

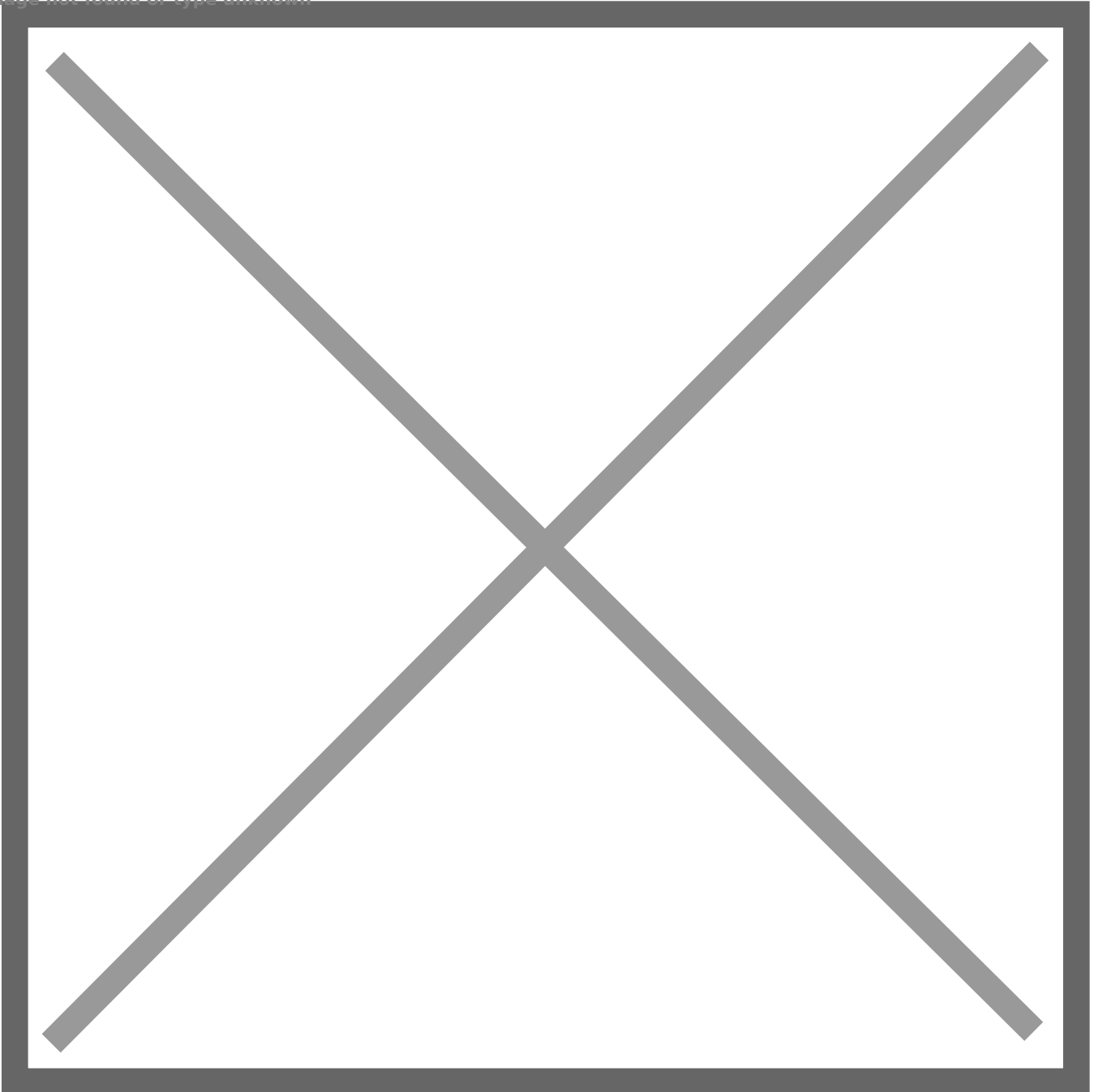
## FLC: 20 năm “ngược gió”

15:59 22/10/2021

Tác giả: Admin

**FLC kỷ niệm 20 năm thành lập (2001 - 2021) trong một bối cảnh khá đặc biệt, khi những thách thức vô tiền khoáng hậu của Covid - 19 đang quét qua hầu hết các lĩnh vực của nền kinh tế, đặc biệt là những lĩnh vực như du lịch nghỉ dưỡng, hàng không...**

Image not found or type unknown



*Lễ hội hoa được tổ chức tại FLC Sầm Sơn đầu tháng 4/2021, một trong những giải pháp kích cầu của FLC sau giãn cách*

“Rất nhiều người đặt câu hỏi: vậy tình hình FLC ra sao? Tôi có thể trả lời là FLC chịu ảnh hưởng lớn nhưng đến hiện tại vẫn kiểm soát rất tốt”, ông Trịnh Văn Quyết, Chủ tịch FLC cho hay.

