

NỮ DOANH NHÂN[®]

BUSINESS MAGAZINE

NỮ DOANH NHÂN - TẠP CHÍ THƯƠNG GIA
CƠ QUAN NGÔN LUẬN CỦA HIỆP HỘI DOANH NGHIỆP TP HÀ NỘI

THÁNG 7/2014, JUL 2014
ISSUE 67

PRESIDENT
RMIT Việt Nam
GAEL McDONALD:

GENERAL DIRECTOR
Family Medical Practice
DR. RAFI KOT

*Trở lại
Châu Á*

Returning to Asia

HOÀNG SÙN
BÀ NỮNG
KINH DOANH

An instinct for business

GENERAL DIRECTOR
TDM Trading Service Investment Company
NGUYỄN THỊ HỒNG HƯƠNG

CHÀNG
HAY GHEN?

A jealous guy

KINH DOANH
LÀ LỄ SỐNG

Business is my oxygen

LY NHÃ KỲ
XƯƠNG RỒNG

LY NHÃ KỲ: CACTUS FLOWER

English articles from page 125





A full-page fashion advertisement for Dior. A woman with voluminous, dark, curly hair is the central figure. She is wearing a light blue, sleeveless, pleated dress with a fitted bodice and a full, flared skirt. She is holding a bright pink, quilted Lady Dior handbag with a silver-tone metal handle and the iconic Dior logo charm. She is barefoot and posed in a dynamic, slightly off-balance manner, with one leg lifted. The background is a solid, dark grey. The word "Dior" is printed in a large, white, serif font on the right side of the image.

Dior





BALLY
SWITZERLAND

Dior PRESTIGE

DÒNG SẢN PHẨM DƯỠNG TRẮNG

BÙNG SÁNG VẺ ĐẸP THANH KHIẾT

Làn da phụ nữ Châu Á là làn da nổi bật giữa các sắc da. Để làm sáng bừng thêm vẻ đẹp ấy, Dior đã tạo ra dòng sản phẩm Dior Prestige White - tinh chất thuần khiết mang lại vẻ trắng sáng và nét tươi trẻ. Trải qua nhiều năm nghiên cứu, Dior khám phá ra sức sống mãnh liệt trong tinh chất hoa hồng giúp mang lại vẻ tươi trẻ cho da. Sản phẩm được kết tinh khả năng làm trắng tinh khiết của loài hoa mẫu đơn trắng huyền thoại với khả năng làm trắng sáng rạng rỡ cũng vẻ trẻ trung căng đầy. Làn da tươi sáng chỉ sau một thời gian ngắn sử dụng, làm giảm sự xuất hiện của các đốm sạm màu. Kết cấu da trở nên mềm mại và sáng từ sâu trong da. **Làn da bừng sáng như cảnh hoa tinh khiết.**



DIOR
PRESTIGE
WHITE COLLECTION

NECTAR BLANC

Dior



DIOR
PRESTIGE
WHITE COLLECTION
CRÈME SATIN ÉCLAIRCISSANTE
SATIN BRIGHTENING CRÈME

Dior



Dior

CRÈME SATIN ÉCLAIRCISSANTE
SATIN BRIGHTENING CRÈME



Radiance becomes you.



Hãy đến cửa hàng chính hãng để mua hàng có đảm bảo chống hàng giả của Vincom.

Hệ thống cửa hàng:

- Tầng 1 Diamond Plaza, TP HCM. ĐT: (08) 39233315
 - Parkson Paragon, 3 Nguyễn Lương Bằng, Q.7, TP HCM. ĐT: (08) 54160631
 - Parkson C.T Plaza, 60A Trường Sơn, P2, Q. Tân Bình, TP HCM. ĐT: (08) 62972081
 - Parkson Hưng Vương Plaza, 136 Hưng Vương, Quận 5, TP HCM. ĐT: (08) 36029602
 - Parkson Le Thanh Tôn, 38/41 Le Thanh Tôn, Quận 1, TP HCM. ĐT: (08) 66792461
 - Parkson TD Plaza, Hải Phòng. ĐT: (031) 3246433
 - Parkson Landmark 72, Hà Nội. ĐT: (04) 85878225
 - 19 Bà Triệu, Hà Nội. ĐT: (04) 39287397
 - Vincom Royal, Lot B1-B126, TTMM Vincom Mega Mall-Royal City, 72 Nguyễn Trãi, Thanh Xuân, Hà Nội. ĐT: (04) 6664 2518
 - Nhà NK & PP Công ty TNHH Mỹ phẩm Shiseido Viet Nam-Lầu 9 Saigon Trade Center-37 Tôn Đức Thắng, P. Bến Nghé, Quận 1, TP HCM
- Số phiếu tiếp nhận kết quả dùng thử quảng cáo của Sở Y Tế TP HCM: 034/14/QĐ-MP-HCM

KHÁM PHÁ VẺ ĐẸP TỎA SÁNG NHƯ KIM CƯƠNG

Làn da trở nên rạng rỡ đầy bất ngờ.

Với khám phá khoa học vượt trội, tinh chất tác động lên các đốm đen và vùng da sạm màu, đem lại một sắc da tươi sáng rạng rỡ, lấp lánh như kim cương.

Giúp phục hồi vẻ trắng sáng rạng ngời.

clé de peau
BEAUTÉ



sérum blanc précieux / brightening serum supreme

Khám phá mới nhất của viện nghiên cứu Clé de Peau Beauté.

www.cledepeau-beaute.com



Super Slimguard

Siêu mỏng **1mm** Siêu thấm gấp **200 lần**
Mỏng nhẹ như không



Tìm hiểu thế giới **"Đẳng cấp 1 mm"** tại:
www.facebook.com/DangCap1mm

Sản xuất tại Thái Lan

Kao (Thailand) (Public) Co., Ltd.
700/213 Moo 4, Amnara Nakorn (Kungthai Estate), Donmuang, Muang, Chonburi 20000, Thailand.

Đại lý phân phối: Công ty TNHH Kao Việt Nam
Lô A12, KCN Kênh Láng (BPH), Bến Hòa, Đống Đa, Việt Nam.

Website: www.kao.vn
Facebook: www.facebook.com/LaurierVietnam

Hotline: 091 38 122 188

Laurier là nhãn hiệu toàn cầu của Tập đoàn Kao Corporation Nhật Bản.
Sản phẩm có thể thay đổi không ngừng để đáp ứng nhu cầu của người tiêu dùng.



ĐẲNG CẤP 1 mm

*Hàng hiệu và mỹ phẩm đắt tiền chưa đủ để tạo nên sự khác biệt.
Phong thái, sự quyến rũ lan tỏa theo mỗi bước đi mạnh mẽ đầy tự tin
mới tạo nên đẳng cấp riêng của bạn. Laurier tôn vinh vẻ đẹp đẳng cấp
đích thực qua dòng sản phẩm ^{Super} Slimguard*



Laurier

TOR SOAN

Hội p hoi Doanh nghi p Thanh phoi Hai Noi (HBA)
445 Aoai Can, Ba Anh, Hai Noi

VUN PHONG GIAO DICH TAI HAINOI

Soi14, Khu chung cu 249A Thuy Khui, Tey Hai, Hai Noi
AT: 04.62584123

VUN PHONG GIAO DICH TAI MIEN TRUNG

28 To Ngoc Ven, TP.Hu i / AT: 054.3514206

VUN PHONG AAI DIN TAI TP.HCM

737 Cach Mang Thang Tam, P.6, Q.Ten Binh, TP.HCM
AT: 08.39771265 / Fax: 08.39771272
Email: toasoan@nudoanhnhan.net

TONG BI N TEP

Nguyi n Thuy Dung

PHOTOGRAPH BI N TEP

Nguyi n Thi Kim Khanh

CHU TRACH NHIM XUAT BAN

Nguyi n Cong Minh

THU KYTOR SOAN

VoMai Anh

EDITORIAL BOARD

Li Thi My Lam
Nguyi n Thi Thanh Xuan

ENGLISH CONSULTANT

Derek Milroy / Ton Thit Hoa / Mark John Rudd

ART DIRECTOR

Tron Thuy Tai Tron

ASSOCIATE ART DIRECTOR

Pham Thi Lan Anh

GRAPHIC DESIGNER

Phung Nguyi n En

ACCOUNT SERVICES MANAGER

Tron Bich Tron

CO-ORDINATOR

Li Ngoc Hoa

LIN H H THONG TIN

bando@nudoanhnhan.net

TRUONG PHONG PHAI HANH

Tony Nguyi n - Email: tony@nudoanhnhan.net

TRUONG PHONG QUANG CAD

Michael Nguyi n

Cong ty TNHH Nudoanhnhan
AT: 08.39771265 / Mobile: 0918 938 700
Email: Michael@nudoanhnhan.net

HOTLINE

0908 45 08 54

GIY PHEP XUAT BAN

Soi221/GP-BTTTT ngay 17/06/2013 vao so 381/CBC-BCAP
ngay 12/04/2013 do Boi Thong tin vai Truyi n thong cep.
In tai Cong ty TNHH MTV Tron Phai
71-75 Hai Bai Trung, Q.1, TP.HCM
Nup lou chiu thi thang 07/2014.

Phai hinh ngay 1 hinh thang tri n toan quoc
Giai 34.900 dong

Aoi truc tuyi n tai website www.nudoanhnhan.net

©Tat canh anh vao nup dung trong tin pham nay thuc la ban quyi n cuai
in pham Nudoanhnhan. Mui xai so cu chap khong hoi phap
sai ba xem lai vi pham Luat Su hoi Tai tri thi i hinh cuai
Nham uoc Cong hoi Xai hoi Chuang hai Viti Nam.

TONG AAI LY PHAI HANH UINUOC NGOAI

GLOBAL TRIPLE-T LLC

800.5th Avenue, Suite 4100, Seattle, Washington 98104

Toll-free: 1-877-993-6161 (USA/CAN)

Website: www.bachay.com / Email: phucvu@bachay.com

NUDOANH NHAN NHUP CEU

Ài hên, Nudoanhnhan la hên ha hên ài hên ài hên ài hên
những ài hên ài hên ài hên ài hên ài hên ài hên ài hên
là hên ài hên ài hên ài hên ài hên ài hên ài hên ài hên
nhên ra rừng thú gian ngay càng thú ài hên, nhanh thú
chúng cò hên cò hên cò hên cò hên cò hên cò hên cò hên

Thang bay tuà nhu em thêm ài hên, khe khe ài hên ài hên
trên tu mien man theo những cùn mùa lĩ thì nùng ha hên ài hên
khí trua hay chiuu hoiu tõe Mui của những cùn mùa mang
nhu u tu va cò ài hên ài hên ài hên ài hên ài hên ài hên ài hên
bùng lủi Mui lêng lêng, lêng ài hên ài hên ài hên ài hên ài hên ài hên ài hên
bê tẽ. Mui lêng mui, bay bống cho những buổi hên hoiu ài hên
lêng hên hên thim phên cùn ài hên. Mui thim thim, vủ vủ trong
a hên mui cùn những ngu u lao ài hên ngo ài hên Mui run rẩy, rẩy
cùn ài vai gầy, sủng nũu gò ngo ngo ài hên rũu rũu khuon mui
à hên chũm chũm cho mui cùn hoiu, thúu thũu quan trũu.
Mui hoi hoi, thúu thũu những chũu hên cùn bĩ, ha ài hên
chên trũu.

Những thúu hoiu mui, lêng trũu nùng phũu ài hên ài hên
à hên ài hên hoiu? Ha hên mui nũu tin sau cùn mùa, trũu
là hên ài hên ài hên cùn xuê hien cùn vũu ài hên rũu rũu Coa
thũu ài hên ài hên, ài hên hien lĩ chũu ky ài hên sũu. Mui cùn
chũu thũu bay va chũu bũu ài hên cho những ài hên ài hên ài hên
ta phũu trũu...

BAN BI N TEP





Salvatore Ferragamo
EYEWEAR

NỮ DOANH NHÂN MỤC LỤC VIETNAMESE



LANCÔME

Professional

- 23** Góc nhìn
HÀNG HIỆU VÀ SỰ THÔNG THÁI
- 26** Khát vọng kinh doanh
Hiệu trưởng & Tổng Giám đốc, RMIT Việt Nam,
Gael McDonald:
TRỞ LẠI CHÂU Â
- 30** Nghệ thuật quản lý
QUẢN LÝ NHÂN VIÊN CÁ TÍNH
- 32** Thương trường và Cuộc sống
Tổng Giám đốc, Công ty TM DV & Đầu Tư TDM,
Nguyễn Thị Hồng Hương:
KINH DOANH LÀ LỀ SÔNG
- 36** Góc quý ông
Tổng Giám đốc, Family Medical Practice,
Dr. Rafi Kot:
HỌ CÔ SẴN BÀN NẶNG KINH DOANH

Fashion & Beauty

- 43** Cường mặt
lý Nhà Kỳ:
HOA XUÔNG RỒNG
- 46** Fashion
VỀ ĐẸP HỒI SINH
- 54** In Style
SẮC VANG ĐỎ NỒNG SẠY
- 56** Fashion Collections
Pre-Fall 2014:
PHÚT GIAO MÙA LÃNG MẠN
- 60** Beauty
CÁU VỒNG LẤP LÁNH
THON GỌN CHỈ TRONG 1 THÁNG?
"MUST-HAVE" CHO NÀNG CÔNG SỞ

NỮ DOANH NHÂN
MỤC LỤC
VIETNAMESE



LOUIS VUITTON

Thấy & nghĩ

- 79 Thấy và nghĩ
TÌM NỒNG GIỮ ĐẤU LẠNH
- 82 Ngày không công việc
YÊU CHIỀU CỤN CỤN
- 84 Yêu
CHÀNG HAY GHEN?
Fashion: CHÀNG YÊU THỂ THAO
- 88 Giáo dục & Đào tạo
NGHỀ NÀO CHO TƯƠNG LAI?
- 94 Sống khỏe
"CÓ TẬT" MUỘN GIỜ



Lifestyle

- 99 Nội toi đèn
CHƠM THU
TRÊN PHỐ CỔ BERN
- 102 Xe doanh nhân
HỖ TRỢ
ĐỒ XE TỰ ĐỘNG
- 108 Hi-tech
GIA DỤNG NHÀ BẾP
THÔNG MINH
- 112 Decor
PHONG CÁCH
MONOCHROMATIC
- 114 Cung vào bếp
TỈ LỆ VÀNG
CHO SỨC KHỎE
- 138 Special
SỰ TỐI GIẢN TĨNH TẾ



CHANEL



VALENTINO



BUSINESSWOMAN CONTENTS

ENGLISH



English articles

- 126** Woman of the Month
President, RMIT Việt Nam,
Gael McDonald:
RETURNING TO ASIA
- 128** Business & Life
General Director, TDM Trading-Service-Investment Company,
Nguyễn Thị Hồng Hương:
BUSINESS IS MY OXYGEN
- 130** Thoughts of Gentlemen
General Director, Family Medical Practice,
Dr. Rafi Kot:
AN INSTINCT FOR BUSINESS



3.1 PHILLIP LIM

- 134** Pretty Lady in Business
Lý Nhà Kỳ:
CACTUS FLOWER
- 136** In Love
A JEALOUS GUY

NỮ DOANH NHÂN
BUSINESSWOMAN MAGAZINE

A publication for dynamic, successful and confident women
Published monthly nationwide on the 1st
Circulation: 30,000 copies

FOUNDER & CEO
Nguyễn Công Minh

MANAGING EDITOR
Võ Mai Anh - Email: anhym@nudoanhnhan.net

EDITORIAL BOARD
Lê Thị Mỹ Lam
Nguyễn Thị Thanh Xuân

ENGLISH CONSULTANTS
Derek Milroy / Tôn Thất Hòa / Mark John Rudd

ART DIRECTOR
Trần Thủy Tú Tâm

ASSOCIATE ART DIRECTOR
Phạm Thị Lan Anh

GRAPHIC DESIGNER
Phùng Nguyễn Ân

SUBSCRIPTIONS

Tony Nguyễn - Email: tony@nudoanhnhan.net

HOTLINE
09 08 45 08 54

ADVERTISING MANAGER
Minh Nguyễn
minhng@nudoanhnhan.net
Mobile: 0938 938 700

GENERAL AGENCY OF ADVERTISING
HCMC - Businesswoman Co., Ltd.
737 Cách Mạng Tháng Tám ST.
Ward 6, Tân Bình Dist., HCMC - Vietnam.

Tel.: (84-8) 39771265 / Fax: (84-8) 39771272
Email: info@nudoanhnhan.net

HUE: 28/20 Trần Quý Cáp St., Hue City
Tel.: (84-54) 3514206
Tây Hồ, Hanoi
Tel.: (84-4) 62584123

Online reading at www.nudoanhnhan.net

Published by Businesswoman Co., Ltd.
737 Cách Mạng Tháng Tám ST.
Ward 6, Tân Bình Dist., HCMC - Vietnam.
NỮ DOANH NHÂN is a registered trademark.
No content may be reproduced in any form without prior
authorization of the owners.



Salvatore Ferragamo

**MONT
BLANC** 

**Montblanc Eyewear
Collection**

Crafted for New Heights

Visit Montblanc.com



Give me
ALDO
SHOES & ACCESSORIES

VINCOM CENTER 70-72 LE THANH TON / CRESCENT MALL 101 TON DAT TIEN
157 DONG KHOI / VINCOM TOWER 191 BA TRIEU / PARKSON VIET TOWER
VINCOM ROYAL CITY 72A NGUYEN TRAI / PARKSON KAENGAM

ALDOSHOES.COM

NỮ DOANH NHÂN
BEHIND THE SCENES

Người đẹp KET

Trong buổi chụp hình cùng người đẹp Lý Nhã Kỳ, một "người đẹp" khác cũng không kém phần thu hút sự chú ý và thích thú của cả ekip, đó là chú ket đảm dáng và sắc sảo. Chú ket này tỏ ra rất chuyên nghiệp nhưng một khác cũng khá... chảnh. Nhất là những khi nhiếp ảnh yêu cầu phải diễn đi diễn lại nhiều lần, "chú ta" ngay lập tức phản đối bằng cách cúi gằm mặt xuống đất mà không thêm ngừng đầu lên để chụp hình **NGN**



Phấn nền dạng lỏng SPF50-PA++ cho làn da trắng sáng da ngay tức thì (LANCÔME). Giá 1.150.000 VND

Son Envy Shine màu da trắng (ESTÉE LAUDER)



Màu hồng óng ánh như ánh Opal cho da tươi sáng khỏe mạnh (BOBBI BROWN). Giá 720.000 VND

they're *Real!* push-up liner

Đốt kẻ mắt bằng gel, thiêu kết dính, bền sáng tạo giúp kẻ mắt bền lâu (BENEFIT). Giá 640.000 VND



Text: ĐƯƠNG LAM
Production: TRÂM TRẦN
Stylist: ĐỖ LONG
Photography: LÊ THIÊN VIÊN
Make-up: MINH LỘC
Outfit: LYNK



CHẠY! CHẠY!

Buổi chụp hình cho chuyên trang Beauty cùng người mẫu Ngọc Anh Thu của Nữ Doanh Nhân được xem là một kỷ niệm kinh hoàng nhất. Chuyện bắt nguồn từ buổi chụp hình diễn ra trong studio nằm ở tầng 16. Do tọa lạc vị trí trên cao và ai nấy đều đang mê mải "phiêu" với công việc của mình, thành thử tất cả chẳng nghe thấy tiếng chuông báo động cháy ngán vang inh ỏi. Cho đến lúc nhận ra sự việc, cả ekip phải chạy bộ hết tốc lực từ tầng 16 xuống mặt đất và là những người sau cùng rời khỏi tòa nhà. May mắn, sự cố cháy không gây thiệt hại nào về cả con người lẫn vật chất và ekip trở lại với buổi chụp hình đang dở. Một phen hú vía!

TẠI TẮM PHÒNG RÁCH

Trên sân khấu, qua hình ảnh, người ta chỉ nhìn thấy vẻ đẹp, sự lộng lẫy và hào nhoáng của những người mẫu. Nhưng sự thật đằng sau ấy, để đưa được những gì hoàn hảo nhất có thể đến với khán giả, bạn đọc, không ít lần người mẫu bị tai nạn nghề nghiệp trầy xước, chảy máu đến đau đớn. Trong buổi chụp hình cho chuyên trang Fashion, người mẫu Hồng Nguyễn cũng bị sự cố như thế. Cô đã một phen "chụp ếch" khi đôi giày cao gót cô mang vướng vào tấm phông được xé rách một nửa theo ý đồ của hình ảnh.

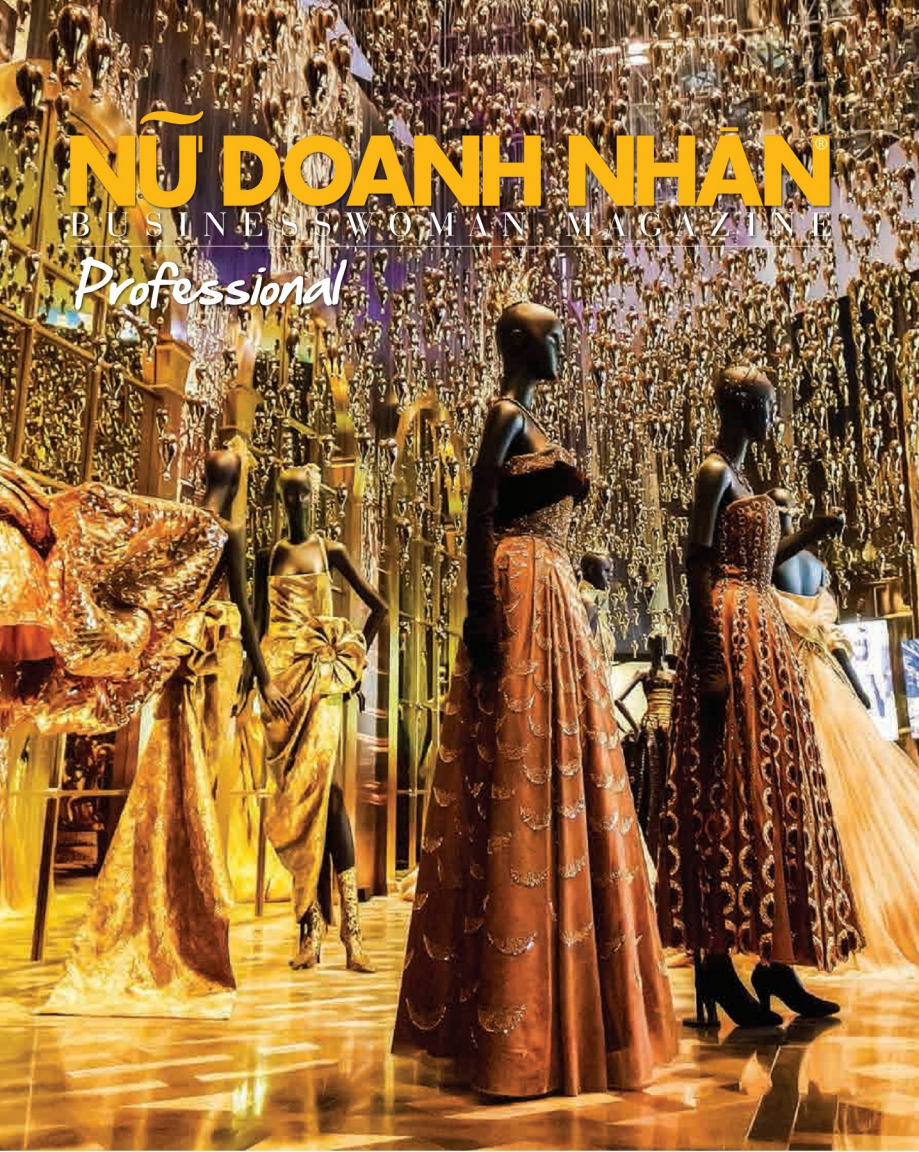


Text: **ĐƯỜNG LAM**
Production: **TRÂM TRẦN**
Stylist: **MÌ GÔI**
Photography: **LÊ THIÊN VIÊN, VINH VUK**
Make-up & Hair: **DỪNG PHAN, QUỐC ANH**

NỮ DOANH NHÂN

BUSINESSWOMAN MAGAZINE

Professional



HÀNG HIỆU và siêu THỜI THẠ

Có cùng ước mơ, có chung khát vọng, và thì không phải nghèo như nhiều người nghĩ, các thương hiệu nữ siêu thời trang Việt Nam không hề ngại cạnh tranh lẫn nhau tại thị trường Việt Nam

Cách đây gần chục năm, trong chuyến đi nước ngoài và ghé vào một trung tâm thương mại, tôi đã ngỡ ngàng trước hàng bao mua chiếc áo sơ mi mang nhãn hiệu Pierre Cardin với giá 200 USD như món quà kỷ niệm. Tại thời điểm đó, số tiền ấy có thể mua được mười chiếc áo sơ mi thường thường ở trong nước. Với một anh nhà báo nghèo bấy giờ, cách tiêu xài như vậy có vẻ xa xỉ, nhưng cho đến nay, tôi vẫn thấy sự lựa chọn của mình không sai. Bởi khác những chiếc áo sơ mi thông thường, sau gần chục năm sử dụng, món quà kỷ niệm ấy chưa một lần tuột chỉ, đứt cúc. Thêm vào đó, chất liệu vải với hàm lượng cotton vừa đủ thấm mồ hôi lại ít bị nhăn nhoe khiến cho tôi rất tin khi dùng trước đám đông và đặc biệt trước những người... đẹp. Nói theo cách dân gian là tiền nào của ấy.

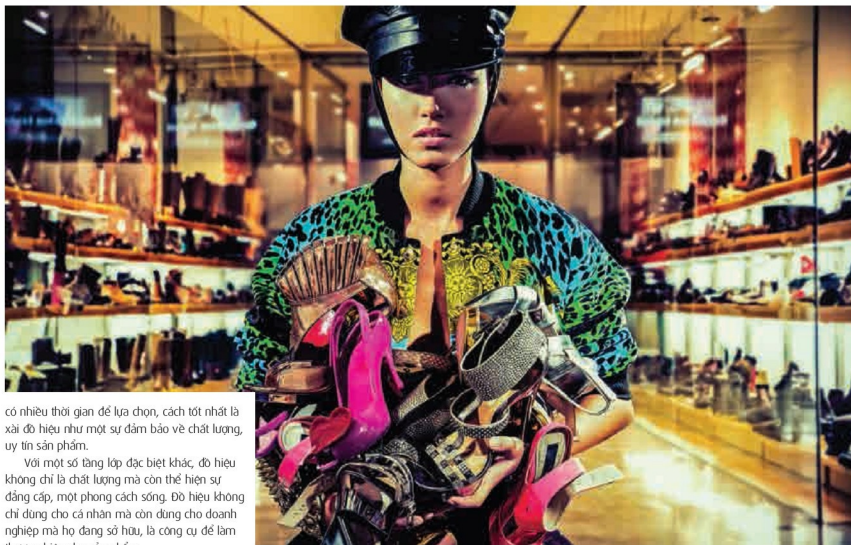
Xã hội thông tin giúp cho người tiêu dùng ngày càng thông thái khiến các mặt hàng từng bước trở về đúng giá trị thực của nó. Khi tâm lý ham rẻ không còn ngự trị, đó là lúc người tiêu dùng hình thành thói quen dùng hàng hiệu như một sự bù đắp cho sự thiếu hụt về chất lượng, thương hiệu sản phẩm. Xu hướng này đang đẩy lùi hàng kém, hàng nhái, hàng không rõ nguồn gốc vào những góc khuất của đời sống.

TS Nguyễn Văn Nam, nguyên thành viên Ban Nghiên cứu của Thủ tướng đã có cách tổng kết về phát triển xã hội khá thú vị. Theo ông, xã hội phát triển qua ba giai đoạn: “an no mặc ấm”, “an no mặc đẹp” và “an no mặc đẹp đẽ”. Cách nói của ông đang phản ánh khá sinh động đời sống của các tầng lớp trong xã hội hiện nay.

Với giới bình dân, “an no mặc ấm” vẫn là ước mơ cháy bỏng. An no như một bản năng sống, bản năng sinh tồn thời thực họ. Đời sống lam lũ khiến họ không có nhiều lựa chọn, không dành nhiều thời gian quan sát và chăm chút đến ngoại hình. Sau một ngày làm việc mệt mỏi, họ tập vội vào vội về nhà và vội thay đồ ngủ vội vàng để đáp ứng nhu cầu thiết yếu cho gia đình. Sau bữa cơm căng dạ dày, họ chìm vào giấc ngủ một cách dễ dàng để tiếp tục cho một ngày buồn chán vào hôm sau.

Với tầng lớp trung lưu, khi đời sống dư giả, khi cái đói, cái rét không còn thời thức, người ta quan tâm đến cấp độ cao hơn: “an no mặc đẹp”. Dĩ nhiên, an no để thỏa mãn khoái khẩu, mặc đẹp như một sự thể hiện cái tôi. Họ dành nhiều thời gian mua sắm với hy vọng chọn cho mình món đồ hiệu vừa ý lại hợp túi tiền. Tâm lý này cũng đang là mảnh đất tốt cho nhiều loại hàng nhái khi người tiêu dùng không phải lúc nào cũng đủ sự khôn ngoan tinh táo.

Với tầng lớp thượng lưu, cách thức hưởng thụ cuộc sống, tổ chức thời gian đã chuyển sang một cấp độ khác. Việc an không chỉ thỏa mãn miệng mà còn đảm bảo sự tối ưu về sức khỏe... Do vậy, an với thực đơn nào mới là sự quan tâm hàng đầu của họ, an thực đi để cái thiện thế trạng mà họ mong muốn... Với việc mua sắm, họ không



có nhiều thời gian để lựa chọn, cách tốt nhất là xài đồ hiệu như một sự đảm bảo về chất lượng, uy tín sản phẩm.

Với một số tầng lớp đặc biệt khác, đồ hiệu không chỉ là chất lượng mà còn thể hiện sự đẳng cấp, một phong cách sống. Đồ hiệu không chỉ dùng cho cá nhân mà còn dùng cho doanh nghiệp mà họ đang sở hữu, là công cụ để làm thương hiệu cho sản phẩm họ đang sản xuất, phân phối. Lại có không ít người vì tiền bạc quá dư giả, họ sẵn sàng sản lung những mặt hàng độc với mọi giá để chứng minh sự khác biệt về đẳng cấp của mình. Tâm lý này đang nuôi sống một số mặt hàng xa xỉ đến từ châu Âu như Anh, Pháp, Mỹ... những chiếc xe hơi Rolls-Royce với giá nhiều triệu đô đã được nhập về Việt Nam nhằm phục vụ cho những tầng lớp này.

TS Phạm Tất Thắng, nguyên Giám đốc Trung tâm Thông tin của Bộ Công Thương cho hay, nếu trước đây, hầu hết người tiêu dùng đều quen mua sắm ở các "chợ trời", chợ vỉa hè với những hàng hóa không rõ nguồn gốc, không kiểm soát được chất lượng thì xu hướng đó đang thay đổi. Cách đây hơn chục năm, khi các siêu thị ra đời trong sự đùm hộ và hỗ trợ của người tiêu dùng thì nay đã đổi khác. Siêu thị đang là sự lựa chọn tối ưu để mua sắm và thương quá tải vào ngày nghỉ lễ, ngày cuối tuần. Năm năm trước, cả nước mới có 15% số

Xã hội thông tin giúp cho người tiêu dùng ngày càng thông thái khi mua hàng tại các trung tâm mua sắm và siêu thị.

lượng hàng hóa được mua sắm ở siêu thị, thế nhưng con số đó vào năm 2013 đã là 30% và tỉ lệ này đang tiếp tục tăng.

Sự ra đời của các siêu thị như một sự đảm bảo cho việc bán những sản phẩm chính thống, có nguồn gốc xuất xứ rõ ràng với giá cả minh bạch đã được người tiêu dùng đón nhận ngày càng đông đảo. Cũng đó là sự xuất hiện của những trung tâm mua sắm cao cấp như Vincom, Diamond, Crescent Mall, Melinh Plaza, Nguyễn Kim, Parkson... đáp ứng nhu cầu tiêu dùng của những khách hàng khó tính.

Hàng hiệu không chỉ thuần túy về tên tuổi, chất lượng, mẫu mã, độ bền mà kèm theo đó là chế độ chăm sóc khách hàng và dịch vụ hậu mãi. Như sự hài lòng của một doanh nhân trẻ

đã nói với tôi vào mấy hôm trước khi mua được chiếc kính hiệu chính hãng ung ý kem catalog hướng dẫn bằng nam thư tiếng, cùng phiếu bảo hành để khi có trục trặc có thể mang đến hãng thay thế hoặc thậm chí đổi mới trên toàn thế giới.

Tôi viết bài này là vào ngày cuối tuần, biết đoàn kết trong lúc này hàng xóm bỗng vang lên điệu nhạc My Heart Will Go On. Tôi biết anh đang xem lại Titanic, một trong những phim kinh điển của đạo diễn lừng danh James Cameron. Đầu đã được công chiếu từ 15 năm trước nhưng Titanic với sự đầu tư kỹ lưỡng từng khâu vẫn chinh phục hàng triệu khán giả yêu màn bạc trên khắp toàn cầu.

Thế giới ngày một phẳng hơn, khi những hàng rào ngăn cách dần được dỡ bỏ, người tiêu dùng ngày càng thông thái hơn và người ta có quyền lựa chọn những thứ tốt nhất cho chính mình. Trong đó, chất lượng sản phẩm mới là sự lựa chọn hàng đầu rồi sau đó mới đến giá cả và các yếu tố khác.

MYGAMEMY

FR
ULES

POLICE

NEYMAR JR

POLICELIFESTYLE.COM
POLICELIFESTYLE

Hội trưởng & Tổng Giám đốc, RMIT Việt Nam,

GAEL MCDONALD:

Trở lại Châu Á

12 năm làm việc trong môi trường giáo dục của nước châu Á. Giáo sư Gael McDonald luôn chú ý hòa nhập và khu vực có ảnh hưởng này và mong muốn của bà là trở lại thành phố quê hương và sớm tìm hiểu tại RMIT Việt Nam vào trung tuần tháng 2/2014

MỘT QUYẾT ĐỊNH TÁO BẠO

Từng đảm nhận những vị trí quản lý cấp cao tại các trường đại học ở Úc và New Zealand, sự kết nối của bà với RMIT Việt Nam xuất phát từ đâu?

Cách đây tám năm, tôi có cơ hội gặp Giáo sư David Beanland, Giám đốc RMIT tại Úc bấy giờ và là thành viên của nhóm sáng lập RMIT Việt Nam. Khi nghe ông nói về kế hoạch mở trường tại Việt Nam, tôi đã rất ngưỡng mộ quyết định táo bạo này và luôn muốn gia nhập vào đội nhóm của họ. Suốt tám năm qua, tôi lúc nào cũng dõi theo sự phát triển của trường tại Việt Nam, việc tôi đến đây làm việc ở vị trí hiệu trưởng không phải là quyết định gần đây mà đã được ấp ủ trong gần 8 năm thời gian.

Vi sao bà cho rằng việc mở trường tại Việt Nam là một quyết định táo bạo của RMIT?

Thông thường, nhìn ra hội ở nước ngoài, các trường khác chỉ nghĩ đến chuyển mô hình phòng đại diện hoặc chương trình liên kết và đưa giáo sư qua giảng dạy rồi trở về. Trong khi đó, RMIT lại mở hẳn cơ sở vật chất hiện đại hoạt động ngay tại Việt Nam với tổng số vốn đầu tư ban đầu là 25 triệu USD.

Xin hỏi, bà có từng đến Việt Nam trước đây? Ấn tượng lúc bấy giờ trong bà là gì?

Có. Trước lúc sang, mọi người có nói cho tôi biết về bà điều Việt Nam gây ấn tượng với người nước ngoài, đó là con người rất dễ thương, họ ăn rất ngon và giao thông rất hỗn loạn (Cười). Mọi người đã nói đúng và tôi cảm nhận được tất cả điều đó khi lần đầu đến Việt Nam. Tuy nhiên, tôi không quá bất ngờ, hoàng sự trước tình hình giao thông của Việt Nam bởi tôi đã có 12 năm sống và làm việc tại các nước châu Á là Hong Kong và Macau.

TRƯỚC SỰ MÌNH MƯA

Sự mệnh của bà cương vị Hiệu trưởng kiêm Tổng Giám đốc của RMIT Việt Nam là gì? Niềm tin nào để bà có thể hoàn thành sự mệnh ấy một cách tốt nhất?

Sự mệnh của tôi tập trung vào ba mục tiêu chính. Thứ nhất là phát triển số lượng sinh viên tại TP.HCM và Hà Nội. Chúng tôi muốn tăng số lượng sinh viên Việt Nam, sinh viên các nước trong khu vực và cả sinh viên ở châu lục khác thông qua những chương trình trao đổi giáo dục đào tạo. Thứ hai là nâng cao chất lượng, dù chương trình giảng dạy của chúng tôi đã đạt chất lượng quốc tế cao nhưng tôi vẫn muốn nâng lên một tầm cao đồng đều tất cả hoạt động, từ chương trình đào tạo, phương pháp giảng dạy, quy trình tổ

chức, cơ sở vật chất và đội ngũ nhân viên. Thứ ba là tạo nên sự khác biệt, tôi muốn mọi người đều dễ dàng trả lời được câu hỏi: Điều gì tạo nên sự khác biệt của RMIT Việt Nam? Một trong những yếu tố tạo nên sự khác biệt là mối quan hệ chặt chẽ với giới doanh nghiệp, họ sẽ có thông tin cập nhật thực tế cho chương trình giảng dạy của chúng tôi. Yếu tố nữa là hoạt động giảng dạy thực tiễn của trường rất cao giúp sinh viên có được những kỹ thuật, kiến thức, kỹ năng cần thiết để sau tốt nghiệp có thể làm việc ngay.

