**BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO**

**TRƯỜNG ĐẠI HỌC PHENIKAA**

**KHOA KINH TẾ VÀ KINH DOANH**

**Ảnh có chứa văn bản, Phông chữ, biểu tượng, Đồ họa

Mô tả được tạo tự động**

**BÁO CÁO KẾT THÚC HỌC PHẦN NHÓM 7**

**QUẢN TRỊ CHIẾN LƯỢC**

Lớp học phần Quản trị chiến lược trong kinh doanh-1-1-24(N01)

Năm học 2024 – 2025

Chủ đề: “Xây dựng chiến lược kinh doanh của công ty cổ phần Vinhomes”

Thành viên nhóm:

Trần Ngọc Huyền 22011999

Lê Hà Linh 22011389

Nguyễn Tiến Nam 22011312

Nguyễn Hữu Đức 21013176

Phạm Gia Khiêm 22011500

Lê Thị Diễm Quỳnh 22011459

Nguyễn Thị Kim Liên 22011507

Nguyễn Thị Hải Lan 22011591

Nguyễn Trí Hào 22011955

Vũ Hoàng Minh 22011475

**HÀ NỘI, Tháng 1 Năm** **2025**

**MỤC LỤC**

[**PHẦN MỞ ĐẦU** 4](#_Toc187934145)

[***1. Lý do lựa chọn đề tài*** 4](#_Toc187934146)

[***2. Mục tiêu nghiên cứu*** 5](#_Toc187934147)

[***3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu*** 5](#_Toc187934148)

[***4. Kết cấu nghiên cứu*** 6](#_Toc187934149)

[**CHƯƠNG I. TỔNG QUAN QUẢN TRỊ CHIẾN LƯỢC** 7](#_Toc187934150)

[**1. Giới thiệu công ty** 7](#_Toc187934151)

[***1.1. Lịch sử hình thành và phát triển*** 7](#_Toc187934152)

[***1.2. Tầm nhìn*** 8](#_Toc187934153)

[***1.3. Sứ mệnh*** 8](#_Toc187934154)

[***1.4. Các giải thưởng danh giá mà công ty cổ phần Vinhomes đạt được trong quá trình hoạt động của mình*** 9](#_Toc187934155)

[**2. Tổng quan về các SBU của Vinhomes** 9](#_Toc187934156)

[**CHƯƠNG II. PHÂN TÍCH MÔI TRƯỜNG KINH DOANH CỦA DOANH NGHIỆP** 10](#_Toc187934157)

[**1. Phân tích môi trường kinh doanh và đề xuất phương án chiến lược** 10](#_Toc187934158)

[***1.1. Phân tích môi trường vĩ mô*** 10](#_Toc187934159)

[***1.2. Phân tích cạnh tranh ngành*** 16](#_Toc187934160)

[**1.3. Ma trận EFE (External Factor Evaluation):** 20](#_Toc187934161)

[**1.4 Ma trận SWOT** 21](#_Toc187934162)

[**1.5. Ma trận IFE (Internal Factor Evaluation):** 24](#_Toc187934163)

[**1.6. Ma trận BCG và SPACE** 25](#_Toc187934164)

[**2. Mục tiêu chiến lược kinh doanh của doanh nghiệp** 28](#_Toc187934165)

[***2.1. Mục tiêu trung hạn*** 28](#_Toc187934166)

[***2.2. Mục tiêu dài hạn*** 38](#_Toc187934167)

[**CHƯƠNG III. ĐỀ XUẤT CHIẾN LƯỢC DOANH NGHIỆP CHO GIAI ĐOẠN 5 NĂM TỚI** 43](#_Toc187934168)

[**3. Lựa chọn và đề xuất chiến lược kinh doanh của doanh nghiệp** 43](#_Toc187934169)

[***3.1. Phân tích phương án chiến lược*** 43](#_Toc187934170)

[***3.2. Lựa chọn và đề xuất chiến lược kinh doanh của doanh nghiệp*** 44](#_Toc187934171)

[**KẾT LUẬN** 64](#_Toc187934220)

[**TÀI LIỆU THAM KHẢO** 65](#_Toc187934221)

# **PHẦN MỞ ĐẦU**

## ***1. Lý do lựa chọn đề tài***

Vinhomes là một trong những thương hiệu bất động sản hàng đầu tại Việt Nam, đóng vai trò quan trọng trong việc định hình và phát triển các đô thị hiện đại, thông minh và bền vững. Trực thuộc Tập đoàn Vingroup, Vinhomes không chỉ dẫn đầu trong nước mà còn đặt mục tiêu vươn tầm quốc tế, góp phần nâng cao vị thế ngành bất động sản Việt Nam trên trường thế giới.

