



Received: 12-11-2022

Accepted: 22-12-2022

International Journal of Advanced Multidisciplinary Research and Studies

ISSN: 2583-049X

Strengthen the entrepreneurial capacity of companies the transportation and logistics services industry in the post-Covid-19 era

Hua Trung Phuc

Gia Dinh University, Vietnam

Corresponding Author: **Hua Trung Phuc**

Abstract

La pandémie de Covid 19, tel un « tsunami » qui vient de « balayer » le Vietnam, ses conséquences ont directement affecté tous les aspects de la vie de la société. En particulier, le transport et la logistique sont considérés comme l'une des industries les plus touchées après la fin de la pandémie. Cet article exposera les réalités et les difficultés rencontrées par

les entreprises de transport et de logistique avant et après la fin de l'épidémie. Il y aura ainsi des solutions pour faire face aux obstacles à venir, notamment la nécessité de stimuler la demande intérieure. Les propositions et recommandations contribueront au développement d'une industrie du transport et de la logistique plus forte et plus stable.

Keywords: Pandémie de Covid 19, Transport et Logistique, Capacité de Démarrage, Transformation Numérique

1. Présentations

1.1 La situation générale de l'économie vietnamienne après le covid-19

L'épidémie de COVID-19 a apporté des défis sans précédent avec des impacts significatifs sur le développement de l'économie vietnamienne. La distanciation sociale a provoqué une baisse de la valeur des exportations et des importations de biens et services, accompagnée d'une baisse des revenus, d'une baisse de la consommation, d'une stagnation des activités d'importation et d'exportation, et l'économie nationale et étrangère en eau est gravement appauvrie. Après la pandémie de COVID-19, l'économie du Vietnam se redresse à un rythme rapide grâce à l'application de solutions drastiques et efficaces à travers la mise en œuvre de l'objectif de "prévention et promotion des épidémies. promouvoir le développement socio-économique", grâce auquel le Vietnam l'économie a encore obtenu des résultats positifs.

1.2 La situation de l'industrie du tourisme, du transport et de la logistique

L'épidémie de COVID-19 a fait chuter l'industrie du tourisme et des transports en raison de la mise en place de la distanciation sociale conformément à la directive 16. Pour promouvoir le marché, le ministère de l'Industrie et du Commerce a mis en place des programmes et des mesures spécifiques pour améliorer la demande d'utilisation, développer durablement le marché intérieur, assurer l'approvisionnement en biens essentiels, créer des conditions favorables et répondre rapidement aux besoins de consommation de la population. Promouvoir l'application des technologies de l'information, développer le commerce électronique en fonction de la situation actuelle. Compléter les plans d'action sur le développement du tourisme, promouvoir le développement du tourisme intelligent et la transformation numérique du tourisme, modifier et compléter les réglementations légales sur la gestion des établissements d'hébergement touristique, compléter et développer les établissements d'hébergement touristique, développer l'économie nocturne, préparer les plans d'accueil post-COVID-19 internationaux touristes et touristes nationaux.

La propagation du COVID-19 a perturbé le fonctionnement des chaînes d'approvisionnement à l'échelle nationale, ce qui rend difficile pour les entreprises de modéliser et d'évaluer les risques. La chaîne d'approvisionnement du futur ne tournera pas seulement autour de l'efficacité et de la gestion des coûts, mais sera basée sur la sécurité et l'adaptabilité de cette chaîne d'approvisionnement, en devant toujours équilibrer 3 facteurs : rapide, bon marché et service. Si vous souhaitez fournir des services de qualité, vous devez être en mesure d'exploiter une infrastructure technologique 4.0, ce qui nécessite des ressources humaines de haute qualité, des compétences en service à la clientèle, des compétences en langues étrangères et une transformation numérique.

1.3 L'urgence d'améliorer la capacité de démarrage des entreprises de tourisme, de transport et de logistique

Afin d'améliorer la capacité d'innover, de raccourcir la route du succès, la capacité de gérer et d'exploiter des entreprises dans les secteurs du tourisme, du transport et de la logistique, d'améliorer la capacité d'appliquer les technologies modernes au travail, de diffuser l'esprit d'entreprise aux jeunes personnes à travers le pays.

1.4 L'objectif est d'améliorer la capacité de démarrage des entreprises du tourisme, du transport et de la logistique

- Développer les services logistiques en une industrie à haute valeur ajoutée, liant les services logistiques à la production de biens, à l'importation et à l'exportation et au commerce intérieur.
- Créer des opportunités pour les startups de la logistique de rejoindre la chaîne d'approvisionnement et de fournir des solutions logistiques
- Développement des réseaux et services de transport, liaisons interrégionales

2. Base théorique

2.1 Concepts de l'industrie des services de transport et de la logistique

2.1.1 Concept de l'industrie des services de transport

Les services de transport sont compris comme des activités économiques qui ont lieu entre le transporteur (sujet) et l'utilisateur et payant (objet). Ce service est assuré par divers moyens tels que : routier, fluvial, ferroviaire, aérien et pipeline.

Pour répondre au maximum aux besoins de la production et des affaires, les modes de transport ci-dessus peuvent également être utilisés ensemble. Ce service est souvent appelé transport multimodal. À ce moment-là, les marchandises n'ont qu'à passer par une société de services et à être acheminées jusqu'au destinataire par de nombreuses méthodes différentes.

- Il existe différents types de transports tels que :
 - + Camionnage
 - + Transport ferroviaire
 - + Fret aérien
 - + Transport par pipeline
 - + Le transport de l'eau

2.1.2 Concept de l'industrie de la logistique

Découvrons d'abord l'origine du mot "Logistique". Selon le dictionnaire original d'Oxford, la logistique désigne une petite branche de la science militaire. Il comprend des activités telles que les achats, l'entretien, le transport de matériel, le personnel et les véhicules. Le mot "Logistique" vient du mot français "Logistique".

Dans le dictionnaire américain New Oxford, la logistique est définie comme la coordination détaillée d'une activité complexe impliquant des personnes, des matériaux et des véhicules.

2.1.3 Problèmes de démarrage des services de transport et de la logistique

L'industrie des services de logistique et de transport a encore une énorme quantité de travail que les startups peuvent participer à résoudre ainsi qu'à créer des opportunités commerciales pour la jeune génération. Cependant, pour

démarrer une entreprise dans ce domaine, en plus du facteur passion, il est nécessaire de construire une culture d'acceptation de l'échec et du risque car c'est la règle inévitable pour que le compromis trouve le succès.

2.2 La nature de l'économie est basée sur l'entrepreneuriat, les opportunités et les défis

2.2.1 Opportunités et défis de l'industrie de la logistique

❖ Occasion

L'épidémie de Covid-19 est maîtrisée, l'économie - société s'est progressivement stabilisée, la demande de déplacements et de transport de marchandises des personnes et des entreprises augmente, ce qui est une opportunité pour l'industrie du transport de se redresser après une longue période de troubles.

Avec l'avantage d'être situé au centre de la région Asie-Pacifique, sur les routes maritimes internationales, le marché de la logistique au Vietnam est évalué par la communauté des affaires et les organisations internationales comme ayant un fort potentiel de développement, notamment après la pandémie de Covid-19. a été maîtrisée, la production et les activités commerciales se sont redressées et ont de nouveau augmenté.

Les services de logistique et de transport sont une opportunité « en or » après la pandémie. Le Vietnam compte actuellement plus de 4 000 entreprises opérant de manière professionnelle, fournissant des services logistiques

En fait, l'industrie vietnamienne des services logistiques a franchi des étapes de développement rapides, avec une croissance annuelle moyenne de 12 à 15 %. Actuellement, il existe plus de 4 000 entreprises de logistique professionnelle fournissant des services logistiques internationaux. L'ensemble du pays compte 69 centres logistiques de grande et moyenne taille, concentrés dans un certain nombre de zones industrielles. Au cours des dernières années, ces centres ont continué à se transformer de centres logistiques traditionnels en centres logistiques de nouvelle génération, appliquant la technologie 4.0.

Selon les experts, les entreprises logistiques vietnamiennes ont l'habitude de s'adapter et de surmonter la deuxième année la plus difficile de l'épidémie de Covid-19, donc la prochaine fois sera le moment où la logistique fera une percée et se développera fortement. Ainsi, l'industrie logistique vietnamienne est confrontée à de nombreuses opportunités issues des accords de libre-échange et du fort développement du e-commerce. Même selon les experts économiques, le secteur logistique du Vietnam est confronté à une opportunité "en or" après la pandémie de Covid-19.

