

SỰ KIỆN THỂ THAO XANH – KHAI THÁC GIÁ TRỊ THƯƠNG MẠI DƯỚI GÓC NHÌN KINH TẾ

Nguyễn Ngọc Quý⁽¹⁾

Sự kiện thể thao xanh là xu hướng ngày càng phát triển, kết hợp giữa thể thao và bảo vệ môi trường. Sự kiện không chỉ tạo ra những trải nghiệm thể thao tích cực mà còn hướng tới bảo vệ môi trường, sử dụng tài nguyên hiệu quả và mang lại những tác động tích cực cho cộng đồng, từ đó tạo nên những giá trị thương mại và phát triển bền vững.

Trong những năm gần đây, nhiều sự kiện thể thao lớn đã bắt đầu chú trọng đến việc "xanh hóa" để giảm thiểu tác động môi trường. Thuật ngữ "xanh" bắt đầu được biết đến lần đầu tiên trong thể thao tại Đại hội Olympic năm 1994 khi nước chủ nhà Na Uy đã đặt ra những tiêu chuẩn về môi trường mà các kỳ Olympic khác không có, có hơn 200 dự án có liên quan đến môi trường đã được thực hiện. Tại Lễ kỷ niệm 100 năm thành lập Ủy ban Olympic Quốc tế năm 1994, nội dung "khuyến khích, ủng hộ có trách nhiệm đối với các vấn đề về môi trường, thúc đẩy sự phát triển bền vững trong thể thao và đòi hỏi Thể vận hội phải được tổ chức hợp lý" đã được đưa vào nhiệm vụ và vai trò của Ủy ban Olympic Quốc tế trong Hiến chương Olympic. Và gần đây nhất Olympic Paris 2024 được coi là kỳ Olympic "xanh" nhất trong lịch sử. Đây cũng là kỳ Olympic đầu tiên kể từ khi Ủy ban Olympic Quốc tế tham gia sáng kiến thể thao vì thiên nhiên do UNEP (United Nations Environment Programme – Chương trình Môi trường Liên hợp quốc) hỗ trợ. Các sự kiện hoàn toàn sử dụng năng lượng tái tạo, sử dụng thực phẩm tại địa phương và cắt giảm lượng lớn nhựa dùng một lần. Hay tại World Cup 2022 tổ chức tại Qatar, đơn vị đăng cai tổ chức đã giới thiệu nhiều sáng kiến xanh, trong đó có việc xây dựng sân vận động với công nghệ tiết kiệm năng lượng và sử dụng các nguồn năng lượng tái tạo; hệ thống giao thông công cộng chạy hoàn toàn bằng điện; tất cả chất thải của sự kiện được tái

chế, ủ thành phân hữu cơ hoặc sử dụng làm năng lượng.... Đây cũng là sự kiện Bóng đá lớn nhất hành tinh hướng tới nỗ lực trung hòa carbon nhằm giảm thiểu ô nhiễm môi trường. Một trong những sự kiện lớn được nhắc đến gần đây về xanh hóa đó là giải đua xe công thức E. Giải đua ra mắt đầu tiên tại Bắc Kinh, Trung Quốc từ năm 2014, chạy hoàn toàn bằng điện, nhấn mạnh đến tính bền vững và việc bảo vệ môi trường. Giải đua này không chỉ thúc đẩy công nghệ điện mà còn nâng cao nhận thức về biến đổi khí hậu.

Có thể khẳng định rằng, việc tổ chức các sự kiện thể thao xanh đã mang lại nhiều thành tựu quan trọng trong các lĩnh vực khác nhau từ môi trường đến kinh tế và xã hội. Tiêu biểu như:

Giảm thiểu tác động môi trường: Nhiều sự kiện thể thao đã áp dụng các biện pháp nhằm giảm thiểu tiêu thụ năng lượng, giảm lượng rác thải và bảo vệ nguồn nước. Ví dụ, một số sự kiện đã sử dụng năng lượng tái tạo, giảm sử dụng nhựa, và khuyến khích người tham gia sử dụng phương tiện giao thông công cộng.

