

Mục tiêu du lịch Việt Nam đạt 10% GDP hoàn toàn trong tầm với

LTS: Trong khoảng một năm kể từ được bổ nhiệm vào vị trí Chủ tịch cấp cao The Grand Hồ Tràm Strip, ông Michael Kelly đã chứng kiến sự thay đổi tích cực của ngành du lịch Việt Nam cũng như môi trường kinh doanh Việt Nam. Xin gửi tới độc giả những chia sẻ của ông qua bài viết dành riêng cho Báo Đầu tư.



● **MICHAEL KELLY (*)**

Trong bối cảnh Việt Nam tiếp tục phấn đấu trở thành một trong những điểm đến du lịch hàng đầu thế giới, thì việc phối hợp sức mạnh giữa nhà đầu tư nước ngoài và chính quyền sẽ là động lực thúc đẩy Việt Nam tiến về phía trước, phát huy tối ưu tiềm lực du lịch quốc gia.

Tại The Grand Hồ Tràm Strip, chúng tôi nhìn thấy tương lai ngành du lịch Việt Nam sẽ phát triển rộng mở, khi các quốc gia khác trong khu vực và quốc tế bắt đầu có cái nhìn mới về Việt Nam, đánh giá nơi đây như một kho báu du lịch đầy tiềm năng để khai thác vì sở hữu vẻ đẹp thiên nhiên ấn tượng, văn hóa độc đáo và giàu giá trị lịch sử.

Với cơ sở đó, tôi cho rằng, mục tiêu du lịch đạt 10% GDP là điều hoàn toàn có thể làm được, thông qua việc tăng cường hoạt động quảng bá du lịch tại thị trường quốc tế, tạo ra các dịch vụ sản phẩm độc đáo, cải thiện cơ sở vật chất du lịch, môi trường du lịch chuyên nghiệp, cải thiện vấn đề thị thực...

Là điểm đến du lịch phức hợp và là dự án đầu tư lớn nhất của Mỹ tại Việt Nam, The Grand của chúng tôi tự hào vì đã góp phần hỗ trợ Việt Nam đạt mục tiêu và khai thác tối ưu tiềm năng du lịch quốc gia.

Trong bối cảnh Việt Nam đang xem xét việc điều chỉnh, thay đổi khung pháp lý ngành

du lịch, khách sạn và lĩnh vực casino, tôi mạnh mẽ kêu gọi Chính phủ Việt Nam tiếp tục duy trì cam kết về sân chơi đầu tư công bằng, mang đến cơ hội bình đẳng cho nhà đầu tư nước ngoài và trong nước. Việc đối xử bình đẳng và một môi trường pháp lý ổn định là hai yếu tố quan trọng để thu hút mạnh hơn nguồn vốn nước ngoài đầu tư cho ngành du lịch, củng cố rõ nét hơn hình ảnh Việt Nam trên bản đồ du lịch khu vực và toàn cầu.

The Grand chính là hình mẫu điển hình để thế giới quan sát thái độ, quan điểm và cách đối xử của Chính phủ Việt Nam đối với nhà đầu tư nước ngoài lớn nhất tại Việt Nam cũng như các doanh nghiệp khác đang hoạt động tại Việt Nam.

Cách đây không lâu, The Grand tổ chức sự kiện hàng năm của Hiệp hội Thương mại Hoa Kỳ tại Việt Nam (Amcham). Sự kiện có sự tham dự của Ngài Ted Osius, Đại sứ Hoa Kỳ tại Việt Nam, đại diện các Công ty Pfizer và Citigroup. Nội dung chương trình nặng về phần thảo luận

liên quan đến cuộc đàm phán và chuẩn bị cho Hiệp định Đối tác xuyên Thái Bình Dương (TPP) sắp tới, những công việc phải được chuẩn bị từ phía Việt Nam và phía Mỹ để hiện thực hóa hiệp định quan trọng này.

Tôi không có ý định đi sâu về việc đề tài mang hơi hướng chính trị của các doanh nghiệp Mỹ liên quan đến hiệp định thương mại ở đây, nhưng rõ ràng là tất cả quốc gia đều phải trải qua nhiều bước trước khi đưa hiệp định này có hiệu lực. Thách thức đặc biệt đối với Việt Nam được ghi nhận tại sự kiện này không phải là vấn đề đặt bút ký (điều này dự kiến sẽ là một quy trình đơn giản thông qua Quốc hội), mà là việc Việt Nam phải chứng minh cho các quốc gia khác thấy được cam kết và năng lực của mình về việc tạo ra sân chơi cạnh tranh bình đẳng cho các nhà đầu tư nước ngoài khi họ đến Việt Nam đầu tư. Đây là điều cốt lõi của bất kỳ thỏa thuận thương mại nào. Nếu Việt Nam muốn phát triển và thu được lợi ích từ việc ký kết hiệp định thương mại này, Việt Nam cần phải chứng minh được với 11 quốc gia khác rằng, mình đang thực hiện đúng cam kết đó.