Plus précisément, le fort développement des industries de soutien et l'augmentation des activités de commerce électronique feront de la logistique un domaine qui attire les investissements et offre de nombreuses opportunités de développement. Les accords de libre-échange (ALE), y compris les ALE de nouvelle génération, sont entrés en vigueur et aideront le Vietnam à bénéficier de la promotion de l'importation et de l'exportation de marchandises.

En outre, de grandes opportunités pour les entreprises de logistique s'ouvrent également lorsque le chiffre d'affaires des importations et des exportations du Vietnam augmente fortement malgré les impacts négatifs de la pandémie, atteignant plus de 668 milliards USD en 2021 et atteindra le cap des 1 000 milliards USD de chiffre d'affaires total d'import-export en le futur proche.

❖ *Défi*

Malgré un développement rapide et une croissance annuelle moyenne à un bon rythme, force est d'admettre que l'industrie des services logistiques connaît encore de nombreuses limites et ne s'est pas développée à la mesure de son potentiel. Lors de la session plénière du Vietnam Logistics Forum 2021 organisé par le ministère de l'Industrie et du Commerce fin 2021, Mme Carolyn Turk - Directrice pays de la Banque mondiale au Vietnam a souligné qu'en 2021 sous l'impact de la pandémie de Covid-19, le coût des services logistiques au Vietnam est encore assez élevé. En outre, il y a un manque de liens étroits et efficaces entre les entreprises de services logistiques entre elles et avec les entreprises de production, commerciales, d'importation et d'exportation; l'échelle et le potentiel financier des entreprises logistiques vietnamiennes sont encore faibles, la compétitivité est encore faible, la fréquentation des marchés étrangers n'est pas significative; Les ressources humaines pour les services logistiques manquent à la fois de quantité, de qualité et de professionnalisme.

Par conséquent, les entreprises logistiques vietnamiennes continuent de faire face à une concurrence féroce avec les entreprises étrangères. Les experts s'inquiètent du fait que les entreprises de services logistiques du Vietnam représentent environ 95%, mais la plupart d'entre elles sont de petites et micro-entreprises fournissant des services sans haute valeur ajoutée. Le lien entre les entreprises d'import-export et les entreprises de services logistiques n'est ni étroit ni efficace.

En particulier, le Vietnam manque encore de centres logistiques modernes et à grande échelle, en particulier de centres logistiques de traitement préliminaire, de transformation et de conservation afin de minimiser les dommages et d'assurer les conditions d'exportation. Cela se voit clairement lors du développement compliqué de l'épidémie, les activités de transport mondiales sont affectées, les coûts logistiques augmentent, affectant la production nationale et les activités commerciales.

2.2.2 *Opportunités et défis de l'industrie des services de transport*

❖ *Occasion*

Selon le vice-ministre des Transports Nguyen Ngoc Dong : "Les opportunités des entreprises vietnamiennes, y compris celles du secteur des transports, sont également plus ouvertes". En conséquence, les entreprises de transport peuvent fournir des services de fret et de port maritime dans un autre pays, l'important est la compétitivité de l'unité de transport.

Selon M. Dong, le volume de biens produits dans le pays sera plus important, ainsi que le transport de biens intérieurs, l'augmentation des échanges de biens entre les pays partenaires, les flux de capitaux provenant des investissements de l'étranger, en plus de mettre en œuvre des projets qui sont perçus comme des opportunités pour élargir les marchés et la production de transport pour les entreprises vietnamiennes.

❖ *Défi*

En tant qu'industrie de services offrant de nombreuses opportunités de croissance, les défis de l'industrie ne sont pas minces. Selon une enquête menée par Vietnam Report, les trois plus grands défis de l'industrie du transport et de la logistique au Vietnam comprennent aujourd'hui : les

infrastructures telles que le système de ports, d'entrepôts, de connexions, etc. sont encore limitées et inadéquates; L'échelle de capital limitée, le niveau de gestion, les qualifications professionnelles ne sont pas élevées; Taxes, péages et surtaxes élevés.

Selon l'évaluation des entreprises du secteur, bien que l'infrastructure ait été améliorée par rapport à avant, il existe encore de nombreuses lacunes. L'axe de transport Nord-Sud est encore fortement dépendant de la route et nécessite une plus grande implication de l'industrie ferroviaire. Le développement déséquilibré du système portuaire du Vietnam alors que plus de 92% du trafic de conteneurs du sud est concentré au port de Cat Lai, entraînant une surcharge, un blocage du port causant d'énormes déchets.

Le capital et les ressources humaines sont les principales raisons pour lesquelles il est difficile pour les entreprises nationales de concurrencer les entreprises étrangères. La plupart des plus de 70% des entreprises de transport et de logistique opérant aujourd'hui ont un capital de petite et moyenne taille, 7% ont un capital de plus de 1 000 milliards de VND, dont la majorité des grands groupes de capitaux sont des entreprises multinationales.

En ce qui concerne les coûts logistiques, les coûts de transport au Vietnam sont actuellement à un niveau élevé (3 fois plus élevé que dans les autres pays de la région et du monde) et inégaux selon les régions, principalement en raison des différents types de transport. Les taxes, péages et surtaxes sont actuellement assez élevés, réduisant indirectement la compétitivité par rapport aux autres pays.

2.3 *Facteurs influant sur la capacité de démarrage des entreprises de tourisme, de transport et de logistique*

2.3.1 *Capacité à répondre aux besoins des clients :*

La vision axée sur la demande (Morash *et al.*, 1996 et Lynch *et al.*, 2000) soutient que les entreprises doivent garantir la capacité de répondre aux besoins des clients pour des produits spéciaux ou des services personnalisés, conçus pour créer de la valeur ajoutée pour les clients et maximiser la satisfaction, tout en s'améliorant continuellement. Cette capacité comprend les aspects suivants :

Le premier est la capacité de localiser avec précision les clients clés ainsi que les besoins et les goûts des clients des entreprises de logistique.

Le second est lié à la capacité de répondre aux besoins des clients avec souplesse, en créant un maximum de confort pour les clients.

Le troisième est la capacité à répondre aux envois rapides et urgents ou aux besoins des clients.

Le quatrième est la capacité à saisir et à s'adapter aux tendances changeantes des demandes des clients et du marché de la logistique d'entreprise.

2.3.2 *Capacité à intégrer la logistique dans la supply chain :*

Les capacités d'intégration logistique sont le résultat de la connexion et de la rationalisation de différentes capacités logistiques entre les membres de la chaîne d'approvisionnement. Selon le modèle proposé de concurrence au niveau de la chaîne d'approvisionnement, les entreprises de la chaîne d'approvisionnement doivent intégrer des capacités logistiques spécifiques au niveau de l'entreprise, afin d'améliorer leur compétitivité face aux entreprises extérieures à la chaîne d'approvisionnement. Plus précisément, les capacités d'intégration de la logistique d'entreprise dans la chaîne d'approvisionnement

comprennent :

Premièrement, la coordination - est un contenu de la capacité d'intégration logistique.

Deuxièmement, la coopération joue un rôle important dans la capacité d'intégration logistique des entreprises de logistique, nécessitant l'alignement des intérêts entre les acteurs de la chaîne d'approvisionnement.

Troisièmement, la communication de partage d'informations est considérée comme une condition de base pour atteindre la capacité d'intégration logistique.

2.3.3 Capacité de positionnement concurrentiel de la valeur de l'offre de services :

Le positionnement concurrentiel de la valeur de la prestation de services logistiques est défini comme une capacité distinctive à effectuer un large éventail d'activités logistiques de manière innovante qui le différencie de ses concurrents. La nature et le rôle fonctionnel de la capacité à positionner de manière compétitive la valeur de la prestation de services des entreprises de logistique sont illustrés à travers les contenus suivants :

Le premier est la capacité de fournir aux clients des solutions logistiques modernes et avancées. Le second est la capacité à fournir une variété de services logistiques, y compris des services à valeur ajoutée tels que l'étiquetage, la garantie de la sécurité pendant le transport et le déchargement, et la consolidation.

Le troisième est la capacité à répondre à des exigences uniques en mettant en œuvre des solutions pré-planifiées.