Tăng cường nhận thức cộng đồng: Sự kiện thể thao xanh thường đi kèm với các chiến dịch giáo dục để nâng cao nhận thức của người tham gia và khán giả về tầm quan trọng của việc bảo vệ môi trường. Các hoạt động như trồng cây, dọn dẹp môi trường... đã trở thành một phần không thể thiếu của các sự kiện này.

Khuyến khích du lịch bền vững: Nhiều sự kiện thể thao xanh thu hút khách du lịch đến tham gia và thưởng thức, đồng thời cũng thúc đẩy các hoạt động du lịch bền vững trong khu vực tổ chức.

Tăng cường sức khỏe cộng đồng: Các hoạt động thể thao xanh khuyến khích lối sống lành mạnh, cải thiện sức khỏe thể chất và tinh thần cho cộng đồng. Các sự kiện thể thao thường xuyên thu hút sự tham gia của đông đảo người dân.

⁽¹⁾ ThS, Trường Đại học Văn hóa Hà Nội

Xây dựng cơ sở hạ tầng bền vững: Sự kiện thể thao xanh thường thúc đẩy đầu tư vào cơ sở hạ tầng bền vững, như các sân vận động tiết kiệm năng lượng, giao thông công cộng cải tiến và các công trình xanh khác.

Thúc đẩy hợp tác quốc tế: Thông qua sự kiện thể thao, các quốc gia và tổ chức có thể hợp tác để phát triển các chiến lược bền vững và chia sẻ kinh nghiệm, kiến thức về bảo vệ môi trường.

Dưới góc nhìn của kinh tế, việc tổ chức các sự kiện thể thao lớn sẽ gắn liền với các khoản đầu tư lớn từ chính phủ và doanh nghiệp, điều này sẽ giúp tăng tốc độ tăng trưởng kinh tế của quốc gia. Ngoài ra, các sự kiện thể thao lớn sẽ góp phần tạo ra những tác động tích cực trong nền kinh tế khi thu hút được lượng khách du lịch, khối lượng thương mại nước ngoài và đầu tư nước ngoài tăng lên.

Trong khi lĩnh vực kinh tế nhấn mạnh vào việc phân bổ có hiệu quả các nguồn lực khan hiếm để tạo ra lợi nhuận và lợi ích thì việc tăng trưởng kinh tế lại gắn chặt với phúc lợi xã hội và dịch vụ. Điều này cho thấy, sự kiện thể thao gắn với bảo vệ môi trường hiện nay đang ngày càng trở nên phổ biến, phản ánh sự chuyển mình trong nhận thức của các tổ chức thể thao và cộng đồng về tác động của thể thao đến môi trường. Cũng từ đây, những giá trị thương mại đã được khai thác từ các sự kiện thể thao xanh này.

Khi nhắc đến giá trị thương mại là nhắc đến các hoạt động thương mại làm tăng giá trị của hàng hóa trong quá trình lưu chuyển từ nơi sản xuất đến nơi sử dụng cuối cùng. Hay nói cách khác, đó là các hoạt động nhằm mục đích sinh lời và được biểu hiện thông qua các con số cụ thể. Các sự kiện thể thao xanh không chỉ mang lại sự phấn khích cho người hâm mộ mà còn tạo ra một loạt các cơ hội kinh tế cho các doanh nghiệp trong nhiều lĩnh vực khác nhau, từ hệ thống cơ sở hạ tầng và du lịch đến phương tiện truyền thông, công tác bán hàng... Sự kiện thể thao xanh có tác động sâu sắc và rộng khắp, là minh chứng cho sức mạnh của thể thao trong việc làm chất xúc tác, thúc đẩy tăng trưởng kinh tế. Có thể điểm qua một số giá trị thương mại từ các sự kiện thể thao xanh dưới đây:

