



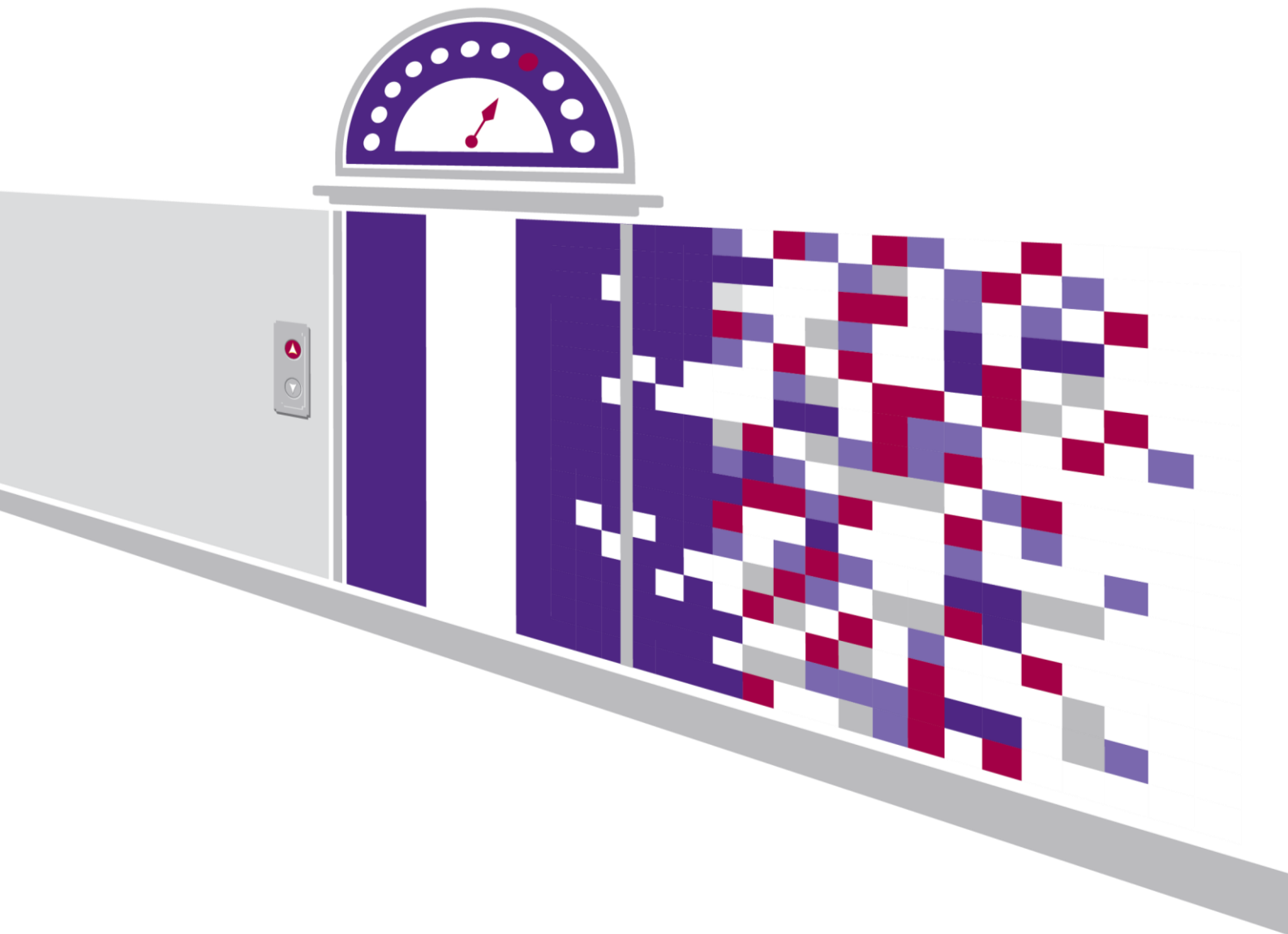
Grant Thornton

An instinct for growth™

Báo cáo tóm tắt Khảo sát Ngành dịch vụ Khách sạn 2016

Đây là bản tóm tắt từ Báo cáo Khảo sát Ngành dịch vụ Khách sạn đầy đủ dày 60 trang. Vui lòng liên hệ Grant Thornton Việt Nam để có được báo cáo chi tiết đầy đủ

Grant Thornton Việt Nam Tháng Bảy 2016



Giới thiệu

Báo cáo Khảo sát Ngành dịch vụ khách sạn năm 2016 thực hiện bởi Grant Thornton trình bày các thông tin tài chính, hoạt động cũng như tiếp thị cho năm tài chính 2015 của các khách sạn và khu nghỉ dưỡng 4 và 5 sao tại Việt Nam.

Để thuận tiện cho việc trình bày, từ “Khách sạn” dùng trong báo cáo là để chỉ cả khách sạn và khu nghỉ dưỡng, với số liệu được thực hiện cho các khách sạn từ 4 và 5 sao. Số liệu thống kê được trình bày theo Xếp loại sao (xếp hạng khách sạn), Vùng miền (vị trí khách sạn) và Quy mô khách sạn (số phòng).

Khi trình bày số liệu thống kê, quy mô khách sạn được xếp hạng từ nhỏ đến lớn, cụ thể là khách sạn nhỏ hơn 75 phòng, khách sạn từ 75 đến 150 phòng và khách sạn lớn hơn 150 phòng.

Cuối cùng, vùng miền của khách sạn được phân chia theo ba khu vực chính của Việt Nam là miền Bắc, miền Trung – Tây Nguyên và miền Nam. Với miền Bắc, các khách sạn tham gia khảo sát tập trung chủ yếu tại thủ đô Hà Nội, Sapa và Quảng Ninh. Tại miền Trung – Tây Nguyên, các khách sạn tham gia khảo sát ở các thành phố Đà Nẵng, Hội An, Huế, Khánh Hòa, Quảng Bình, Phan Thiết, Đắk Lắk và Đà Lạt. Miền Nam, các khách sạn được khảo sát tập trung tại Thành phố Hồ Chí Minh, Phú Quốc, Vũng Tàu và khu vực sông Mê Kông.

