



Received: 26-08-2022

Accepted: 06-10-2022

International Journal of Advanced Multidisciplinary Research and Studies

ISSN: 2583-049X

Entwicklung der Finanzstrategie der VinGroup

¹Nguyen Hoang Tien, ²Michal Sebastian Banka, ³Phung The Vinh, ⁴Tuy Ho Duc

¹Ho Chi Minh City University of Food Industry, Vietnam

²Warsaw University of Technology, Poland

^{3,4}Hoa Sen University, Vietnam

Corresponding Author: **Nguyen Hoang Tien**

Abstract

In der heutigen Marktwirtschaft möchte jedes Unternehmen, das investiert oder produziert, dass sein Geld den höchsten Gewinn einbringt. Neben den verfügbaren Vorteilen ist die finanzielle Stärke des Unternehmens die Grundlage für eine Reihe von Maßnahmen, um Unternehmen zum Erfolg zu führen. Die Analyse der Finanzlage hilft Unternehmen, die Ursache und das Ausmaß des Einflusses von Faktoren auf die Finanzlage ihres Unternehmens vollständig und richtig zu bestimmen. Um Produktion und Geschäfte zu betreiben, müssen Unternehmen über eine bestimmte Menge an Kapital verfügen, darunter Betriebskapital, Anlagekapital und anderes Spezialkapital. Die Aufgabe des Unternehmens besteht darin, Kapital auf der Grundlage der Einhaltung der Grundsätze der Finanzierung, des Kredits und der

Einhaltung der Gesetze so effektiv wie möglich zu organisieren, zu mobilisieren und zu verwenden. Um die gewünschten Geschäftsergebnisse zu erzielen und Risiken zu begrenzen, müssen Unternehmen daher ihre Geschäftstätigkeit analysieren, gleichzeitig die Geschäftsbedingungen in der kommenden Zeit vorhersagen und geeignete Strategien erarbeiten; Die regelmäßige Durchführung von Finanzanalysen hilft Unternehmensleitern, die aktuelle finanzielle Situation klar zu erkennen, die Ursachen und Einflussfaktoren auf die aktuelle finanzielle Situation vollständig und richtig zu bestimmen. Finanzen. Von dort gibt es wirksame Lösungen zur Stabilisierung der finanziellen Situation.

Keywords: Finanzmanagement, Finanzstrategie, VinGroup

1. Allgemeine Einführung

1.1 Überblick über Forschungsprobleme

Vingroup wurde am 8. August 1993 gegründet. Vingroup ist eine der größten branchenübergreifenden privaten Wirtschaftsgruppen in Asien mit einer Marktkapitalisierung von fast 16 Milliarden USD. Die Gruppe ist in 3 Kerngeschäftsbereichen tätig, die darauf ausgerichtet sind, sich zu einer führenden Technologie-, Industrie- und Handelsdienstleistungsgruppe in der Region zu entwickeln. Mit dem Wunsch, Produkte und Dienstleistungen mit internationalen Standards auf den Markt zu bringen, Kundenzufriedenheit auf höchstem Niveau und völlig neue Erfahrungen im modernen Lebensstil an jedem Ort zu bringen. In jedem Bereich hat Vingroup auch seine Vorreiterrolle bewiesen und die Änderung der Konsumtrends angeführt. Bis jetzt hat Vingroup 11 Marken, nämlich VinFast, VinHomes, VinWonders, VinSmart, VinPearl, VinTech, VinSchool, VinMec, Vincom Retail, VinUniversity. Vingroup wird dank intelligenter und kluger Finanzmanagementstrategien als eine der mächtigsten privaten Wirtschaftsgruppen bewertet, sodass Vingroup die Fähigkeit und das Potenzial für eine internationale Integration hat, um die Region und die Welt zu erreichen.

1.2 Dringlichkeit des Forschungsproblems

Die Finanzmanagementstrategie ist einer der wichtigsten Teile eines Unternehmens, es ist eine Strategie auf Funktionsebene, die Finanzmanagementaktivitäten plant, um die Umsetzung der Unternehmensstrategie und der Strategie anderer Unternehmen zu unterstützen. Geschäftsbereich. Die Finanzstrategie ist eine Kombination aus Möglichkeiten, Entscheidungen über Investitionen, Finanzierungen und Gewinnbeteiligungen zu treffen und diese in jeder Phase der Geschäftsentwicklung angemessen zu platzieren.

Jede Branche hat ihre eigenen Merkmale und die Geschäftsbranche hat ihre eigenen Merkmale. Und die Untersuchung, wie die Finanzmanagementstrategie eines Unternehmens wirklich notwendig ist. Wir können mehr darüber erfahren, wie ein Unternehmen, ein Unternehmen, intelligent investiert, finanziert und Gewinne verteilt. Der Betrieb eines Unternehmens wird

ohne Finanzstrategien mit vielen Schwierigkeiten konfrontiert sein. Daher ist es sehr wichtig, sich mit der Frage der Finanzmanagementstrategie zu befassen.

1.3 Die Bedeutung des Studiums für die Managementpraxis

Das Finanzmanagement steht in direktem Zusammenhang mit der Produktion und den Geschäftsaktivitäten. Daher wirken sich alle Geschäftsaktivitäten auf die Finanzen des Unternehmens aus. Im Gegenteil, eine gute oder schlechte finanzielle Situation wirkt sich anregend oder hemmend auf den Produktions- und Geschäftsprozess aus. Daher hat das Studium der Finanzstrategien wichtige Auswirkungen für die Geschäftsinhaber selbst und externe Parteien, die an den Finanzen des Unternehmens beteiligt sind. Die Ergebnisse der Forschung und Analyse des Finanzmanagements werden die Referenzdaten für Wirtschaftsunternehmen bei der Förderung, Gewinnung von Investoren und Erweiterung ihrer Geschäftsfelder sein.

1.4 Ziele der Studie

Das Ziel dieser Studie ist es, die Finanzmanagementstrategie der Vingroup zu analysieren, um die Theorie der Finanzanalyse anzuwenden, um die Trends, die Wachstumsrate und den Finanzstatus des Unternehmens klar zu erkennen. Und auf der Grundlage dieser Grundlagen Empfehlungen und Lösungen abgeben, um die finanzielle Situation zu verbessern, die Geschäftsrolle des Immobilienmarktes zu stärken, um effizienter zu arbeiten und sich effektiver zu entwickeln.

