, mối quan hệ dù là ở cấp độ nào giữa du khách đối với các đối tượng tham quan đều là mối quan hệ cơ hữu, mối quan hệ đa chiều, trực tuyến được thiết lập tức thời, tại chỗ, không thông qua bất cứ một kênh thông tin gián tiếp nào.

Sản phẩm du lịch còn là sự đa dạng hóa những dịch vụ và nâng cao không ngừng chất lượng các dịch vụ phục vụ và chăm sóc khách hàng, làm thỏa mãn những nhu cầu khác nhau của khách du lịch như các dịch vụ chăm sóc sức khỏe, dịch vụ làm đẹp, các dịch vụ thông tin liên lạc, bưu chính viễn thông, dịch vụ tài chính, ngân hàng tiện lợi, dịch vụ ghi dấu và lưu giữ hình ảnh, âm thanh của du khách.v.v... Tất cả những dịch vụ đó sẽ đem lại nhiều lợi ích to lớn

cho du khách và cũng là yếu tố quyết định doanh thu của các điểm du lịch.

Sản phẩm du lịch thường được cụ thể hóa bằng các sản phẩm vật chất cung cấp cho du khách ở những nơi du khách dừng chân, nghỉ ngơi hay tham quan du lịch. Đó có thể là các vật phẩm, đồ lưu niệm; các chủng loại hàng hóa với mẫu mã, chất liệu, phương pháp chế tác đem đến nhiều công năng tiện ích khác nhau cho người sử dụng. Những sản phẩm này với những giá cả khác nhau được cung cấp đến tay người tiêu dùng là các du khách bằng những phương cách khác nhau. Chính phương cách đưa các sản phẩm mang nặng giá trị văn hóa đến với du khách là một biểu hiện cụ thể của Văn hóa Du lịch!

Sản phẩm du lịch còn là phong cách của người làm du lịch ở các vị trí và cương vị khác nhau tạo ra những hình ảnh mới ấn tượng đem lại sự hài lòng cho du khách. Sản phẩm du lịch không phải là những gì cao xa, đôi khi chỉ là một nụ cười

thân thiện hay một câu xin lỗi, một lời cảm ơn... của người làm du lịch hướng về du khách. Dưới góc độ này, sản phẩm du lịch là một khía cạnh của văn hóa du lịch.

Tổng hợp lại, giá trị của tất cả các sản phẩm du lịch khác nhau được đánh giá bằng số lượng khách đến và đi du lịch, phụ thuộc vào mức chi tiêu của du khách trong một chuyến du lịch và ảnh hưởng, tác động của hệ thống sản phẩm đó đến sự phát triển kinh tế - xã hội của một địa phương, đất nước. Giá trị của sản phẩm du lịch được đánh giá bằng hai hình thức: đo đếm được và không đo đếm được. Đo đếm được là doanh thu từ hoạt động du lịch còn không đo đếm được là ấn tượng của du khách sau khi sử dụng các sản phẩm du lịch.

Văn hóa Du lịch - sản phẩm của văn hóa Việt Nam trong tiến trình hội nhập, toàn cầu hóa hiện nay

Văn hóa có ý nghĩa quyết định trong các mối quan hệ giữa các cá nhân và cộng đồng, giữa các quốc gia trên thế giới trong tiến trình toàn cầu hóa bởi vì bản chất của toàn cầu hóa chính là sự giao thoa mọi mặt của đời sống xã hội. Trong nền kinh tế tri thức, mọi sản phẩm đều chứa đựng hàm lượng trí tuệ và hàm lượng văn hóa cao. Do vậy có thể nói mỗi sản phẩm do con người tạo ra trong giai đoạn hiện nay đều là một sản phẩm văn hóa. Từ đó cho thấy, các sản phẩm du lịch đều phải là những sản phẩm văn hóa. Bản chất của Du lịch là văn hóa; ngay trong Logo của ngành Du lịch Việt Nam “Việt Nam vẻ đẹp tiềm ẩn” đã nói lên điều này. Mỗi một sản phẩm du lịch đều hàm chứa những giá trị văn hóa sâu sắc.

Do vậy, trong du lịch, việc truyền bá các giá trị của văn hóa Việt Nam tới các đối tượng du khách khác nhau là công việc đặc biệt quan trọng.

Muốn vậy, phải nghiên cứu, tìm hiểu về Việt Nam, về Văn hóa Việt Nam. Và từ đó Văn hóa Du lịch ra đời. Văn hóa Du lịch chính là quá trình thẩm nhận những giá trị văn hóa Việt Nam đối với mọi đối tượng du khách khác nhau. Văn hóa Du lịch giúp người kinh doanh du lịch khai thác những giá trị văn hóa trong kinh doanh. Đây chính là ngành khoa học nghiên cứu ứng dụng, nghiên cứu triển khai để khai thác các giá trị của văn hóa Việt Nam trong hoạt động kinh doanh du lịch. Xuất phát từ những phân tích ở trên cho thấy, cần phải khai thác có hiệu quả các sản phẩm văn hóa biến chúng thành các sản phẩm du lịch. Bằng những động thái tích cực và khoa học để đưa ra nhiều sản phẩm du lịch mang đặc trưng văn hóa cao. Sản phẩm văn hóa chỉ biến thành sản phẩm du lịch khi nó tham gia vào các

quá trình hoạt động kinh doanh du lịch, phục vụ các nhu cầu khác nhau của khách du lịch.

Không tham gia vào quá trình hoạt động du lịch, không phục vụ các nhu cầu của khách du lịch, không thể coi là sản phẩm du lịch. Tùy thuộc vào chất lượng, giá trị của sản phẩm du lịch và cách thức và biện pháp kinh doanh mà sản phẩm du lịch có giá cả khác nhau. Không phải bao giờ giá cả và giá trị của một sản phẩm du lịch cũng tương đồng. Vấn đề quan trọng nhất của Văn hóa Du lịch chính là nắm bắt những giá trị vốn có của văn hóa, xếp đặt và tạo dựng những giá trị mới chuyển tải tới các đối tượng du khách bằng những phương cách khác nhau rồi từ đó tạo ra sự cân bằng giữa giá cả và giá trị mới được thiết lập.



Tất cả các sản phẩm du lịch đều là sản phẩm văn hóa nhưng không phải sản phẩm văn hóa nào cũng trở thành sản phẩm du lịch. Người tổ chức, quản lý, điều hành du lịch đóng vai trò trung gian định hướng, tổ chức cho du khách tiếp cận với các sản phẩm văn hóa; kết nối du khách với các sản phẩm văn hóa, biến các sản phẩm văn hóa thành sản phẩm du lịch.

Ví dụ: Một lễ hội truyền thống hay một phong tục tập quán của một địa phương nào đó dù đặc sắc và phong phú đến đâu nhưng khi tổ chức ra chỉ để phục vụ các nghi lễ tôn giáo - tín ngưỡng truyền thống hay các nhu cầu văn hóa của cư dân bản địa thì đó chỉ là một sản phẩm văn hóa. Nhưng khi đưa khách du lịch tới tiếp cận, tham gia (trực tiếp hay gián tiếp) các hoạt động của nó thì khi đó lễ hội, tập tục đó lập tức trở thành

sản phẩm du lịch hay sản phẩm văn hóa du lịch.