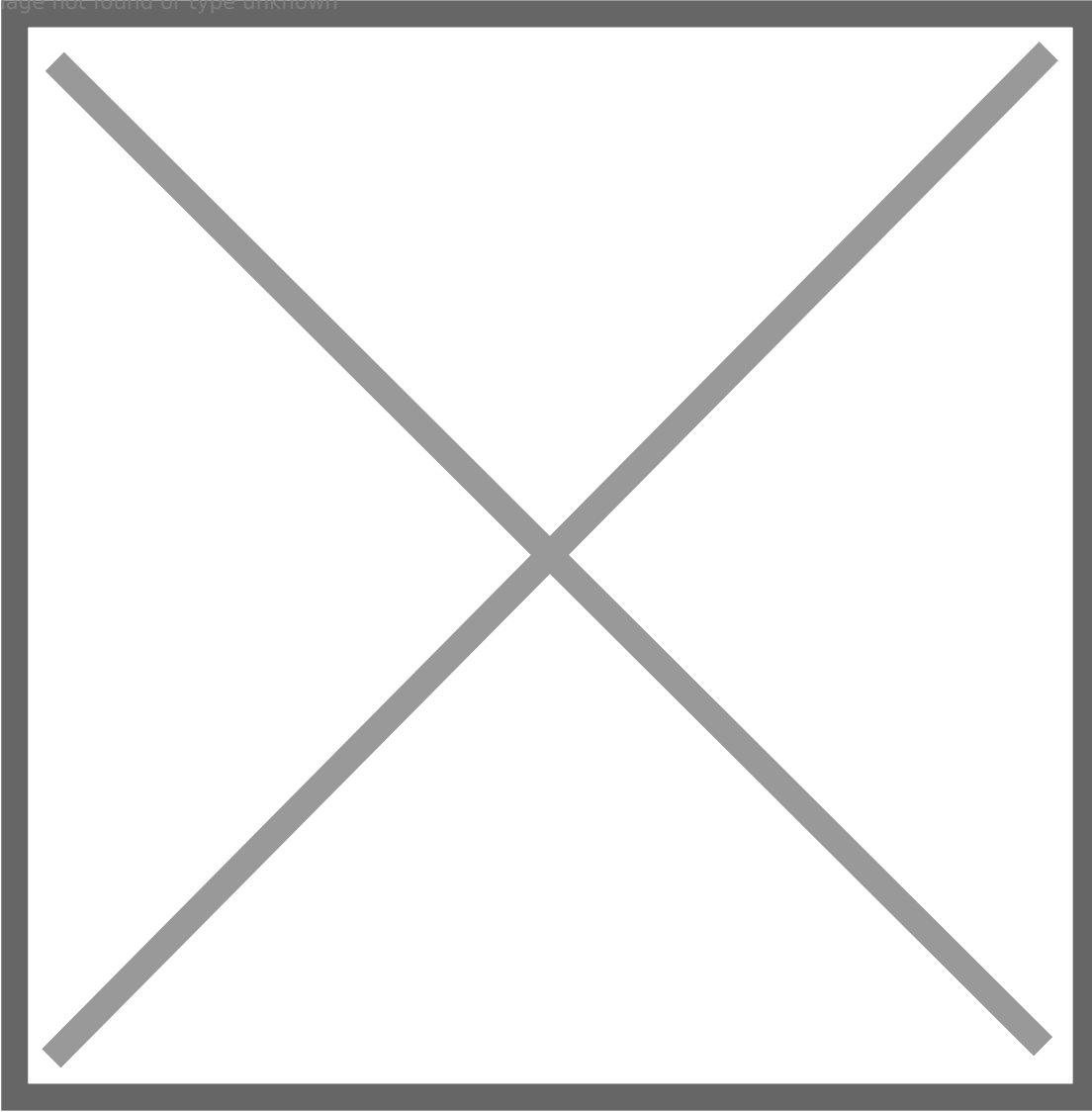
Theo ông Quyết, cách thức để FLC vững vàng “vượt bão” Covid là kích hoạt tinh thần thời chiến trong quản trị doanh nghiệp và chuyển đổi linh hoạt giữa hai chế độ ON (mở cửa) và OFF (giãn cách).