2. Basis Für Argumente

2.1 Finanzstrategie

Bis 2028 wird die Vingroup ein großes internationales Unternehmen sein, das Hightech-Zentren wie das Silicon Valley besitzt, Anwendungen produziert und das Investitionskapital in Forschung und Entwicklung erhöht. Mit dem Segment Advanced Technology setzt der Großkonzern in den nächsten 10 Jahren drei wesentliche Wachstumsrichtungen. Erstens konzentrieren sich die Unternehmen darauf, intensiv in Personal und Infrastruktur zu investieren, um die Anwendungsproduktion mit dem Aufbau eines von VinSmart getrennten VinTech-Unternehmens auszubauen. VinTech wird sich auf eingehende Untersuchungen und Forschungen zu künstlicher Intelligenz, Anwendungsherstellung und Forschung und Untersuchung des Wachstums von Materialien der neuen Generation konzentrieren. Das Unternehmen hat zwei Untersuchungs- und Forschungsinstitute aufgebaut, nämlich das Big Data Institute und das Vin Hi-Tech Institute of High Technology. Der zweite Schwerpunkt ist die Investition in das Hightech-Forschungs-, Entwicklungs- und Anwendungszentrum VinTech City in Hanoi nach dem Vorbild des Silicon Valley. Dies wird ein umfassendes Ökosystem sein, das Start-ups im Bereich der Informationstechnologie dient, darunter Büroräume, Unterkünfte usw. und begleitende Support-Dienstleistungsunternehmen. Die dritte Hauptwachstumsrichtung ist die Einrichtung eines Fonds zur Bereitstellung von Kapital für Investitionen in fortschrittliche Technologie mit der Verantwortung, Möglichkeiten für die Zusammenarbeit und Entwicklung von Immobilienprojekten mit fortschrittlicher Technologie zu finden - selbst generierte, anwendungsfähige Intelligenz.

weltweit hoch. Neben der wirtschaftlichen und finanziellen Unterstützung können die strategischen Partner von Vingroup das Ökosystem des Großkonzerns vollständig nutzen, um die experimentelle Umsetzung und Kommerzialisierung von Produktmustern zu organisieren.

Vingroup behauptet mit einer Marktkapitalisierung von rund 15 Mrd. USD seine Position als größtes Privatunternehmen in Vietnam. Seit seiner Gründung sind Immobilien immer die Haupteinnahmequelle des Unternehmens, die „Gans, die goldene Eier legt“ und der zentrale Entwicklungsmotor. Daher scherzen viele Leute immer noch, dass Vingroup durch Immobilien reich wird, nicht wegen seiner Fähigkeiten oder einer erhabenen Entwicklungsstrategie. Dies ist jedoch keineswegs wahr.

Tatsächlich ist die Immobilienbranche in viele verschiedene Branchen unterteilt, von denen es drei Haupttypen von Immobilienunternehmen gibt, nämlich den Immobilienbau und die Immobilienentwicklung, Bauträger- und Immobiliengeschäft und Immobilienvermittlung. Die meisten Leute denken, dass alle Aktivitäten im Zusammenhang mit den drei Wörtern "Immobilien" Immobiliengeschäft und Immobilienvermittlung sind, Kauf und Verkauf, Spekulation, Werbung, Immobilien melden, um von Arbitrage- und Maklergebühren zu profitieren. Vingroup ist jedoch im Wesentlichen ein Immobilienentwickler und kein „Landhändler“, wie die meisten Leute oft verstehen.

Die Hauptaufgabe von Immobilienentwicklern besteht darin, den Markt zu erforschen, Grundstücke zu erwerben, dann Werbung zu machen, Entwicklungspläne zu entwickeln und Kapital zu beschaffen, um in das Projekt zu investieren, und schließlich zu diskutieren. Übergabe der fertiggestellten Objekte an den Kunden. Beispielsweise wird der Entwickler mit der Regierung zusammenarbeiten, um eine Genehmigung zur Durchführung des Projekts in einem lokalen Land zu erhalten, dann werden sie die Stadtplanung in diesem Gebiet neu entwerfen, Straßen, Brücken, Versorgungseinrichtungen, ein Ökosystem entwickeln, dann Kapital mobilisieren und finden Bauunternehmer, investieren in die Bauüberwachung und verkaufen schließlich Immobilien an zukünftige Bewohner. Daher ist das Geschäft von Immobilienentwicklern wie Vingroup sehr komplex und umfasst viele verschiedene Phasen von der Lösung rechtlicher Probleme, Kapitalbeschaffung, Finanzallokation, Überwachung, Inspektion, Verkauf, nicht nur Spekulation mit Grundstücken, Kauf und Verkauf.

2.2 Finanzstrategie im Immobiliengeschäft

Man kann sagen, dass die Vingroup im Bereich Immobilien ein Unternehmen mit einer klaren Strategie und Entwicklungsorientierung ist, es ist nicht selbstverständlich, dass Vin unter Tausenden von Immobilienunternehmen zum führenden Unternehmen aufsteigt. Produkte, die auf dem Markt gehandelt werden. Obwohl in sozialen Netzwerken verbreitet, gibt es immer wieder Gerüchte über „unsichtbare Macht“, aber es kann nicht geleugnet werden, dass die Position, die Vingroup heute einnimmt, von der Vision und dem unternehmerischen Denken der Führer herrührt. Gründer. Tatsache ist, dass sich auch das wirtschaftliche und soziale Gesicht Vietnams durch die Entwicklung großer Konzerne wie Vingroup sehr positiv verändert hat und ich denke, darüber sollten wir uns eher freuen als beunruhigen. Vinhomes Immobilien – Vingroup.

Die Umsetzung von Megaprojekten von mehreren hundert Hektar in den letzten drei Jahren hat Vinhomes zu einem Masterplaner und Entwickler von Infrastruktur und Versorgungssystemen in städtischen Gebieten gemacht. Dies zieht Hauskäufer und andere Sekundärinvestoren an, die einen sauberen Landfonds haben möchten, um ihn mit Vinhomes zu entwickeln.

Bis Oktober 2021 hat Vinhomes 27 Stadtgebiete mit 95.000 Apartments, Villen und Stadthäusern entwickelt, um den Bedürfnissen von mehr als 286.000 Einwohnern gerecht zu werden. Im Wohnungssegment hält Vinhomes 35 % des Mid-End-Marktes und 42 % des High-End-Marktes. Im Reihenhausesegment hat Vinhomes einen Marktanteil von etwa 20 %, 7-8 mal größer als das zweitplatzierte Unternehmen der Branche, Novaland.

Zusammen mit dem Ökosystem der Vingroup (Vincom, VinMec, Vinschool) entwickeln die städtischen Gebiete von Vinhomes auch Highlights wie einen See und einen Seepark von mehreren zehn Hektar, wodurch bewohnbare städtische Gebiete „Made in Vietnam“ geschaffen werden und nicht nur Gebäude Häuser zu verkaufen.

Der Zeitraum 2022-2024.