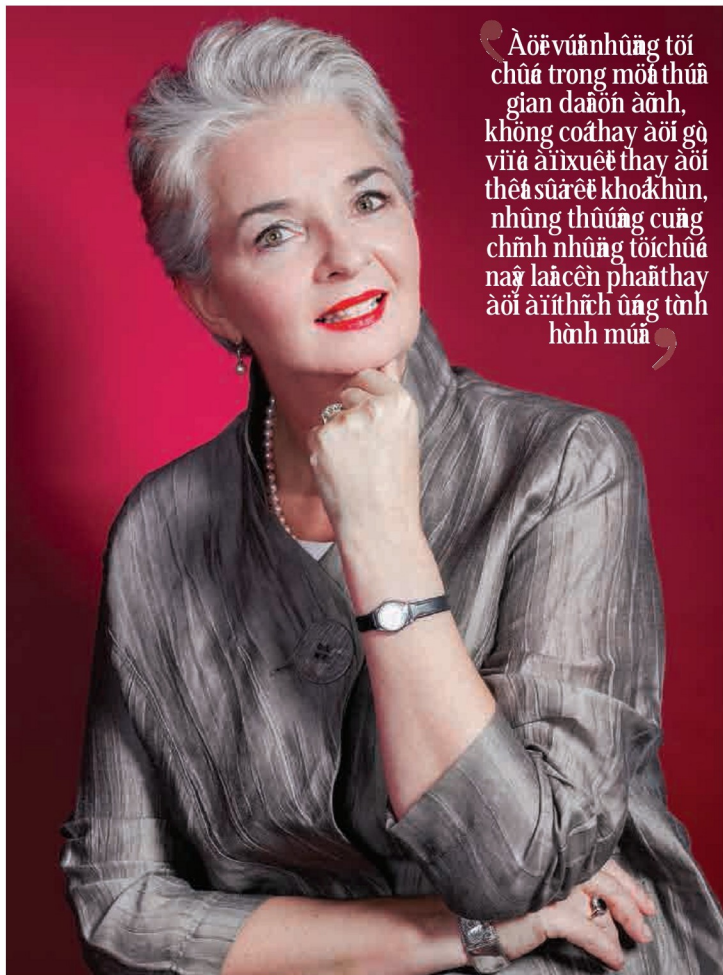
Giả sử trước một quyết định là hoàn toàn tin tưởng là đúng đắn, nhưng có đồng lại phản đối, vậy trong trường hợp này, bà sẽ làm gì, chiều theo họ hay vẫn giữ ý mình?

Điều quan trọng là mình phải nêu rõ lý do vì sao cần có những thay đổi đó và cho mọi người biết rõ lợi ích của sự thay đổi này. Tôi vẫn thực hiện quyết định cuối cùng của mình bởi tôi biết rằng kết quả sẽ mang lại lợi ích cho tổ chức. Những quyết định dựa trên nguyên tắc điều gì tốt cho trường và lợi ích mang lại cho sinh viên sẽ lâu dài. Đối với những tổ chức trong một thời gian dài ổn định, không có thay đổi gì, việc đề xuất thay đổi thật sự rất khó khăn, nhưng thường cũng chính những tổ chức này lại cần phải thay đổi để thích ứng tình hình mới.

Dù đã có kinh nghiệm nhưng tôi cũng cần có những nguyên liệu phù hợp, giống như việc làm bánh vậy. Một trong những nguyên liệu đầu tiên tôi đang có là đội ngũ lãnh đạo cấp cao không chỉ giỏi mà còn khác biệt với tôi. Thứ hai là chúng tôi tạo được môi trường tự do, thoải mái để mọi người thảo luận và đề xuất ý kiến. Thứ ba, tôi cần có nhiều thông tin về số lượng sinh viên hiện tại, các em từ đâu đến, và những dữ liệu khác giúp tôi đưa ra những quyết định đúng. Với vai trò người lãnh đạo, tôi cần xác định rõ mục tiêu và chiến lược phát triển của trường để mọi người có thể đáp ứng tất cả mong đợi đó.

Chiến lược công bố mới đây của RMIT Việt Nam có mục tiêu nâng số lượng 6.000 sinh viên thành 15.000 vào năm 2020. Bà có thể chia sẻ hành động cụ thể để biến con số mục tiêu ấy thành hiện thực?

Để đạt mục tiêu đó, chúng tôi sẽ tập thêm nhiều cơ hội cho sinh viên có thể theo học tại trường, ví dụ như chương trình liên thông, hoặc cho phép học sinh lớp 12 của những trường phổ thông chất lượng ở Việt Nam đăng ký học một môn học ở RMIT và có thể chuyển đổi tín chỉ khi theo học chương trình đại học tại RMIT sau này. Ngoài ra, chúng tôi cũng tăng cường tuyển sinh viên trong khu vực và đề xuất một số chương trình giảng dạy mới. Chúng tôi cũng tạo cơ hội cho sinh viên tham dự chương trình trao đổi tại các cơ sở khác của RMIT trên thế giới để tích lũy kinh nghiệm quốc tế.



À ò ò v ù ã ñ h ù ã g t ò i
ch ú a t r o n g m ò a t h ú a
g i a n d a ñ ò n ã ñ h ,
k h ò n g c ó a t h a y ã ò i g ò
v i ù ã ã i ñ x u e t t h a y ã ò i
t h e a s ù a r e t k h o á k h ù n ,
ñ h ù n g t h ú u ã g c u a ñ g
c h ì n h ñ h ù ã g t ò i c h ú a
n a y l a ñ c ã n p h a ñ t h a y
ã ò i ã i ñ t h ã c ù ã g t ì n h
h ì n h m ú a

Những người Việt Nam cho rằng RMIT Việt Nam là trường danh cho con nhà giàu. Điều này có là thách thức cho việc gia tăng số lượng sinh viên trường của bà?

Việc học ở RMIT Việt Nam không tốn kém nhiều như đi học, và theo tôi, giáo dục không nên chỉ dành cho những người khá giả. Đây cũng là thách thức lớn đối với Việt Nam. Vì vậy, trong giới thiệu thông tin về trường, chúng tôi cần nhấn mạnh những giá trị mà trường mang lại cho sinh viên, ví dụ như khả năng tìm được việc làm ngay sau khi tốt nghiệp. Đồng thời, chúng tôi sẽ tìm thêm nguồn tài chính để tạo thêm nhiều cơ hội học bổng cho sinh viên Việt Nam. Một điểm đáng lưu ý nữa là tất cả lợi nhuận chung từ thu từ hoạt động giáo dục tại đây đều được tái đầu tư vào phát triển nhà trường chứ không gửi về Úc. Thật sự mà nói, như tôi vừa đề cập ở trên, với cùng chất lượng giáo dục để lấy bằng cấp quốc tế, học ở Việt Nam rẻ hơn nhiều so việc sang Úc. Đó chính là cơ sở hoạt động của RMIT, cung cấp bằng cấp quốc tế ngay tại Việt Nam.

ÀÀÀ ÀÀÀ TRONG KINH DOANH

Số với các ngành nghề khác, việc điều hành một trường đại học có khác biệt?

Sự khác biệt chỉ một chút xíu thôi (Cười). Tôi phải nói là rất giống nhau trong việc quản lý một trường đại học và doanh nghiệp. Điểm khác biệt nhỏ nằm ở chỗ chúng tôi được vinh dự khi đứng ở vai trò giúp đỡ người khác đạt được ước mơ của mình, góp phần đào tạo thế hệ tương lai.

Được biết bà sẽ ra mắt một cuốn sách thú vị mang tên Đạo đức kinh doanh: Cách tiếp cận đương đại, bà có thể chia sẻ thêm về cuốn sách này?

Ồ, câu trả lời của tôi có thể sẽ rất dài vì thế bạn nhớ nhắc tôi dùng lại để không mất quá nhiều thời gian nhé (Cười). Đạo đức kinh doanh: Cách tiếp cận đương đại là một giáo trình dành cho sinh viên đi kèm một website cùng tên do Nhà xuất bản Đại học Cambridge phát hành. Cuốn sách có 12 chương và bao gồm 4 phần chính: các khái niệm về đạo đức kinh doanh, đạo đức trong các lĩnh vực chức năng, làm thế nào để đưa ra quyết định kinh doanh có đạo đức, làm thế nào để xây dựng văn hóa có đạo đức trong tổ chức.

Có thể nói, việc cân bằng giữa chuẩn mực đạo đức với lợi nhuận kinh doanh quả là khó khăn...

Hoạt động doanh nghiệp được xây dựng chủ yếu dựa trên lòng tin, đó là lòng tin giữa khách hàng, người cung ứng sản phẩm, những nhà đầu tư

và nhân viên. Cho nên, những hành động không mang tính đạo đức trong kinh doanh sẽ làm ảnh hưởng đến lòng tin đó, đồng thời có thể làm nguy hại chính doanh nghiệp đó về lâu dài.

Bà có “kính tâm nam” nào dành cho doanh nghiệp để họ không sa đà vào lợi nhuận mà bất chấp đạo đức kinh doanh?

Một trong những nguyên tắc có thể khiến họ đi đúng đường trở lại là căn cứ vào giá trị họ muốn theo đuổi và tự đặt câu hỏi hành động của họ có đi ngược giá trị họ tin tưởng, có đúng, có công bằng hay không. Một câu hỏi khác họ có thể đặt ra cho mình là tôi có muốn người ta làm như vậy đối với tôi hay không. Họ cũng có thể nghĩ đến việc nếu như điều đó được nhiều người cùng chọn làm thì liệu nó có trở thành thói không tốt ảnh hưởng đến toàn ngành của mình hay không. Áp lực đạo đức kinh doanh có thể đến từ nhiều phía, từ bản thân người lãnh đạo, đối ngừ nhân viên, khách hàng... và cũng có thể đến từ phía chính phủ.

Là một người có thâm niên trong ngành giáo dục, cuộc sống bình thường của bà có bị giới hạn trong khuôn khổ của những nguyên tắc?

Không hẳn, nơi tôi làm việc đã khuyến khích tôi phải luôn sáng tạo. Cảm ơn bà về cuộc trò chuyện cởi mở và những chia sẻ thú vị! ☺



Người phụ nữ của gia đình

Giáo sư Gael McDonald có hai bé song sinh út 6 tuổi. Ước mơ của bà là bà phải thường xuyên đi công tác và làm việc từ những nơi xa xôi, nên cô đã quyết định mua một chiếc xe hơi để đi công tác. “Chúng tôi không làm trong ngành giáo dục, nhưng ước mơ của chúng tôi là khi giúp tôi làm việc và đi công tác, ông ấy cũng đi công tác giáo dục. Thế nên, chúng tôi có công việc và sự nghiệp của mình, nhưng ông ấy cũng đi công tác rất nhiều”, Giáo sư Gael McDonald chia sẻ.

benefit
SAN FRANCISCO

640.000 VNĐ
Ra mắt tháng 6/2014

5'6"

5'0"

4'6"

4'0"

Bút kẻ mắt

they're *Real!*
push-up liner

LASH-HUGGING GEL LINER PEN

Bút kẻ mắt dạng gel **LẦN ĐẦU TIÊN** xuất hiện!
Giải quyết xong ngay một trong những vấn đề
trang điểm nan giải nhất - kẻ viền mắt!

Bút kẻ mắt **they're *Real!* push-up liner** ôm trọn
bờ mi để bất cứ ai cũng có thể vẽ được viền mắt
hoàn hảo cực kỳ dễ dàng.

Đường kẻ căng sát, mắt càng to hơn!

3 lý do khiến sản phẩm này *Chức Sứ*
đột phá trong công nghệ làm đẹp:

1. Công thức gel màu đen không thấm nước,
không lem và không bị khô.
2. Kẻ mắt gel bằng một cây bút!
3. Đầu bút công nghệ sáng tạo AccuFlex™ giúp
việc vẽ viền sát mí mắt **CỰC KỲ DỄ DÀNG!**

benefit

they're *Real!* push-up liner

f Benefit Cosmetics Vietnam b benefitcosmeticsvietnam

Parkson Saigon Tourist, 35Bis-45 Lê Thánh Tôn, Quận 1 – ĐT: (08) 361 000 56.

Parkson Hùng Vương, 126 Hùng Vương, Quận 5 – ĐT: (08) 361 000 58.

Chịu trách nhiệm đưa sản phẩm ra thị trường: Công ty TNHH I Beauty Việt Nam

Địa chỉ: Phòng 2, Tầng 6, Tòa nhà Centre Point, 106 Nguyễn Văn Trỗi, Phường 8, Quận Phú Nhuận, TP.HCM.

Quản lý NHÂN VIÊN CÁ TÍNH

Sẽ đi đâu hùn nhữ về
hành công ty mà không
quan lý con người, nhất là
khi bắt vung phải những
cá tính mà mình mà. Nhưng
điều này sẽ không xảy ra, vì
con người là nhân tố quyết
định nên việc tìm cách
quan lý cá tính dưới nhữ là
lưu tâm duy nhất

1 TỪ HẢO THAM QUÁ

"Narcissists" là khái niệm để chỉ những người luôn thói phòng tâm quan trọng của chính mình và khao khát thu hút sự chú ý cũng như lời khen ngợi đặc biệt từ người khác. Đây chính là những người muốn biến mình thành "trung tâm vũ trụ", không quan tâm người khác đang và sẽ nghĩ gì. Vì thế, đây sẽ là nhược điểm lớn khi môi trường làm việc nhóm đòi hỏi sự thấu hiểu và hợp tác lẫn nhau. Bạn sẽ làm gì với trường hợp này? Việc trò chuyện cùng nhân viên về việc làm của họ khiến người khác cảm thấy thế nào hoặc gây thiệt hại ra sao cho công ty sẽ dễ dàng với một số người. Nhưng, bạn sẽ gặp khó khăn với người có xu hướng tự kiêu, tự hào thái quá về bản thân vì họ thường nhạy cảm trước những lời chỉ trích, chê bai. Họ khó chấp nhận và có thể dẫn đến hành động bột phát. Tuy nhiên, bạn cũng phải thừa nhận rằng, họ sẽ làm tốt khi ở vị trí dẫn đầu nhóm, họ sẽ nghiêm túc với quyền lực được nhận, đánh giá cao nó và cố gắng chăm chỉ để hoàn thiện vai trò của mình. Hãy cắt nhắc và làm gương cho họ.

2 THÌ Ề NHÌT QUẢN

Có những nhân viên hùa hên giúp bạn giải quyết vấn đề của dự án, nhưng chưa đến ngày bắt đầu, họ lại thay đổi ý định, rút lui và rồi đến phút cuối xuất hiện bất ngờ. Đây cũng có thể xem là một biểu hiện của sự tức giận được kiềm nén, họ bằng lòng nhưng lại hay suy tính và để cơn giận lần lại khiến họ có thể bỏ mặc bạn bất cứ lúc nào. Các chuyện gia cho rằng biểu hiện rối loạn này khiến họ không thể nhất quán theo điều đã quyết định. Và bạn cảm thấy gì khi làm việc với họ, một cái bóng mờ mờ đang treo lơ lửng trên đầu? Đúng, vì bạn rất khó nắm bắt được họ, bạn bồn chồn không hiểu liệu họ có thay đổi nữa không...

Không giống như "narcissists",тип nhân viên này có sự đồng cảm và cũng muốn thăng tiến trong công việc, bạn có thể sử dụng cả hai đặc điểm này để thúc đẩy họ. Nên nói chính xác, thẳng thắn nhưng yêu cầu bạn cần từ họ và khi nào. Điều này giúp họ xác định được điều cần làm và chỉ tập trung cho việc được yêu cầu theo đúng thời hạn. Mặt khác, họ cũng không có nhiều thời gian trống để suy nghĩ vấn đề.

3 NGƯỜI TẠO TIN AỒN

Ở môi trường công sở, khó tránh một hoặc vài nhân viên có thói quen tạo nên những tin đồn, những thông tin nóng hổi với đa số người nghe mà nội dung phần lớn là để cập đến bạn, sự của họ. Khi phát hiện mình chính là trung tâm của câu chuyện, bạn sẽ làm gì? Lời khuyên chính là đừng để bị hút sâu vào câu chuyện bằng cách đính chính, ngăn cấm vì điều đó vô hiệu. Bạn càng ngăn cấm, họ càng tò mò, tốt nhất hãy làm hài lòng tất cả mọi người với hình tượng người sắp gương mẫu, nếu bạn tốt thì họ chẳng có gì để nói xấu.

Mặt khác, nếu xét về mặt tích cực, việc tạo nên tin đồn cũng là cách thu hút mọi người cùng bàn luận về một chủ đề một cách hàng say. Thế thì tại sao bạn không tạo cho họ vấn đề để bàn luận. Đây chính là cách tạo môi trường "sạch" cho những ai thích trò chuyện, chia sẻ và thảo luận. Nhờ đó tạo mối liên hệ, đoàn kết lẫn nhau. Hoặc, với người có khả năng lôi kéo người khác, hãy thử giao nhiệm vụ tiếp thị bán hàng cho họ xem sao.

Một quy tắc mà các nhà lãnh đạo giỏi luôn truyền tai nhau chính là hãy cho nhân viên thấy thái độ của bạn đối với họ. Nếu bạn là một người lãnh đạo, hãy cho nhân viên thấy thái độ của bạn đối với họ. Nếu bạn là một người lãnh đạo, hãy cho nhân viên thấy thái độ của bạn đối với họ. Nếu bạn là một người lãnh đạo, hãy cho nhân viên thấy thái độ của bạn đối với họ.



4 KHOA KỖ M SOAAT CUN GIEN

Một số người đối phó với những căng thẳng tại nơi làm việc bằng cách buộc tội đồng nghiệp, là hết người khác về một sai sót nào đó và thường để cho cảm giác tự giác tự do hoàn toàn. Đây là một trong số các tính cách khó khăn nhất mà bạn phải đối phó và cần sớm can thiệp vì khi giận dữ, họ không còn biết đâu là giới hạn, dễ trở nên hung hăng và làm ảnh hưởng đến môi trường làm việc chung.

Khi bạn đứng đầu công ty, bạn không nên để mình bị ảnh hưởng bởi cơn giận dữ do vì bạn sẽ cư xử giống như họ, nóng nảy và vội vàng. Bạn nên cố nhân viên khác dần xếp chuyện này bằng cách trò chuyện, chia sẻ hoặc buộc họ có thái độ kiềm chế để họ biết biểu hiện giận dữ đó không được chấp nhận. Bạn cũng nên giới thiệu để họ được tư vấn tâm lý với chuyên gia. Nên cho họ thấy thái độ dứt khoát rằng, sự bùng phát của họ sẽ can thiệp thẳng tiến đồng thời kéo theo sự đi xuống trong văn hóa công ty.

5 HAY MÙA CẢM TỒI LỖI

Nếu bạn chuyển công việc đã phân công cho họ sang một người khác khi họ chưa kịp hoàn thành, bạn có thể vừa làm tổn thương nhân viên của mình. Đặc biệt, với một người dễ mặc cảm tội lỗi càng khiến tâm trạng họ trở nên nặng nề, họ cho rằng bạn xem thường khả năng của họ. Thậm chí, không chỉ với bản thân, họ đôi khi còn "gian lận" đồng nghiệp, người vừa được đảm nhận công việc đó. Để giúp công việc trôi chảy hơn, hãy để họ chịu trách nhiệm những dự án độc lập hoặc một khâu riêng lẻ vì họ khó thành công với những dự án có đồng nghiệp tham gia. Ngoài ra, hãy cho họ biết họ đang không nhận được thái độ rằng họ tự ti của mình có thể khiến đồng nghiệp không thoải mái và vì vậy công ảnh hưởng xấu đến công việc chung. Trò chuyện để họ biết rằng, họ đã làm tốt công việc và việc chuyển giao cho nhân viên khác chỉ là sự trợ giúp cần thiết nhằm có kết quả hoàn hảo nhất.

Tổng Giám đốc, Công ty TM DV và Đầu tư TDM,
NGUYỄN THỖ HỒNG HƯNG:

KINH DOANH lành mạnh

Một cuộc đời đầy trải nghiệm và những bài học quý giá, những ước mơ và khát vọng, những nỗ lực và cống hiến, những thành công và thất bại... Tất cả đã tạo nên một con người mạnh mẽ, kiên trì và không ngừng vươn lên.

BỮA ĐẦU TỪ CON SỐ 0

Bước chân vào thương trường đầu năm 1989, với chí, đây là dấu ấn rất sâu đậm. Từ một cô gái Thanh Niên Xung Phong (TNXP) 13 tuổi quân chỉ biết cầm rựa, cuốc, xẻng đào kênh, đắp đê, xây vùng kinh tế mới, chị được trang bị lý luận chính trị và kiến thức cơ bản về kinh tế kinh doanh ở Trường Đảng Nguyễn Ái Quốc. Sau hai năm với vốn kiến thức kinh doanh ít ỏi đó, chị đã đạt nguyện vọng thành lập xí nghiệp may nhằm mục tiêu giải quyết việc làm cho 4.000-5.000 công nhân do chưa từng có kiến thức về may mặc. Chị chỉ nghĩ đơn giản rằng, phải làm gì đó để tạo được nhiều việc làm cho đồng đội TNXP và làm ra của cải cho xã hội.

Thế là, chị bắt đầu trong sự phân vân của lãnh đạo, với "vốn" chính là từ quyết định thành lập xí nghiệp. Phải tự thân vận dụng, chị gò của từng người bạn, tận dụng các mối quan hệ để học làm nghề may, mượn một góc kho làm nhà xưởng và dùng vốn vay 20 triệu VND vay được mua trang thiết bị, đào tạo thợ may... Bằng lòng nhiệt thành và tâm huyết, trong vòng 3 tháng với 30 công nhân, xưởng của chị cho ra đời những sản phẩm đầu tiên, những sản phẩm may đường thẳng đơn giản: quần, bông, mền, quần trang cho lực lượng TNXP.

Không thể kể hết những khó khăn chị cùng công nhân đã trải qua lúc bấy giờ, nhưng bầu nhiệt huyết sôi sục của chị đã lan tỏa đến họ, nên dù lương ít hay phải thức sáng đêm... mọi người đều cùng nhau nỗ lực. Rồi khó khăn mới lại xuất hiện: May xong quần trang, xưởng sẽ không còn việc làm! Thế là, chị mạnh dạn ngỏ lời và trở thành vệ tinh nhận may những sản phẩm đơn giản của Công ty May Việt Thắng. Với sự đầu tư này, chị tiến thêm một bước dài hơn tới mục tiêu ban đầu. Thế nhưng, khi mọi thứ tưởng sắp đến đích, tai họa bất ngờ ập xuống. Đơn vị đang "ngần nhen lửa" của chị bỗng nhận được quyết định giải thể. Sự hụt hẫng, ngạc nhiên bao trùm đơn vị. "Quản lý như sơn", chị đành ngậm ngùi nhận toàn bộ nhân viên phải nghỉ việc. Suốt những năm tháng sau này, cú sốc đó vẫn để lại trong chị nỗi đau day dứt khôn nguôi.

RÚA BỌA NGÔI VÀNG

Cuộc đời luôn có những bước ngoặt và cả những ngã rẽ bất ngờ. Năm 1996, sau khi xí nghiệp may bị giải thể, lúc này liên hiệp Hợp tác xã Thương mại TP.HCM (Sài Gòn Co.op) chuyển đổi mô hình từ hoạt động tín dụng sang kinh doanh bán lẻ hiện đại, xây dựng chuỗi Siêu thị Co.opmart và chiêu mộ nhân sự. Chị được chọn vì lòng nhiệt huyết và sự nỗ lực cho mục tiêu chung. Thời điểm này, nhiều đồng đội của chị đang là lãnh đạo quản lý nhà nước hoặc các dự án như Khu Nam Sài Gòn, tuyến đường Điện Biên Phủ mở rộng, Lê Thánh Tôn nối dài... đã khuyến khích nên về các lĩnh vực trên. Nhưng, như đã được định sẵn số mệnh chị gắn bó với nghiệp kinh doanh hàng tiêu dùng, chị quyết định từ bỏ vị trí Phó Giám đốc Công ty Đầu tư Xây dựng Gienco để về đầu quân cho Saigon Co.op.

Chị bắt đầu tìm kiếm địa điểm, sửa chữa mặt bằng và cùng Sài Gòn Co.op khai sinh Siêu thị Co.opmart Hậu Giang (Q.6, TP.HCM), siêu thị thứ ba của Co.opmart. Tiếp đó là Co.opmart Đầm Sen, rồi đến Co.opmart Thăng Lợi thành công vang dội. Với khí thế hưng hực đó, chị được mệnh danh là "Hương xe tăng", người luôn cần quét mọi khó khăn trở ngại khi đã xác định mục tiêu. Lúc này, vấn đề bức thiết của hệ thống Co.opmart là khai thác nguồn hàng cung ứng cho toàn hệ thống, và một lần nữa, chị được đặt vào vị trí then chốt: Trưởng phòng Kinh doanh Sài Gòn Co.op. Với đã tiến đó, chị không nghĩ sự nghiệp đang tiến triển lại gặp bước ngoặt mới.

Cuối năm 2001, thị trường thời trang nội địa tràn ngập hàng Trung Quốc. Trước tình hình đó, Tổng Công ty Dệt may Việt Nam (TCT DMVN) quyết định thành lập chuỗi siêu thị, của hàng bán lẻ thời trang Việt Nam. Lãnh đạo tổng công ty nhờ đến cái tên Hồng Hưng, cô gái TNXP 10 năm về trước đã có "duyên" với ngành dệt may. Vượt qua những băn khoăn lợi ích và cân nhắc vị thế hiện có không dễ đạt được ở Saigon Co.op, một lần nữa, chị quyết định rời bỏ "ngôi vàng" nhiều người mơ ước ở tuổi 45 để bắt đầu một trang mới, thành lập hệ thống Siêu thị Vinatex.

“Cả tôi còn lại sau 22 năm
cộng hòa xã hội chủ nghĩa
trại rèn. Sầu khổ tròn nên nặn
vừa qua kho khăn, không
so ào kẻ của, luôn hữu ái
tủi lòng ch chung, lòng nhĩ
huyệ va ãnh thên la quan
rụng cuố sống tui àp va
coã nhĩn vĩa ãi la m”

MỖI LẦN NỮA CHIA TAY

Khi bắt tay xây dựng Vinatexmart, vốn liếng của chị công chỉ là một tờ quyết định thành lập và một tầng nhà được TCT DM VN cho ở nhờ làm trụ sở. Vạn dụng những bài học đã kinh qua, chị bắt đầu xông pha trận chiến mới. Nếu ngày trước khó khăn về kiến thức, thì bây giờ kiến thức hàng dệt may hay bán lẻ đã có nhưng cái khó là làm thế nào để người tiêu dùng trong nước chấp nhận và ủng hộ hàng Việt Nam trong khi sản phẩm trong nước còn nhiều khiếm khuyết. Quả thực khó để tin chị sẽ thành công. “Nhiều người trong ngành tuyên bố sẽ chóng mặt chờ xem bà Hương mua kiểu gì! Còn thì phải vay mượn từng đồng để chi lương, mua những thiết bị tối thiểu làm phương tiện làm việc”, chị chia sẻ. Hai cửa hàng đầu tiên tại Đồng Tháp và Siêu thị Sài Gòn sau một tháng kinh doanh đã có lãi. Cảnh của thành công hé mở, chị mạnh dạn thâm nhập thị trường miền Bắc. Vượt qua những lời bình luận thiếu thiện chí và thái độ cản trở của không ít đồng nghiệp, tháng 6/2002, cửa hàng 25 Bà Triệu, Hà Nội ra đời, thành công vượt trên mong đợi với doanh thu mỗi ngày từ 300-500 triệu VND, gấp 10 lần cửa hàng tại TP.HCM.

Nhận định thị trường này sẽ là mảnh đất màu mỡ của hàng dệt may Việt Nam, chị tập trung khai trương hàng loạt cửa hàng ở miền Bắc. “Cứ thế, thưa tháng xong lên, từ 3 cửa hàng ít ỏi, sau 10 năm (2001-2011), hệ thống Vinatexmart đã ngập ngừng 60 cửa hàng, siêu thị khắp cả nước. Là nơi tiêu thụ sản phẩm của 300 nhà sản xuất dệt may trong nước, từ dệt đồng nghiệp gọi là “Hương thời trang”, chị cho biết. Với khi thế hưng hực, toàn đơn vị và cả nhà sản xuất hào hực chuẩn bị chào đón Trung tâm Thương mại Thời trang Việt Nam với quy mô 10.600m², tọa lạc tại 300 Nguyễn Tất Thành, Q.4, TP.HCM. Khi mọi việc tưởng chừng “thuận buồm xuôi gió”, giữa lúc nhiều dự án đang được triển khai, một lần nũa “bầu nhiệt huyết chảy bóng lại bị dội một gáo nước lạnh”. Trong sự ngỡ ngàng, chị nhận được yêu cầu bàn giao toàn bộ dự án vừa được hoàn tất thủ tục pháp lý.



Dù sắp đến tuổi nghỉ hưu, nhưng với sức khỏe tràn đầy, đang làm tốt công việc và nhiều dự án còn đang dở, chị vẫn miệt mài công cộng việc bằng lòng đam mê như thuở ban đầu mới đặt chân về xây nên gạch đầu tiên để hình thành hệ thống Vinatexmart. Thế rồi, từ quyết định nghỉ hưu được ban hành cuối năm 2011. Chị đã tạm biệt hoạt động điều hành tại các doanh nghiệp nhà nước với niềm luyến tiếc, sự lo âu công việc còn dang dở... cùng nhiều dấu chấm hỏi trong đầu.

TÂM TÌNH TRẠNG MÚA CHO CUỘC SỐNG

Chị chia sẻ: "Cái tôi còn lại sau 22 năm cống hiến là cách sống được trui rèn. Sự kiên trì nhẫn nại, vượt qua khó khăn, không so đo kén chọn, luôn hướng tới lợi ích chung, lòng nhiệt huyết và tinh thần lạc quan rằng cuộc sống tươi đẹp và có rất nhiều việc để làm". Giờ đây, Hồng Hương đang đảm nhận vai trò Tổng Giám đốc Công ty CP TM DV và Đầu tư TDM, đơn vị chủ quản chợ Thủ Dầu Một, Bình Dương. Nhiều người thắc mắc, tại sao chị không chọn ở thành phố? Đơn giản vì mảnh đất Bình Dương còn mang nhiều nét thôn quê, khơi gợi trong chị kỷ ức thời thơ ấu được đi chợ với mẹ, với bà. Mặt khác, chị chọn khai thác chợ vì: "Trong quá trình nghiên cứu hệ thống bán lẻ hiện đại, tôi cảm tình hiểu về chợ truyền thống. Tôi nhận thấy nhiều nước văn minh vẫn tồn tại chợ truyền thống với những đổi mới phù hợp. Giữ lại những nét cổ truyền độc đáo đồng thời kết hợp những tiêu chuẩn hiện đại vẫn thu hút khách hàng tốt". Công việc mới giúp chị gần gũi với tiểu thương, chia sẻ, giúp họ nhận ra thế mạnh cần phát huy và thay đổi những nhược điểm của chợ truyền thống. Chị kỳ vọng, khi chợ Thủ Dầu Một hoạt động ổn định, chị có thể phát triển mô hình này tại TP.HCM và các tỉnh thành khác. Với chị, được làm việc là niềm đam mê nên hầu như

chị không bao giờ bằng lòng cái đang có và luôn muốn hướng tới sự hoàn thiện nhất.

Không chỉ đầu tư, khai thác chợ, chị Hương thừa nhận mình "ngại" đi chợ, đi siêu thị và nấu ăn. Đi chợ có khi để mua đồ dùng, thực phẩm, có khi chỉ vì yêu thích không khí thân quen của chợ. Thậm chí, có những ngày cuối tuần, chị ra vào chợ vài ba bận để ngắm nghía, trò chuyện vui vẻ với các tiểu thương, chọn mua những nguyên liệu tươi về chế biến bữa ngon theo sở thích của ông xã. Từ những câu chuyện trong bữa ăn, chị để ý người thân thích ăn món gì, muốn khẩu vị thế nào và luôn dành ngay cuối tuần cho họ, một phần công là để bù đắp những lúc mỏi mệt công việc. **ĐỨC**



Text: THANH XUÂN - Photography: VINH VIK

Chìa khóa vàng

- Văn dùng trí tuệ để mở quan hệ và tranh thủ sự ủng hộ của chính quyền địa phương.
- Luôn sẵn sàng để mua tiêu dùng chất lượng tại lòng nhà ở thành, sẵn sàng tự mình công việc ở vùng nông thôn.
- Trong quá trình thuê nhà mua tiêu dùng khoanh khoanh sẵn thị trường, gây khó khăn của nông nghiệp, cấp trình và nhà nông cần trang bị công nghệ và của để thực hành tranh. Vì là một phần của thông tin thế chiến xác, xây dựng thói quen mua tiêu dùng. Đây là một và nhà nông những phương pháp nông nghiệp. Bình tĩnh, kiên trì và kiên nhẫn nhà nông tranh đấu trình trình tranh đấu và lợi ích chung.
- Cần tuân thủ và nắm bắt sự lãnh đạo kinh doanh. Xem trọng chất lượng và môi trường sống.
- Chọn đúng đối tác và đầu tư kỹ lưỡng sự phát triển.

OPENING
SOON

SURPRISINGLY DIFFERENT

July 16th 2014

Metropolitan 235 Dong Khoi

Dist.1, HCMC



nydcVietnam www.nydc.com.vn



CELEBRATE LIFE
EVERY DAY

Tổng Giám đốc, Family Medical Practice,
DR. RAFI KOT:

HOA SƯ BẢN NĂNG KINH DOANH

Bụng giống ai... hào hứng và... như huy hiệu, bác sĩ Rafi Kot chia sẻ những quan điểm
thảo luận về các nữ doanh nhân Việt và những trăn trở với sáng kiến cộng đồng nhiều hơn nữa
cho ngành y trên hạm mang có hòa khám, chữa bệnh tốt nhất đến tất cả bệnh nhân

KHÔNG COI TRÔNG HÀO NHOANG

Theo kế hoạch, trước năm 2016, ông sẽ mở thêm ba phòng khám
và khai trương bệnh viện, hiện tại dự án này đã đến đầu và có vướng
mắc gì không?

Không có gì thay đổi, dự án vẫn đang tiếp tục và sẽ khai trương
trong khoảng 6 tháng đầu năm 2016. Tuy nhiên công có không ít trở ngại.
Chẳng hạn, chủ trương của Bộ Y tế hay Bộ Kế hoạch và Đầu tư là tốt khi
muốn thu hút nhà đầu tư nước ngoài để phát triển hệ thống phòng khám,
bệnh viện tư nhân giúp người Việt có cơ hội được khám chữa bệnh trong
điều kiện tốt nhất mà không phải ra nước ngoài. Tuy nhiên, mâu thuẫn ở
chỗ khi nhà đầu tư hào hứng vào cuộc, họ lại e ngại bởi thủ tục rườm rà,
cơ chế quản lý nhiều quy định. Chỉ riêng việc thuê đất xây bệnh viện cũng
phải qua mấy cấp thẩm quyền phê duyệt với rất nhiều loại giấy tờ khác
nhau và thời gian chờ đợi kéo dài. Điều này khiến nhà đầu tư nản và mất
đan niềm tin vào tính khả thi của các dự án. Mặc dù vậy, tôi vẫn rất lạc
quan và vượt qua những trở ngại này. Tất cả điều này khiến tôi đôi khi tự
hỏi phải chăng các nhà đầu tư chăm sóc sức khỏe của người dân Việt Nam
nên được giải quyết tại một phòng khám ngoại trú trang bị thật tốt thay
vì cấp bệnh viện. Nói cách khác, có lẽ chúng ta nên giảm số lượng bệnh
viện và cần nhiều phòng khám ngoại trú chất lượng cao, đây cũng là đáp
án dễ dàng hơn, nhanh hơn và rẻ hơn.

Với trở ngại như vậy nói, theo ông, chúng gây bất lợi gì cho chính
những người Việt có nhu cầu khám chữa bệnh ở các bệnh viện tư
cáo cấp?

Chắc chắn rồi. Để hoàn thiện bệnh viện, chúng tôi phải chi khoảng 43
triệu USD (trong đó 30% là của cá nhân tôi bỏ ra), con số cao gấp đôi so
với chi phí xây dựng bệnh viện mới tại Bangkok (Thái Lan), đặc biệt các
trang thiết bị y tế nhập về Việt Nam giá luôn cao hơn nhiều, đôi khi lên
đến 200%. Thực tế là Việt Nam không cho phép nhập thiết bị y tế đa qua
sử dụng (mặc dù rẻ hơn 30%), điều này khiến quá trình trang bị tốn kém,

và khi các nhà đầu tư phải chi phí quá nhiều cho những thủ tục, thuê đất,
mua trang thiết bị... dĩ nhiên người sử dụng dịch vụ sẽ trả phí cao hơn.
Đáng buồn khi bệnh nhân phải chịu một phần các chi phí này trong việc
phí của họ... Họ mất đi cơ hội được chữa bệnh bởi các bác sĩ giỏi, giàu
kinh nghiệm và tận hưởng những tiện nghi tốt nhất.

Ngoài ra, tôi nhận thấy phần dành cho quy đầu tư về y tế trích từ
nguồn thuế là quá thấp. Chính điều này khiến người dân không có cơ hội
khám chữa bệnh tốt hơn, vì họ chỉ hưởng một phần rất nhỏ trong quy
danh cho y tế so với các nước khác. Có sự y tế, trang thiết bị không được
đầu tư đúng mức và thái độ phục vụ bệnh nhân của những bác sĩ tại các
bệnh viện công cộng chưa tốt. Đó là lý do nhiều người sang Thái Lan hay
Singapore để chữa bệnh, đó khi không phải vì trang thiết bị tốt hơn mà vì
thái độ của các bác sĩ trong nước khiến họ mất lòng tin. Trong khi thiết bị
của chúng tôi là ngang bằng với Thái Lan và Singapore, nhưng mọi người
lại sang đó chữa bệnh. Tại sao? Đó là sự tin tưởng trong việc điều trị cho
bệnh nhân, các bác sĩ luôn giải thích cho bệnh nhân rõ bệnh của họ, cho
biết bước tiếp theo cho việc điều trị là gì và thông báo kết quả chính xác.
Những điều này tạo nên niềm tin cho bệnh nhân. Tôi nghĩ rằng chúng
ta phải nhìn vào thái độ của các bác sĩ và cách giao tiếp với bệnh
nhân. Và tất nhiên tốt nhất nên là "Bác sĩ tốt điều trị tốt... chứ không
phải là những cái máy...".

Dùng như ông nói, nhiều bệnh nhân còn rất e ngại bác sĩ mặc dù
họ là khách hàng bỏ tiền sử dụng dịch vụ, tại nơi họ nên thay đổi suy
nghĩ này, còn ông, ông nghĩ gì?