Trong cuộc khảo sát năm nay, giống như năm trước, chúng tôi không bao gồm phân khúc khách sạn 3 sao, nguyên nhân là do sự hạn chế về số lượng tham gia cũng như sự thay đổi đáng kể trong thành phần nhóm khách sạn tham gia khảo sát. Vì vậy, bản khảo sát năm nay vẫn chỉ tập trung vào thị trường khách sạn cao cấp tại Việt Nam gồm phân khúc khách sạn 4 và 5 sao.

Năm 2016 đánh dấu năm đầu tiên Grant Thornton Thái Lan và Philippines cùng thực hiện Khảo sát Ngành dịch vụ khách sạn tại chính quốc gia của họ, nhờ vậy chúng tôi có thể cung cấp những thông tin

về hoạt động của Ngành dịch vụ khách sạn ở các nước trong khu vực.

Báo cáo này cung cấp cho người đọc một cái nhìn vừa tổng quát vừa chi tiết về hoạt động của các khách sạn tại Việt Nam thông qua việc trình bày dữ liệu phân tích theo nhiều khía cạnh khác nhau như tiện nghi khách sạn, nhân sự, số liệu tài chính và số liệu thị trường. Trong phần phân tích tài chính, số liệu kết quả hoạt động được trình bày theo chỉ số thu nhập thuần trước lãi, thuế và khấu hao (“EBITDA”), để đảm bảo việc so sánh hợp lý giữa các khách sạn. Đơn vị tiền tệ được sử dụng là Đô la Mỹ.

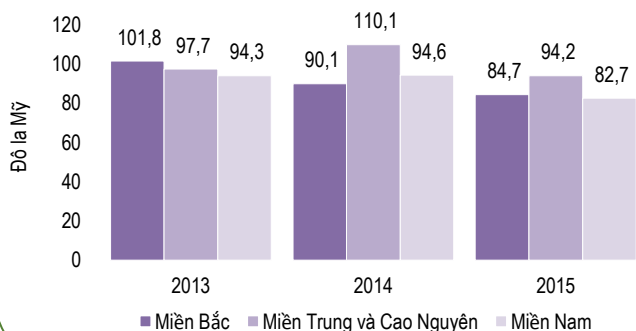
Như sẽ được trình bày cụ thể hơn ở phần tiếp theo của báo cáo, tất cả các thông tin trong bản báo cáo này được trình bày dưới dạng phần trăm hoặc số liệu trung bình. Ví dụ, ở phần số liệu tài chính, các chỉ tiêu có đơn vị Đô la Mỹ được trình bày dưới dạng phần trăm của tổng doanh thu. Trong phần phân tích số liệu thị trường và các lĩnh vực khác, số liệu thống kê được trình bày theo dạng số trung bình.

Để tiện cho việc so sánh, báo cáo trình bày kết quả cuộc khảo sát theo từng lĩnh vực khảo sát cùng với những phát hiện chính. Trong phần phụ lục, người đọc có thể tham khảo thêm các bảng giá trị lớn nhất, nhỏ nhất và bình quân của các số liệu được thống kê trong hai năm tài chính 2015. Tuy nhiên, bản báo cáo này không có mục đích đưa ra số liệu về kết quả hoạt động của ngành khách sạn tại Việt Nam. Các số liệu và tỉ lệ trình bày trong báo cáo này không nên được xem là tiêu chuẩn đánh giá cho bất kỳ loại hình khách sạn nào.

Người sử dụng báo cáo này cần lưu ý rằng không phải tất cả các thay đổi trong các số liệu khảo sát giữa các năm là các thay đổi của tình hình thực tế. Đôi khi kết quả thay đổi là do sự thay đổi của tập hợp các đối tượng tham gia khảo sát. Người đọc cũng nên lưu ý rằng do các hạn chế về dữ liệu phân tích dựa trên số lượng mẫu thống kê nhất định, các kết quả khảo sát chỉ mang tính tham khảo.

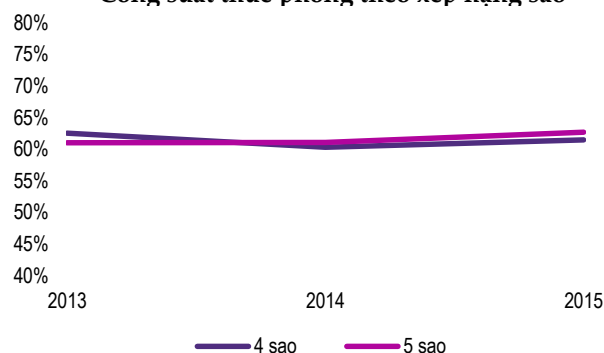
Xu hướng chính

Giá phòng bình quân theo Vùng miền (Đô la Mỹ)



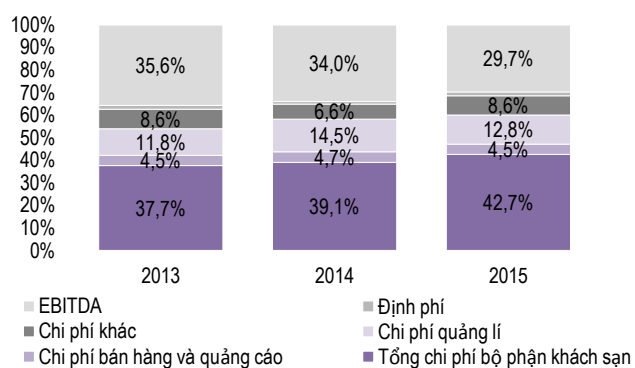
Giá phòng bình quân giảm **11,3%**

Công suất thuê phòng theo xếp hạng sao



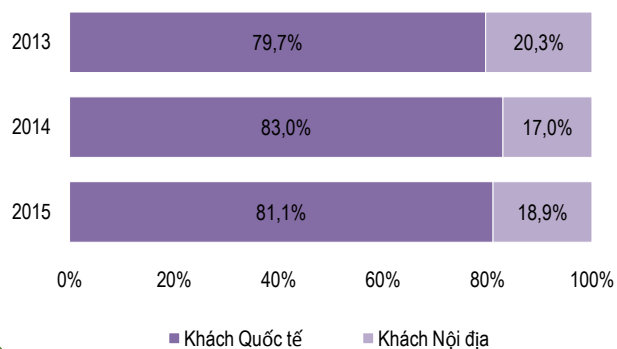
Công suất phòng tăng **1,2%**, từ 60,7% lên 61,9%

