

Đà Nẵng: Thương hiệu đô thị từ chất lượng ứng xử

10:04 31/10/2026

Câu chuyện về một thành phố đáng sống không chỉ nằm ở công trình, cảnh quan hay các chỉ số kinh tế. Từ Giải thưởng “Vì một Đà Nẵng - Thành phố tử tế” năm 2026, có thể nhìn rõ hơn một giá trị khó đo đếm nhưng quan trọng đối với thương hiệu địa phương: Chất lượng ứng xử của con người trong công vụ, kinh doanh và đời sống cộng đồng.



Đà Nẵng thương hiệu đô thị từ chất lượng ứng xử. Ảnh: Huỳnh Sơn.

Ngày 26/9/2026, tại Cung Hội nghị Quốc tế Ariyana, Hội Doanh nhân trẻ Đà Nẵng tổ chức lễ trao Giải thưởng “Vì một Đà Nẵng - Thành phố tử tế”, vinh danh 15 cá nhân thuộc ba nhóm: Công chức phụng sự, Doanh nhân trách nhiệm và Công dân văn minh. Trong số người được ghi nhận có bà Nguyễn Thị Anh Thị, Phó Chủ tịch UBND TP. Đà Nẵng, cùng các cán bộ, doanh nhân và người dân hoạt động ở nhiều lĩnh vực.



Phó chủ tịch UBND TP. Đà Nẵng Nguyễn Thị Anh Thi nhận Giải thưởng "Vì một Đà Nẵng - Thành phố tử tế" năm 2026

Đây là giải thưởng do một tổ chức hội khởi xướng, không phải danh hiệu thi đua hay hình thức khen thưởng của Nhà nước. Chính tính chất xã hội của chương trình đặt ra một câu hỏi đáng suy nghĩ: Một đô thị có thể làm gì để những hành động tích cực riêng lẻ góp phần tạo dựng hình ảnh chung, thay vì chỉ dừng lại ở lời khen sau lễ trao giải?



Vẻ đẹp của Cầu Vàng luôn được truyền thông quốc tế ca ngợi.

Thương hiệu được cảm nhận qua những cuộc gặp

Nhắc đến TP. Đà Nẵng, nhiều người nghĩ đến biển, hạ tầng du lịch và khả năng kết nối vùng. Tuy nhiên, ấn tượng về thành phố còn hình thành qua những cuộc tiếp xúc mà không ấn phẩm quảng bá nào mô tả đầy đủ.

Du khách có thể nhớ mãi sự giúp đỡ khi gặp khó khăn. Doanh nghiệp coi trọng thái độ hợp tác, sự minh bạch và phản hồi kịp thời. Cư dân cảm nhận chất lượng sống qua ứng xử nơi công cộng và tinh thần tương trợ.

Những trải nghiệm ấy không thay thế hạ tầng hay hiệu quả quản trị, nhưng giúp thương hiệu đô thị trở nên đáng tin hơn. Giá trị này được tích lũy qua thời gian, không thể tạo ra chỉ bằng khẩu hiệu.

Việc tôn vinh hành động tử tế vì thế gợi mở cách xem văn hóa ứng xử là một phần của chất lượng dịch vụ, quản trị và môi trường sống. Một đô thị được nhiều người biết đến chưa chắc đã tạo được niềm tin nếu thiếu những trải nghiệm tích cực.



Giải thưởng ghi nhận các vị trí công tác khác nhau, từ quản lý đến phục vụ ở cơ sở.

Những đóng góp cụ thể sau một giải thưởng

Giải thưởng năm 2026 tiếp nối chương trình “Nụ cười công chức” đã được Hội Doanh nhân trẻ TP.Đà Nẵng tổ chức năm lần. Việc mở rộng đối tượng ghi nhận từ lĩnh vực công vụ sang doanh nghiệp và cộng đồng dân cư cho thấy ý nghĩa của trách nhiệm xã hội không chỉ gắn với một nhóm nghề nghiệp.

Ở nhóm Công chức phụng sự, bà Nguyễn Thị Anh Thi và bốn cá nhân khác được vinh danh. Trong đó có ông Nguyễn Văn Tăng, Phó Giám đốc Công an thành phố; ông Nguyễn Hoài Nam, Bí thư Đảng ủy, Chủ tịch HĐND phường Cẩm Lệ; ông Dương Hồng Lĩnh, chuyên viên Trung tâm Cung ứng dịch vụ sự nghiệp công xã Chiên Đàn; và ông Võ Đức Anh, Phó Giám đốc Trung tâm Hỗ trợ khởi nghiệp đổi mới sáng tạo thuộc Sở Khoa học và Công nghệ.

Giải thưởng ghi nhận các vị trí công tác khác nhau, từ quản lý đến phục vụ ở cơ sở. Song kết quả bình xét không thay thế cho việc đánh giá chất lượng hoạt động của từng cơ quan, đơn vị.