Tôi nghĩ rằng tất cả là do thái độ phục vụ và kỹ năng giao tiếp. Tình
khuo ngạo thái quá, danh giá ở thời gian và không sẵn sàng giải thích cho
bệnh nhân, tất cả dẫn đến kết quả xấu. Tôi nghĩ rằng sự giao dịch và cách
xử lý phải được bắt đầu từ trong gia đình, liên tục trong các trường y khoa
và xây dựng mối quan hệ bác sĩ - bệnh nhân. Nếu bạn không có những
yếu tố này, bất kể bạn làm gì, bất kể bạn chẩn đoán chính xác như thế
nào, bệnh nhân cũng sẽ ra về trong thất vọng, tức giận và không được
biết rõ bệnh của mình. Điều này không tốt chút nào. Sau khi khám,

tôi thường ngồi lại với bệnh nhân người Việt Nam, hỏi họ có thắc mắc gì không và nhiều lần tôi nhìn thấy sự ngạc nhiên trong mắt họ. Câu trả lời luôn luôn là "không" một cách nhanh chóng. Khi tôi nói "Ok, vậy bây giờ tôi có một số câu hỏi, cho tôi biết điều bạn hiểu từ những gì tôi đã giải thích"... Và một cuộc đối thoại bắt đầu... Rất nhanh chóng cuộc thảo luận giữa bệnh nhân và bác sĩ sẽ trở thành một quan hệ hợp tác trong điều trị và sự hiểu biết. Đó là cách chúng ta nên làm.

Vậy theo quan sát của ông, hiện người Việt quan điểm thế nào về những phòng khám cao cấp với mức phí khá cao như Family Medical Practice?

Mọi người nên hiểu rằng, với 25 USD cho mỗi lần khám, bạn được khám và tư vấn bởi bác sĩ giỏi, trang thiết bị tốt nhất. Bạn chọn đúng tôi vì biết đây là phòng khám quốc tế, cũng giống như khi đi mua túi xách, bạn biết túi của Louis Vuitton đắt hơn Mango hay Zara. Đó là giá trị thương hiệu và chất lượng.

Ông có mời bác sĩ Việt cộng tác với mình?

Phòng khám chỉ có duy nhất một bác sĩ Việt từng làm việc tại bệnh viện Bạch Mai, Hà Nội. Tuy nhiên, vì bác sĩ này cũng có ba năm ở Mỹ nên tư duy rất cởi mở và phù hợp với môi trường làm việc của chúng tôi. Điểm yếu của các bác sĩ Việt Nam là khả năng ngoại ngữ, hầu hết bác sĩ muốn cộng tác với phòng khám đều không đáp ứng được tiêu chí này.

Với hầu hết bác sĩ là người nước ngoài, làm thế nào để Family Medical Practice gần gũi hơn với người Việt?

Người Việt đến phòng khám còn chưa nhiều. Vì thật sự định hướng của tôi là không quá tập trung vào quảng cáo, quảng cáo quá nhiều sẽ khiến người ta gia tăng kỳ vọng rồi rất dễ thất vọng nếu phòng khám không thỏa mãn được kỳ vọng này. Thay vào đó, tôi quan tâm đến hiệu quả của truyền miệng, bạn cứ đến phòng khám, sử dụng dịch vụ và thấy rằng nó vượt qua mong đợi, bạn sẽ hài lòng và muốn chia sẻ lại cho người khác ngay thôi. Đó là lý do tôi tập trung vào năng cao chất lượng thay vì những quảng cáo đẹp đẽ với những hào nhoáng bên ngoài. Chúng tôi có các y tá phiên dịch cho bệnh nhân Việt Nam và đây cũng là quy định của Bộ Y tế Việt Nam.

...nguy hiểm của
tôi là không nhận
mặt làm người trúa
lỗi của nhên viên.
Khi hoải, tôi chó
ra lỗi mỗi cách rết
thùng thum và luôn
cho hoải hoải
lầm tồ hún...

TÌM NHÒN NỮ DOANH NHÂN VIỆT

Với hơn 26 năm sống và làm việc tại Việt Nam, chắc ông cũng nhận thấy rất nhiều người chỉ đến bệnh viện khi bị đau ở đâu đó thay vì khám định kỳ tầm soát bệnh, nhất là phụ nữ. Theo ông, làm thế nào để thay đổi quan điểm này?

Cách đây bảy năm, tôi là người đầu tiên cho nhập máy chụp nhũ ảnh giúp tầm soát ung thư vú ở Việt Nam. Đây là máy rất hiện đại. Sau đó có một người phụ nữ có địa vị là bạn tôi ngỏ ý muốn tôi tài trợ cho một sự kiện có khoảng 500 khách mời, là các nữ nhân viên văn phòng, doanh nhân, nội trợ... Tôi cũng đã chuẩn bị tài liệu rất công phu nói rõ tại sao phải tầm soát ung thư vú. Tôi đã chuẩn bị 200 phần miễn phí khám và chụp nhũ ảnh. Và, báo đoàn xem có bao nhiêu phụ nữ quan tâm đến việc này?

Tôi nghĩ là khoảng 50%, đúng không thưa ông?

Ngược lại, tôi rất ngạc nhiên khi không một phụ nữ nào quan tâm đến việc tầm soát này dù họ thông minh, hiểu biết và xinh đẹp... Tôi đã trực tiếp hỏi và câu trả lời là: tôi không bệnh, tôi khỏe mạnh, tôi không có thời gian... Một số người định ninh rằng họ sẽ không bao giờ bị ung thư vú. Theo tôi, vấn đề đúng như bạn nói là họ chỉ đi khám khi bị đau ở đầu vú. Ngày nay, bệnh ung thư vú có tỉ lệ sống cao nhưng nó phụ thuộc vào việc phát hiện bệnh giai đoạn sớm. Ở giai đoạn trễ... là câu chuyện khác rồi. Và, chi phí điều trị cũng có thể trở thành vấn đề, thông thường họ chỉ mua bảo hiểm cho trẻ em, người già, đồng thời họ chỉ chọn bệnh viện thay vì phòng khám vì cảm thấy yên tâm hơn. Suy nghĩ này an sâu vào tiềm thức dù họ là những doanh nhân hay nhân sự cao cấp. Tôi cho rằng, phải mất

20 hay 30 năm nữa, tức khoảng vài thế hệ nữa, người Việt mới thay đổi suy nghĩ này. Tuy nhiên, rất may mắn là hiện tại cũng đã có nhiều người tin tưởng chọn phòng khám thay vì bệnh viện, dù cũng là một sự thay đổi đáng kể. Nhưng sắc đẹp mới là sự quan tâm hàng đầu của họ, kỳ thuật về botox có lẽ thu hút họ hơn việc tầm soát ung thư (Cười).

Ngoài chuyện họ ít chú tâm đến sức khỏe, trong số rất nhiều nữ doanh nhân hay nữ lãnh đạo người Việt ông từng tiếp xúc, họ để lại ấn tượng thế nào?

Tôi thấy phụ nữ Việt rất mê kinh doanh. Thậm chí, họ làm kinh doanh còn tốt gấp trăm lần nam giới. Đường như ở họ đã có sẵn bản năng kinh doanh. Đôi khi, tuy có những người không qua trường lớp chuyên ngành nào hoặc đạt các bằng cấp quản lý cao cấp và khởi điểm thật nhưng họ kinh doanh và điều hành công ty rất tốt. Họ rất có tầm nhìn, một tố chất vô cùng quan trọng ở vị trí lãnh đạo.

Đã qua rồi thời người phụ nữ Việt Nam gắn với công việc nội trợ, bếp núc, và nam giới trong gia đình phải ý thức rằng phụ nữ làm được nhiều hơn thế. Tôi hy vọng, trong tương lai khi họ thoát khỏi những suy nghĩ truyền thống một cách mạnh mẽ hơn sẽ có những người phụ nữ Việt nghĩ ra những điều mới mẻ và đi đầu thế giới.

CÙNG NHÊN VỚI N PHẠM TRIỂN N

Thế còn với các nữ nhân viên làm việc tại hệ thống phòng khám Family Medical Practice, ông đánh giá thế nào về sự đóng góp của họ?

Hơn 80% nhân viên làm việc tại phòng khám là nữ và nếu không có họ, hệ thống phòng khám cũng sẽ không được như ngày hôm nay. Tôi là người nội nhanh nên tôi nhận thấy, khi truyền đạt công việc, hầu như nhân viên nữ nắm bắt và hiểu vấn đề nhanh hơn so với các nhân viên nam. Họ công là những người gần bó đường dài với phòng khám. Và khi họ rời nơi đây để đến với một công việc khác, môi trường khác thường là vị trí cao hơn. Điều đó chứng tỏ rằng, Family Medical Practice là môi trường đào tạo để nhân viên có nền tảng tốt, đồng thời giúp họ hoàn thiện cả kỹ năng mềm lẫn kỹ năng cứng.

Đức tính nào ở những công sự nữ này khiến ông hài lòng nhất?

Họ nói tiếng Anh rất tốt, hiểu biết và hơn hết là rất tự tin. Sự tự tin giúp họ mạnh dạn, thoải mái trong giao tiếp, tương tác tốt với các bác sỹ và khách hàng là người nước ngoài.

Ông từng chia sẻ mình là người thẳng thắn, bộc trực và không thích vòng vo nhưng với tất cả mọi người hay có ngoại lệ nào không, chẳng hạn với nữ nhân viên?

Tôi không phải là người nóng nảy mà là bộc trực và thẳng thắn, nên nguyên tắc của tôi là không nhắm mắt làm ngơ trước lỗi của nhân viên. Vậy nên, nhân viên nào không chịu được áp lực sẽ khó làm việc ở đây. Khi họ sai, tôi chỉ ra lỗi một cách rất thẳng thắn và luôn cho họ cơ hội để làm tốt hơn.

Cảm ơn ông đã chia sẻ! 

Chỉ cần nhắn tin HVTT gửi 1404
là bạn đã đóng góp 8.000đ, cùng Quỹ Hiếu về Trái tim
giúp đỡ trẻ em nghèo bất hạnh tại Việt Nam



CHƯƠNG TRÌNH
“1.000.000 TIN NHẮN GIÚP TRẺ EM BẤT HẠNH”

Mọi chi tiết truy cập website: <http://www.hieuvetraitim.org> hoặc liên hệ số 083 601 6161

Tài trợ quảng cáo



Bảo trợ thông tin



7 lý do khiến nhân viên **NGHI VIỆC**

Vấn đề khiến nhiều nhà quản lý nhân sự đau đầu chính là việc giữ chân được nhân tài, hay nói một cách thực tế hơn trong tình hình kinh tế khó khăn, đoán được khi nào nhân viên sẽ rời bỏ công ty. Cùng tham khảo khảo sát của VietnamWorks về vấn đề này.



Dựa trên các khảo sát của công ty tư vấn nhân sự của Mỹ Right Management và công ty tuyển dụng trực tuyến hàng đầu Việt Nam VietnamWorks, những lý do nghi việc phổ biến nhất là:

1. GIẢM BIÊN CHẾ HOẶC THAY ĐỔI CƠ CẤU (54%)

Có đến 54% trường hợp nghi việc là do giảm biên chế hoặc thay đổi cơ cấu trong công ty. Điều này là hệ quả tất yếu của nền kinh tế suy thoái toàn cầu: các công ty buộc làm phải tinh giảm bộ máy nhân lực để tiết kiệm chi phí, hoặc cơ cấu lại các phòng ban để làm việc hiệu quả hơn trong một thị trường cạnh tranh khốc liệt.

2. TÌM THỬ THÁCH VÀ CƠ HỘI MỚI (30%)

Việc chán nản ở công việc hiện tại không phải là vấn đề mới với những nhân viên tài năng. Tại Việt Nam, đây là một trong những yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của nhân viên về công việc hiện tại. Theo một khảo sát của công ty tuyển dụng trực tuyến VietnamWorks, có đến 56,6% người được khảo sát không đồng ý rằng mình có thể đạt được công việc mà ước tính công ty mình đang làm. Có tới 55% người được phỏng vấn thể hiện cảm xúc từ rất không thích đến thờ ơ với công việc hiện tại.

Xây ra cơ sở này là kết quả của một quá trình tuyển dụng không hợp lý khi nhà tuyển dụng chỉ chú trọng đến khả năng của ứng viên mà không quan tâm đến sự phù hợp và hấp dẫn của công việc đối với ứng viên đó.

3. LÃNH ĐẠO KHÔNG HIỆU QUẢ (25%)

Không tài năng xuất chúng nào có thể phát huy sức mạnh dưới một sự lãnh đạo tồi. Nếu một công ty đang có trong tay những nhân tài tài năng nhất nhưng

hiệu quả công việc vẫn không như ý, hãy xem lại phương pháp lãnh đạo của mình. Liệu công ty có tạo điều kiện để nhân viên phát huy năng lực hay đang kìm hãm sự phát triển của họ? 25% nhân viên nghi việc do lỗi cho lãnh đạo cho việc hợp tác không hiệu quả.

4. QUAN HỆ KHÔNG TỐT VỚI NGƯỜI QUẢN LÝ (22%)

Người ta vẫn nói “công – tu phàn minh” tuy nhiên trong thực tế, đó là một điều gần như không tưởng. Nếu nhân viên có niềm khịch hay xích mích với một thành viên ở vị trí quản lý, họ có thể cảm thấy mình bị chen ép trong công việc, dẫn đến mất tinh thần làm việc và không tha thiết với công việc của mình nữa.

5. TÌM SỰ CÂN BẰNG GIỮA CUỘC SỐNG VÀ CÔNG VIỆC (21%)

Trong thời buổi khó khăn, nhiều công ty cố gắng tăng hiệu suất làm việc của nhân viên bằng cách kéo dài thời gian làm việc và tăng thêm trách nhiệm cho mỗi nhân viên. Điều này dẫn đến áp lực đè nặng lên vai người nhân viên, khiến họ cảm thấy cuộc sống đang đi chệch theo hướng quá chú trọng vào sự nghiệp và lo là cuộc sống riêng tư. Để có lối thoát, họ phải ra đi và tìm một công việc mới với những cam kết thời gian làm việc rõ ràng và cân bằng hơn. Đó là điều đã xảy ra với 21% nhân viên nghi việc được khảo sát.

6. ĐÓNG GÓP CHO CÔNG TY KHÔNG ĐƯỢC GHI NHẬN (21%)

Ngoài việc nhận được những góp ý tích cực để cải thiện bản thân, nhân viên cũng cần những lời khen công nhận những đóng góp của họ cho công ty. Không ai muốn nghe toàn những lời chê trách, cho dù là những

chê trách xác đáng. Hãy biết thưởng thường cho nhân viên một cách hợp lý, dù là chỉ bằng lời.

7. LƯƠNG VÀ CHẾ ĐỘ TỐT HƠN (18%)

Khá ngạc nhiên khi chỉ có 18% nhân viên nghi việc với lý do không hài lòng với lương và các chế độ của công ty. Điều này cho thấy tiền không phải là vấn đề quan trọng nhất trong quan hệ nhà tuyển dụng – nhân viên. Những công ty nhỏ với chế độ lương thường không cạnh tranh văn có thể tuyển được nhân viên tốt nếu biết tạo môi trường làm việc và phát triển phù hợp cho nhân viên.

GÓC GIỚI THIỆU THÁNG 7



VietnamWorks là nhà cung cấp các dịch vụ tuyển dụng trực tuyến lớn nhất Việt Nam, với hơn 100.000 lượt người truy cập vào website vietnamworks.com mỗi ngày. Hàng tháng, VietnamWorks có hơn 4.000 công việc mới do các công ty lớn nhất Việt Nam đang tuyển và có nguồn tài nguyên tốt nhất giúp người tìm việc có được công việc mơ ước và thăng tiến sự nghiệp. Đối với nhà tuyển dụng, VietnamWorks cung cấp các giải pháp tuyển dụng trực tuyến và một cơ sở dữ liệu với hơn 540.000 hồ sơ ứng viên, giúp họ tìm đúng người để phát triển kinh doanh. Sức mạnh của chúng tôi là giúp người tìm việc và giúp các công ty đạt được ước mơ của họ.

Mọi yêu cầu hay câu hỏi dành cho VietnamWorks từ độc giả tạp chí Nữ Doanh Nhân có thể được gửi về địa chỉ email: marketing@vietnamworks.com



NỮ DOANH NHÂN[®]

BUSINESS WOMAN MAGAZINE

*Fashion &
Beauty*



LY NHA KY

Hoa Xứng Rõng

Ở ai biết rằng Ly Nha Ky có bản lĩnh danh hoa xứng rõng và đây cũng là loài hoa yêu thích của cô. Đúng như cô nói rằng đồng giới người đẹp với loài hoa tươi xinh nở trên thềm mây gai nhón giữa núi khó cụp, bết chếp sửa khưê người của mỗi trường

ÀA ĐI Ầ VẬ NÊN

Ly Nha Ky trở về Việt Nam và được biết đến ở vai trò là diễn viên truyền hình từ năm 2006. Cho đến nay, nhắc đến Ly Nha Ky, người ta lại nghĩ ngay đến biết bao "scandal", thì phi hơn là chuyện môn diễn xuất của chị. Chẳng hay, điều đó có là thiên kiến đối với chị?

Tôi may mắn có được những thành công ngay từ những vai diễn đầu tiên khi mới trở về nước và gia nhập làng giải trí Việt năm 2006. Từ đó tới nay, cuộc sống và sự nghiệp của tôi đã trải qua một hành trình dài với không ít những vui buồn, sóng gió đến mức có lúc tôi không nghĩ rằng mình có thể vượt qua. May mắn thay, tôi có được bản tính kiên cường từ tấm bé, thừa hưởng tính cách mạnh mẽ từ bà tôi. Tuy nhiên, tôi không nghĩ rằng người ta cứ nhắc đến tôi là nhắc đến thị phi như cách bạn nói, tôi vẫn được ghi nhận với những thành tựu của mình trong nghệ thuật, hoạt động xã hội. Showbiz thường gắn với nhiều thị phi, nhưng tôi luôn tin đó là nơi "thử lửa" để mỗi người có thể sống tốt hơn, trưởng thành hơn. Con người tôi trong mắt người khác hẳn công rất đa diện và có phần... bí ẩn nữa, phải không? Tôi không cho bất cứ đánh giá nào về mình là có thành kiến cả.

Với "sức nóng" giữ được xuyên suốt trong gần mười năm qua, điều này đủ cho thấy một Ly Nha Ky có bản lĩnh... đây mình? Bí quyết kinh nghiệm xử lý, vượt qua tất cả "scandal" của chị là gì?

Tôi không có bí quyết gì để giữ gìn "sức nóng" của mình ngoài việc luôn nỗ lực, đặt ra cho mình những cái đích và phân đấu đạt được những gì đã xác lập, hoạch định. Vì thế, tôi phải biết quên đi những rắc rối như từ trên trời rơi xuống đầu để vững bước. Tôi tin dư luận rất cuộc vẫn rất công bằng cho những người luôn nỗ lực để có những công hiến thật sự.

Trong bất cứ lĩnh vực, ngành nghề nào, khả năng và tài năng là hai yếu tố thuộc về con người hoàn toàn khác nhau. Người có khả năng chỉ làm tốt công việc ở một giới hạn nhất định trong một thời gian nào đó. Nhưng, người có tài năng không chỉ luôn làm tốt nhất công việc mà còn rất sáng tạo. Vậy với Ly Nha Ky, lĩnh vực phim ảnh thuộc về khả năng hay tài năng?

Ý bạn muốn nói đến năng lực và tài năng? Năng lực là khả năng hoàn thành công việc, còn tài năng là hoàn thành một cách xuất sắc, sáng tạo, vượt trội... Tự bản thân tôi chưa bao giờ dám nghĩ mình có tài năng, về phim ảnh cũng như các lĩnh vực mà tôi đã hoặc đang tham gia... Tôi chỉ biết mình có đam mê và nỗ lực theo đuổi đam mê đó. Có những năng lực do sự nỗ lực mà thành, còn có được xem là tài năng hay không, hãy để những thành công của công việc, sự nghiệp, công chúng và thời gian đánh giá.

KINH DOANH LÀM MỘT NGHỀ A THUẬT

Dù được biết nhiều ở vai trò diễn viên, nhưng công việc chính của chị khi về Việt Nam là kinh doanh. Số phim chị tham gia giảm dần từ lệ nghiệp với hoạt động kinh doanh của chị ngày càng mở rộng. Điều đó có thể phần nào cho thấy Ly Nha Ky là con người của kinh doanh hơn là nghệ thuật và phim ảnh như công cụ để chị đạt những nấc thang cao hơn trong sự nghiệp của mình?

Tôi gia nhập showbiz với vai trò diễn viên. Nhưng song song đó, ai cũng biết tôi trở về với vai trò doanh nhân và mong ước được kinh doanh trên quê hương mình, ở gần bên những người thân yêu. Nếu theo dõi con đường tôi đi thì sẽ biết rằng tôi còn làm kinh doanh, hoạt động xã hội, từ thiện. Với nhiệm vụ làm Đại



Để làm đẹp trong **Spôlit**
tôi chốc chốc son môi
va chốc kẻ mắt

Sứ vụ lịch Việt Nam của tôi, nhiều người còn đồn đại là tôi muốn bước sang cả con đường... chính trị! Cuộc sống với tôi luôn mở ra rất nhiều con đường cho mình lựa chọn. Trong mỗi giai đoạn, tôi đều có những hướng đi mới cho mình rất rõ ràng. Mỗi con đường đều có giá trị riêng, không thể nói là đúng con đường này làm công cụ để bước sang con đường khác cao hơn.

Chuyển tâm kinh doanh hơn hoạt động nghệ thuật, phải chăng làm nghệ sĩ không đủ đáp ứng tham vọng làm giàu của chị hay chị muốn chứng minh điều gì khác?

Ờ, nói như vậy có hơi "quan liêu" quá không? Tôi thấy nghệ sĩ, người đẹp bây giờ sống khá dư dả, giàu có đấy thôi. Làm nghệ sĩ có thể giàu được khi chạm chí với công việc và luôn vươn lên thành công. Còn làm kinh doanh

se giàu có đấy nếu biết nắm bắt cơ hội, may mắn, có khả năng, nhưng nên nhớ đây cũng là con đường ngàn năm một... khuyển gia bại sản. Vì thế chắc chắn thương trường không phải nơi để "chứng tỏ" một điều gì đó. Kinh doanh là nghề, nghiệp, là đam mê, khát vọng, là những con tính, nước cờ, cũng là cả một nghệ thuật mà không phải ai cũng học được.

Linky Group chuyển về cơ bản tài chính và tư vấn đầu tư, kinh doanh kim hoàn, thời trang cao cấp, truyền thông và sự kiện, đây quả là những lĩnh vực chưa đụng sự gai góc, hào nhoáng và xa xỉ. Tất cả đến với chị từ điểm xuất phát nào?

Công việc của tôi bắt đầu từ bùng nổ phục vụ, dọn dẹp nhà vệ sinh... rồi trở thành quản lý nhà hàng và dần kết nối với những lĩnh vực kinh doanh khác. Tôi còn trẻ, nhưng chắc chắn rằng kinh nghiệm sống, kinh doanh của tôi không hề trẻ chút nào. Những gì người ta nhìn thấy bên ngoài hào nhoáng bao nhiêu thì bên trong càng vất vả, cực khổ bấy nhiêu. Xuất phát điểm của tôi chính là làm mẹ, chăm chỉ, nỗ lực, luôn tham vọng để thành công hơn nữa và luôn muốn chinh phục những đỉnh cao mới trong sự

ngiệp. Để đảm bảo "ánh sáng" cho những thứ hào nhoáng, xa xỉ, tôi phải chấp nhận một cuộc sống mà nhiều người nói rằng tôi đã không thương lấy thân mình, cực khổ làm việc và cũng vô cùng vất vả để vượt qua giai đoạn.

NGŨ U A GIÀU CŨNG KHOẺ?

Theo chị, phụ nữ làm kinh doanh có cần phải đẹp? Bởi nhan sắc là một lợi thế không thể phủ nhận của phụ nữ khi làm kinh doanh nhưng không để sử dụng nó cho thật đúng lúc, đúng nơi và đúng mục, bản thân chị làm thế nào để điều tiết việc này?

Sắc đẹp có thể là một lợi thế của phụ nữ khi làm kinh doanh và còn có thể là vũ khí trong nhiều lĩnh vực khác. Tuy nhiên, đừng nghĩ rằng thành công của các nữ doanh nhân do lợi thế nhan sắc. Bởi lẽ, nếu nhan sắc quyết định thành công thì bạn chỉ cần thuê nhiều phụ nữ có nhan sắc để đảm bảo hợp đồng? Khi làm kinh doanh, tôi gác lại hết con người showbiz trong mình, điều làm nên sự tin cậy lẫn nhau trên thương trường là uy tín của thương hiệu, chứ không phải ở nhan sắc đất đai.

Nghề nào nghiệp nấy. Khoác lên người một lớp vỏ vật chất mỗi khi xuất hiện và hình trung khiến chị trở thành người phụ nữ của vật chất, xa lạ và có khoảng cách trong mắt người khác? Thế mới có câu, người giàu cũng khóc, họ có đơn giữa nhưng lựa...

Thật ra, tôi không thấy có đơn, không thấy hợp cảnh hợp tình lắm với câu "người giàu cũng khóc". Tôi may mắn hơn nhiều phụ nữ khác vì sở hữu link boutique, nơi hội tụ những thương hiệu thời trang cao cấp của thế giới, nên công lương được "tự thưởng" cho mình những bộ đồ đẹp. Nhìn ở khía cạnh khác, việc tôi mặc đẹp, tôn vinh bộ đầm mà tôi kinh doanh cũng là một cách quảng bá cho thương hiệu của mình. Ai từng gặp tôi hẳn không nghĩ tôi là phụ nữ của vật chất, xa lạ hay có khoảng cách như bạn nói đâu. Đôi thường tôi đơn giản như những người đơn giản nhất, luôn bận rộn và không có thời giờ có đơn.

Dõi theo hành trình của Lý Nhã Kỳ, mỗi năm đều thấy chị "làm mới" mình ở một vị trí nào đó trong các hoạt động xã hội, vì cộng đồng như: Đại sứ Nữ quyền của tổ chức Operation Smile, Phó Chủ tịch quỹ từ thiện quốc tế Sheen Hok, Đại sứ Du lịch Việt Nam, Chủ tịch Quỹ Hồ trư Phát triển Y tế Giáo dục Việt Nam, Đại sứ Nữ hoàng Trang sức Việt Nam và năm nay là Phó Chủ tịch Hội Nghệ nhân và Thương hiệu Việt. Vậy trong vai trò mỗi năm nay, sự mệnh của chị sẽ là những gì?

Bắt từ thời điểm, vai trò và chức danh nào, sự mệnh tôi muốn thực hiện vẫn là được cống hiến khả năng nhỏ bé của mình cho đất nước, mang đến những điều tốt đẹp và tình cảm ấm áp tới những em bé, những số phận không may, để họ có niềm niềm tin hơn trong cuộc sống. Tôi hạnh phúc khi nghĩ mình là người có ích cho xã hội.

Cảm ơn chị rất nhiều! (Nên)



Yêu và ghét

Yêu: Tôi nhún nhín tin trong cái nắm tay của người bình trao gửi tôi trong chuyện tuấn tú. Tôi hỏi trộm mỗi mùa cho bình nhún nhún tay tình thì tại Kim Giang và rồi. Aaaa... ông lười ai tôi tiếp tục hành trình cho Quỳ. Hồi xưa Pháo triển Y Y... Giao duet Vĩ và Nam.

Ghét: Tôi muốn bình yên mà giúp chuyện tuấn tú trỗi dậy xuống.

Về đẹp

HỒI SINH

Mỗi vẻ đẹp tuổi non, tràn trề như sông và cửa kỹ
sinh sống như vũ trụ ấm áp của vũ trụ bằng màu
sông ấm của vàng neon, áo cherry, cam,
tím violet... àng ngẹn nga ca khúc gọi hè
Mỗi cảm xúc bùng nổ thời thơ ấu phải
đẹp phải rực rỡ và
mỗi chuyển dời vì mình
cải trùng... NON



Áo tắm bikini (**THE VIRGO**) / Áo khoác & Nón
(**TOPSHOP**) / Khuyên tai (**WAREHOUSE**) / Kính mắt
(**ACCESSORIZE**) / Giày (**CHRISTIAN LOUBOUTIN**)



Áo tắm (COLORFUL SEXY) / Áo khoác da (BCBGMAXAZRIA)
Khuyên tai (WAREHOUSE) / Giày (CHRISTIAN LOUBOUTIN)



Áo tắm cổ lọ (NTK VÕ CÔNG KHANH)
Áo khoác (TOPSHOP) / Khuyên tai (WAREHOUSE)



Áo tắm bikini (**THE VIRGO**) / Áo lưới
(**TOPSHOP**) / Kính mắt (**RAYBAN**)



Áo tắm dài tay (NTK VÔ CÔNG KHANH) / Khuyến tại
(WAREHOUSE) / Nhân (BCBGMAXAZRIA)



Áo tắm bikini (**THE VIRGO**) / Áo sơ mi
lụa (**TOPSHOP**) / Quần short (**AFFAIR**)



Áo tắm bikini (**COLORFUL SEXY**) / Blazer
(**BCBGMAXAZRIA**) / Quần short (**AFFAIR**) / Khuyên tai
(**WAREHOUSE**) / Giày (**CHRISTIAN LOUBOUTIN**)

PRODUCTION: TRÂM TRẦN
STYLISH: MÌ GÔI
PHOTOGRAPHY: LÊ THIÊN VIỄN
MODEL: HÀNG NGUYỄN
MAKE-UP: QUỐC ANH
TEXT: T.XUÂN

Sắc VÀNG ĐỎ nồng say

Trước khi làm quen với sữa ôi hoặc bơ chua bằng màu "áo quần" dành riêng cho mùa Thu Đông sụp đổ, phải đẹp hãy tận hưởng những ngày nắng dịu của khúc giao mùa vẫy "say" cùng gam ào champagne, một trong những gam màu kiểu sa va vào cuối mùa xuân của năm nay NON



PHILOSOPHY



LINDA FARROW

HERMÈS



ALEXANDER MCQUEEN



MARC JACOBS



LANVIN



SWAROVSKI



MARCO DE VINCENTO



YVES SAINT LAURENT



CHANEL



CARVEN



LOUIS VUITTON

Chì kẻ lông mày (LANCÔME).
Giá 520.000 VND



Trong thời khắc chuyển giao hè sang thu, với gam màu vàng đỏ, bạn có thể chọn son hồng da hoặc son cùng tông trang phục đi kèm mắt nâu trầm như kim loại hoặc kiểu mắt khói quen thuộc.



Sơn móng
LE VERNIS
(CHANEL) Giá
714.000 VND



Son môi hồng
phai (MAC)
Giá 175.000 VND



Hộp phấn mắt đa màu
(BOBBI BROWN)
Giá 1.420.000 VND



ALEXANDER MCQUEEN



VALENTINO

Sắc vàng đỏ trầm tối tưởng chỉ có thể mặc một màu nhưng khi kết hợp với những tông màu xanh cổ vịt lại đem đến bộ phối màu rất sang trọng và không đơn điệu.



HERMÈS



MAISON MICHEL



FENDI



MARNI



2014

PRE-FALL



VALENTINO

Chất liệu ren và cashmere trở thành của Valentino vẫn xuất hiện xuyên suốt BST tiền Thu 2014. Hoa tiết hình bướm công phu trên mặt trước của áo thun cashmere và mặt sau của áo choàng cashmere là tâm điểm BST. Xen lẫn là hình củ hay đại bàng được thêu tỉ mỉ và cắt may chính xác, gây gọn đến từng chi tiết mang đến sự sang trọng tập tành cho trang phục bạn khoác lên người. Đặc biệt, số lượng đồ sộ màu thiết kế trình làng còn cho thấy sức sáng tạo đáng kinh ngạc của hai nhà thiết kế Maria Grazia Chiuri và Pierpaolo Piccioli. Họ đã chọn stylist Isabella Blow nổi tiếng bởi phong cách thời trang có phần lập dị, ngông cuồng và có tổng biên tập tạp chí thời trang Vogue, Anna Piaggi với gu ăn mặc phối nhiều màu sắc sặc sỡ làm hình mẫu lý tưởng khi sáng tạo BST đa tính cách, đại diện cho sự phá vỡ mọi mê không khuôn mẫu.

Phút giao mùa lãng mạn



CAROLINA HERRERA

Carolina Herrera đã sử dụng hình ảnh chủ ông đang say sưa thu phấn và khu vườn tràn ngập sắc hoa làm ý tưởng chính cho BST tiền Thu. Rất dễ bắt gặp hình ảnh lục giác quen thuộc của tổ ong được in nhiều kích cỡ và biến tấu đa dạng trên nền trang phục, hay những bông hoa đang nở rộ và cực kỳ sinh động với hoa tiết cánh ong được in khéo léo tạo cảm giác như chúng đang vờn nhẹ trên hoa. Những kiểu đầm dài dành cho buổi tối vốn là thiết kế quen thuộc của Carolina Herrera được làm nổi bật nhờ những nếp gấp tôn bờ eo thon, trong khi những chiếc đầm ngang gối được to điểm bằng áo khoác tay lửng trẻ trung. Màu sắc chủ đạo gồm beige, xanh rêu, cam... được Carolina Herrera chọn cho những thiết kế tôn nét nữ tính, nhẹ nhàng mà sang trọng và quan trọng là mang cảm hứng vui vẻ đến mọi nữ khách hàng của bà. [BDS](#)



GHI DẤU NHỊP ĐẬP CUỘC SỐNG

Được ví như một vật hộ mệnh không thể rời xa cùng bạn chứng kiến những khoảnh khắc khó quên trong cuộc sống, đó chính là BST đồng hồ J12-365 của CHANEL. J12-365 được chế tạo từ gốm/sứ công nghệ cao có khả năng chống trầy xước màu đen hoặc trắng với viên mặt đồng hồ bằng thép hoặc vàng beige, một màu mới của vàng 18k và có thể nam kim cương. Mặt đồng hồ hoa văn gợn Guilloché đen hoặc mờ. Đồng hồ vận hành bằng cách lên giây tự động, năng lượng dự trữ 42 giờ, công năng: hiển thị giờ, phút, giây, ngày và có khả năng chống nước ở độ sâu 100m.

GUY LAROCHE ƯU ĐÃI 15%

Tháng 7 này, Guy Laroche chính thức khai trương gian hàng tại trung tâm mua sắm Robins, tầng B1, Vincom Mega Mall - Royal City, 72 Nguyễn Trãi, Thanh Xuân, Hà Nội. Đặc biệt, trong tuần lễ khai trương, gian hàng ưu đãi giảm giá 15% toàn bộ sản phẩm từ ngày 6-12/7.



ĐÓN NẮNG CÙNG OASIS

Xuân Hè năm nay là mùa của vớ số kiểu váy khác nhau từ váy ngắn, váy dài đến váy xoè điệu dàng và nữ tính, sự biến tấu các kiểu váy búp chũ, váy chữ A hay váy lửng trên nền vải jacquard, denim hoặc chất liệu da cá tính. Nếu váy được tôn vinh trong mùa này thì áo crop top cũng được xem là người bạn đồng hành không thể bỏ qua. Kết hợp cùng các loại váy theo xu hướng mới là những chiếc áo với nhiều kiểu dáng từ cổ tay cá tính, hai dây quyn rừ hay chất liệu thun đơn giản mà năng động sẽ đem lại một xu hướng hiện đại và khỏe khoắn.



SÚC HÚT TỪ MONOCHROME

Phong cách đơn sắc monochrome tôn vinh vẻ đẹp cùng sức hút kỳ diệu của hai tông màu trắng đen kinh điển, là một trong những phong cách năm trong xu hướng thời trang minimalist (tối giản hóa) đang gây sốt nhiều năm gần đây. Với BST Hè 2014 của Pedro, các tín đồ thời trang có dịp được chiêm ngưỡng vẻ đẹp tinh tế của xu hướng monochrome trên những đôi giày đế xuồng với họa tiết lượn sóng uyển chuyển hay đôi sandal gót trong thời thượng với quai da thanh lịch mà vẫn không kém phần cá tính.



GIẢM 50% BST XUÂN HÈ 2014

Tuần ngày 20/6/2014, Global Link áp dụng chương trình ưu đãi giảm 50% tất cả các cửa hàng trên toàn hệ thống cho các BST Xuân Hè 2014 cho các nhãn hiệu 60 thương hiệu nổi bật cao cấp: Alexander McQueen, Balenciaga, Chloé, Givenchy, Lanvin, Hay các BST của các nhãn hiệu nổi bật như: 3.1 Phillip Lim, Sonia Rykiel, Carven, DVF, Helmut Lang, Marc by Marc Jacobs, Tara Jarmon...

VUI HÈ VOI VINCY

Trong khuôn khổ chương trình Happy Summer đang được áp dụng tại các cửa hàng thời trang Vincy, bạn sẽ được giảm từ 40-50% sản phẩm thứ 3, khi mua 3 sản phẩm hoặc giảm 20% sản phẩm thứ 2, khi mua 2 sản phẩm. Chương trình áp dụng từ ngày 13/6-13/7/2014 tại miền Nam, 19/6-19/7/2014 tại miền Bắc. Đây sẽ là cơ hội tuyệt vời để sở hữu những mẫu thiết kế Xuân Hè 2014 đẹp nhất với mức giá thật hấp dẫn.





VẺ ĐẸP CỦA HOA TIẾT NÂU ĐỎ

Với sự đa dạng trong các kiểu dáng đeo vai, xách tay hoặc cầm tay, BST Beautiful Braids của Carlo Rino sẽ mang đến cho bạn cảm giác thật tiện lợi. Không chỉ vậy, BST còn mang đến sự sang trọng với hoa tiết đỏ nâu trên nền da trắng kim cùng những điểm nhấn kim loại để bạn thoải mái ngày nào đầy tự tin và năng động.



TỎA SANG CÙNG SẮC HÈ

Nhiệm tri ền khách hàng, Pandora chính thức triển khai chương trình giảm giá lớn nhất trong năm với giảm tới 50% từ ngày 1-31/7/2014. Nhiều mẫu trang sức cổ điển & kỹ thuật tiên tiến trong các dòng sản phẩm giới thiệu trong buổi khai trương mùa hè. Chương trình ưu đãi áp dụng tại các cửa hàng Pandora toàn quốc.