Chi phí và lợi nhuận theo phần trăm doanh thu



EBITDA của các khách sạn cao cấp đạt trung bình **29,7%** năm 2015

Khách Quốc tế và Nội địa



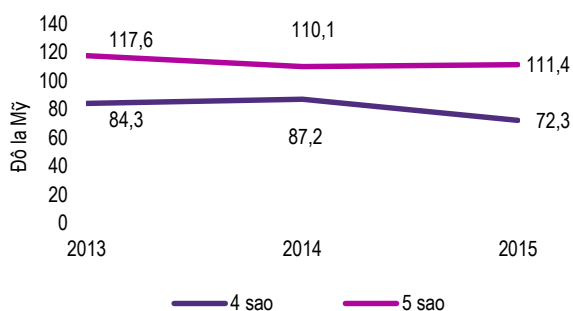
81,1% tổng lượng khách năm 2015 là khách Quốc tế

Tóm tắt báo cáo

Giá phòng theo một số tiêu chí phân loại

Trong năm 2015, phân tích giá phòng bình quân theo Xếp hạng sao cho thấy các khách sạn 4 sao đã giảm 17,1%, từ 87,2 Đô la Mỹ xuống còn 72,3 Đô la Mỹ. Trong khi đó, giá phòng bình quân của khách sạn 5 tăng 1,2% lên 111,4 Đô la Mỹ, tuy nhiên mức này vẫn còn thấp hơn so với giá phòng bình quân năm 2013.

Giá phòng bình quân (đô la Mỹ) theo Xếp hạng sao (2013 – 2015)



Xét theo vùng miền, cả ba vùng đều có giá phòng trung bình hàng năm giảm so với năm trước. Khu vực phía Bắc giảm thấp nhất với 6%, giá phòng trung bình hai khu vực còn lại, miền Trung & Tây Nguyên và miền Nam, giảm lần lượt là 14,4% và 12,6% trong năm 2015.

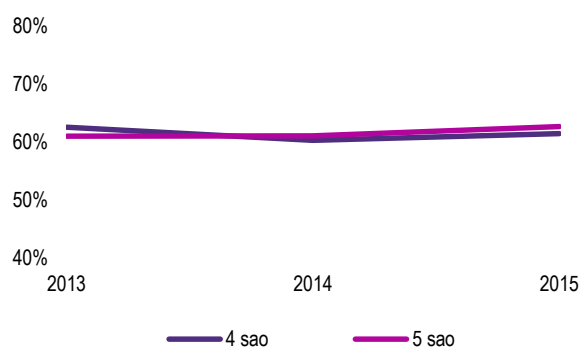
Tổng quan trung bình giá phòng hàng năm của các khách sạn cao cấp giảm đáng kể 11,3% từ 98 Đô la Mỹ năm 2014 xuống còn 87 Đô la Mỹ trong năm 2015. Trong 6 tháng đầu năm 2015, số lượng du khách giảm mạnh trong khi lượng khách sạn mới tham gia thị trường tiếp tục tăng, vì vậy các khách sạn đã thực hiện các chương trình khuyến mãi để thu hút du khách, dẫn đến giá phòng trung bình giảm trong năm qua.

Công suất phòng theo một số tiêu chí phân loại

So với năm 2014, công suất thuê phòng bình quân năm 2015 tăng nhẹ 1,2%, từ 60,7% đến 61,9% - con số khá ổn định trong 3 năm vừa qua.

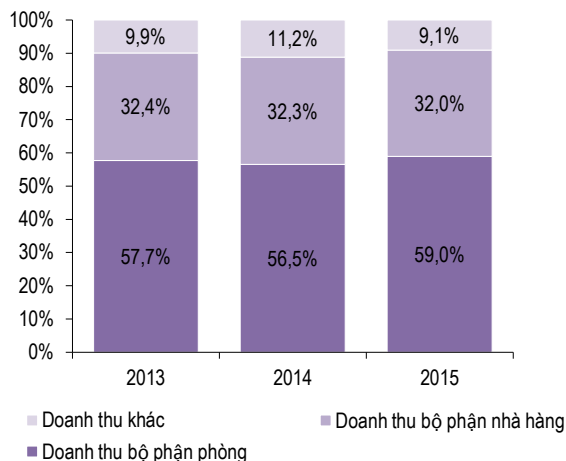
Công suất phòng của ngành khách sạn cao cấp theo Xếp hạng sao là 61,5% và 62,7% lần lượt cho khách sạn 4 sao và 5 sao, cao hơn 1,2% và 1,6% so với năm trước.