Le quatrième est la capacité de fournir aux clients des services logistiques spécialisés dans différentes industries. Outre les services de base tels que l'entreposage et le traitement des commandes, les services de transport et de distribution et les services logistiques intégrés, les grandes entreprises ont également une demande de conseil et de services en gestion logistique.

2.3.4 Capacité à appliquer les technologies de l'information dans les activités de prestation de services :

L'importance de l'informatique dans les activités logistiques réside dans sa contribution à fournir des informations opportunes et précises, permettant le partage d'informations au sein de l'entreprise et entre les partenaires de la chaîne d'approvisionnement, et améliorant les décisions de l'organisation. Essentiellement, la capacité d'application informatique des entreprises de logistique se reflète dans les aspects suivants :

Le premier est la capacité à utiliser des systèmes informatiques avancés pour gérer et traiter les transactions commerciales;

La seconde est la capacité à utiliser des systèmes informatiques avancés pour prévoir et organiser les calendriers de livraison, s'adaptant ainsi facilement aux clients.

Troisièmement, la capacité d'utiliser des systèmes informatiques sécurisés pour effectuer des transactions commerciales.

Quatrièmement, un système informatique efficace permet l'intégration des activités de logistique d'entreprise avec les clients ou les fournisseurs de la chaîne d'approvisionnement par le biais des systèmes d'information.

2.3.5 Capacité de gestion des ressources humaines dans la prestation de services :

Le premier est une gestion efficace.

Le deuxième est la formation et le développement de carrière.

Troisièmement, la question de l'indemnisation.

2.3.6 Capacité à développer des partenariats avec les parties prenantes :

Les relations sont comprises comme le système de réseaux sociaux et de relations d'influence qui facilitent l'entreprise et ses différentes transactions. Montré à travers ce qui suit:

Le premier est la capacité à établir, développer et renforcer des relations solides pour fidéliser la clientèle

La seconde est la capacité d'établir, de développer et de renforcer des relations solides pour atteindre des partenaires commerciaux d'autres cultures.

Le troisième est la capacité à utiliser les relations pour stimuler les transactions commerciales, en particulier dans les situations difficiles, en minimisant les problèmes dans le processus d'approvisionnement. Quatrièmement, la capacité d'utiliser les relations pour accéder aux ressources et obtenir des informations précieuses.

Cinquièmement, la capacité d'établir, de développer et de renforcer les relations avec les gouvernements locaux et gouvernementaux. Cette forme de ressource immatérielle est souvent appelée capital social.

2.3.7 Capacité à innover la valeur de la prestation de services :

Pour être en mesure de fournir de bons services, les entreprises de logistique doivent régulièrement innover, ce qui est entendu comme « tout service lié à la logistique, du plus simple au plus complexe, est considéré comme nouveau et apporte des avantages aux clients ».

2.4 Renforcer la capacité de démarrage des entreprises pour maintenir la compétitivité de l'économie :

2.4.1 Que faire pour promouvoir la force du tourisme de la logistique et des transports :

Afin d'améliorer la compétitivité des entreprises, Mme Ngo Thi Truc Anh, directrice du département des expéditions, Lazada Logistics Vietnam, a déclaré que la création d'un écosystème logistique durable est la compétitivité la plus efficace. Le marché du commerce électronique au Vietnam a enregistré une croissance impressionnante au cours des 2 dernières années, créant une percée pour l'industrie de la logistique. Cependant, les entreprises de logistique sont également confrontées à de grands défis dans le processus d'exploitation pour répondre aux demandes croissantes du marché.

L'année 2022 devrait continuer à présenter des opportunités, des avantages, des difficultés et des défis. Cependant, le Vietnam dispose d'un fort avantage géo-économique qui est très pratique pour promouvoir la production, l'exportation et les services logistiques car il est situé dans une zone de développement dynamique du monde, où les flux de marchandises sont très concentrés.

En outre, le Vietnam doit promouvoir l'application de la technologie dans l'industrie de la logistique pour améliorer l'efficacité, optimiser la productivité opérationnelle et

réduire les coûts d'exploitation des entreprises, connecter étroitement les unités de développement et exploiter la logistique pour améliorer l'efficacité opérationnelle telles que les unités de production, la logistique, les 3PL, transport, encourageant les investissements sur le marché vietnamien de la logistique ».

2.4.2 Améliorer la compétitivité et développer les services de transport et de logistique :

La logistique est une industrie qui fournit des services liés au transport maritime, aérien, routier et à la gestion des marchandises pour la déclaration en douane ou la prestation de services aux clients, au service de la chaîne d'approvisionnement pour le commerce de détail.

Dans le passé, le développement rapide du commerce électronique a fait passer les habitudes de consommation des achats traditionnels aux achats en ligne. Par ailleurs, l'économie s'ouvre et s'intègre plus profondément avec plus de 500 milliards USD d'importations et d'exportations par an; L'échelle du transport de marchandises par route, mer, air et rail est très grande - c'est un terrain fertile pour les startups dans le domaine de la logistique pour trouver des opportunités.

Parallèlement au développement de la révolution industrielle 4.0 et du commerce électronique, au cours des dernières années, de nombreuses entreprises de services logistiques et startups ont appliqué la technologie pour aider à faire passer l'industrie de la logistique à un nouveau niveau, tout en aidant les expéditeurs à réduire leurs coûts, améliorer l'efficacité opérationnelle et profiter aux consommateurs.

2.4.3 La prestation logistique est une industrie à fort potentiel de développement :

C'est l'une des années difficiles pour l'économie en général et le secteur de la logistique en particulier, le commerce mondial a été gravement affecté par l'épidémie de Covid-19. Bien que les gouvernements des pays fassent des efforts pour maintenir la chaîne d'approvisionnement des marchandises et donnent la priorité à la circulation des biens essentiels, en raison des mesures de contrôle des maladies, des réglementations sur l'isolement et la distanciation sociale, parfois, toute l'opération a été presque paralysée.

Alors que dans certains endroits, les activités logistiques ont été stoppées à cause de l'épidémie, certains autres segments comme la logistique au service du e-commerce se sont retrouvés surchargés car le nombre d'acheteurs et les commandes de livraison à domicile ont considérablement augmenté. Dans les deux cas, sans une bonne préparation, les entreprises de services logistiques et les entreprises de production et d'import-export auront beaucoup de mal à s'adapter à la nouvelle donne.

Le marché mondial de la logistique au second semestre 2020 est principalement tiré par la restauration des flux commerciaux internationaux. En outre, les politiques de facilitation des échanges et de relance de la croissance économique post-Covid-19 mises en œuvre par le gouvernement contribuent également à l'expansion du marché. Les principaux moteurs de ce marché au second semestre 2020 sont les efforts considérables des gouvernements, des organisations internationales et des entreprises pour aider à stabiliser la chaîne d'approvisionnement au milieu de la pandémie de Covid-19 en cours, variable complexe.

Selon les données de l'Association vietnamienne des

entreprises de services logistiques, actuellement 95 % des entreprises de logistique en activité sont des entreprises vietnamiennes. Le nombre d'entreprises est important, mais principalement de petites entreprises, avec une échelle limitée en termes de capital et de ressources humaines ainsi qu'une expérience d'exploitation internationale, il n'y a pas de lien entre les étapes de la chaîne d'approvisionnement logistique et entre les entreprises de services. -entreprises exportatrices. Par conséquent, tant dans le sens de l'achat que de la vente, les entreprises de logistique nationales sont limitées en termes de terrain de jeu.

3. Résultats de la recherche et discussion

3.1 Caractéristiques de l'industrie des services de transport et de logistique (industrie des services de transport et de logistique).