Vinhomes_Beginn eines neuen Entwicklungszyklus mit dem Bau neuer Megastädte von wenigen hundert bis mehreren tausend Hektar im ganzen Land, wie in Ha Long, Hung Yen, Hanoi, Thanh Hoa, Ha Tinh und Da Nang, Khanh Hoa, Da Lat, Dong Nai, Long An, Ho-Chi-Minh-Stadt... Typische Projekte, die in naher Zukunft umgesetzt werden sollen, sind Vinhomes Dream City Hung Yen (460 ha), Vinhomes Wonder Park Dan Phuong (133 ha), Vinhomes Old Loa (385 ha), Vinhomes Ha Long Xanh (4.110 ha), Vinhomes Long Beach Can Gio (2.870 ha) .

Voraussichtlich 2022_Vinhomes wird_offen verkaufen_drei Projekte: Vinhomes Dream City, Vinhomes Wonder Park und Vinhomes Co Loa ab 2022. Die meisten Produkte in diesen Projekten sind Stadthäuser und Flachbauten.

Ende 2022 - Anfang 2023 wird Vinhomes die ersten Unterabteilungen in zwei Superprojekten eröffnen, darunter Vinhomes Ha Long Xanh (Quang Ninh) und Vinhomes Long Beach Can Gio (HCMC).

Diese Projekte werden in mehreren Phasen mit einer Vielzahl von Produkten von High-End bis Low-Rise umgesetzt, im Einklang mit Angebot und Nachfrage und der allgemeinen Wachstumsrate des Marktes.

Der Zeitraum 2018 - 2022.6.29.

Zu diesem Zeitpunkt begann Vinhomes - Vingroup mit der Entwicklung von Megastädten mit Hunderten von Hektar, etwa zehnmal so groß wie frühere Projekte. Gleichzeitig expandierte das Unternehmen, um mehr Produkte im Mid-End-Segment anzubieten.

Der Zeitraum von 2018 und früher

Darüber hinaus hilft es dem Unternehmen, seine Initiative bei Geschäftsaktivitäten zu verbessern, indem Verkaufspläne erstellt und organisiert werden, die jeder Situation und jedem Geschäft entsprechen. Vertriebsmanagement hat die folgenden grundlegenden Bedeutungen:

In der Zeit von 2018 und früher entwickelte sich die Vinhomes Joint Stock Company hauptsächlich als urbanes Zentrum im Stadtzentrum, 3-5 km vom Zentrum entfernt. Diese Projekte haben eine Größe von mehreren zehn Hektar, die Anzahl der Wohnungen beträgt etwa 4.600 für Royal City und 13.000 für Times City.

2.3 Finanzmanagement und Geschäftsstrategie

Vingroup startete einen neuen Immobilienentwicklungszyklus mit der Umsetzung neuer Megastädte und Megaprojekte von einigen hundert bis zu mehreren tausend Hektar und übertrug den Grundstücksfonds weiterhin an sekundäre Investoren, um Projekte zu entwickeln.

Im Immobiliensegment sagte Vingroup, dass es seine große Landbank und sein komplettes Ökosystem nutzen werde, um die Entwicklung von Megacities von herausragender Größe in der Nähe wichtiger Infrastrukturachsen fortzusetzen. wurde und wird gebildet. Gleichzeitig Diversifizierung von Produkten; Entwicklung und Diversifizierung einer Gruppe potenzieller ausländischer Kunden; Steigerung der Einnahmen aus der Vermietung von Wohnungen, Servicevillen und Büros, Schaffung einer stabilen Einnahmequelle und Steigerung des Werts der Marke Vinhomes.

Diese Gruppe sagte auch, dass sie weiterhin Landbanken im ganzen Land suchen und erweitern werde.

*Für das Segment Einzelhandelsimmobilien wird Vingroup das Projekt Netzwerk mit einer schnellen Wachstumsrate weiter ausbauen und eine hohe Abdeckung sicherstellen; flexibel bei der Erschließung neuer Märkte mit vier diversifizierten Produktmodellen: Vincom Center, Vincom Mega Mall, Vincom Plaza, Vincom; Konzentration auf Pflege und Unterstützung bei der Entwicklung von Mietern, die in vielen Projekten begleiten, weiterhin die Rate der Kettenkunden mit separaten Richtlinien erhöhen, um Kettenkunden gemäß jedem Einkaufszentrummodell zu entwickeln; Nutzung des Grundstücksfonds von Vingroup und Vinhomes bei der Erweiterung der Modelle Vincom Center und Vincom Mega Mall.

Im Bereich Tourismus, Resort und Unterhaltung strebt die Vingroup danach, Asiens führende Tourismus-, Resort- und Unterhaltungsmarke zu werden; weiterhin ein komplexes Tourismus-Resort-Unterhaltungsmodell entwickeln und gleichzeitig die Ausweitung von Dienstleistungen, einschließlich Essen, Einkaufen und medizinischen Resorts, fördern.

*Für das Einzelhandelssegment bestätigt die Gruppe des Milliardärs Pham Nhat Vuong, dass sie weiterhin stark in die Expansion investieren wird, um die Position des größten Einzelhändlers im Hinblick auf Umfang und Abdeckung im ganzen Land und auch des größten Einzelhändlers der Welt zu behaupten. hat die beste O2O-Erfahrung.

Insbesondere wird Vingroup die Entwicklung und Diversifizierung von Eigenmarkenprodukten fördern, darunter: VinEco, VinMart Cook, VinMart Good und VinMart Home.

*Für das Industriesegment sagte Vingroup, dass es die Automodelle Fadil im zweiten Quartal, Lux A und Lux SA im dritten Quartal 2019 kommerziell produzieren wird; Gleichzeitig bringen sie in den meisten Segmenten weiterhin neue Automodelle auf den Markt.

Diese Gruppe wird darüber informiert, dass sie umweltfreundliche Elektrofahrzeuge, einschließlich Elektrobusse, entwickeln wird; weiterhin neue Modelle von Elektromotorrädern auf den Markt bringen, die sich auf verschiedene Segmente konzentrieren, die bereits auf dem Markt befindlichen Modelle kontinuierlich verbessern; komplettes Vertriebsnetz und After-Sales-Service im In- und Ausland, Kostenoptimierung.

Insbesondere betonte Vingroup, dass es ein Ökosystem intelligenter Produkte bilden wird, angefangen bei Smartphones (auf den Markt gebracht), Smart-TVs, intelligenten Klimaanlage (bald verfügbar) und anderen intelligenten Geräten. andere intelligente Produkte.

*Im Technologiesegment ist die Vingroup in 3 Gruppen unterteilt.

Eine Gruppe von Technologieunternehmen mit der Aufgabe, Informationstechnologiedienste, Verwaltungslösungen, Netzwerksicherheitslösungen, Datenanalyselösungen und Digitalisierung für Unternehmen bereitzustellen, einschließlich Vingroup selbst und anderer Unternehmen. Mitgliedsunternehmen (P&L).