Mỗi sản phẩm du lịch đều phải chứa đựng hàm lượng văn hóa cao và khi có hàm lượng văn hóa cao, các sản phẩm du lịch sẽ được du khách tiêu dùng nhanh chóng. Đó chính là tác động tương hỗ của sản phẩm văn hóa - sản phẩm du lịch. Thuật ngữ Văn hóa Du lịch đã và đang được sử dụng khá phổ biến trong đời sống xã hội và trở thành ngành khoa học được ứng dụng rộng rãi trong xã hội. Văn hóa Du lịch còn được hiểu một cách cụ thể là “văn hóa của người làm du lịch” hay “văn hóa kinh doanh trong hoạt động du lịch” hoặc là “kinh doanh du lịch có văn hóa”.v.v...

Vấn đề được đặt ra là:

Khi nào một sản phẩm văn hóa được coi là một sản phẩm du lịch?

Những sản phẩm văn hóa nào ở địa phương bạn có thể trở thành sản phẩm du lịch?

Muốn biến một sản phẩm văn hóa thành sản phẩm du lịch thì phải có bước đi và biện pháp như thế nào cho phù hợp với tình hình chung và điều kiện của địa phương?

Để trả lời các câu hỏi đó, chúng ta phải bắt đầu đi từ sự tìm hiểu các yếu tố nội tại của sản phẩm vật chất với tư cách làm một sản phẩm văn hóa. Với bất kỳ một sản phẩm vật chất nào cũng chứa đựng hàm lượng văn hóa. Hàm lượng văn hóa kết tinh trong mỗi sản phẩm thể hiện ở các mặt sau đây:

Công năng và tên gọi sản phẩm, hình dáng (hình khối), kích thước, sắc màu, chất liệu chế tác ra sản phẩm, những dấu ấn văn hóa đặc trưng mà sản phẩm hàm chứa, cách thức sử dụng, khai thác giá trị của sản phẩm đó phục vụ cuộc sống, giá trị và giá cả của sản phẩm trong đời sống xã hội ở một địa bàn nào đó.

Mỗi một sản phẩm văn hóa, một sản phẩm du lịch khi tham gia vào tiến trình hội nhập, toàn cầu hóa đều phải thỏa mãn hai yêu cầu sau: kế thừa và phát triển, mang những đặc trưng văn hóa bản địa đặc sắc; đồng thời đáp ứng và làm và thỏa mãn những yêu cầu của đối tượng sử dụng. Đối tượng sử dụng của Văn hóa Du lịch chính là các du khách. Trong nền kinh tế thị trường, đối với du lịch vấn đề cốt lõi là làm sao tạo ra được nhiều những sản phẩm chứa đựng hàm lượng văn hóa và trí tuệ cao đáp ứng các nhu cầu du khách.

Việc tạo ra các sản phẩm du lịch chính là nội dung cốt lõi của Văn hóa Du lịch. Văn hóa Du lịch chính là sự phát triển của Văn hóa. Phát triển Văn hóa Du lịch chính là giải quyết nội hàm của Văn hóa và phát triển. Từ những phân tích và nhận định ở trên có thể đưa ra kết luận: “Văn hóa Du lịch là sản phẩm của văn hóa Việt Nam trong tiến trình hội nhập, toàn cầu hóa hiện nay”. ■





Tư duy con người không thay đổi, bản làng không đổi mới

Làm ra cái lạ mới tài

► **ĐẶNG THỊ VIỆT QUỲNH**

Xã Đồng Xá là một vùng quê xa xôi nghèo nàn lạc hậu của huyện Na Rì - tỉnh Bắc Kạn, cái gì cũng đi sau cùng. Khắp mọi nơi trên dải đất hình chữ S, người nông dân đã rất sáng tạo, biết sản xuất ra sản phẩm ocop, biết làm ăn theo mô hình tập thể, biết liên kết để có thu nhập ổn định. Còn Đồng Xá đến tận bây giờ mới có một nhóm phụ nữ nhen nhóm cùng nhau làm thử sản phẩm sạch. Tuy mới tập tọe từng bước đi đầu tiên nhưng cũng phải chúc mừng cho họ vì đã dám nghĩ dám làm.



Chợ nông thôn nhưng rất nghèo nàn, không có hàng hóa đặc trưng của địa phương..

Đồng Xá hôm nay cũng lác đác vài cái nhà xây, cũng đã có đường nhựa, cũng có đình chợ xã vừa xây xong, 5 ngày họp một phiên nhưng chủ yếu là tiểu thương từ nơi khác đến bán tạp hóa. Tuy có chợ, nhưng dân địa phương hầu như không có thứ gì đem góp

vào phiên chợ cho phong phú và đặc trưng, người đến chợ thì cứ lượn lên lượn xuống tìm sản phẩm nông thôn.

Núi rừng vẫn xanh ngát cỏ cây, chưa có cây trồng nào có giá trị kinh tế thay thế vào. Nông dân thu hoạch vụ mùa xong, coi như đất được nghỉ, vì ở đây chưa có thói quen làm vụ đông.



Thu hoạch xong vụ mùa, cánh đồng hầu như chỉ để chăn thả



Vụ mùa năm 2022 này, chị Nghiễm sẽ trồng xen canh cây gai vào diện tích trồng ngô kém hiệu quả để lấy nguyên liệu lâu dài



Quỹ đất đầu thừa, đuôi thiếu ở nông thôn vẫn còn bỏ hoang



Chị Tuyết sẽ trồng gai ở bờ ruộng, bờ ao vừa ngăn cỏ mọc hoang, vừa có nguyên liệu lâu dài

Bây giờ, người dân không còn phá rừng làm rẫy, bãi soi, cánh đồng ở dưới thấp tuy đã biết tăng vụ nhưng chưa đem lại hiệu quả kinh tế, đời sống chỉ đủ ăn chứ chưa dư dả. Vì vậy thanh niên rủ nhau bỏ làng đi nơi

khác kiếm việc làm rất nhiều. Còn đứa nào muốn học lên cao nữa thì bố mẹ lại không đủ sức nuôi ăn học.

Thời đại công nghệ, sản phẩm của nhà nông hầu hết không còn được sạch sẽ như xưa, vô hình chung tự

gây bệnh cho chính bản thân mình mà không biết, tất cả cũng từ lười biếng và không chịu học hỏi mà ra. Nguyên nhân của vấn đề, bữa ăn nào con người cũng phải ăn lượng tăng trọng dư thừa của gà, vịt, lợn do chúng chưa kịp tiêu hóa hết, lượng thuốc bảo vệ thực vật dư thừa từ cây trồng.

Nhận thấy điều bất cập này tới sức khỏe, có vài chị em phụ nữ của thôn Nà Quán đã liều lĩnh đứng lên làm chủ, trồng nguyên liệu sạch để tự làm thức ăn chăn nuôi hữu cơ, chị Nông Thị Nghiễm làm trưởng nhóm. *Chị Nghiễm cho biết: người sống ở nông thôn kiếm được đồng tiền rất vất vả, đất đai có nhiều nhưng không biết làm cái gì. Nếu sản xuất mà không mất vốn thì người dân ai cũng thích. Ai cũng làm được. Nhưng giờ mới bắt đầu thì phải làm dần dần thôi.*

Tiếc những khoảnh đất bị bỏ hoang lãng phí, nhóm phụ nữ này có tên gọi là NHÀ QUÊ sẽ giúp nhau thoát nghèo tại chỗ, đó là tự làm cám viên Thảo dược để chăn nuôi phục vụ cho gia đình trước mắt. *Chị Hứa Thị Tuyết cho biết: tôi thích chăn nuôi lắm nhưng không biết lấy gì cho nó ăn. Mua cám ở ngoài thì đắt, mình nhà nông không có tiền, không mua nổi. Giờ có nhóm rồi tôi sẽ trồng gai ở những phần đất bỏ không hết để lấy nguyên liệu làm cám.*

Ngày xưa đời sống vất vả nhọc nhằn, nghèo nàn lạc hậu là thế, nhưng người dân đã biết trồng bí đỏ xen trong ruộng ngô để lấy quả, dành đến tháng chạp vỗ béo lợn Tết. Con lợn được ăn bí đỏ nó béo múp míp rất nhanh, thịt nó rất là thơm, và mỡ của nó bóng đẹp, mùi thơm ngậy, tóp mỡ cũng rất ngon nên trẻ em thích ăn.