3.1.1 Service de transport :

- Produits de transport Il n'y a pas de forme physique spécifique, c'est le processus de déplacement des marchandises et des passagers d'un endroit à un autre, le processus de production et de consommation se déroule en même temps, il n'y a pas de produit inachevé.
- Les produits de transport sont mesurés en tonnes/km (marchandises transportées) et en personnes/km (passagers).
- Les activités des entreprises de transport sont diversifiées en termes de types d'activités telles que transport routier, ferroviaire, maritime, fluvial, aérien, transport rudimentaire... chaque type de transport a ses propres spécificités affectant la comptabilité analytique et les prix des produits.
- L'entreprise de services de transport doit gérer le processus d'exploitation à de nombreuses étapes différentes telles que les transactions, les contrats de transport de marchandises ou de passagers, le paiement des contrats, la planification de l'expédition et la vérification de la situation réelle.
- Les chauffeurs et les moyens de travail opèrent principalement hors de l'entreprise de manière autonome et en déplacement, le plan de transport doit donc être précisé pour chaque jour, semaine, courte durée...; le processus de gestion doit être très spécifique, doit construire un régime matériel clair, appliquer un mécanisme contractuel raisonnable.
- Les moyens de transport sont des immobilisations, ces véhicules comprennent de nombreux types avec des caractéristiques, des effets, des performances et une consommation de carburant différents, de sorte que les exigences en matière de gestion des moyens de transport sont également différentes. D'autre part, la diversité des services de transport avec de nombreux types de véhicules différents de qualité différente et des itinéraires différents devrait avoir une grande influence sur le calcul et la détermination du coût des services de transport.
- Le transport de voyageurs est plus compliqué que le transport de marchandises, car le transport de marchandises est généralement effectué dans le cadre de contrats signés et il y a peu de changement d'horaire, tandis que le transport de voyageurs est vendu par le réseau. Les billets peuvent être organisés dans de nombreux endroits et se posent souvent des cas de changement de billet, changement d'itinéraire, retour de billet; d'autre part, entre le moment où les clients

achètent des billets et celui où ils utilisent le service, il y a souvent un décalage dans le temps, ce qui complique la détermination du moment de comptabiliser les revenus et de gérer les revenus.

- Les activités de services de transport dépendent en grande partie des conditions naturelles de la géographie, du climat, de la météo, ainsi que de la saisonnalité de ce type de service, de sorte que les activités de transport sont risquées.

3.1.2 Prestations logistiques :

- Fabriqué par des commerçants.
- C'est un service de la plus haute perfection.
- Jouez un rôle important dans votre entreprise.
- Réalisé sur la base du contrat des parties.

3.2 La situation actuelle de la capacité de démarrage dans l'industrie des services de transport et de logistique par rapport aux autres secteurs de l'économie vietnamienne.

3.2.1 Service de transport :

- Premièrement, la qualité de service est encore limitée en termes de moyens de transport qui n'ont pas été bien investis, mais aussi en termes de ressources humaines. Actuellement, les moyens de transport sont rudimentaires et ne répondent pas aux exigences de sécurité. Les ressources humaines sont encore limitées en termes d'expertise et de qualification professionnelles, elles n'ont donc pas encore créé une tranquillité d'esprit absolue pour les partenaires.
- Deuxièmement, la concurrence est inégale parce que l'offre est supérieure à la demande. L'augmentation de l'offre, la diminution de la demande, c'est l'excès de moyens de transport qui va perturber la planification dans les transports. L'apparition d'un facteur prix compétitif affectera directement la qualité du service, le professionnalisme du modèle individuel et spontané, bien qu'il soit encore limité dans le professionnalisme, mais affectera plus ou moins professionnellement les investisseurs.
- Troisièmement, la politique fiscale n'est pas uniforme. De nombreuses dispositions de la feuille de route de calcul des taxes pour les entreprises de transport ne sont pas fluides et incohérentes; Les péages, les péages, les péages ne sont actuellement pas inclus dans le coût, ou la façon de calculer la consommation de carburant est encore inadéquate, provoquant de nombreuses polémiques pour déterminer le bien et le mal.

3.2.2 Prestations de Logistique :

- Concernant la main-d'œuvre : le marché du travail de la logistique au Vietnam est assez abondant, mais c'est pour les entreprises publiques qui sont privatisées. En fait, dans les petites et moyennes entreprises, les ressources humaines ne peuvent répondre qu'à environ 40 % de la demande de l'industrie, la proportion de ressources humaines bien formées dans la logistique est encore assez faible, seulement 5 à 7 % (BBT, 2016).
- À propos des entreprises : Actuellement, les grandes entreprises dominent beaucoup le marché, les petites entreprises n'ont d'ailleurs pas pris pied sur le marché. En outre, selon les statistiques, les entreprises de logistique du Vietnam n'opèrent que sur le marché intérieur ou dans quelques pays de la région, et agissent

principalement en tant qu'agents ou entreprennent chaque étape des entreprises de logistique internationale. qui est considérée comme l'industrie de services "d'infrastructure" de l'économie nationale.

- Infrastructure : Les installations ne sont pas équipées des meilleurs outils et moyens pour transporter les marchandises. Le fret est encore souvent très encombré et il n'y a toujours aucun moyen de le gérer de manière satisfaisante et approfondie.
- À propos des coûts de service : les coûts de service très élevés sont un problème qui doit être résolu avec l'industrie de la logistique au Vietnam.

3.3 Facteurs influant sur la capacité de démarrage des entreprises du secteur des services de transport et de logistique.

3.3.1 Importation de biens de consommation :

En raison de la pandémie à partir de 2020, la demande de consommation de services s'est complètement déplacée vers l'achat de biens durables tels que l'électronique, l'électroménager, les vêtements... Notamment, la majorité des livraisons La traduction se fait en ligne. Deux ans après la pandémie, les dépenses de consommation en biens restent élevées.

La croissance explosive du commerce de détail reflétée dans les volumes d'importation record montre peu de signes de ralentissement.

Indépendamment du conflit russo-ukrainien ou de la hausse de l'inflation, la demande de dépenses en biens de consommation est toujours élevée, de sorte que les importateurs et les prestataires de services logistiques ne voient pas de réduction de la pression.

3.3.2 Déséquilibre des coûts :

L'infrastructure logistique existante ne peut pas répondre à la demande de fret, ce qui entraîne de graves baisses de capacité dans les ports et sur l'ensemble de l'itinéraire de distribution du dernier kilomètre. Dans le même temps, la pénurie de main-d'œuvre fait également perdre aux importateurs et aux unités logistiques leur équilibre en matière d'économies de coûts et de transport efficace.

De plus, la circulation des marchandises est entravée par la pénurie de conteneurs maritimes. Pour faire face aux contraintes de capacité et à l'escalade des coûts de transport, les chaînes d'approvisionnement doivent fonctionner de manière plus efficace et efficiente en fonction des ressources disponibles. Les entreprises de logistique doivent également accroître la capacité de suivre les activités des actifs afin de maximiser l'utilisation, en rééquilibrant les emplacements au fil du temps.

3.3.3 Durabilité:

Alors que de plus en plus de pays incitent les consommateurs et les entreprises à agir pour l'environnement, les chaînes d'approvisionnement et la logistique jouent un rôle de premier plan dans les efforts de réduction des émissions de gaz à effet de serre. Les entreprises reconnaissent que l'amélioration des performances de la chaîne d'approvisionnement va de pair avec l'amélioration de l'environnement. Dans le même temps, la réduction de CO2 est une opportunité d'économiser et d'améliorer globalement : les opérations, les coûts, le temps, les ressources et l'environnement.

3.3.4 Conflit géopolitique :

Dans le contexte des conflits en cours, les entreprises de logistique doivent concevoir des stratégies et appliquer la technologie pour surmonter et, en même temps, minimiser l'impact des futurs conflits en construisant des chaînes d'approvisionnement plus flexibles. La résilience de la chaîne d'approvisionnement doit inclure la résistance aux attaques contre l'infrastructure des technologies de l'information qui gère la chaîne d'approvisionnement.

Avec les sanctions entre les pays, de nombreux transporteurs sont confrontés à des défis majeurs dans les partenariats commerciaux. Ils doivent sélectionner les partenaires pour la conformité à l'exportation afin de simplifier les opérations commerciales. En outre, les entreprises doivent également trouver des sources d'approvisionnement alternatives pour réduire les risques.

3.3.5 Pénurie de main d'oeuvre :

Les pénuries de main-d'œuvre dans l'industrie de la logistique sont une préoccupation croissante. Actuellement, de nombreux jeunes sont au chômage et perdent leur emploi à cause de la pandémie. Par conséquent, les entreprises de logistique réalisent qu'elles doivent réduire leur dépendance à l'égard du travail manuel et concentrer leurs ressources sur un travail à plus forte valeur ajoutée pour améliorer les performances financières et l'expérience client. Dans ce cas, l'automatisation des processus manuels et l'optimisation des ressources existantes avec la meilleure technologie est une solution efficace.