Công suất phòng trung bình (%) theo Xếp hạng sao (2013 – 2015)



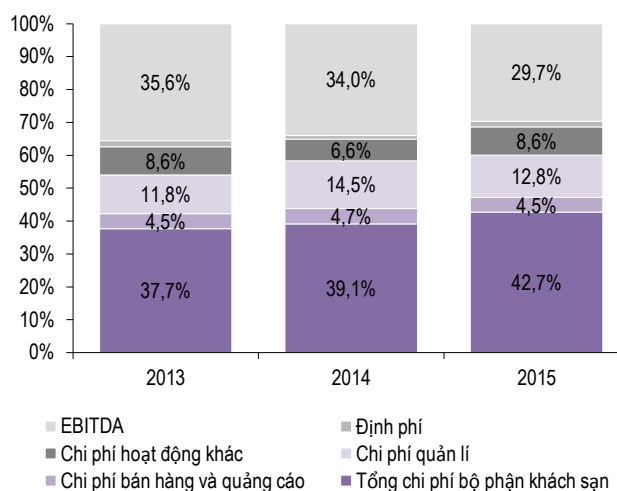
Doanh thu và chi phí

Chi tiết doanh thu (2013 – 2015)



Doanh thu khách sạn bao gồm bộ phận phòng, dịch vụ nhà hàng và các dịch vụ khác (bao gồm thu nhập từ trung tâm spa, tiệc, hội nghị...) Doanh thu bộ phận phòng luôn chiếm tỉ trọng lớn nhất trong tổng doanh thu. Năm 2015, doanh thu bộ phận phòng chiếm 59%, tăng 2,5% so với năm 2014. Doanh thu bộ phận nhà hàng khá ổn định trong 3 năm qua với tỉ trọng dao động từ 32% đến 32,4%. Doanh thu từ hoạt động khác tăng nhẹ khoảng 2,1%, đóng góp 9,1% vào tổng doanh thu năm 2015.

Chi phí và lợi nhuận trên doanh thu (2013 – 2015)

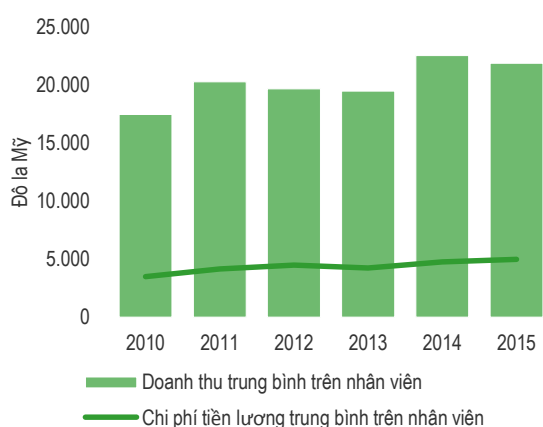


Phân khúc khách sạn cao cấp hoạt động kém hiệu quả hơn trong năm 2015 với EBITDA là 29,7%, thấp hơn năm 2014 4,3%. Sự sụt giảm EBITDA trong năm 2015 là do sự thay đổi trong cơ cấu chi phí, bị ảnh hưởng chủ yếu bởi sự tăng lên của Tổng chi phí bộ phận khách sạn và Chi phí hoạt động khác, tăng lần lượt 3,6% và 2%.

Cả hai phân khúc khách sạn 4 sao và 5 sao đều hoạt động kém hiệu quả hơn, EBITDA lần lượt giảm 3,8% và 4,2% so với năm trước. Như đã đề cập ở trên, nguyên nhân cơ bản nhất là vì Tổng chi phí bộ phận khách sạn tăng lên.

Nhân sự

Tổng doanh thu và chi phí trên mỗi nhân viên (2010 – 2015)

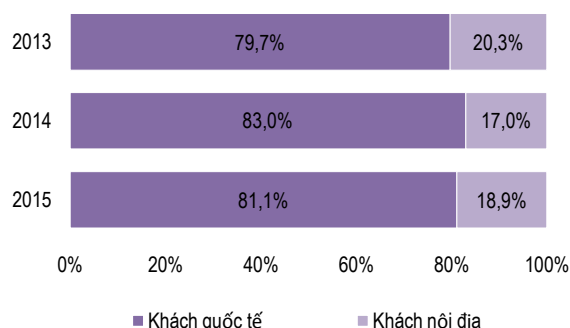


Xu hướng giảm trong số lượng khách quốc tế đến Việt Nam đã tác động đáng kể đến doanh thu của ngành dịch vụ lưu trú cao cấp. Giá phòng trung bình hàng năm của khách sạn cao cấp giảm đáng kể 11,3% từ 98 Đô la Mỹ năm 2014 xuống còn 87 Đô la Mỹ năm 2015, trong khi công suất thuê phòng trung bình chỉ tăng 1,2% đã dẫn đến sụt giảm doanh thu. Cùng thời điểm đó, số lượng nhân sự không có sự thay đổi lớn dẫn đến doanh thu trung bình trên nhân viên giảm trong năm 2015 so với 2014.

Chi phí tiền lương trung bình tăng nhẹ so với năm trước, chiếm khoảng 27% doanh thu của các khách sạn cao cấp năm 2015.

Nguồn khách du lịch

Nguồn khách du lịch (2013 - 2015)

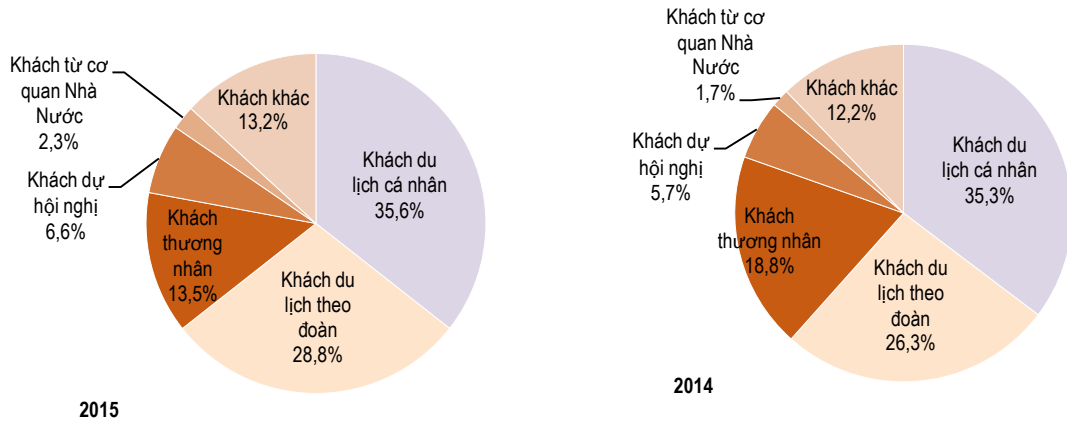


Khách quốc tế là nguồn khách lớn nhất trong vòng 3 năm qua, chiếm khoảng 80% đến 83% tổng số khách du lịch. Năm 2015, tỷ trọng khách quốc tế giảm nhẹ khoảng 2% xuống còn 81%, tương ứng với mức tăng của tỷ trọng khách nội địa

Phân tích về vùng miền cho thấy tỷ trọng khách Việt ở khách sạn cao cấp thuộc khu vực phía Nam và phía Bắc tăng lên lần lượt 5,2% và 8,3% nhưng lại giảm 6,4% ở khu vực Miền Trung và Tây Nguyên.