CƠ HỘI SẴM TRANG SỨC MISAKI ƯU ĐÃI 30-50%

Ài các tín đồ thời trang có thể lựa chọn cho mình những sản phẩm yêu thích với giá ưu đãi và chất lượng BST Hè 2014 Think Pink vào tháng 7 này. Misaki cũng đang khuyến mãi END OF SEASON SALE lớn nhất trong mùa. Theo đó hàng loạt sản phẩm sẽ giảm giá 30-50% từ ngày 1/7/2014 tại cửa hàng Misaki Vincom

Center và Big C Thăng Long (Hà Nội). Chỉ cần xem tại <http://prestigevietnam.com.vn/misaki>

CHÀO ĐÓN BST SWAROVSKI HÈ 2014

Để chào đón BST mới với 4 chủ đề chính: Tribal glam, Floral Art, So Mini và Denim day, Swarovski tổ chức buổi ra mắt với sự tham gia trình diễn của các người mẫu Next top model: Thủy Trang, Nhà Trúc... BST là sự giao thoa giữa các yếu tố thiên nhiên, nghệ thuật đương đại, những nền văn hóa đa dạng với các thiết kế tinh xảo.



GỢI CẢM VỚI REN

Mùa này, Morgan sẽ thêm phần quyến rũ và gợi cảm bằng BST Je Suis Sexy từ ren cao cấp với chất liệu ren móc đặc biệt được dệt theo phương pháp truyền thống của Pháp và cũng là kỹ thuật đan hiếm gặp ngày nay. BST gợi cảm và sang trọng nhờ sử dụng chất liệu vải cao cấp như satin lụa kết hợp pha lê Swarovski điểm tô nhẹ nhàng. Ngoài ra, các thiết kế lấy cảm hứng từ phong cách Bondage (dây trói) cuốn quanh cơ thể cũng góp phần tăng nét quyến rũ cho người mặc.



SẮC MÀU NHIỆT ĐỚI

Warehouse, thương hiệu thời trang lâu đời đến từ London vừa chính thức ra mắt BST Hè với màn trình diễn thời trang ấn tượng của các người mẫu trẻ trung, năng động. Các họa tiết nhiệt đới rực rỡ như hoa, họa tiết hình học đi cùng những gam màu pastel ngọt ngào và neon sắc sảo. BST đa dạng trong nhiều kiểu dáng từ áo hai dây, áo cộc tay, quần short, đầm maxi, chân váy phù hợp với khí hậu nhiệt đới và những chuyến đi mùa hè.

CẦU VỒNG *lấp lánh*

Những gam màu lấp lánh, thú mồm của bảy sắc cầu vồng luôn khiến người xem có cảm giác choáng ngợp bởi sự tươi mới và ấm áp dưới ánh nắng mùa hè. Trong giới Tú cẩm, những gam màu trang điểm cho ngày mùa hè sinh động

NON

Mơ phống mào của chim chào mào đỏ, phần phần mắt hồng sen được vẽ cầu kỳ trên nền màu cam sáng và không quên viền chút tím tím đáng. Với đôi mắt này, màu son hồng da nhẹ dịu sẽ là cặp bài trùng.



Tông màu vàng khiến gương mặt như bùng sáng nét tươi trẻ, đặc biệt phải kể đến hiệu ứng sắc nét của đường liner đen được kẻ một cách khéo léo càng làm cho đôi mắt thêm thu hút.



Gam xanh bạc hà
lạ mắt kết hợp với
đường viền ngoài
màu lam tươi tắn
mang đến một
phong cách đầy
cá tính cho những
ngày mưa mùa hè.



Trong khi đôi môi gợi cảm như một nụ hồng vừa hé với son cam đỏ, đôi mắt lại được nhấn bằng kiểu trang điểm rê quạt mới lạ đầy thơ mộng bằng gam tím hoa cà.

THON GON 1 chót trong THÁNG?

Bước qua tuổi 30, cùng vùi tõe ào ào hoa tuần niên va vấp rồi chùng sớt con cái, phải đẹp ào ào mùa trười rết nhiều nguy cù ẻo lả lắm da. Tuy nhiên, ừu ào ào cũng chưa hùn la một bên tèm hàng ầu, vừi không thừi "chui" vừi chừi ằm size S mà phải nhảy 2 size mùa ầu ầu la "tền thiể!

Bí quyết lấy lại vóc dáng sau sinh từ các sao xuất hiện tràn ngập trên những chuyên trang làm đẹp cũng như mức độ ngày càng "nóng" của các diễn đàn giảm cân đã phần nào cho thấy nhu cầu bức thiết của phái đẹp ở độ tuổi sau 30. Dĩ nhiên, hầu hết các bí quyết với chế độ tập nặng, đều đặn và kiêng khem ngặt nghèo đó rất khó tuân thủ cho đa số. Tuy nhiên, nếu có động lực mạnh mẽ, bạn vẫn có thể thon gọn chỉ sau một tháng mà không phải nhờ đến sự can thiệp của thẩm mỹ viện.

XÁC ÆNH ÆỘNG LỦA VÀ MỦA TỈ U

Vì sao lại đặt ra mục tiêu thon gọn trong vòng 1 tháng, đó là lúc bạn nghĩ đến động lực mạnh mẽ nhất thúc đẩy mình, chẳng hạn một cơ hội việc làm mới nhiều triển vọng, sắp sửa lên xe hoa hay đơn giản để chinh phục chàng một lần nữa... Khi có động lực, bạn sẽ sáng suốt và quyết tâm hơn. Ngoài ra, tháng đầu tiên này rất quan trọng, chỉ cần bạn quen dần thì những tháng sau đó, việc giảm thêm và duy trì vóc dáng chuẩn cũng không phải là quá khó. Một tháng không phải là khoảng thời gian dài, vì vậy bạn cần đặt ra mục tiêu cụ thể nhất, ví dụ giảm 1kg mỗi tuần (chuyên gia khuyến cáo không nên giảm quá 1kg mỗi tuần, an toàn nhất là giảm khoảng 3-4kg trong vòng 1 tháng). Trước tiên, cần kiểm tra cân nặng và sức khỏe để biết chính xác số cân và lượng mỡ phải loại bỏ để lên kế hoạch số hữu vóc dáng hoàn hảo nhất (dựa theo tỉ lệ cân nặng và chiều cao). Tiếp đến, xác định rõ điểm mấu chốt của kế hoạch giảm cân chỉ đơn giản là cơ thể phải "xả" năng lượng nhiều hơn mức nạp vào. Nói cách khác, giảm lượng calories trong khẩu phần ăn hằng ngày, đồng thời tăng cường hoạt động, đặc biệt là các hoạt động thể dục, thể thao để giải phóng càng nhiều năng lượng càng tốt. Giảm cân không phải là nhìn ăn đủ qua thực người nhìn ăn sẽ nhanh chóng sụt cân, nhưng cơ thể lại thiếu hụt dinh dưỡng và năng lượng cần thiết để hoạt động. Về lâu dài sẽ trở nên yếu đuối và gây nhiều hệ lụy cho tiêu hóa.

CHỈ ÆÀ ÆỂ LUYỆN

Về chế độ tập luyện, tùy vào mục tiêu đặt ra mà có phương pháp và các môn tập khác nhau. Những ai muốn giảm cân cắt lự có thể chọn

"MUST-HAVE" cho nàng công sở

Những sản phẩm "must-have" luôn hiện diện trong tủ xinh phải đẹp không chỉ là vũ khí khi đi ra ngoài, mà còn là tùy chọn gần gũi của các cô gái yêu cái đẹp để bảo vệ làn da suốt 8 giờ làm việc.

1. CC CREAM:

Có thể thay thế kem lót + phấn nền, chỉ cần thoa một lần là đủ để có lớp nền mỏng nhẹ, tự nhiên cho "dàn" văn phòng.

2. SON MÔI GIÀU ĐƯỜNG CHẤT:

Môi thường khô lạnh khiến da môi khô căng, nên chọn loại son màu sắc nhẹ nhàng nhưng giàu đường chất và cung cấp ẩm lâu dài.

3. MÀ HỒNG:

Một chút sắc hồng ứng trên gò má khiến phải đẹp tươi tắn và sắc diện da trở nên hồng hào, đầy sức sống.

4. MASCARA:

Bạn có thể không trang điểm phần mắt để gương mặt trông tự nhiên hơn, nhưng chỉ cần một chút mascara cũng đủ giúp đôi mắt sâu và thu hút.

5. KEM CHỐNG NẮNG:

Dù bạn được nhiều lớp tường và kính che chắn nhưng ánh nắng vẫn có thể xuyên vào, đừng quên phủ kem chống nắng để bảo vệ "tài sản" quan trọng nhất của phải đẹp.

6. NƯỚC KHOẢNG XIT:

Bức xạ của máy tính và ánh đèn neon cũng là kẻ thù nguy hiểm cộng với stress vì công việc dễ khiến làn da căng ra hừng hực, hãy làm dịu và tiếp thêm sức mạnh với nước khoáng dạng xịt.

7. HƯƠNG HOA MÙA HÈ

Mùi hương được ví như chữ ký thể hiện cá tính và gu thời trang sành điệu của bạn, hãy "mặc" cho mình hương thơm hợp mùa trước khi ra khỏi nhà.

● Nước hoa Omnia Coral EDT ngọt ngào, tinh tế được tạo nên từ hương trái cây mùa hè thơm mát (BVLGARI).
Giá: 1.950.000 VND/65ml

● Kem chống nắng Capital Soleil SPF50, PA+++ bảo vệ da tuyệt đối trước tác hại của UVB và UVA đặc biệt là UVA dài mà không gây nhờn nhớt hay trắng khi thoa (VICHY).
Giá: 455.000 VND

● Son môi siêu dưỡng ẩm Colour Crush™ Shine với độ bóng mượt hoàn hảo và độ dưỡng ẩm tuyệt vời (THE BODY SHOP).
Giá: 349.000 VND

● CC cream tông màu sáng hồng cho làn da châu Á kết hợp tinh nang dưỡng và khả năng che phủ cho da tỏa sáng tự nhiên (CHANEL).
Giá: 1.547.000 VND

● Mascara ứng dụng công nghệ sợi tơ đặc biệt giúp mi dài gấp hai lần, không lem và dễ tẩy trang (MAYBELLINE NEW YORK).
Giá: 1.580.000 VND

● Kem má và môi màu son hồng đậm chống trượt 2 trong 1 mềm mịn cho đôi má ứng màu mỏng nhẹ và đôi môi

mềm mượt lâu trôi (BOBBI BROWN).
Giá: 720.000 VND

● Nước khoáng xịt chứa 47% hàm lượng nước khoáng, khoáng chất kích hoạt tuần hoàn năng lượng giúp da tươi tắn, sáng rõ và khỏe khoắn (LANEIGE).
Giá: 700.000 VND



MỸ PHẨM THIÊN NHIÊN

Điều bạn chưa biết!

Mỹ phẩm có nguồn gốc từ thiên nhiên đang từng bước khẳng định lại vị thế tuy vẫn còn bị nghi ngại tính hiệu quả hơn các loại hóa chất nhân tạo. Nhưng những lợi ích của mỹ phẩm A-Three chưa 100% chiết xuất thiên nhiên có thể sẽ khiến nhiều người suy nghĩ lại



1 A-Three thuần khiết thiên nhiên

Yếu tố thuần khiết là ưu điểm vượt trội mà A-Three mang lại. Thành phần sử dụng trong dòng mỹ phẩm thiên nhiên của Hoa Kỳ này hầu hết đều không qua xử lý hóa học, không chứa các hóa chất nhân tạo.

Với việc chiết xuất từ hoa quả, thảo dược hay khoáng chất, mỹ phẩm A-Three hội tụ những dưỡng chất thiên nhiên tinh khiết nhất để tạo nên những công thức làm đẹp tuyệt vời. Các sản phẩm này còn có sẵn đặc tính giữ ẩm tự nhiên, do đó sẽ luôn giữ cho da bạn mềm mại và mịn màng.

2 An toàn cho làn da

Ưu điểm lớn nhất của mỹ phẩm tự nhiên so với mỹ phẩm nhân tạo là chỉ số an toàn rất cao đối với mọi loại da và hoàn toàn không gây tác dụng phụ. A-Three luôn được kiểm nghiệm nghiêm ngặt bởi các cơ quan, viện mỹ phẩm uy tín trên thế giới cũng như được các bác sĩ da liễu kiểm chứng trước khi đưa ra thị trường.

3 Phù hợp với mọi loại da

Mỹ phẩm thiên nhiên A-Three có tác dụng nhẹ nhàng

lên mọi làn da, dù mỏng manh hay dày dạn, đen, trắng hay loang lổ xỉn màu. Các loại da dầu, da khô, hỗn hợp hay nhạy cảm ở mọi độ tuổi đều có những dòng mỹ phẩm thiên nhiên chuyên biệt. Vì vậy, bạn hoàn toàn không phải lo lắng về loại da của mình mà chuyên hướng chú ý sang việc trải nghiệm A-Three cho làn da.

4 Nhiều chủng loại sản phẩm

A-Three là dòng sản phẩm đa dạng. Bạn có thể chọn A-Three dưỡng ẩm tái tạo da, làm trắng mịn da, trị mụn, dưỡng da nhón, xóa thâm nám, trắng toàn thân, chống lão hóa...

A-Three là sản phẩm đặc chế dành cho thẩm mỹ viện, đó là lý do bạn không thể mua ở cửa hàng nào đó trên thị trường. Khi được các chuyên gia tư vấn chọn loại sản phẩm phù hợp, bạn sẽ nhận thấy đây là món quà kỳ diệu với hiệu quả và công năng vượt trội.

Dù hiệu quả có thể chưa nhanh chóng như các loại hóa chất, nhưng mỹ phẩm thiên nhiên đem đến sự an toàn và tác dụng dần, lâu dài hơn cả bằng những bí quyết làm đẹp được kế thừa theo thời gian. Vì thế, phải đẹp hãy chọn lựa thật thông minh để làn da và sức khỏe ít bị tổn thương bởi công cuộc làm đẹp. **thammyvienkhothi.com**

VIỆN THẨM MỸ KHO THI

92 Suong Nguyệt Anh, P.Bến Thành, Q.1, TP.HCM

ĐT: (08) 6252 5566 – 6253 5566

www.thammyvienkhothi.com

Sự đa dạng của A-Three có thể xử lý được tất cả các vấn đề về da của bạn.



Kính mắt luôn là thứ thanh "must have" của các tín đồ thời trang cả nam lẫn nữ và chúng luôn bắt mắt trong những ngày hè Mùa này, các xu hướng kính mắt mới nhất cho thấy sự đa dạng và phong cách, thêm chi tiết và màu sắc với nhiều điểm nhấn mới, làm nổi bật thời trang giới trẻ và nhu cầu sử dụng đời sống trong bảng màu trung tính và tông màu mang lại một vẻ đẹp thanh lịch, sang trọng cho các BST.

NON



NGẮM NANG



JUST CAVALLI



ROBERTO CAVALLI



JUST CAVALLI



VALENTINO



STELLA MCCARTNEY



3.1 PHILLIP LIM

Bạn có thể chọn bất kỳ kiểu kính nào tuy nhiên tốt nhất nên lưu ý hình dạng khuôn mặt của bạn: Khuôn mặt vuông, góc cạnh nên chọn kính hình oval, khuôn mặt tròn đầy đặn phù hợp với kính hình vuông, góc cạnh và kính tròn tròn bạn có thể chọn đôi cùng những gương mặt hình trái tim...

MỚI MASCARA VOLUME 1 SECONDE

BOURJOIS
PARIS

Sản phẩm làm đẹp của Pháp có mặt từ 1863

HIỆU ỨNG DÀY MI NHANH CHÓNG

ở mọi góc độ

Công thức chứa
tinh chất dưỡng mi

Đầu lông chải
hình cầu



Nhập khẩu và phân phối bởi: Công ty TNHH Châu Âu Việt Nam. Địa chỉ: 214/19/26, Nguyễn Văn Nguyễn, P. Tân Định, Quận 1, TP.HCM.
Số giấy tiếp nhận hồ sơ đăng ký quảng cáo của sở Y tế TP.HCM: /QCNP-HCM cấp ngày: _____

Điểm phát Hồ Chí Minh: TTM Diamond | Thương xã Tân | Parkson Saigon Tourist | Parkson-Centerpoint | Parkson Hùng Vương | Parkson C1
Parkson Phanor | Parkson Birmingham | LushPark Q2 | LushPark Phú Thọ | Movenex 3-2 | Movenex Công Hòa | New Zone | Citimart
Nguyễn Trãi | TTM Aven Mall | Hà Nội | TTM Tổng Tiến | Parkson Longmate | Parkson Việt Tower | TTM Garden Shopping Center | Vincom
Bà Triệu | Vincom Robinson | Big C Thăng Long | Big C Long Biên | **Nội Thành** | Parkson Ind | Phòng | Big C | **Bình Dương** | TTM Becamex | **Nha**

SỨC MẠNH TẠI SINH TỪ PHƯƠNG PHÁP BI TRUYỀN

Một lần da tươi sáng và có khả năng tái sinh sẽ không còn là mơ ước với dòng sản phẩm cao cấp The History of Whoo Cheongidan Hwa Hyun. Đặc biệt, sản phẩm mới Cheongidan Hwa Hyun Gold Ampoule ra mắt tháng 7/2014 sẽ hoàn thiện hơn khả năng nuôi dưỡng làn da rạng ngời và tái sinh bằng cách tăng tốc sức sống mạnh mẽ, đem lại sinh khí và làn da ẩm mượt, sáng bóng. Tinh chất sâm núi Hoàng Kim trong phương pháp mỹ dung bi truyền Thiên khí bị đơn được tăng cường, giúp ẩm dưỡng hợp nhất, chăm sóc lớp trung, cải thiện thương tổn trên da. Làn da sẽ trở nên rạng ngời sức sống, tươi sáng và láng mượt mỗi ngày.



Sản phẩm mới nhất Cheongidan Hwa Hyun Gold Ampoule

VƯỜN HUƠNG HOA TRĂNG

Dòng sản phẩm English Dawn White Gardenia phiên bản giới hạn đến từ The Body Shop ghi lại hình ảnh hàng trăm đóa hoa dành dành đang thắm khoe sắc dưới tia nắng đầu tiên của bình minh. Bạn có thể bắt gặp sự hòa quyện tuyệt vời của hương hoa dành dành và hoa huệ tây phảng phất trong Eau De Toilette (Giá: 629.000 VND) và Fragrance Mist (Giá: 399.000 VND); hay Body Lotion (Giá: 429.000 VND) và Shower Gel (Giá: 329.000 VND) dưỡng ẩm và thư giãn tuyệt vời với chiết xuất tự nhiên của hoa dành dành được hái bằng tay.



ƯU ĐÃI MUA 1 TẶNG 1

Trong tháng 7, SCPerfume mang đến chương trình ưu đãi hấp dẫn: Mua 1 nước hoa Aroma Link tặng 1 nước hoa SCPerfume; Tặng áo mưa Mangto 200.000 VND cho hóa đơn 350.000 VND và ưu đãi lên đến 50% nhiều sản phẩm khác... Chi tiết liên hệ hotline: 1800 54 54 97, website www.scpfume.com và các cửa hàng SCPerfume trên toàn quốc.

SCPERFUME



TIẾP THÊM SỨC MẠNH DUỠNG ẨM

Dòng sản phẩm dưỡng ẩm tức thời Water Bank của Laneige nay đã được tiếp thêm sức mạnh dưỡng ẩm với hũn 8 lnh, giúp phục hồi ẩm tức thời ngay sau khi rửa mặt, giúp da tươi sáng và khỏe khoắn. Water Bank cải tiến mới là giải pháp dành riêng cho phụ nữ châu Á, giúp da khỏe và tươi sáng hơn. Với công nghệ ẩm dưỡng Moisturizing Biogene™ và Hydro Ion Mineral Water. Sản phẩm mang đến sự tươi sáng tức thời và những hạt phân tử ẩm dưỡng thêm vào da, cho da phục hồi sức mạnh tức thời và tươi sáng hơn.



VỊ NGỌT MÙA XUÂN

La vie est belle L'Eau de Toilette là tác phẩm mùi hương đầu tiên của Lancôme sử dụng hương hoa mận lan, biểu tượng của tuổi trẻ, sắc đẹp và sự quý phái làm tâm điểm. Hương hoa trải qua trình luyện cất thủ công rất công phu để giữ lại những giọt tinh chất quý giá và thuần khiết nhất. Dưới ánh nắng mùa xuân, những giọt tinh chất khi chạm vào làn da như bùng nổ để hòa cùng vị dịu ngọt của hạt hạnh nhân, vani, quả hạch và đậu tonka. Ngay cả khi làn hương dần phai vẫn để lại những ký ức ngọt ngào chứa đầy những giọt nắng lung linh và vị ngọt của mùa xuân.



LOP NỀN TRONG SUỐT

Bobbi Brown giới thiệu kem nền dạng thỏi mới cải tiến công thức và bao bì hiện đại hơn. Công thức mới cho lớp nền trong suốt phù hợp với mọi tông màu da, hiệu chỉnh sắc màu giống màu da thật và giữ được suốt ngày dài. Kết cấu mềm mượt mỏng nhẹ trải đều trên da cho độ bao phủ hoàn hảo, giảm thiểu sự xuất hiện lỗ chân lông và những yếu tố chưa hoàn hảo, mang lại làn da hoàn thiện mịn và tự nhiên. Kem nền còn giúp kiểm soát dầu cho da đều và dưỡng ẩm da khô, chống thấm nước, mờ hồng và sự ẩm ướt.

Giá: 1.250.000 VND.

"GIẢI NHIỆT" LÀN DA

Kem dưỡng chống nắng Sulwhasoo Snowise EX UV Protection Cream vừa được xem là kem chống nắng và có chỉ số SPF 47/PA+++ vừa là kem dưỡng ban ngày tạo cảm giác ẩm mượt mát dịu, thẩm thấu nhanh, lại không gây nhờn rít. Chiết xuất từ hỗn hợp 3 thành phần đường trắng độc quyền: Saponin trong Bạch sâm, Bạch hoa xà thiệt thảo, chuỗi da phan tử đường trong Bạch sâm còn giúp dưỡng trắng và làm sáng da mà không ngại ánh nắng mặt trời hay cảm giác dính khó chịu.

Giá: 1.500.000 VND.



LOP NỀN HOÀN HẢO DƯỚI NẮNG

Sản phẩm phấn nền da chức năng với công nghệ bảo vệ SuperVeil-UV 360™ từ Shiseido giúp bảo vệ da khỏi những tổn thương do tia UVA/UVB, chống lại những dấu hiệu lão hóa do ánh nắng mặt trời, môi trường hanh khô và những tác nhân có hại khác từ bên ngoài. Mỗi sản phẩm đều mang lại lớp nền hoàn hảo tự nhiên và lâu trôi, đồng thời vẫn bảo vệ vẻ đẹp của làn da dưới ánh nắng mặt trời gay gắt. Sản phẩm phù hợp cho mọi loại da với 3 dạng: dạng nước (Giá: 750.000 VND), dạng kem (Giá: 570.000 VND) và dạng phấn (Giá: 750.000 VND).



HƯƠNG HOA VÙNG ĐIA TRUNG HẢI

Hương hoa hồng làm chủ hương cổ điển và tươi sáng của vùng Địa Trung Hải. Mùi hương ngọt ngào và sang trọng ẩn chứa trong nó. Mỗi người phụ nữ đều có một mùi hương hoa hồng hoàn hảo dành cho họ. Hãy tỏa sáng bên thềm bệ BST hoa hồng của L'Occitane với các sản phẩm nước hoa (Giá 1.190.000 VND), sữa dưỡng thể (Giá 730.000 VND), sữa tắm (Giá 730.000 VND), xà phòng (Giá 130.000 VND), dưỡng tay và móng (Giá 490.000 VND) và muối tắm (Giá 590.000 VND) tuy là vùng biển Địa Trung Hải xa xôi.



LÀN HƯƠNG THANH LỊCH

Làn hương tinh tế mà thanh lịch được tạo bởi Salvatore Ferragamo: Signorina Eleganza với hương mở đầu là sự kết hợp giữa hương bưởi và lê mở ra một hương thơm tươi tắn. Tiếp đến là sự tinh tế và mạnh mẽ với hương hạnh nhân điểm dặt trên những cánh hoa chi mội tề vàng mượt như nhung. Và cuối cùng kết thúc bằng hoặc hương quýt cùng xạ hương trắng bao phủ gói lên một cảm giác cực kỳ sang trọng. Giá: 2.530.000 VND/100ml.

TỎA SANG KHÔNG TỶ VẾT

Tinh chất dưỡng ban ngày giúp làm trắng da và ức chế melanin. Visible Whitening Day Essence từ Elizabeth Arden chứa các thành phần tinh túy như đến xuất vitamin C, chiết xuất hoa hồng, bổ sung trái cây kim cương... nâng niu làn da trắng hồng, ức chế quá trình hình thành các vết nám, tàn nhang, đốm nâu, giúp da trắng sáng rạng rỡ. Áp dụng từ 7/2014, khi mua sản phẩm Visible Whitening Day Essence, bạn sẽ được kèm quà tặng là sản phẩm dưỡng da Visible Whitening Night Caps (sample 02pcs).



DIU MÁT LÀN DA NGÀY HÈ

Kem chống nắng Sekkisei Sun Protect Essence SPF50+/PA đang gel hoặc sữa giúp bảo vệ da tuyệt đối và ngăn ngừa mọi tổn hại từ tia tử ngoại như đốm đen, mụn mủ hay viêm sưng là sản phẩm chống nắng có chỉ số bảo vệ cao nhất từ trước đến nay và được Kose giới thiệu. Nếu kem chống nắng dạng sữa kết cấu như tương kết hợp bột phấn siêu mịn cho da mịn màng, thoáng ráo phù hợp cho người bơi lội và hoạt động ngoài trời, thì dạng gel sẽ phù hợp khi bạn ngồi máy lạnh thường xuyên và thích cảm giác ẩm mượt. Giá: 950.000 VND/gel; 1.000.000 VND/sữa.



SẠCH DA VỚI HƯƠNG HỒNG QUỲN RỪ

Kanebo ra mắt sữa rửa mặt tinh chất hoa hồng chứa các hạt giúp lấy sạch chất bẩn nằm sâu trong lỗ chân lông. Đặc biệt, sản phẩm cải tiến này còn chứa tinh chất hoa hồng giúp ngăn ngừa da bị khô trong quá trình rửa mặt, tạo bọt chuyển từ trắng sang hồng với hương thơm hoa hồng Bulgari thư giãn và tạo ra làn da đẹp.



DA SANG HỒNG TRONG NANG

Bioré cho ra mắt dòng sản phẩm chống nắng da nắng vừa bảo vệ làn da khỏi tác hại của ánh nắng trời, vừa giúp dưỡng da sáng hồng tự nhiên và ẩm mượt. Trong đó: Mousse chống nắng công nghệ nước Aqua mat lạnh còn được dùng như kem lột với tinh chất dưỡng ẩm sâu; Kem chống nắng dưỡng trắng da có khả năng làm trắng, giảm thâm nám và vết tàn nhang mỗi ngày; Sữa chống nắng dưỡng da với công nghệ độc quyền Sara giúp da khô thoáng, không nhờn rít đồng thời che khuyết điểm và hoạt chất hút nhờn hiệu quả.



GIU MẠI NET THANH XUÂN

L'Oréal Paris mang đến bí quyết vàng để giữ làn da tươi trẻ và rạng rỡ suốt cả ngày với Revitalift Dermalift. Đây là thành quả của công nghệ Dermalift làm săn chắc da từ sâu bên trong, giúp da có thể chống lại tác động của môi trường và thời tiết. Sản phẩm với 3 tác dụng: giảm nếp nhăn, giúp da săn chắc, làm mịn da và tăng cường độ ẩm. Áp dụng từ 7/2014, khi mua sản phẩm Revitalift Dermalift, bạn sẽ được kèm quà tặng là sản phẩm dưỡng da Revitalift Night Caps (sample 02pcs). Giá: 338.000 VND/hũ.



TRẺ HÓA LÀN DA

Công ty TNHH TM DV Trần Toàn Phát vừa ra mắt sản phẩm Tinh chất làm đẹp ADIVA mang đến giải pháp trẻ hóa làn da hiệu quả dựa trên thành tựu khoa học kỹ thuật tiên tiến của thế kỷ 21: Protein trẻ hóa collagen. Tinh chất cung cấp protein trẻ hóa thể hệ mô collagen được tinh chế 100% từ nguyên liệu tự nhiên của Đức bằng công nghệ tiên tiến giúp duy trì chất lượng cao nhất và tuyệt đối an toàn. Công thức độc đáo giúp tăng cường độ ẩm sâu đến tận làn da để mịn màng và tươi trẻ.



N O U G A T

L O N D O N

Dòng sản phẩm chăm sóc cơ thể của **Nougat London** đem lại cho khách hàng xúc cảm tinh tế, trải nghiệm được nuông chiều cơ thể. Nổi tiếng với **phương châm chỉ sử dụng nguyên liệu tốt nhất**, không thử nghiệm trên động vật, chỉ sản xuất tại Anh để **đảm bảo chất lượng và đáp ứng những yêu cầu khắt khe nhất tại Châu Âu lẫn Bắc Mỹ**. Sản phẩm **giàu dưỡng chất thiên nhiên** giúp nuôi dưỡng da **sáng mịn, tươi trẻ** đồng thời **lưu lại những hương nước hoa sang trọng, nữ tính**.



1/ SOOTHING BATH PEARLS

Sau một ngày làm việc mệt mỏi, còn gì bằng khi được ngâm mình trong bồn tắm thư giãn và tận hưởng những mùi hương tuyệt vời khi các hạt ngọc trai tan ra. Cảm giác ngọt ngào của những hạt ngọc trai đem đến trải nghiệm tắm đặc biệt hơn bao giờ hết.

2/ SPARKLING BODY SHIMMER

Với thành phần cam quýt, dầu mầm lúa mạch và vitamin E có trong sản phẩm mang lại sức sống mới cho làn da bạn. Kết cấu dạng gel thẩm thấu nhanh cùng hương hoa tinh tế, bạn sẽ trở nên thật gợi cảm với làn da mềm mịn, rạng rỡ. Đặc biệt hơn, Sparkling Body Shimmer còn làm lu mờ các khuyết điểm trên da nhờ vào thành phần khoáng chất mica, lượng nhỏ nhẹ vừa phải giúp đem lại ánh nhìn khỏe mạnh tự nhiên, quyến rũ và tràn đầy sức sống.

3/ FABULOUS FRAGRANCED CUSHIONS

Một món quà sang trọng và thú vị. Được thiết kế hình hoa đặc trưng của Nougat, bộ ba túi thơm Drawer Cushion giúp túi đồ thêm xinh xắn, tránh khỏi mối mệt mỏi cho quần áo thơm tho cả ngày.

4/ NURTURING HAND CREAM

Kem dưỡng tay giàu dưỡng chất với dầu Hạnh nhân, dầu Macca, bơ Cacao và vitamin E. Kết cấu ẩm mượt giúp thẩm thấu dễ dàng, cung cấp độ ẩm sâu cho da và giúp móng khỏe.

Thoải mái lựa chọn với 4 mùi hương: huệ & nhài gợi cảm, sung & tuyết tùng hồng ấm ngọt, hoa anh đào gợi phái và hoa mẫu đơn quyến rũ.

5/ LUSCIOUS LIP BALM

Son dưỡng môi với sự kết hợp tuyệt vời của sáp Camauca và sáp Candelilla được biết đến với tính năng làm dịu, làm lành và bảo vệ làn da môi nhạy cảm. Công thức nhẹ nhàng thích hợp để sử dụng thường xuyên.

6/ GIFT SETS

Những bộ gift set xinh xắn có thể dùng làm quà tặng hoặc mang đi du lịch. Nhiều lựa chọn đa dạng tùy theo các nhu cầu khác nhau như chăm sóc tay, chân hoặc toàn thân.



Phân phối độc quyền tại L'Apothiquaire

100 Mac Thi Bưởi, Q.1, Tp.HCM. Đt: 3822 2158
64A Trường Định, Q.3, Tp.HCM. Đt: 3932 5181
The Crescent, 103 Tôn Dật Tiên, Q.7, Tp.HCM.
Các trung tâm thương mại thuộc hệ thống Parkson.



Nữ Doanh Nhân dành tặng 2 phần quà đặc biệt từ mỹ phẩm Kosé Nhật Bản cho bạn đọc may mắn. Mỗi phần quà là 1 bộ mỹ phẩm cao cấp Infinity trị giá 5.930.000 VND, gồm 4 bước chăm sóc da ban ngày:

- **BƯỚC 1:** Sữa rửa mặt INFINITY KOSÉ Tone Up Wash với bọt kem mềm mịn, loại bỏ vết bẩn, dầu thừa sâu dưới lỗ chân lông, duy trì độ ẩm cho da. Giá: 1.100.000 VND
- **BƯỚC 2:** Nước làm mềm da INFINITY KOSÉ Lotion Concentrate 14 giàu dưỡng chất, cải thiện khả năng tự duy trì độ ẩm của da. Làn da như thể được xõng hơi. Giá: 1.850.000 VND
- **BƯỚC 3:** Nhũ tương dưỡng ẩm INFINITY KOSÉ Serum Completion 1 giúp làm săn da từ bên trong, cung cấp ẩm, dầu cho da, thành phần có đặc cho da tươi sáng và mềm mượt. Giá: 1.900.000 VND
- **BƯỚC 4:** Kem chống nắng INFINITY KOSÉ deep protection UV SPF50+/PA++++ với độ chống nắng cao nhất hiện nay, bảo vệ làn da triệt để khỏi những dấu hiệu lão hóa do tia UVA và UVB gây ra. Kem mát nhẹ như nhũ tương, độ dưỡng ẩm cao, không bắt dính, cho da trong trẻo. Giá: 1.080.000 VND

Để có thể tham dự bằng cách gửi hình ảnh và thông tin cá nhân về tòa soạn Tạp chí Nữ Doanh Nhân: 737 Cách Mạng Tháng Tám, P.6, Q.Tân Bình, TP.HCM trước ngày 15/7/2014. 2 độc giả có thư gửi về sớm nhất sẽ được nhận quà từ Kosé. Kết quả được thông báo trên website www.nudoanhnhan.net và www.facebook.com/nudoanhnhan.net vào ngày 1/8/2014.

PROMOTION



VERSACE
BRIGHT CRYSTAL
ABSOLU

Sữa quyền rũ huyền bí

Versace Bright Crystal Absolu tựa như một quý cô yêu kiều, thanh lịch có
sữa quyền rũ huyền bí làm say àu àu lòng người khắp nơi trên thế giới

Hương thơm say àu àu

Hương đầu: Sức sống động tuyệt vời của cây Yuzu nổi bật giữa màu sắc và tinh chất hạt lựu tạo nên sự tươi mát, tinh khiết, tự nhiên.

Hương giữa: Làn hương dịu dàng và ngọt ngào của quả mâm xôi hòa quyện cùng điểm nhấn sang trọng, tinh tế của hương hoa mẫu đơn kết hợp với hương mộc lan và hương sen.

Hương cuối: Sự quyến rũ mãnh liệt đầy gợi cảm được tạo nên từ hổ phách thực vật quý và hương gỗ Acajou tươi sáng cùng xạ hương đầy sức sống

Kiều đáng bay bổng

Versace Bright Crystal Absolu sở hữu thiết kế đáng chài với đường nét bay bổng, màu sắc lãng mạn và kính trong suốt như ngọc chứa đựng thông điệp về một thế giới huyền bí, mê hoặc và phi thường. Song song là điểm nhấn độc đáo của nắp chai thanh lịch dạng viên kim cương tinh khiết. Trong khi đó, vỏ hộp được thiết kế sáng tạo độc quyền với hoa văn màu bạc lấp lánh trên nền hồng lãng mạn cho sự quyến rũ huyền bí của Versace thêm phần tuyệt đối.

Versace Bright Crystal Absolu được phân phối độc quyền bởi

Công ty TNHH MTV Tầng Hồng Viễn Đông Việt Nam, sản phẩm hiện có bán tại:

• TP.HCM: Diamond Plaza: 34 Lê Duẩn, Q.1 | Parkson Saigon Tourist: 35 Lê Thánh Tôn, Q.1 |

Parkson Hưng Vương: 126 Hưng Vương, Q.5 | Parkson C&T: 60A Trương Sơn, Q.Tân Bình |

Parkson Flemington: 184 Lê Đại Hành, Q.11 | Parkson Paragon: 3 Nguyễn Lương Bằng, Q.7 | Thương xá Tax:

135 Nguyễn Huệ, Q.1 | Parkson Cantavil: Khu phức hợp Cantavil An Phú, 1 Sông Hành Xã Lộ Hà Nội, P.An Phú, Q.2 |

Aeon Shopping Center - Tân Phú Celadon: 30 Bô Bao Tân Thắng, Sơn Ky, Q.Tân Phú • Vong Tau: Imperial Vong Tau:

159-163 Thụy Vân • Hà Nội: Parkson Viet Tower: 198B Tây Sơn | Parkson Landmark 72: Phạm Hưng, Q.Cầu Giấy

NỮ DOANH NHÂN[®]

BUSINESSWOMAN MAGAZINE

Thấy & nghĩ



Nữ doanh nhân àai àuúà thành công àààlààsũakhoákhùn, nữảnhĩ'ầysã
doanh nhậnlàicàng thêm thấ hún nhữnng vếpváp thúúng trúứnng...

Coánôi lênh, vô công vũi ấ, tời coáđp
tỉ p xuấ vũi NSND Hồng Vên. Hún mủi
nủm trủi, Sên khêi kớch PhưaNhuêi bủi

thực chớ có ở chệch kinh doanh bẽm sinh.
Hồng Văn lảng lạng ở Bưởi sinh sống tại
Sài Gòn. Sớm nay sáng, chớ chú, bít tỉnh
toàn trười sau lảu tỉnh cách người Bưởi Sầu
khom aak, thoai mà không nĩi anh hùng
chuyến nhơn nhĩ lảu tỉnh cách người
Nam. Thêm nhơn vầy kĩ hủi hủi tỉnh
cách vùng mĩ h'ay, NSND Hồng Văn
không thanh công mĩu lảu lủi lảm kĩ giữ
chớ có mĩu mĩu mĩu cái chớ nhơn sến khế
trải khế tại Nam ra, NSND chớ có đức
không ai quẻ aak nhĩ n.

2 Trong lễ ăn trầu, chúng tôi tuần hành của nữ nghĩ ấy Kim Thủ niệm kỷ sống Sài Gòn. Thủ áo anh hàng của chủ đầu tư qua ly khà ban ban vach uyển nghĩ p. mỗi người kinh doanh hoành tráng. Cứu sự chi vi tốt thủ khách là thếy bách hu kinh đẹp vãng trong xanh globa huế tước họ xướng...