3.4 Impact de la pandémie de Covid-19 sur la capacité de démarrage des entreprises de l'industrie des services de transport et de logistique.

- De nombreuses usines doivent réduire leurs opérations, de sorte que la quantité de marchandises à déplacer est moindre, ce qui entraîne une diminution du transport et de la livraison des marchandises dans la chaîne d'approvisionnement, affectant considérablement le fonctionnement des entreprises de logistique.
- Les entreprises ont également une réduction significative des revenus des marchandises exportées et importées de pays épidémiques tels que la Chine, la Corée, le Japon et Singapour.
- Les entreprises manquent de matières premières pour la production et ont du mal à trouver des débouchés pour les produits en Asie et dans certaines autres régions, ce qui entraîne une surproduction et une incapacité à exporter.
- Selon un certain nombre d'entreprises de logistique, la délivrance de documents par l'agence de gestion de l'État pour recalculer la valeur et percevoir la taxe, l'augmentation des prix de chargement et de déchargement dans les ports maritimes, ainsi que la réduction et la non-ouverture des points de perception des redevances pour l'utilisation de le produit final, l'infrastructure de la zone portuaire locale ... a causé de nombreuses difficultés aux entreprises.
- Certains clients chinois ont des difficultés financières, entraînant une incapacité à rembourser leurs dettes envers les expéditeurs et les fournisseurs vietnamiens, entraînant un paiement lent des marchandises par les expéditeurs aux entreprises de logistique.

3.5 Renforcer la capacité de démarrage des entreprises du secteur des services et de la logistique à l'ère post-Covid-19.

- Dans le domaine de l'aviation, demander au gouvernement d'ordonner l'assouplissement de la réglementation sur les voyages et l'isolement pour ceux qui ont eu suffisamment de vaccins; assouplir progressivement les réglementations d'entrée et d'isolement pour les passagers entièrement vaccinés et prévoir de réexploiter prochainement les liaisons internationales. En outre, il est proposé d'étendre et de mettre en œuvre le programme de soutien au crédit pour les entreprises aéronautiques.
- En ce qui concerne le secteur ferroviaire, demander aux banques d'envisager de réduire les taux d'intérêt pour les entreprises de transport; dans le même temps, continuer à réduire la TVA pour les entreprises, la TVA en amont et en aval des véhicules, et la taxe d'immatriculation.
- On peut dire que, parallèlement aux efforts des entreprises, du gouvernement et du ministère des Transports, il existe des politiques de soutien telles que la réduction et la prolongation de la durée des incitations fiscales à la protection de l'environnement pour le carburateur; réduire les redevances, les redevances et les coûts des services aéroportuaires... afin que les entreprises puissent surmonter les difficultés et se rétablir rapidement.
- Afin de résister à l'impact de l'épidémie de Covid-19, assorties de solutions pratiques pour soutenir les finances de l'État, les entreprises de transport elles-mêmes doivent faire des efforts et prendre des mesures pour se "transformer" en termes de stratégie et de modèle économique cohérent avec l'orientation du développement.

4. Conclusions et recommandations

4.1 Conclusion

L'économie du Vietnam s'intègre plus profondément à l'économie mondiale, la taille du marché des services de transport et de logistique est en expansion, apportant de nombreuses opportunités de développement pour les entreprises de services de transport et de logistique, tout en créant également des défis importants pour le développement des entreprises de services de transport et de logistique au Vietnam. Les entreprises ont de plus en plus de concurrents, l'environnement des affaires est en constante évolution, la demande des consommateurs passe du désir de qualité, de prix... au désir d'être garanti et engagé par la marque, la réputation. L'étude des potentiels, des opportunités et des défis, fournissant ainsi des solutions pour développer l'industrie des services de transport et de logistique au Vietnam après l'ère post-covid-19 est désormais une tendance de développement inévitable, aidant les entreprises à pénétrer et à élargir de plus en plus le marché.

4.2 Demande

4.2.1 Pour l'État et le gouvernement à tous les niveaux dans l'industrie des services de transport et de logistique

Au cours de la récente période anti-épidémique, les services de transport et de logistique se sont révélés être une

importante industrie de services de l'économie. L'industrie des services de transport et de logistique a activement participé à des activités conjointes telles que le soutien aux entreprises pour exporter des produits agricoles et de la mer vers le marché chinois, les entreprises d'entrepôt ont activement réduit de 10 à 20 % les tarifs de location des entrepôts frigorifiques; participer activement au transport de marchandises pour le marché intérieur en plus de servir l'importation et l'exportation, en particulier les marchandises destinées à la production et à la consommation en période de distanciation sociale.

Afin de résoudre les difficultés des entreprises, les entreprises ont fait un bon travail de critique sociale, reflétant rapidement les opinions des entreprises par le biais d'associations, afin que le gouvernement et les organismes de gestion de l'État puissent les soutenir. solutions pour réduire les coûts des services de transport et de logistique comme objectifs du Gouvernement et du Premier Ministre, proposer des solutions et des initiatives pour lever les difficultés, promouvoir la production et les affaires, reconstruire l'économie réponse économique à la pandémie post-Covid-19.

Les agences compétentes doivent effectuer un travail anti-épidémique aux postes-frontières routiers et aux ports maritimes en vue de créer des conditions favorables pour les entreprises; coordonner avec les provinces frontalières du nord pour organiser des forces fonctionnelles pour séparer les canaux et les itinéraires sur les routes afin de créer des conditions favorables pour que les marchandises et les véhicules circulent de la meilleure façon.

La Banque d'État du Vietnam envisage de réduire le taux d'intérêt de base. Les banques commerciales doivent geler les dettes, retarder les dettes, réduire les taux d'intérêt sur les prêts, étendre les limites de prêt et restructurer les prêts aux entreprises dans les domaines fortement touchés par l'épidémie de Covid-19 tels que : le tourisme, les services, l'exportation de produits agricoles, les transports, le textile, chaussure...

Pour les entreprises d'entrepôt frigorifique, le stockage frigorifique devrait être utilisé de préférence dans les prix de l'électricité; incitations fiscales, pour les chaînes de restaurants, d'hôtels, d'approvisionnement alimentaire; allonger l'échéancier de paiement, réduire la rente foncière et la production et les locaux commerciaux pour les entreprises fortement touchées par l'épidémie, à condition que la révolution industrielle 4.0, les entreprises fournissant des services de transport et de logistique au Vietnam intègrent activement la transformation numérique pour changer la stagnation, créer des percées pour améliorer la compétitivité, réduire les coûts logistiques; renforcer le commerce électronique, la salle des marchés en ligne, le paiement en ligne. Le gouvernement doit identifier clairement les opportunités et les défis dans les années à venir pour fixer des exigences spécifiques pour l'industrie des services de transport et de logistique dans le but de réduire les coûts logistiques pour améliorer l'efficacité et la compétitivité des biens et de l'économie, en mettant en œuvre de manière synchrone la solution.

4.2.2 Pour les entreprises du secteur du transport et de la logistique

De nombreuses entreprises de services de transport et de logistique au Vietnam ont répondu au Covid-19 par une série de mesures : réduction des salaires et/ou des heures de

travail des employés; réduire les dépenses inutiles; Négocier les conditions de paiement des coûts des intrants et autres coûts, réduire la production et les activités

Se concentrer sur l'amélioration de la compétitivité et du niveau de gestion dans le sens de la promotion de la transformation numérique pour rattraper la tendance de l'application des technologies de l'information dans la plupart des étapes de la logistique.

Les entreprises doivent améliorer les processus, la technologie et les ressources humaines avec une expertise et une expertise dans le domaine de la logistique.

La plupart des entreprises s'attendent à ce que la plupart des entreprises modifient le plus l'industrie des services de transport et de logistique avec les principaux avantages tels que l'augmentation de la productivité du travail.

Réduisez les coûts, améliorez la stratégie commerciale, améliorez l'efficacité du suivi logistique et de la gestion du cycle de vie des produits, et renforcez le système d'exploitation... appliquez des solutions technologiques qui apportent de l'efficacité aux services de transport logistique et réduisent considérablement les coûts associés tels que les ports électroniques, les bons de livraison électroniques, numérisation des documents de transport, investissement dans l'application de solutions globales dans les services Rechercher activement et s'associer à des entreprises internationales réputées pour développer et améliorer conjointement la qualité des services de transport et de logistique.