Ngày nay, ý lại cái gì cũng có sẵn, nên nông dân quên luôn quả bí, không còn ai trồng để chăn lợn. Họ chỉ tìm mua cám tăng trọng về chăn thả cho tiện, đỡ phải nấu cám bã.

Thực tế cho thấy, ở nông thôn vẫn còn nhiều hộ dân tự nuôi lợn



Rừng có sẵn thảo dược quý



Lợn không nuôi tăng trọng, không nuôi công nghiệp nó béo mỡ múp míp, ít nạc



Loại bí này hiện nay ở nông thôn đã mất giống, người nông dân đang cần phục tráng giống này cho năng suất



Lợn nái ăn đu đủ rất nhiều sữa

sạch bằng rau củ quả để phục vụ gia đình nhưng số lượng chỉ vài con rất ít, và phải nấu từng bữa, rất vất vả. Tuy nhiên vẫn phải dùng thuốc thú y để chăm sóc nó.

Cám viên hữu cơ đang nói đến ở đây rất là sạch: không dùng đầu cá mắm, không dùng cám cò cùng những phụ gia khác pha trộn vào, mà là dùng nguyên liệu tươi tại chỗ. Vì vậy, vật nuôi không cần dùng thuốc thú y để chăm sóc, phòng chống bệnh tật. Bữa ăn của chúng dù có một chuồng cũng đầy đủ dinh dưỡng vì

lượng và khoáng chất, cho nên sức đề kháng nó khỏe, chóng lớn. Thịt thơm ngon chất lượng. Đảm bảo an toàn vệ sinh thực phẩm cho người sử dụng.

Thành phần nguyên liệu sạch 100% không có thuốc trừ sâu, không có thuốc bảo vệ thực vật, không dùng hóa chất bảo quản, không dùng phụ phẩm trong chế biến và không dùng phân hóa học trong cấy trồng, gồm: Cây gai. Bí đỏ. Ngô, thóc. Sắn, khoai. Đu đủ. Cá rô phi đồng. Cua đồng. Ốc bươu vàng. Thảo dược.

Lợn nái ăn đu đủ rất nhiều sữa.

Cám viên hữu cơ cho lợn, gà, vịt, cá, trâu, bò ăn thẳng rất tiện lợi. Hơn nữa, các nguyên liệu đều có sẵn trong mỗi gia đình, nay làm kiểu mới được đem phối trộn với nhau để ép ra viên cám chăn nuôi, thì rất kinh tế và hiệu quả.

Ưu điểm ở miền núi là đất đai rất phì nhiêu trong tự nhiên, cây gai dễ trồng, trồng bất kể ở đâu cũng mọc tươi tốt, không phải chăm sóc nhiều.

Theo những người chăn nuôi cho biết: họ từng nuôi gia cầm công nghiệp, nhưng giờ không nuôi nữa. Vì nuôi gà vịt công nghiệp chỉ 45 ngày là phải bán, do nó không lớn rồi. Lãi nhiều. Nuôi lợn cũng vậy, cám tăng trọng ép con vật nuôi lớn rất nhanh, nhìn mã thì đẹp, nhưng thịt đã mất đi vị thơm ngon. Trong quá trình nuôi, chúng phải ngâm các loại thuốc, vì sức đề kháng của nó kém, dễ chết. Tuổi của con vật ngắn lại, không kịp tiêu hóa lượng thuốc thú y và tăng trọng ra ngoài, nên con người toàn ăn đồ tồn dư của chúng.

Dự tính từ năm 2023 trở đi, nhóm Nhà quê ổn định sản xuất, sẽ liên kết lại với các hộ dân tại địa phương để thu mua thêm nguyên liệu, cung ứng sản phẩm ngược lại cho các hộ, các nhóm, các tổ hợp tác, hợp tác xã có nhu cầu chăn nuôi hữu cơ với tổng đàn lớn. Đây chính là bài toán xoá đói giảm nghèo bền vững cho người nông dân một nắng hai sương.

Nhà ở nông thôn.

Nhưng điều khó khăn nhất hiện nay vẫn là vốn để mua máy ép cám viên, làm nhà trung tâm để đặt máy. Nếu một cái máy có công suất lớn đáp ứng được nhu cầu thì cũng phải có giá mấy chục triệu đồng. Gia đình các chị thuộc diện nghèo và cận nghèo như nhau, nếu có chia bình quân đầu người thì cũng là tiền triệu, rất khó khăn.

Làm cái mới, ai cũng thấy xa lạ và sợ thất bại nhưng các chị vẫn muốn thử sức xem nó ra sao, tuy nhiên là phải vừa học vừa làm. Mô hình này không chỉ sạch, không chỉ liên kết với nhau mà còn cả khép kín. Chuồng trại gà vịt sẽ được lót trấu, đến mùa cấy trồng dùng luôn trấu phân gà vịt để bón lót cho cây trồng vừa tốt cây, vừa tơi đất, vừa không phải mất tiền mua đạm lân. Cách làm này rất hợp ý Đảng lòng dân, vì không mất vốn mà chỉ mất công, hơn nữa được làm giàu trên chính mảnh đất quê hương



Khi chuyển đổi đất, vụ đầu còn trồng được xen canh. Trồng một lần, thu hoạch liên tục trong 10 năm mới phải thay gốc



Lớp người này sống ở nông thôn, hầu như cả đời không biết bệnh viện là gì



Bà gần 90 tuổi, không thích ngồi một chỗ cho buồn chán buồn tay

mình. Chị em cũng rất tin tưởng sản phẩm của mình làm ra sẽ được thị trường đón nhận, bởi vì nó được làm sạch ngay từ đầu, thân thiện với con người và không gây ô nhiễm môi trường. Chị em phụ nữ nhóm NHÀ QUÊ của thôn Nà Quán - xã Đồng Xá - huyện Na Rì - tỉnh Bắc Kạn đang góp phần nhỏ bé cùng nhau xây dựng quê hương giàu và đẹp, biết sản xuất ra sản phẩm Ocop cho địa phương.

Thế hệ người già xưa tuy làm lữ và ăn kham khổ nhưng được ăn sạch nên sống rất thọ. Chính vì vậy, con người muốn khỏe mạnh thì phải ăn sạch. Sạch từ đồng ruộng đến bàn ăn để tự bảo vệ sức khỏe của chính mình.

Hy vọng rằng, mơ ước của các chị sẽ thành công trong việc phát triển kinh tế gia đình kiểu 0 đồng. Các chị đã biết tận dụng khai thác

triệt để nguồn nguyên liệu có sẵn tại chỗ, tuy có tốt hơn phương thức cũ nhiều lần nhưng cũng chỉ đang ở mức biết đến đâu làm đến đấy. Nếu được các ngành các cấp quan tâm, các cơ quan chuyên môn giúp đỡ thêm về mặt khoa học kỹ thuật trong sản xuất, mô hình liên kết “**Vì một Việt Nam xanh**” này của nhóm NHÀ QUÊ sẽ hoàn chỉnh hơn và được lan tỏa ở nông thôn.

