

ANALIZA DZIAŁAŃ VINHOMES W ZAKRESIE ZARZĄDZANIA MARKĄ .

Linh Chi,
Uniwersytet UTH w Warszawie , Polska
Phuong Chi
Uniwersytet UTH w Ho Chi Minh, Wietnam

Streszczenie: Badanie przeprowadzono w celu analizy działań zarządczych Vinhomes . Vinhomes jest największym deweloperem nieruchomości komercyjnych w Wietnamie. Założona jako spółka zależna Vingroup , firma została wydzielona w 2018 r., a 10% udziałów zostało sprzedanych w ramach oferty publicznej. Po pierwszym dniu obrotu firma była drugą co do wielkości spółką publiczną w Wietnamie, za spółką macierzystą Vingroup . Vinhomes rozwija nieruchomości w 40 miastach w Wietnamie i jest właścicielem 16 000 hektarów (62 mil kwadratowych) ziemi w Wietnamie. Jest to jeden z właścicieli najwyższego budynku w Wietnamie - Landmark 81. W dziedzinie zarządzania marką, w 2018 r., Vinhomes promował działania restrukturyzacyjne, aby zapewnić, że firma będzie się nadal rozwijać w kierunku specjalizacji i centralizacji. formacji, Vinhomes przejął wszystkie jednostki członkowskie Vingroup - Joint Stock Company („ Vingroup ”) działające w dziedzinie inwestycji i obrotu nieruchomościami w domach, biurach i przedmiotach. związane z. Poza tym Vinhomes wdrożył w tym roku zasadę zarządzania: „ Nuklearyzacja - Standaryzacja - Uproszczenie - Automatyzacja - Udostępnianie”, poprawiając w ten sposób wydajność pracy i efektywność organizacyjną funkcji systemu. Firma wzmocniła zdolność operacyjną i zarządzania projektami nieruchomości dzięki połączeniu firm budowlanych i operacyjnych Vingroup , zwiększając liczbę pracowników do 6258 w tym czasie. 31 grudnia 2018 r. Firma szybko ustabilizowała zespół, zorganizowała pracę, ustanowiła odpowiednie procesy zarządzania i przyciągnęła więcej kadry kierowniczej wyższego szczebla, aby przygotować następny zespół i przygotować personel do realizacji dużych projektów mieszkaniowych i komercyjnych na skalę krajową. Dzięki wszystkim tym wysiłkom i osiągnięciom Vinhomes po raz kolejny znalazł się w czołówce 50 najdroższych marek w Wietnamie według głosowania Brand Finance. W szczególności Vinhomes jest również jedyną marką nieruchomości kwalifikującą się do zaprezentowania w tym prestiżowym i prestiżowym rankingu Brand Finance. Jednak polityki podczas wdrażania nadal budzą pewne obawy, że nie są wystarczająco przejrzyste. Dlatego też analiza ta pozwoli nam dokonać przeglądu polityki zarządzania, sposobu radzenia sobie z niedoskonałościami i kontynuowania osiągnięć Vinhomes , aby marka mogła się rozwijać i utrzymać pierwsze miejsce.

Słowa kluczowe: Vinhomes , spółdzielnia Vingroup , działania w zakresie zarządzania marką.

1. Wprowadzenie do problemu badawczego

Wraz z trendem globalizacji gospodarka wietnamska rozwija się coraz bardziej, szczególnie w dużych miastach, życie ludzi coraz bardziej się poprawia, co prowadzi do wzrostu popytu na mieszkania. Towarzyszy temu rozwój rynku nieruchomości w naszym kraju. Vinhomes jest marką nieruchomości numer 1 w Wietnamie, działającą w dziedzinie rozwoju, transferu i eksploatacji złożonych nieruchomości mieszkalnych w segmentach średnim i wysokim. Wszystkie projekty Vinhomes znajdują się w najlepszych lokalizacjach w kluczowych prowincjach i miastach w całym kraju. Wraz z szybkimi zmianami i rozwojem rynku

nieruchomości w naszym kraju, coraz więcej krajowych i zagranicznych inwestorów uczestniczy w tym lukratywnym torcie, jest to zarówno wielka szansa, jak i wyzwanie dla Vinhomes . Vinhomes jest nie tylko budowanie domów, ale także tworzenie cywilizowanego i eleganckiego środowiska do życia, tak aby każdy dom w Vinhomes był prawdziwym „miejscem wypełnionym szczęściem”.

Vinhomes to szeroko znana marka i jest uważana za wiodącego dewelopera nieruchomości mieszkaniowych w Wietnamie. Firma otrzymała wiele prestiżowych nagród w kraju i za granicą, takich jak Vinhomes Time City - Parkhill został wybrany najlepszym projektem projektowania krajobrazu w Azji, Vinhomes Central Park został uznany za najlepszy projekt kompleksowy w Azji, w którym budynek Landmark 81 otrzymał nagrodę International Property Award w 2016 r. w kategorii najlepszego projektu wieżowca na świecie. W 2017 r. Vinhomes Metropolis został uznany za najlepszy projekt wieżowca w regionie Azji i Pacyfiku.

Dlatego jeśli firma chce się rozwijać, musi skutecznie zarządzać swoją marką. W tym przypadku zrozumienie psychologii klienta w stosunku do marki samej firmy jest najważniejszym czynnikiem. Ta analiza pokaże nam zdolność zarządzania marką Vinhomes.

2. Podstawy teoretyczne problemu badawczego

Znaczenie wartości marki:

Konsumenci mają dwie główne potrzeby: potrzeby funkcjonalne i potrzeby psychologiczne. Kiedy produkt może zaspokoić tylko potrzeby funkcjonalne konsumentów, to marka zapewnia im obie potrzeby. Produkty mogą szybko zmienić cykl życia, ale udana marka nigdy nie będzie przestarzała. Dlatego stopniowo marki zastępowały produkty w działaniach marketingowych, Vinhomes z Vingroup nie jest wyjątkiem, marka Vin nie jest już tylko nazwą lub symbolem, ale rozwinęła się znacznie bardziej złożona, w tym atrybuty, których klienci wymagają w produktach marki Vin.

Rola Vinhomes w wietnamskim środowisku nieruchomości:

a. Rola międzynarodowych instytucji finansowych w gospodarce międzynarodowej.

- Koordynowanie polityki pieniężnej krajów członkowskich w celu zapewnienia stabilności krajowego systemu pieniężnego i międzynarodowego systemu pieniężnego.

- Stworzyć rozsądny system kursów walutowych, pokazujący uczciwość i współpracę między krajami.

- Przestrzegać regulowanego systemu płynnego kursu walutowego.

- Międzynarodowe instytucje finansowe muszą aktywnie przyczyniać się do zapewnienia niezbędnego finansowania krajom członkowskim, aby mogły rozwijać swoje gospodarki.

b. Finansowanie dla rozwijających się krajów członkowskich.

- Udzielanie pożyczek krajom rozwijającym się na rzecz rozwoju społeczno-gospodarczego w tych krajach.

- Zapewnienie pomocy technicznej.

- Międzynarodowe instytucje finansowe zachęcają do inwestowania w rozwój gospodarki publicznej i prywatnej w krajach rozwijających się, wykorzystując w tym celu publiczne i prywatne źródła kapitału.

c. Wspieranie rozwijających się krajów członkowskich w rozwijaniu i doskonaleniu wiedzy oraz umiejętności w zakresie zarządzania gospodarczego i finansowego na poziomie mikro i makro.

- Pomagać krajom w poprawie ich zdolności do opracowywania i wdrażania planów rozwoju społeczno-gospodarczego.

- Pomagać w udoskonalaniu statystyk, księgowości i audytu w celu lepszego monitorowania i dokładnego odzwierciedlenia sytuacji rozwoju społeczno-gospodarczego.
- Wspieranie i doskonalenie wiedzy oraz kompetencji pracowników w zakresie zarządzania rachunkowością finansową.

