



Nỗi niềm đau đầu của doanh nhân Đường “bia” về bản sắc Việt Nam trong nền kinh tế

Đỗ Linh | 25-08-2021 - 09:20 AM

(Tổ Quốc) - “Tôi tin rằng Trung tâm thương mại, Outlet V+ sẽ là điểm thu hút khách du lịch lớn nhất của cả nước!”. Đó là những chia sẻ từ tận đáy lòng của doanh nhân Nguyễn Hữu Đường về tham vọng xây dựng một hệ thống trung tâm thương mại miễn phí tiền thuê mặt bằng đã được vị chủ tịch của Tập đoàn Hòa Bình Group ấp ủ từ cách đây 13-14 năm.

Ngày 31/7/2009. Bộ Chính trị có Thông báo số 264-TB/TW về việc thực hiện Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam”.

Việc đưa ra những cuộc vận động hay lời tuyên truyền luôn luôn dễ dàng hơn bắt tay vào thực hiện. Muốn “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam” trở thành thực tiễn chứ không phải là lời hô hào kêu gọi suông, trước hết doanh nghiệp Việt phải đẩy mạnh sản xuất để cho ra đời những sản phẩm “Made in Vietnam” đích thực với chất lượng cao thu hút được người tiêu dùng. Sau đó, những sản phẩm ấy cần một nơi để giới thiệu, trưng bày và tiêu thụ sao cho thuận tiện nhất để đến được với tay người dân với mức giá tốt nhất.



Doanh nhân Nguyễn Hữu Đường.

Doanh nhân Nguyễn Hữu Đường là con người của hành động. Điều đó đã được chứng minh từ những ngày đầu khởi nghiệp của ông. Từ một cựu chiến binh trở về sau chiến tranh, ông Đường lặn lội mưu sinh bằng nghề đập xích lô, tích lũy những đồng vốn đầu tiên nhờ việc đi giao bia. Cũng từ đó, ông bén duyên với ngành bia và dần dần trở thành nhà cung cấp malt bia (hạt lúa mạch nảy mầm là nguyên liệu để chế biến bia) hàng đầu thị trường. Doanh nhân Nguyễn Hữu Đường trở thành một đại gia với tên gọi Đường "bia".

Không dừng lại khi đã có tên tuổi nổi bật trên thương trường, doanh nhân Nguyễn Hữu Đường bước sang nhiều lĩnh vực kinh doanh khác. Ông tiếp tục gặt hái thành công với hàng chục công ty thành viên như bia, đồ uống, bất động sản, bán lẻ, sản xuất thép, du lịch. Những công trình ấn tượng như dự án Danang Golden Bay có bãi bơi vô cực dát vàng, khách sạn Hanoi Golden Lake - dự án duy nhất trên thế giới "dát vàng từ trên xuống dưới, từ trong ra ngoài", Dự án Hội An Golden Sea - căn hộ dát vàng dưới đáy biển... ông Đường "bia" ngày càng nổi tiếng bởi hiếm có vị đại gia nào sẵn sàng biến những ý tưởng độc đáo trở thành hiện thực với sự quyết đoán và mạnh bạo như ông.



Nhưng ngay cả khi đã để lại những dấu ấn theo kiểu "độc nhất vô nhị" như vậy, trong tâm ông Đường "bia" vẫn luôn tồn tại một nỗi niềm đau đáu. Ông luôn tâm niệm: *"Không thể để người tiêu dùng Việt Nam phải mua hàng hóa ngoại nhập với giá cao, không thể để hàng chục ngàn doanh nghiệp Việt chết yểu khi cạnh tranh*

với hàng ngoại, không thể để nông dân Việt sản xuất ra sản phẩm không có nơi bán hàng".

Song song với việc đưa ra những đề xuất lên cấp lãnh đạo cao nhất, ông cũng bắt tay vào hành động ngay lập tức. Ông lên kế hoạch, lập Đề án Đầu tư, phát triển hệ thống trung tâm tiêu thụ sản phẩm hàng hóa quốc nội miễn phí thuê mặt bằng, xây dựng 63 trung tâm thương mại miễn phí tiền thuê mặt bằng trên khắp cả nước nhằm thúc đẩy việc bán hàng hóa, sản phẩm Việt và phát triển du lịch.