Nhưng chớ sau mỗi thú vị gian, nhai
hàng ào ạt nhĩn ngung trĩ á Hều hĩ ế khách

tiên uống chóe của những người làm
việc gầy yếu hoặc cần ăn quan ăn về
tài sức để duy. Cho ăn ngay, những
bài ghi chú không nên bỏ sót để đi
những miếng ăn bòn trở tình không
mỏi bóng người. Bài chú Kim Thủ
chống thể xuất hiện này, cũng là cuối
hơn nên của chủ chương này. Phức Sang
gặp trực tiếp vào vùng vị kinh
doanh của ăn cũng làm
khó khăn. Sau này có Kim Thủ
mười năm bài xôi, những
trẻ long mào, đư khách ăn ở
đồng ngũ ngũ phật ở hàng
đầy đầy ăn cũng này, thôi là
cung không thể khác là người ở
sự này quay trở lại để thú kỳ
hệ thống của mình.

3 Mối của mối
giàu bề ngoài
sầu tưng nổi vùi
tối, vùn nghĩ
sách không phải
là người qua người
có thể lừa nhau
cho đời lừa nhau
hoá Sao là cõi sống chết
luyến như Mối
ấy, tôi nói capht
vui nhà tôi Ngô Thơ
Hạnh văn anh
Bích Ngân, nghe họ
kính chào ai mua
nhân mới gửi, hoá ra
anh chàng mới gửi
kia qua anh tôi
nhân nhà Ngô Thơ
Hạnh và cuối

vua nổi sau bao nhiêu năm bốn bề yên
 Sớm thành, cách nay vài năm đã làm được
 ăn uống chu đáo rồi
 Trẫm ăn uống chầy xé tủa với nhà
 trong nhà Hạnh nghĩ sao xa quá vậy, gần
 hai mươi cây số rồi
 Hai trung tâm thành
 phố Việt Nam, khi gần tới căn nhà
 nhỏ trên con hẻm đã thấy quán ăn kiểu

[illegible][illegible][illegible]



Tiệc Cưới Huyền Ảo và Sang Trọng tại New World Saigon Hotel

Special thanks to our sponsors:



hoagiaynghethuat.com
Thiết kế và trang trí hoa giấy cao cấp

LANEIGE



Mercedes-Benz
Vietnam Star Automobile

Bridal collections from:



Supporters:



Media sponsors:



Khi tham gia triển lãm cưới, hãy đặt ngay tiệc cưới tại New World Saigon Hotel trước ngày 30 tháng Sáu để nhận được mức giảm 15%. Để biết thêm thông tin chi tiết hoặc đặt vé, xin vui lòng liên hệ chúng tôi qua +84 8 3829 4000, số nội bộ 2820 hoặc email weddings.saiгон@newworldhotels.com.



NEW WORLD

SAIGON HOTEL

MODERN ORIENTAL HOSPITALITY

76 LÊ LAI, QUẬN 1, THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

TEL: +84 8 3822 8888 FAX: +84 8 3823 0710

saiгон@newworldhotels.com

www.saiгон.newworldhotels.com

Có điều kiện và điều khoản áp dụng.

Ưa chiều
CÚN CƯNG

Vào cuối tuần, Phường Hải Thuận (Giám đốc Tiếp thị Toàn quốc, Tổng cục Giao thông & An toàn Apollo Việt Nam) thường đưa hai cháu con Wen và Pucca đi càphê hay dạo phố. Nhưng chuẩn bị này, Wen và Pucca không ai hay màaaaaa!!! cô chủaáa đi chửi sếp sếp khỏe vãi ... Sếp aêêê



Suốt tuần bận rộn với những dự án công việc, Thuận chỉ thời sự dành rồi vào ngày chủ nhật. Nếu không ra ngoài ngắm cá phệ cùng bạn bè, Thuận còn có một thú vị khác là quay quần bên gia đình và đặc biệt với đứa con ngày với hai cái cún cưng mà chúng thấy thích. Hoàn đến hen lại ra, về chẳng có đứa cá Wen và Pucca đến bệnh viện định danh cho thú cưng để khám sức khỏe định kỳ và tiêm vắc-xin sức đề. Tại đây, hai bạn con nhỏ nhận được các chuyên viên về sinh vật, tâm lý gặm nhấm, được cắt tỉa lông và làm móng gọn gàng.



Thuận kể, Wen và Pucca được em gái Thuận "bàn giao" lại cho cô trước lúc lên đường đi nước ngoài. Tên của chú cún Wen xuất phát tính cô từ chiếc áo thun thể thao in tên cầu thủ Owen khi đưa cún cún này từ cửa hàng về nhà. Trong khi đó, cô nàng Pucca được đặt theo tên nhân vật trong phim hoạt hình cún tên với mong muốn một quan hệ của hai cún cún sẽ đáng yêu như Pucca và Garu.





Điều khá thú vị nữa là Wen và Pucca được ví von như một trong những "củ hời môn" của Thuận khi về nhà chồng. Ban đầu, bố mẹ chồng Thuận không thích nuôi bất kỳ cún cưng nào trong nhà nhưng cô thuyết phục mãi nên cuối cùng ông bà cũng đồng ý. "Vì Thuận đi làm suốt nên bố mẹ chồng hiện giờ là người chăm sóc chính cho hai cún cưng và yêu chiều chúng lắm", Thuận bật mí.

Dắt cún cưng đi dạo là hoạt động yêu thích vào ngày cuối tuần của Thuận, việc này cũng để lại cho cô một kỷ niệm nhớ đời. Đó là lần dắt Wen và Pucca đi dạo quanh Hồ Bán Nguyệt để tận mắt ngắm chủ vịt vàng khổng lồ. Hai cún cưng dòng Chihuahua không đi bộ được nhiều này nhanh chóng thấm mệt và khát. Chính vì thế, khi được cho uống nước, Wen và Pucca đã uống quá nhiều nước đến óch ạch cả bụng và nằm lăn quay thở dốc. Lúc bấy giờ, Thuận rất hoảng hốt, nhưng sau khi được bạn bè "tư vấn" giải thoát nước cho hai cún yêu, Wen và Pucca mới bình thường trở lại.



Chàng hay GHEN?

Ghen không phải là một đức tính xấu mà chỉ là một thói quen xấu cho tình yêu. Ghen vừa làm tổn thương và ảnh hưởng đến sự phát triển của tình yêu, nhưng ghen quá mức lại là trái tim của sự ghen tuông. Vì vậy, bạn cần phải biết cách kiểm soát cảm xúc ghen tuông của mình để không làm tổn thương đến người bạn yêu.

cứu
tình

"cắt
đuôi"

Ghen là một phần bất ly của cuộc sống. Nó có thể là một cảm xúc tiêu cực hoặc một cảm xúc tích cực. Ghen là một cảm xúc tiêu cực khi nó khiến bạn cảm thấy không thoải mái hoặc không hạnh phúc. Ghen là một cảm xúc tích cực khi nó khiến bạn cảm thấy an toàn hoặc hạnh phúc.

1. Chàng có một chàng nậu khạo

Bạn là một người giao tiếp rất giỏi và rất thành công trong công việc. Tuy nhiên, một lần nữa bạn đã gặp phải một chàng nậu khạo. Chàng nậu khạo này rất giỏi trong việc giao tiếp và rất thành công trong công việc. Tuy nhiên, chàng nậu khạo này lại rất ghen tuông và rất嫉妒.

khí thế anh ấy có vẻ rất giỏi và rất thành công. Tuy nhiên, anh ấy lại rất ghen tuông và rất嫉妒. Anh ấy luôn cảm thấy không thoải mái khi bạn giao tiếp với người khác. Anh ấy luôn cảm thấy không thoải mái khi bạn giao tiếp với người khác.

2. Bạn bè của anh không phải là người bạn

Giữa những người bạn của anh, anh luôn cảm thấy không thoải mái. Anh luôn cảm thấy không thoải mái khi anh giao tiếp với người khác. Anh luôn cảm thấy không thoải mái khi anh giao tiếp với người khác.



DAKS



GUCCI



SALVATORE
FERRAGAMO

JUST
CAVALLI



SWAROVSKI

Danh tang chàng *Chàng yêu* **THỂ THAO**

Thi thể thao luôn là niềm
hào hứng của các chàng
trai. Tuy nhiên, để
có thể tham gia các
hoạt động thể thao một
cách thoải mái và
an toàn thì trang bị
đúng là rất quan trọng.

INCH



TOMMY
HILFIFER



KNOCKDOWN



HAPPY TIME



SALVATORE
FERRAGAMO

Tôn vinh NÉT ĐẸP Á ĐÔNG

IPKN LUXURY với thiết kế sang trọng đính pha lê Swarovski như món đồ trang sức quý giá. Màu sắc lấy cảm hứng từ chính cuộc sống nên ở bước trang điểm nào gương mặt bạn cũng thêm đẹp và tươi sáng. Kết thúc trang điểm cũng là lúc bạn phát hiện vẻ đẹp của chính mình, nhưng thật sự nổi bật và tỏa sáng. Như hương thơm huyền bí vô hình vô sắc, Luxury giữa sáng tối khó phân biệt vẫn thể hiện chân giá trị của làn da!

1 IPKN LUXURY BASE Kem lót trang điểm

Kem lót dạng Essence với các phân tử Protein tạo lớp lót mỏng và ẩm mịn. Thành phần Polyfill chiết xuất từ Hạnh nhân che phủ hoàn hảo và làm mềm da. Bột Ngọc trai hiệu chỉnh màu và làm sáng da chỉ với 1 lượng nhỏ. Chiết xuất hoa Cẩm quỳ, Xương rồng, Việt quất giàu độ ẩm cho lớp lót tươi sáng và tự nhiên.

Giá: 669.000đ/35ml

2 IPKN LUXURY FOUNDATION Kem nền trang điểm

Chiết xuất cây Bạch dương hiệu chỉnh màu da cho lớp nền hoàn hảo và tự nhiên. Chiết xuất thực vật và hạt phân tử siêu nhỏ che phủ khuyết điểm và nếp nhăn. Chiết xuất quả Xoài và hoa Dâm bụt cung cấp dưỡng chất và độ ẩm, giúp da mịn màng và tươi sáng hơn.

Giá: 669.000đ/35ml

3 IPKN LUXURY POWDER PACT Phấn phủ dạng nền

Bột phân tử siêu mịn cho lớp phủ tươi sáng và mượt như lụa. Amino acid chiết xuất từ Chứa vật chống xỉn màu da và duy trì tone màu lâu bền. Tinh chất Ngọc trai tăng cường độ ẩm, cho làn da mịn màng. Phấn không làm da bị khô và bị.

Giá bán: 799.000đ/17g

4 IPKN LUXURY TWO WAY CAKE Phấn nền

Chiết xuất cây Bạch Dương và Vitamin A che phủ tàn nhang, đốm thâm nám cho lớp trang điểm đều màu và tự nhiên. Cấu trúc hạt phân tử siêu nhỏ có khả năng phản sáng che phủ hoàn hảo làn da. Thành phần giàu độ ẩm không làm khô da và lâu trôi.

Giá: 689.000đ/14g

5 IPKN LUXURY POWDER Phấn phủ dạng bột

Hạt phân tử siêu mịn giúp che phủ nếp nhăn, vết chân chim và đốm thâm nám. Phân dạng phân tử siêu nhỏ kiểm soát bã nhờn giúp lớp trang điểm tươi sáng, lâu trôi. Hạt phân tử phản sáng cho làn da đều màu mà không làm khô da.

Giá: 859.000đ/30g

6 IPKN LUXURY MULTI MAKE UP FINISH Kem nền 3 trong 1

Vừa là Kem lót + Kem nền + Kem chống nắng cho lớp trang điểm hoàn hảo và tự nhiên, chống nước và lâu trôi. Chỉ số chống nắng cao SPF 45 bảo vệ da hiệu quả. Chiết xuất hoa hồng Jericho và dầu Hạnh nhân làm da mềm mại và sáng.

Giá: 699.000đ/ 50ml



NGHỀ NÀO cho tương lai?

Chỉ phí dành cho giáo dục đã tăng cao, sinh viên sau tốt nghiệp không đi được công việc vừa làm vừa học chuyên ngành, thạc sĩ trường lao động ngay cạnh cạnh tranh gay gắt. Tất cả không lương phí thời gian, công sức, tiền bạc và cả cơ hội về nghề nghiệp. Nhưng bạn, phụ huynh hãy nghĩ vai trò quan trọng trong việc thông tin, từ việc và hướng dẫn con lựa chọn ngành nghề cho tương lai.

Đứng trước sự lựa chọn, lên kế hoạch nghề nghiệp cho tương lai, trẻ cần sự hỗ trợ đặc biệt từ cha mẹ và những người thân trong gia đình hơn lúc nào hết. Có nhiều cách phụ huynh hỗ trợ con trong việc cung cấp thông tin cho các sự lựa chọn nghề nghiệp của trẻ. Bạn có thể thông qua những lần trò chuyện cùng con để biết trẻ đang quan tâm, tìm hiểu những gì. Hãy khuyến khích con nói về nghề nghiệp yêu thích, về ước mơ, đồng thời khuyến khích trẻ tìm hiểu thông tin ở thư viện, câu lạc bộ và mạng dân tra cứu vấn đề liên quan từ cha mẹ, người thân, giáo viên.

VẤN ĐỀ ĐANG SUY NGHĨ NGAY

Nếu con bạn đang ở tuổi thiếu nhi hoặc thiếu niên, bạn có thể cho rằng việc lựa chọn nghề nghiệp của con là điều xa vời. Bạn và các con bạn hầu như chỉ quan tâm đến trường lớp, bạn bè, thể thao và các sở thích khác vào thời điểm này. Vậy thì ngay bây giờ, bạn cần bổ sung việc định hướng lựa chọn nghề nghiệp tương lai của con vào danh sách những vấn đề đáng suy nghĩ của mình.

Trong khi trẻ vẫn chưa có được định hướng nghề nghiệp nào rõ ràng, đây là thời điểm tuyệt vời để bạn giúp con bắt đầu khám phá nhiều ngành nghề khác nhau. Trong sự hiểu biết non nớt, hầu hết trẻ mới biết một số ít ngành nghề mà con đã có cơ hội tiếp xúc như bác sĩ, nhà sư, giáo viên... Tìm hiểu, khám phá nghề nghiệp là một cách tốt nhất để con bạn được mở mang tầm mắt, nhận ra rằng trẻ có nhiều lựa chọn hơn thế.

Bạn sẽ làm thế nào để có thể giúp con khám phá nghề nghiệp? Khi người ta trẻ, tiềm năng là vô tận. Chính vì thế, con bạn có thể xem xét đa dạng ngành nghề dưới một cái mắt tinh tường. Thực tế có nhiều cách giúp con khám phá nghề nghiệp và cha mẹ là những người giữ vai trò quan trọng trong vấn đề này. Tuy nhiên, bạn nên khắc cốt ghi tâm rằng đừng bao giờ cố gắng ngăn cản con khám phá một nghề nghiệp nào mà bản thân bạn không có thiện cảm. Bên cạnh đó, từ mối quan hệ của mình, bạn có thể thiết lập cơ hội cho con gặp gỡ với những người làm việc trong các ngành nghề khác nhau. Và đừng quên lường trước những nguy cơ và cả cách bảo vệ con an toàn khi cho trẻ ra ngoài khám phá thế giới nghề nghiệp. Hãy chắc chắn bạn biết rõ về những người mà con bạn tiếp xúc, thậm chí bạn nên đi cùng trẻ.

TẠO CƠ HỘI ĐỂ CON KHÁM PHÁ

Cách dễ nhất để con bạn tìm hiểu nghề nghiệp không gì bằng việc đọc sách. Có rất nhiều cuốn sách về nghề nghiệp trong các thư viện công cộng và trường học, kể cả những thông tin liên quan trên mạng. Con bạn dễ dàng đọc những cuốn sách về nghề nghiệp có thể hay nhưng không thật sự thích thú. Trẻ thích những trải nghiệm thực tế hơn, chẳng hạn nghe chính người trong cuộc nói về công việc của mình. Một trong những cách bạn giúp con có được trải nghiệm đó là cho trẻ đến thăm nhà máy, công ty... để quan sát các hoạt động diễn ra hàng ngày. Các câu lạc bộ





về nghề nghiệp với những buổi nói chuyện chuyên đề của các diễn giả nổi tiếng cũng là nơi tốt cho trẻ tìm hiểu thêm về ngành nghề nào đó.

LÀM SAO CHON ĐƯỢC ĐÚNG NGHỀ?

Đã là phụ huynh, ai cũng muốn con mình thành công trong công việc và cuộc sống. Chính vì thế, sự chuẩn bị, định hướng ngay từ rất sớm là rất quan trọng để con bạn có quyết định nghề nghiệp đúng đắn trong tương lai. Khi con bạn chưa có định hướng nghề nghiệp rõ ràng, các bậc cha mẹ có thể giúp trẻ theo trình tự ba bước: tìm hiểu sở thích, khám phá nghề nghiệp, lập kế hoạch hành động.

- **Tìm hiểu sở thích:** Trước tiên, bạn cần tìm hiểu sở thích của con thông qua những buổi trò chuyện riêng một cách cởi mở với trẻ. Điều quan trọng bạn cần nắm rõ là thế mạnh và hạn chế, sở thích và không thích của con.
- **Khám phá nghề nghiệp:** Tiếp theo, bạn có thể tạo điều kiện cho con tìm hiểu các ngành nghề, công việc khác nhau và chương trình đào tạo tùy theo tính chất từng độ tuổi của trẻ.
- **Lập kế hoạch hành động:** Một khi con đã định hướng được nghề nghiệp yêu thích và phù hợp khả năng, hãy hướng dẫn trẻ lập cho mình một kế hoạch theo thứ tự ưu tiên cụ thể để đạt được tất nhất mục tiêu đề ra. Đó là những kiến thức, kỹ năng cần thiết cho nghề nghiệp tương lai này của con.

KHUYẾN KHÍCH, TU VÀN NHUNG KHÔNG RA LÈNH

Lựa chọn nghề nghiệp là một quyết định cá nhân, hơn ai hết, vai trò của các bậc cha mẹ là vô cùng quan trọng. Bạn có trách nhiệm hỗ trợ con tiếp cận đầy đủ thông tin để trẻ đưa ra quyết định cuối cùng cho tương lai mình. Nếu những vấn đề vượt quá tầm hiểu biết của bạn, dùng ngôn ngữ nhẹ nhàng để con sự trợ giúp từ những cá nhân có chuyên môn, tổ chức liên quan, chẳng hạn như bạn bè trong ngành, chuyên gia, câu lạc bộ, trường lớp... Thông tin ban đầu thật sự quan trọng để con bạn có được sự lựa chọn đúng đắn cho nghề nghiệp tương lai của mình. **SEN**

Đừng quên

- a Không bao giờ quên nói với con về tầm quan trọng của việc chọn nghề nghiệp đúng đắn.
- a Luôn giải đáp thắc mắc, hãy cung cấp những thông tin hướng nghiệp phù hợp với con.
- a Khuyến khích con tham gia các hoạt động ngoại khóa, ra ngoài xã hội để con có thể tìm hiểu thêm về các ngành nghề khác nhau.

TRẦN HÊ TIẾN ANH QUỐC TẾ SUMMER FANTASY 2014

Hệ thống Trung tâm Anh ngữ AMA lần đầu tổ chức trại hè tiếng Anh quốc tế Summer Fantasy 2014 - Active Learning Kids Teens vào ngày 19-20/7/2014. Trong suốt hành trình 2 ngày 1 đêm, các em được tham gia những hoạt động thể chất và trí tuệ bổ ích. Đặc biệt, khi đăng ký trước ngày 10/6, người tham dự được nhận ngay ưu đãi 1 triệu VND, balo, áo thun cùng các quà tặng giá trị khác. Liên hệ: (08) 39302861



TRƯỜNG SIS MIỄN GIẢM 100%
MỨC PHÍ GHI DANH

Trưởng Quốc tế Singapore (SIS) đã đạt hơn một nửa với chứng trình minh bạch 100% một phi vụ danh cho những học sinh mới dùng kỹ năng học từ trước ngày 30/6/2014. Hoạt động từ năm 2007, với sự hỗ trợ của các trường đại học và các trường đại học, SIS đã đạt được một nửa chứng trình minh bạch 100% một phi vụ danh cho những học sinh mới dùng kỹ năng học từ trước ngày 30/6/2014. Hoạt động từ năm 2007, với sự hỗ trợ của các trường đại học và các trường đại học, SIS đã đạt được một nửa chứng trình minh bạch 100% một phi vụ danh cho những học sinh mới dùng kỹ năng học từ trước ngày 30/6/2014.



CHƯƠNG TRÌNH GIẢNG DẠY TỔNG ANH TOÁN DẪN CHO NGƯỜI LƯỜI

Apollo English chính thức giới thiệu khóa học tiếng Anh
 Apollo 360° dành cho người lớn, một chương trình áp dụng
 phương pháp giảng dạy Flip hiện
 đại và phổ biến nhất trên thế giới
 lần đầu tiên tại Việt Nam. Học viên
 cũng chủ động hơn với việc học
 của mình thông qua chương trình
 học trực tuyến thông minh E-learn.
 Dĩ vậy, Apollo sẽ dành tặng 300
 suất học bổng có giá trị lên tới 13
 triệu VND học iPad Air khi đăng
 ký học mới tại các trung tâm của
 Apollo 360°. Liên hệ: 18006969



TRI ÂN NHÀ SÁNG LẬP
RMIT VIỆT NAM

Tòa nhà giảng dạy một của RMIT Việt Nam tại cơ sở Nam Sài Gòn chính thức được đặt tên thành Beanland nhằm tri ân nhà sáng lập trường, Giáo sư David Beanland, vào ngày 12/6/2014. Đây là mốc quan trọng trong lịch sử RMIT Việt Nam với sự chứng kiến của giảng viên, nhân viên, sinh viên và khách mời đặc biệt cùng ghi nhận vai trò quan trọng của Giáo sư Beanland như nhà sáng lập và mở đường trong việc thành lập RMIT Việt Nam.



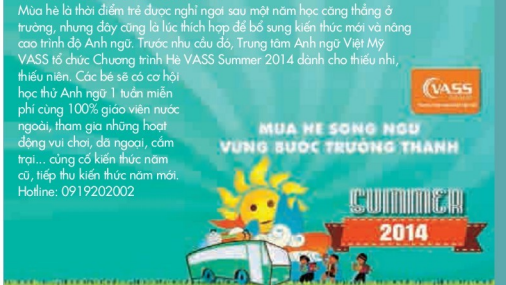
CÚ HỎA HOÀ BỔNG TRƯỜNG BVIS

Trường Quốc tế BVIS chính thức tuyển sinh năm học 2014-2015 với nhiều cơ hội học bổng hấp dẫn. Đây là một mô hình giáo dục theo chuẩn quốc tế từ bậc mầm non đến trung học tại Việt Nam, học theo trường dân báo sử dụng thành thạo cả hai ngôn ngữ Anh - Việt. Liên hệ: (08) 37580709 (888/111)

CHƯƠNG TRÌNH HÈ
VASS SUMMER 2014

Mùa hè là thời điểm trẻ được nghỉ ngơi sau một năm học căng thẳng ở trường, nhưng đây cũng là lúc thích hợp để bổ sung kiến thức mới và nâng cao trình độ Anh ngữ. Trước nhu cầu đó, Trung tâm Anh Ngữ Việt Mỹ VASS là đơn vị Chương trình hè VASS Summer 2014 dành cho thiếu nhi, thiếu niên. Các bé có cơ hội học thử Anh ngữ 1 tuần miễn phí cùng 100% giáo viên nước ngoài, tham gia những hoạt động vui chơi, dã ngoại, cắm trại... cùng các kiến thức mới cũ, tiếp thu kiến thức mới mỗi ngày.

Hotline: 09120202002



PHƯƠNG PHÁP **MỖI** CƠ HỘI NGHỀ NGHIỆP MỖI CHO **BẠN**



WHERE THE BEST BECOME BETTER



APOLLO 360° – TIẾNG ANH DÀNH CHO NGƯỜI LỚN ĐỘC ĐÁO THÀNH CÔNG TRÊN **50 QUỐC GIA**



Flip
Method



Connect
Club



Career
Boost

► Và nhiều hơn
thế nữa



A Member of the
International House World Organisation

www.apollo360.edu.vn
Facebook.com/ApolloEnglish360

1800-6969

Thời đại của những cuộc

“HÒ HẸN” phong cách

“Ngoài những điểm hẹn lý tưởng nơi các quán cà phê, nhà hàng sang trọng, giới doanh nhân Sài Gòn bắt đầu chú trọng đến buổi hẹn đối tác với việc chọn địa điểm vừa thư giãn, giải trí vừa có ích cho sức khỏe.”

Bổ sung vào danh sách các bộ môn giải trí yêu thích của giới doanh nhân như golf, tennis, cầu lông... việc tham gia tập luyện tại các Trung Tâm Thể Dục Thẩm Mỹ vinh dự trở thành “trào lưu” mới thể hiện một phong cách sống hiện đại, phù hợp và đáp ứng nhu cầu về sức khỏe, tinh thần của những doanh nhân đam mê kinh doanh lẫn các bộ môn thể dục, thể thao.

Đến phòng tập nói lên điều gì?

Để đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của các quý cô, quý ông nói chung và giới doanh nhân, người thành đạt nói riêng. Ngay tại Sài Gòn, các phòng tập được thành lập ngày càng đa dạng, một số thương hiệu chọn nâng cao phong cách phục vụ trên tinh thần: Người tập vừa rèn luyện sức khỏe, tinh thần vừa tận hưởng không gian thư giãn sang trọng. Thực tế, có thể điểm qua một số thương hiệu nổi bật như: California Fitness & Yoga, Getfit Gym & Yoga, Star Fitness, ..

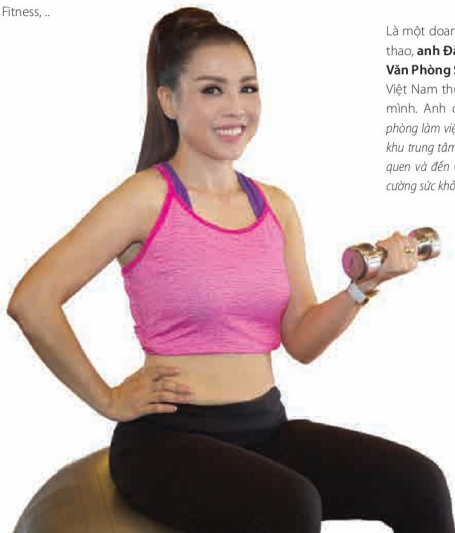
Ngoài hệ thống trang thiết bị để tập luyện thể hình, các phòng tập còn mở nhiều khóa học phong phú như: Yoga, Aerobic, Sexy Dance, Spinning... Ví thế mà, với các doanh nhân, đến phòng tập không chỉ tận dụng được khoảng thời gian rảnh rỗi hiếm hoi mà còn có nhiều sự lựa chọn, nâng cao đời sống tinh thần của mình.

Chị Nguyễn Thị Thanh Hương - Giám Đốc Công Ty Thái Việt chia sẻ: “Ban đầu, khi đến phòng tập, mục tiêu của tôi chỉ là giảm cân, nhưng càng tập luyện, tôi nhận thấy sức khỏe tinh thần của mình cũng đã được cải thiện rất nhiều”.

Đồng thời, với không gian được chú trọng đầu tư vào việc thiết kế nội thất, trang thiết bị hiện đại, các phòng tập được giới doanh nhân “chọn mặt gửi vàng” cho các cuộc hẹn như một lối sống hiện đại, thể hiện đẳng cấp bản thân, điều này lại cả đôi đường: sức khỏe, tinh thần, thắt chặt thêm mối quan hệ với vị khách của mình.

Là một doanh nhân thường xuyên tham gia các CLB thể dục, thể thao, **anh Đào Ngọc Hoàng Giang - Giám Đốc Công Ty Thiết Bị Văn Phòng Sao Mai**, đại diện các thành viên CLB Doanh Nhân BNI Việt Nam thường chọn Getfit Gym & Yoga cho các cuộc hẹn của mình. Anh chia sẻ: “Trước đây chúng tôi thường hẹn nhau ngay văn phòng làm việc, hoặc trao đổi trong lúc dùng bữa trưa tại nhà hàng ở các khu trung tâm. Từ ngày biết Getfit, tôi và các đối tác bắt đầu thay đổi thói quen và đến Getfit vào mỗi tuần. Không gian vừa sang trọng, vừa tăng cường sức khỏe lại có thể thoải mái trao đổi công việc nữa”.

“Việc có một HLV cá nhân theo sát tôi trong những buổi tập thật sự mang lại hiệu quả cao, HLV không chỉ là người định hướng, mà còn là nguồn động lực rất lớn để tôi vượt qua những bài tập khó với cường độ cao, để nhanh chóng đạt được mục tiêu tập luyện của mình”





Lợi ích của việc tập với HLV riêng

Tại **Getfit Gym & Yoga**, ngoài việc để hội viên tự hoàn thành mục tiêu của bản thân như giảm cân, giảm mỡ bụng, lấy lại vóc dáng, tăng cơ với các trang thiết bị và lớp học, Getfit còn có dịch vụ tập luyện cùng HLV để giúp doanh nhân rút ngắn thời gian tập. Có thể nói, điều này đã đáp ứng đúng và hiệu quả so với nhu cầu của rất nhiều người bận rộn.

Anh Việt Nguyễn – CEO Getfit Gym & Yoga chia sẻ: “Các HLV được chọn vào Getfit đều là những HLV ưu tú, tốt nghiệp ĐH Thể Dục Thể thao tại thành phố, và được đào tạo chuyên sâu bởi các chuyên gia danh tiếng trên thế giới do công ty mời về. Đặc biệt, tại Getfit chúng tôi sử dụng Miha Bodytec – một công nghệ tối tân đến từ Đức để hỗ trợ việc tập luyện cùng HLV, với công nghệ này, người tập chỉ cần 20 phút sẽ có được kết quả như trong 4 giờ tập luyện.”

Mang lại hiệu quả cao và giúp người tập nhanh chóng thực hiện được mục tiêu của mình, dịch vụ tập cùng HLV cá nhân sẽ có mức phí cao hơn so với các khóa học khác. Tuy nhiên, nếu người tập không có nhiều thời gian, việc tập cùng HLV là cần thiết bởi chỉ qua 12 buổi tập, hội viên tham gia hoàn toàn có thể giảm 2-3 cân dễ dàng.

Chị Mã Đào Ngọc Bích – Tổng Giám Đốc Angel Beauty Group chia sẻ: “Việc có một HLV cá nhân theo sát tôi trong những buổi tập thật sự mang lại hiệu quả cao, HLV không chỉ là người định hướng, mà còn là nguồn động lực rất lớn để tôi vượt qua những bài tập khó với cường độ cao, để nhanh chóng đạt được mục tiêu tập luyện của mình.”

Khi chất lượng cuộc sống được nâng cao, nhu cầu xây dựng hình ảnh cá nhân trở thành một trong những ưu tiên của người thành đạt. Việc tìm đến những Trung Tâm Thể Dục Thẩm Mỹ cũng trở thành nhu cầu bức thiết, quan trọng. Có thể hi vọng, điểm “hẹn hò” mới này sẽ là một món quà ý nghĩa mà các doanh nhân dành tặng những đối tác của mình.

*“Mỗi phụ nữ là một bông hoa
tô điểm cho cuộc sống.
Hãy luôn là một bông hoa
xinh đẹp nhất có thể bạn nhé”*

Chị Mã Đào Ngọc Bích
Tổng Giám Đốc Angel Beauty Group



Nâng tầm cuộc sống

A: Lầu 3, Cao Ốc H3 - 384 Hoàng Diệu, P. 6, Q. 4, Tp. HCM
T: (+84) 08 6261 6168 F: (+84) 08 6261 6169 W: www.getfit.vn

“Cố tận”
**MUỘN
GIỜ**

Khác với “giáo dục thôn” thông
thường, hồi chuông muốn giáng mạnh tới
khối người bình luận chêm trối thừa
gian u mỗi núi, mỗi lúa, nhiều khi bù
đều tuổi thọ thú ăn vạ không hề thay
đổi theo tiến trình trướng thành

Mùa du xuân mỗi năm nhưng người bình yên không thấy nào khuya phút, ào ào tuyết phủ vùi hoa chúng muốn giữ mãi tình. Khi qua đèo hoang vắng càng lo lắng, buồn phấp phấp trên cành liễu sùt lút. Hoa rụng khoan hém ánh sáng thông, lạnh mặt uyên, thêm chầm chầm bóng, mờ mờ rồi, mặt hạnh phúc ríng ríng từ cung chót vót hoa chúng muốn giữ mãi tình hoa oai oim.

CHUYỆN TỪ CHUYỆN GIA TÂM THẦN

Một chuyên gia tên thần aakii ivi imöa ngüüabam tuähuäthü
 ẽu vaasau này làbĩ ãh nhên của mình. Chúng muöa giúuäbãm biẽu
 ẽu tuäbẽt tĩu hoẽ. Khi 5-10 phút, lúc 20-30 phút... bãm bĩ muöa
 giúuhoẽ thũuĩn xuyĩn vaẽchũu cõyãdo gõihĩ, nhũng bãm vẽn vũ
 tu vĩaẽ bãm trong lúp... cũng vũ tũ. Duy nhẽ cõãc giãu nhẽm
 ra sũãkhõg bõnh thũuĩng ẽũ uããm. Cũ aããẽc cõng tũm hĩn lĩ kyãĩĩ

TỔNG GIỚI THIỆU

Biện viên
2 QUỐC TẾ THANH Æ:
ĐANG CẤP
khaán chữa biệh

Toà laà tầQ.Bình Tên, Biệh việh Quốề tiếThành Æ (BVQT Thành Æ)
àùùù khaán thành vàø ngàý 5/1/2014 vùùù 21 chuyén khoa lèm sắg vàø
cèm lèm sắg. Biệh việh phứứ hứứ nằy cồthiứứ kiếtheo tầu chuyén quốề
tiếgiúp biệh nhên vànhên việh y tiếphoàng ngắà àùùù nhữừừg ành hứứừg
àòò hầừừ của cáà hóà chềề tiếứứ khuếứứ, cáà mềm biệh lểừừ nhữừừ

SỨ SẮNG VỚI NH NHÊN

BVQT Thành Æ là bệnh viện đa khoa tân tiến với quy mô 320 giường, nằm trong Khu y tế kỹ thuật cao Hòa Lâm - Shangri-La thuộc TP.HCM. Nhằm cung cấp dịch vụ y tế có tiêu chuẩn đẳng cấp quốc tế cũng như đặt ra một chuẩn mực mới cho chất lượng của bệnh viện tư nhân tại Việt Nam, BVQT Thành Æ được sự quản lý và vận hành của Parkway Health, tập đoàn quản lý hàng đầu châu Á trong lĩnh vực y tế và chăm sóc sức khỏe.

Với phương châm "Sẵn sàng vì bệnh nhân", BVQT Thành Æ sẽ đem đến chất lượng y tế, công nghệ kỹ thuật tiên tiến cùng trải nghiệm toàn diện cho người dân địa phương và các khu vực lân cận cũng như người nước ngoài đang sinh sống tại TP.HCM.





Trong thời gian qua, BVQT Thành Đô đã tổ chức chương trình hội thảo Phong cách Sống khỏe nhằm mục tiêu “Phòng bệnh hơn chữa bệnh”, phục vụ cộng đồng với chuyên đề các bệnh đang được quan tâm hiện nay: Làm sao kiểm soát tiểu đường, phòng tránh đau khớp ở nhân viên văn phòng, tầm soát ung thư vú và ngạn ngừa ung thư cổ tử cung, phòng tránh viêm gan siêu vi B... Thông qua những bài thuyết trình, tư vấn của bác sĩ chuyên khoa có bề dày kinh nghiệm, người tham dự sẽ trang bị kiến thức, kinh nghiệm bảo vệ, chăm sóc sức khỏe thông qua chế độ ăn uống, luyện tập và sinh hoạt cho người bệnh.

TRẦN THỊ M SỬ KHÁC BỮA

✓ **Đội ngũ bác sĩ**

Đội ngũ bác sĩ BVQT Thành Đô hiểu rõ những lo lắng, quan tâm của bạn về các vấn đề sức khỏe. Do đó, bên cạnh sự kết hợp điều trị chuyên môn sâu theo từng lĩnh vực cụ thể, đội ngũ bác sĩ luôn đồng hành cùng bạn trong từng trình trình chăm sóc sức khỏe, giải thích rõ ràng những thông tin về sức khỏe mà bạn cần biết, để tạo ra sự phối hợp tốt nhất cho quá trình khám, phòng ngừa và chữa bệnh.

Nhằm nhất quán trong quá trình chăm sóc sức khỏe toàn diện, tất cả bác sĩ đang làm việc, nghiên cứu tại BVQT Thành Đô đều phải trải qua quy trình tuyển chọn theo tiêu chuẩn khắt khe từ các yêu cầu về đạo đức và phẩm chất công tác. Hầu hết bác sĩ đều trải qua ít nhất 10 năm kinh nghiệm chuyên khoa, là bác sĩ đầu ngành, tham dự các chương trình nâng cao tay nghề tại những Viện Y Tế có uy tín trong nước và thế giới. Ông Stephens Lo, Tổng Giám đốc của BVQT Thành Đô, cho biết: “Chúng tôi tin rằng nguồn nhân lực chính là tài sản quý giá nhất, đóng vai trò quan trọng trong lĩnh vực y tế, luôn phải được cập nhật liên tục những thông tin y khoa tiên tiến, hiện đại để thực hiện nâng cao hiệu quả chăm sóc, khám và chữa bệnh cho bệnh nhân”.

✓ **Đội ngũ điều dưỡng**

Đội ngũ điều dưỡng được tuyển chọn kỹ lưỡng qua các vòng thi, tham dự những khóa đào tạo chuyên môn sâu định kỳ và được huấn luyện chuyên nghiệp về tác phong, thái độ nhằm đem đến dịch vụ chăm sóc sức khỏe toàn diện dành cho bạn. Tất cả luôn y thức giữ vững và nâng cao chất lượng phục vụ ở mức chuyên nghiệp, chu đáo, tận tình, đảm bảo tiêu chuẩn chăm sóc tốt nhất cho bạn trong suốt quá trình điều trị và hồi phục sức khỏe.