Bất động sản là một trong những ngành kinh tế trọng điểm, tác động mạnh mẽ đến nền kinh tế quốc dân. Việc nghiên cứu chiến lược kinh doanh của Vinhomes mang ý nghĩa thực tiễn và lý luận sâu sắc, giúp hiểu rõ cách một doanh nghiệp lớn thích ứng với những thay đổi của thị trường, khai thác cơ hội và vượt qua thách thức để phát triển bền vững.

Hơn nữa, thị trường bất động sản hiện nay đang chứng kiến sự thay đổi nhanh chóng với các xu hướng như công nghệ hóa, chuyển đổi số, sự gia tăng nhu cầu về không gian sống xanh và phát triển bền vững. Việc xây dựng chiến lược kinh doanh cho Vinhomes sẽ giúp doanh nghiệp tận dụng các xu hướng mới, nâng cao khả năng cạnh tranh và khẳng định vị thế dẫn đầu trong ngành.

Cuối cùng, Vinhomes là câu chuyện thành công điển hình về tầm nhìn chiến lược và sự phát triển bền vững. Nghiên cứu về chiến lược kinh doanh của Vinhomes không chỉ mang lại bài học thực tiễn quý báu mà còn truyền cảm hứng cho các nhà nghiên cứu và doanh nghiệp trong việc xây dựng và thực hiện các chiến lược phát triển dài hạn.

## ***2. Mục tiêu nghiên cứu***

1. *Mục tiêu chung:*  
    Phân tích và đánh giá chiến lược kinh doanh của Vinhomes, từ đó đưa ra các giải pháp và khuyến nghị nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh và phát triển bền vững.
2. *Mục tiêu cụ thể:*

Hệ thống hóa cơ sở lý luận về quản trị chiến lược và các công cụ phân tích chiến lược.

Phân tích môi trường kinh doanh của Vinhomes thông qua các yếu tố vĩ mô và vi mô.

Đánh giá năng lực nội tại của Vinhomes, xác định các điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội và thách thức của doanh nghiệp.

Đề xuất các phương án chiến lược khả thi và phù hợp với mục tiêu dài hạn của Vinhomes.

## ***3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu***

1. Đối tượng nghiên cứu  
   Chiến lược kinh doanh của Công ty Cổ phần Vinhomes.
2. Phạm vi nghiên cứu

Phạm vi thời gian: Nghiên cứu chiến lược trong 5 năm gần đây của Vinhomes (2018–2023). Dự báo và xây dựng chiến lược cho giai đoạn 5 năm tới (2025–2030).

Phạm vi nội dung: Nghiên cứu môi trường kinh doanh, phân tích nội lực doanh nghiệp, và đề xuất chiến lược kinh doanh phù hợp.

## ***4. Kết cấu nghiên cứu***

Ngoài phần mở đầu và kết luận, nghiên cứu bao gồm 3 chương:

*Chương 1:* Tổng quan quản trị chiến lược.

*Chương 2:* Phân tích môi trường kinh doanh của doanh nghiệp.

*Chương 3:* Đề xuất chiến lược kinh doanh cho giai đoạn 5 năm tới.

# **CHƯƠNG I. TỔNG QUAN QUẢN TRỊ CHIẾN LƯỢC**

## **1. Giới thiệu công ty**



### ***1.1. Lịch sử hình thành và phát triển***

Công ty cổ phần Vinhomes tiền thân là Công ty Cổ phần Đô thị – BIDV – PP, Công ty Cổ phần Vinhomes thành lập năm 2008. Công ty được thành lập với vốn đăng ký ban đầu là 300 tỷ đồng, tọa lạc tại Tòa nhà Bắc Á, số 9 Đào Duy Anh, Phường Phương Liên, Quận Đống Đa, Hà Nội.

*Năm 2009:* Đổi tên thành Công ty Cổ phần Phát triển đô thị Nam Hà Nội.

*Năm 2010:* Công ty tăng vốn điều lệ lên 2000 tỷ đồng.

*Năm 2011:* Trở thành một công ty giao dịch công khai và bắt đầu thực hiện dự án khu phức hợp đô thị Times City với hơn 12.000 căn hộ.

*Năm 2013:* Tiến hành dự án Royal City với gần 5000 căn hộ.

*Năm 2014:* Khởi công khu đô thị phức hợp cao cấp, rộng 183,5 ha Vincity Riverside tại Hà Nội.

*Năm 2015:* Vận hành dự án Vinhome Times City với phong cách kiến trúc thân thiện môi trường đảo quốc Singapore.