Mục đích lưu trú

Mục đích lưu trú (2013 - 2015)

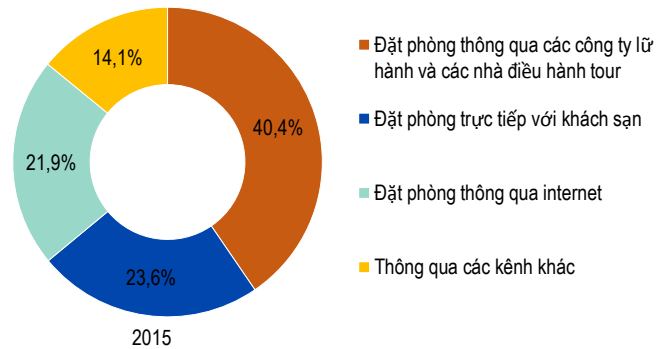


Cơ cấu tỷ trọng của phân khúc thị trường khách sạn cao cấp theo mục đích lưu trú trong năm 2015 tương tự như năm 2014. Sự thay đổi đáng lưu ý nhất thuộc về khách thương nhân với mức giảm 5%. Trong khi đó, tỷ trọng của tất cả các thành phần khách còn lại đều tăng nhẹ.

Nhìn chung, khách du lịch cá nhân, khách theo đoàn và khách thương nhân vẫn tiếp tục là những phân khúc nổi bật. Ba thành phần khách này chiếm hơn ba phần tư (78%) tổng số khách lưu trú tại các khách sạn cao cấp năm 2015. Khách theo đoàn và khách thương nhân đóng góp lần lượt 80% và 75% tổng lượng khách du lịch của khách sạn 4 sao và 5 sao. Tỷ trọng của khách du lịch cá nhân năm 2015 chiếm hơn một phần ba tổng số du khách và tương đương với tỷ trọng gộp lại của khách thương nhân, khách dự hội nghị, khách từ cơ quan nhà nước và khách khác.

Phân tích theo Xếp hạng sao cho thấy cơ cấu thành phần khách của khách sạn 4 sao và 5 sao khá tương tự nhau; ngoại trừ khác biệt không đáng kể giữa du khách theo đoàn và khách thương nhân. Du khách theo đoàn và khách thương nhân của khách sạn 4 sao nhiều hơn khách sạn 5 sao lần lượt là 4% và 1,5%.