3. Metody badawcze

W badaniu wykorzystano metodę badawczą materializmu dialektycznego i materializmu historycznego, a konkretnie: analizę i syntezę, logikę i historię, porównanie i kontrast.

- Metody analizy i syntezy teoretycznej

Zbierz informacje naukowe o Vinhomes na podstawie badań istniejących dokumentów i materiałów, przeanalizuj je, aby uzyskać dogłębne zrozumienie tematu. Następnie połącz każdy aspekt, każdą część analizowanych informacji, aby stworzyć nowy, kompletny i dogłębny system teoretyczny na temat tematu.

- Metoda logiczna i historyczna

Poznaj historię, działanie i proces rozwoju firmy Vinhomes i wyciągnij na tej podstawie wnioski na temat sukcesu w zarządzaniu marką.

4. Wyniki badań i dyskusja

Wyniki badań dotyczące aspektów takich jak: kształtowanie, rozwój, sukces w zarządzaniu marką.

DOMY VIN

Poprzednikiem Vinhomes Joint Stock Company jest BIDV – PP Urban Joint Stock Company, założona na początku 2008 r. z początkowym zarejestrowanym kapitałem zakładowym w wysokości 300 mld VND. W marcu 2009 r. spółka zmieniła nazwę na Nam Ha Noi Urban Development Joint Stock Company i zarejestrowała swoje akcje do obrotu na Hanoi Stock Exchange (UPCOM) z kodem akcji NHN w listopadzie 2011 r.

W maju 2016 r. Spółka oficjalnie złożyła wniosek o wykreślenie z rejestru spółek publicznych z uwagi na posiadanie mniejszej liczby akcjonariuszy niż 100, a 7 lipca 2017 r. Spółka otrzymała decyzję o wykreśleniu z rejestru obrotu akcjami Spółki wyemitowanymi przez Giełdę Papierów Wartościowych w Hanoi.

Działalność gospodarcza Vinhomes:

Główne działania biznesowe Vinhomes Joint Stock Company koncentrują się na rozwijaniu nieruchomości mieszkaniowych i złożonych projektów nieruchomości komercyjnych (z wyłączeniem nieruchomości detalicznych/centrów handlowych). Główne źródła dochodów Spółki pochodzą z (i) Przychodów z nieruchomości mieszkaniowych (ii) Przychodów z wynajmu biur i mieszkań oraz (iii) Przychodów ze sprzedaży innych produktów, takich jak apartamenty połączone z usługami komercyjnymi - shophouse, biura połączone z usługami komercyjnymi - shopoffice i biura z funkcjami zakwaterowania - officetel.

1. Nieruchomości mieszkaniowe:

Projekty nieruchomości mieszkaniowych Spółki są identyfikowane pod dwiema głównymi markami „Vinhomes” i „VinCity”:

- Vinhomes to ekskluzywna marka nieruchomości mieszkaniowych, obsługująca klientów o wysokich i średnich dochodach. Wszystkie projekty Vinhomes znajdują się w najlepszych lokalizacjach w kluczowych prowincjach i miastach w całym kraju. Najważniejszą cechą

projektów marki Vinhomes jest to, że zawsze zapewniają mieszkańcom synchroniczną i nowoczesną infrastrukturę: place zabaw, obiekty sportowe, całoroczne baseny, udogodnienia dla dzieci, system szkół Vinschool, międzynarodowy szpital lub klinikę Vinmec, zakupy Vincom, kompleks rozrywkowo-kulinarny i system supermarketów VinMart, sklepy typu convenience - mini supermarkety VinMart +. Vinhomes ma na celu nie tylko budowę domów, ale także stworzenie cywilizowanego i stylowego środowiska życia, tak aby każdy dom w Vinhomes był naprawdę „miejszem wypełnionym szczęściem”.

- VinCity to marka nieruchomości masowych oficjalnie ogłoszona w 2016 r., ukierunkowana na segment średniej klasy, skupiająca się na satelickich obszarach miejskich Hanoi, Ho Chi Minh City i centrach kluczowych prowincji, takich jak Hung Yen i Ha Tinh. Projekty VinCity w pełni połączą wartości, które zostały potwierdzone w projektach nieruchomości Vingroup, takie jak: jakość - synchronizacja - media. Projekty VinCity są skierowane do klasy średniej, młodych ludzi rozpoczynających karierę i młodych rodzin. Projekty VinCity są często skoncentrowane na dużych obszarach mieszkalnych, w pobliżu sieci transportu publicznego, a te projekty będą również obejmować media, takie jak szkoły, sklepy typu convenience, centra handlowe.

Spółka zrealizowała lub jest w trakcie finalizowania transakcji własnościowych, otrzymywania przeniesienia lub współpracy biznesowej z/od Vingroup Corporation, spółek zależnych Spółki lub niektórych partnerów Spółki, łącznie 36 projektów nieruchomości mieszkaniowych, które zostały, są i będą realizowane.

- 08 projektów wystawiono na sprzedaż, w tym: Vinhomes Central Park, Vinhomes Dragon Bay, Vinhomes Golden River, Vinhomes Metropolis, Vinhomes The Harmony, Vinhomes Sky Lake, Vinhomes Imperia Hai Phong i Vinhomes Green Bay.

2. Nieruchomości biurowe na wynajem:

VinOffice to produkt biurowy średniej klasy firmy, której budynki biurowe są już w eksploatacji, takie jak VinOffice Dong Khoi w Ho Chi Minh City i VinOffice Times City w Hanoi. Stopa procentowa firmy w tych ukończonych projektach biurowych wynosi 100%. Inne budynki biurowe realizowane przez Vinhomes znajdują się na terenie lub w sąsiedztwie projektów Vinhomes lub VinCity, skoncentrowane w centrach miast lub na obszarach o potencjale rozwoju komercyjnego.

Czynniki prowadzące do sukcesu w budowaniu marki:

Na rynku nieruchomości, od apartamentów, willi po biura na wynajem, hotele i powierzchnie handlowe Vinhomes, wszystkie mają pozytywne perspektywy w kontekście głębokiej integracji Wietnamu z organizacjami międzynarodowymi i podpisywania światowych umów handlowych. Jednak nastąpi oczyszczenie, aby mogły rozwijać się tylko firmy z potencjałem, poza tym projekty muszą być rozwijane synchronicznie, systematycznie, planowane z wieloma narzędziami i wartościami dodanymi dla użytkowników, aby stworzyć stabilny wolumen transakcji. Oprócz solidnego potencjału, Vinhomes ma profesjonalne podejście na wszystkich etapach, od projektowania, budowy, sprzedaży po serwis posprzedażowy. Również ze względu na swój potencjał, wszystkie etapy projektu są wdrażane szybko, demonstrując pewność zaangażowania, tworząc duże zaufanie dla wszystkich klientów.

1. Najcenniejsza marka i inwestor w branży nieruchomości w Wietnamie w 2015 r.:

W październiku 2015 r. marka nieruchomości Vinhomes należąca do Vingroup została uznana za jedną z 10 najcenniejszych marek w Wietnamie przez wiodącą na świecie firmę zajmującą się wyceną marek - Brand Fanacial i była jedyną marką nieruchomości w pierwszej dziesiątce.