Phát triển sản phẩm và dịch vụ mới: Các sự

kiện thể thao xanh thường nhằm thúc đẩy ý thức bảo vệ môi trường, từ đó thu hút sự chú ý của công chúng và các doanh nghiệp. Điều này có thể dẫn đến sự gia tăng trong việc tiêu thụ sản phẩm xanh và dịch vụ bền vững. Tại kỳ Olympic Tokyo 2021, nước chủ nhà Nhật Bản đã nỗ lực bảo vệ môi trường thông qua các sáng kiến thiết thực được áp dụng: Các huy chương vàng, bạc và đồng được làm từ kim loại tái chế, từ điện thoại di động cũ và các thiết bị điện tử khác đã qua sử dụng mà người dân đóng góp từ năm 2017. Bục nhận giải được làm theo công nghệ 3D từ rác thải nhựa, Khoảng 500 xe chạy bằng pin nhiên liệu hydro được sử dụng để vận chuyển các vận động viên, quan chức và giới truyền thông. Tại làng vận động viên, các vận động viên ngủ trên những giường được làm bằng giấy carton. Sau khi Thế vận hội kết thúc, ngôi làng này trở thành khu chung cư và sử dụng một phần điện từ pin nhiên liệu hydro. Trong số 43 địa điểm tổ chức Olympic và Paralympic, Tokyo có 25 địa điểm vốn có từ trước và 10 địa điểm được dựng tạm thời. Hầu hết các công trình này được làm bằng gỗ tái chế và được tháo dỡ khi Đại hội kết thúc, tránh tình trạng bỏ trống nhiều sân vận động như ở nhiều thành phố khác đã đăng cai. Những gì mà nước chủ nhà Nhật Bản làm cho thấy, ai cũng có vai trò trong việc hành động vì khí hậu. Hay tại Olympic Paris 2024, nước chủ nhà Pháp với mục tiêu đầy tham vọng, tổ chức một kỳ Olympic thân thiện với môi trường hơn bao giờ hết, đã xây dựng thực đơn “xanh” cho các vận động viên nhằm mục tiêu: Giảm lượng khí thải Carbon bằng cách lựa chọn các thực phẩm có nguồn gốc từ địa phương, hữu cơ và giảm thiểu tiêu thụ thịt; Bảo vệ đa dạng sinh học: Ưu tiên sản phẩm địa phương và khuyến khích các phương pháp canh tác thân thiện với môi trường; Đảm bảo an toàn thực phẩm: Thực phẩm hữu cơ thường có chất lượng cao hơn, ít chất hóa học và an toàn cho sức khỏe của VĐV; Tăng cường ý thức về vấn đề môi trường: Qua việc thực hiện thực đơn “xanh”, Olympic Paris 2024 truyền đi thông điệp mạnh mẽ về tầm quan trọng của việc bảo vệ môi trường và khuyến khích mọi người thay đổi thói quen tiêu dùng...

Tăng cường xây dựng thương hiệu: Các tổ chức, nhà tài trợ và thương hiệu có thể nâng cao uy tín của mình thông qua việc hỗ trợ các sự kiện thể thao xanh. Điều này giúp quảng bá hình ảnh thương hiệu tích cực, thu hút được khách hàng quan tâm đến các vấn đề bền vững, tạo sự kết nối tích cực với cộng đồng và khách hàng. Có thể kể đến sự kiện World Cup Qatar 2022. Những nhà tài trợ cho World Cup được chia thành hai nhóm, gồm: Các doanh nghiệp, đối tác có quan hệ lâu dài với FIFA như Coca-Cola, McDonald's, Budweiser... và những công ty toàn cầu và khu vực chỉ tài trợ cho các sự kiện riêng lẻ. Mặc dù Đội tuyển Trung Quốc không xuất hiện ở World Cup 2022 nhưng các công ty lớn của họ đã bỏ ra một số tiền rất lớn để tài trợ cho giải đấu. Theo ước tính, số tiền các công ty Trung Quốc chi ra là 1.395 tỷ USD. Việc tài trợ cho sự kiện giúp các thương hiệu kết nối với khán giả trên toàn thế giới, đặc biệt với giải đấu như World Cup thì rõ ràng, ranh giới về văn hóa và phạm vi tiếp cận sẽ lớn hơn. Có thể thấy rằng, mặc dù tốn kém nhưng các doanh nghiệp đều nhận ra rằng, việc tài trợ thể thao sẽ mang lại kết quả lâu dài cho họ, từ đó sẽ tác động tích cực đến hình ảnh không chỉ thương hiệu của họ mà còn tác động đến hình ảnh thương hiệu quốc gia. Tập đoàn Wanda, một trong những doanh nghiệp văn hóa của Trung Quốc đã chi ra đến 850 triệu USD cho một thỏa thuận kéo dài 15 năm với FIFA. Tuy nhiên, số tiền này giúp họ trở thành Đối tác chính thức của FIFA, cũng là cấp tài trợ cao nhất. Wanda sẽ ngang hàng với các thương hiệu toàn cầu như Coca-Cola, Adidas, Hyundai, Kia, Qatar Airways, Qatar Energy và Visa. Các doanh nghiệp Trung Quốc coi việc một số đối thủ từ bỏ việc tài trợ World Cup là cơ hội của họ.