4.3 Des solutions durables pour améliorer la capacité de démarrage des entreprises du secteur des services de transport et de logistique.

Premièrement, continuer à améliorer les politiques et les lois sur les services de transport et de logistique. En conséquence, la modification d'un certain nombre de règlements et de suppléments sur les services de droit commercial, créant une base juridique favorable pour les activités de service. Modifier et promulguer de nouvelles politiques et lois régissant les services, le transport multimodal et le transport transfrontalier. Couverture complète des services logistiques, internalisation des engagements internationaux.

Deuxièmement, promulguer des politiques de soutien pour promouvoir le développement de l'industrie des services de transport et de logistique. En conséquence, développer des politiques pour soutenir le développement des services, efficacement dans la localité, adaptées aux caractéristiques socio-économiques de chaque localité. Soutenir les entreprises de services, en particulier les petites et moyennes entreprises, pour faciliter l'accès aux sources de capitaux nationales et étrangères, le développement des marchés, la formation et l'accès à l'information.

Troisièmement, améliorer l'infrastructure, en poursuivant la révision des schémas directeurs et des plans, pour assurer la synchronisation des infrastructures de transport et des services de transport dans le but de développer l'industrie des services. Examiner et ajuster la planification et la structure de la production locale en association avec le développement des infrastructures et des services, s'assurer que les planifications et les plans de circulation et de transport sont cohérents avec les stratégies de production et les plans directeurs de l'industrie, de l'agriculture, de l'import-export, des stratégies de développement socio-économique des localités, en intégrant la planification sur

les centres logistiques, les ports fluviaux et les entrepôts sous douane dans un ensemble unifié. Augmenter le flux de marchandises transportées par voie maritime, fluviale, ferroviaire et aérienne. Développer un système de transport pour répondre à la tendance de développement du commerce électronique, en mettant l'accent sur la livraison du dernier kilomètre.

Quatrièmement, améliorer la capacité des entreprises et la qualité des services. Il devrait y avoir un moyen d'aider à comprendre et à prendre conscience du processus de fourniture de services de transport et de logistique, en particulier dans le processus de transport; Formation systématique de ressources humaines expérimentées et entièrement équipées avec des connaissances professionnelles et une compréhension des lois nationales et internationales. Encourager les entreprises d'un certain nombre d'industries (textiles, textiles, chaussures, meubles, produits agricoles, génie mécanique - fabrication...) à appliquer des modèles avancés de gestion de la chaîne d'approvisionnement dans leurs processus de production et commerciaux, dans lesquels l'accent est mis sur la mise en œuvre des activités, sur la base de l'application des technologies de l'information et des nouvelles technologies dans l'industrie des services et de la logistique.

Cinquièmement, en plus des ressources humaines, il est nécessaire d'améliorer les compétences en langues étrangères et en technologie pour répondre à l'intégration des entreprises qui doivent investir dans des installations, moderniser et étendre le système d'entrepôt, charger et décharger les équipements d'arrimage, de transport spécialisé et autres. services de soutien; Coentreprise et association avec des entreprises nationales et étrangères pour connecter et étendre le réseau de services dans le pays et dans le monde afin de créer des produits sur les marchés étrangers et d'améliorer la capacité professionnelle du personnel, ce qui améliore la compétitivité des activités commerciales. Améliore la capacité des entreprises, encourage et guide entreprises de certaines industries à appliquer des modèles avancés de gestion de la chaîne d'approvisionnement dans le processus de production, les affaires, dans le processus de production et les affaires, qui se concentre sur la mise en œuvre d'activités, sur la base des technologies de l'information et des nouvelles technologies dans l'industrie des services et de la logistique.

Sixièmement, développer le marché des services de transport et de logistique. Promouvoir la promotion commerciale des services, organiser des séminaires internationaux, des foires et des expositions sur la logistique. Organiser des groupes de recherche pour aller à l'étranger et inviter des délégations commerciales étrangères au Vietnam pour échanger des opportunités d'investissement et de coopération sur le développement des services. Promouvoir la propagande pour les entreprises de production, d'importation et d'exportation et le commerce intérieur sur l'utilisation des services, externalisés dans le sens de la spécialisation et de la division raisonnable du travail dans la chaîne d'approvisionnement.

Septièmement, promouvoir la coopération internationale dans le domaine des services de transport et de logistique. Continuer à étendre la connectivité des infrastructures avec les pays de l'ANASE, de l'Asie du Nord-Est et d'autres régions du monde afin de promouvoir les effets du transport multimodal, du transport transfrontalier et du transit. Construction d'ouvrages de circulation, d'entrepôts, de

centres sur les routes et corridors reliant les ports vietnamiens au Laos, au Cambodge, à la Thaïlande et au sud de la Chine.

Huitièmement, promouvoir le développement du transport multimodal, le transport transfrontalier, notamment pour les marchandises en transit. Former des centres à l'étranger comme têtes de pont, rassemblant et distribuant des produits vietnamiens sur les marchés internationaux. Renforcer les liens avec les associations et les entreprises de services de transport et de logistique dans l'ASEAN et dans le monde. Plaider pour l'attraction des investissements afin de construire des centres pour promouvoir l'importation et l'exportation de produits vietnamiens vers le marché mondial, afin de former des centres à l'étranger pour servir de têtes de pont, rassembler et distribuer les produits vietnamiens sur les marchés internationaux.

5. References

1. Anderson AR, Gaddefors J. Entrepreneurship as a community phenomenon: Reconnecting meanings and place, *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*. 2016; 28(4):504-518. Doi: 10.1504/IJESB.2016.077576
2. Anh DBH, Duc LDM, Hung NTH, Yen NTH. Sustainable Development of Social Entrepreneurship. Evidence from Vietnam. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 2021. (forthcoming)
3. Anh DBH. Agrotourism as Factor of Entrepreneurship in the Countryside Development. *International Journal of Research in Finance and Management*. 2019; 2(1):53-55.
4. Anh DBH. Gaining Comparative Advantage from CSR Policy Change: Cases of International Corporations in Vietnam, *Polish Journal of Management Studies*. 2018; 18(1):403-417. Doi: 10.17512/pjms.2018.18.1.30.
5. Baklanov N, Rezaei S, Vang J, Dana LP. Migrant entrepreneurship, economic activity and export performance: mapping the Danish trends', *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*. 2014; 23(1-2):63-93. Doi: <https://doi.org/10.1504/IJESB.2014.065309>
6. Chapple W, Moon J. Corporate Social Responsibility (CSR) in Asia: A seven-country study of CSR reporting website, *Business and Society*. 2005; 44(4):415-441.
7. Chi DTP. Climate Change and Sustainable Architecture in Smart Cities', proceeding of ACS D Scientific Conference on: "Architecture and Civil Engineering Sustainable Development", Faculty of Architecture and Civil Engineering, Thu Dau Mot University. 15 August 2018, 2018, 21-28. ISBN: 978-604-6711-346.
8. Dana LP, Etemad H, Wright RW. Toward a paradigm of symbiotic entrepreneurship, *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*. 2013; 5(2):109-126. Doi: <https://doi.org/10.1504/IJESB.2008.016587>
9. Dana LP. When Economies Change Hands: A Survey of Entrepreneurship in the Emerging Markets of Europe from the Balkans to the Baltic States, New York & Oxford: Routledge, 2010.
10. Dana LP. The Handbook of Research on Ethnic Minority Enterprise, Cheltenham, Edward Elgar, 2007.
11. Dana LP. A Marxist Mini-Dragon? Entrepreneurship in Today's Vietnam, *Journal of Small Business*