Eine Gruppe von Forschungsinstituten wird Technologien einsetzen, um Big-Data-Probleme wie Gendekodierung, Bildverarbeitung und Spracherkennung (Big Data Institute) zu lösen, und sich auf die KI-Forschung konzentrieren, mit dem Ziel, das Niveau der vietnamesischen KI-Forschung auf das weltweite Niveau zu heben (AI Research Institute), während sich das New Materials Institute auf die Erforschung neuer Materialien wie Batterien der neuen Generation konzentrieren wird, um in Richtung einer proaktiven Technologie zu gehen. Forschungsinstitute haben auch die Aufgabe, den Innovationsfonds zu verwalten und wissenschaftliche Forschungsprojekte vietnamesischer Forscher zu unterstützen.

Süd im In- und Ausland ist das Ziel, "ein neues wissenschaftliches Forschungsumfeld in Vietnam zu bringen".

Der Vingroup Ventures Startup Investment Fund investiert in globale Startups mit drei Anlagesäulen: erstens Technologieunternehmen, die sich auf die Lösung großer globaler Probleme spezialisiert haben; der zweite sind die Unternehmen und Fonds, die das Vingroup-Ökosystem nutzen können, um diesen Unternehmen zu helfen, schneller und stärker zu wachsen, der dritte sind die Unternehmen, die das Wachstum der Vingroup und ihrer P&Ls unterstützen können.

*Für die Segmente Gesundheit, Bildung und Landwirtschaft sagte Vingroup, dass neben der Erweiterung des Netzwerks, um alle städtischen Gebiete und Resortprojekte der Vingroup zu bedienen, die Bereiche Gesundheit, Bildung und Landwirtschaft weiterhin gut in Einrichtungen, Ausrüstung und Fachwissen investiert werden und Leute. „Lernen, kooperieren und sich mit den weltweit führenden renommierten Universitäten und Forschungsinstituten zu vernetzen, ist ebenfalls ein Hauptaugenmerk, um ein erstklassiges Serviceniveau für die Menschen in Vietnam zu gewährleisten“, sagte Herr Vingroup.

3. Forschungsmethoden

3.1 Datenquellen und Erhebungsmethoden

Wenn sich ein Unternehmen in der heutigen Marktwirtschaft nachhaltig entwickeln und fair konkurrieren will, muss es zunächst über eine angemessene Finanzstruktur verfügen. Das Problem für Unternehmen besteht darin, regelmäßig Finanzanalysen durchzuführen und diese Arbeit ständig zu verbessern, um auf dieser Grundlage Entscheidungen zur Verbesserung der Produktions- und Geschäftseffizienz zur Verbesserung der Geschäftsleistung auszurichten. Verbesserung der Finanzlage des Unternehmens. Daher wählt der Autor das Thema „Analyse der Finanzmanagementstrategie der Immobiliengeschäftsgruppe Vingroup“, um die Bedeutung der Finanzanalyse zu

bestimmen.

3.2 Forschungsmethoden

Sammeln Sie datenbezogene Berichte und Dokumente des Unternehmens.

Verwenden Sie Methoden zum Vergleichen, Analysieren, Synthetisieren von Daten und Bewerten von Daten in absoluten Zahlen. Von dort kommentieren wir den finanziellen Status des Unternehmens.

3.3 Suchprozess

Der Vingroup Innovation Fund (VINIF) unter dem Big Data Research Institute (VNCDLL) hat das Ziel, junge Wissenschaftler und Talente von Universitäten und Forschungsinstituten bei der Durchführung wissenschaftlicher Forschung, Technologie und Innovation in den Bereichen Wissenschaft, Technologie, Ingenieurwesen und Medizin zu unterstützen, Wirtschaft und Bildung, um positive und nachhaltige Veränderungen für Vietnam zu schaffen. Der VinIF-Fonds fördert wissenschaftliche Forschungs- und Ausbildungsprojekte und -aktivitäten mit dem Ziel, technologische Produkte und Lösungen hervorzubringen, die der Gemeinschaft praktischen Nutzen bringen. Mit vielen Marken wie:

- VINSCHOOL ist ein gemeinnütziges, stufenübergreifendes Bildungssystem von der Vorschule bis zur High School, das von der Vingroup investiert und entwickelt wird, mit dem Ziel, eine vietnamesische Schule mit internationaler Klasse zu sein.
- VINMEC ist ein gemeinnütziges medizinisches System, das von Vingroup investiert und entwickelt wurde, mit der Vision, durch bahnbrechende Forschung ein internationales akademisches medizinisches System zu werden, um eine qualitativ hochwertige Behandlung anzubieten. Exzellenz und tadelloser Service.
- VINUNI: ist ein gemeinnütziges medizinisches System, das von Vingroup investiert und entwickelt wurde, mit der Vision, ein akademisches medizinisches System zu werden, das durch bahnbrechende Forschung internationales Niveau erreicht, um eine qualitativ hochwertige medizinische Versorgung zu bieten. Hervorragende Behandlung und tadelloser Service.
- VINFUTURE ist ein unabhängiger, gemeinnütziger Fonds in Vietnam.
- FRENCH FUND ist eine gemeinnützige Organisation der Vingroup, die für humanitäre und wohltätige Zwecke tätig ist, um „die Herzen der Vingroup-Mitarbeiter schnell und effektiv an die Gemeinschaft zu übermitteln“.
- VINIF Vingroup Innovation Fund (VINIF) gehört zum Big Data Research Institute (VNCDLL)

VINBIOCARE wurde im Juni 2021 mit der Mission „For a safe future for the community“ gegründet. Die Vision von VinBioCare ist es, ein Forschungs-, Produktions- und Schulungsökosystem in Biotechnologie aufzubauen und darin autonom zu sein, Hightech-Pharmazeutika, die der Gemeinschaft dienen. VINBUS VinBus Transport Service Company Limited wurde 2019 gegründet und ist im Bereich des öffentlichen Personenverkehrs nach einem gemeinnützigem Modell tätig. Das Unternehmen betreibt das erste öffentliche Verkehrssystem mit Elektrobussen in Vietnam und trägt zum Aufbau eines zivilisierten und modernen öffentlichen Verkehrssystems bei, das die Luft-

und Lärmverschmutzung in den Großstädten Vietnams reduziert. Vietnam. Vingroup hat erfolgreich die Technologie erforscht, um das Tragen einer Maske während der komplizierten Covid-19-Epidemie zu erkennen. Vingroup hat erfolgreich eine Gesichtserkennungstechnologie erforscht, die auch bei Verwendung von Masken genau und stabil ist, und ist die erste Einheit, die diese neue Technologie erfolgreich erforscht. Das VinBigData Research Institute (Vingroup) gab bekannt, dass es den Forschungsprozess des Projekts „Aufbau einer Datenbank genetischer Variation für die vietnamesische Bevölkerung“ abgeschlossen hat. Mit vielen Forschungsprozessen hat Vingroup viele Forschungsmethoden entwickelt und seine Forschungsprozesse sehr effektiv abgeschlossen, und durch das oben Genannte hat es Stärken und brillante Talente gewonnen. Die Kreation der Gruppe ist extrem stark.