Đồng Xá nói riêng và huyện Na Rì tỉnh Bắc Kạn nói chung sẽ có nguồn thực phẩm sạch cung ứng cho thị trường, vừa giúp người nông dân biết liên kết với nhau chăn nuôi làm hàng hóa, vừa có thêm thu nhập, vừa không để đất bị bỏ hoang, vừa có thực phẩm sạch trong bữa ăn của mỗi gia đình vừa được góp phần vào việc xây dựng nông thôn mới. ■

Công ty cách âm cách nhiệt Phương Nam nỗ lực cho vật liệu xanh

► TỪ NGỌC LANG

Năm 2020, nhà máy số 2 Panel Phương Nam đã được Hiệp hội Xây dựng Xanh Hoa Kỳ cấp Chứng chỉ Leed Gold. Có thể coi đó là một sự đánh dấu bước tiến vượt bậc về chất lượng toàn diện của nhà máy - công trình Xanh vì đáp ứng được nhiều tiêu chuẩn khắt khe của Quốc tế và Hoa Kỳ.

Vững tin với chiến lược phát triển “Vật liệu Xây dựng Xanh”

Tại Hội thảo “Phát triển ngành vật liệu xây dựng Việt Nam trong điều kiện bình thường mới” do Hội Vật liệu xây dựng Việt Nam vừa tổ chức ngày 18/5/2022 ở Đà Nẵng, thực trạng về sản xuất và sử dụng vật liệu xây dựng không nung ở nước ta được các chuyên gia rất quan tâm. Ngày 18/12/2020, Thủ tướng Chính phủ đã ký Quyết định 1266/QĐ-TTg phê duyệt “Chiến lược phát triển vật liệu xây dựng Việt Nam thời kỳ 2021-2030, định hướng đến năm 2050”. Ngày 23/12/2021, Thủ tướng phê duyệt “Chương trình phát triển vật liệu xây dựng không nung tại Việt Nam đến năm 2030” tại Quyết định số 2171/QĐ-TTg. Các ý kiến tại Hội thảo cho thấy thực trạng phát triển và sử dụng vật liệu xây dựng (VLXD) không nung hiện nay còn nhiều bất cập, nhiều công trình, dự án ở một số địa phương vẫn nặng về sử dụng



Ngày 12/5/2022, Đại tướng Phan Văn Giang, Ủy viên Bộ Chính trị, Phó Bí thư Quân ủy Trung ương, Bộ trưởng Bộ Quốc phòng đến thăm gian hàng sản phẩm Panel của Công ty Cách âm cách nhiệt Phương Nam

VLXD truyền thống. KTS Nguyễn Đình Sáu - Cố vấn kỹ thuật, đại diện lãnh đạo Công ty Cách âm cách nhiệt Phương Nam khẳng định, Hội thảo là dịp để Công ty thêm vững tin vào mục tiêu, chiến lược mình đã chọn. Những gì Công ty Phương Nam nỗ lực, tâm huyết đầu tư cho Panel - Vật Liệu Xanh đều phù hợp với Chương trình phát triển vật liệu xây dựng không nung tại Việt Nam.

Với bề dày 30 năm xây dựng và phát triển, Công ty TNHH Cách âm cách nhiệt Phương Nam (Công ty Phương Nam) tập trung vào sản xuất vật liệu Xanh, vật liệu nhẹ để phục vụ các công trình phát triển kinh tế - xã hội của đất nước. Với các ưu điểm mà các VLXD khác không có được, Panel còn phù hợp với xu thế xây dựng của thế giới nhằm thay thế vật liệu truyền thống. Các dự án, công trình nếu lắp dựng bằng Panel chắc chắn đem lại

hiệu quả kinh tế cao, góp phần bảo vệ tài nguyên đất nông nghiệp, giảm thiểu khí phát thải gây hiệu ứng nhà kính và ô nhiễm môi trường. Trao đổi với PV, ông Giáp Văn Thanh, Tổng GD Công ty Cách âm cách nhiệt Phương Nam cho biết “Tôi rất tâm đắc với chỉ đạo của Thủ tướng Chính phủ về “Chương trình phát triển VLXD không nung tại Việt Nam đến năm 2030” trong đó có định hướng “Tăng cường đầu tư phát triển sản xuất các chủng loại sản phẩm vật liệu xây dựng không nung tấm lớn, sản phẩm nhẹ, tính năng cao, phù hợp với điều kiện nguyên vật liệu và nhu cầu thị trường”.

Nhiều năm qua, Công ty Phương Nam đã cung cấp Panel cho hàng nghìn dự án, công trình lớn nhỏ trên khắp cả nước và xuất khẩu, sản phẩm ngày càng được nhiều chủ đầu tư, nhà thầu tin tưởng đặt hàng.

Sản phẩm làm ra đến đâu được tiêu thụ hết ngay đến đó, nhiều năm qua chưa bao giờ Công ty có hàng tồn kho. Đặc biệt, Panel Phương Nam còn nhận được sự quan tâm của Cục Doanh trại, Tổng cục Hậu cần - Bộ Quốc phòng. Vừa qua, trong khuôn khổ “Lớp tập huấn Hậu cần toàn quân năm 2022”, gần 20 đơn vị được yêu cầu giới thiệu sản phẩm mới thì Công ty Phương Nam là doanh nghiệp duy nhất ngoài Quân đội được Cục Doanh trại mời tổ chức gian hàng giới thiệu sản phẩm Panel. Là vật liệu nhẹ, có đặc tính cách âm, cách nhiệt, chống cháy, dễ xây lắp, thi công nhanh... Panel Phương Nam rất phù hợp cho việc xây dựng doanh trại quân đội, đặc biệt đối với các hạng mục dã chiến, cơ động thì Panel là vật liệu dùng xây lắp công trình đạt thời gian nhanh nhất. Ngày 12/5/2022, gian hàng giới thiệu sản phẩm Panel Phương Nam vinh dự được Đại tướng Phan Văn Giang, Ủy viên Bộ Chính trị, Phó Bí thư Quân ủy Trung ương, Bộ trưởng Bộ Quốc phòng đến thăm và kiểm tra.

Tiên phong đổi mới thiết bị, đầu tư công nghệ hiện đại

Hơn 15 năm trước, qua tìm hiểu thực tế thị trường Panel, TGD Giáp Văn Thanh thấy nổi lên thực trạng khiến ông rất trăn trở, đó là hầu hết chất lượng Panel không đáp ứng được mong muốn của các chủ đầu tư



Sản phẩm Panel của Công ty Phương Nam



Một dự án tại TP.HCM đang được lắp dựng bằng Panel Phương Nam



Sản phẩm Panel vừa được sản xuất

dự án. Nguyên nhân dễ thấy là do các doanh nghiệp vẫn sử dụng máy móc, thiết bị cũ nên không thể làm ra sản phẩm đạt chất lượng cao. Nhiều chủ đầu tư dự án khi đó phải loay hoay nhập khẩu Panel từ nước ngoài về để thi công công trình. “Người Việt Nam hoàn toàn có thể làm ra Panel chất lượng cao không thua kém Panel nước ngoài, tại sao lại phải nhập khẩu?”, câu hỏi ấy xoáy sâu vào lòng tự trọng của TGD Giáp Văn Thanh. Không có cách nào khác là phải đổi mới tư duy, đổi mới trang thiết bị và công nghệ. Ông Thanh quyết tâm đi tham quan, tìm hiểu công nghệ sản xuất Panel ở một số nước, cuối cùng ông quyết định đầu tư hàng trăm tỷ

đồng để xây dựng nhà máy thứ hai tại khu Công nghiệp Tân Phú Trung (Củ Chi-TPHCM), đồng thời mua dây chuyền sản xuất Panel hiện đại công nghệ châu Âu do Đức chế tạo.