Các kênh đặt phòng 2015

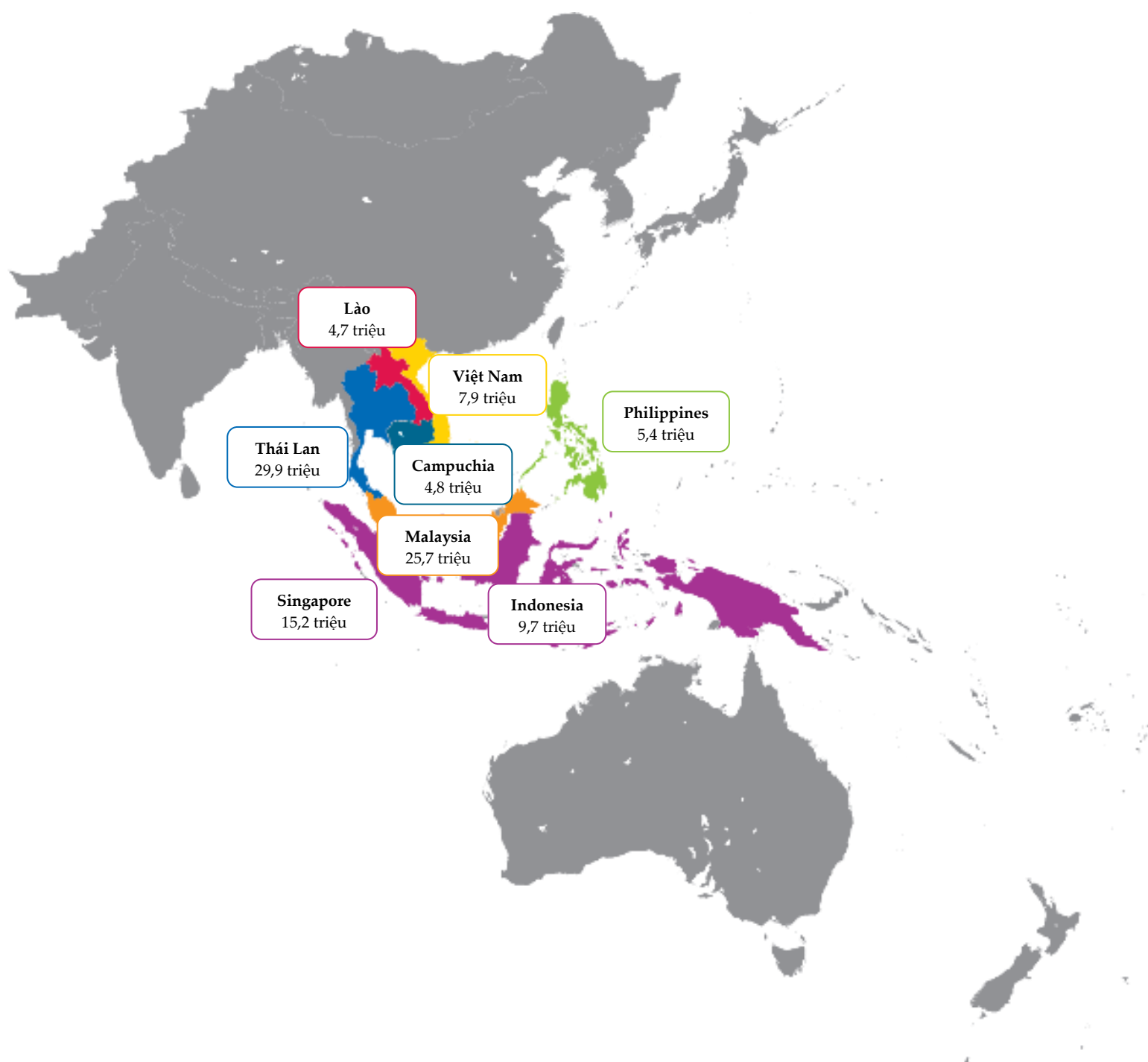


So với năm 2014, tỷ trọng doanh thu từ hình thức đặt phòng trực tiếp cũng như từ các công ty lữ hành, công ty điều hành tour, đều giảm khoảng 5%. Một phần của biên độ giảm này được chuyển sang cho kênh đặt phòng trực tuyến.

Sự dịch chuyển doanh thu sang kênh đặt phòng trực tuyến có thể sẽ trở nên rõ rệt hơn trong các năm tới, tuy nhiên kênh đặt hàng thông qua công ty lữ hành và điều hành tour được kỳ vọng sẽ duy trì tỷ trọng lớn nhất. Sự tăng trưởng của hai kênh này đã gây ảnh hưởng đến doanh thu đặt phòng trực tiếp, chỉ chiếm một phần ba doanh thu từ kênh công ty lữ hành và điều hành tour.

Tóm tắt báo cáo khu vực

Lượng khách Quốc tế của khu vực ASEAN trong năm 2015



Tóm tắt báo cáo khu vực

Nhìn chung trong năm 2015, các quốc gia Đông Nam Á đã có sự cải thiện đáng kể so với năm ngoái với số lượt khách quốc tế đến mỗi quốc gia đều tăng (trừ Malaysia). Tuy nhiên, tốc độ tăng trưởng của Việt Nam lại thấp hơn các nước khác cùng khu vực. Tốc độ tăng trưởng của Việt Nam trong năm 2015 là 0,9%, xấp xỉ Singapore và chỉ cao hơn Malaysia.

Suy thoái của năm 2014 vẫn còn tác động mạnh mẽ đến các quốc gia Đông Nam Á, nhất là đối với những nước có ngành du lịch còn non trẻ như Campuchia và Indonesia, với tốc độ tăng trưởng khách quốc tế giảm lần lượt từ 7,0% xuống còn 6,1% (từ 4,5 triệu khách năm 2014 đến 4,7 triệu năm 2015) và từ 7,2% xuống còn 3,1% (từ 9,4 triệu khách năm 2014 đến 9,7 triệu năm 2015). Mặt khác, Thái Lan đã phục hồi nhanh chóng sau khủng hoảng với tốc độ tăng trưởng vượt bậc 20,4% (tăng từ 24,8 triệu năm 2014 đến 29,9 triệu năm 2015).

Năm 2015, Thái Lan, Malaysia và Singapore là ba quốc gia chào đón số lượt khách du lịch lớn nhất trong khu vực, lần lượt là 30 triệu, 26 triệu và 15 triệu lượt khách.

Trong những năm gần đây Lào và Campuchia đã có những tiến bộ đáng kể về số lượt khách quốc tế đến mỗi quốc gia. Trong khi năm 2010, Lào chỉ chào đón khoảng 737 nghìn khách nước ngoài và Campuchia vào khoảng 466 nghìn, tới năm 2015, các con số này đã tăng lên đến lần lượt là 4,7 triệu và 4,8 triệu.

Như đã đề cập, 2015 là năm đầu tiên mà công ty thành viên của Grant Thornton tại Thái Lan và Philippines tham gia thực hiện dự án Khảo sát Khách sạn. Chúng tôi cũng trình bày tóm tắt trong báo cáo của mình một số thông tin về hoạt động khách sạn cao cấp tại hai quốc gia này.

Nhìn chung, với khoảng 30 triệu lượt khách quốc tế, năm 2015 có thể được xem là một năm thành công đối với ngành du lịch Thái Lan:

- Bối cảnh chính trị của Thái Lan khá ổn định trong suốt năm 2015.
- Tổng cục Du lịch Thái Lan đã tổ chức nhiều chiến dịch và hoạt động nhằm quảng bá hình ảnh đất nước đến bạn bè quốc tế.
- Sự phát triển của các hãng hàng không giá rẻ đã mở rộng số đường bay cũng như số chuyến bay giữa Thái Lan và thị trường trọng điểm.
- Số lượng khách Trung Quốc đến Thái Lan tăng khoảng 3 triệu lượt. Trong năm 2015 có tổng cộng 7,9 triệu lượt khách Trung Quốc đến Thái Lan, chiếm khoảng 26,5% tổng số khách quốc tế đến quốc gia này.

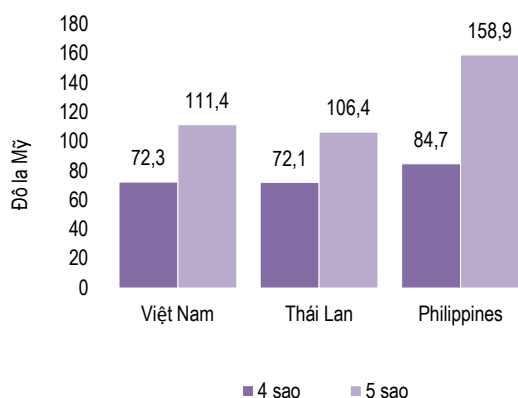
2015 là một năm rực rỡ đối với ngành du lịch Philippines khi quốc gia này lần đầu tiên đạt 5 triệu lượt khách quốc tế. Sự tiến bộ vượt bậc này chủ yếu là nhờ:

- Sự mở rộng về cơ sở hạ tầng và dịch vụ du lịch ở Philippines
- Nhờ vào các chiến dịch quảng bá quy mô lớn và thành công ngoài mong đợi, mức độ nhận biết thương hiệu du lịch Philippines tăng đáng kể.
- Năm 2015 được xem là “Năm Đến Thăm Philippines” với một chuỗi các sự kiện lớn nhỏ diễn ra xuyên suốt, mở đầu là chuyến viếng thăm của Đức Giáo Hoàng Francis vào tháng 1.