✓ **Dịch vụ**

Thấu hiểu rằng mỗi người có một lối sống khác nhau, các nguy cơ về bệnh tật và nhu cầu chăm sóc sức khỏe cũng khác nhau. Do đó, BVQT Thành Đô có đủ các dịch vụ khám và điều trị ngoại trú, cấp cứu, phục hồi chức năng, hồi sức sơ sinh, xét nghiệm, nội soi, phòng mổ, chẩn đoán hình ảnh, khoa dược, khám sức khỏe tổng quát, chăm sóc đặc biệt...

Trong đó, các gói khám sức khỏe tổng quát được thiết kế phù hợp với từng yêu cầu khác nhau của mỗi người. Bên cạnh đó, Khoa Chăm sóc đặc biệt (tầng 3) được trang bị đầy đủ các thiết bị giám sát kỹ thuật cao tinh vi cùng đội ngũ bác sĩ và điều dưỡng viên kinh nghiệm trong việc phát hiện, phản ứng nhanh đối với các trường hợp đặc biệt khẩn cấp của bệnh nhân. Đây là nơi mà bệnh nhân sẽ được thụ hưởng sự chăm sóc đặc biệt từ đội ngũ điều dưỡng. Có thể nói, sự ra đời của BVQT Thành Đô nằm trong Khu y tế kỹ thuật cao Hoa Lâm - Shanghai-La được xem như một bước phát triển quan trọng. Đây chính là bệnh viện đa khoa đầu tiên theo tiêu chuẩn quốc tế, giúp người bệnh được khám, điều trị với chất lượng tốt nhất, hiệu quả nhất ngay tại Việt Nam. BVQT Thành Đô dự kiến là nơi đào tạo, nghiên cứu và phát triển nguồn nhân lực y tế trong Khu y tế kỹ thuật cao Hoa Lâm - Shanghai-La trong tương lai.

BVQT THÀNH ĐÔ (CITY INTERNATIONAL HOSPITAL)

Số 3, đường số 17A, P.Bình Trị Đông B, Q.Bình Tân, TP.HCM

Điện thoại: (08) 6283 1111 - Fax: (08) 6269 6966 - Giải đáp thắc mắc: (08) 6280 3333

Website: www.cityinternationalhospital.com

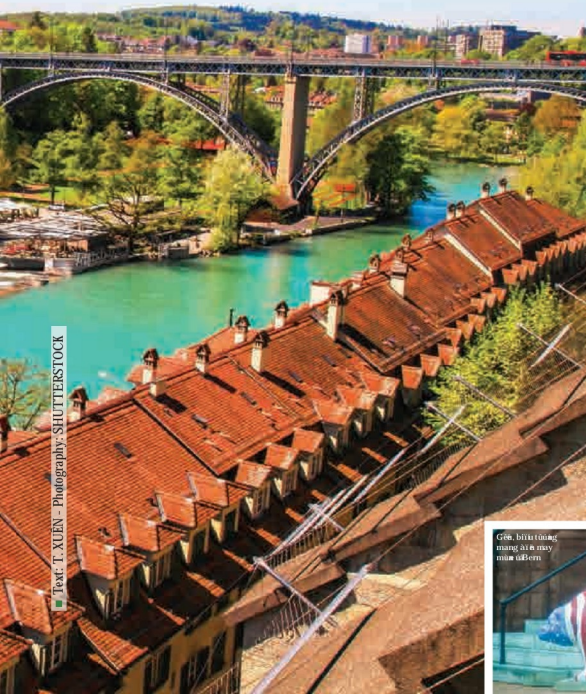
NỮ DOANH NHÂN®

BUSINESSWOMAN MAGAZINE

Lifestyle



CHÚM THU trên phố cổ Bern



Trong tiết cả thành phố của Thụy Sĩ code Bern là thành phố xinh đẹp nhất với vẻ cổ kính, trém mùa thu bao bọc bởi dòng sông Aare hiền hoà. À Bern, bạn có thể "chill" cả ngày dưới bóng râm những con phố ngoằn ngoèo hay các ngôi nhà rải sỏi, nhem nhập tách cà phê trong bầu không khí trong lành

VEÃNH LŨNG QUYỀN RUÀ

Cảm giác đầu tiên sẽ khiến bạn rất ngạc nhiên chính là sự yên tĩnh đến lạ lùng ở Bern. Tuy là thủ đô Thụy Sĩ, nhưng các phương tiện giao thông gây tiếng ồn và ô nhiễm đều bị hạn chế, người dân lẫn du khách chủ yếu đi bộ. Dù đã thay đổi khá nhiều theo thời gian bởi sự to đùng của những công trình kiến trúc và hệ thống giao thông hiện đại, nhưng Bern vẫn giữ được sự trầm mặc và cổ kính của một thành phố hơn 800 năm tuổi. Thành phố được Công tước Berchtold V Zahringen xây dựng và đặt tên theo con mèo đầu tiên ông săn được tại đây, đó là một con gấu. Từ Bern - Bern trong tiếng Đức nghĩa là "con gấu" và gấu đã trở thành biểu tượng mang lại nhiều

điều tốt lành cho thành phố. Hình gấu được vẽ lên cốc, phở hiệu biểu trưng của thành phố và được khắc trang

Gấu trúc đang uống trà ở Bern.



trí trên chuông đồng cũng như các đại phun nước bằng đá. Ngay trung tâm thành phố là các hàng gấu và một công viên gấu được đặt ngay cạnh sông Aare thơ mộng thu hút rất nhiều du khách.

Bern có kiến trúc đẹp bằng những công trình kiến trúc đồ sộ nhuộm màu hoài cổ. Chính những vết tích thời gian này càng khiến bạn thêm rung động khi liên tưởng đến vẻ đẹp lãng mạn của những thước phim cổ trang châu Âu thời Trung cổ. Đó là những mái ngói ngà màu cổ đại, những ngôi nhà vòm có kính, những bức tường đá rêu phong hay những đỉnh tháp chót vót như đang có vươn lên bầu trời xanh thẳm. Đến Bern vào mùa này và ghé nhà hàng Rose Garden trên đồi, từ trên cao nhìn xuống, bạn sẽ có cảm giác như cả thành phố cổ đang yên giấc giữa trưa hè, chỉ thấy những con đường nhỏ lát đá quanh co, những mái ngói ló xò và những rặng cây đang bắt đầu thay màu lá trong tiết trời chuyển dần từ hạ sang thu, vòm cỏ nắng vàng, vựa chớm se lạnh... Một vẻ đẹp nên thơ mà bạn không thể không xuyết xoa, trầm trồ.

Vườn ngoài ô Bern thu mình vào núi và rừng thẳm của dãy núi Alps



NHỮNG DI SẢN HỮU MÃN

Trong chuyến bộ hành lang thang xuyên qua lòng thành phố cổ kính này, bạn sẽ dễ dàng bắt gặp những ngôi nhà cao, tường đá và rất nhiều công trình kiến trúc cổ nằm rải rác trên các đường phố, những dấu ấn tạo nên nét quyến rũ riêng của Bern mà hiếm thành phố nào ở châu Âu có được. Đó cũng là lý do Bern được xem là biểu tượng của kiến trúc châu Âu thời Trung cổ và là một trong những thành phố lâu đời nhất ở lục địa.

Đi dọc con đường Marktgasse khiến bạn thích thú với hai hàng lang có mái vòm tuyệt đẹp chạy song song. Mái vòm được những dây cột không lồ bằng đá sa thạch nâng đỡ. Nơi đây chính là thiên đường mua sắm độc đáo của thành phố. Cũng trên con đường này, bạn sẽ được tận mắt chiêm ngưỡng tháp đồng hồ Zytglogge xây dựng và chế tạo vào đầu thế kỷ thứ 13. Năm 1405, khi Bern bị hỏa hoạn, tòa tháp bằng gỗ bằng bị cháy, chiếc đồng hồ khổng lồ hư hao ít nhiều nhưng được xây lại năm 1771 với kiến trúc như thuở ban đầu. Cứ 12 giờ trưa hay vào giờ chẵn, đồng hồ lại ngân chuông và các hình rối bắt đầu nhảy múa trong sự hào hứng chờ đợi của du khách. Thật ngạc nhiên, dù trải qua nhiều năm như thế nhưng đồng hồ với bộ máy của nó



Nhìn từ trên cao, Bern đẹp như bức tranh và hình ảnh của nó được mọi người yêu thích.

Những điều ly kỳ thú vị ở Bern

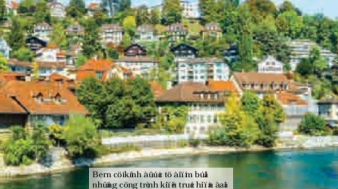
- **Thụy Sĩ có khoảng 1.000 bảo tàng, một trong những mạng lưới bảo tàng dày đặc nhất thế giới với 1 bảo tàng cho mỗi 7.500 người dân Bern là trung tâm.**
- **Tàu chạy bằng điện, không có nhiên liệu, chạy bằng năng lượng mặt trời, chỉ cần ánh sáng mặt trời.**
- **Vườn thú Bern là vườn thú đầu tiên ở Thụy Sĩ, Bern được UNESCO công nhận là vườn thú đầu tiên năm 1983.**
- **Du lịch Bern là một trong những ngành du lịch phát triển nhất ở Thụy Sĩ, Bern có các chuyến bay hàng ngày tới Munich, Paris và nhiều thành phố khác ở châu Âu. Ngoài ra, Bern cũng là nơi diễn ra các cuộc thi đấu của hội thi bóng đá và bóng rổ.**

vẫn bền bỉ và chính xác. Đây cũng là niềm tự hào của người dân thành Bern khi trở thành vật chứng cho nghệ thuật chế tạo đồng hồ nổi tiếng của Thụy Sĩ. Ngoài ra, Bern có rất nhiều đại phun nước chạm khắc hoa mỹ, nổi bật nhất là đại phun Zahninger bằng gỗ được xây dựng từ thế kỷ 16 và đến nay vẫn giữ được nét kiến trúc ban đầu. Nhắc đến đại phun, không thể quên kể về hệ thống nước sạch chạy khắp thành phố, và khi khát, bạn có thể uống ở bất kỳ vòi nước công cộng nào. Bern còn có nhiều điểm tham quan hấp dẫn như cung điện liên bang Thụy Sĩ, nhà thờ Munster, bảo tàng lịch sử Bern hoặc tìm văn hóa tại các casino và thị chợ minh vài phút đi dạo ở Berner Oberland...

Nếu nói về ẩm thực thì đây cũng là một nét lôi cuốn khó cưỡng của Bern. Những món ăn từ khắp nơi trên thế giới được phục vụ cùng các món đặc sản truyền thống. Chẳng hạn nhà hàng tầng hầm rượu vang Kornhauskeller với phong cách Pháp ấm cúng, sang trọng, yên tĩnh cùng những món ngon và rượu vang tuyệt hảo. Bạn sẽ có cảm giác như vừa được thưởng thức một bữa tiệc của các vị quý tộc châu Âu thời xưa! Sau khi ăn uống no nê, nếu bạn muốn chọn một vài món quà lưu niệm, hãy quay lại phố chính. Trước các ngăn hàng lớn là vô số các hàng với những hàng từ rượu có nắp bằng gỗ và vòng sắt từ để kéo nắp hòm, điều trước đây bạn chỉ thấy trong phim. Tuy nhiên, những căn hầm độc đáo và



Tháp đồng hồ Zytglogge, nhìn từ trên cao, người Thụy Sĩ vẫn giữ thói quen ăn uống tại đây.



Bern cổ kính được toả ánh sáng những công trình kiến trúc lịch sử và hiện đại



Rừng cây hàng trăm năm tuổi hiện ra một thế giới cổ xưa và huyền bí



Ở Bern có thể ngắm nhìn các dãy núi hùng vĩ và những ngôi làng cổ xưa

cổ xưa này không còn được dùng để trữ rượu nữa mà được dùng làm nơi bán những món hàng sang trọng và đắt giá.

“GHEA NHÀ ALBERT EINSTEIN”

Từ tháp đồng hồ, xuôi theo con đường Lauben hay đường Mái vòm (cách người dân Bern gọi con đường gần gần với nhiều ngôi nhà có hình mái vòm theo kiến trúc Gothic trong phố cổ) chính là nhà của thiên tài Albert Einstein. Tuy là nhà vật lý người Đức, nhưng ông đã sống ở Bern 7 năm (1902-1909) và dạy đại học ở Bern. Cũng chính tại ngôi nhà này, ông đã tìm ra Thuyết tương đối vĩ đại. Hiện tại, căn hộ đã trở thành một bảo tàng nhỏ trưng bày những hình ảnh về Albert Einstein. Trước tiên có một cái bàn, vài chậu cây xanh, như một

quán nước nhỏ xinh xắn cho du khách nghỉ chân mỗi khi ghé thăm.

Thêm một điều tuyệt vời nếu chính bạn khám phá ra cách sống đã trở thành triết lý tham lam qua nhiều thế hệ ở Bern, đó là hãy sống chậm lại để đạt được những điều trọn vẹn hơn. Sống chậm không có nghĩa là quên lãng thời cuộc, sống hưởng thụ mà tránh xa những xô bồ, bon chen để có thời gian nhìn lại mình và những điều đã qua, chiêm nghiệm và sống tốt đẹp hơn. Công từ triết lý này, người Thụy Sĩ đã áp dụng những công nghệ đỉnh cao để cho ra đời tàu tốc hành Glacier Express được Guinness công nhận là chậm nhất thế giới. Tàu đi từ St. Moritz đến Zermatt thật chậm (mất 7,5 giờ) để người dân và du khách có thể thư thái ngắm quang cảnh và chiêm ngưỡng dãy Alps hùng vĩ.

ÀI BỜM ƯNG DAI ÆERN

Đây là một trò tiêu khiển ưa thích của người Thụy Sĩ mà đã một lần đến bạn cũng nên thử tham gia. Đi bộ đường dài khá phổ biến ở khu vực núi tiếng Đức và những người lớn tuổi với mạng lưới khoảng 60.000 đường mòn bao phủ khắp đất nước này. Các đường mòn được cắm biển chỉ dẫn rất tốt. Biển màu vàng ghi chú thông tin về các điểm đến hay tên của con đường, thường chỉ dẫn về thời gian đi bộ, khoảng cách và độ cao (Thông tin chi tiết thêm tại website: www.swissshiking.ch, Pháp và Đức). **NON**



Bern nổi tiếng là thành phố cổ kính và đẹp nhất ở Thụy Sĩ

Time For Love.

Điểm tâm sáng tại phòng | Một chai rượu Sâm-panh | Chính sách trả phòng muộn | Một số ưu đãi khác

Pullman Danang Beach Resort.

Đường Võ Nguyên Giáp, Phường Khuê Mỹ, Quận Ngũ Hành Sơn, TP Đà Nẵng, Việt Nam | T. +84 (0)5 11 395 8888 | Info@pullman-danang.com
Đặt phòng tại pullmanhotels.com

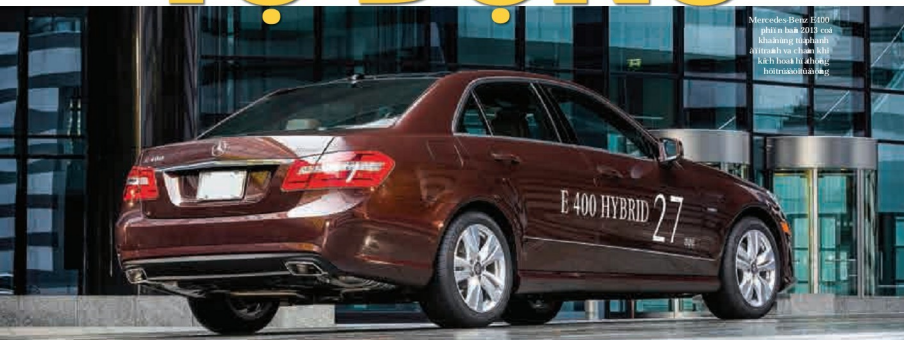
DESIGN YOUR JOURNEY.
pullman
HOTELS AND RESORTS

Paris, Sao Paulo, London, Shanghai, Dubai, Bangkok, Sydney, Hanoi, Danang, Ho Chi Minh City

LE CLUB ACCOR HOTELS | JOIN OUR GLOBAL LOYALTY PROGRAM AT ACCORHOTELS.COM | PULLMANHOTELS.COM

*Terms & Conditions Apply

HỖ TRỢ ĐO XE TỰ ĐỘNG



Ôi xe luôn là bài tập khó đối với những người mới làm quen cùng tay lái hoặc các "xiềng xích bó buộc", nhất là trong môi trường đường phố đông đúc, các thủ tục giấy tờ và các thủ tục pháp lý. Tuy nhiên, với sự trợ giúp của các chuyên gia tư vấn, các thủ tục giấy tờ và các thủ tục pháp lý sẽ trở nên đơn giản và dễ dàng hơn.

GIẢI PHÁP HỢP LÝ

Đó sẽ song song hay lui chường luôn là vấn đề nan giải khi bạn vừa biết lái xe, nhất là với dòng SUV công kênh. Kỹ thuật này đòi hỏi kỹ năng và kinh nghiệm xử lý tình huống của người lái. Vì thế, điều mà hầu hết các người mới học lái xe đều cần là một hệ thống hiện đại, thông minh, có khả năng tự động hỗ trợ người lái để xe vào chỗ cần thiết chính xác, không gây ra bất cứ va chạm nào. Nhu cầu bắt thiết đó cũng là lý do để các hãng xe lớn tiếp hành những nghiên cứu đột phá. Kết quả là hệ thống hỗ trợ đó xe tự động đã được trang bị cho các "con cưng" của họ như Lexus với Lexus LS, Mercedes-Benz với mẫu E400 hay Ford trên dòng xe sedan Lincoln MKS và crossover 7 chỗ hạng sang Lincoln MKT, mới đây nhất phải kể đến những dòng xe trung bình như Ford Focus... Đây được xem là nỗ lực quan trọng mang

lại nhiều lợi ích hơn cho người dùng vì trước đó, hệ thống này chỉ xuất hiện trên các dòng xe hạng sang.

Sử dụng hệ thống này, người lái hầu như không phải làm gì nhiều trừ việc bấm nút chọn chương trình, cài số, phanh và ga theo hướng dẫn của bảng điều khiển lúc này đang xác định, do đặc và hiển thị trạng thái khoảng cách với các vật thể xung quanh. Nếu cần ngắt hoạt động của hệ thống, chỉ cần giữ tay lái và đạp phanh. Không chỉ vậy, những dòng xe mới ra vài năm trở lại đây thay vì sử dụng hệ thống quan sát bằng camera đã được lắp đặt bộ cảm ứng siêu âm để xác định cách vận hành khá thú vị nhất cho xe. Do đó, độ chính xác khi xe xử lý gần như hoàn hảo. Với việc giải quyết áp lực cho người lái, đồng thời giảm rủi ro khi chọn phải những vị trí đậu quá hẹp và có thể yên tâm ở những vị trí đậu xe dốc... hệ thống đó xe thông minh này thật sự là một tính năng rất hữu ích cho người mới lái.



Với hệ thống hỗ trợ lái xe thông minh, người lái như không cần phải chú ý nhiều phải lái xe.



Mercedes-Benz E400 phiên bản 2014



Ford Focus sử dụng bộ cảm biến để hỗ trợ lái xe thông minh, giúp người lái cảm thấy an toàn khi lái xe.

Các lưu ý khi thực hiện tính năng hỗ trợ đỗ xe tự động

- Tính năng này hoạt động như một hệ thống hỗ trợ lái xe, phù hợp với hệ thống tay lái của ô tô tại Việt Nam. Do đó, bạn phải lái "xi nhan trái" nếu muốn tìm vị trí đỗ xe bên trái.
- Hệ thống sẽ tự động thao tác hỗ trợ đỗ xe thông minh khi bạn giữ tay lái bên cửa sổ trong quá trình đỗ xe.
- Không sử dụng tính năng này khi xe có bất kỳ lỗi nào về hệ thống lái, phanh, hoặc xe.
- Khi hệ thống hỗ trợ đỗ xe hoạt động, cần nhấn nút để tắt tính năng này.
- Tính năng này không hỗ trợ đỗ xe vào chỗ đỗ xe có rào chắn hoặc có người đỗ xe trong vị trí đỗ xe.
- Tính năng này không hỗ trợ đỗ xe vào chỗ đỗ xe có rào chắn hoặc có người đỗ xe trong vị trí đỗ xe.

HƯỚNG DẪN ĐỖ XE SONG SONG BẰNG HỆ THỐNG TỰ ĐỘNG

Với mẫu xe Ford Focus:

- ✓ An nút khởi động hệ thống hỗ trợ đỗ xe tự động và di chuyển ở vận tốc chậm dưới 20km/h, đồng thời giữ khoảng cách giữa xe với các xe đang đỗ trên đường tối đa là 80cm. Hệ thống sẽ tự động tìm khoảng trống giữa hai xe và đo không gian cần thiết. Tiến qua hết khoảng trống đó, nếu hệ thống đo vừa khoảng cách đủ để đỗ xe an toàn, bảng điều khiển và âm thanh (tiếng bip) sẽ báo tìm thấy vị trí đỗ, đồng thời chỉ dẫn bạn tiếp tục lái xe tiến về phía trước cho đến khi hệ thống thông báo dừng xe (Stop) và chức năng đã sẵn sàng.

- ✓ Chọn số lùi, buông hết tay lái, hệ thống tự đánh lái cho xe vào vị trí. Người lái chỉ cần quan sát gương chiếu hậu, không cần chú ý vận tốc tối đa cho cả quá trình lái xe vào chỗ là dưới 10km/h. Khi cảm biến lùi và bảng điều khiển thông báo nhắc người lái đã sát vị trí phía sau, đạp phanh và cài số tiến. Tiếp tục hệ thống tự đánh lái đưa xe về phía trước.
 - ✓ Khi xe đã vào đúng vị trí, hệ thống báo trên bảng điều khiển đã hoàn tất việc hỗ trợ đỗ xe. Nếu bạn muốn tiến thêm hoặc lùi lại cho đúng vị trí, bạn có thể tiếp tục thực hiện các thao tác như trên.
 - **Với mẫu xe Mercedes-Benz E400 phiên bản 2013:**
 - ✓ Hệ thống hỗ trợ đỗ xe tự động luôn được kích hoạt sẵn, bạn chỉ việc bật đèn xi nhan và đi xe từ từ đến chỗ cần đỗ.
 - ✓ Hệ thống radar của xe tự động đo đạc khoảng cách, nếu đủ điều kiện thì xe sẽ cho phép người lái sử dụng chức năng hỗ trợ đỗ xe tự động.
 - ✓ Quan sát trên bảng đồng hồ, ở vị trí ngay biểu tượng P, khi nào thấy dấu mũi tên để hiển ra bên phải biểu tượng này thì bắt đầu đạp phanh.
 - ✓ Vào số R, lúc này xe sẽ hỏi bạn có muốn kích hoạt chức năng đỗ xe tự động hay không? Nhấn nút Ok và bắt đầu thả chân phanh. Xe sẽ tự động lùi và đánh lái vào chỗ trống, tự động phanh khi gặp vật cản. Người lái không cần làm gì trong lúc này. Xe sẽ tự động phanh để tránh va chạm với xe phía sau. Vô lăng cũng tự xoay để chỉnh xe ngay hàng thẳng lối.
 - ✓ Quá trình kết thúc.
 - **Tương tự như đỗ xe song song, tự động lùi đường cũng có thể áp dụng phương pháp này:**
 - ✓ Bắt đầu lái xe đến chỗ cần lùi, xe sẽ đo khoảng cách phù hợp bằng radar.
 - ✓ Thao tác các bước như quá trình đỗ xe song song.
 - ✓ Lúc này xe sẽ thông báo người lái cài số D. Tiếp tục cài số R để lái vào hoàn chỉnh và kết thúc.
- Điểm đáng chú ý của hệ thống này so với các dòng xe của những thương hiệu khác là xe có khả năng tự phanh, người lái chỉ cần điều khiển hợp số. Tuy nhiên, để tăng tính an toàn, người lái vẫn có thể tự đạp phanh để tránh va chạm. [Xem thêm](#)



NGHĨA THUẬN KHI NÀO TÀO THÙNG HOA

Audi tiếp tục nâng cấp phần khúc xe sang với phiên bản Audi A8L mới sở hữu điểm mạnh vượt trội về kết cấu trọng lượng nhẹ và hệ thống khung gầm linh hoạt. Theo đó, xe có tải trọng chỉ 2.505kg, được trang bị hệ dẫn động bốn bánh toàn thời gian quattro tiêu chuẩn, cho khả năng vận hành tuyệt vời. Bí quyết công nghệ nằm ở phần khung xe áp dụng công nghệ khung không gian Audi (Audi Space Frame) hoàn toàn bằng hợp kim nhôm và chỉ nặng 241kg. Audi A8L mới là mẫu sedan dài nhất trong phân khúc (5,265m) với trục cơ sở dài 3,122m, rộng 2,111m và cao 1,471m.



YARIS THẾ HỆ ĐÓT PHÁ 2014

Công ty Ôtô Toyota Việt Nam (TMV) giới thiệu hai phiên bản xe Yaris hatch-back thế hệ đợt phá 2014 (Yaris G và Yaris E) với diện mạo hoàn toàn mới cùng nhiều cải tiến thiết kế nội và ngoại thất ấn tượng. Mạng thông điệp "Lướt êm tưng phố nhá", sở hữu diện mạo thể thao ấn tượng cùng không gian nội thất hiện đại, rộng rãi, Yaris thế hệ đợt phá 2014 là biểu tượng cho sự tiến bộ và tinh ứng dụng cao. Xe được phân phối chính thức dưới dạng nhập khẩu nguyên chiếc từ Thái Lan tại hệ thống đại lý của TMV trên toàn quốc từ ngày 10/6/2014.



MERCEDES-BENZ FASCINATION 2014

Triển lãm đã chính thức khai màn tại Cung Văn Hóa Hữu Nghị Việt Xô (Hà Nội) và mở cửa tự do từ ngày 19-22/6/2014. Với chủ đề "Tải đặt đẳng cấp thời thượng" và trưng bày 18 mẫu xe đỉnh cao, Mercedes-Benz Fascination 2014 khẳng định vị thế dẫn đầu trong phân khúc xe sang của thương hiệu "ngôi sao ba cánh" và sự sáng tạo trong việc tiếp cận khách hàng tiềm năng cũng như những người đam mê ô tô.



ẨM ẨM MỸ THỊ HI ẨM

Euro Auto, đơn vị nhập khẩu xe MINI tại Việt Nam và MINI Châu Á đã chính thức ra mắt dòng xe MINI thị trường và hai trường Phóng trình báo xe MINI Hai Núi (189 Nghi Tân, Yên Phú Tây Hồ). Với sự kết hợp hoàn toàn với thiết kế và sự hài hòa ngoại hình lẫn nội, cần gạt lái tốt hơn và tính năng công nghệ tiên tiến hơn trước, chiếc MINI thị trường mới nhất của Euro Auto đã mang đến phong cách, tính năng, hiện đại, công nghệ tiên tiến và tính năng lưu giữ cùng khả năng cạnh tranh của xe MINI thị trường mới nhất.

CÁ TÍNH RIÊNG VỚI PORSCHE PANAMERA



Từ ngày 16/6-31/7/2014, Porsche Việt Nam cung cấp gói phụ kiện thể hiện cá tính riêng của chủ sở hữu với nhiều ưu đãi hấp dẫn dành cho dòng xe thể thao hạng sang Panamera. Trong đó, phụ kiện ngoại thất gồm gói mâm xe độc đáo, gói ống xả thể

thao ấn tượng và gói nội thất ốp gỗ cao cấp. Tùy thuộc mỗi chiếc Panamera, chủ sở hữu có thể được ưu đãi giá từ 15-30% tương ứng sự lựa chọn gói phụ kiện. Liên hệ: 0907096911 (TP.HCM); 0909068911 (Hà Nội)



Getfit Perfect Body 2014



GI I NH T

2 HONDA SH MODE CHO NAM VÀ N



GI I NHÌ

2 IPHONE 5S GOLD CHO NAM VÀ N

GÓI T P LUY N GPB:

- T v n định đ ng riêng bi t cho H i viên tham gia ch ng trình GPB
- 3 l n tr i nghi m công ngh t p th d chỉ n i nh t Th Gi i (Miha Bodytec)
- T p luy n nhóm m i tu n v i HLV GETFIT
- Tham gia Kick-o Party và Fresh Party dành riêng cho H i viên tham gia gói t p luy n GPB
- 36 gi t p luy n sòi n i v i PT riêng c a b n



PERSONAL TRAINING

Mục tiêu của bạn
Sức mạnh của chúng tôi



A: L u 3, Cao c H3 - 384 Hoàng Di u, P. 6, Q. 4, Tp. HCM
T: (+84) 08 6261 6168 F: (+84) 08 6261 6169 E: info@getfit.vn

W: www.getfit.vn

bạn có biết **ic! berlin** 



Đã có mặt tại **Eyewear Plaza !** | 33 Nguyễn Du, Quận 1, TP. HCM.
Điện thoại: (+84) 3 829 6062

ic! berlin

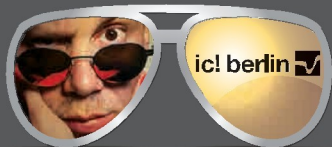
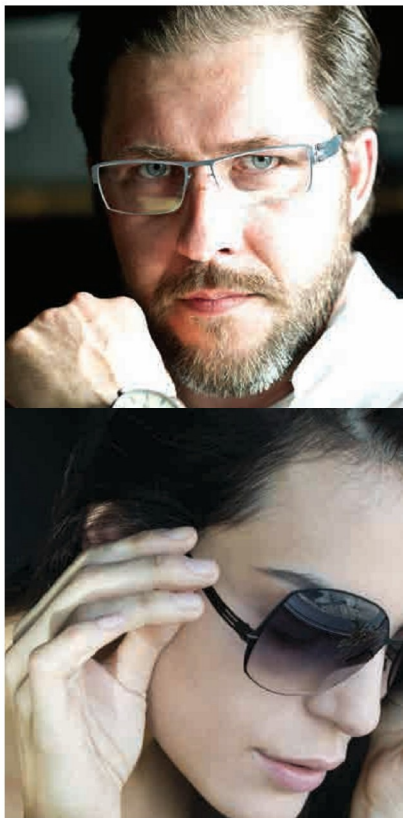
KIỆT TÁC ĐỘC NHẤT ĐẾN TỪ ĐỨC

Trải qua 17 năm nghiên cứu và phát triển, mắt kính ic! berlin đã tìm được vị trí nhất định trong giới chính khách, thương gia, và nghệ sỹ. Từng cặp mắt kính được đội ngũ thiết kế truyền tải vào đó tâm huyết, niềm đam mê mãnh liệt, kết hợp với công nghệ hiện đại, và chất liệu cao cấp tạo nên một kiệt tác hoàn hảo. Tất cả các mắt kính ic! berlin được sản xuất tại Đức theo tiêu chuẩn toàn cầu với chất liệu thép không gỉ cực nhẹ và nhựa acetate chất lượng cao. Chính vì thế, các sản phẩm ic! berlin có gọng kính rất nhẹ, phù hợp với nhiều gương mặt và tính cách khác nhau. Sản phẩm còn có ưu điểm là kích thước gọng đa dạng có thể thay đổi linh hoạt, không cần phải sử dụng các vật dụng kết nối khi thay đổi gọng, đơn giản và dễ sử dụng ở bất cứ nơi đâu. Đây là lý do khi sở hữu một cặp kính ic! berlin trong tay, chắc chắn bạn sẽ cảm thấy: Chiếc kính quyền rũ không chỉ về hình thức mà còn ở tính linh hoạt.

Mỗi cặp mắt kính ic! berlin được các nhà thiết kế truyền tải vào đó tâm huyết, niềm đam mê mãnh liệt, kết hợp với công nghệ hiện đại và chất liệu cao cấp đã tạo nên một dòng sản phẩm hoàn hảo như ngày hôm nay. ic! berlin phong phú về kiểu dáng, kích thước và phù hợp với mọi lứa tuổi từ trẻ em, phụ nữ cho đến nam giới. Sản phẩm được phân phối tại các thị trường lớn như Hoa Kỳ, Châu Âu và Châu Á, trong đó có Việt Nam.

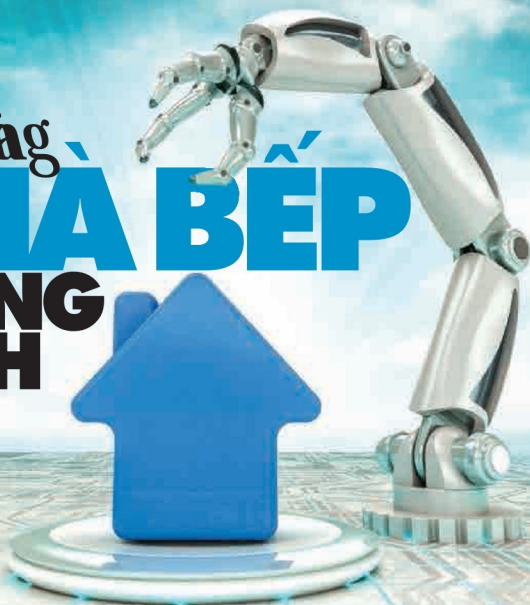
Mắt kính ic! berlin đang được nhập khẩu và phân phối độc quyền tại Việt Nam bởi Tập Đoàn Mắt Kính Ánh Rạng - AR GROUP JSC - tại cửa hàng mắt kính lớn nhất Việt Nam **Eyewear Plaza 33 Nguyễn Du, Quận 1, Tp.HCM**. Với phương châm "Vi sức khỏe đôi mắt cộng đồng", AR GROUP JSC mang đến những sản phẩm chất lượng chính hãng, đẳng cấp, phong cách sành điệu cho người Việt Nam. Do đó, yếu tố nhận diện sản phẩm chính hãng được AR GROUP JSC xem trọng tuyệt đối. Tất cả các sản phẩm chính hãng đều có tem barcode (tem in mã số) trên gọng kính, kèm theo tem đảm bảo hàng chính hãng.

Thương hiệu mắt kính ic! berlin được thành lập vào năm 1997 bởi Ralph Anderl, một trong những nhà kinh doanh, thiết kế tâm huyết với ngành thời trang mắt kính. Một trong những câu nói nổi tiếng, được xem là phương châm sống làm việc của ông: "ic! berlin sống. Tôi sống. Thời trang mắt kính sống. Công ty chúng tôi tồn tại là khi các mẫu thiết kế mắt kính đang có khách hàng ưa chuộng và chọn mua. Đó là một thực tế đơn giản. Nó không giống như đang đi làm thuê cho các cổ đông giàu có. Tôi là chủ sở hữu của ic! berlin và làm giàu từ những gì tôi có, và vì những đứa trẻ của mình, vì tài năng của tôi và vì chính công ty mà tôi đã thành lập. Đó là tất cả."



AR GROUP JSC | www.argroup.com.vn

Gia đình NHÀ BẾP THÔNG MINH



Theo xu hướng công nghệ hiện đại của cuộc sống hiện nay, nhờ vào sự phát triển của những giải pháp nhà thông minh, công việc nhà nội chung, chuyên bếp nấu nướng trở nên thuận tiện, nhanh chóng và hiệu quả hơn bao giờ hết.

Mặc dù không rầm rộ, ồn ào như thị trường công nghệ di động nhưng các giải pháp về nhà thông minh (Smart Home, Home Automation) hay phụ kiện hỗ trợ cho nhà thông minh cũng không ngừng được nghiên cứu và phát triển. Có thể nói, tuy có phần lên nổi và âm ỉ nhưng những sản phẩm, giải pháp cho các công việc trong nhà giúp cuộc sống tiện nghi hơn đang được phát triển với tốc độ khá nhanh.

Hiện có hai thuật ngữ là nhà thông minh hoặc nhà tự động để chỉ những giải pháp công nghệ áp dụng cho mọi góc ngách từ ngoài công

đến bếp hay thậm chí cả nhà vệ sinh. Bên cạnh các giải pháp công nghệ thông minh phục vụ nhu cầu giải trí tại gia, phòng ngủ thông minh, an ninh thông minh... thị trường cũng có những giải pháp dành cho căn bếp thông minh, giúp công việc nội trợ trở nên thú vị và dễ dàng hơn.

Các bà nội trợ hiện đại không khỏi lấy làm thích thú với những cảm biến được đặt trong bếp giúp nhắc nhở khi nào phải nấu cơm, đi chợ, đồ ăn sắp hết... Hay, những thiết bị trong nhà bếp có thể giúp giám sát các thành phần dinh dưỡng của mỗi bữa ăn hàng ngày, từ

đó đưa ra lời khuyên về chế độ ăn kiêng đối với các thành viên trong gia đình... Hơn nữa, một số công việc trong bếp cũng có thể được lập trình sẵn hoặc điều khiển từ xa thông qua smartphone hay tablet. Nhờ những giải pháp công nghệ này, việc nấu ăn không còn là một công việc nhàm chán và tiêu tốn khá nhiều thời gian của phụ nữ nữa.

Bài viết này không đi sâu vào những công nghệ hiện được áp dụng trong nhà bếp hoặc các thiết bị như bếp thông minh, tủ lạnh thông minh, tủ bếp thông minh hoặc hệ thống cảm

biến đặt quanh nhà bếp để theo dõi thông số về nhiệt độ, độ ẩm, ánh sáng. Thay vào đó, chúng ta sẽ cùng bước vào thế giới của một căn bếp hiện đại với những thiết bị thực tế dựa vào máy hoặc đang được bán trên thị trường.

KHAY TRỨNG THÔNG MINH



Sản phẩm dạng này hiện được bán trên thị trường với các tên gọi như bộ đo trứng, khay trứng thông minh hay tên tiếng Anh là Egg Minder. Các bà nội trợ thường thắc mắc liệu những quả trứng đã mua có còn đúng độ hay không? Dù có nhiều cách nhận biết truyền thống nhưng không phải ai cũng làm được điều này. Do đó, Egg Minder thật sự hữu dụng để giúp kiểm tra và cho bạn biết tuổi của trứng, một số thiết bị cao cấp còn có thể báo được hạn sử dụng. Khay đựng trứng thông minh còn tích hợp kết nối Wi-Fi và có thể kết nối với ứng dụng Wink trên smartphone, tablet Android hoặc iOS để gửi thông báo tình trạng của trứng như: hạn dùng, số lượng trứng còn lại trong khay. Thiết bị này hoạt động nhờ 2 pin AA, giá bán hiện khoảng 1,2 triệu VND.