- Management. 1994; 32(2):95-102.
12. Drucker P. Practices of management, Academy of Economics, Cracow. Chapter: Spheres of responsibility in management, 1998, 407-419.
 13. Duc LDM, Mai NP, Thuc TD. Social Entrepreneurship and Corporate Sustainable Development. Evidence from Vietnam. *Cogent Business and Management*. 2019d; 7(1):1-17.
 14. Eweje G. The roles of MNEs in community development initiatives in developing countries', *Business and Society*. 2006; 45(2):93-129.
 15. Ferris JS, Voia MC. What are the significant determinants of entrepreneurship? *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*. 2012; 17(4):415-454. Doi: 10.1504/IJESB.2012.050163
 16. Gabarret I, Vedel B, Decaillon J. A social affair: Identifying motivation of social entrepreneurs', *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*. 2017; 31(3):399-415. Doi: 10.1504/IJESB.2017.084845
 17. Haq M. South Asian ethnic minority small and medium enterprises in the UK: A review and research agenda, *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*. 2015; 25(4):494-516. Doi: <https://doi.org/10.1504/IJESB.2015.070222>
 18. Hiep PM, Dai NM, Duc NM, Hong TTK. Green Entrepreneurship Understanding in Vietnam. *International Journal of Entrepreneurship*. 2019a; 24(2):1-14.
 19. Hoang NB. Entrepreneurship and Innovation Investment in Vietnam. Proceedings of University Conference on: "Barriers to Entrepreneurship". November 2019, Ho Chi Minh City Institute for Research and Development, Banking University in Ho Chi Minh City, 2019.
 20. Husted BW, Allen DB. Corporate social responsibility in the multinational enterprise: Strategic and institutional approaches. *Journal of International Business Studies*. 2006; 37(6):838-849.
 21. Ite UE. Multinationals and corporate social responsibility in developing countries: A case study of Nigeria, *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*. 2004; 11(1):1-11.
 22. Jamali D, Mirshak R. Corporate social responsibility: Theory and practice in developing country context, *Journal of Business Ethics*. 2007; 72(1):243-262.
 23. Kee DM. Defining social entrepreneurship: A Schumpeterian non-solution, *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*. 2017; 31(3):416-433. Doi: 10.1504/IJESB.2017.084843
 24. Le Loarne-Lemaire S, Maalaoui A, Dana LP. Social entrepreneurship, age and gender: toward a model of social involvement in entrepreneurship, *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*. 2017; 31(3):345-362. Doi: 10.1504/IJESB.2017.084844
 25. Mayangsari L, Novani S, Hermawan P. Understanding a viable value co-creation model for a sustainable entrepreneurial system: A case study of Batik Solo industrial cluster. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*. 2015; 26(4):416-434. Doi: 10.1504/IJESB.2015.072760
 26. Mai NP, Duc LDM. Green Entrepreneurship: A Game Changer in Vietnam Business Landscape. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 2021 (forthcoming).
 27. Minh HTT. Entrepreneurship and Innovation Investment in Vietnam: Co-working Space for Saigon International University. *Vietnam Integration: Journal of Science*. 2020; 163:74-85.
 28. Minh HTT. Entrepreneurship and Innovation Investment in Vietnam: An Example of Saigon International University Shared Working Space. Proceedings of University Conference on: "New Trends in Global Trade and Practical Reality in Vietnam", 25 February 2020, Saigon International University in Ho Chi Minh City, 2019, p13.
 29. Ngoc NM. Formative Assessment in Business and Entrepreneurship Education in Poland, *Journal of Southwest Jiaotong University*. 2020; 56(1):176-187. Doi: doi.org/10.35741/issn.0258-2724.56.1.16
 30. Ngoc NM, Luong MV. Ethnic Minority Entrepreneurship in Vietnam. *Journal of Critical Reviews*. 2020; 7(8):3629-3635.
 31. Ngoc NM, Nhi DTY. Sustainable Social Entrepreneurship in Vietnam. *International Journal of Entrepreneurship*. 2019c; 23(3):1-12.
 32. Nhut LM. Current State of Entrepreneurship and Business Development in Vietnam and in the World. Proceedings of University Conference on: "Barriers to Entrepreneurship". November 2019, Ho Chi Minh City Institute for Research and Development, Banking University in Ho Chi Minh City, 2019.
 33. Noni ID, Ganzaroli A, Orsi L, Pilotti L. Immigrant entrepreneurship in the Milan metropolitan area: results from an empirical analysis, *International Journal of Economic Policy in Emerging Economies*. 2013; 6(2):168-188. Doi: <https://doi.org/10.1504/IJEPEE.2013.055796>
 34. Notais A, Tixier J. Girlz'n the hood: Discovering the determinants of social entrepreneurial intention of women in deprived urban areas, *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*. 2017; 31(3):383-398. Doi: 10.1504/IJESB.2017.084849
 35. Orhei LE, Nandram SS, Vinke J. Social entrepreneurship competence: Evidence from founders of social enterprises in Romania, *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*. 2015; 25(1):80-105. Doi: 10.1504/IJESB.2015.068780
 36. Piperopoulos P, Ikonomu T. Entrepreneurship in ethnic groups: The case of the multicultural city of Thessaloniki, Greece, *International Journal of Business and Globalisation*. 2007; 1(2):272-292. Doi: <https://doi.org/10.1504/IJBG.2007.014435>
 37. Ratten V. Book Review: The Handbook of Research on Ethnic Minority Enterprise by: Leo-Paul Dana. Cheltenham, Edward Elgar, *International Journal of Business and Globalisation*. 2007; 1(2):306-307. Doi: <https://doi.org/10.1504/IJBG.2007.014443>
 38. Sulphrey MM, Alkahthani NS. Organisation ambidexterity as a prelude to corporate sustainability, *Journal of Security and Sustainability Issues*. 2017; 7(2):335-348. Doi: <http://doi.org/10.9770/jssi.2017.7.2>
 39. Teletov A, Nagorni Y, Letunovska N, Shevliuga O. Competitive and sustainable technological development: Focus on business enterprises, *Journal of Security and Sustainability Issues*. 2017; 6(3):491-500. Doi: <http://dx.doi.org/10.9770/jssi.2017.6.3>
 40. Thao VTT, Anh DBH. Sustainability Issues in Social Model of Corporate Social Responsibility. *Theoretical*