“Chuẩn bị đầy đủ các phương án để tận dụng tối đa từng cơ hội. Được mở cửa 7 ngày, vài tuần, hay 1 tháng thì guồng máy FLC vẫn luôn sẵn sàng hoạt động. Giống như mưa thì vào trú mưa, tạnh mưa là phải tiếp tục đi ngay. Luôn giữ tinh thần sẵn sàng trở lại như vậy, bởi phía sau hàng ngàn nhân sự của chúng tôi còn là hàng chục ngàn người thân của họ”, ông Quyết nói.

Sự sẵn sàng một cách quyết liệt của FLC được giải thích bởi nhiều nguyên nhân, nhưng một trong các nguyên nhân chính có lẽ xuất phát từ việc doanh nghiệp này hiếm khi để mình trở nên xa lạ với những chông gai của thị trường.

Nhất quán và bền bỉ, FLC đã chọn cho mình một triết lý kinh doanh khác biệt trong suốt lịch sử 20 năm hình thành và phát triển: đó là sẵn sàng "đi ngược chiều gió" so với nhìn nhận chung của cộng đồng nếu cảm thấy đó là một cơ hội, sau đó là nỗ lực đến cùng để vượt thách thức và hiện thực hoá bằng được những cơ hội này.

Image not found or type unknown



*Những đồi cát cần cối ven biển được phủ xanh sau một năm khởi công FLC Quy Nhơn*

### **“Khẩu vị” riêng của FLC**

Thời dựng nghiệp của FLC, ông Quyết và các cộng sự thành lập văn phòng luật sư SMIC vào đầu những năm 2000. Quyết định này được đánh giá là mạo hiểm vì thời điểm đó, việc tư vấn luật cho giới doanh nhân là vô cùng khó khăn.

“Khi đó người làm kinh doanh không quá quan tâm đến vấn đề tư vấn pháp lý một cách chính thống. Họ thích sử dụng các mối quan hệ và nếu muốn tư vấn luật, họ sẽ tìm hiểu thông tin từ chính các đơn vị quản lý là cơ quan nhà nước”, ông Quyết cho hay. Nhưng những người sáng lập của FLC đã nhìn thấy cơ hội, khi nhiều Tập đoàn đứng trước nhu cầu chuyển đổi cấp bách để chuyên nghiệp hơn trong hoạt động quản lý, đầu tư, kinh doanh, đặc biệt là kiểm soát và hạn chế các rủi ro pháp lý, nâng cao năng lực cạnh tranh.

Sự kiên định của những người sáng lập đã mang về trái ngọt khi SMIC trở thành một thương hiệu uy tín trên thị trường dịch vụ pháp lý. Sau 7 năm thành lập, SMIC nằm trong Top 10 hãng luật hàng đầu Việt Nam và cũng là hãng luật duy nhất được Thủ tướng Chính phủ tặng bằng khen ở thời điểm đó.

Bước chân vào lĩnh vực bất động sản, FLC tiếp tục theo đuổi khẩu vị riêng, và không ít lần đi ngược lại những làn sóng chung.

Đơn cử, khi nhiều “ông lớn” bất động sản nghỉ dưỡng đổ xô về những “điểm nóng” nổi tiếng như Đà Nẵng, Nha Trang, Phú Quốc, thì FLC chọn chiến lược “đánh bắt xa bờ” để trở thành nhà đầu tư tiên phong tại những điểm đến vô cùng đặc biệt.

Đó là vùng đầm lầy tại Sầm Sơn, khu đổi khai thác than “thổ phỉ” của Quảng Ninh, cho đến vùng bán sa mạc gần như không người tại Quảng Bình, hay những đồi cát hoang sơ của Quy Nhơn... Điểm chung của tất cả những khu vực này là địa hình phức tạp, không dễ khai thác du lịch và sự rời bỏ của những nhà đầu tư “đến rồi lại đi” trước đó.