Ponadto Vinhomes jest również zaufanym inwestorem setek tysięcy krajowych i zagranicznych partnerów i klientów, gdy został wybrany jako wiodące przedsiębiorstwo w pierwszej dziesiątce najbardziej prestiżowych inwestorów w nieruchomości w Wietnamie w 2016 r. Ranking opiera się na wynikach niezależnego i obiektywnego badania Vietnam Report według głównych kryteriów: zdolności finansowej wykazanej w najnowszych audytowanych sprawozdaniach finansowych, reputacji przedsiębiorstwa w mediach, liczby i postępu realizacji projektów, wskaźnika sukcesu transakcji, ceny sprzedaży projektów itp. W 2015 roku Vinhomes zaimponowało rynkowi projektem Vinhomes Central Park, przedstawiając „miniaturowe zielone miasto”, 14-hektarowy park nadrzeczny i główną atrakcję budynku Landmark 81. Projekt ten zdobył podwójną nagrodę podczas ceremonii ogłoszenia Asia-Pacific Real Estate Awards 2016. Fakt, że Vinhomes zostało ocenione przez Vietnam Report jako najbardziej prestiżowy inwestor w nieruchomości w Wietnamie, nadal potwierdza pozycję grupy na rynku, a także pokazuje wiodącą pozycję grupy w wietnamskim sektorze nieruchomości.

Akcja Vinhomes „Powitanie złotego domu, powitanie luksusowego samochodu” dysponuje budżetem wynoszącym niemal 33 miliardy VND i jest obecnie jednym z największych programów promocyjnych o największej skali i całkowitym budżecie w 2016 r. na wietnamskim rynku nieruchomości.

2. Zrozumienie wartości dla klienta:

Oprócz bystrego myślenia, zrównoważonej strategii biznesowej, silnej zdolności finansowej, jednym z powodów sukcesu tej Grupy jest towarzyszenie w potwierdzaniu standardów życia klientów. Według przedstawiciela Vingroup, pierwszą rzeczą, którą Grupa przedstawia przed zbudowaniem projektu, nie są rysunki techniczne, ale rozwiązania, które przyczyniają się do obsługi szczytu luksusowego życia. Rzeczywistość pokazała również, że projekty Vingroup, gdy są wprowadzane na rynek, są poszukiwane przez parkiety handlowe, ponieważ wnoszą wiele wyższych wartości w porównaniu z innymi inwestorami, takich jak: ciągle zapewnianie zaangażowania w postęp, dywersyfikacja systemu infrastruktury, synchroniczne media i wyższa jakość usług, ścisły system bezpieczeństwa i wysoka izolacja, zwiększanie zielonego pokrycia projektu w celu zapewnienia zdrowego życia, ... przyczyniając się do tworzenia klasowego życia dla mieszkańców.

Ponadto Vingroup nieustannie „zdobywa punkty” dzięki swojej unikalnej polityce sprzedaży i promocji. Przypomnijmy, że w zeszłym roku ta Grupa zamówiła, aby dać szczęśliwym klientom, którzy posiadają nieruchomości w projekcie Vinhomes Central Park, superjacht o wartości ponad 1 miliona dolarów (prawie 30 miliardów VND). Oprócz tego jachtu za milion dolarów, właściciele nieruchomości Vinhomes Central Park mają również możliwość posiadania wielu luksusowych Mercedesów-Benz S400. Mając serce zawsze na celu dostarczenie wielu wartości klientom, w tym roku Vinhomes - jednostka zajmująca się nieruchomościami i zarządzaniem Vingroup zorganizowała program losowania nagród „Powitanie złotego domu - powitanie luksusowego samochodu”, a nagrodą był Mercedes-Benz S500L. Jako jeden z najdroższych luksusowych samochodów na rynku, Mercedes-Benz S500L został wybrany przez Vinhomes do „sparowania” z superluksusowym apartamentem Vinhomes Golden River. Obecnie

każdy Mercedes-Benz S500L po przybyciu do Wietnamu kosztuje 6,5 miliarda VND, co odpowiada cenie luksusowego apartamentu w centrum. To również wartości, które Inwestor chce przekazać klientom, tworząc godny duet klasy wyższej: luksusowy dom - luksusowy samochód. Druga szansa na posiadanie „potężnego duetu” - luksusowego domu i luksusowego samochodu Losowanie nagród „Powitanie złotego domu, powitanie luksusowego samochodu” odbędzie się 30 września. Dwa luksusowe samochody Mercedes-Benz S500L, każdy o wartości 6,5 miliarda VND, rozpoczną podróż w poszukiwaniu szczęśliwego właściciela prestiżowego „Potężnego duetu”. Zgodnie z tym wszyscy klienci, którzy wpłacili depozyt i podpisali umowę zakupu domu w Vinhomes Golden River, otrzymają los na losowanie z kodem nagrody. Niewygrane losy w pierwszej rundzie zostaną powtórzone w drugiej i trzeciej rundzie, co oznacza, że im szybciej klienci kupią luksusowe apartamenty Vinhomes Golden River i im więcej apartamentów kupią, tym większe będą ich szanse na wygranę supersamochodu Mercedes-Benz S500L.

Ograniczenia i wady

Budowa kompleksów mieszkalnych i centrów handlowych, w tym głównie budynku Landmark 81 wybudowanego w Central Parku Vinhomes, doprowadziła do zmian w działalności handlowej, które negatywnie wpłynęły na lokalnych mieszkańców, i odeszła od pierwotnego założenia Vinhomes, aby pozycjonować się jako ekskluzywna, cicha i bezpieczna dzielnica mieszkaniowa...

Nabycie gruntów:

Jak twierdzi dziennikarz Truong Duy Nhat, mimo że jest to wielobranżowa grupa ekonomiczna, główną działalnością Vingroup nastawioną na zysk są nadal przychody z nieruchomości, zakup, a nawet wyłudzenie od inwestorów atrakcyjnych projektów nieruchomościowych od południa do północy, od kontynentu po wyspy, po niskich cenach i odsprzedaż po cenach dziesiątki, a nawet setki razy wyższych.

Nadawanie domów urzędnikom:

Według RFA, na liście obecnych mieszkańców, którzy posiadają wille warte milion dolarów od Vingroup, znajdują się minister informacji i komunikacji Truong Minh Tuan, dyrektor generalny telewizji krajowej Tran Binh Minh, prezes Sądu Najwyższego Ludowego Nguyen Hoa Binh, a także wielu wysokich rangą urzędników z wielu ministerstw i sektorów w Wietnamie. Co znamienne, większość tych willi została podarowana jako prezenty, przekazana darowizną lub odsprzedana po symbolicznych cenach.

Manipulacja krajowymi mediami:

Według RFA wszystkie informacje dotyczące Vingroup muszą zostać ocenzone przez ich własny Departament Komunikacji przed wysłaniem ich do państwowych mediów w celu rozpowszechnienia.

Według dziennikarza Truonga Duya Nhat: „Każda kwestia poruszona w związku z braćmi Vuong Vin została „rozwiązana w mgnieniu oka”. Nawet prośba premiera po wybudowaniu wieżowca Vingroup w Giang Vo, gdy pan Nguyen Xuan Phuc dopiero co został premierem, mówiła „Kto zezwolił na budowę wieżowca w tym miejscu w planowaniu stolicy?”. Niecałą pół godziny później wszystkie gazety usunęły oświadczenie premiera, ale premier nie odważył się go skomentować”.

25 maja 2018 r. bloger Nguyen Anh Tuan został zatrzymany przez A67, Departament Antyreakcyjny i Terrorystyczny Ministerstwa Bezpieczeństwa Publicznego, Oddział Południowy, na lotnisku Tan Son Nhat, aby poprosić o usunięcie artykułów o przejęciu przez Vingroup Corporation najlepszych gruntów w Hanoi bez przetargu. Pan Tuan odmówił. Podczas konfliktu związanego z obszarem miejskim Skylake w Hanoi policja udała się do domów i wykonała telefony, aby ostrzec nabywców mieszkań w Skylake, którzy protestowali w

marcu 2019 r. przeciwko Vingroup , aby nie rozmawiali z reporterami i nie publikowali postów na Facebooku.

Vingroup potwierdziło w rozmowie z Financial Times, że firma monitoruje media społecznościowe, aby „szybko sobie z nimi radzić” i chronić interesy swoich klientów, dodając, że „zazwyczaj osoby, które skarżą się w mediach społecznościowych, dobrowolnie edytują lub usuwają swoje posty”.