Là một vùng đất hứa cho các nhà đầu tư nước ngoài, Philippines được kì vọng sẽ tiếp tục tăng trưởng nhanh cho đến năm 2018.

Giá thuê phòng

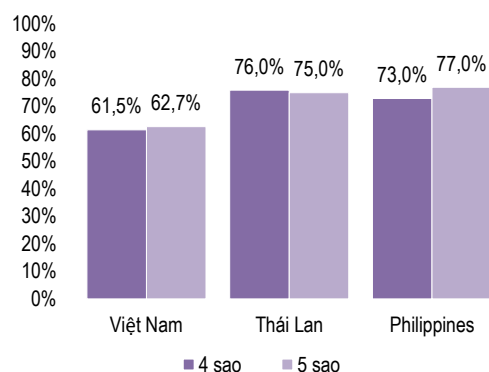
Giá thuê phòng bình quân theo Xếp hạng sao (2015)



Biểu đồ trên cho thấy Philippines, tuy sở hữu lượt khách quốc tế thấp nhất trong ba quốc gia, có giá cho thuê phòng khách sạn hạng sang cao nhất, khoảng 84,7 đô la cho phòng 4 sao và 158,9 đô la cho phòng 5 sao. Giá thuê phòng hạng sang tại Việt Nam và Thái Lan xấp xỉ nhau. Năm 2015, giá phòng 5 sao tại Việt Nam có nhỉnh hơn so với tại Thái Lan nhưng khác biệt này không đáng kể.

Công suất phòng

Công suất phòng trung bình theo Xếp hạng sao (2015)



Về công suất phòng, trong năm 2015, Thái Lan và Philippines có công suất gần bằng nhau, từ 73% đến 77%. Thái Lan có công suất phòng cao hơn đối với phòng 4 sao nhưng thấp hơn đối với phòng 5 sao. Việt Nam xếp thấp nhất trong ba quốc gia về chỉ số này, khoảng 61,5% cho phòng 4 sao và 62,7% cho phòng 5 sao. 2015 là một năm khó khăn của ngành du lịch Việt Nam, số lượt khách quốc tế giảm mạnh trong 6 tháng đầu năm mặc dù số lượng khách sạn mới mở trên thị trường vẫn tăng.

Nguồn khách

Tỉ lệ khách trong nước và quốc tế lưu trú tại các khách sạn cao cấp của Việt Nam và Thái Lan xấp xỉ nhau. Khách trong nước tại cả hai quốc gia chỉ chiếm khoảng 16% đến 19% tổng số khách du lịch. Ngược lại, khách trong nước đóng vai trò quan trọng trong ngành du lịch Philippines, chiếm khoảng 46%.

Khách châu Á chiếm tỉ trọng lớn trong nguồn cung khách du lịch của các khách sạn cao cấp tại Thái Lan, Việt Nam và Philippines. Trong đó, khách Trung Quốc chiếm lần lượt 37%, 34% và 14% tổng số khách châu Á đến thăm các quốc gia này.

Xếp thứ hai sau châu Á là châu Âu với lượng khách du lịch đến Thái Lan, Việt Nam và Philippines lần lượt là 22%, 24% và 11%.

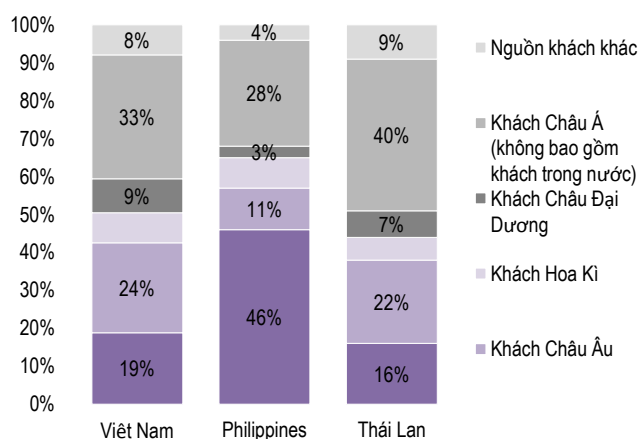
Mục đích lưu trú

Nhìn chung, khách du lịch cá nhân, khách du lịch theo đoàn và khách thương nhân là ba phân khúc chính đối với các khách sạn cao cấp tại Việt Nam, Philippines và Việt Nam.

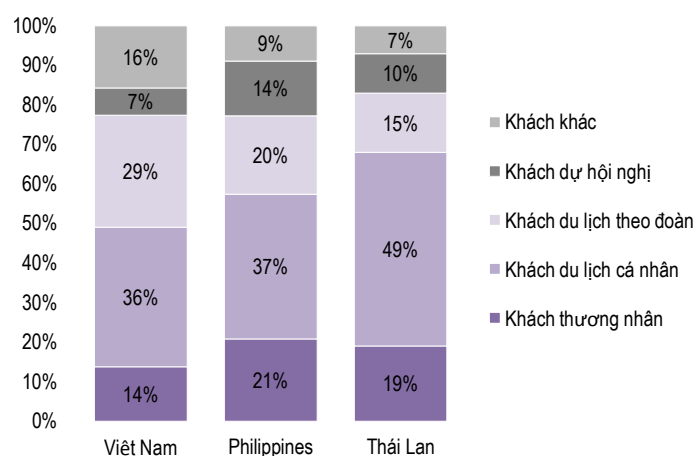
Khách du lịch cá nhân là thành phần nhiều nhất, chiếm lần lượt 36% và 37% tổng số khách du lịch đến Việt Nam và Philippines. Đối với Thái Lan, nguồn khách này chiếm gần một nửa lượng khách du lịch. Khách du lịch theo đoàn lần lượt chiếm 29% và 20% tổng số khách du lịch đến Việt Nam và Philippines, trong khi chỉ đạt 15% tại Thái Lan.