Nhưng FLC đã đến, đã ở lại và đã thành công trên chính những vùng đất gai góc này.

Theo một lãnh đạo cấp cao của Thanh Hoá, dự án của FLC đã tác động lớn đến không gian cảnh quan, kiến trúc, văn hoá du lịch và thậm chí là cả giá trị của Sầm Sơn. Từ một điểm đến khiến du khách e ngại, sau khi FLC Sầm Sơn đi vào hoạt động, nhiều dự án bất động sản du lịch, khách sạn cao cấp, nhà hàng đã theo đó mọc lên, đưa Sầm Sơn trở thành một đại đô thị biển văn minh và hiện đại hơn, mỗi năm thu hút hàng triệu lượt khách du lịch. Văn hoá du lịch cũng thay đổi theo hướng tích cực hơn.

Còn tại Quy Nhơn, dự án đã “biến những cồn cát ở Nhơn Hội đầy nắng gió trở thành một khu du lịch nghỉ dưỡng phủ sắc xanh cực kỳ cao cấp, một địa điểm giá trị”, theo TS. Trần Du Lịch.

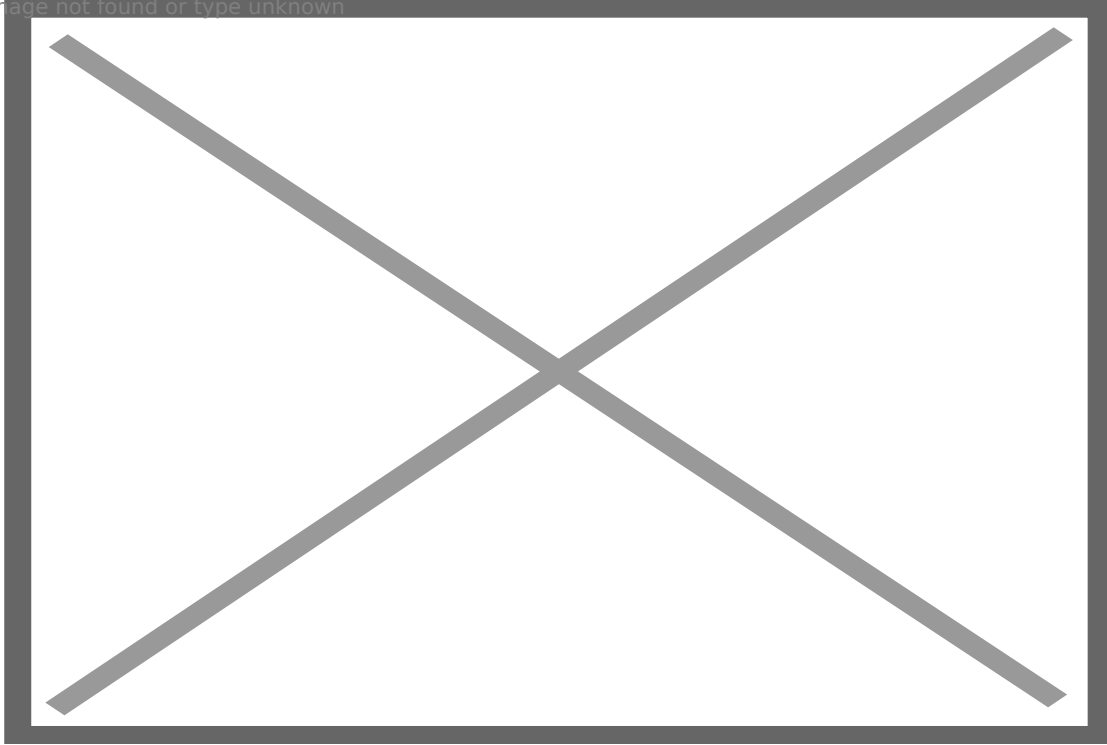
Đánh giá về vai trò tiên phong của dự án tại Bình Định, ông Nguyễn Thanh Tùng, nguyên Bí thư Tỉnh ủy, Chủ tịch HĐND tỉnh Bình Định (2015 – 2020) cho biết “FLC như con sói đầu đàn kéo theo nhiều con sói khác, cho nên Bình Định trong vòng mấy năm phát triển rất nhanh, Quy Nhơn có rất nhiều sự khác biệt”.