Kích cầu du lịch: Các sự kiện thể thao xanh thường trở thành điểm đến hấp dẫn, thu hút một lượng lớn khách du lịch và người tham gia. Điều này tạo ra doanh thu cho các ngành dịch vụ như khách sạn, nhà hàng, vận chuyển và các hoạt động giải trí khác. Nhiều kế hoạch chiến lược phát triển của du lịch đã gắn liền với việc tổ chức các sự kiện thể thao xanh để nâng cao hình ảnh của đơn vị tổ chức. Thực tế cho thấy, bản sắc và giá trị văn hóa sẽ được truyền đạt tốt nhất

thông qua sự liên kết với sự kiện mang tính chất thể thao, nghệ thuật và xã hội hơn là một quảng cáo. Các giá trị xanh mà các sự kiện thể thao đem lại tự nó đã là động lực, đặc biệt là đối với hiện nay khi vấn đề môi trường giữ vai trò vô cùng quan trọng. Olympic 2024 là Thế vận hội đầu tiên tổ chức theo chương trình Nghị sự Olympic 2020, sự kiện này đã chứng minh rằng, Thế vận hội có thể mang lại lợi ích kinh tế đáng kể cho nước chủ nhà, đồng thời có trách nhiệm với xã hội và môi trường. Theo báo cáo được công bố bởi Trung tâm luật và kinh tế thể thao (CDES) thuộc Đại học Limoges, một viện nghiên cứu tại Pháp chuyên về các khía cạnh kinh tế và pháp lý của thể thao, Olympic Paris 2024 đã thu hút từ 2,3 – 3,1 triệu khách du lịch đến Paris, ước tính du khách đã chi 2,6 tỉ Euro, bao gồm việc mua vé xem các sự kiện cũng như các khoản chi tiêu khác.

Chuyển đổi số và công nghệ: Nhiều sự kiện thể thao xanh ứng dụng công nghệ tiên tiến (như ứng dụng di động, thực tế ảo,...) để tối ưu hóa trải nghiệm của người tham gia. Điều này không chỉ giúp tăng cường trải nghiệm mà còn tạo ra cơ hội phát triển cho các công ty công nghệ. Tại Thế vận hội Olympic 2024, AI (trí tuệ nhân tạo) trở thành chủ đề chính được thảo luận. Công nghệ AI được sử dụng từ việc bảo vệ các VĐV khỏi bị lạm dụng trên mạng đến việc tăng cường các biện pháp an ninh mạng và quảng cáo. Đặc biệt công nghệ AI tại kỳ thể vận hội này đã hỗ trợ các VĐV phân tích hiệu suất thể thao thông qua công cụ cung cấp thông tin chi tiết về thành tích của VĐV, do đó, từng VĐV sẽ đưa ra những quyết định phù hợp với nhu cầu cá nhân. Mặt khác, công cụ phát sóng AI đã mang đến những trải nghiệm độc đáo cho người xem, từ việc giới thiệu các hình ảnh đặc biệt đến việc theo dõi VĐV, phân tích các chuyển động cũng như diễn biến thành tích thi đấu của VĐV.