„Jeśli Vingroup lub inne firmy przejmą znaczną część produkcji lub zatrudnienia w Wietnamie, rząd nie będzie miał innego wyjścia, jak polegać na tych dużych firmach w zakresie regulacji polityki gospodarczej” — powiedział Woochan Kim, profesor biznesu na Korea University.

„Trudno będzie zarządzać tymi firmami, a krajowe media będą w dużym stopniu polegać na reklamach Vingroup i innych firm. Będą tak zależne, że media nie będą informować o skandalach korporacyjnych”.

5. Wnioski i rozwiązanie:

5.1 Podsumowanie :

W szczególności, w duchu nieustannych wysiłków „Dla lepszego życia dla Wietnamczyków”, Vinhomes będzie nadal przełamywać granice obecnego złożonego modelu miejskiego, dążąc do nowych szczytów. Wraz z infrastrukturą, synchronicznym i nowoczesnym krajobrazem oraz mediami - nadchodzące obszary miejskie i metropolie Vinhomes zostaną zbadane i zastosowane przy użyciu inteligentnej technologii i zaawansowanych technik w zarządzaniu i eksploatacji, zapewniając klientom komfortowe i międzynarodowe środowisko życia.

Wpływ nieruchomości Vinhomes na rynek i konsumentów wzrasta ze względu na niezwykle ścisłą zdolność Vingroup do zarządzania marką własnych produktów. Od „pakowania” swoich nieruchomości z własną nazwą firmy, po rozwiązywanie sytuacji gustów klientów, aby zapewnić duże zaufanie do nieruchomości Vinhomes.

Jednakże, gdy pakowanie produktu odbywa się tak szybko i skutecznie, a także gdy istnieje możliwość szybkiego planowania i wdrażania projektów, budzi to wiele wątpliwości i potępień w przypadku nabywania nieruchomości poprzez nadmierne „lobbing”, w niektórych przypadkach podejrzewa się przekazywanie domów urzędnikom państwowym, którzy czerpią korzyści z „otwierania drogi” dla dokumentów dotyczących nieruchomości, co tworzy negatywną reputację wśród osób, które naprawdę rozumieją markę.

Rozwiązanie:

Kiedy marka jest kwestionowana, najlepszym sposobem jest nie reagowanie ostro na uprzedzenia, ale jednocześnie zapewnienie przejrzystych, łatwych do zrozumienia rozwiązań dla klientów, którzy naprawdę są zaniepokojeni tą kwestią. Dzięki możliwości relacjonowania wiadomości o spółce macierzystej Vingroup nie jest to trudne.

Wzmocnienie zarządzania marką, zwiększenie liczby wzmianek medialnych o Vinhomes jako obszarze high-end, może zwiększyć zaufanie ludzi do Vin w obliczu skandali politycznych i przekupstwa. Jednocześnie zwiększyć przejrzystość sprawozdawczości finansowej i przychodów Grupy, chociaż Vingroup ogólnie i Vinhomes w szczególności osiągnęły wyniki uznane przez prasę i międzynarodowych recenzentów, zajmując ważne miejsca w rankingach w Azji.

References:

1. Vo Mai Truong Phong, Le Doan Minh Duc [2019] Knowledge Management in Enterprises in the Context of IR 4.0. “INTERNATIONAL JOURNAL OF RESEARCH IN FINANCE AND MANAGEMENT”, Vol. 2, No. 2, 70-74.
2. Vo Mai Truong Phong, Bui Van Thoi, Le Doan Minh Duc [2019] Developing High Quality Human Resource to Take Advantages from CPTPP and IR 4.0. “INTERNATIONAL JOURNAL OF RESEARCH

- IN FINANCE AND MANAGEMENT”, Vol. 2, No. 2, 67-69.
3. Bui Van Thoi, Vo Mai Truong Phong, Le Doan Minh Duc [2019] Knowledge Management in Enhancing Competitiveness of Small and Medium Enterprises. “INTERNATIONAL JOURNAL OF RESEARCH IN FINANCE AND MANAGEMENT”, Vol. 2, No. 2, 61-66.
 4. Bui Van Thoi, Nguyen Tien Phuc, Vo Mai Truong Phong, Tran Duy Thuc [2019] Climate Change and Sustainable Development of Vietnamese Enterprises. “INTERNATIONAL JOURNAL OF RESEARCH IN FINANCE AND MANAGEMENT”, Vol. 3, No. 1, 69-71.
 5. Nguyen Tien Phuc, Bui Van Thoi, Le Doan Minh Duc, Tran Duy Thuc [2019] Green Economy as an Opportunity for Vietnamese Business in Renewable Energy Sector. “INTERNATIONAL JOURNAL OF RESEARCH IN FINANCE AND MANAGEMENT”, Vol. 3, No. 1, 26-32.
 6. Nguyen Tien Phuc, Phan Phung Phu, Le Doan Minh Duc, Tran Duy Thuc [2019] Natural Resources Limitation and the Impact on Sustainable Development of Enterprises. “INTERNATIONAL JOURNAL OF RESEARCH IN FINANCE AND MANAGEMENT”, Vol. 3, No. 1, 80-84.
 7. Phan Phung Phu, Nguyen Tien Phuc, Le Doan Minh Duc, Tran Duy Thuc [2019] Sustainable Development and Environmental Management in Vietnam. “INTERNATIONAL JOURNAL OF RESEARCH IN FINANCE AND MANAGEMENT”, Vol. 3, No. 1, 72-79.
 8. Phan Phung Phu, Nguyen Khac Cuong, Tran Duy Thuc [2019] Solution to Protect River Culture Facing Urbanization Trends in Biggest Cities in Vietnam. “INTERNATIONAL JOURNAL OF RESEARCH IN FINANCE AND MANAGEMENT”, Vol. 3, No. 1, 50-53.
 9. Nguyen Khanh Cuong, Phan Phung Phu, Tran Duy Thuc [2019] Challenges and Opportunities in Protection of River Culture in Red River Delta. “INTERNATIONAL JOURNAL OF RESEARCH IN FINANCE AND MANAGEMENT”, Vol. 3, No. 1, 54-59.
 10. Nguyen Khanh Cuong, Nguyen Van Dat, Tran Duy Thuc [2019] Challenges and Opportunities in Protection of River Culture in Mekong Delta. “INTERNATIONAL JOURNAL OF RESEARCH IN FINANCE AND MANAGEMENT”, Vol. 3, No. 1, 64-68.
 11. Nguyen Van Dat, Nguyen Khac Cuong, Tran Duy Thuc [2019] Solutions to Protect River Culture in Vietnam due to Climate Change. “INTERNATIONAL JOURNAL OF RESEARCH IN FINANCE AND MANAGEMENT”, Vol. 3, No. 1, 60-63.
 12. Phan Minh Duc, Nguyen Thanh Tuan, Phung The Vinh, Nguyen Vuong Thanh Long [2019] Solutions for Tuyen Quang and Binh Phuoc International Tourism Products and Services Development. Comparative Analysis. “INTERNATIONAL JOURNAL OF RESEARCH IN MARKETING MANAGEMENT AND SALES”, Vol. 2, No. 1, 131-137.
 13. Tran Minh Thai, Tran Hoang Hau, Phung The Vinh, Nguyen Vuong Thanh Long [2019] Solutions for Tuyen Quang and Binh Phuoc Tourism Industry Sustainable Development. Comparative Analysis. “INTERNATIONAL JOURNAL OF RESEARCH IN MARKETING MANAGEMENT AND SALES”, Vol. 2, No. 1, 101-107.
 14. Nguyen Thanh Tuan, Phan Minh Duc, Phung The Vinh, Nguyen Vuong Thanh Long [2019] Taking Advantages of the Potential of Tuyen Quang and Binh Phuoc in Developing Tourism Industry. Comparative Analysis. “INTERNATIONAL JOURNAL OF RESEARCH IN MARKETING MANAGEMENT AND SALES”, Vol. 2, No. 1, 126-130.
 15. Tran Hoang Hau, Tran Minh Thai, Phung The Vinh, Nguyen Vuong Thanh Long [2019] Solutions for Attracting FDI into Tuyen Quang and Binh Phuoc Tourism Industry. Comparative Analysis. “INTERNATIONAL JOURNAL OF RESEARCH IN MARKETING MANAGEMENT AND SALES”, Vol. 2, No. 1, 113-119.
 16. Phan Minh Duc, Nguyen Thanh Tuan, Phung The Vinh, Nguyen Vuong Thanh Long [2019] Tuyen Quang and Binh Phuoc – Comparative Analysis of Potential for Tourism Industry Development. “INTERNATIONAL JOURNAL OF RESEARCH IN MARKETING MANAGEMENT AND SALES”, Vol. 2, No. 1, 138-141.
 17. Nguyen Thanh Tuan, Phan Minh Duc, Phung The Vinh, Nguyen Vuong Thanh Long [2019] Differences and Similarities in Offered Services of Tuyen Quang and Binh Phuoc Tourism Industry. “INTERNATIONAL JOURNAL OF RESEARCH IN MARKETING MANAGEMENT AND SALES”, Vol. 2, No. 1, 120-125.
 18. Tran Hoang Hau, Tran Minh Thai, Phung The Vinh, Nguyen Vuong Thanh Long [2019] Developing Human Resource for Tuyen Quang and Binh Phuoc Tourism Industry. Comparative Analysis. “INTERNATIONAL JOURNAL OF RESEARCH IN MARKETING MANAGEMENT AND SALES”, Vol. 2, No. 1, 1-5.