4. Forschungsergebnisse und Diskussion

4.1 Überblick über die Geschäftsstrategie der Vingroup

Um eines der größten Unternehmen in Vietnam zu werden, hat Vingroup eine effektive Geschäftsstrategie entwickelt und umgesetzt.

Philosophie in der Geschäftsstrategie der Vingroup

Mit dem Ziel, sich zu einem führenden Unternehmen im Bereich Technologie - Industrie - Handel und Dienstleistung in Vietnam zu entwickeln, hat Vingroup ständig Innovationen entwickelt und geschaffen, um ein Ökosystem von Produkten aufzubauen und zu entwickeln. wertvolle Dienstleistungen, die dazu beitragen, der vietnamesischen Bevölkerung zu helfen, ihre Lebensqualität zu verbessern und die Position vietnamesischer Marken im internationalen Umfeld zu stärken. Mit der von Herrn Pham Nhat geschaffenen Geschäftsphilosophie der Vingroup Vuong - Vorsitzender der Vingroup. Herr Vuong hat immer seine geschäftliche Sichtweise beibehalten: „Mein Ziel ist es, das Leben zu verschönern. Es spielt keine Rolle, wie viel Eigentum wir haben, aber das Wichtigste ist, es schön zu machen und dazu beizutragen, das Gesicht unseres Landes ein wenig zu verändern. Natürlich ist in dieser Strategie mehr Gewinn, um weiter bauen zu können. Also jede Immobilie (Immobilie) hat einen guten Preis, ich verkaufe sie sofort, um Geld zu haben, um eine andere zu bauen“.

▪ Der Umfang der Geschäftsstrategie von Vingroup

Der Hauptbereich der Geschäftsstrategie von Vingroup liegt im Bereich Immobilien und Handel - Dienstleistungen. Mit einer Marktkapitalisierung von etwa 15 Mrd. USD behauptet Vingroup derzeit seine Position als größtes Privatunternehmen in Vietnam. In Bezug auf die wichtigsten Schlüsselbereiche im bisherigen Gründungs- und Entwicklungsprozess stammen die Haupteinnahmen der Gruppe immer noch aus dem Bereich Immobilien. Dies ist auch der Bereich, der als „Gans, die goldene Eier legt“ bezeichnet wird und der zentrale Entwicklungsmotor der Vingroup ist. Außerdem ist der Bereich Handel – Dienstleistung seit der Gründung der Vingroup der Bereich, der am längsten mit Unternehmen verbunden ist, von Wohnen, Gesundheitswesen, Handel bis Bildung, der mit vielen Unternehmen verbunden ist. bekannte Marken wie Vinhomes, Vincom, Vinmec, Vinschool.

▪ Geschäftsstrategieaktivitäten der Vingroup

Forschung und Entwicklung: Im Jahr 2021 haben die Forschungsinstitute und Technologieunternehmen der

Gruppe Forschungs- und Entwicklungsaktivitäten und die weltweit fortschrittlichste Technologieanwendung vorangetrieben, darunter: zukünftige Lösungen für selbstfahrende Autos und intelligente Ökosysteme – Produkte, von denen erwartet wird, dass sie einen bahnbrechenden Wert bringen die Gruppe.

Technologie: Das Technologiesegment in der Geschäftsstrategie von Vingroup, die Gruppe hat beschlossen, Investitionen in drei Hauptbereichen zu fördern. Der erste betrifft den Bereich Humanressourcen. Vingroup wird in den Aufbau der Vintech Company investieren, um mehr Humanressourcen und Infrastruktur für die Produktion und Aktualisierung von Software zu entwickeln. Die VinTech Company hat 2 Forschungsinstitute eingerichtet: das Big Data Research Institute (Big Data) und das Vin Hi-Tech Research Institute (VHT), um sich auf die Erforschung künstlicher Intelligenz (KI), die Herstellung von Software sowie die Erforschung und Entwicklung von Materialien der neuen Generation zu konzentrieren.

Personalmanagement:

über Personalmanagementaktivitäten in der Geschäftsstrategie von Vingroup, das Unternehmen konzentriert sich immer auf das Wohl der Mitarbeiter. Dies ist der Schlüsselfaktor, um Mitarbeiter langfristig an das Unternehmen zu binden. Wenn Sie bei Vingroup arbeiten, arbeiten die Mitarbeiter 8 Stunden/Tag, 5,5 Tage/Woche (für die Administration – Office Division) und 6 Tage/Woche (für die Service Division). Als offizieller Mitarbeiter der Vingroup hat jeder Anspruch auf Urlaub gemäß den Bestimmungen des Arbeitsgesetzes, voll versichert usw. Außerdem haben die Mitarbeiter der Vingroup auch Anspruch auf Sozialleistungen. Zu den weiteren Vorteilen, die das Unternehmen bringt, gehören: Geschenke zu wichtigen Anlässen, regelmäßige Teambuilding-Aktivitäten durch Urlaubs- und Reisereisen, Aufbau und Entwicklung eines Fonds zur Unterstützung voll qualifizierter Mitarbeiter. schwierige Umstände usw. Darüber hinaus hat Vingroup wertvolle Vergütungsrichtlinien nur für hervorragende Mitarbeiter entwickelt, die einen großen Beitrag zum Erfolg der Gruppe geleistet haben.

▪ Vermarktungsstrategie

Bestätigung der Marke und Qualität durch Produkte: Es ist unbestreitbar, dass Marke und Qualität einer der Faktoren sind, die den Erfolg dieses Produkts auf dem Markt beeinflussen. Mit der Investition in die Verbesserung der Qualität von Produkten und Dienstleistungen erhalten die Produkte von Vingroup immer das Vertrauen und die Zufriedenheit der Kunden.

▪ Aufbau eines Images für Umwelt und Gesellschaft

Neben der guten Produktqualität wird Vingroup von der Gemeinschaft und der Öffentlichkeit auch für die guten Werte bewundert, die es der Gesellschaft bringt. Beispielsweise hat Vingroup den Übergang zu einem gemeinnützigen Betriebsmodell in allen Systemen der Vinmec-Krankenhäuser und Vinschool-Schulen angekündigt.