Tại sự kiện này, cá nhân tôi cũng được bầu làm Chủ tịch Ủy

ban Du lịch của Amcham. Với bài viết này, tôi hy vọng sẽ tiếp tục chia sẻ kinh nghiệm của tôi cùng những cơ hội đầu tư tuyệt vời của Việt Nam đến các nhà đầu tư Hoa Kỳ và các quốc gia khác trên toàn thế giới. Tôi thấy những tiềm năng phát triển to lớn của ngành du lịch Việt Nam, đặc biệt khi Chính phủ mong muốn trở thành quốc gia dẫn đầu khu vực về du lịch, muốn xây dựng những dự án chất lượng và tầm cỡ đem lại lợi ích cho các nhà đầu tư và người dân Việt Nam.

Với The Grand, chúng tôi đã và đang thể hiện thiện chí cam kết phát triển của công ty đầu tư nước ngoài tại Việt Nam thông qua việc tích cực tham gia nhiều sự kiện hội nghị quốc tế, như Hội nghị quốc tế về Du lịch và Thể Thao của Liên hợp quốc, Hội chợ Triển lãm Du lịch TP.HCM (ITE) năm 2016, cũng như thông qua các sự kiện quy mô quốc tế tổ chức tại The Grand.

Là một trong những giải đấu golf được xem nhiều nhất trong lịch sử thể thao được tổ chức gần đây và được xếp hạng là Sự kiện của năm 2015 của Hệ thống giải golf Asian Tour, Giải đấu golf Hồ Tràm Open là bằng chứng sống động rằng, Việt

Nam đích thực là điểm đến chơi golf phải đến của dân chơi golf chuyên nghiệp lẫn nghiệp dư.

Sự thật là, năng lực sân golf The Bluffs được thế giới công nhận qua hàng loạt giải thưởng uy tín do các tổ chức quốc tế trao tặng, đơn cử như Sân golf mới tốt nhất Thế giới của World Golf Awards và Top 100 Sân golf Thế giới do Tạp chí Golf Digest uy tín bình chọn. Ngoài ra, The Grand còn nhận được nhiều giải thưởng, như Khách sạn ven biển sang trọng nhất của World Luxury Hotel Awards, Khách sạn sang trọng nhất Việt Nam của Destination Business Travel Award, Khách sạn golf xuất sắc của Việt Nam do World Golf Awards trao.

Thật vậy, trong thời gian điều hành The Grand Hồ Tràm Strip, tôi đã được cô vũ, hỗ trợ rất nhiều từ các cấp chính quyền trung ương, địa phương. Chúng tôi đã may mắn được làm việc với Chính phủ Việt Nam và chọn đường lối vận hành Tổ hợp du lịch The Grand Hồ Tràm Strip theo hướng mang lại lợi ích cho đất nước.

Tôi thật sự hy vọng sẽ có nhiều cơ hội quảng bá Việt Nam ra thế giới hơn nữa.■

(*) **Chủ tịch cấp cao The Grand Hồ Tràm Strip**



Lazada và các đối tác bán lẻ ký kết thực hiện mô hình tiếp thị, bán lẻ đa kênh

Lazada thúc đẩy mô hình tiếp thị và bán lẻ đa kênh

(ĐT) 40 nhà bán lẻ và các thương hiệu uy tín đã công bố lễ ký kết, bắt tay với Lazada, đón đầu xu hướng kinh doanh tất cả trong một, thúc đẩy mô hình tiếp thị và bán lẻ đa kênh - Omni - Channel Retailing.

Hợp tác cùng Lazada, các thương hiệu này sẽ mở rộng hệ thống trên quy mô toàn quốc một cách nhanh chóng và tối ưu, đồng thời đây cũng là cơ hội tiếp cận với một lượng khách hàng trực tuyến không lồ lên đến 47 triệu từ khắp mọi nơi. Ngoài ra, có mặt trên sàn giao dịch Lazada.vn, đồng nghĩa với việc nhà bán lẻ sẽ tận dụng được nền tảng vận hành bài bản của một đơn vị thương mại điện tử hàng đầu.

Mặt khác, nền tảng marketing hết sức chuyên

nghiệp từ Lazada cho phép các nhà bán lẻ bán được sản phẩm của họ tốt hơn và gia tăng doanh số nhanh chóng.

Ông Nguyễn Hoàng Minh, đại diện Kids Plaza, một trong những nhà bán lẻ hợp tác với Lazada cho biết: “Sau hơn 3 tháng hợp tác với Lazada, Kids Plaza đạt mức tăng trưởng 200% mỗi tháng”. Đại diện Điện máy Chợ Lớn cũng nhận thấy sự gia tăng doanh số khả quan khi hợp tác cùng Lazada.