19. Nguyen Thanh Hung, Nguyen Thanh Vu, Bui Xuan Bien [2019] Brexit and Risks for the UK Economy. "INTERNATIONAL JOURNAL OF RESEARCH IN FINANCE AND MANAGEMENT", Vol. 3, No. 1, 13-18.
20. Ho Tien Dung, Nguyen Thanh Vu, Le Doan Minh Duc [2019] Brexit and Risks for the EU Economy. "INTERNATIONAL JOURNAL OF RESEARCH IN FINANCE AND MANAGEMENT", Vol. 2, No. 2, 92-98.
21. Bui Xuan Bien, Nguyen Thanh Vu, Nguyen Thanh Hung [2019] Brexit and Risks for the World Economy. "INTERNATIONAL JOURNAL OF RESEARCH IN FINANCE AND MANAGEMENT", Vol. 2, No. 2, 99-104.
22. Nguyen Thanh Vu, Ho Tien Dung, Le Doan Minh Duc [2019] Determinants of Real Estate Bubble in Vietnam. "INTERNATIONAL JOURNAL OF RESEARCH IN FINANCE AND MANAGEMENT", Vol. 2, No. 2, 75-80.
23. Nguyen Thanh Vu, Ho Tien Dung, Le Doan Minh Duc [2019] China-US Trade War and Risks for Vietnam's Economy. "INTERNATIONAL JOURNAL OF RESEARCH IN FINANCE AND MANAGEMENT", Vol. 2, No. 2, 86-91.
24. Bui Xuan Bien, Nguyen Thanh Vu, Nguyen Thanh Hung [2019] Risks of Unsustainable Economic Development in Vietnam. "INTERNATIONAL JOURNAL OF RESEARCH IN FINANCE AND MANAGEMENT", Vol. 2, No. 2, 105-110.
25. Ho Tien Dung, Nguyen Thanh Vu, Le Doan Minh Duc [2019] Risks of Unsustainable Tourism Development in Vietnam. "INTERNATIONAL JOURNAL OF RESEARCH IN FINANCE AND MANAGEMENT", Vol. 2, No. 2, 81-85.
26. Nguyen Thanh Hung, Nguyen Thanh Vu, Bui Xuan Bien [2019] Risks of Vietnamese Enterprises in Trade Relations with China. "INTERNATIONAL JOURNAL OF RESEARCH IN FINANCE AND MANAGEMENT", Vol. 3, No. 1, 1-6.
27. Nguyen Van Trinh, Leo Paul Dana [2019] Vietnam International Economic Integration in the Context of Trade Globalization. "VIETNAM INTEGRATION – JOURNAL OF SCIENCE", 163/2020, 11-21.
28. Ho Thien Thong Minh [2019] Impact of Covid-19 on National and Ho Chi Minh City Socio-economic Situation and Growth Support Policy for 2020. "VIETNAM INTEGRATION – JOURNAL OF SCIENCE", 163/2020, 22-33.
29. Ho Thien Thong Minh [2019] Entrepreneurship and Innovation Investment in Vietnam – Co-working Space for Saigon International University. "VIETNAM INTEGRATION – JOURNAL OF SCIENCE", 163/2020, 74-85.
30. Tran Duy Thuc, Nguyen Viet Linh, Phung The Vinh [2019] The Impact of the Ratio of Foreigners in Executive Board on Firm Performance in the South of Vietnam. "AMERICAN INTERNATIONAL JOURNAL OF BUSINESS MANAGEMENT", Vol. 2, No. 12, 76-85.
31. Tran Minh Thai, Nguyen Phuong Thao [2019] Brand Management in Convenience Store Business – Comparative Analysis between Vinmart+ and Familymart in Vietnamese Market. "INTERNATIONAL JOURNAL OF RESEARCH IN MARKETING MANAGEMENT AND SALES", Vol. 1, No. 2, 106-111.
32. Bui Xuan Bien, Nguyen Van Tien [2019] Solutions Enhancing Competitiveness of Made-in-Vietnam Brands in Vietnamese Market. "INTERNATIONAL JOURNAL OF RESEARCH IN MARKETING MANAGEMENT AND SALES", Vol. 1, No. 2, 93-99.
33. Ho Thien Thong Minh, Phan Van Dan [2019] Branding Building for Vietnam Higher Education Industry – Reality and Solutions. "INTERNATIONAL JOURNAL OF RESEARCH IN MARKETING MANAGEMENT AND SALES", Vol. 1, No. 2, 118-123.
34. Ho Tien Dung, Nguyen Van Tien [2019] Brand Building for Vietnam Tourism Industry – Reality and Solutions. "INTERNATIONAL JOURNAL OF RESEARCH IN MARKETING MANAGEMENT AND SALES", Vol. 1, No. 2, 63-68.
35. Nguyen Van Thuy, Phan Minh Duc [2019] Vinamilk's Brand Management in the Era of 4th Industrial Revolution. "INTERNATIONAL JOURNAL OF RESEARCH IN MARKETING MANAGEMENT AND SALES", Vol. 1, No. 2, 100-105.
36. Nguyen Thanh Vu, Nguyen Van Tien [2019] 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", Vol. 1, No. 2, 57-62.
37. Nguyen Thanh Hung, Nguyen Van Tien [2019] The Role of Brand and Brand Management in Creating Business Value – Case of Facebook Vietnam. "INTERNATIONAL JOURNAL OF RESEARCH IN MARKETING MANAGEMENT AND SALES", Vol. 1, No. 2, 124-128.