Auf dem Weg, das Unternehmen Nr. 1 in Vietnam zu werden, hat Vingroup wirklich hervorragende und effektive Geschäftsstrategien entwickelt und umgesetzt. Hoffentlich können wir durch diesen Artikel die Geschäftsstrategie von Vingroup besser verstehen und

effektiv auf Ihr Unternehmen anwenden.

4.2 Finanzstrategie der Vingroup

Technologie, Industrie, Handel und Dienstleistungen sind die drei "Standbeine" der Entwicklungsstrategie der Vingroup in den kommenden Jahren. Vor der Hauptversammlung . Auf der Jahreshauptversammlung 2021 der Vingroup sagte der Vorstand der Gruppe, dass der Vorstand der Gruppe (BOD) sagte, er werde die Geschäftstätigkeit fördern, um drei Hauptsäulen zu stärken, darunter: Technologie, Industrie, Handel und Dienstleistungen Ziel, eine "Stativ"-Haltung zu schaffen. Im Bereich Technologie – Industrie plant VinFast, im Jahr 2021 fünf elektrische Motorradmodelle und drei intelligente Automodelle, nämlich VFe34, VF35 und VF36, auf den Markt zu bringen. Dementsprechend erwartet der Vorstand von Vingroup, dass neue Modelle VinFast helfen werden. weiterhin seine Position auf dem heimischen Markt behaupten und gleichzeitig diese Marke auf den internationalen Markt bringen. In der Zwischenzeit wird sich VinSmart auf die Entwicklung des Internet of Things (IoT)-Netzwerks und von Informations-, Unterhaltungs- und Servicefunktionen (Infotainment) für VinFast-Fahrzeuge konzentrieren. Darüber hinaus wird von Vingroup ein intelligentes Ökosystem mit drei Schwerpunkten entwickelt, darunter: Smart City, Smart Home, Smart Service. Neben langfristigen Technologieforschungsprogrammen fördert Vingroup die Anwendung technologischer Errungenschaften in Produkten, die dem Markt dienen. In Bezug auf Kapital und Investitionen sagte der Vorstand von Vingroup, dass es viele Formen der Mobilisierung von in- und ausländischem Kapital durch viele Finanzinstrumente einsetzen, neue offene Investitionen effektiv kontrollieren und die Effizienz der Ressourcennutzung optimieren werde. Kapital, um der kurz-, mittel- und langfristigen Geschäftsstrategie der Gruppe zu dienen. In Bezug auf die Implementierungsmethode wird Vingroup Produkte und Dienstleistungen jeder Branche diversifizieren, um Einnahmequellen zu diversifizieren und Kunden zu ermutigen, Dienstleistungen und Produkte im Ökosystem regelmäßig zu nutzen, so der Vorstand der Gruppe. Gruppe. Darüber hinaus wird Vingroup Technologie auf alle Aktivitäten anwenden und den Export von Industrieprodukten ins Ausland ausbauen.

4.3 Finanzen in der Geschäftsstrategie der Vingroup

Vingroup behauptet mit einer Marktkapitalisierung von rund 15 Mrd. USD seine Position als größtes Privatunternehmen in Vietnam. Seit seiner Gründung sind Immobilien immer die Haupteinnahmequelle des Unternehmens, die „Gans, die goldene Eier legt“ und der zentrale Entwicklungsmotor. Daher scherzen viele Leute immer noch, dass Vingroup durch Immobilien reich wird, nicht wegen seiner Fähigkeiten oder einer erhabenen Entwicklungsstrategie. Dies ist jedoch keineswegs wahr.

Tatsächlich ist die Immobilienbranche in viele verschiedene Branchen unterteilt, von denen es drei Haupttypen von Immobilienunternehmen gibt, nämlich den Immobilienbau und die Immobilienentwicklung. Bauträger- und Immobiliengeschäft und Immobilienvermittlung. Die meisten Leute denken, dass alle Aktivitäten im Zusammenhang mit den drei Wörtern "Immobilien" Immobiliengeschäft und -vermittlung (Immobilienvermittlung) sind, dh Kauf und Verkauf,

Spekulation, Werbung, Immobilien melden, um von Arbitrage- und Maklergebühren zu profitieren. Vingroup ist jedoch im Wesentlichen ein Immobilienentwickler und kein „Landhändler“, wie die meisten Leute oft verstehen.

Die Hauptaufgabe von Immobilienentwicklern besteht darin, den Markt zu erforschen, Grundstücke zu erwerben, dann Werbung zu machen, Entwicklungspläne zu entwickeln und Kapital zu beschaffen, um in das Projekt zu investieren, und schließlich zu diskutieren. Übergabe der fertiggestellten Objekte an den Kunden. Zum Beispiel wird der Entwickler mit der Regierung zusammenarbeiten, um eine Genehmigung zur Durchführung des Projekts auf einem lokalen Land zu erhalten, dann wird er die Stadtplanung in diesem Gebiet neu entwerfen, Straßen, Brücken, Versorgungseinrichtungen, Ökosysteme entwickeln, dann Kapital mobilisieren, Bau finden ausführen, in die Bauüberwachung investieren und schließlich Immobilien an zukünftige Bewohner verkaufen. Daher ist das Geschäft von Immobilienentwicklern wie Vingroup sehr komplex und umfasst viele verschiedene Phasen von der Lösung rechtlicher Probleme, Kapitalbeschaffung, Finanzallokation, Überwachung, Inspektion, Verkauf, nicht nur Spekulation mit Grundstücken, Kauf und Verkauf.

5. Schlussfolgerungen und Empfehlungen

5.1 Fazit

Um die Finanzlage eines Unternehmens zu analysieren, ist es notwendig, vom Ganzen bis zu den Details des Problems zu schauen, um Informationen zu synthetisieren und die aktuelle Situation des Unternehmens im Analysezeitraum zu sehen und gleichzeitig Fragen zu beantworten im Zusammenhang mit der Finanzlage des Unternehmens über Rentabilitätsniveau, Probleme und Potenziale des Unternehmens.

Die Praxis hat bewiesen, dass Manager, wenn sie der Finanzanalyse die gebührende Aufmerksamkeit schenken, die richtigen Entscheidungen treffen und mehr Chancen haben, im Geschäft erfolgreich zu sein. Die Finanzanalyse ist eine unverzichtbare Voraussetzung für Verwalter, Investoren, Gläubiger und staatliche Verwaltungsbehörden, um wirtschaftliche Entscheidungen zu treffen. Es ist die Grundlage für Manager, um die finanzielle Zukunft zu planen und Lösungen zur Verbesserung der betrieblichen Effizienz des Unternehmens bereitzustellen.