Sự chú ý của truyền thông: Sự kiện thể thao xanh thường thu hút sự quan tâm lớn từ các phương tiện truyền thông, tạo ra cơ hội để quảng bá thông điệp về bền vững và bảo vệ môi trường. Tại Olympic Paris 2024, NBCUniversal, đơn vị truyền thông của Mỹ đã đầu tư khoản tiền khổng lồ lên đến 7,65 tỷ USD để giành được bản quyền phát sóng độc quyền tại Mỹ cho đến năm

2032. Đây là một trong những thỏa thuận bản quyền truyền thông đắt giá nhất trong lịch sử, cho thấy tầm quan trọng của Olympic đối với ngành truyền hình.

Cơ hội hợp tác: Các đơn vị tổ chức sự kiện có thể hợp tác với các tổ chức phi lợi nhuận, chính phủ và cộng đồng địa phương để phát triển các chương trình bền vững, từ đó mở rộng mạng lưới và tăng cường sự tham gia của các tổ chức. Chúng ta có thể lấy ví dụ từ sự kiện thể thao lớn nhất hành tinh, Thế vận hội Olympic. Cốt lõi của cả Đại hội và các tổ chức phi lợi nhuận là sứ mệnh thúc đẩy lợi ích chung. Olympic hướng đến mục tiêu thúc đẩy sự thống nhất và hòa bình quốc tế thông qua thể thao, tôn vinh thành tích thể chất của con người và tinh thần cạnh tranh. Tương tự như vậy, các tổ chức phi lợi nhuận làm việc không mệt mỏi để giải quyết các vấn đề xã hội, cải thiện cuộc sống và thúc đẩy công bằng và công lý. Cả hai thực thể đều ưu tiên phúc lợi của con người và cộng đồng. Olympic đưa các quốc gia lại gần nhau, vượt qua những khác biệt về chính trị và văn hóa để tôn vinh các giá trị chung của con người. Các tổ chức phi lợi nhuận, dù tập trung vào giáo dục, y tế hay tính bền vững của môi trường, cũng tìm cách thu hẹp khoảng cách và thúc đẩy sự hiểu biết và hợp tác. Tuy nhiên, cả Olympic và các tổ chức phi lợi nhuận đều phụ thuộc rất nhiều vào nguồn tài trợ bên ngoài để duy trì hoạt động của họ. Olympic được tài trợ thông qua sự kết hợp giữa các hợp đồng tài trợ, quyền phát sóng và bán vé. Mô hình này đảm bảo Đại hội có thể được tổ chức ở quy mô lớn, với cơ sở hạ tầng và hỗ trợ hậu cần cần thiết. Mặt khác, các tổ chức phi lợi nhuận dựa vào các khoản quyên góp, trợ cấp và các sự kiện gây quỹ để tài trợ cho các hoạt động của họ. Cũng giống như Olympic phải đảm bảo các khoản tài trợ đáng kể để phát triển, các tổ chức phi lợi nhuận phải vun đắp mối quan hệ với các nhà tài trợ để duy trì các chương trình và dịch vụ của họ. Chính vì vậy, khi các sự kiện thể thao không chỉ góp phần vào việc bảo vệ môi trường mà còn nâng cao nhận thức của cộng đồng về tầm quan trọng của phát triển bền vững trong thể thao và đời sống hàng ngày thì càng được các tổ chức, chính phủ, cộng đồng quan tâm.

Giảm chi phí: Việc chú trọng vào các biện pháp bền vững trong tổ chức sự kiện (chẳng hạn như tái chế, sử dụng năng lượng tái tạo) có thể giúp giảm chi phí vận hành trong dài hạn. Một nghiên cứu của Đại học Oxford đã chỉ ra rằng, việc đăng cai các sự kiện thể thao lớn thường đặt ra gánh nặng chi phí cho các đơn vị đăng cai. Có thể ví dụ về các kỳ Đại hội những năm gần đây đã tiêu tốn hàng chục tỷ USD và hầu như không có lãi như: Olympic London đầu tư 16,8 tỷ USD hay Tokyo 2020 cũng hơn 13,7 tỷ USD. Trong khi đó, Olympic Rio tiêu 23,6 tỷ USD, vượt chi hơn 350%. Tuy nhiên, Olympic Paris 2024, dù vượt chi so với dự định nhưng nước chủ nhà Pháp đã tiêu tốn khoảng 10 tỷ USD nhờ cách tận dụng, tái chế và đi thuê. Từ khi nhận quyền đăng cai, Pháp đã hướng đến giảm 50% lượng khí thải carbon so với mức trung bình của London 2012 và Rio 2016. Nhờ định hướng phù hợp với xu hướng xanh này, Pháp đã có kỳ Olympic bền vững, bớt tốn kém.