Sau thành công với các dự án nghỉ dưỡng, vài năm gần đây, FLC tiếp tục mở rộng chiến lược “đánh bắt xa bờ” bằng hàng loạt các dự án nhà ở, khu đô thị và quần thể sinh thái tại những vùng đất mới như quần thể du lịch FLC Hà Giang, quần thể du lịch FLC Gia Lai, hay các dự án đô thị tại trung

tâm Pleiku, Gia Lai, Kon Tum, Đồng Tháp...

Có thể nói, trong sự dịch chuyển mang tính chất “bùng nổ” của làn sóng đầu tư về những thị trường mới trong 3- 5 năm trở lại đây, có vai trò dẫn dắt rất lớn từ những nhà đầu tư tiên phong như FLC.

Image not found or type unknown



*FLC Hạ Long, công trình được xây dựng trên một đồi than khai thác trái phép cũ của Quảng Ninh*

### **Dấu ấn từ những “đầu tiên”**

Câu chuyện “ngược gió” của FLC trong lĩnh vực pháp lý và bất động sản, từ năm 2017 đã được tiếp nối bằng một thương hiệu mới: Bamboo Airways.

Rất nhiều hãng bay trẻ khi bước vào một lĩnh vực có sức ép cạnh tranh khắc nghiệt như hàng không đã chọn chiến lược tiếp cận an toàn, với quy mô nhỏ gọn và một hệ thống các đường bay ngách được tính toán kỹ lưỡng. Nhưng đây không phải lựa chọn của FLC.

“Bay là phải rộng ràng, phải hoành tráng. Chứ nếu bay mà chỉ hai ba tàu thì nhom nhem, chết ngay”, ông Quyết nói.

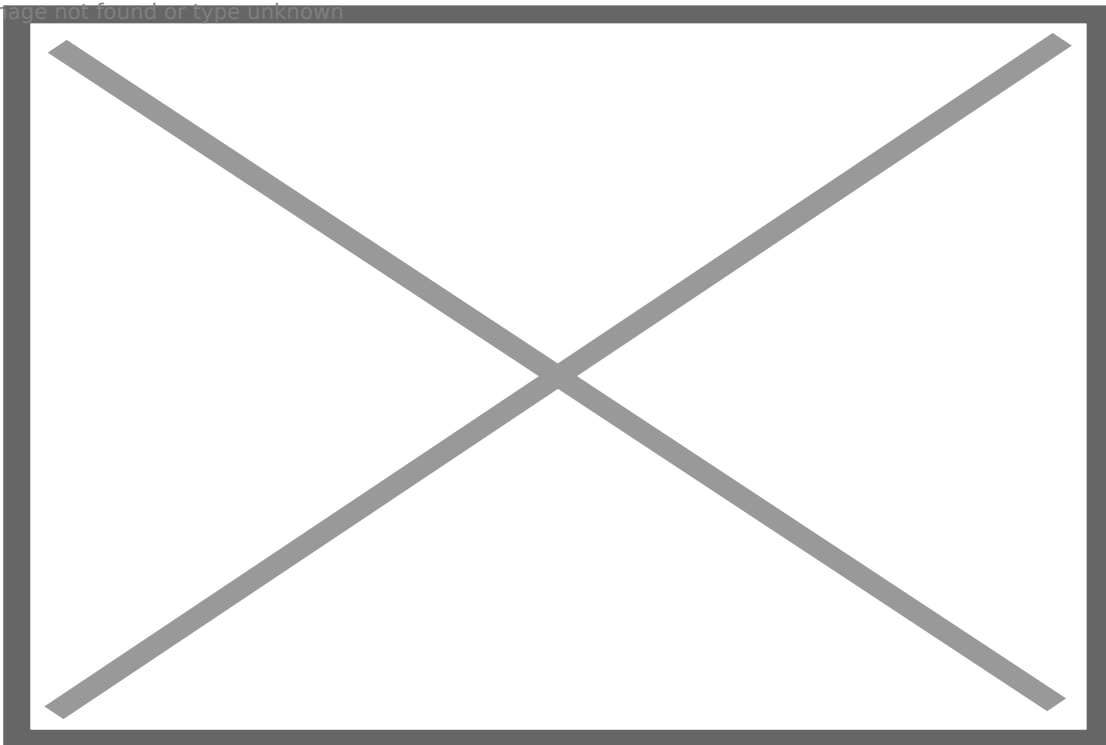
Chiến lược đầu tư quy mô ngay từ đầu đã đưa một hãng hàng không đến sau trên đường đua đang vươn lên chiếm lĩnh nhiều vị trí dẫn đầu, dù hơn một nửa quãng thời gian hoạt động phải đối mặt với bão Covid.