5.2 Empfehlungen und Anregungen

5.2.1 Für das Finanzmanagement in der Immobilienwirtschaft

- Bewerten Sie die Kreditrichtlinien im Unternehmen, um angemessene Kreditrichtlinien zu finden, die die höchste wirtschaftliche Effizienz bei geringstem Risiko bringen.
- Zahlen Sie ein und teilen Sie die Zahlung in Raten entsprechend dem Fortschritt des Projektabschlusses auf, um Vertrauen für Kunden zu schaffen.
- Arbeiten Sie mit großen Banken zusammen, um die Finanzlösung für den Wohnkauf von Vingroup zu unterstützen, und bieten Sie auch den internationalen Kreditkartenservice Vingroup Platinum VIP an, um den Zahlungsprozess bequemer und schneller zu machen.

5.2.2 Für Führungskräfte auf allen Ebenen bei Vingroup

- Definition von Funktionen und Aufgaben bestimmter Abteilungen und Stäbe. Schaffung von

Voraussetzungen für die Führungsmannschaft zur Verbesserung ihrer fachlichen Qualifikation, zur Förderung ihrer Fähigkeiten und zur effektiven Erfüllung der übertragenen Aufgaben. Das Unternehmen muss Einzelpersonen und Gruppen mit herausragenden Leistungen sowohl im Management als auch im Bauwesen ermutigen und rechtzeitig belohnen.

5.2.3 Für Forscher zum Finanzmanagement in der Immobilienwirtschaft

- Kontrollieren Sie die Qualität immer streng, damit Sie nicht viel Geld für Reparatur und Ersatz ausgeben müssen.
- Beschleunigen Sie den Abschluss von Projekten, um keine Zeit und andere zusätzliche Kosten zu verschwenden.
- Rekrutierung guter Mitarbeiter, um die Kosten für Wiedereinstellung und Umschulung zu senken.

5.3 Lösungen zur Verbesserung der Rolle und Effektivität des Finanzmanagements im Immobiliengeschäft

Das Finanzmanagement ist für Unternehmen äußerst wichtig, weil:

- Kontrollieren Sie den Finanzfluss aller Operationen oder Produktionen des Unternehmens dieser Organisation Entscheidung über die Existenz des Unternehmens und die Fähigkeit, sich in der Zukunft zu entwickeln

Lösungen zur Verbesserung der Rolle und Effektivität des Finanzmanagements im Immobiliengeschäft sind:

- Finanzplanung im Unternehmen: Gutes Finanzmanagement schafft eine Hebelwirkung zur Verbesserung der Kapitaleffizienz. Mit anderen Worten, erhöhen Sie den Return on Investment.
- Steuerung des Betriebs und der Gesundheit des Unternehmens durch Cashflow-Steuerung: Die meisten Aktivitäten in einem Unternehmen wirken sich auf die Finanzen des Unternehmens aus. Daher kann der Manager durch den Cashflow die meisten laufenden Aktivitäten und auch die Effektivität dieser Aktivitäten durch die finanzielle Situation kontrollieren.
- Entscheidung über Investitionen und Finanzierung: Planung ist nicht genug, Führungskräfte oder Finanzmanager müssen sich für effektive Umsetzungsmethoden entscheiden. Legen Sie gleichzeitig fest, wie Sie Investitionstätigkeiten in Vermögenswerte, Technologie, Menschen usw. investieren und finanzieren. Von dort aus können die Gewinne entsprechend gesteigert werden

Investitionen in Sachanlagen.

- Analyse der Rentabilität von Unternehmensinvestitionsprojekten, aus denen Investoren Investitionspläne und -formen auswählen können, die den Unternehmen am wahrscheinlichsten Gewinne bringen.
- Beteiligen Sie sich an der Entwicklung, Bewertung und Auswahl von Investitionsprojekten und Geschäftsplänen. Unternehmen müssen bei der Umsetzung des Projekts die finanzielle Effizienz des Projekts berücksichtigen, die Kosten, die möglichen Risiken und die Rentabilität abwägen.
- Gewinnausschüttung: Dividenden- und Gewinnausschüttungspolitik zur Sicherstellung der

Neutralisierung der Interessen der Investoren und der betrieblichen Effizienz.

Schwankungen der Markt- und Wirtschaftslage bringen unter den aktuellen Bedingungen immer Chancen, aber auch viele Risiken für Unternehmen mit sich. Um die richtigen Entscheidungen zu treffen, müssen Manager daher immer auf finanzielle Fragen achten. Die Ergebnisse des Jahresabschlusses des Unternehmens geben ein allgemeines, anschauliches und neutrales Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Unternehmens wieder. Die aus der Analyse gewonnenen Informationen sind nicht nur Ziel der Unternehmensleitung, sondern auch Ziel anderer interessierter Kreise als Entscheidungsgrundlage. Daher werden die Ehrlichkeit, Transparenz und Vollständigkeit der Indikatoren der Finanzanalyse zunehmend gefordert.

6. Verweise

1. Dinh Ba Hung Anh. Brand Building and Development for the Group of Asian International Education in Vietnam. *Psychology and Education*. 2021; 58(5):3297-3307.
2. Nguyen Minh Ngoc. Branding Strategy for Gamuda Land Real Estate Developer in Ho Chi Minh City Vietnam. *Celadon City Project. Psychology and Education*. 2021; 58(5):3308-3316.
3. Nguyen Phuong Thao. Brand Management in Convenience Store Business: Comparative Analysis between Vinmart+ and Familymart in Vietnamese Market. *International Journal of Research in Marketing Management and Sales*. 2019; 1(2):106-111.
4. Bui Xuan Bien. Solutions Enhancing Competitiveness of Made-in-Vietnam Brands in Vietnamese Market. *International Journal of Research in Marketing Management and Sales*. 2019; 1(2):93-99.
5. Phan Van Dan. Branding Building for Vietnam Higher Education Industry: Reality and Solutions. *International Journal of Research in Marketing Management and Sales*. 2019; 1(2):118-123.
6. Ho Tien Dung. Brand Building for Vietnam Tourism Industry: Reality and Solutions. *International Journal of Research in Marketing Management and Sales*. 2019; 1(2):63-68.
7. Nguyen Van Thuy. Vinamilk's Brand Management in the Era of 4th Industrial Revolution. *International Journal of Research in Marketing Management and Sales*. 2019; 1(2):100-105.
8. Nguyen Thanh Vu. The Role of Brand and Brand Management in Creating Business Value: Case of Coca-Cola Vietnam. *International Journal of Research in Marketing Management and Sales*. 2019; 1(2):57-62.
9. Nguyen Thanh Hung. The Role of Brand and Brand Management in Creating Business Value: Case of Facebook Vietnam. *International Journal of Research in Marketing Management and Sales*. 2019; 1(2):124-128.
10. Nguyen Thanh Liem. Supermarkets' Brand Management: Comparative Analysis between AEON and Coop Mart in Vietnam Retail Market. *International Journal of Research in Marketing Management and Sales*. 2019; 1(2):112-117.
11. Nguyen Hoang Tien. Green Credit: Instrument for Brand Building of Commercial Banks in Vietnam. *Proceedings of National Scientific Conference on: "Green Credit Development – Chances, Challenges and Solutions"*. November 2019, Banking Journal, State