38. Nguyen Van Thuy, Nguyen Thanh Liem [2019] Supermarkets' Brand Management – Comparative Analysis between AEON and Coop Mart in Vietnam Retail Market. "INTERNATIONAL JOURNAL OF RESEARCH IN MARKETING MANAGEMENT AND SALES", Vol. 1, No. 2, 112-117.
39. Nguyen Hoang Tien [2019] Contribution of ODA to the Vietnam's Economic Growth. "INTERNATIONAL JOURNAL OF FOREIGN TRADE AND INTERNATIONAL BUSINESS", Vol. 2, No. 1, 121-126.
40. Nguyen Hoang Tien [2019] The Role of ODA in Vietnam's Infrastructure Upgrading and Development. "INTERNATIONAL JOURNAL OF FOREIGN TRADE AND INTERNATIONAL BUSINESS", Vol. 2, No. 1, 101-108.
41. Nguyen Hoang Tien [2019] The Role of ODA in Developing Highly Qualified Human Resources in Vietnam. "INTERNATIONAL JOURNAL OF FOREIGN TRADE AND INTERNATIONAL BUSINESS", Vol. 2, No. 1, 1-6.
42. Nguyen Hoang Tien [2019] Attracting ODA Investment in Binh Duong Province of Vietnam. Current Situation and Solutions. "INTERNATIONAL JOURNAL OF FOREIGN TRADE AND INTERNATIONAL BUSINESS", Vol. 2, No. 1, 109-114.
43. Dang Thi Phuong Chi [2019] Analyze the Efficiency of Using ODA in Vietnam. "INTERNATIONAL JOURNAL OF FOREIGN TRADE AND INTERNATIONAL BUSINESS", Vol. 2, No. 1, 132-137.
44. Nguyen Hoang Tien [2019] Improving Policies and Institutions in Attracting ODA Investment in Vietnam. "INTERNATIONAL JOURNAL OF FOREIGN TRADE AND INTERNATIONAL BUSINESS", Vol. 2, No. 1, 115-120.
45. Dang Thi Phuong Chi [2019] Comparative Analysis of Japanese and Korean ODA Investment in Vietnam. "INTERNATIONAL JOURNAL OF FOREIGN TRADE AND INTERNATIONAL BUSINESS", Vol. 2, No. 1, 127-131.
46. Nguyen Hoang Tien [2019] Solutions to Attract ODA Investment Into the South-eastern Economic Region of Vietnam. "INTERNATIONAL JOURNAL OF FOREIGN TRADE AND INTERNATIONAL BUSINESS", Vol. 2, No. 1, 21-26.
47. Bui Van Thoi, Dang Thi Phuong Chi [2019] Comparative Analysis of International Marketing Strategies of Apple and Oppo. "INTERNATIONAL JOURNAL OF RESEARCH IN MARKETING MANAGEMENT AND SALES", Vol. 1, No. 2, 51-56.
48. Phan Phung Phu, Dang Thi Phuong Chi [2019] The Role of International Marketing in International Business Strategy. "INTERNATIONAL JOURNAL OF RESEARCH IN MARKETING MANAGEMENT AND SALES", Vol. 1, No. 2, 134-138.
49. Nguyen Van Dat, Dang Thi Phuong Chi [2019] Product Policy in International Marketing. Comparative Analysis between Samsung and Apple. "INTERNATIONAL JOURNAL OF RESEARCH IN MARKETING MANAGEMENT AND SALES", Vol. 1, No. 2, 129-133.
50. Nguyen Thanh Long, Dang Thi Phuong Chi [2019] Price Policy in International Marketing. Comparative Analysis between Samsung and Apple. "INTERNATIONAL JOURNAL OF RESEARCH IN MARKETING MANAGEMENT AND SALES", Vol. 1, No. 2, 144-147.
51. Nguyen Thanh Long, Dang Thi Phuong Chi [2019] Customization and Standardization of Foreign Businesses in Vietnam. The Case of Unilever and the FMCG Industry. "INTERNATIONAL JOURNAL OF RESEARCH IN MARKETING MANAGEMENT AND SALES", Vol. 1, No. 2, 139-143.
52. Tadeusz Adam Grzeszczyk [2019] Strategies for Human Resource Development for Thu Dau Mot University in Vietnam. "INTERNATIONAL JOURNAL OF RESEARCH IN MANAGEMENT", Vol. 1, No. 4, 1-5.
53. Boleslaw Rafal Kuc [2019] Introducing ICT-based Innovations in Management Process of Small and Medium Enterprises. "INTERNATIONAL JOURNAL OF RESEARCH IN MANAGEMENT", Vol. 1, No. 2, 1-3.
54. Bogdan Nogalski [2019] Developing High Quality Human Resource to Benefit from CP-TPP and IR 4.0. "INTERNATIONAL JOURNAL OF RESEARCH IN MANAGEMENT", Vol. 1, No. 2, 4-6.
55. Kazimierz Wackowski [2019] Monetary Policy and Financial Stability. "INTERNATIONAL JOURNAL OF RESEARCH IN MANAGEMENT", Vol. 1, No. 3, 1-5.
56. Krzysztof Santarek [2019] The Role of Knowledge Management for Businesses in the Context of Industrial Revolution 4.0. "INTERNATIONAL JOURNAL OF RESEARCH IN MANAGEMENT", Vol. 1, No. 2, 7-10.
57. Boleslaw Rafal Kuc [2019] The Economic Integration Process of Vietnam – Achievements and Limitations. "INTERNATIONAL JOURNAL OF RESEARCH IN MANAGEMENT", Vol. 1, No. 3, 6-11.
58. Ho Thien Thong Minh, Nguyen Ba Hoang [2019] The Impact of Capital Structure on Effectiveness of