*Năm 2016:* Giới thiệu Vinhome Central Park tại Thành phố Hồ Chí Minh, một trong những khu đô thị mới hiện đại và cao cấp nhất cả nước với hơn 10.000 căn hộ, biệt thự và nhà phố thương mại.

*Năm 2017:* Vinhome Golden River, khu đô thị sang trọng bậc nhất bên sông Sài Gòn và trung tâm Quận 1, Thành phố Hồ Chí Minh.

*Năm 2018: Đổi tên công ty thành Công ty Cổ phần Vinhomes, tăng vốn điều lệ lên 28.365 tỷ đồng* và niêm yết trên Sở giao dịch chứng khoán TP.HCM (HOSE). Công ty hiện được xếp hạng trong top ba trên thị trường về giá trị vốn hóa) nền giáo dục Việt Nam.

Ra mắt mô hình siêu đô thị đỉnh cao và mở bán hai dự án Vinhome Smart City và Vinhome Ocean Park.

Khai trương Landmark 81, tòa nhà cao 461m, 81 tầng, tại dự án phát triển đô thị Vinhome Central Park.

*Năm 2019 đến nay:* Các dự án VinCity đang được nâng cấp thành dự án thông minh lớn mang thương hiệu Vinhomes và các dòng sản phẩm đang được tổ chức lại thành dòng thương hiệu, bao gồm Vinhome Diamond, Vinhome Ruby và Vinhome Sapphire.

Đại dự án thứ ba là Vinhome Grand Park có tỷ lệ hấp thụ vượt trội chính thức mở bán tại Quận 9, TP.HCM.

Tổ hợp chung cư cao cấp Vinhome Symphony tọa lạc tại phía Đông Thủ đô Hà Nội, cạnh khu đô thị sinh thái cao cấp Vincom Riverside được mở bán.

Thúc đẩy chiến lược bán buôn, đặc biệt là tại 3 dự án lớn, nhằm đẩy nhanh việc hình thành hệ sinh thái nhà ở, kinh doanh và bán lẻ cũng như các dịch vụ cao cấp và nhiều lựa chọn phong phú cho cư dân VInhomes.

### ***1.2. Tầm nhìn***

Tầm nhìn của công ty được công bố trên website của mình như sau: “Vinhomes là công ty đầu tư, kinh doanh và quản lý bất động sản số 1 Việt Nam với quy mô, tốc độ phát triển với chất lượng dịch vụ đẳng cấp hàng đầu, đưa thị trường bất động sản Việt Nam phát triển bền vững, vươn tầm quốc tế.”

### ***1.3. Sứ mệnh***

Vinhomes hứa hẹn mang đến một phong cách sống trọn vẹn giữa lòng cảnh quan đô thị hiện đại, với việc quy hoạch tỉ mỉ các khu dân cư, cung cấp tiện ích đa dạng và dịch vụ hàng đầu, tất cả đều đặt trong một môi trường sống xanh sạch. Nhằm nâng cao chất lượng cuộc sống cho người dân Việt Nam, nuôi dưỡng mức sống cao. Vinhomes nỗ lực xây dựng một cộng đồng cư dân kết nối, văn minh và sôi động, hướng tới cuộc sống tốt đẹp và chất lượng.

### ***1.4. Các giải thưởng danh giá mà công ty cổ phần Vinhomes đạt được trong quá trình hoạt động của mình***

Dự án Vinhome Ocean Park được Tổ chức Kỷ lục Thế giới trao tặng danh hiệu “Khu đô thị và hồ nước ngọt nhân tạo trải cát trắng lớn nhất thế giới”.

Dự án Vinhome Ocean Park Lake City được Tổ chức Kỷ lục Việt Nam trao 2 kỷ lục Việt Nam: “Hồ nước mặn lớn nhất Việt Nam” cho dự án hồ nước mặn rộng 6,1 ha; và “Hồ nước ngọt trải cát trắng nhân tạo lớn nhất Việt Nam” cho dự án Hồ Ngọc Trai rộng 24,5 ha)

Tại Japan International Property Award diễn ra tại Tokyo (Nhật Bản), Vincom Smart City đã giành được giải thưởng ”Nhà phát triển đô thị tốt nhất” (Best Township Development).

Tập đoàn Vinhomes được Forbes công nhân là một trong 5 Thương hiệu hàng đầu Việt Nam.

Giải thưởng BCI Top 10 Developer BCI Asia Awards do Tập đoàn BCI Media trao tặng hàng năm cho Nhà Đầu Tư và Nhà Thiết Kế Kiến Trúc thuộc về Vinhome.