Nhờ mạnh dạn đầu tư, chỉ sau một thời gian ngắn, Panel Phương Nam lập tức thu hút nhiều chủ đầu tư dự án cùng nhà thầu. Ông Giáp Văn Thanh lại quyết định chọn nhà cung cấp tôn uy tín bậc nhất tại Việt Nam là Công ty TNHH NS BlueScope Việt Nam có Công ty mẹ tại Úc. Đánh giá cao uy tín thương hiệu Panel Phương Nam và thấu hiểu Ban lãnh đạo Công ty Phương Nam đang khát khao vươn tới mục tiêu sản phẩm phải “Dẫn đầu chất lượng sandwich



Một dự án tại TP.HCM đang được lắp dựng bằng Panel Phương Nam



Ông Nguyễn Hồng Quân, nguyên Bộ trưởng Bộ Xây dựng (thứ 2, phải sang) đến thăm gian hàng giới thiệu sản phẩm Panel của Công ty Cách âm cách nhiệt Phương Nam tại Triển lãm Xây dựng quốc tế Vietbuild Hà Nội, 2019

Panel", Công ty NS BlueScope Việt Nam quyết định nghiên cứu chế tạo hai dòng sản phẩm ứng dụng độc quyền cho Panel Phương Nam, gồm Brochure Colorbond for Panel và Brochure Sumo for panel với các tính năng vượt trội như lớp thép mạ công nghệ 4 lớp chống ăn mòn, tăng cường độ bám dính tối ưu giữa lớp foam và mặt tôn, tăng độ bóng bề mặt, nâng cao khả năng bảo vệ Panel trước thách thức khắc nghiệt của môi trường.

Trước nhu cầu sử dụng Panel Phương Nam của khách hàng ngày càng cao và để giảm chi phí vận

chuyển cho khách hàng, cuối năm 2021 mặc dù diễn biến của đại dịch Covid-19 đang rất phức tạp, Công ty Phương Nam vẫn quyết định khởi công xây dựng nhà máy sản xuất Panel thứ ba, tại huyện Yên Mỹ, tỉnh Hưng Yên. Quyết định này rất kịp thời, sáng suốt. Đầu năm 2022, nhà máy được đưa vào hoạt động kịp thời cung cấp hàng chục ngàn m2 Panel cho một số dự án tại các tỉnh phía Bắc như cung cấp 50.000m2 Panel cho dự án Nhà máy Fukang Technoly tại khu CN Quang Châu, huyện Việt Yên, Bắc Giang; cung cấp 7.400m2 Panel cho dự án Nhà máy

công nghệ kỹ thuật cao HI-P Việt Nam tại Bắc Ninh...

Vừa qua, Công ty Phương Nam tiếp tục đầu tư nhập khẩu thêm hai dây chuyền sản xuất hiện đại, gồm dây chuyền PIR FM do hãng Hennecke-oms (Đức) chế tạo theo công nghệ châu Âu và dây chuyền sản xuất Rockwool do hãng IL Kwang Metal Forming (Hàn Quốc) chế tạo. Đến thời điểm hiện nay trong lĩnh vực sản xuất VLXD Panel, Công ty Phương Nam là doanh nghiệp trang bị máy móc, thiết bị công nghệ hiện đại nhất kèm theo năng lực sản xuất lớn nhất tại Việt Nam.

Công ty Phương Nam hiện có 3 nhà máy sản xuất Panel, hai nhà máy tại khu công nghiệp Tân Phú Trung, huyện Củ Chi, TP.HCM và một nhà máy tại xã Ngọc Long, huyện Yên Mỹ, tỉnh Hưng Yên. Cả 3 nhà máy đều được xây lắp 100% bằng Panel Phương Nam, thời gian thi công nhanh đáng kinh ngạc bởi chỉ cần sau 3 tháng là đã hoàn thành một nhà máy. Đáng chú ý năm 2020, nhà máy số 2 đã được Hiệp hội Xây dựng Xanh Hoa Kỳ cấp Chứng chỉ Leed Gold, đánh dấu bước tiến vượt bậc về chất lượng toàn diện của nhà máy - công trình Xanh vì đáp ứng được nhiều tiêu chuẩn khắt khe của Quốc tế và Hoa Kỳ. Tại Việt Nam, đến thời điểm hiện tại thì vẫn có rất ít công trình xây dựng được cấp chứng chỉ này. Hiện cả 3 nhà máy đều cung cấp cho thị trường vật liệu xây dựng các sản phẩm Panel đa dạng như Panel PUR/PIR, Panel Rockwool, Panel EPS, Panel Procy, Prexs, Prock, tôn cách nhiệt PU... dùng để lắp dựng vách ngoài, vách trong, trần, mái cho các công trình công nghiệp như nhà xưởng, kho hàng hóa, phòng sạch, kho lạnh, nhà máy chế biến nông sản, chế biến thủy hải sản... hay sử dụng xây lắp các công trình nhà ở dân dụng, lớp học, phù hợp cho người dân làm nhà chống lũ hay trên nền đất yếu, vùng cao, vùng sâu, vùng xa.■

Mỗi mắt chờ chàng trai “không chịu ngồi yên trong cổ kiệu”

► PHẠM THÀNH HƯNG

Chúng tôi đến Bát Tràng (Gia Lâm, Hà Nội) hôm ấy không phải để sắm đồ gốm sứ, mà thăm vợ của một liệt sĩ thuộc Trung đoàn 58 - Liệt sĩ Nguyễn Khắc Tơ. Sự xót thương, chờ đợi mỗi mòn đã làm đôi mắt chị sụp xuống, vĩnh viễn không còn nhìn được nữa. Các bệnh viện đều hết cách điều trị.



Các cựu chiến binh Trung đoàn 58 đến thăm, động viên vợ liệt sĩ Nguyễn Khắc Tơ

Bước vào nhà chị, chúng tôi phải giấu vội cuốn lịch năm mới mà Sư đoàn Quân Tiên Phong định biểu tặng đi chỗ khác, không cho chị biết. Mắt chị không còn nhìn được nữa thì lịch biểu, dù có đẹp đến mấy cũng là một thứ quà vô duyên. Trên bốn bức tường nhà chị không treo bất cứ tranh, ảnh nào, mà chỉ treo duy nhất tấm lịch nhỏ năm 1972, trong đó có đánh dấu ngày anh hy sinh. Trên bàn thờ, bát hương to một cách khác thường, do tự tay chị làm cho anh để hằng ngày chị có thể dễ dàng sờ tìm, thấp hương cho anh.

Chị ở cùng con cháu, sống bằng tiền trợ cấp vợ liệt sĩ mỗi tháng hơn một triệu đồng. Con cháu thương mẹ, thương bà, đã cố gắng tạo một không gian thật thông thoáng, giản dị, trang nhã nhưng vẫn không nguôi được cảm giác trống trải, luôn gợi nhớ người đã khuất. Chị ngồi bên những người đồng đội của chồng, khép nép, thu mình, không để chạm vào ai - sự ỷ tứ, bền lén như thời con

gái chị mới về nhà chồng. Chị cười, run run tròn mắt:

- Các anh về... đông không...?