Trong mô hình này, Lazada đảm bảo được nguồn hàng về mặt chất lượng. Điều này sẽ giúp doanh nghiệp này khẳng định hơn nữa uy tín và củng cố niềm tin của người tiêu dùng vào hình thức mua sắm trực tuyến.■

HOÀNG ANH

Cơ hội cho dịch vụ tư vấn doanh nghiệp

KPMG, một trong những công ty cung cấp dịch vụ kiểm toán, thuế và tư vấn doanh nghiệp hàng đầu, vừa bổ nhiệm ông Ross Macallister giữ vị trí Giám đốc điều hành kiêm Trưởng bộ phận dịch vụ tư vấn. Nhân dịp này, ông **Ross Macallister** chia sẻ về cơ hội kinh doanh và tiềm năng phát triển dịch vụ tư vấn doanh nghiệp tại Việt Nam.

Với hơn 34 năm kinh nghiệm tại các thị trường phát triển và cả thị trường đang phát triển nóng như châu Âu, Trung Đông, Bắc Mỹ và châu Á - Thái Bình Dương; là thành viên chương trình 1.000 chuyên gia quốc tế danh giá của Trung Quốc, lý do nào khiến ông quyết định đến Việt Nam, ông **nhập KPMG?**

Trong sự nghiệp của mình, tôi đã làm việc tại nhiều quốc gia trong khu vực Đông Nam Á, nhưng chưa đến Việt Nam.

Tôi đã nghiên cứu kỹ lưỡng và thấy rằng, Việt Nam là một thị trường có tốc độ phát triển nhanh. Môi trường kinh doanh tại đây đạt một mức độ “sẵn sàng” nhất định để các dịch vụ và giải pháp tư vấn doanh nghiệp có thể mang tới kết quả và giá trị rõ ràng. Ngoài ra, tôi có nhiều ấn tượng tích cực về Việt Nam, về các chuyên gia Việt Nam – những người tự tin,

có khả năng và có thái độ làm việc tích cực.

Với vai trò là Trưởng bộ phận dịch vụ tư vấn của KPMG tại Việt Nam, ông đánh giá như thế nào về các xu thế trong lĩnh vực này?

Tôi thấy được những xu hướng đang diễn ra tại Việt Nam cũng giống như tại các quốc gia châu Á khác. Đó là nhiều doanh nghiệp trong nước đã đạt được những thành công nhanh chóng và có quy mô rất lớn. Nhưng, cũng có không ít doanh nghiệp đang đứng trước một nhu cầu cấp bách về việc chuyên nghiệp hóa cũng như tổ chức bộ máy hoạt động hợp lý hơn để có thể phát triển một cách bền vững và tránh việc trở thành một doanh nghiệp lớn mà không mạnh - như chúng ta thường nói.

Việt Nam đang tiếp tục quá trình hội nhập hơn với nền kinh



tế toàn cầu, mang đến nhiều cơ hội tuyệt vời cùng những thách thức không hề nhỏ cho các doanh nghiệp. Ngay lúc này, khách hàng của chúng tôi đang tìm kiếm sự cố vấn chuyên môn để tạo dựng lợi thế cạnh tranh từ việc làm chủ công nghệ, củng cố nền tảng nghiệp vụ và xây dựng bộ máy vận hành vững chắc.

Tuy nhiên, trong tương lai không xa, tôi cũng mong đợi một sự tăng trưởng về các nhu cầu đối với dịch vụ tư vấn liên quan đến phát triển khách hàng và thị trường.

Trong bối cảnh này, tiềm năng phát triển cho lĩnh vực tư vấn doanh nghiệp tại Việt Nam là rất lớn. Vậy KPMG đã và đang có những kế hoạch gì để phát triển dịch vụ này?

Theo xu hướng của thị trường, dịch vụ tư vấn của KPMG đã phát triển với một

tốc độ đáng kinh ngạc trong vài năm gần đây.

Để không bị tụt lại so với tốc độ phát triển của thị trường, chúng tôi sẽ phải luôn đảm bảo thỏa mãn ba tiêu chí về dịch vụ, sự hài lòng và thành công. Nói cách khác, phải cân bằng được nhu cầu của thị trường khách hàng, thực tiễn thị trường lao động và tầm nhìn kinh doanh của chúng tôi. Có rất nhiều thứ phải làm và đó là một thử thách rất thú vị!

Vậy còn những thách thức và khó khăn? Điều gì sẽ là trở ngại lớn nhất đối với ông và đội ngũ tại KPMG trong những năm sắp tới?

Là sự hạn chế về nguồn nhân lực. Dịch vụ tư vấn doanh nghiệp là một thị trường đang phát triển. Tuy nhiên, tôi nhận thấy nguồn nhân lực chuyên môn trong nước còn chưa phát triển đủ lớn so với các cơ hội kinh doanh trong ngắn và trung hạn. Điều đó có nghĩa, chúng tôi sẽ phải phát triển bổ sung thêm một nguồn nhân lực quốc tế để có thể đáp ứng đủ các nhu cầu của khách hàng tại Việt Nam. Với hơn 170.000 chuyên gia làm việc tại 155 văn phòng KPMG trên toàn thế giới, tôi tin rằng, chúng tôi có thể làm được điều đó.■