Du lịch MICE (du lịch kết hợp hội nghị, sự kiện) tại Việt Nam chưa đạt được thành công như Thái Lan và Philippines. Số lượng khách đến Việt Nam tham dự hội nghị chiếm tỉ lệ thấp nhất so với Thái Lan và Philippines, vào khoảng 6,6%.

Nguồn khách theo nước (2015)

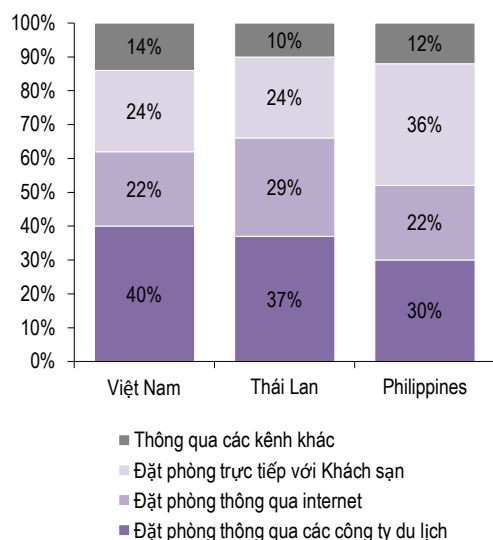


Mục đích lưu trú theo nước (2015)



Các kênh đặt phòng

Các kênh đặt phòng theo nước (2015)



Các công ty công ty lữ hành, công ty điều hành tour chiếm lĩnh thị trường Việt Nam, Thái Lan và Philippines, với thị phần lần lượt là 62%, 66% và 52%. Tuy nhiên, đặt phòng trực tiếp với Khách sạn vẫn là hình thức phổ biến nhất tại Philippines và mang lại doanh thu đáng kể tại Việt Nam và Thái Lan.

Cơ cấu của các kênh đặt phòng tại Việt Nam và Thái Lan gần giống nhau, trừ hình thức đặt phòng trực tuyến tại Thái Lan nhỉnh hơn so với Việt Nam. Thị phần của các công ty du lịch trực tuyến tại Việt Nam và Philippines xấp xỉ nhau, vào khoảng 22%. Những con số này cho thấy các công ty du lịch trực tuyến chiếm tỉ trọng lớn hơn tại thị trường Thái Lan so với thị trường Việt Nam và Philippines.

Ngày nay, cả khách du lịch lẫn khách thương nhân đều thông qua mạng internet mà tiếp cận với các dịch vụ liên quan đến chuyến đi của mình, do đó mà kênh thông tin trực tuyến của các khách sạn và công ty du lịch dần trở nên vô cùng quan trọng. Với thế mạnh trong việc truyền tải hình ảnh thực một cách nhanh chóng thông qua mạng internet, các công ty du lịch trực tuyến được kì vọng sẽ phát triển rất nhanh trong tương lai.

Thông tin liên hệ

Grant Thornton cung cấp một loạt các dịch vụ cho các lĩnh vực khách sạn, bao gồm :

- Kiểm toán
- Tư vấn thuế
- Tư vấn giao dịch (mua và bán tài sản)

- Đàm phán hợp đồng quản lý
- Đánh giá hiệu quả hoạt động
- Nghiên cứu khả thi
- Định giá
- Kiểm soát và quản lý nội bộ
- Dịch vụ cho thuê ngoài

Hà Nội

Tầng 18
Toà Nhà Quốc Tế Hoà Bình
106 Hoàng Quốc Việt
Quận Cầu Giấy, Hà Nội
Việt Nam

T +84 4 3850 1686
F +84 4 3850 1688

Nguyễn Chí Trung

Tổng giám đốc
T +84 4 3850 1686
E ChiTrung.Nguyen@vn.gt.com

Dịch vụ Kiểm toán

Nguy Quốc Tuấn

Chủ phần hùn
T +84 8 3910 9100
E Tuan.Nguy@vn.gt.com

Dịch vụ Thuế

Hoàng Khôi

Chủ phần hùn
T +84 8 3850 1686
E Hoang.Khoi@vn.gt.com

Thành phố Hồ Chí Minh

Tầng 14
Toà Nhà Pearl Plaza
561A Điện Biên Phủ
Quận Bình Thạnh, Thành phố Hồ Chí Minh,
Việt Nam

T +84 8 3910 9100
F +84 8 3910 9101

Phụ trách ngành Du lịch và Khách sạn

Kenneth Atkinson

Chủ tịch
T +84 8 3910 9100
E Ken.Atkinson@vn.gt.com

Dịch vụ Tư vấn

Nguyễn Thị Vĩnh Hà

Chủ phần hùn
T +84 4 3850 1686
E VinhHa.Nguyen@vn.gt.com

Dịch vụ Giải pháp Hỗ trợ Kinh doanh

Lê Minh Thắng

Chủ phần hùn
T +84 8 3910 9100
E MinhThang.Le@vn.gt.com



© 2016 Grant Thornton (Vietnam) Ltd. All rights reserved.
Grant Thornton Vietnam is a member firm within Grant Thornton International Ltd ("Grant Thornton International"). Grant Thornton International and the member firms are not a worldwide partnership. Services are delivered by the member firms independently.
This publication is general in nature and should not be construed as providing advice. No responsibility is taken for any party acting on the contents of this document.

A black silhouette of a man in a suit and hat, standing and holding a red rectangular sign with his right hand. The sign contains the website address.

www.grantthornton.com.vn