- Bank of Vietnam, Vietnam, 2019.
12. 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.
 13. 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.
 14. 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.
 15. 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).
 16. 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.
 17. 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.
 18. 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.
 19. 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.
 20. 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.
 21. 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.
 22. 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.
 23. 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.
 24. 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.
 25. 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.
 26. 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.
 27. 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.
 28. 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.
 29. 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
 30. Nguyen Hoang Tien. Analysis of Lotte's Market Penetration Strategy in Vietnam FMCG Industry. International Journal of Educational Research and Studies. 2020; 2(2):20-23.
 31. Nguyen Hoang Tien. Strategic Alliance as a Form of Execution of Diversification Strategy. Proceedings of University Scientific Conference "Acquisitions, Mergers and Cross-ownership between Banks, Enterprises in Vietnam", March 2017. TDM University, Binh Duong, Vietnam, 2017, 200-205.
 32. Nguyen Hoang Tien. Comparative Analysis of Multi-domestic Strategy of P&G and Unilever Corporation. International Journal of Foreign Trade and International Business. 2019; 1(1):5-8.
 33. Nguyen Hoang Tien. Customization and Standardization of the Business Strategy of Foreign Enterprises in Vietnam: The McDonald's Case and the Fast-Food Sector. International Journal of Research in Marketing Management and Sales. 2019; 1(2):44-50.
 34. Nguyen Hoang Tien. Innovation Strategy of Korean Enterprises and Development of High Quality Human Resource: Experiences for Vietnamese Businesses. Proceedings of 1st International Scientific Conference "Southeast Vietnam Outlook" on "Developing High Quality Human Resource, Asian Experience for Ho Chi Minh City Metropolitan Area in Vietnam", 07 December 2018, TDM University (in partnership with Hiroshima University, Osaka University, Calcutta University), Binh Duong, 2018, 34-40.
 35. Nguyen Hoang Tien. International Economics, Business and Management Strategy. Academic Publications, Delhi, 2019.
 36. Nguyen Hoang Tien. Knowledge Management in Strategic Alliances and Foreign Joint Ventures. Proceedings of University Scientific Conference of: "Young Lecturers and MBA Students", Faculty of Economics, TDM University. Binh Duong 15 June

- 2018, 2018, 141-149.
37. Nguyen Hoang Tien. Preparation to Strategic Alliance as a Key to the Success of the Future Agreement. Proceedings of University Scientific Conference "Acquisitions, Mergers and Cross-ownership between Banks, Enterprises in Vietnam", March 2017. TDM University, Binh Duong, Vietnam, 2017, 213-217.
 38. Nguyen Hoang Tien. Merger or Take-over as Forms of Strategic Alliance Ending. Proceedings of University Scientific Conference "Acquisitions, Mergers and Cross-ownership between Banks, Enterprises in Vietnam", March 2017. TDM University, Binh Duong, Vietnam, 2017, 206-212.
 39. Nguyen Hoang Tien. Strategic Alliance as a Form of Execution of Diversification Strategy. Proceedings of University Scientific Conference "Acquisitions, Mergers and Cross-ownership between Banks, Enterprises in Vietnam", March 2017. TDM University, Binh Duong, Vietnam, 2017, 200-205.
 40. Tien NH. Leadership in Socially Responsible Enterprises. Ementon Publisher, Warsaw, Poland, 2015.
 41. 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.
 42. 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.
 43. 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.
 44. 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.
 45. 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.
 46. 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.
 47. 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.
 48. 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.
 49. 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.
 50. 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.
 51. 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.
 52. To Ngoc Minh Phuong, Nguyen Minh Ngoc, Dinh Ba Hung Anh, Nguyen Diu Huong, Nguyen Thi Thanh Huong. Green marketing development strategy in post Covid-19 period in Vietnam. International Journal of Multidisciplinary Research and Growth Evaluation. 2021; 1(5):101-106.
 53. Truong Thi Hai Thuan, Nguyen Hoang Tien. Analysis of Strategic Risk of Domestic and Foreign Real Estate Enterprises Operating in Vietnam's Market. International Journal of Commerce and Management Research. 2019; 5(5):36-43.
 54. Tien NH. Leadership in Socially Responsible Enterprises. Ementon Publisher, Warsaw, Poland, 2015.
 55. Tien NH. Relationship Between Inflation and Economic Growth in Vietnam. Turkish Journal of Computer and Mathematics Education. 2021; 12(14):5134-5139.
 56. Tien NH. Solutions to Enhance Corporate Sales Performance in Vietnam. Turkish Journal of Computer and Mathematics Education. 2021; 12(14):5014-5023.
 57. Leo Paul Dana. Enhancing Social Responsibility and Sustainability in Real Estate Industry. Turkish Journal of Computer and Mathematics Education. 2021; 12(14):4999-5013.
 58. Boleslaw Rafal Kuc. Customer Care and Customer Relationship Maintenance at Gamuda Land Celadon City Real Estate Project in Vietnam. Turkish Journal of Computer and Mathematics Education. 2021; 12(14):4905-4915.
 59. Rewel Jiminez Santural Jose. Higher Education Quality Auditor Training in Vietnam. Turkish Journal of Computer and Mathematics Education. 2021; 12(14):4315-4325.
 60. Nguyen Hoang Tien. Development of Human Resource Management Activities in Vietnamese Private Companies. Turkish Journal of Computer and Mathematics Education. 2021; 12(14):4391-4410.
 61. Tien NH. Leadership in Socially Responsible Enterprises. Ementon Publisher, Warsaw, Poland, 2015.
 62. Nguyen Minh Ngoc. Decision-making factors in the housing market for Vietnamese immigrants in Poland. DEMIS. Demographic Research. 2022; 2(1):151-162.
 63. Nguyen Minh Ngoc, Nguyen Hoang Tien, Dinh Ba Hung Anh. Opportunities and challenges for real estate brokers in post Covid-19 period. International Journal of Multidisciplinary Research and Growth Evaluation. 2021; 1(5):81-93.
 64. Syed Ehsan Ullah. The Impact of World Market on Ho

- Chi Minh City Stock Exchange in Context of Covid-19 Pandemic. Turkish Journal of Computer and Mathematics Education. 2021; 12(14):4252-4264.
65. Muhammad Sadiq. Enhancing Staff's Work Motivation in Vietnamese Companies. Turkish Journal of Computer and Mathematics Education. 2021; 12(14):4402-4410.