- Không đông đâu chị. Chúng tôi đại diện cho trung đoàn cũ của anh Tơ, chỉ có 5 người thôi.

- Cậu không hiểu ý chị hỏi rồi! - Một người lên tiếng cải chính - Chị ạ, hy sinh cũng nhiều, mà sống trở về cũng nhiều.

Dường như chị chưa chấp nhận một sự thật: Sống trở về đông thế mà lại không có chồng mình! Khóe mắt chị động đậy. Chúng tôi se lòng hình dung dáng chị 50 năm về trước. Người đàn bà 70 tuổi trước mắt chúng tôi chính là cô gái mới cưới mấy tháng đã bí mật giấu nhà chồng, đạp xe hàng chục cây số tìm chồng, trước khi xe đơn vị chúng tôi lần bánh đây ư?

Ngày ấy, Trung đội trưởng Nguyễn Khắc Tơ, Tiểu đoàn 14 của chúng tôi từ chối, nhường suất nghỉ phép “tranh thủ” cho một anh lính

sinh viên, trai tơ, chưa vợ. Và, anh không “tranh thủ” thì chị tranh thủ. Nghe phong thanh sư đoàn chúng tôi đang hội quân, thành lập một trung đoàn mới, Trung đoàn Hòa lực 58 cho Chiến dịch Quảng Trị, chị nhớ lại những chuyện anh kể mà đoán ra “tọa độ” của anh. Chị đạp xe về phía Hà Đông, nơi lúc đó là “thủ đô của lính”.

Chị đi theo dự cảm, đi bằng giác quan của tình yêu và nỗi khát khao của người vợ trẻ. Cầu được ước thấy, chị đã tìm ra anh trong tiếng hò kéo pháo và tiếng xe ô tô khởi động lên đường. Giời thương anh chị hay sao, đã cho anh chị một góc tam quan chùa Trầm hay một vạt ruộng hoang nào đó làm giường cưới, không rõ. Chỉ biết giờ đã ban cho anh chị một mầm sống. Cũng vì chuyện đi bí mật ấy, vì cái mầm sống ấy mà chị bị nhà chồng nghi kỵ bao năm...

Chúng tôi ra Nghĩa trang Liệt sĩ Bát Tràng thấp hương viếng anh. Con trai anh (năm nay đã gần 50

tuổi rồi, giống bố như lột) dẫn chúng tôi đi. Dọc đường, cậu rất hãnh diện khoe với hàng xóm: “Các bác ở đơn vị bố cháu về thăm mẹ cháu và ra viếng bố cháu đây!”. Không ai dám nói ra, nhưng con trai anh và chúng tôi đều biết phía dưới lòng mộ này không có hài cốt nào. Sau bao lần tìm kiếm vô vọng, con trai anh đành đem về một vốc cát sông Thạch Hãn, Quảng Trị và nói dối để mẹ yên lòng rằng đã tìm được hài cốt của cha, nay đưa cha về đây. Và, cậu đành gác lại ước nguyện đi tìm cha sau khi nghe được câu chuyện chúng tôi kể lại...

Bấy giờ là tháng 9-1972, Trung đội trưởng Nguyễn Khắc Tơ đã là một chỉ huy trình sát nổi tiếng can trường nhưng cũng rất hào hoa. Anh là nhà thơ đáng yêu của tiểu đoàn. Rất nhiều chiến sĩ chép thơ anh. Bài thơ “Đường ra trận” của anh đã được in trên Tạp chí Văn nghệ Quân đội và được nhạc sĩ Thanh Phúc chuyển thể thành ca khúc “Pháo ta nổ rền trời Khe Sanh”. Ca khúc hoành tráng ấy được phát trên làn sóng điện Đài Tiếng nói Việt Nam suốt những năm chiến tranh.

Mỗi lần nghe anh đọc thơ, chúng tôi thường hình dung ra chàng sinh viên văn khoa Nguyễn Khắc Tơ bước vào cổng trường đại học, một ngày nào đó khi đất nước hòa bình. Nhưng mơ ước ấy đã trở nên rất mong manh, xa vời, khi chúng tôi nhận tập thơ anh gửi lại, nhờ giữ hộ trước khi anh ra trận. Từ cứ điểm 132 khu động Ông Do, anh được cử đi đánh phối thuộc với sư đoàn bạn.

Nhìn khẩu AK bóng gấp do tiểu đoàn trưởng trao cho anh sáng bóng chưa hết bay mùi dầu mỡ từ hậu phương miền Bắc gửi vào, anh rất vui thích, nhưng cũng giống như lần ưu tiên về phép, anh lại từ chối. Anh bảo, khẩu AK bóng gấp anh đang dùng lâu nay tuy cũ nhưng quen rồi, không nỡ chia tay. “Bắn khẩu súng mới, nỡ chết thì phí” - anh cười, nói nửa đùa nửa thật. Mấy tuần sau, không ngờ

cậu anh nói đùa, “nói gở” lại thành sự thật. Sư đoàn 312 báo lại: Đài quan sát của anh bị địch phát hiện, vây bắt. Anh đã chiến đấu bằng khẩu AK cũ, bắn đến viên đạn cuối cùng...

Các đồng đội Sư đoàn 312 đã tìm thấy thi hài anh, chôn cất anh cùng khẩu AK, cùng một thùng lương khô đục khắc tên anh. Nhưng ngay ngày hôm sau, không rõ có phải do được đắp hơi cao, địch phát hiện ra hay chỉ là ngẫu nhiên, ngôi mộ bị pháo địch bắn tung, đất cát lật lên lật xuống, không còn dấu vết, kể cả tấm tôn. Sau mấy tháng sau, chỗ anh nằm đã bị bom pháo địch đào bới, cắt đôi cả quả đồi. Anh hy sinh mà không biết là mình đã có con. Lá thư chị báo tin vui có thai đến chiến trường khi anh đã xách AK vào trận. Tiểu đoàn chúng tôi chờ rất lâu mới dám bóc lá thư chị viết. Cả hai sư đoàn (308 và 312) đều báo tử, tưởng như anh hy sinh hai lần...

Từ Nghĩa trang Liệt sĩ, chúng tôi ghé thăm đình làng Bát Tràng. Tưởng rằng bước sang một không gian văn hóa mới, nhẹ nhàng này sẽ khuây khỏa vui bớt đi nỗi nhớ thương người đồng đội cũ nhưng dấu tích người xưa ở đây vẫn làm chúng tôi không thôi vương vấn. Người con trai liệt sĩ chỉ cho chúng tôi một cổ kiệu sơn son thếp vàng đang đặt bên ngai thờ thành hoàng rồi bằng khuâng nhớ lại: Các bác bạn bè đi cùng đợt bố cháu về kể: “Bố mày ngày xưa học giỏi nhưng hư lắm, toàn trốn việc nhà, tìm chỗ vắng đọc sách. Bố mày hay chui vào cái kiệu này đọc cho khỏi lộ. Ngày xưa, cái kiệu chỉ che bằng màn mỏng, nhìn vào trong thông thoáng. Bây giờ sơn lại, tân trang mới có gấm thêu, kim tuyến đẹp thế chứ. Chúng tao thấy bố mày ngồi đọc im phăng phắc như tượng, nhiều hôm trông thấy giạt mình bỏ chạy, chết khiếp... Học hết lớp 10, bố mày khai tăng tuổi viết đơn tình nguyện để khỏi phải ngồi kiệu đấy”.