Tạp chí Nhịp Cầu Đầu Tư vinh danh VinGroup trong Top 10 công ty hoạt động kinh doanh hiệu quả nhất và Top 17 công ty có vốn hóa thị trường trên 1 tỷ USD)

Trong chương trình giải thưởng bất động sản danh giá nhất thế giới International Property Awards, Vinhome Ocean Park được công nhận là “Dự án phức hợp tốt nhất Việt Nam” tại APPA)

## **2. Tổng quan về các SBU của Vinhomes**

Tập đoàn Công ty cổ phần Vinhomes hiện có 6 đơn vị trực thuộc, được coi là 6 đơn vị kinh doanh chiến lược (SBU) của Vinhomes, bao gồm: Vinhomes – Bất động sản, Vinhomes Retail – Thương mại, Vinpearl – Du lịch, Vinschool – Giáo dục, Vinmec – Y tế, Vineco – Nông nghiệp.

Vinhomes là một trong những tập đoàn bất động sản lớn nhất tại Việt Nam và đã có nhiều dự án thành công trong và ngoài nước) Các SBU của Vinhomes đều có mục tiêu phát triển và đóng góp vào sự phát triển của đất nước, đồng thời mang lại lợi ích cho cộng đồng và khách hàng.

# **CHƯƠNG II.** **PHÂN TÍCH MÔI TRƯỜNG KINH DOANH CỦA DOANH NGHIỆP**

## **1. Phân tích môi trường kinh doanh và đề xuất phương án chiến lược**

### ***1.1. Phân tích môi trường vĩ mô***

***Yếu Tố Chính Trị***

Các yếu tố chính trị đóng vai trò thiết yếu trong hoạt động kinh doanh của Công ty Cổ phần Vinhomes, một doanh nghiệp dẫn đầu trong lĩnh vực bất động sản tại Việt Nam. Môi trường chính trị ổn định của quốc gia đã tạo nên điều kiện thuận lợi cho hoạt động kinh doanh và đầu tư, giúp Vinhomes triển khai các dự án dài hạn mà không phải lo ngại về những bất ổn chính trị. Ví dụ, sự ổn định này đã cho phép công ty hoàn thành các dự án lớn như Vinhomes Ocean Park và Vinhomes Smart City một cách suôn sẻ, nhờ vào sự hỗ trợ từ chính quyền địa phương và khung pháp lý rõ ràng. mang lại cơ hội lớn cho sự phát triển bền vững của công ty.

Chính sách của chính phủ Việt Nam luôn chú trọng vào việc thúc đẩy phát triển kinh tế, thông qua các sáng kiến như phát triển cơ sở hạ tầng, hỗ trợ doanh nghiệp vừa và nhỏ, và đẩy mạnh hợp tác quốc tế thông qua các hiệp định thương mại tự do như CPTPP và EVFTA. trong đó bất động sản được xem là một động lực quan trọng cho sự tăng trưởng. Các chính sách khuyến khích đầu tư, phát triển cơ sở hạ tầng và đô thị hóa đã tạo cơ hội lớn cho Vinhomes mở rộng hoạt động kinh doanh. Các luật như Luật Đất đai sửa đổi năm 2013 và Luật Nhà ở năm 2014 cung cấp một khung pháp lý rõ ràng, giúp doanh nghiệp thuận lợi hơn trong việc triển khai các dự án. Tuy nhiên, những thay đổi trong chính sách đất đai và quy hoạch cũng đặt ra thách thức đòi hỏi Vinhomes phải linh hoạt thích ứng.

Ngoài ra, các chính sách hỗ trợ nhà ở xã hội của chính phủ nhằm giải quyết nhu cầu nhà ở cho người thu nhập thấp cũng tạo cơ hội cho Vinhomes mở rộng danh mục sản phẩm của mình. Chính sách thuế và tín dụng, bao gồm việc điều chỉnh thuế giá trị gia tăng và thuế thu nhập doanh nghiệp, cùng với lãi suất ngân hàng, ảnh hưởng trực tiếp đến chi phí và lợi nhuận của công ty.

Những quy định ngày càng nghiêm ngặt về chống rửa tiền và minh bạch tài chính cũng đòi hỏi Vinhomes tuân thủ nghiêm ngặt để tránh rủi ro pháp lý, đồng thời duy trì uy tín trên thị trường. Trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế, việc Việt Nam tham gia các hiệp định thương mại tự do như CPTPP hay EVFTA đã mở ra cơ hội lớn cho Vinhomes tiếp cận nguồn vốn, công nghệ, và kinh nghiệm quản lý tiên tiến, từ đó nâng cao năng lực cạnh tranh. Tuy nhiên, công ty cũng cần lưu ý các chính sách môi trường ngày càng nghiêm ngặt, đòi hỏi việc thiết kế và xây dựng phải đáp ứng tiêu chuẩn tiết kiệm năng lượng và phát triển bền vững.