Hàng loạt cột mốc “đầu tiên” và “duy nhất” của Bamboo Airways có thể kể đến như: Hãng hàng không tư nhân đầu tiên định hướng dịch vụ 5 sao, hãng hàng không tư nhân đầu tiên đón và vận hành máy bay thân rộng hiện đại, hãng hàng không tư nhân duy nhất tại Việt Nam vận hành chuỗi Phòng chờ Thương gia tại các sân bay trọng điểm. Về mạng bay, đây là hãng bay đầu tiên và duy nhất khai thác mạng bay quy mô 7 đường tới Côn Đảo; hãng bay đầu tiên tại Việt Nam khai thác đường bay thẳng Hà Nội – Rạch Giá, và liên tiếp các đường bay mới kết nối tới Điện Biên, Phú Yên, Quy Nhơn, Phú Quốc... bằng máy bay tải trọng lớn và dịch vụ cao cấp.

Ở thị trường quốc tế, ngay giữa đợt dịch thứ 4, chuyến bay thẳng không dừng kết nối Việt – Mỹ của Bamboo Airways đã triển khai thành công, với hành trình bay kéo dài xấp xỉ 13h30 phút, rút ngắn lên tới 6 - 7 tiếng so với một số chuyến bay nối chuyến Việt - Mỹ hiện hành - điều mà rất ít hãng bay châu Á hiện nay thực hiện được.

Trong 2 năm trở lại đây, Bamboo Airways là hãng hàng không hiếm hoi của Việt Nam cũng như thế giới ghi nhận tăng trưởng liên tục về đội bay, mạng bay cũng như công suất hoạt động, với sự tận tâm hiếm có và tỷ lệ bay đúng giờ dẫn đầu toàn ngành được duy trì từ khi cất cánh.

Image not found or type unknown



*Bamboo Airways vận chuyển hơn 10 nghìn người dân về các tỉnh an toàn tuyệt đối cùng hàng trăm tấn trang thiết bị vật tư y tế phục vụ chống dịch trong thời gian qua*

“Nếu như có bất cứ một khách hàng nào chê, không hài lòng mà chúng tôi biết hoặc khách hàng phản ánh đến đâu được hãng giải quyết triệt để. Nếu khách hàng chưa hài lòng, chúng tôi sẽ làm bằng được để khách hàng hài lòng. Chẳng hạn, hành khách nở nụ cười với tiếp viên của hãng nhưng tiếp viên không nở nụ cười đáp lại thì hãng cũng yêu cầu tiếp viên dừng bay và làm rõ thái độ đó”, ông Quyết nói.

Những dấu ấn “đầu tiên” ấy của Bamboo Airways, một lần nữa cho thấy sự nhất quán trong chiến lược kinh doanh của ông Trịnh Văn Quyết cũng như FLC: “Trong kinh doanh, doanh nhân phải tính đường đi của mình, có nhiều con đường đến đích, muốn trở thành thương hiệu mạnh, có thị phần nhanh thì phải chọn được đường đi khác biệt”.

Chính “đường đi khác biệt” này đã giúp FLC vươn lên thành một tên tuổi lớn trên thị trường sau 20 năm, với những dấu ấn đậm nét trên nhiều lĩnh vực cốt lõi của nền kinh tế, từ bất động sản, du lịch cho đến hàng không. Hệ sinh thái của FLC đã và đang xác lập lại nhiều tiêu chuẩn mới trong sự vận hành của thị trường khi tiên phong giải quyết những “bài toán” khó mà thị trường từng bỏ ngỏ.

**Hải Linh**

**Link bài viết:** <https://nguoilambao.vn/flc-20-nam-nguoc-gio>