Tóm lại, xanh hóa chắc chắn là tương lai của các sự kiện thể thao, là xúc tác để kích thích tăng trưởng kinh tế. Việc khai thác giá trị thương mại từ các sự kiện thể thao này đòi hỏi những đơn vị tổ chức cần có chiến lược xây dựng kế hoạch cụ thể, đảm bảo sự kiện không chỉ dừng lại ở việc tổ chức các môn thể thao mà còn là một phong trào lớn hướng tới bảo vệ môi trường, tạo dựng thói quen và trách nhiệm trong cộng đồng./.

Tài liệu tham khảo

1. <https://baotainguyenmoitruong.vn/olympic-paris-2024-the-van-hoi-xanh-377810.html>
2. <https://tdtt.gov.vn/the-thao-quoc-te/id/56409/hiep-hoi-uy-ban-olympic-quoc-gia-dang-ky-khung-hanh-dong-vi-khi-hau-cua-lien-hiep-quoc>
3. <https://www.olympics.com/ioc/peace-and-development>
4. <http://vkhtdt.vn/tin-tuc-su-kien-nganh/hoat-dong-the-thao-va-cac-giai-phap-de-bao-ve-moi-truong>.

LÝ LUẬN VÀ THỰC TIỄN THỂ DỤC THỂ THAO

4. Trương Anh Tuấn

Thể dục thể thao Việt Nam trong năm đầu thành lập nước

7. Nguyễn Ngọc Quý

Sự kiện thể thao xanh – khai thác giá trị thương mại dưới góc nhìn kinh tế

11. Nguyễn Thị Xuân Phương

Thực trạng và giải pháp định hướng nghề nghiệp cho sinh viên ngành Quản lý Thể dục thể thao, Trường Đại học Thể dục thể thao Bắc Ninh

15. Nguyễn Văn Đông

Giải pháp đổi mới hoạt động theo mô hình thể dục thể thao khu dân cư cho người cao tuổi

BÀI BÁO KHOA HỌC

21. Mai Thị Bích Ngọc; Nguyễn Tiến Quân

Đề xuất giải pháp truyền thông trong phát triển sự kiện thể thao tại vùng Trung du và miền núi Bắc Bộ

26. Phạm Tuấn Hùng; Huỳnh Việt Nam

Xây dựng thang đo định tính và đánh giá tiềm năng phát triển thể thao biển tại khu vực duyên hải miền Trung Việt Nam

32. Phạm Văn Thắng

Thực trạng kỹ năng nghề nghiệp của sinh viên chuyên ngành Bóng rổ, Khoa Giáo dục thể chất Trường Đại học Thể dục thể thao Bắc Ninh

39. Nguyễn Thị Phương Oanh

Thực trạng tự học của sinh viên Trường Đại học Thể dục thể thao Bắc Ninh đối với các môn học lý thuyết

45. Nguyễn Thùy Linh

Nghiên cứu lựa chọn bài tập nâng cao thể lực cho học sinh khối 11 trường Trung học phổ thông Nguyễn Khuyến, thành phố Nam Định, tỉnh Nam Định

49. Đặng Ngọc Long

Ứng dụng bài tập nâng cao hiệu quả đập bóng tấn công vị trí số 4 và số 2 cho nam sinh viên đội tuyển Bóng chuyền Trường Đại học Luật Hà Nội

55. Cao Tiến Long; Đỗ Thị Liên Phương

Lựa chọn bài tập phát triển sức nhanh chuyên môn cho nam sinh viên Đội tuyển Cầu lông Trường Đại học Kiến Trúc – Hà Nội

59. Trần Mạnh Hùng

Đánh giá thực trạng thể lực chuyên môn Đội tuyển Bóng đá nam Trường Đại học Sư phạm Kỹ thuật Thành phố Hồ Chí Minh