Năm 2015, Dự án này đã từng được hiện thực hóa khi công ty Hòa Bình dành 25.000 m² sàn tại TTTM Hòa Bình ở 505 - Minh Khai, Hà Nội, miễn phí cho các doanh nghiệp trong nước làm nơi giới thiệu, quảng bá, bán sản phẩm của mình. Giá trị mặt bằng miễn phí từ năm 2015 đến nay là 1.253 tỷ đồng. Việc miễn phí thuê mặt bằng cho các doanh nghiệp đã đem lại hiệu quả cao, giá bán rẻ hơn so với các TTTM khác tới 30%.



Phối cảnh tổng mặt bằng dự án Tổ hợp Trung tâm thương mại, Outlet, nhà ở Hòa Bình

Trung tâm thương mại, Outlet V khi hoàn thành sẽ có hơn 300.000 m² sàn thương mại có thể đáp ứng cho hơn 10.000 gian hàng; hơn 100.000 m² diện tích hậu cần kho bãi; 2,5 ha dành riêng cho khu làng nghề; 1 ha dành cho khu vực lễ hội; 3,5 ha là khu các cảnh quan di tích nổi tiếng trên thế giới được mô phỏng và dát vàng, cùng với nhiều tiện ích khác có thể phục vụ khoảng 500.000 khách/ngày.

Đây sẽ là trung tâm bán buôn lớn nhất Việt Nam, giá rẻ nhất thế giới nhờ miễn phí tiền thuê mặt bằng, với các loại hàng hóa, mỹ phẩm, điện máy, điện tử, nội thất, gia

dụng... của doanh nghiệp trong nước và quốc tế. Khi đi vào hoạt động trên quy mô rộng khắp, dự kiến, Trung tâm thương mại, Outlet V sẽ đạt doanh thu 1.000 tỷ đồng/ngày. Riêng Hà Nội, ước tính tiền thuế thu được sẽ vào khoảng 50 tỷ đồng/ngày (18.250 tỷ đồng/năm) và tạo ra khoảng 15.000 - 20.000 việc làm.

Không chỉ tạo ra một hệ sinh thái khổng lồ cho các doanh nghiệp, nhà máy, cơ sở sản xuất; Trung tâm thương mại Outlet V sẽ thu hút hàng triệu khách quốc tế đến Việt Nam du lịch, mua sắm, đồng thời cũng sẽ đón hàng trăm triệu người Việt mỗi năm.



"Thành phố Dubai (UAE) toàn sa mạc cát trắng và thời tiết khắc nghiệt với dân số và diện tích chỉ bằng 1/3 Hà Nội, mỗi năm thu hút hơn 20 triệu khách du lịch vì họ miễn thuế, nhưng mỗi khách đến đây hàng ngày tiêu 500 - 600 USD. Cả Dubai là một "siêu thị khổng lồ" bán hàng miễn thuế. Singapore chỉ có diện tích bằng 2 quận của Hà Nội, nhưng mỗi năm mang về 20 tỷ USD từ du lịch. Theo thống kê, có tới hơn 80% khách đi du lịch là để mua sắm" – ông Đường chia sẻ.

Cũng theo vị doanh nhân này, nếu xây dựng được một hệ thống trung tâm thương mại Outlet V trên khắp 63 tỉnh thành, kinh tế đất nước sẽ có bước phát triển đột phá và đến năm 2035 sẽ đứng trong nhóm các nước kinh tế phát triển và thu nhập cao, rút ngắn 10 năm so với mục tiêu đề ra.

Tuy nhiên trong suốt thời gian qua, cựu chiến binh Nguyễn Hữu Đường đã nhiều lần gửi các văn bản và làm việc trực tiếp với các tổ chức cơ quan trung ương và địa

phương để đề nghị được thuê đất xây dựng trung tâm thương mại theo cơ chế như các doanh nghiệp nước ngoài, nhưng mọi thứ vẫn giậm chân tại chỗ. Ý tưởng của Dự án Hệ thống trung tâm thương mại Outlet V có tính khả thi cao, chứng minh được sự hiệu quả và quan trọng hơn nữa là hoàn toàn do doanh nghiệp tự bỏ vốn song vẫn chưa thể trở thành hiện thực vì những vướng mắc khó hiểu. Đó là một câu hỏi rất lớn cho đến nay vẫn chưa được trả lời thấu đáo.