- Business Activities of the Listed Cement Companies in Vietnam. "AMERICAN INTERNATIONAL JOURNAL OF BUSINESS MANAGEMENT", Vol. 2, No. 11, 29-44, November 2019.
59. Nguyen Thanh Vu, Vo Kim Nhan [2019] Factors Impacting Customer Satisfaction from Banking Service Quality in BIDV. "AMERICAN INTERNATIONAL JOURNAL OF BUSINESS MANAGEMENT", Vol. 2, No. 11, 1-8.
 60. Phung The Vinh, Tran Duy Thuc [2019] Staff Motivation Policy of Foreign Companies in Vietnam. "INTERNATIONAL JOURNAL OF FINANCIAL MANAGEMENT AND ECONOMICS", , Vol. 3, No. 1, 1-4.
 61. Phung The Vinh, Tran Duy Thuc, Dang Thi Phuong Chi [2019] Working Environment and Labor Efficiency of State Owned Enterprises and Foreign Corporations in Vietnam. "INTERNATIONAL JOURNAL OF FINANCIAL MANAGEMENT AND ECONOMICS", Vol. 2, No. 2, 64-67.
 62. Pham Cong Do, Phan Van Thuong, Vo Tan Phong, Ha Van Dung [2019] Factors Affecting Access to Finance by Small and Medium Enterprises in Vietnam. "AMERICAN INTERNATIONAL JOURNAL OF BUSINESS MANAGEMENT", Vol. 2, No. 10, 69-79, October 2019.
 63. Nguyen Hoang Tien, Nguyen Thi Hoang Yen [2019] Students and Young University Staff Development in the Context of E-learning and the 4th Industrial Revolution. "JOURNAL OF SCIENCE HO CHI MINH CITY OPEN UNIVERSITY", Vol. 9, No. 3, 42-48.
 64. Phung The Vinh, Tran Duy Thuc [2019] Global Strategic Risk Analysis of High-tech Businesses in the Era of Industrial Revolution 4.0. "INTERNATIONAL JOURNAL OF MULTIDISCIPLINARY RESEARCH AND DEVELOPMENT", Vol. 6, No. 10, 28-32.
 65. Phung The Vinh, Tran Duy Thuc [2019] Risk Management of Japanese and Korean FDI Enterprises in Vietnam – Comparative Analysis. "INTERNATIONAL JOURNAL OF MULTIDISCIPLINARY RESEARCH AND DEVELOPMENT", Vol. 6, No. 10, 33-36.
 66. Nguyen Hoang Tien [2019] Management and Leadership in Socially Responsible Businesses – Reality in Vietnam. "INTERNATIONAL JOURNAL OF RESEARCH IN MANAGEMENT", Vol.1, No. 1, 5-8.
 67. Nguyen Hoang Tien [2019] Develop Leadership Competencies and Qualities in Socially Responsible Businesses – Reality in Vietnam. "INTERNATIONAL JOURNAL OF RESEARCH IN MANAGEMENT", Vol.1, No. 1, 01-04.
 68. Do Thi Y Nhi [2019] Managing Change in Socially Responsible Businesses – Reality in Vietnam. "INTERNATIONAL JOURNAL OF MULTIDISCIPLINARY RESEARCH AND DEVELOPMENT", Vol. 6, No. 10, 47-51.
 69. Do Thi Y Nhi [2019] Comparative Analysis of Knowledge Management Software Application at E&Y and Unilever Vietnam. "INTERNATIONAL JOURNAL OF MULTIDISCIPLINARY RESEARCH AND DEVELOPMENT", Vol. 6, No. 10, 22-27.
 70. Do Thi Y Nhi, Dang Thi Phuong Chi [2019] Logistics Service Management in Vietnamese Enterprises and Foreign Corporations. "INTERNATIONAL JOURNAL OF MULTIDISCIPLINARY RESEARCH AND DEVELOPMENT", Vol. 6, No. 10, 16-21.
 71. Do Thi Y Nhi, Dang Thi Phuong Chi [2019] CRM Application in Agricultural Management in the Mekong Delta. "INTERNATIONAL JOURNAL OF MULTIDISCIPLINARY RESEARCH AND DEVELOPMENT", Vol. 6, No. 10, 123-126.
 72. Nguyen Hoang Tien [2019] CRM Application in Managing Hotel, Restaurant and Tourism Services in Vietnam. "INTERNATIONAL JOURNAL OF RESEARCH IN MANAGEMENT", Vol. 1, No. 1, 14-17.
 73. Nguyen Hoang Tien [2019] CRM Application in Customer Service Management at Big4 Banks in Vietnam. "INTERNATIONAL JOURNAL OF RESEARCH IN MANAGEMENT", Vol. 1, No. 1, 9-13.
 74. Nguyen Hoang Tien, Nguyen Minh Ngoc [2019] Analysis of Japan's International Trade and Investment Activities in Vietnam. "INTERNATIONAL JOURNAL OF ADVANCED RESEARCH IN ENGINEERING AND MANAGEMENT", Vol. 5, No. 7, 24-28.
 75. Nguyen Hoang Tien, Nguyen Minh Ngoc [2019] Comparative Analysis of Advantages and Disadvantages of the Modes of Entering the International Market. "INTERNATIONAL JOURNAL OF ADVANCED RESEARCH IN ENGINEERING AND MANAGEMENT", Vol. 5, No. 7, 29-36.
 76. Nguyen Minh Ngoc [2019] Coping with Challenges and Taking Opportunities in International Business Strategy of Foreign Enterprises in Vietnam. "INTERNATIONAL JOURNAL OF ADVANCED RESEARCH IN ENGINEERING AND MANAGEMENT", Vol. 5 , No. 7, 18-23 .
 77. Nguyen Minh Ngoc [2019] Related and Non-related Diversification Strategy of Domestic Business Groups in Vietnam. "INTERNATIONAL JOURNAL OF ADVANCED RESEARCH IN ENGINEERING AND MANAGEMENT", Vol. 5, No. 7, 12-17.

78. Nguyen Minh Ngoc [2019] Analysis of Korea's International Trade and Investment Activities in Vietnam. "INTERNATIONAL JOURNAL OF ADVANCED RESEARCH IN ENGINEERING AND MANAGEMENT", Vol. 5, No. 7, 7-11.
79. Nguyen Minh Ngoc, Dinh Ba Hung Anh [2019] Analysis of Singapore International Trade and Investment Activities in Vietnam. "INTERNATIONAL JOURNAL OF ADVANCED RESEARCH IN ENGINEERING AND MANAGEMENT", Vol. 5, No. 7, 1-6.
80. Truong Thi Hai Thuan [2019] Analysis of Strategic Risk of Domestic and Foreign Real Estate Enterprises Operating in Vietnam's Market. "INTERNATIONAL JOURNAL OF COMMERCE AND MANAGEMENT RESEARCH", Vol. 5, No. 5, 36-43.
81. Truong Thi Hai Thuan [2019] Managing Political and Legal Risks of Foreign Corporations Entering Vietnam Market. "INTERNATIONAL JOURNAL OF COMMERCE AND MANAGEMENT RESEARCH", Vol. 5, No. 5, 30-35.
82. Nguyen Phuong Thao [2019] Cultural Risk Management of Foreign Corporations Entering Vietnam Market. "INTERNATIONAL JOURNAL OF COMMERCE AND MANAGEMENT RESEARCH", Vol. 5, No. 5, 51-55.
83. Ho Thien Thong Minh [2019] Cultural Risk Management in the Integration Process of Vietnamese Enterprises. "INTERNATIONAL JOURNAL OF COMMERCE AND MANAGEMENT RESEARCH", Vol. 5, No. 5, 25-29.
84. Huynh Quoc Anh, Truong Thi Hai Thuan [2019] Leading Changes and Self-management Strategy of CEOs in Technology Corporations in the World. "INTERNATIONAL JOURNAL OF COMMERCE AND MANAGEMENT RESEARCH", Vol. 5, No. 5, 9-14.
85. Huynh Quoc Anh, Truong Thi Hai Thuan [2019] Change Management of Technology Enterprises in the Era of 4th Industrial Revolution in Vietnam. "INTERNATIONAL JOURNAL OF COMMERCE AND MANAGEMENT RESEARCH", Vol. 5, No. 5, 15-18.
86. Ho Thien Thong Minh [2019] Leadership, Power and Influence in State-owned Enterprises in Vietnam. "INTERNATIONAL JOURNAL OF COMMERCE AND MANAGEMENT RESEARCH", Vol. 5, No. 5, 71-74.
87. Ho Thien Thong Minh [2019] Challenges for Vietnamese Business Leaders in the Era of International Economic Integration and Industrial Revolution 4.0. "INTERNATIONAL JOURNAL OF COMMERCE AND MANAGEMENT RESEARCH", Vol. 5, No. 5, 19-24.
88. Nguyen Dang The Vinh [2019] ERP Application in SMEs in Vietnam – Limitations, Potentials and Development Solutions. "INTERNATIONAL JOURNAL OF COMMERCE AND MANAGEMENT RESEARCH", Vol. 5, No. 5, 75-78.
89. Nguyen Dang The Vinh [2019] Analyzing the Prospects and Limitations of the ERP Market in Vietnam. "INTERNATIONAL JOURNAL OF COMMERCE AND MANAGEMENT RESEARCH", Vol. 5, No. 5, 46-50.
90. Nguyen Dang The Vinh [2019] Analyzing the Prospects and Limitations of the ERP Market in the World. "INTERNATIONAL JOURNAL OF COMMERCE AND MANAGEMENT RESEARCH", Vol. 5, No. 5, 42-45.
91. Dinh Ba Hung Anh [2019] Development of Highly Qualified Human Resources to Receive Opportunities from CP-TPP – Approach of Vietnamese Universities. "INTERNATIONAL JOURNAL OF ADVANCED EDUCATIONAL RESEARCH", Vol. 4, No. 4, 85-90.
92. Dinh Ba Hung Anh [2019] Attracting FDI in Higher Education Industry in Vietnam. "INTERNATIONAL JOURNAL OF ADVANCED EDUCATION AND RESEARCH", May 2019, Vol. 4, No. 3, 24-27.
93. Dinh Ba Hung Anh [2019] Vietnam's International Trade Policy in Context of China-US Trade War. "INTERNATIONAL JOURNAL OF COMMERCE AND MANAGEMENT RESEARCH", Vol. 5, No. 3, 92-95.
94. Dinh Ba Hung Anh [2019] The Role of International Trade Policy in Boosting Economic Growth of Vietnam. "INTERNATIONAL JOURNAL OF COMMERCE AND MANAGEMENT RESEARCH", Vol. 5, No. 3, 107-112.
95. Dinh Ba Hung Anh [2019] Comparative Analysis of the Process of Economic Integration of EU and ASEAN. "INTERNATIONAL JOURNAL OF COMMERCE AND MANAGEMENT RESEARCH", May 2019, Vol. 5, No. 3, 96-99.
96. Dinh Ba Hung Anh [2019] Trade Freedom and Protectionism of Leading Economies in Global Trade System. "INTERNATIONAL JOURNAL OF COMMERCE AND MANAGEMENT RESEARCH", Vol. 5, No. 3, 100-103.
97. Pham Cong Do, Vo Tan Phong, Phan Van Thuong, Ha Van Dung [2019] AIIB as Challenger for IMF