63. Đỗ Quốc Hùng; Lê Quốc Huy

Thực trạng hiệu quả hoạt động các đội tuyển thể thao Trường Đại học Kinh tế - Đại học Đà Nẵng

69. Lưu Quốc Hưng; Hồ Mạnh Trường

Xây dựng tiêu chuẩn đánh giá sức mạnh tốc độ của nam vận động viên Kiếm Liễn Đội tuyển trẻ Quốc gia

73. Nguyễn Thị Thu Quyết; Nguyễn Thị Việt Nga; Phạm Thị Thu Hà

Thực trạng sức khỏe tâm thần của sinh viên Trường Đại học Thể dục thể thao Bắc Ninh

76. Ngô Thị Thanh Xuân

Thực trạng rối loạn lo âu của học sinh Trường Phổ thông năng khiếu Thể dục thể thao Olympic Trường Đại học Thể dục thể thao Bắc Ninh

TIN TỨC - SỰ KIỆN VÀ NHÂN VẬT

81. Phạm Tuấn Dũng, Nguyễn Xuân Thuyết

Bài tập giãn cơ tứ đầu đùi

THEORY AND PRACTICE OF SPORTS

4. Truong Anh Tuan

Vietnam Sports in the first year of the country's establishment

7. Nguyen Ngoc Quy

Green sports events – exploiting commercial value from an economic perspective

11. Nguyen Thi Xuan Phuong

Current situation and career orientation solutions for students majoring in Sports Management at Bac Ninh Sports University

15. Nguyen Van Dong

Innovative solutions for residential gymnasium activities for the elderly

ARTICLES

21. Mai Thi Bich Ngoc; Nguyen Tien Quan

Proposing communication solutions in developing sports events in the Northern Midlands and Mountains

26. Pham Tuan Hung; Huynh Viet Nam

Building a qualitative scale and evaluating the potential for marine sports development in the central coastal region of Vietnam

32. Pham Van Thang

Current status of vocational skills of students majoring in Basketball, Faculty of Physical Education, Bac Ninh Sports University

39. Nguyen Thi Phuong Oanh

The current situation of self-study of students at Bac Ninh Sports University for theoretical subjects

45. Nguyen Thuy Linh

Research on selecting exercises to improve physical fitness for grade 11 students at Nguyen Khuyen High School, Nam Dinh city, Nam Dinh province

49. Dang Ngoc Long

Applying exercises to improve the effectiveness of attacking smashes at positions 4 and 2 for male students of the Volleyball Team of Hanoi Law University

55. Cao Tien Long; Do Thi Lien Phuong

Selecting exercises to develop professional agility for male students of the Badminton Team of Hanoi University of Architecture

59. Tran Manh Hung

Assessment of the physical fitness of the Men's Football Team of Ho Chi Minh City University of Technology and Education

63. Do Quoc Hung; Le Quoc Huy

Current status of performance of sports teams of University of Economics - University of Danang

69. Luu Quoc Hung; Ho Manh Truong

Building standards for evaluating the speed strength of male athletes of the National Youth Team

73. Nguyen Thi Thu Quyet; Nguyen Thi Viet Nga; Pham Thi Thu Ha

Mental health status of students at Bac Ninh Sports University

76. Ngo Thi Thanh Xuan

The reality of anxiety disorders of students at the Olympic Sports Gifted High School, Bac Ninh Sports University

NEWS - EVENTS AND PEOPLE

81. Pham Tuan Dung, Nguyen Xuan Thuyet

Quadriceps Stretch



Tạp chí KHOA HỌC

ĐÀO TẠO VÀ HUẤN LUYỆN THỂ THAO

JOURNAL OF SCIENTIFIC TRAINING AND SPORTS COACHING
Ministry of Culture, Sports and Tourism - Bac Ninh Sport University

Trường Đại học Thể dục Thể thao Bắc Ninh - Bộ Văn hoá, Thể thao và Du lịch

p-ISSN 1859-4417
e-ISSN 3030-4822

Số 1 -2025
(05)