Về đến nhà, đã thấy hai mâm cơm soạn ra chờ sẵn. Có mấy ông cựu chiến binh nghe tin chúng tôi đến thăm cũng vội đổ hai chai rượu Lúa Mới vào hai cái bi đồng lính cũ mang sang góp “làm vài chén cho vui”. Chị ngồi bên, không ăn, chỉ nghe tiếng bát đĩa lách cách, tiếng chào mời. Đứa cháu đích tôn cầm tập “Thơ ông nội” trên bàn thờ đặt vào lòng tay bà. Có cháu ở bên, chị vui hẳn lên. Cháu được thừa hưởng gen ông, học giỏi, từng được tham gia đội tuyển của thành phố Hà Nội đi dự thi học sinh giỏi toán toàn quốc, bây giờ đã là sinh viên Trường Đại học Kinh tế quốc dân. “Lâu lắm rồi nó chẳng đọc thơ ông cho bà nghe. Thơ ông mày dễ hiểu nhưng không dễ thuộc”, chị nói như buông một lời trách yêu cả hai ông cháu. Cháu ngay bên lòng, còn ông thì ở tận đâu xa... Không biết chị mân mê, lần giở từng trang thơ anh đã bao năm rồi - những dòng thơ đã nhạt màu mực, vì vân tay chị, hay đã ngấm vào da thịt chị... Những giọt lệ bắt đầu nhỏ ra, ứa từ đôi mắt mờ đục của chị. Hình như mấy chục năm nay, chị cố tình nhắm mắt lại để nhìn rõ anh hơn. Chị nhắm mắt nhưng lại nhìn thấy tất cả. Chị biết tất cả. Chị biết con trai đã nói dối là tìm thấy hài cốt cha, đã đưa cha về bên mẹ. Có lẽ chị chấp nhận lời nói dối của con cháu, họ hàng và chính quyền, làng xóm... để chấm dứt sự nhọc nhằn, tổn kém cho mọi người. Chị biết dưới mộ anh chỉ có nắm đất Quảng Trị. Bằng chứng là chị im lặng gật đầu tiếp nhận nắm đất thiêng liêng ấy nhưng chỉ ra nghĩa trang viếng anh một đôi lần. Chị chống gậy tìm đường ra đình làng nhiều hơn ra nghĩa trang. Đặt gậy bên thềm, chị ngồi nghe lá đa rơi, cảm nhận rằng linh hồn chồng mình đã tìm về đây. Chị biết, trong cổ kiệu gần đó có trái tim một chàng trai trẻ năm xưa vẫn còn đập - một chàng trai không chịu ngồi yên trong cổ kiệu, chờ ngày hòa bình. ■

Khi nhu cầu hạnh phúc được toại nguyện

Người đầu tiên tham gia những khóa học nói trên ở Công ty May Ninh Bình chính là Giám đốc Phạm Thị Lan Hương. Làm lãnh đạo một Công ty May xuất khẩu có quy mô không phải là lớn, nhưng vòng xoáy công việc thường không cho chị nghỉ ngơi. Do vậy, có lúc chị nghĩ, phải chăng mình đang thiếu một điều gì đó trong nhận thức, nên cứ cố gắng hoài mà vẫn cảm thấy chưa ổn. Trong khoảng 5 năm trước, chị cũng đã học những lớp về quản lý doanh nghiệp, với mục tiêu tăng năng suất, tăng doanh thu. Khi học xong, về áp dụng cho công ty, có mang lại đôi chút hiệu quả về kinh doanh, tuy nhiên, chị vẫn thấy mình đang mang một gánh nặng quá tải. Chị bèn tìm kiếm thông tin về các lớp học phát triển bản thân, lớp học về tinh thần, học sống hạnh phúc.

Ở lứa tuổi của chị, Giám đốc Phạm Thị Lan Hương, đang trực tiếp quản lý công ty, thời gian eo hẹp, thì việc thu xếp thời gian, điều kiện để đi học như vậy là thách thức không nhỏ và chỉ khi việc học này được đặt lên hàng đầu thì chị mới thực hiện được. Cho đến lúc này, chị mới vỡ lẽ ra được nhiều điều.

Trước kia, do quá mong muốn cán bộ, nhân viên (CBNV) của mình tiến bộ, chị hay ép họ tham gia các khóa học nói trên cùng mình và như thế, vô tình chị đã tạo áp lực cho họ. Trước đây, chị thường nghĩ mình là Giám đốc phải lo cho anh em trước, luôn luôn đặt quyền lợi của anh em lên trên nên chị thường quá gắng sức một mình để có thể làm hoàn hảo mọi việc. Giờ thì chị hiểu rằng, mình cần học để thay đổi bản thân, để chính mình được hạnh phúc. Và khi mình thực sự hạnh phúc thì điều đó sẽ lan tỏa ra xung quanh, khiến các anh chị em khác cảm nhận và sẽ tự động làm theo mà không cần phải ai ép buộc.

Công ty May Ninh Bình hướng tới sự gia tăng chỉ số hạnh phúc

► KIỀU BÍCH HẬU

Kể từ năm 2019 tới nay, nhiều cán bộ, nhân viên và công nhân Công ty May Ninh Bình thường được tham gia những khóa học bổ ích, mở mang kiến thức, bổ trợ kỹ năng sống và làm việc, để ai nấy đều hiểu rõ mình hơn, làm việc và sống trong hạnh phúc ngay hiện tại.



Điều đó dẫn đến một mục tiêu tối thượng của Công ty May Ninh Bình là có được hạnh phúc. Mà muốn mọi người xung quanh được hạnh phúc, thì ta cần phải được hạnh phúc trước tiên. Thấm nhuần điều đó, Giám đốc Phạm Thị Lan Hương đã cùng đội ngũ anh chị em trong công ty xây dựng một không gian xanh, không gian hạnh phúc ngay từ những gì đang có.

Không gian xanh hạnh phúc

Đầu tiên, ngay trước khuôn viên nhà điều hành, một Quán Thanh Xuân được dựng lên, tuy nhỏ nhắn nhưng thoáng đãng và là nơi dành cho tất cả anh chị em trong công ty

có thể ngồi cùng nhau uống trà, cà phê, thư giãn và trò chuyện, chia sẻ tâm tình. Có một góc nhỏ vui vẻ cùng nhau, mọi người thoải mái hơn, gần gũi với nhau hơn, dành thời gian cho nhau cũng chính là gắn kết chặt chẽ hơn với công ty, đồng nghiệp. Có khi hết giờ làm việc, công nhân không về nhà ngay, mà nán lại một chút nơi Quán Thanh Xuân để uống trà, vui vẻ chốc lát với bạn. Vào những dịp lễ, như Noel chẳng hạn, không gian Quán cũng là nơi lý tưởng để trang trí đẹp cho công nhân chụp ảnh “check in”, để tổ chức trao quà Giáng sinh cho các con nhỏ của Người lao động.

“Có những hôm làm việc với

khách hàng tại phòng họp quá căng thẳng mà không tìm ra hướng giải quyết công việc, tôi mời khách xuống Quán Thanh Xuân của công ty để thư giãn một chút. Ngồi đâu, khi xuống tới không gian này, uống trà cùng nhau, tinh thần thoải mái hơn, hai bên bàn bạc thân tình, lại tìm ra hướng giải quyết nhanh chóng và hiệu quả cho công việc.” - Chị Hương cho biết thêm.