- and WB. "AMERICAN INTERNATIONAL JOURNAL OF BUSINESS MANAGEMENT", Vol. 2, No. 10, 62-68, 2019 October.
98. Dinh Ba Hung Anh [2019] Global China as a Security Guarantor for African Nations. "INTERNATIONAL JOURNAL OF MULTIDISCIPLINARY RESEARCH AND DEVELOPMENT", Vol. 6, No. 8, 66-71.
 99. Vo Thi Thu Thao, Dinh Ba Hung Anh [2019] International Trade and Currency War – Consequences for Vietnam's Economy. "INTERNATIONAL JOURNAL OF RESEARCH IN FINANCE AND MANAGEMENT", Vol. 2, No. 1, 43-46.
 100. Dinh Ba Hung Anh [2019] Organizational Culture and Labor Productivity of Foreign Corporations in Vietnam. "INTERNATIONAL JOURNAL OF RESEARCH IN FINANCE AND MANAGEMENT", Vol. 2, No. 1, 37-42.
 101. Dinh Ba Hung Anh [2019] Solutions Enhancing Personal Credit Development for the Military Bank in Vietnam. "INTERNATIONAL JOURNAL OF RESEARCH IN FINANCE AND MANAGEMENT", Vol. 2, No. 1, 23-29.
 102. Dinh Ba Hung Anh [2019] Friendly and Partnership Based Relationship between Vietnam and South Korea – the Nature, Current Development and Future Prospects. "INTERNATIONAL JOURNAL OF RESEARCH IN FINANCE AND MANAGEMENT", Vol. 2, No. 1, 30-36.
 103. Dinh Ba Hung Anh [2019] Ecological Aspect of Sustainable Development of Rural Areas. "INTERNATIONAL JOURNAL OF RESEARCH IN FINANCE AND MANAGEMENT", Vol. 2, No. 2, 05-07.
 104. Dinh Ba Hung Anh [2019] Agrotourism as Factor of Entrepreneurship in the Countryside Development. "INTERNATIONAL JOURNAL OF RESEARCH IN FINANCE AND MANAGEMENT", Vol. 2, No. 1, 53-55.
 105. Dinh Ba Hung Anh [2019] Gaining Competitive Advantage from CSR Policy Change. "INTERNATIONAL JOURNAL OF RESEARCH IN FINANCE AND MANAGEMENT", Vol. 2, No. 2, 8-12.
 106. Dinh Ba Hung Anh [2019] In Search for Sustainable Business Universities Model in Developing Countries. "INTERNATIONAL JOURNAL OF RESEARCH IN FINANCE AND MANAGEMENT", Vol. 2, No. 2, 01-04.
 107. Le Doan Minh Duc, Phung The Vinh, Tran Duy Thuc, Dinh Ba Hung Anh, Nguyen Thanh Hung, Nguyen Vuong Thanh Long [2019] ASEAN and China as Mutual Economic and Geo-Political Counterbalance in the Region. "INTERNATIONAL JOURNAL OF TRADE ECONOMICS AND FINANCE", Vol. 10, No. 6, 171-176.
 108. Le Doan Minh Duc, Phung The Vinh, Tran Duy Thuc, Dinh Ba Hung Anh, Nguyen Thanh Hung, Nguyen Vuong Thanh Long [2019] Strategic Dimension of Social Entrepreneurship in Vietnam. "INTERNATIONAL JOURNAL OF TRADE ECONOMICS AND FINANCE", Vol. 11, No. 1., 16-21, 2020.
 109. Dinh Ba Hung Anh [2019] Is Democratic People's Republic of Laos an Eternal Friend of Vietnam Facing Rising China and Its Regional Influence? "INTERNATIONAL JOURNAL OF MULTIDISCIPLINARY RESEARCH AND DEVELOPMENT", Vol. 6, No.8, 72-76.
 110. Dinh Ba Hung Anh [2019] The Risk of ASEAN split due to the Territorial Disputes with China in the South China Sea. "INTERNATIONAL JOURNAL OF MULTIDISCIPLINARY RESEARCH AND DEVELOPMENT", Vol. 6, No. 8, 77-79.
 111. Dinh Ba Hung Anh [2019] High Quality Human Resource Development – Approach of Vietnamese Government. "INTERNATIONAL JOURNAL OF MULTIDISCIPLINARY RESEARCH AND DEVELOPMENT", Vol. 6, No.8, 80-83.
 112. Dinh Ba Hung Anh [2019] High Quality Human Resource Development – Approach of Vietnamese Enterprises. "INTERNATIONAL JOURNAL OF MULTIDISCIPLINARY RESEARCH AND DEVELOPMENT", Vol. 6, No.8, 84-88.
 113. Nguyen Hoang Tien [2019] Relation amicale et basée sur le partenariat Entre le Vietnam et la Corée du Sud. La nature, le développement actuel et les perspectives. "SCIENTIFIC TECHNOLOGY DEVELOPMENT JOURNAL – ECONOMICS, LAW & MANAGEMENT". Vol. 3, No. 4, 418-427. University of Economics and Law, Vietnam National University in HCMC.
 114. Nguyen Hoang Tien [2019] Conditions for the Development of Vietnamese Business and Entrepreneurship in Poland. "SCIENTIFIC TECHNOLOGY DEVELOPMENT JOURNAL – ECONOMICS, LAW & MANAGEMENT". Vol. 3, No. 1, 37-45. University of Economics and Law, Vietnam National University in HCMC.
 115. Ha Van Dung [2019] Could ASEAN be an Economic and Political Counterbalance for Rising China in the Region? "SCIENTIFIC TECHNOLOGY DEVELOPMENT JOURNAL –ECONOMICS, LAW & MANAGEMENT". Vol. 3, No. 3, 247-261. University of Economics and Law, Vietnam National University

- in HCMC.
116. Nguyen Hoang Tien [2019] Sustainable Development Model for Business Universities in Developing Countries. "SCIENTIFIC TECHNOLOGY DEVELOPMENT JOURNAL – ECONOMICS, LAW & MANAGEMENT". Vol. 2, No. 4/2018, ,75-86. University of Economics and Law, Vietnam National University in HCMC.
 117. Le Doan Minh Duc, Nguyen Thi Xuan Thuy, Nguyen Thi Hoang Yen [2018] Corporate Social Responsibility and Corporate Financial Performance. Case of Vietnamese Listed Companies. "RESEARCH REVIEWS OF CZESTOCHOWA UNIVERSITY - MANAGEMENT". No 32/2018, 251-265, Czestochowa University of Technology.
 118. Ha Nam Khanh Giao, Nguyen Thanh Vu, Vo Kim Nhan [2018] Factors Affecting Consumers' Attitude toward TV Commercials for Beauty and Skin Care Products. "AMERICAN INTERNATIONAL JOURNAL OF BUSINESS MANAGEMENT", Vol. 2, No. 11, 14-21.