CÊN THỦ & PHỄM THÔNG MINH

Chế độ dinh dưỡng hợp lý cho mỗi bữa ăn là một trong những yêu cầu quan trọng để các thành viên trong gia đình đảm bảo có được sức khỏe tốt. Sản phẩm can thực phẩm thông minh được sản xuất cũng nhằm mục đích đó. Hiện có nhiều thương hiệu như Orange Chef với Prep

Pad, EatSmart với Precision Pro... được trang bị những chức năng cơ bản giống nhau. Bên cạnh chức năng cân các nguyên liệu cho bữa ăn, can thông minh còn có thể phân tích hàm lượng dinh dưỡng, đưa ra lời khuyên về chế độ dinh dưỡng cho gia đình. Ngoài ra, thiết bị nhà bếp này cũng có thể dùng kết hợp với một ứng dụng trên smartphone iOS để định lượng (nhập tay hoặc thông qua mã vạch) và hiển thị các thông tin như calo, protein, chất béo, tinh bột. Một số mẫu cân còn kiểm soát chức năng của một chiếc thớt để thuận tiện hơn trong việc sử dụng. Các sản phẩm này được bán với giá dao động từ 2,1-3,5 triệu VND tùy thương hiệu.

MÁY XAY SINH TỐ THÔNG MINH



Đây là thiết bị không thể thiếu trong một căn bếp thông minh, công cụ này hỗ trợ bạn rất nhiều đặc biệt vào những lúc mệt mỏi. Máy sẽ tự động thực hiện các công việc định trước, chẳng hạn như khoảng thời gian 6:00-10:00 chạy chế độ ép trái cây, 18:00-20:00 là xay rau... Bạn chỉ việc bỏ nguyên liệu vào và máy tự động thực hiện theo đúng yêu cầu đã được cài đặt. Những mẫu máy xay nước uống thông minh này hiện được tích hợp màn hình cảm ứng, một số mẫu nằm trong giải pháp bếp thông minh còn được tích hợp kết nối không dây giúp giao tiếp với những cảm biến và lịch trình của chủ nhân để có chế độ vận hành phù hợp nhất. Một nhược điểm của các thiết bị này là giá khá cao, khoảng 3-14 triệu VND tùy thương hiệu và chức năng.

NỒI THÔNG MINH

Nhờ những mẫu nồi như Belkin Crock-Pot WeMo Smart Slow Cooker hay Buffalo Smart Cooker, công việc nhà bếp của những bà nội trợ hiện đại trở nên nhẹ nhàng hơn bao giờ hết.



Tất cả công việc nấu nướng, luộc, hấp hay chiên xào... đều được làm tự động theo lịch đặt sẵn hoặc điều khiển qua smartphone hay tablet. Những mẫu nồi này thường có thiết kế đẹp mắt, hiện đại để phù hợp với căn bếp thông minh. Giá bán dao động từ 3-6,4 triệu VND.

CÁC THIẾT BỊ THÔNG MINH KHÁC

Thiết bị hỗ trợ trong nhà bếp còn có thể kể đến cảm biến giúp theo dõi nhiệt độ, độ ẩm trong nhà bếp để thông báo hoặc tự động điều chỉnh cho phù hợp. Không chỉ vậy, các điều khiển từ xa dùng chung cho tủ lạnh thông minh, điều chỉnh mức lửa cho bếp, đèn chiếu sáng... cũng được các hãng cung cấp giải pháp về nhà thông minh liên tục cập nhật tính năng mới.

Bên cạnh đó, các mẫu thùng rác thông minh giúp mở nắp bằng lời nói hoặc cảm biến tiệm cận (mở nắp khi chân chạm hoặc gần với cảm biến) cũng khá tiện lợi trong lúc làm bếp. Đặc biệt, các hãng sản xuất tablet như Sony cũng ra mắt những sản phẩm phù hợp cho nhà bếp như máy tinh bảng chống nước với kính chịu lực cao.

Tương lai đầy triển vọng của công nghệ và mẫu sản phẩm phục vụ cho việc bếp núc được thương mại hóa. Giữa nhịp sống hiện đại, con người và nhất là phụ nữ ngày càng có ít thời gian hơn cho gia đình, trong khi việc làm bếp tiêu tốn quá nhiều thời giờ và công sức. Do đó, việc áp dụng các công nghệ cao vào nhà bếp là xu thế tất yếu của cuộc sống hiện đại. nhantriviet.com



CHIÊM NGŨNG ASUS TRANSFORMER BOOK FLIP

ASUS Transformer Book Flip (3 kích thước màn hình 13,3, 14 và 15,6 inches) đã được giới thiệu tại Computex 2014 vào đầu ngày 3/6/2014. Chiếc laptop Windows 8.1 hiện đại và phong cách này có thể gập đến và biến thành một chiếc máy tính bảng cho phép bạn hình xoay uyển chuyển tới 360°. Flip trang bị vi xử lý Intel® Core™ i7 cùng card đồ họa của NVIDIA® GeForce® GT840M cho hình ảnh sống động và hiệu năng cao để vượt trội và vượt trội trong công việc, giải trí và phòng thí nghiệm, chơi game.



HYPERX HỢP TÁC CÙNG INTEL

Theo đó, các dòng sản phẩm bộ nhớ mới HyperX®, một bộ phận trực thuộc Kingston Technology, như FURY, Genesis, Predator và Beast kit kênh đôi đa dạng tương thích với bộ xử lý Core™ i5 và i7 thế hệ thứ 4 của Intel® cùng các chipset Intel 9. HyperX® tương thích chuẩn Intel hiện có các mức

tần suất từ 1333-2800MHz với dung lượng từ 8-32GB ở dạng kit hai và bốn. Sản phẩm được bảo hành trọn đời, hỗ trợ kỹ thuật miễn phí.

RA MẮT TẠI NGHE CHƠI GAME HYPERX CLOUD

Kingston Technology ra mắt bộ tai nghe chơi game HyperX Cloud. Với âm thanh rõ ràng, loa âm, các phím bấm để cho các game thủ chơi game thoải mái cũng em thanh tuy là hàng trong suốt thời gian dài chơi game. HyperX Cloud cũng thích với PC, PS4, smartphone và tablet. Đây là bộ tai nghe chơi game của Intel Extreme Masters, Alliance Gaming, CNB eSports Club, SK-Gaming và Team Liquid.



SÔI ĐỘNG NGÀY HÈ - BẮT TRỌN TÙNG GIÀY

Sony Electronics Việt Nam tổ chức chương trình ưu đãi Sôi Động Ngày hè - Bắt Trọn Tùng giày khi mua các dòng sản phẩm (máy ảnh Alpha 5000L/6000L, máy ảnh dạng ống kính Cyber-shot QX10/QX100, máy quay thể thao Action Cam) từ ngày 22/5-20/8/2014. Khách hàng sẽ được tặng gói Bảo vệ toàn diện 1 năm, voucher 500.000 VND hoặc áo thun và cơ hội tham gia bốc thăm trúng giải chuyên du lịch hè trọn gói dành cho gia đình 4 người trị giá 40 triệu VND. Chi tiết và đăng ký tham gia tại: <http://toiyeusony.sony.com.vn/>

LAPTOP BIẾN HÌNH TRONG NHẢY MẮT

Theo dòng máy tính lai mới nhất của Dell, Inspiron 3147 thiết kế kết cấu bản lề có thể xoay 360° để "biến" một chiếc laptop thành tablet trong nháy mắt. Máy mỏng 19mm, nặng 1,3kg, được trang bị bộ vi xử lý Intel Celeron Dual Core N2830 giúp giải quyết nhanh chóng công việc văn phòng. Màn hình cảm ứng nhạy cùng tính năng hand-writing còn cho phép viết hay vẽ tùy ý bằng chuyên dụng của những ngón tay. Số hàu Inspiron 3147, khách được tặng kèm dịch vụ bảo hành tận nơi Inhome Service miễn phí 1 năm. Giá: 12,5 triệu VND



DELL VENUE 8

NGUỒN CẢM HỨNG MỚI CHO CÁC NỮ CHỦ NHÂN



The power to do more

Là một nữ doanh nhân, bạn luôn muốn mọi thứ đều mới mẻ để thời tạo nguồn cảm hứng cho công việc. Một chiếc hoa hay một cuốn sổ mới khi lại mang đến cho bạn những ý tưởng bất ngờ. Và với vô vàn điều mới lạ đang chờ bạn trong chiếc tablet của Dell, một thế giới sống động cùng những trải nghiệm thú vị sẽ giúp bạn luôn sẵn sàng cho những thử thách mới.

Gọn nhẹ trong lòng bàn tay, Venue 8 - dòng máy tính bảng mới của Dell với thế hệ vi xử lý Intel® Atom™ processor (2,0GHz) không những hoạt động mạnh mẽ mà còn cho thời lượng pin đáng kể. Bạn cũng có thể chia sẻ những khoảnh khắc đáng nhớ trong công việc thông qua hình ảnh hay video mà Venue 8 ghi lại. Đặc biệt, nền tảng Android với kho ứng dụng khổng lồ hứa hẹn sẽ mang đến cho bạn nguồn cảm hứng bất tận trong công việc.



- 1 Sức mạnh ấn tượng từ vi xử lý Intel® Atom™ processor (2,0GHz) cùng bộ nhớ lên đến 32GB giúp Dell Venue 8 thực hiện mượt mà mọi tác vụ. Từ lướt web, chơi game đến chạy các ứng dụng, tất cả chỉ trong tích tắc.
- 2 Mỏng 96mm và nặng chỉ 348gram với tùy chọn màu đen và đỏ màn thời thượng. Dell Venue 8 nằm gọn trong tay bạn, giúp mọi chuyến bay trở nên thật thú vị.
- 3 Hệ điều hành Android Jelly Bean đầy tiên ích với hàng trăm ứng dụng như Gmail, YouTube... giúp bạn giải trí dễ dàng và có thể giải quyết công việc ngay lập tức.
- 4 Màn hình 8" HD (1280x800) với công nghệ tấm nền IPS cho mọi khoảnh khắc trên chuyên bay sống động và chân thực hơn bao giờ hết.
- 5 Camera trước 2MP, camera sau SMP cùng pin 4100mAh lên đến 10 giờ không những giúp bạn chụp splay thỏa thích với bạn bè mà còn thoải hồ pose hình và gia nhập trào lưu selfie của giới trẻ hiện đại.

Giá bán lẻ đề xuất:

6,990,000 VNĐ

Chưa bao gồm VAT



Nguyên tử Silicon Núi
Intel Atom Inside



Máy tính xách tay được bán độc
sự chứng minh 3 năm liên
2011-2012-2013



THƯƠNG HIỆU Dell, logo của Dell, Precision là các nhãn hiệu độc quyền của Công ty Dell Inc. Các nhãn hiệu và tên thương mại khác nếu có sử dụng trong tài liệu này có thể liên quan đến yêu cầu xuất hiện tên, nhãn hiệu hoặc chữ viết không được sao chép. Dell không liên quan đến logo và quyền sở hữu và nhãn hiệu và tên của các công ty khác: 2014 Dell Inc. **Intel** là nhãn hiệu của Dell Inc. Ultrabook, Celeron, Celeron Inside, Core Inside, Intel Atom, Intel Atom Inside, Intel Core, Intel Inside, Intel Inside Logo, Intel vPro, Itanium, Itanium Inside, Pentium, Pentium Inside, vPro Inside, Xeon, Xeon Phi và Xeon Inside là nhãn hiệu độc quyền của Tập đoàn Intel tại Hoa Kỳ và/hoặc các quốc gia khác.

Phong cách MONOCHROMATIC

Là một nghệ thuật, cách nhìn quy tắc và tạo ra những góc mào phong cách ẩn sự monochromatic ấm áp cho không gian sống.



Sử dụng một màu duy nhất trong việc trang trí không gian sống là ý tưởng, quyết định táo bạo và càng ngạc nhiên hơn khi đó lại là màu đen. Tuy nhiên, hiệu ứng mà phong cách này mang lại còn đáng ngạc nhiên hơn thế, đơn giản, ấn tượng và tinh tế.

Trong không gian sống "bí ẩn" này, việc trang trí cũng thật sự dễ dàng. Bạn chỉ cần một vài món đồ nội thất trang trí đơn giản và có màu sắc trung tính để không làm mất đi sự hài hòa nơi phòng khách.



Nhiều người cho rằng, phong cách đơn sắc sẽ đem lại sự nhàm chán và đơn điệu, tuy nhiên không phải lúc nào cũng mang đến cảm giác như vậy. Một chút nhấn nhá với nền, trái cây, loài hoa bạn yêu thích... là đủ khiến gian phòng ăn bừng sức sống ấm áp.



Bạn vẫn áp dụng được phong cách đơn sắc cho phòng làm việc, phòng ngủ và phòng tắm. Nếu yêu thích sự thanh lịch nhẹ nhàng, bạn có thể sử dụng họa tiết hoa đơn sắc. Nếu yêu thích sự mạnh mẽ cá tính, bạn có thể lựa chọn họa tiết hình học, kẻ sọc... đơn sắc. Mặc dù gọi là đơn sắc nhưng cách để bạn hiện thực hóa phong cách này là rất phong phú và đa dạng.



TỈ LỆ VÀNG

cho sức khỏe

Àu mừi là thừề àún lyàt úmừg ài i lừòn àa mừi bản đình dừờng cho mừi bửu àn, lản phong phườk hừu vớ mảo vớ đảng kỏn bớ àm hừmừg? Cừng tham kỏn ẻm thừề tở lừầ vớ đảng cho sừề kỏn vừi nhừng "à i mừi nừn" àu à Nử Doanh Nhừn gừi yà yà nà y.

Thành phần

- 100g ức gà hấp
- 40g ngô ngọt
- 40g trái bơ
- 50g ớt chuông
- 20g oliu đen
- 50g cà chua tươi đã bỏ hạt
- 40g dưa chuột tươi đã bỏ hạt
- 20g lòng trắng trứng đã luộc

Cách dùng

- Cắt nhỏ tất cả các nguyên liệu kể trên và để vào trong một chiếc bát. Trộn salad cùng một lượng nhỏ muối, tiêu, nước cốt chanh và dầu oliu.
- Xếp gà, bơ cắt lát lên trên salad.

SALAD
GÀ

Thành phần

- 100g cá ngừ rán
- 3 củ khoai tây loại nhỏ đã hấp
- 1 quả cà chua tươi
- 20g oliu đen
- 50g rau xà lách
- 3g quế
- 1 quả trứng đã luộc
- 50g đậu que xanh chần qua nước sôi
- Xốt (1/2 muỗng mù tạt, dầu oliu, 1/2 muỗng rượu trắng, một nắm muối và đường)

Chế biến

- Làm nóng mặt chảo, đảo qua cá ngừ nhưng không làm chín.
- Thái lát khoai tây, cà chua, đậu que, trứng và quế. Trộn đều tay cùng rau xà lách.
- Để làm xốt salad, trộn hết tất cả các nguyên liệu còn lại với nhau.

Cách dùng

- Thái mỏng cá ngừ. Trộn xốt salad với tất cả các nguyên liệu kể trên, đặt cá ngừ cắt lát lên trên.

SALAD "NICOISE" CANGU



Thành phần

- 200g cá hồi phi lê
- 50g rau chân vịt hấp
- 50g cà chua bi
- 50g cơm gạo lứt
- 1 quả ớt đỏ nhỏ
- 1/6 quả chanh

Chế biến

- Sử dụng chảo chống dính chịu được nhiệt lò nướng. Chiên cá hồi phi lê đến khi da cá bắt đầu giòn. Cho chảo

vào lò nướng để ở 180°C đến khi chín vừa, khoảng 6 phút.

- Xào rau chân vịt, cà chua bi và ớt ở một chiếc chảo khác.

Cách dùng

- Xới cơm ra bát, thêm hỗn hợp rau chân vịt ở bên cạnh và đặt cá hồi lên trên. Trang trí với một miếng chanh.

**CA HỒI
NƯỚNG**



Bếp trưởng Soren Lascelles, Nhà hàng Opera (Khách sạn Park Hyatt Saigon) cho biết: “Bên cạnh chế độ ăn kiêng tập hợp lyavaalium qua dinh dưỡng trong môi trường ăn kiêng, tôi rất quan trọng trong việc tăng cường sức khỏe và các thói quen ăn uống. Với tỷ lệ 40% tinh bột, 30% chất đạm và 30% chất béo, thức ăn giàu dinh dưỡng các phương pháp chế biến nấu nướng như quay, nướng, hấp cùng lượng muối thấp và không dùng nhiều dầu mỡ làm nên những món ăn vừa cân bằng về thính giác và vị giác và giúp các thói quen ăn uống khỏe”.

*Mousse
sữa chua &
KEM QUẢ
MAM XÔI*

BÁNH MOUSSE SỮA CHUA

Thành phần

- 400g sữa chua ít béo
- 200g kem tươi
- 50g đường cát mịn
- 4 miếng gelatin (ngâm trong nước lạnh)

Chế biến

- Dùng máy đánh kem đánh bông kem tươi và đường đến khi kem tơi xốp nhẹ. Trồng bát trộn, đánh bông sữa chua đến khi lỏng mịn. Lăn tan gelatin với một chút kem tươi bằng cách sử dụng lò vi sóng.
- Trộn kem tươi, gelatin và sữa chua thật nhẹ và đều. Rót hỗn hợp vào khuôn bánh kim loại cao 4,5cm với đường kính 6,5cm, để trong tủ lạnh 4 giờ đông hờ và lấy ra khỏi khuôn.

KEM QUẢ MAM XÔI

Thành phần

- 200g puree (xốt) quả mam xôi
- 300g nước
- 50g đường cát mịn
- 25g đường
- 10g nước cốt chanh

Chế biến

- Cho tất cả nguyên liệu vào chiếc chảo lớn và bắt đầu làm ấm chảo. Để 3 giờ đông hờ. Khuấy hỗn hợp trong máy làm kem.

Cách dùng

- Đặt bánh mousse lên đĩa, tháo khuôn kim loại và đặt muỗng kem mam xôi cạnh bên. Trang trí với quả tươi như quả mam xôi, dâu tây và việt quất. 

NGHỈ DƯỠNG GIA ĐÌNH - TRỌN GÓI YÊU THƯƠNG
tại khách sạn 5 sao quốc tế lớn nhất Việt Nam



3 NGÀY 2 ĐÊM
9.990.000 VNĐ
1 BỮA TRƯA & 2 BỮA TỐI

4 NGÀY 3 ĐÊM
12.990.000 VNĐ
2 BỮA TRƯA & 3 BỮA TỐI

5 NGÀY 4 ĐÊM
15.990.000 VNĐ
3 BỮA TRƯA & 4 BỮA TỐI

- Nghỉ dưỡng tại phòng Deluxe hướng biển
- Buffet sáng hàng ngày
- Trái cây tươi khi nhận phòng
- Bữa trưa thuần Việt & buffet tối tại nhà hàng Spices
- Dịch vụ đón tiễn sân bay
- Sử dụng miễn phí hồ bơi hướng biển, phòng thể hình, bồn sục thủy lực, xông hơi nước, hơi khô, khu dịch vụ văn phòng, internet wifi, đường hầm dưới lòng đường Trần Phú nối ra biển.

(*) Điều kiện áp dụng


PREMIER
Havana Nhatrang

38 Đường Trần Phú, TP Nha Trang, Việt Nam

VP Nha Trang (058) 388 9999

VP Hà Nội (04) 3555 3787

VP Hồ Chí Minh (08) 3914 1561

E: res@havanahotel.vn info@havanahotel.vn www.havanahotel.vn





ẨM THỰC CAO CẤP VÀ ƯU ĐÃI BẤT NGỜ

Một cơ hội tuyệt vời để trải nghiệm phong cách ẩm thực 5 sao với chương trình ưu đãi bất ngờ: Giảm 50% hóa đơn dành cho 2 khách; Giảm 33% hóa đơn dành cho 3 khách; Giảm 25% hóa đơn cho 4 khách; Giảm 20% hóa đơn dành cho 5-11 khách; Giảm 15% hóa đơn dành cho 12-20 khách... Bạn sẽ được thưởng thức bữa trưa hoặc bữa tối tuyệt hảo với những món ăn Á - Âu đặc sắc và chiêm ngưỡng Nhà hát TP.HCM cổ kính. Áp dụng đến hết tháng 7/2014 cho khu vực ẩm thực Opera 1 và 2 tại tầng 3 khách sạn Caravelle. Liên hệ (08) 38234999.



GÓI DOANH NHÂN ĐẲNG CẤP

Vừa vô triêu ăn trăn con đường vắng Trên Phố Khảnh sau Havana Nha Trang cung cấp 1.260 phòng lưu trú hướng biển cùng hiên phòng trang thiết bị đầy đủ 5 sao quốc tế và các tiện ích đầy đủ cho giới doanh nhân. Từ ngày 1/3/2014, Havana Nha



Trang mang đến gói khuyến mãi Trải nghiệm Ẩm thực cấp 6.990.000 VND/giới viên chức ưu đãi hẹp đến: 2 ăn trưa tại phòng Club Suite kèm buffet sáng hàng ngày; Giảm 5% khi thuê phòng họp, hội nghị; Sử dụng miễn phí bãi đỗ xe, cầu lái boat thành, bồn tắm thủy lực, xông hơi...

TAN HƯƠNG HÈ VỚI ƯU ĐÃI 31%

Green World Hotel Nha Trang tọa lạc tại trung tâm thành phố cao 21 tầng, với hơn 70% số phòng ngủ hướng biển sẽ tạo cho khách nghỉ ngơi được chiêm ngưỡng toàn cảnh thành phố và dải bờ biển cong dài cùng làn cát mịn ấm lấy đại dương xanh bao la. Đến Green World hè này, bạn còn được giảm 31% so với giá gốc bố trí khi đặt phòng tại khách sạn hoặc trên website: www.greenworldhotelnhatrang.com (áp dụng cho thời gian lưu trú tại khách sạn từ ngày 15/6-31/10/2014).



KHÁCH SẠN TỐT NHẤT CHO GIA ĐÌNH

Với định hướng trở thành khách sạn gia đình tốt nhất, Hyatt Regency Đà Nẵng Resort & Spa không chỉ mang đến chất lượng dịch vụ tốt nhất, mà còn không ngừng tìm kiếm dịch vụ mới để bạn có kỳ nghỉ hoàn hảo nhất. Chẳng hạn, ban điều hành vừa đưa về khu nghỉ dưỡng một chú ngựa con phục vụ giải trí cho khách nhí, biến ước mơ của các bé thành hiện thực. Với những dịch vụ miễn phí hấp dẫn và khác biệt, Hyatt muốn khẳng định là khách sạn tốt nhất cho kỳ nghỉ gia đình tại Đà Nẵng.





KHAM PHÁ TIỆC CUNG ĐÌNH HUẾ

Ân và Đaítư: Cung ành tả Khaih sả Indochine Palace, thủ khai sảtránh nhĩn cầm gĩa lãn vĩa, cung vĩathườ
lãn tĩn: tĩt ảu ảt tả hĩn gĩa nhĩn yuyn bả tĩn: cung ành
Huĩcũ. Trong khỏg gĩa trạg trĩkĩ ả trũ cũg ành vĩa
quả lỏg, bả gĩa hĩn sỏn thĩ ỏ vĩa, nhĩn vĩn ỏ phũ vĩa
quả ả hĩn cầ vĩanhũm nhĩn ỏn trạg trĩn thũ đũ
phỏg cầh ẻm thũ trũĩn thũg Huĩcũ bả vĩa ảũũ khẩ
phỏn ả ảũ ảũ cầ tĩn: cung ành vĩa lẻng lẻ vĩa nhũg
bả cầ Huĩcũ gĩa nhĩn.

TRẢI NGHIỆM HỘI HỢP ĐỘC ĐÁO
Ở ANGSA NA LẮNG CÔ

Angsana Lãng Cô áp dụng ưu đãi độc biệt cho những nhà tổ chức hội nghị. Từ nay đến ngày 31/12/2014, khi đặt chương trình Meetings Per night ít nhất 20 đêm nghỉ cùng gói hội nghị cả ngày hay tiệc tối cho toàn đoàn hoặc ít nhất 40 đêm nghỉ, khách sẽ được chọn 2 trong số rất nhiều ưu đãi hấp dẫn dành cho toàn đoàn và cả nhân viên đại tiệc. Áp dụng cho những đại phòng mai, cho kỳ nghỉ và hội nghị diễn ra từ nay đến hết ngày 30/4/2015. Liên hệ: (036) 395800.



ẨM THỰC NAM BỘ
Ở VƯỜN HƯƠNG VI

Nhà hàng Scent Garden nằm trong ngõ phố yên bình trên đường Trần Quốc Toản, Q.3, TP.HCM có không gian thoáng đãng của một biệt thự kiểu Pháp với các món ăn đậm chất Nam Bộ. Ngoài các món dân dã như bánh tằm tui, bánh kẹo tếp nhự, bánh dục mần, ếch đồng rang trứng muối... được chế biến gốc miền Tây chế biến, Scent Garden còn có nhiều món rất riêng như gỏi cuốn hương vị gồm gà bỏ luộc mần trộn hành, ớt, tỏi, sả, gừng... Nhà hàng là nơi lý tưởng để gặp gỡ bạn bè, những buổi tiệc nhỏ hay chiêu đãi khách phương xa.



GIỜ VÀNG
TẠI BOUTIQUE
HÔI AN RESORT

Nhằm giúp du khách có thêm nhiều trải nghiệm lý thú, Boutique Hoi An có chương trình Gift vàng hấp dẫn. Trải khách được giảm 20% giá bia và cocktail bắt đầu từ 19:00-23:00 tại Le Salon và từ 17:00-19:00 tại La Piscine. Le Salon có thiết kế đương đại pha lẫn nét cổ xưa mang lại trải nghiệm tâm曠, kin đáo trong khi quầy bar La Piscine cạnh bể bơi là lựa chọn tốt nhất để nhâm nhi một ly bia hoặc thưởng thức món ăn nhẹ.

Liên hệ: (0510) 3939111





KỶ NGHỈ HOÀN HẢO

Với mong muốn mang đến cho khách hàng những khoản chiết khấu giảm tuyệt vời, Khách sạn InterContinental Asiana Saigon giới thiệu gói ưu đãi đặc biệt chỉ 3.200.000 VND dành riêng cho du khách Việt Nam và nước ngoài có thể lưu trú tại Việt Nam: trải nghiệm 1 đêm nghỉ tại phòng hạng sang bao gồm ăn sáng dành cho 2 người, miễn phí truy cập internet, trả phòng trễ đến 16:00. Hơn thế nữa, giảm 15% tại các nhà hàng, bar và dịch vụ spa tại khách sạn. Áp dụng từ nay đến ngày 30/9/2014. Liên hệ: (08) 35209999.

Hôm nay Thứ Mấy?

KHUYẾN MÃI TIỀN HOẠT GIẢM GIÁ CỰC SỐC LÊN ĐẾN

50%

THỨ 5 GIẢM NGAY 50%

THỨ 4 GIẢM NGAY 40%

THỨ 3 GIẢM NGAY 30%

THỨ 2 GIẢM NGAY 20%

KHUYẾN MÃI HÈ CHO DU KHÁCH VIỆT

Với giá trọn gói 9.800.000 VND, bạn sẽ được trải nghiệm khu nghỉ dưỡng danh tiếng InterContinental tại Đà Nẵng. Kỳ nghỉ trọn vẹn này gồm 2 đêm ở phòng sang trọng Resort Classic kèm ăn sáng cho 2 người, đưa đón 2 chiều từ sân bay Đà Nẵng, các hoạt động vui chơi thú vị cho cả gia đình và đặc biệt là trẻ em dưới 12 tuổi được ăn miễn phí tại các nhà hàng trong khách sạn (trừ La Maison 1888). Áp dụng đến ngày 31/8/2014. Liên hệ: (0511) 3938888.



Certificate of Excellence 2014 WINNER



Hotel Nikko Saigon

NIKKO SAI GON ĐƯỢC VINH DANH

Nikko Sài Gòn vừa vinh nhận danh hiệu Khách sạn Xuất sắc nhất năm 2014 từ TripAdvisor, trang mạng nổi tiếng và danh tiếng nhất thế giới. Lên thứ 3 liên tiếp nhận giải thưởng danh tiếng và danh tiếng của Nikko với công đồng khách du lịch trong và ngoài nước. Cũng trong năm nay, Nikko Sài Gòn còn nhận được nhiều giải thưởng danh giá Top 5 Khách sạn Hàng đầu và Top 10 Doanh nghiệp Kinh doanh Ẩm thực và giải thưởng du lịch hàng năm của Báo Văn Hóa, Thể thao và Du lịch tối thiểu.

Hôm nay Thứ Mấy? Ở KFC

Từ ngày 9/6/2014, KFC bắt đầu chương trình Hôm nay Thứ Mấy? với các mức ưu đãi hấp dẫn: Thứ 5 giảm đến 50% các món như Com phỉ lê gà quay Flava và Com gà truyền thống chỉ với 20.000 VND/phần, Khoai tây lắc chỉ 15.000 VND/phần...; Thứ 4 giảm 40% Gà Popcorn (vừa) 24.000 VND/phần, Gà giòn không xương 3 miếng 24.000 VND/phần...; Thứ 3 giảm 30% cho các fan cuồng Burger; Thứ 2 giảm 20% cho các món Gà quay giấy bạc 51.000 VND/phần, Gà quay tiêu 51.000 VND/phần và Canh gà giòn cay 3 miếng 38.000 VND...



NUÔNG CHIỀU BẢN THÂN VỚI AQUA DAY SPA

Aqua Day Spa, Khách sạn Sheraton Sài Gòn đang áp dụng chương trình khuyến mãi đặc biệt giảm 20% cho tất cả các dịch vụ từ chăm sóc và làm đẹp móng, chăm sóc da mặt, đến các gói trị liệu và chăm sóc cơ thể. Chương trình áp dụng từ 10:00-14:00 hàng ngày từ ngày 1/6-31/7 để bạn nuông chiều bản thân, thả lỏng cơ thể với các dịch vụ và phương pháp trị liệu phục hồi chuyên sâu lấy cảm hứng từ những phương pháp và kỹ thuật chữa bệnh truyền thống.

SÔNG CUNG WORLD CUP

Đến sảnh Legend và Nhà hàng & Bar Oggi của Khách sạn Lotte Legend Saigon trong suốt mùa World Cup 2014 (ngày 13/6-14/7/2014), bạn sẽ được sống, cảm nhận và hòa nhịp rung cảm cùng giải bóng đá lớn nhất hành tinh. Không chỉ hào hứng với ngoại cảnh đầy cảm hứng; thực đơn hấp dẫn; bầu không khí vang dội tiếng reo hò qua các màn hình TV 150 inches, bạn còn được rút thăm trúng thưởng ngay 1 phần ăn nhẹ hay thức uống khi gọi bất cứ món nào từ thực đơn World Cup.



THƯỜNG THỨC VỊT QUAY BẮC KINH 3 CÁCH

Nhà hàng Orientica giới thiệu món vịt quay Bắc Kinh được chế biến theo 3 cách chỉ với 750.000 VND++/con trong bầu không khí phương Đông ấm cúng của Khách sạn Equatorial: 1 - Dĩa vịt quay dùng với hành, dưa leo và món xốt đặc biệt của đầu bếp được cuốn bằng bánh tráng truyền thống; 2 - Thịt vịt quay chuẩn bị theo món xốt bạn thích; 3 - Cam chiến

NOVOTEL NHA TRANG UU ĐÀI LÒN

Tại Nhà hàng The Square, Khách sạn Novotel Nha Trang, mỗi tối thứ 6 và 7 hàng tuần sẽ có buffet tối hai sao với giá chỉ 630.000 VND/khách.



mỗi phân tử nước ngoài, rửa hoặc bia vừa giá 630.000 VND/khách. Còn tại Vous Spa sẽ là gói dịch vụ 1 trôli à toà trên kiề húp chùm sôc mùa bùng sản phẩm thĩn nhĩn, tũng 1 trô li à chùm sôc đả toà cũ thĩch ó vũ 1.490.000 VND/khách. Àu bĩ à giảm 50% cho tũt cầc ài dũch vươt à 0-13:00.

VUI HÈ SẢNG KHOÁI

Novotel Danang Premier Han River giúp bạn tận hưởng một mùa hè thật sáng khoái ở Đà Nẵng với kỳ nghỉ 3 ngày 2 đêm gồm nhiều ưu đãi hấp dẫn có giá chỉ 2.449.000 VND/đêm: 2 đêm nghỉ tại khách sạn 5 sao Novotel Danang; 30 phút massage chân tại InBalance Spa; điểm tâm cho 2 khách tại Nhà hàng The Square; thức uống khi nhận phòng; nước suối đóng chai miễn phí và Wi-Fi tốc độ cao. Áp dụng từ ngày 1/6-31/8/2014.





NHÀ BÁO TRANH TÀI NẤU ĂN NGON

Nhân Ngày Báo chí Cách mạng Việt Nam, Hội Nhà báo TP.HCM đã phối hợp cùng Nestlé Việt Nam tổ chức cuộc thi nấu ăn Nhà báo với Nghệ thuật Ẩm thực. Với chủ đề “Món ngon ngày hè”, 5 đội gồm 10 nhà báo đến từ các báo, đại trung ương và TP.HCM đã tham gia tranh tài cùng đội thứ 6 đến từ Nestlé Việt Nam. Kết quả, giải nhất thuộc về đội nhà báo Thu Ba (Phụ Nữ TP.HCM) và Trọng Vũ (Dân Trí), giải nhì là đội của nhà báo Sơn Nhung (Người Lao Động) và Trọng Trí (Giáo dục TP.HCM).



VIỆT NAM, ĐIỂM ĐẾN QUAN TRỌNG CHO ĐẦU TƯ BẤT ĐỘNG SẢN

Tại Diễn đàn Doanh nghiệp Việt Nam - Singapore vừa qua, ông Neil MacGregor (Giám đốc Điều hành, Savills Việt Nam) đã có những chia sẻ về thị trường bất động sản Việt Nam. Theo đó, thị trường này đang có những dấu hiệu phục hồi đáng khích lệ, đặc biệt phân khúc văn phòng và nhà ở tại TP.HCM bắt đầu cân bằng cung - cầu. Trong khi Việt Nam đang ở điểm đáy, nhiều thị trường khác ở châu Á lại nằm ở đỉnh của chu kỳ bất động sản và có thể giảm vài năm tới. Do đó, các nhà đầu tư bất động sản đang hướng sự quan tâm đến thị trường Việt Nam.

365 MÓN XÀO VỚI DẦU HẠO MAGGI

Cuộc thi Maggi 365 Món xào với Dầu hào Maggi, một nhân hàng thuộc Nestlé Việt Nam, đã khép lại. Maggi đã hoàn thành BST 365 món xào dùng với dầu hào Maggi do người tiêu dùng khắp cả nước chung tay thực hiện. Để ghi nhận sự đóng góp này, Maggi đã tổ chức vòng thi chung kết với 14 thí sinh xuất sắc nhất, đồng thời triển lãm các món xào được đưa vào BST vào ngày 8/6/2014 tại Nhà thi đấu Phan Đình Phùng, TP.HCM.



BỔ NHIỆM TRƯỞNG ĐẠI DIỆN ICAEW TẠI VIỆT NAM

Viện Kế toán Công chứng Anh và xứ Wales (ICAEW) công bố bổ nhiệm bà Đặng Thị Mai Trang giữ chức Trưởng Đại diện đầu tiên tại Việt Nam. Với hơn 10 năm kinh nghiệm trong lĩnh vực tài chính kế toán, bà Trang được ghi nhận có nhiều cống hiến cho ngành. Ở cương vị mới, bà Trang sẽ xây dựng và củng cố sự hiện diện của ICAEW tại Việt Nam, đồng thời triển khai các hoạt động nhằm thực hiện mạnh mẽ hơn mục tiêu hỗ trợ sự phát triển ngành kế toán Việt Nam.





CITY INTERNATIONAL HOSPITAL

Managed by ParkwayHealth™
HO CHI MINH CITY, VIETNAM



SẴN SÀNG VÌ BỆNH NHÂN

Bệnh Viên Quốc Tế Thành Đô tọa lạc tại khu Y tế Kỹ thuật cao, là bệnh viện đa khoa quốc tế đầu tiên tại Việt Nam được quản lý bởi Tập Đoàn Parkway Health – đơn vị cung cấp dịch vụ chăm sóc sức khỏe hàng đầu Châu Á. Với phương châm “Sẵn sàng vì bệnh nhân” cùng đội ngũ chuyên gia y tế giàu kinh nghiệm, hệ thống cơ sở vật chất hiện đại, chúng tôi luôn đặt sự quan tâm hàng đầu dành cho bạn và người thân.