Khi đã hướng đến mục tiêu làm cho Người lao động hạnh phúc, thì tự nhiên nhiều ý tưởng sáng tạo liên tiếp nảy ra trong tâm trí đội ngũ Cán bộ Công ty May Ninh Bình. Khi có dịch bệnh, để tránh tiếp xúc với bên ngoài, Công ty đã mở một cửa hàng tiện ích, phục vụ người lao động ngay trong khuôn viên công ty. Người lao động có thể mua được những mặt hàng nhu yếu phẩm hàng ngày với giá ưu đãi và còn có thể đưa những mặt hàng thời trang gia dụng do mình và đồng nghiệp tự sản xuất vào bán trong cửa hàng này. Không gian cửa hàng tiện ích của công ty cũng trở thành một điểm đến yêu thích của người lao động vào mỗi cuối giờ chiều và giờ nghỉ giữa ca. Cửa hàng tiện ích này do Công đoàn Công ty đứng ra phụ trách.

Tiếp đó, tận dụng khoảng không gian giữa nhà xưởng và hàng rào bao quanh công ty, một Con đường Hạnh phúc đã được thiết kế xây dựng. Một thảm cỏ xanh mát chạy dài có thể làm dịu mắt mọi người, những bức tranh tường sinh động vẽ phong cảnh hoặc cảnh sinh hoạt kích thích trí tưởng tượng và suy tư bay bổng... Bất cứ ai qua đây, nhẹ nhàng thả bước trên thảm cỏ cũng có thể khiến tâm trí mình thêm thanh thản. Điều thú vị là những bức tranh tường khổ lớn như vậy nhưng lại có mức chi phí 0 đồng, do các học trò của các trường đào tạo xung quanh liên kết với công ty để vẽ tặng và cũng do chính một số CBNV của công ty có năng khiếu tham gia vẽ. Điều này đã hào hứng tạo nên tác phẩm tặng cho công ty và cho chính mình.

“Lúc nào bạn thấy bức bối với ai đó, chớ la hét hay mạt sát người ta. Ngừng lại vài phút và đến với con

Các khóa học mà Đội ngũ Cán bộ, nhân viên May Ninh Bình từng tham gia từ năm 2019 đến 2021:

- 1/Chuyển hóa nội bộ trong công ty (4 khóa học)
- 2/Hành trình kiến tạo văn hóa đọc
- 3/Doanh nghiệp hạnh phúc và doanh nghiệp tỉnh thức
- 4/Dạy con trong hạnh phúc (2 khóa)
- 5/Hạnh phúc tự thân
- 6/Văn hóa tỉnh thức và quy luật gieo hạt
- 7/Phát triển tầm vóc tổ chức
- 8/Sức khỏe chữa bệnh thuận tự nhiên
- 9/Cha mẹ cùng con chuyển hóa
- 10/Thức giấc cùng vĩ nhân

đường Hạnh phúc, lặng lẽ đi trên đó, cho thật tĩnh tâm rồi trở lại làm việc. Bạn sẽ thấy thư thái hơn, và tránh được việc thốt ra những lời thiếu cân nhắc, làm tổn thương người khác và đeo gánh nặng cho chính mình.” - Chị Hoàng Thị Hiền - Phó Giám đốc Công ty, UVHĐQT, Chủ tịch Công đoàn May Ninh Bình chia sẻ.

Trên tầng hai của Nhà điều hành còn có một không gian đặc biệt nữa mà người lao động ở đây cũng rất thích lui tới, đó là địa điểm mang tên “Tĩnh tâm”. Trong khoảng không thoáng đãng rộng chừng 70 mét vuông, tĩnh lặng đến mức bạn có thể ngồi một mình an yên, không ai có thể chạm đến, để tâm trí được gột rửa trong sạch, nhẹ nhõm, tươi mới, để tâm hồn được thư thái bay bổng. Hoặc bạn cũng có thể chiêm ngưỡng những bức tranh với những nụ cười hàm tiếu vui nhộn, những câu triết lý vui vui trên các bức tranh, tấm bảng treo, giúp đầu óc bạn được thanh thản, cởi bỏ những trói buộc vô nghĩa của tâm trí. Thay vào những gánh nặng của tâm trí, là niềm vui và hạnh phúc được sống hôm nay, là lòng biết ơn vô tận những gì mình hiện có...

Ngoài những nỗ lực để tạo ra những khoảng không gian lãng mạn như vậy, mặc dù lợi nhuận thu được chưa cao, còn gặp nhiều khó khăn,

nhưng hàng năm Công ty May Ninh Bình vẫn dành ra những khoản kinh phí không nhỏ để trợ giúp đồng bào, thúc đẩy công tác khuyến học, và góp phần giải quyết những vấn đề môi trường cho đất nước. Chung tay với tổ chức từ thiện quốc tế Project Sprouts, hàng năm Công ty May Ninh Bình đã cung cấp hàng trăm áo rét và ba lô đi học cho trẻ em vùng cao đặc biệt khó khăn, cấp nhiều khoản học bổng cho các em học sinh nghèo ở các trường tiểu học, trung học cơ sở tại tỉnh Ninh Bình, đóng góp hàng trăm triệu đồng trồng rừng ngăn lũ ở miền Trung, dựng lên các không gian xanh, không gian văn hóa cho học sinh tại các trường học, tổ chức những buổi tham quan học tập cho học sinh tại nhà máy... Chính vì những hoạt động tích cực đóng góp với cộng đồng, mà đặc biệt là cho các trường học, năm 2021, Giám đốc Phạm Thị Lan Hương đã được Bộ Giáo dục & Đào tạo tặng Kỷ niệm chương Vì sự nghiệp Giáo dục.

Và, điều mà chị Lan Hương cùng đồng sự của mình hằng tin tưởng, chia sẻ đó là: Với sự thay đổi trong nhận thức về ý nghĩa của phát triển, hàng năm, sự **tăng trưởng chỉ số hạnh phúc trong doanh nghiệp** mới là điều khiến May Ninh Bình hướng tới và tự hào. ■




MERRYLAND
QUY NHƠN

CANAL
DISTRICT

BIZHOUSE

**LOẠI HÌNH BẤT ĐỘNG SẢN ĐỘT PHÁ
LẦN ĐẦU TIÊN XUẤT HIỆN TẠI VIỆT NAM**



**Điểm đến mua sắm giải trí 24/7
đậm bản sắc Việt và đa châu lục**
đón trọn nhiều triệu du khách
tới Quy Nhơn hàng năm

Hội tụ những công trình kỷ lục Việt Nam:
hệ thống 5 kênh đào thương mại dài nhất,
Quảng trường nhạc nước Hologram
- 3D mapping lớn nhất & dài nhất...

**Thừa hưởng hạ tầng tiện ích
& nguồn khách chủ động**
từ thành phố bán đảo
MerryLand Quy Nhơn gần 1.000ha

PHÁT TRIỂN BỞI
HUNG THỊNH LEGACY



THANG LOI GROUP



PHÁT TRIỂN ĐỊA PHƯƠNG PHỤNG SỰ ĐẤT NƯỚC



📍 Thang Loi Building, 51 Kinh Dương Vương,
Ward 12, District 6, HCMC

📍 Thang Loi Plaza, Thang Loi Central Hill Residence,
TL 835c Street, Phuoc Loi, Ben Luc, Long An

🌐 thangloigroup.vn

☎ (028) 7777 0007

📘 thangloigroup.vn