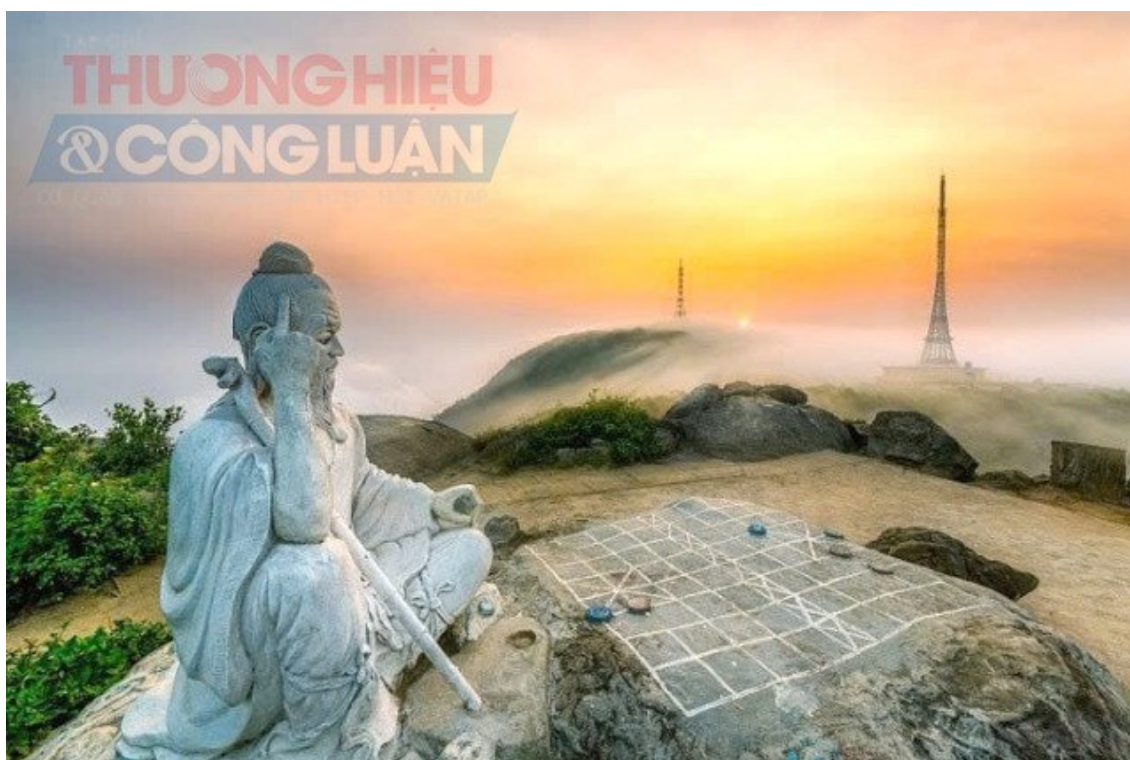
Những câu chuyện trong nhóm Công dân văn minh đem lại một góc nhìn khác. Ông Đỗ Sỹ Nam ở phường Thanh Khê được giới thiệu với 83 lần tham gia hiến máu. Ông Nguyễn Bình Nam, thành viên Câu lạc bộ Bạn thương nhau, gắn với hoạt động thiện nguyện giúp trẻ em và đồng bào vùng cao. Ông Phan Thanh Trinh, công tác tại Ban Quản lý bán đảo Sơn Trà và các bãi biển du lịch Đà

Năng, nhiều lần hỗ trợ du khách tìm lại tài sản thất lạc.

Chuyên gia Nguyễn Ngọc Huy được ghi nhận qua nghiên cứu khí hậu và hỗ trợ cộng đồng phòng ngừa thiên tai. Những đóng góp khác nhau ấy đều xuất phát từ thời gian, kỹ năng và sự bền bỉ của mỗi người.

Năm cá nhân thuộc nhóm Doanh nhân trách nhiệm cho thấy sự tham gia của khu vực tư nhân. Uy tín doanh nghiệp không chỉ đến từ kết quả kinh doanh mà còn từ cách ứng xử với người lao động, đối tác và cộng đồng.

Năm nhóm tiêu chí xét chọn đề cao tác động thực tế, tính nêu gương, uy tín, sự phù hợp với chương trình và khả năng nhân rộng. Điểm nhấn là việc làm cụ thể, thay vì chỉ dựa vào chức vụ hay danh tiếng.



Từ Đỉnh Bàn Cờ, toàn bộ khung cảnh TP. Đà Nẵng như được quy tụ, tạo cảm giác như lạc vào chốn bồng lai tiên cảnh. Ảnh Huỳnh Sơn

Từ sự ghi nhận đến giá trị thương hiệu lâu dài

Phát biểu tại lễ trao giải, ông Nguyễn Đức Dũng, Phó Bí thư Thành ủy, Chủ tịch HĐND TP. Đà Nẵng, đánh giá cao sáng kiến của Hội Doanh nhân trẻ; đồng thời đề cập yêu cầu phát triển kinh tế hài hòa với phát triển con người và gắn tăng trưởng với trách nhiệm xã hội.

Uy tín đô thị không thuộc riêng cơ quan quản lý, doanh nghiệp hay ngành du lịch mà được bồi đắp bởi nhiều chủ thể. Một giải thưởng không đủ để xác lập vị thế, song chương trình được duy trì liên tục có thể khuyến khích các chuẩn mực

ứng xử tích cực.

Để giá trị không dừng ở lễ trao giải, cần tiếp tục xác minh, giới thiệu những mô hình có thể nhân rộng. Trong công vụ, thước đo là trải nghiệm của người dân và doanh nghiệp; trong kinh doanh, là việc thực hiện cam kết; còn ở đời sống đô thị, là những hành vi tự giác hằng ngày.

Trong không gian phát triển mới của TP.Đà Nẵng hiện nay, môi trường xã hội đáng tin cậy có thể bổ trợ sức hấp dẫn của địa phương đối với người đến tham quan, làm việc hoặc gắn bó lâu dài.

Sự tử tế không phải đặc quyền của một thành phố, càng không thể đo bằng số lượng người được nhận giải. Điều có ý nghĩa hơn là khả năng biến những hành động đáng quý thành nếp sống được cộng đồng trân trọng và thực hành. Khi đó, thương hiệu Đà Nẵng sẽ được kể không chỉ bằng những hình ảnh đẹp, mà còn bằng trải nghiệm thực của con người.

Hoàng Hữu Quyết