- Analysis and Practical Implications, *Journal of Advanced Research in Management*. 2019; 19(1). ISSN : 2068-7532.
41. Thuy NV, Hiep PM, Mai NP, Duc LDM. Family Business in Vietnam. Succession and Sustainable Development. *International Journal of Entrepreneurship*. 2019b; 24(1):1-12.
 42. Tien NH. Vietnamese Family Business in Poland and in Vietnam. Comparative Analysis of Trends and Characteristics. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*. 2021; 42(3):282-299.
 43. Tien NH. Conditions for the Development of Vietnamese Business and Entrepreneurship in Poland. *Scientific Technology Development Journal: Economics, Law & Management*. 2019; 3(1):37-45.
 44. Tien NH. Sustainable Entrepreneurship as Current Trend in Developed Countries. Proceedings of University Conference on: "Barriers to Entrepreneurship". November 2019, Ho Chi Minh City Institute for Research and Development, Banking University in Ho Chi Minh City, 2019.
 45. Tien NH. The Role of Postgraduate Study in Response to the Need of Labor Market and Startup Entrepreneurship. Proceedings of University Scientific Conference on: "Entrepreneurship and Startup of Non-pedagogical Students", October 2018. Ho Chi Minh City University of Education, Vietnam, 2018, 224-229.
 46. Tien NH. MBA as a Pioneering Role in Entrepreneurship Education in the Era of IR 4.0. Proceedings of University Scientific Conference on "Digital Economy in Context of 4th Industrial Revolution", 03 December 2018, University of Economics in Ho Chi Minh City, Ho Chi Minh City, 2018a, 317-324.
 47. Tien NH. Entrepreneurship of EU Universities Graduates and Proposals for Students in 2nd Tier ASEAN Countries. Proceedings of International Scientific Conference on: "Students' Entrepreneurship in Colleges and Universities in Ho Chi Minh City". Saigon University, Ho Chi Minh City, 18-19 December 2018, 2018b.
 48. Tien NH. Improving Quality of Study Programs toward Students' Entrepreneurship Capacity Enhancement. Proceedings of International Scientific Conference on: "Students' Entrepreneurship in Colleges and Universities in Ho Chi Minh City". Saigon University, Ho Chi Minh City, 18-19 December 2018, 2018c.
 49. Tien NH. Leadership in socially responsible enterprises. Ementon Publisher, Warsaw, 2015.
 50. Von Friedrichs Y, Wahlberg O. Social entrepreneurship in the rural areas: A sports club's mobilization of people, money and social capital, *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*. 2016; 29(2):199-216. Doi: 10.1504/IJESB.2016.078706
 51. Vinh PT, Thuc TD, Anh DBH, Hung HT, Long NVT. Strategic Dimension of Social Entrepreneurship in Vietnam. *International Journal of Trade Economics and Finance*. 2020; 11(1):16-21.
 52. Wilson M. Corporate sustainability: what is it and where does it come from?. *Ivey Business Journal*. 2003; 67(6):1-5.
 53. Yin RK. Case Study Research: Design and Methods (4th edition). California, Sage, 2009.
 54. Zdravkovic D, Radukic S. Institutional framework for sustainable development in Serbia, *Montenegrin Journal of Economics*. 2012; 8(3):27-36.
 55. Bogdan Nogalski. Analysis of business strategy of real estate developers in Vietnam using BCG matrix: A case of Hung Thinh and Novaland groups *International Journal of Multidisciplinary Research and Growth Evaluation*. 2022; 3(1):169-174.
 56. Dorota Jelonek. Comparative analysis of business strategy of Vietnamese real estate developers: The use of Hoffer matrix. *International Journal of Multidisciplinary Research and Growth Evaluation*. 2022; 3(1):197-204.
 57. Dinh Ba Hung Anh. Gaining competitive advantage from CSR policy change: Case of foreign corporations in Vietnam. *Polish Journal of Management Studies*. 2018; 18(1):403-417.
 58. Dinh Ba Hung Anh, Nguyen Minh Ngoc, Nguyen Hoang Tien. Corporate financial performance due to sustainable development in Vietnam. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*. 2019; 27(2).
 59. Dinh Ba Hung Anh. QSPM matrix based strategic organizational diagnosis: A case of Nguyen Hoang Group in Vietnam. *International Journal Multidisciplinary Research and Growth Evaluation*. 2021; 2(4):67-72.
 60. Dinh Ba Hung Anh. Using Hoffer matrix in strategic business analysis for Nguyen Hoang Group in Vietnam. *International Journal Multidisciplinary Research and Growth Evaluation*. 2021; 2(4):61-66.
 61. Dinh Ba Hung Anh. Strategic analysis for Nguyen Hoang Group in Vietnam. The approach using CPM matrix. *International Journal Multidisciplinary Research and Growth Evaluation*. 2021; 2(4):55-60.
 62. Huynh Quoc Anh, Truong Thi Hai Thuan. Leading Changes and Self-management Strategy of CEOs in Technology Corporations in the World. *International Journal of Commerce and Management Research*. 2019; 5(5):9-14.
 63. Kazimierz Wackowski. Business strategy of Vietnamese real estate developers: The use of CPM matrix for analysis. *International Journal of Multidisciplinary Research and Growth Evaluation*. 2022; 3(1):205-209.
 64. Leo Paul Dana, Rewel Jiminez Santural Jose, Nguyen Van Dat, Phan Minh Duc. Analysis of McDonalds' Entry Strategy in Vietnam Market. *International Journal of Advanced Research and Development*. 2020; 5(3):23-29.
 65. Leo Paul Dana, Rewel Jiminez Santural Jose, Nguyen Thanh Vu, Nguyen Thanh Hung. Human Resource Development Strategy of Ton Duc Thang University to Improve its Position on International Rankings. *International Journal of Advanced Education and Research*. 2020; 5(3):105-110.
 66. Leo Paul Dana, Rewel Jiminez Santural Jose, Nguyen Van Dat, Nguyen Thi Hoang Oanh, Bui Xuan Bien. Talent Attraction Strategy of Samsung Vietnam. *International Journal of Advanced Research and Development*. 2020; 5(3):18-22.
 67. Leszek Kieltyka. Comparative analysis of business strategy of Hung Thinh and Novaland real estate developers using McKinsey matrix. *International Journal of Multidisciplinary Research and Growth*

- Evaluation. 2022; 3(1):175-180.
68. Luu Hoang Giang. The Role of Postgraduate Study in Enhancing Entrepreneurship to Respond to the Reality of Labor Market in the Era of IR 4.0. *International Journal of Advanced Multidisciplinary Research and Studies*. 2022; 2(2):283-288.
 69. Mai Van Luong, Nguyen Minh Ngoc. Pro-China or Pro-USA? Choices for Vietnam National Economic and Security Strategy. *Journal of Critical Reviews*. 2021; 8(1):212-229.
 70. Michal Banka. Analysis of business strategy of real estate developers in Vietnam: The application of QSPM matrix. *International Journal of Multidisciplinary Research and Growth Evaluation*. 2022; 3(1):188-196.
 71. Nguyen Thanh Vu, Pham Thi Diem, Vo Kim Nhan, Bui Xuan Bien, Nguyen Thanh Hung, Van Thi Vang. The Strategy of CRM System Development at Mega Market Vietnam. *International Journal Multidisciplinary Research and Growth Evaluation*. 2021; 2(4):802-806.
 72. Nguyen Thi Hong Tham. International Promotion Strategy. Cases of Apple and Samsung. *Proceedings of International Scientific Conference in Economics and Business (ICYREB) on: "National Entrepreneurship and Innovation"*, Hanoi, 30 October 2018, Academy of Finance in partnership with IPAG Business Institute (France), York University (Canada) and Waikato University (New Zealand), 2018, 925-932. ISBN: 978-604-79-1930-7
 73. Pawel Gepner. Analysis of business strategy of leading Vietnamese real estate developers using SWOT matrix. *International Journal of Multidisciplinary Research and Growth Evaluation*. 2022; 3(1):181-187.
 74. Pham Thi Diem, Phan Minh Duc, Ho Tien Dung, Nguyen Van Dat, Bui Quang Tam, Vo Kim Nhan. The Strategic Customer Relationship Management at CoopMart in Vietnam. *International Journal Multidisciplinary Research and Growth Evaluation*. 2021; 2(4):794-801.
 75. Phan Phung Phu, Dang Thi Phuong Chi. The Role of International Marketing in International Business Strategy. *International Journal of Research in Marketing Management and Sales*. 2019; 1(2):134-138.
 76. Phung The Vinh, Tran Duy Thuc. Global Strategic Risk Analysis of High-tech Businesses in the Era of Industrial Revolution 4.0. *International Journal of Multidisciplinary Research and Development*. 2019; 6(10):28-32.
 77. Rewel Jiminez Santural Jose, Nguyen Phuong Mai, Le Doan Minh Duc, Nguyen Vuong Thanh Long. Analysis of MegaMarket's Market Penetration Strategy in Vietnam FMCG Industry. *International Journal of Educational Research and Development*. 2020; 2(2):5-8.
 78. Rewel Jiminez Santural Jose, Ha Van Dung, Bui Xuan Bien, Nguyen Thi Hoang Oanh, Nguyen Thanh Vu. Analysis of AEON's Market Penetration Strategy in Vietnam FMCG Industry. *International Journal of Advanced Educational Research*. 2020; 5(4):1-5.
 79. Rewel Jiminez Santural Jose, Nguyen Phuong Mai, Bui Van Thoi, Than Van Hai. Analysis of StarBucks' Entry Strategy in Vietnam Market. *International Journal of Multidisciplinary Education and Research*. 2020; 5(3):44-48.
 80. Rewel Jiminez Santural Jose, Nguyen Phuong Mai, Ho Tien Dung, Nguyen Thi Hoang Oanh, Nguyen Huynh Phuoc. Digital Marketing Strategy of GUMAC and HNOSS in Vietnam Fashion Market. *International Journal of Multidisciplinary Education and Research*. 2020; 5(4):1-5.
 81. Rewel Jiminez Santural Jose, Nguyen Phuong Mai, Tran Thanh Tung, Nguyen Khanh Cuong, Nguyen Thi Hoang Oanh. Comparative Analysis of Business Strategy of VinMart and Family Mart Convenience Stores in Vietnam. *International Journal of Multidisciplinary Research and Development*. 2020; 7(7):28-33.
 82. Rewel Jiminez Santural Jose, Nguyen Minh Ngoc, Nguyen Thanh Hung, Nguyen Thi Hoang Oanh, Nguyen Thanh Vu. Comparative Analysis of Human Resource Development Strategy of Family Universities and Corporate Universities in Vietnam. *International Journal of Academic Research and Development*. 2020; 5(4):26-30.
 83. Rewel Jiminez Santural Jose, Le Doan Minh Duc, Bui Xuan Bien, Tran Minh Thuong, Nguyen Thanh Vu. Comparative Analysis of the Business Strategy of Bach Hoa Xanh and VinMart on Vietnam's Retail Market. *International Journal of Academic Research and Development*. 2020; 5(4):1-6.