Putting Patients
FIRST

Bệnh Viên Quốc Tế Thành Đô
Số 3, Đường 17A, Phường Bình Trị Đông B, Quận Bình Tân, Thành phố Hồ Chí Minh
Điện thoại: (848) 6280 3333 | www.cityinternationalhospital.com

HÀ NỘI

Fashion

BALLY, HERMÈS, LOUIS VUITTON, SALVATORE FERRAGAMO: 15 Ngõ Quyền, Q. Hoàn Kiếm

BURBERRY: Tầng trệt, Opera Business Center, 6B Tràng Tiền, Q. Hoàn Kiếm

SERGIO ROSSI: Sofitel Metropole Hotel, 1 Lê Phụng Hiểu, Q. Hoàn Kiếm

BALENCIAGA, CHLOÉ, LANVIN, MARC BY MARC JACOBS, GIVENCHY, JIL SANDER, VIKTOR & ROSE, MICHAEL KORS: Runway, 13 Hai Bà Trưng, Q. Hoàn Kiếm

MOSCHINO BOUTIQUE: 3 Hai Bà Trưng, Q. Hoàn Kiếm

VALENTINO BOUTIQUE: 59 Lý Thái Tổ

ESCADA: 59A Lý Thái Tổ

HUGO BOSS: 60 Lý Thái Tổ

MILANO: 63 Lý Thái Tổ
MANGO, LA SENZA, GEOX, CHROME, SILHOUETTE, RUNWAY, AIGNER, TOUS, NINE WEST, NAFNAF, MISAKI, LEVI'S: Vincom City Towers, 191 Bà Triệu, Q. Hai Bà Trưng

ACCESSORIZE, CHARLES & KEITH, FCUK, MANGO: 114 Mai Hắc Đế, Q. Hai Bà Trưng

SHOEBOX NEW YORK: 40 Hàng Da, Q. Hoàn Kiếm

KENZO, KORLOFF: 32 Hàng Bài, Q. Hoàn Kiếm

BÓN MÙA BOUTIQUE: 30 Hàng Cáo, Q. Hoàn Kiếm

Beauty

LANCÔME, KANEBO: 198B Tây Sơn

M-A-C: 28 Lê Thái Tổ

MENARD: 35 Tuệ Tĩnh

O-P-I: 19-21 Đinh Tiên Hoàng

SHISEIDO: 34 Lê Thái Tổ

VICHY: 143 Bà Triệu

PUPA, KANEBO: Vincom City Towers, 191 Bà Triệu

TP. HCM

Fashion

LOUIS VUITTON: Opera View, 161 Đồng Khởi, Q.1

JIMMY CHOO, VERSACE, EMPORIO ARMANI, BLUMARINE, BOBBA MAXAZRIA, BÓN MÙA BOUTIQUE, FURLA, SWAROVSKI, RUNWAY, KAREN MILLEN, JUST CAVALLI, ASPIRAL, ALDO, NINE WEST, FCUK, SILHOUETTE, DEBENHAMS, MANGO, NAF NAF, PEDRO, ACCESSORIZE, CHARLES & KEITH, GAP, UNITED COLOR OF BENETTON, SHOEBOX, BYSI, WAREHOUSE: Vincom Center, 70-72 Lê Thánh Tôn, Q.1

COACH, LACOSTE, CLARK'S, NIKE, CK, G2000, LEVI'S, JEEP, ESPRIT, EASY SPIRIT: Parkson Saigon Tourist, 35-45 Lê Thánh Tôn, Q.1

BURBERRY, PANDORA, RRR RUNWAY (TARA JARMON, RAOU, DVF, PINKO, STELLA MCCARTNEY, MCO, SEE BY CHLOÉ, MARC BY MARC JACOBS...), CALVIN KLEIN, GEOX, POLICE, GUESS, MIPHOSIS, MO&CO: Diamond Plaza, 34 Lê Duẩn, Q.1

CHANEL, CARTIER, SALVATORE FERRAGAMO, BVLGARI, ROLEX, VERTU, RALPH LAUREN, BALLY, TUMI: Rex Arcade, 141 Nguyễn Huệ, Q.1

SERGIO ROSSI, BALENCIAGA, CHLOÉ, GIVENCHY, LOEWE, MARC JACOBS: Rex Hotel, 155 Nguyễn Huệ, Q.1

GUCCI, ROBERTO CAVALLI, DOLCE & GABBANA, DSQUARED2, MOSCHINO, LOVE MOSCHINO, YVES SAINT LAURENT, JOHN GALLIANO: Milano, 88 Đồng Khởi, Q.1

DKNY, RRR RUNWAY, DIESEL, DILUSSO, TOMMY HILFGER: Crescent Mall, 101 Tôn Đức Tiên, Q.7

AXARA, BEBE, FCUK, LOUIS PION, LYN AROUND, VALENCIANI: Saigon Centre, 65 Lê Lợi, Q.1

TIC TAC BOUTIQUE: 72 Đồng Khởi, Q.1

TRƯƠNG THANH HẢI BOUTIQUE: 414 Bà Tháng Hai, Q.10

OMEGA BOUTIQUE: 115 Đồng Khởi, Q.1

Beauty

LANCÔME, SHISEIDO, CHANEL, GUERLAIN, ESTÉE LAUDER, BIODERMA, CLÉ DE PEAU BEAUTÉ, L'OCCITANE, CLARINS, CLINIQUE, BEAUTÉ DE KOSÉ, PUPA, MAYBELLINE, L'OREAL PARIS, SHU UEMURA: Diamond Plaza, 34 Lê Duẩn, Q.1

LA MER, BOBBI BROWN, DIOR, SISLEY, GIVENCHY, BENEFIT, M-A-C, KATE, THE BODY SHOP, VDL, THE FACESHOP, KANEBO, ARTDECO, BOURJOIS: Parkson Saigon Tourist, 35-45 Lê Thánh Tôn, Q.1

ELIZABETH ARDEN, MENARD, CHLOÉ, VERA WANG, SALVATORE FERRAGAMO, LOLITA LEMPICKA: Parkson C.T Plaza, Q. Tân Bình

CRABTREE & EVELYN, YVES ROCHE, ORLANE, PARIS & FRANCE: Vincom Center, 70-72 Lê Thánh Tôn, Q.1

HARA JUKU LOVERS, MARC JACOBS: Parkson Paragon, Q.7

L'APOTHIQUAIRE: 100 Thích Nữ Huệ, Q.1

Decor

NHÀ XINH: CR3 Khu thương mại Hồ Bán Nguyệt, 111 Tôn Đức Tiên, Q.7

PHỐ XINH: 92-94-96 Lê Lợi, Q.1

GAYA: 1 Nguyễn Văn Tráng, Q.1

SAIGON KITSCH: 43 Tôn Thất Thiệp, Q.1

CAO ĐỒNG DESIGN: 65 Lê Lợi, Q.1



NỮ DOANH NHÂN

BUSINESSWOMAN MAGAZINE

English articles



President, RMIT Viet Nam,
GAEL MCDONALD:

Returning to **ASIA**

Having spent 12 years working in the education sector in Asia, Professor Gael McDonald was hoping for an opportunity to come back to the region. Her dream came true with she was appointed President of RMIT Vietnam in February 2014

A bold decision

what brings you to RMIT Vietnam after undertaking a number of management positions at universities in Australia and New Zealand?

Eight years ago, I had the chance to meet Professor David Beanland who at that time was vice-chancellor and president of RMIT University in Australia and one of the founders of RMIT Vietnam. I was really impressed when he told me about the plan to establish the university in Vietnam and I really wanted to join their team. Over the last eight years, I followed the development of RMIT Vietnam, therefore the move to Vietnam as the President of RMIT University Vietnam is not a rash decision but something I rather hoped I would get the opportunity to do.

Why do you think it was a bold decision of RMIT to open its campus in Vietnam 13 years ago?

Very often when it comes to investment opportunities overseas, universities only think of opening an agency or partnership programs where they will send lecturers back and forth. However, RMIT invested in modern campus facilities in Vietnam with a seed capital of US\$25 million.

Have you ever been to Vietnam before? If so, what was your impression?

Yes, I have. Before coming here I was told that the three things a foreigner would be most impressed with about Vietnam are the friendly

A family woman?

Professor Gael has seven-year-old twins. Undertaking senior management roles, she is often away for business and works until late at night. In return, she receives great support from her husband in taking care of the kids. "My husband is not working in education, but to some extent, he is in education as he helps me take care and raise the kids. My husband has his own career but he has always supported me so much", she said.



people, delicious food and chaotic traffic (Ginning). And guess what, they were right! However, I'm not really surprised or terrified by the traffic situation in Vietnam because I had twelve years working in Asia (Hong Kong and Macau) before.

Immediate goals

what is your mission as the President of RMIT Vietnam? What makes you believe you will achieve your mission?

I have three goals. The first is to grow student numbers in both HCMC and Hanoi. We want to increase the numbers of students from Vietnam, the region and other continents through education exchange programs. Secondly I want to improve the quality. Although our education program is of high quality in an international context, I want to bring it to the next level in all aspects of our operations, including academic programs, teaching methodologies, organizational processes, our infrastructure and staff. The third goal is about differentiation. I want everybody to be able to answer the question 'what makes RMIT Vietnam different?' One of the factors that make us different is the strong connection with the industry. Our teaching and learning is also very practical, which helps student develop important attributes, knowledge and skills so they can work in a job right after graduation.

Suppose that you believe you made the right decision but have been rejected by the majority, what would you do? Change your plan to make them happy or continue on your own path?

It's important to create the rationale for change and the benefits of change. I will continue with my plan because I know the final outcomes will benefit the organization. The decisions are made based on the principles of what's good for the organization and what benefits students in the long term. In organizations which have been stable for a long time and rarely change, it is often really difficult to propose changes, but it is often these organizations that need to change to adapt.

Although I have the experience, I need the right ingredients in order to be successful. It's the same as baking. One of the first ingredients I have is a good team of senior managers. They are talented people and different from me. Second, we have an open discussion environment where people can offer up ideas. Third is information availability; we need lots of data about current students, where they are from and data to help me to make the right decisions. As a leader, I also need to define clear goals and strategies so people can meet all of the expectations.

RMIT Vietnam plans to increase its student numbers from 6,000 to 15,000 in 2020. What plans will you put in place to achieve that?

In order to achieve that goal, we will create more opportunities for students to study at RMIT Vietnam, such as offering pathway programs, or allowing students of prestigious high schools in Vietnam to take one unit at RMIT which can be transferred to a degree program later. In addition, we will also recruit students in the region and we propose to offer a number of new academic programs. We are also opening opportunities for students to transfer to our other locations in order to gain some international experience.

Many people think that RMIT Vietnam is a university for rich families. Is this a challenge for increasing the number of students?

Studying at RMIT Vietnam is currently not as expensive as studying overseas, but education should not just be for the wealthy. This is also a big challenge for Vietnam. Thus, in our program brochures, we emphasize the value we offer our students such as having jobs right after graduation. At the same time, we will seek additional funds to create more scholarship opportunities for Vietnamese students. One more important thing is that all profits earned from our operations have been reinvested into the development of RMIT Vietnam and are not sent back to Australia. Honestly, as I mentioned, studying in Vietnam is much cheaper than in Australia with the same international degree. That is the basis of RMIT, an international degree right here in Vietnam.

Ethics in business

is there any difference between running a university and running a business?

The difference is very little (Ginning). It is very similar managing a university and a business. The small difference is that it is our honor to be in the position to help students to achieve their dreams and contribute to the education of the future workforce.

I've learned that you will launch an interesting book titled Business Ethics: A Contemporary Approach. Can you tell me more about this?

Oh, my answer could be very long so please interrupt me to save time (Ginning). Business Ethics: A Contemporary Approach is a textbook for students and is accompanied with a website of the same name published by Cambridge University Publishing House. The textbook has 12 chapters and covers four parts: concepts of business ethics, ethics in functional areas, how to make an ethical business decision

and how to build an ethical culture in an organization.

It can be said that keeping a balance between ethics and profit could be difficult...

Business operations are based on building trust. It is the trust among customers, suppliers, investors and employees. Thus, actions which are unethical can affect trust and could jeopardize the enterprise in the long run.

Do you have any advice on a "lodestar" for enterprises, so that they do not generate profit at any cost ignoring business ethics?

One of the mechanism for them to return to the right track is to identify the core values they wish to pursue then ask themselves if their actions are right, fair and against the values they believe in or not. Another question to ask is "Do I want to be treated that way". They also need to consider that if many enterprises are unethical, will this become the norm and in return create an unexpected impact on the industry as a whole. The pressure on a business to be ethical may come from many avenues including the leaders themselves, staff, customers and government.

As a person working in the education sector for such a long time, is your daily life limited by rules?

Not really, my organization encourages me to be innovative.

Thank you for your time. 

In organizations which have been stable for a long time and rarely change, it is often really difficult to propose changes, but it is often these organizations that need to change to adapt



General Director,
TDM Trading-Service-Investment Company,
NGUYỄN THỊ HỒNG HƯƠNG:

BUSINESS *is my oxygen*

Despite our prior knowledge of Nguyễn Thị Hồng Hương as a well-known businesswoman, we were wholly impressed with her appearance and wisdom during our first face-to-face conversation where she proved to be a woman of strong character. Despite having taken several key management positions, she seemed to be quite an approachable person

Starting from scratch

The year of 1989 made a profound impression in Hồng Hương's mind as she took her very first step toward the business world. She was a Volunteer Youth and her job mostly was involved in digging canals and dams within the so-called "new economic zones". Back then she was equipped with some political understanding and fundamental business knowledge after attending Nguyễn Ái Quốc Politics School. Two years later, with her humble business knowledge, she proposed setting up a sewing workshop with the aim of providing employment to around 4,000 to 5,000 unskilled workers. She was holding the simple belief that something had to be done to create jobs for her peers at Volunteer Youth Association and making products for Vietnamese consumers.

Despite the hesitance of management, she got started with nothing and armed with only the Agreement for Workshop Establishment. She herself had to make the most of her contacts to pick up on sewing skills, rent part of the warehouse as her premises and could only spend as little as VND20 million on equipment and workers' training. Within three months, her workshop, equipped with 30 workers, made its

first products such as hammocks, mosquito nets and army outfits for the Volunteer Youth which required some simple straight stitches.

Although there were countless obstacles that she and her workers had to experience during those days, their flame of devotion was still burning bright. No matter how low the salary was, they put in 100 percent effort. However, a new difficulty arose. As soon as the task of making the army outfits was completed, there would be no more jobs. So, Hồng Hương boldly made an offer to Việt Thắng Company to become its satellite workshop which was mostly responsible for simple products. From then, she was able to make a further step toward her original goal. Everything seemed to be working well for her before disaster occurred. The workshop, which had been productive was dismantled and the whole premise was changed for another use. The entire workforce was stunned. Hồng Hương felt helpless as she miserably looked at all her workers being left jobless. This huge blow still affected her for years to come.

Leaving the throne

Life can bring us to unexpected crossroads and turning points. In 1996, not long after the

disintegration of the sewing workshop, Saigon Coop started switching its business model, from credit-based to modern retailing. CoopMart supermarket chain was constructed and they were on the lookout for personnel. Hồng Hương was chosen due to her zeal and her devotion to common goals. Meanwhile, most of her peers were in leading positions at state-owned companies or were involved in major projects, like "Saigon South Urban Area", "Điện Biên Phủ Street Expansion" or "Prolonged Lê Thánh Tôn Street Expansion", and also advised her to follow the same routes. Destined to be committed to consumer products trading, she decided to leave her position as Vice Director at Ciencco Construction Company for Saigon Coop.

Hồng Hương began looking for a location and knew there was a lot of work to be done to launch CoopMart Hậu Giang (District 6, HCMC), which was the third supermarket of the CoopMart chain. It was followed by CoopMart Dâm Sen and CoopMart Thắng Lợi, both of which were successful. That's what saw her being nicknamed "Hương the Tanker", indicating that she was able to conquer all obstacles in her path to reach her goals. Another urgent matter of the CoopMart chain was to make the best use of the supplies for the whole system, and she was appointed Sales Manager at Sài Gòn Coop. The timely promotion made it possible for her to encounter another turning point.

Chinese merchandize had dominated the domestic clothing market by the end of 2001. To deal with the situation, Vietnam Textile Company decided to set up a supermarket chain and outlet system for Vietnamese fashion. The company's leaders considered Hồng Hương, a former Volunteer Youth member who had previously been committed to that particular industry. After a great deal of consideration over her desirable position at Saigon Coop, she, once again, left for a new chapter in her life at the age of 45 to give birth to Vinatex Supermarket.

Another farewell

During the early days of Vinatexmart, she was given no more than the Agreement of Establishment and a one-floor building granted by Vietnam Textile Company as its headquarters. What she had experienced could now be applied to her new battlefield. In

previous times the problems were in expertise, but in the current times she had to try and make Vietnamese products gain popularity despite them being defective. Success seemed nearly impossible for her. "Some people stated they would wait and see how I could manage", she said, "I myself asked for loans here and there to spend on staff payments and basic facilities." The first two stores were located in Đồng Tháp Province and Saigon Supermarket started making profits after a month's operation. Overcoming all the hostile comments and hindering manners from quite a few colleagues, she launched another store at 25 Bà Triệu, Hà Nội City in June 2002, making a record profit of VND300-500 million per day, which was ten times as much as that of the HCMC-based stores.

Finding the northern market a fertile land for Vietnamese fashion outlets, she focused on

herself to the development of Vinatexmart Supermarket until her decision to retire in 2011. She finished her management job at the state-owned businesses with regret, worry and uncertainty.

A new page of her life

She confided: "What has been left after 22 years of dedication is a well-refined way of life. That includes perseverance, motivation, zeal, positive thinking, enthusiasm for common goals and belief in a beautiful life". Currently she is taking on the role as General Director at TDM Trading-Investment-Service Company which is responsible for Thủ Dầu Một Market, Bình Dương Province. Some can't help wondering why she did not decide on the larger cities rather than Bình Dương Province. The reason is simple: Bình Dương remains homely and reminds her of

her childhood when she was taken to the market by her mom or her grandmother. Another reason is that while doing research on modern retailing, she studied the traditional market. Traditional markets are still available in developed countries, but they are modified in some ways. "Unusual traditional ways are well preserved while modern standards are applied," she said. Her new job brings her closer to market vendors, helping them to enhance their strengths and improve the weaknesses of traditional markets. Once Thủ Dầu Một market is running well, she hopes to be able to expand

What has been left after 22 years of dedication is a well-refined way of life. That includes perseverance, motivation, zeal, positive thinking, enthusiasm for common goals, and belief in a beautiful life

launching a series of stores there. "We keep moving forward. From the three initial stores, there were roughly 60 stores nationwide after a decade (2001 - 2011). We worked as a consumption point of 300 domestic clothing workshops, then I was nicknamed "Hương Fashion", she said. At this point the entire workshop and producers were eagerly preparing for the opening of Vietnam Fashion Shopping Mall, spreading on an area of 10,600 square meters, located at 300 Nguyễn Tất Thành, District 4, HCMC. Once again when everything was going smoothly and many projects were in progress, her burning flame was snuffed out. She was ordered to hand over the entire project that had been just legalized.

By her retirement age, she remained energetic and enthusiastic enough to continue with her current projects. She kept devoting

this model to HCMC and other parts of the country. For her, working is a passion, so she is never satisfied with what she currently has and always works towards more goals.

Not only investing in markets, she admits she is quite addicted to shopping in markets, supermarkets and cooking. She shops when she needs something or when she feels like enjoying the adorable atmosphere. On weekends, she goes shopping two or three times, just to see things, have a chat with vendors, and choose some fine ingredients to cook some of her husband's favorite foods. Talking over the meal, she attentively listens to her relatives to find out what their favorite food is, and what their tastes are. She always leaves weekends for them, part of her attempt to compensate the whole week which is fully spent for work. 

General Director, Family Medical Practice,

DR. RAFI KOT:

An instinct for business

With all his eagerness and enthusiasm, Dr. Rafi Kot shared some of his opinions on Vietnamese businesswomen and concerns about the health care industry in order to bring the best health services to all patients

NO FANCY WORDS

Another three clinics and a hospital of yours is planned to be opened by 2016. I wonder how the project is going and if there have been any obstacles so far?

The project is going well, and there is no doubt that they will be launched within the first half of 2016. The obstacles are still lingering, though. On the one hand, there are quite prompt directions from the Ministry of Health and Ministry of Investment to attract overseas investors to upgrade the private clinics and hospitals, introducing Vietnamese people to improved treatment services without having to leave for other countries. On the other hand, interested investors will probably be reluctant due to the excessively complicated paperwork and administrative procedures. Renting a piece of land for the hospital, for instance, took ages to be approved by the authorities of different levels and requires countless types of documents. As such, investors will be discouraged and even doubtful of the feasibility of the project. Luckily enough, I remained positive and got over some of the obstacles. All this which brings me to wonder sometimes if the healthcare needs of the Vietnamese public should be addressed at a hospital level, or at a very well equipped day-care clinic. In other words, maybe we need less hospitals and more high-level out-patient facilities which are an easier answer, quicker and cheaper to build.

What disadvantages do the above-mentioned obstacles bring to Vietnamese patients who would like to use medical services in high-class hospitals?

There are several disadvantages for sure. The completion of the hospital set us back approximately US\$43 million (30% of which came from my personal budget), twice as much as it cost in Bangkok, Thailand. Particularly, the imported medical equipment in Vietnam is very expensive, up to 200% in some cases. The fact that Vietnam does not allow refurbished equipment by the producer (cheaper by 30%) makes the process of equipping hospitals very expensive. As the expenditure on paperwork, renting land and equipment purchase rises and service users have to pay higher as a result. Unfortunately, the hospital will have the patients "pay" for that in their bills later on... They do not have the opportunity to be cured by skillful, experienced doctors and to enjoy the best facilities.

Additionally, I find the money from tax revenues which is saved for health investment too limited. So, the citizens can hardly make use of the best treatment services, as what they benefit from the health investment budget is marginal. There has not been proper attention given to health facilities and equipment, together with the poor serving manners of doctors. This results in numbers of Vietnamese patients heading to Thailand or Singapore for medical treatment more as a result of losing trust in domestic doctors rather than searching for better facilities. I think, we have accumulated a massive amount of medical equipment in Vietnam. Yet, people go there. It's the confidence in the medical treatment, the fact that the doctors explain what is happening and what is the next step and the results are accurate. These create confidence among the patients. I think we have to look more into

bedside manners of the doctors and better communication with patients. And of course a better level of care. "Good Doctors do Good medicine...not machines."

As you just said, a number of patients are afraid of doctors despite being paying customers. I think personally, they should change any such thinking. What do you think?

I think it's all about manners, bedside manners and communication skills. Too much pride, too little time, no will to explain, all lead to a bad experience. I think that education and manners starts at home. It continues through medical schools, and is refined to the specific relations of doctor-patient. If you don't have these, no matter what you do, no matter how correct your diagnosis is, your patient will go home disappointed, angry, and not really

understanding what he has. All in all a bad experience. I usually sit down with my Vietnamese patients and ask them after the consultation if they have questions. Many times I see the surprise in their eyes. The answer is always a quick "no". That's when I say "ok, so now I have some questions, tell me a bit of what you understood from what I just explained". And a dialogue begins. Very quickly a patient-doctor discussion becomes a partnership in treatment and understanding. That's how it should work.

Based on your observations, how do the Vietnamese feel about high-class and expensive clinics like Family Medical Practice?

...it is not my management style to ever ignore my employees mistakes. For each mistake they make, I point out frankly and offer them a chance to do it better...

For US\$25 for each treatment session, patients can be treated or consult with competent doctors who have the best equipment. They choose us because we are an international clinic. It is like someone buying a Louis Vuitton bag despite it costing more than a Mango or a Zara one. What I mean is the value of the brand and quality.

Have you offered positions to any Vietnamese doctors so far?

Our clinic has only one Vietnamese doctor who once worked for Bach Mai Hospital in Hanoi. He was trained in the US for three years, so he's quite open-minded and well-matched with our workplace. The biggest weakness of Vietnamese doctors is their language skills. Most of the doctors who would like to work here fail to meet the language requirement.

While the majority of doctors are foreigners, how can Family

Medical Practice approach Vietnamese patients?

The input of Vietnamese patients is still insignificant. We do not focus on advertising as people will surely set high expectations and then are very likely to feel disappointed once their expectations are not met. Instead, we try to work towards word-of-mouth advertising, i.e. patients who have come and used our services will recommend us to their friends and families if we offer them a professional service beyond their expectations. As a rule we like to improve quality rather than just saying glamorous words.

We employ translators for Vietnamese patients, most who are actually our nursing staff. By the way, this is according to the regulation of the Ministry of Health in Vietnam.

VIETNAMESE BUSINESSWOMEN LOOK AHEAD

Having lived and worked in Vietnam for over 26 years, I'm sure you know quite a few Vietnamese people, especially women, who come to hospital only for emergencies rather than for regular check-ups. What do you think can be done to change that habit?

Seven years ago, I was the first person to import a breast imaging machine that helps the search breast cancer in Vietnam. A very hi-tech piece of equipment. Some time later, an influential woman friend asked me to help sponsor an event for 500 guests. All were influential women most of whom were office workers, businesswomen or housewives. I made thorough preparations of documents on why I was searching for breast cancer. I sponsored by offering 200 free breast mammography checkups. How many of them took interest in the medical issue, can you guess?



Around 50%, am I right?

I was taken by surprise that none of them took interest in it although they were smart, knowledgeable, and pretty. I asked them one by one, and the answers were either they felt good or they did not have time. Some said that they are pretty sure that they will never get breast cancer. I find what you just said true, that is, they won't seek medical treatment until they feel pain. Breast cancer survival rates today are fantastic... But it depends on early detection. Coming late... well... that's another story. And, payment can also be an issue as insurance policies are usually signed for children and the elderly. They prefer hospitals to clinics because they feel more assured. Such thinking has been embedded, no matter who they are. It will take around two or three decades, or a few more generations to change this belief. Still, fortunately enough, quite a few patients opt for us instead of hospitals,

which is a remarkable change. It is noted that beauty remains the top concern among women. Botox techniques can attract them more than breast cancer searching can. (Grimacing)

Besides the fact that most Vietnamese businesswomen pay insufficient attention to health care, what other impressions do you have of Vietnamese businesswomen and leaders that you have met?

I find Vietnamese women really keen on doing business. They can do business much better than men. They seem to have an instinct for business. There are some women who do not have formal training and C-management certificates or who start with a low base but are still able to do a good job in leading positions. They have a good vision, which is one of the virtues of leadership.

The time when Vietnamese women were supposed to cling to traditional roles of housewives is over, and men should be aware that Vietnamese women can do more than just staying around the home. I do hope that once escaping from such traditional beliefs, more Vietnamese women can make innovative things and lead the world.

HIGH ACHIEVERS

How do you evaluate the contributions of female employees at Family Medical Practice?

Over 80% of our employees are female whose contributions have made the clinic what it is. As a fast speaker, I find my female employees are able to get the points more quickly than their male counterparts. They are also committed to being part of the clinic for longer periods. Even when leaving for another workplace, they are normally offered higher positions. This has proven that Family Medical Practice has created an environment that provides its employees with firm foundations and excellent skill development.

What qualities of your female partners do you find the most pleasing?

They speak perfect English, have extensive knowledge, and look confident. Their confidence enables them to communicate smoothly and facilitate the interaction with foreign doctors and customers.

You once said that you are quite direct and outspoken. Are you like that towards anyone, or is there any exception, for female employees, for instance?

I'm not hot-tempered; rather, I am quite direct and outspoken. It is not my management style to ever ignore my employees' mistakes. That means those who can't stand pressure will not work here. For each mistake they

make, I point out frankly and offer them a chance to do it better.

Thanks for sharing with us. 

The time when Vietnamese women were supposed to cling to traditional roles of housewives is over, and men should be aware that Vietnamese women can do more than just staying around the home

Mua 2 Tặng 1



Từ ngày **22.04.2014**, khi mua
2 ly cà phê sữa đá Highlands Coffee
bạn sẽ được tặng 1 ly
cà phê Jelly Freeze.

Để biết thêm thông tin chi tiết, vui lòng truy cập:
www.facebook.com/highlandscoffeenvietnam





LYNHA KY:

Cactus flower

It is not widely known that Ly Nha Ky is nicknamed Cactus Flower, her favorite flower. Apparently, there is some resemblance between the beautiful lady and the flower growing from thorny trees in arid places and thriving against hostility

Multifaceted and mysterious

Since returning to Vietnam in 2006, Ly Nha Ky is mostly known as a TV actress. Still, your name has been associated with scandals rather than your acting skills so far. Do you think there are prejudices against you?

As soon as I returned to Vietnam and got involved in showbiz in 2006, I obtained some success from my first few roles, which was lucky for me. Since then both my life and my career have experienced lots of ups and downs, even some obstacles that nearly scared me off. Fortunately enough, I have inherited the strength of character from my dad since my early childhood. I am not associated with scandals all the time,

though. My achievements at work and my involvement in social activities have been widely recognized. The showbiz world, which is full of scandals, is a powerful tester for us all so that we can grow into more mature people. For many, I am quite multifaceted and mysterious. Is that true? Honestly, I don't take any assessments as prejudices.

In almost all areas, there are two distinct human factors - capability and talent. Capable people can get their jobs done to a certain extent and within a certain length of time whereas talented people are more creative in their jobs. So have you committed to the movie industry your capability or talent or both?

Do you mean performance and talent? Performance is the ability to complete tasks

while talent enables us to get our jobs done perfectly. I have never seen myself as a talent in the movie industry or any other areas I take part in. Whatever I do I do it out of my passion and pursuit of it. There is some performance which results from effort and whether it should be viewed as talent will be authenticated by its resulting success, time and the public.

Doing business is an art

Although you are chiefly known as an actress, your primary job is to do business in Vietnam. Your participation in movies is secondary to your business expansion. Are you a woman of business rather than arts and movies and do you use business as a tool to climb higher in your career?

I started as an actress in the showbiz world. In the meantime, I'm also working as a businesswoman and as many people know, I have always dreamt of doing business in my home country of Vietnam with my loved ones close to me. As you may know, I do some social and charity work as well. During my term as Vietnam's Tourism Ambassador, there were some rumors going around that I was about to switch to politics. Life has offered many paths for me to choose from. I always set a definite pathway for each move in my life. Each pathway has its own value and can't be used as a catalyst for another.

You are now dedicated to business rather than to arts. I wonder whether working as an artist can fully satisfy your need to make money or is that not the case?

That sounds a bit too much, doesn't it? From what I have observed, quite a few artists are leading an affluent life these days. You can surely make money as an artist as long as you work hard and work towards success. Doing business can also bring wealth if entrepreneurs know how to grasp opportunities and luck, and do have ability. Just bear in mind, however, that it is a short cut to total collapse. What I mean is the marketplace is not where anything can be displayed and shared. Business is a profession that involves calculations and strategies. It's an art that might not be learnt by everyone.

Lyink Group specializes in financial and investment consultation, trading jewelry and designer clothing, as well as media relations and event management. These all sound tough, glamorous, and luxurious. How did you start all these things?

I got started with some mediocre jobs, like waiting at tables and cleaning restrooms before being promoted to restaurant manager and getting more involved in other industries. Although I'm young, I have already had significant life and work experience. What looks glamorous can be strenuous and tough indeed. My starting point is my passion, hard work, ambition for further success and peaks in my career. To maintain the glow of the luxurious stuff surrounding me, I have been leading a life of self-torture and have slaved away to overcome that tough life.

The rich in misery?

In your opinion, should businesswomen be good-looking? Normally beauty is an obvious advantage for women in business, but the problem must be how to make use of it promptly and adequately. What have you done to regulate the use of beauty?

Beauty can be not only an advantage of women in business but a powerful tool in other industries as well. Still, attributing their success to their beauty would not be fair. Imagine if a beauty played a decisive role, then it would simply take an attractive lady to negotiate the contract. While doing business, I put aside my showbiz self, leaving the brand name and trust, instead of beauty, for both sides to work on.

Dressing glamorously whenever showing up in public, you have unintentionally created an image of a woman of wealth which may be beyond the reach of many people? There is a common saying that the rich are also in misery as they are alone amidst their luxury...

Actually I have never felt lonely and should not be referred to as what is described in the saying. I might be luckier than other women as I own Lyink boutique where world-class fashion brands are available. So I indulge myself with nice outfits. Wearing these splendid dresses is also a way to promote my fashion brand. Those who have met me may not look at me in the same way as what you just said. I am leading a plain life with a tight schedule, thus having no time to feel lonely.

As I have observed your journey, you "refresh" your image year by year with different positions in social activities, such as Smile Ambassador at Operation Smile, Vice President of Sheen Hok international charity fund, Ambassador of Vietnam Tourism, President of Vietnam Health and Education Development Fund, Ambassador of Vietnam Jewelry, and the latest Vice-President of Vietnam Craftmanship and Brand Society. What are your missions in the latest role?

No matter what positions and titles I hold, my missions are always to make humble contributions to my country, bring some hope and warmth to children and poor people, and help to reinforce their faith in life. I'm happy to give a helping hand to the less fortunate. [NEN](#)

Love and loathe

Love: I still keep in mind the trustful handshake from a patient during the last charity trip for cataract patients in Kien Giang province. That serves as a motivation to continue with the Vietnam Health and Education Development Fund.

Loathe: Unexpected matters.



Text: MUMU (Translated by HOATON) · English Editor: DEREK MILROY · Photography: SHUTTERSTOCK

A JEALOUS *guy*

Instead of being a negative characteristic as it is generally perceived, jealousy can spice up your love life. A moderate level of jealousy can enrich the love but excessive levels can be poison. It is not an easy task to regulate the flow of jealousy in men

Jealousy is part uncertainty and also the fear of losing our loved ones. While there is no shame in a man displaying his jealousy, the important thing is how to deal with his jealousy tactfully and prevent it from going to extremes.

1. *Nobody, nobody but you*

You are a communicative person who is happily in love with a guy. Still, there is a personality trait of his that is really annoying: he is unreasonably jealous of any man you are in contact with

socially. Be calm. His jealousy is not surprising as you may have accidentally made him feel insecure when the relationship was not as deep. What you need to do is let him know that you love only him and that your social bonds are not aimed to start another love affair but only for friendship and networking.

2. *Friends, not foes*

There is normally subtle competition between men. Your man gets jealous as he is not at ease with some male friends of



Sự tối giản tinh tế

Đơn giản nhưng tinh tế là giá trị làm đẹp vượt thời gian không chỉ được các nhà thiết kế thời trang theo đuổi mà còn được áp dụng trong kỹ thuật chế tác trang sức, đồng hồ... Lấy cảm hứng từ những bộ sưu tập đã trình làng trước đó và tinh thần sáng tạo hướng đến tiêu chí tạo nên các sản phẩm trang sức cực kỳ đơn giản nhưng tinh tế đến từng chi tiết, mỗi mẫu thiết kế Swarovski Thu Đông 2014 đều cho thấy sự tiếp nối truyền thống và giao thoa hiện đại. Với sự mệnh khiến phái đẹp tự tin, lộng lẫy hơn khi chọn các kiểu đầm dạ hội, thiết kế dây chuyền bản lớn hình vương miện từ vàng và pha lê cao cấp cùng dây đeo cực mảnh mang đến nét sang trọng và vẻ cùng thanh lịch. Trong khi đó, vòng tay bản lớn thiết kế không quá cầu kỳ với một pha lê cắt gọt tinh xảo nổi bật ở vị trí trung tâm thể hiện sự kết hợp hoàn hảo, đầy bất ngờ giữa chất liệu vàng truyền thống và pha lê. Chính kỹ thuật phối hợp nguyên liệu và nghệ thuật sắp xếp pha lê trên những thiết kế tối giản nhưng đầy cuốn hút đã cho thấy tài năng đáng kinh ngạc của các nhà chế tác từ Swarovski. **NBN**

40th
Celebrating life
BONIA



BONIA.COM  

Available at :
BONIA Boutiques : HANOI : KeangNam Landmark 72, Trang Tien Plaza, Vincom Galleries
HO CHI MINH CITY : 1 - Crescent Mall, Union Square (Vincom Center A)
And selected major departmental stores.

BONIA
The Italian Inspiration

Giới thiệu All-New EcoSport
Mẫu xe Urban SUV đầu tiên tại Việt Nam

ĐỂ TÌM KIẾM
con đường nhanh nhất

Giá đặc biệt từ
606
triệu đồng*

Hãy trải nghiệm EcoSport Hoàn Toàn Mới, mẫu xe Urban SUV đầu tiên tại Việt Nam. Được thiết kế để chinh phục bất kỳ chướng ngại vật nào trong thành phố, vị trí ghế ngồi cao và khoảng sáng gầm xe lên đến 200mm giúp bạn có tầm nhìn cao hơn xung quanh. Thiết kế gọn gàng, linh hoạt giúp xe dễ dàng di chuyển qua mọi con đường. EcoSport Hoàn Toàn Mới được trang bị để giúp bạn tận hưởng tối đa hành trình khám phá thành phố của bạn.



HỆ THỐNG
7 TÙ KIẾM



KHOẢNG SÁNG GẦM XE
200mm



HỆ THỐNG
SYNC³ THÔNG MINH



LỘI NƯỚC
550mm



ford.com.vn | *Giá trên đã bao gồm VAT và áp dụng cho 500 khách hàng đầu tiên

Go Further

- **HANOI FORD:** 94 Ngõ Thù Nhâm, Hà Nội. Tel: 04.39712439
- **CAPITAL FORD:** Ngã 3 Pháp Vân, Km 8 Giải Phóng, Hà Nội. Tel: 04.36811888
- **THANGLONG FORD:** 105 Láng Hạ, Hà Nội. Tel: 04.35621920
- **THANHXUAN FORD:** 88 Nguyễn Xiển, Hà Nội. Tel: 04.35525525
- **ANDO FORD:** C1 Phạm Văn Đồng, Hà Nội. Tel: 04.37505055
- **HATHANH FORD:** KCN Lai Xá, Kim Chung, Hoài Đức, Hà Nội. Tel: 04.33662566
- **HAIPHONG FORD:** 04 Bạch Đằng, TP. Hải Phòng. Tel: 0313.668990
- **QUANGNINH FORD:** Cầu 3, Cao Xanh, TP. Hạ Long. Tel: 033.3628699
- **VINH FORD:** Km 200, Đại Lộ Lê Nin, TP. Vinh. Tel: 038.3515292
- **DANANG FORD:** 56 Điện Biên Phủ, Đà Nẵng. Tel: 0511.3646555
- **DANANG FORD BINHDINH:** 73 Tây Sơn, Quy Nhơn, Bình Định. Tel: 056.3546555

- **DAKLAK FORD:** 35A Trường Chinh, TP. Buôn Mê Thuột. Tel: 0500.3954999
- **DONGNAI FORD:** 25/61A Khu Phố 2, Phường Tam Hòa, TP. Biên Hòa. Tel: 061.3857130
- **SAIGON FORD:** 61A Cao Thắng, Quận 3, TP. HCM. Tel: 08.38181458
- **CANTHO FORD:** Lô 11C - Võ Nguyên Giáp, Cái Răng, TP. Cần Thơ. Tel: 0710.3730720
- **SAIGON FORD PHUQUANG:** 104 Phố Quang, Tân Bình, TP. HCM. Tel: 08.38442947
- **CITY FORD:** 78B, Quốc Lộ 13, Phường 26, Bình Thạnh, TP. HCM. Tel: 08.35120473
- **CITY FORD NHATRANG:** 580 Lê Hồng Phong, TP. Nha Trang. Tel: 058.3880366
- **WESTERN FORD:** 530 Kinh Dương Vương, An Lạc, Bình Tân, TP. HCM. Tel: 08.38776732
- **BENTHANH FORD:** 831 Trường Chinh, Tân Phú, TP. HCM. Tel: 08.38157979
- **PHUMY FORD:** Lô B1, Đường C2, KCN Cát Lái 2, Quận 2, TP. HCM. Tel: 08.37425454

ĐƯỜNG DÂY NÓNG MIỄN PHÍ: 1800-588888