Tóm lại, các yếu tố chính trị tại Việt Nam mang lại cả cơ hội và thách thức cho Vinhomes. Công ty cần tận dụng tối đa những cơ hội từ môi trường chính trị ổn định và các chính sách hỗ trợ, đồng thời thích ứng nhanh chóng với những thay đổi trong khung pháp lý để duy trì vị thế dẫn đầu.

***Yếu Tố Kinh Tế***

Kinh tế Việt Nam trong giai đoạn 2018-2023 đã trải qua nhiều biến động, nhưng nhìn chung tốc độ tăng trưởng vẫn duy trì ở mức tích cực. Tốc độ tăng trưởng GDP từ 7.08% năm 2018 đến 8.02% năm 2022, bất chấp sự suy giảm do ảnh hưởng của đại dịch COVID-19, cho thấy sức mạnh của nền kinh tế và tiềm năng thị trường bất động sản. Tuy nhiên, năm 2023, GDP chỉ tăng 5.05%, phản ánh những khó khăn trong bối cảnh kinh tế toàn cầu suy thoái.

Lãi suất và lạm phát là hai yếu tố kinh tế quan trọng tác động mạnh đến thị trường bất động sản. Trước sự gia tăng lãi suất cho vay trong năm 2022 - 2023, Vinhomes đã áp dụng các chính sách hỗ trợ khách hàng như giảm giá bán, kéo dài thời gian thanh toán và cung cấp các gói lãi suất ưu đãi. Đồng thời, để đối phó với áp lực lạm phát đạt 3.5% năm 2023, công ty đã tập trung tối ưu hóa chi phí xây dựng và quản lý, đồng thời đa dạng hóa danh mục sản phẩm để phù hợp với khả năng chi trả của khách hàng.

Thu nhập bình quân đầu người tăng đều qua các năm, từ 2,587 USD năm 2018 lên 4,284 USD năm 2023, phản ánh tiềm năng của thị trường bất động sản, đặc biệt là phân khúc nhà ở trung và cao cấp. Tuy nhiên, sự chênh lệch giữa giá bất động sản và thu nhập vẫn là một thách thức lớn đối với các doanh nghiệp như Vinhomes. Chỉ số giá nhà so với thu nhập ở các thành phố lớn dao động từ 20-25 lần, cho thấy áp lực lên khả năng chi trả của người dân.

Các chỉ số kinh tế vĩ mô đã tác động trực tiếp đến kết quả kinh doanh của Vinhomes. Doanh thu và lợi nhuận sau thuế của công ty đã giảm trong giai đoạn 2022-2023, nhưng với xu hướng phục hồi kinh tế và chính sách hỗ trợ từ chính phủ, triển vọng tăng trưởng của Vinhomes trong tương lai được đánh giá tích cực. Công ty cần tiếp tục tận dụng lợi thế từ các điều kiện kinh tế thuận lợi, đồng thời tìm cách khắc phục các khó khăn do sự biến động của thị trường.

***Yếu Tố Xã Hội***

Yếu tố xã hội là một trong những nhân tố quan trọng ảnh hưởng đến hoạt động kinh doanh của Vinhomes, đặc biệt trong bối cảnh Việt Nam đang trải qua nhiều thay đổi lớn về nhân khẩu học, lối sống, và nhu cầu nhà ở. Những yếu tố này không chỉ tạo ra cơ hội phát triển mà còn đặt ra những thách thức mà Vinhomes cần phải thích nghi để duy trì vị thế dẫn đầu trên thị trường bất động sản.

Trước hết, cơ cấu dân số trẻ và tăng trưởng nhanh của tầng lớp trung lưu tại Việt Nam đóng vai trò then chốt trong việc định hình nhu cầu bất động sản. Với gần 70% dân số dưới 40 tuổi, đây là nhóm khách hàng chính của Vinhomes, những người có nhu cầu cao về nhà ở, đặc biệt là các căn hộ hiện đại và tiện nghi. Bên cạnh đó, tốc độ đô thị hóa nhanh chóng với hơn 40% dân số sống tại các khu vực thành thị vào năm 2024 đã tạo áp lực lớn lên nhu cầu phát triển các khu đô thị mới, nơi cung cấp không gian sống chất lượng cao cho cư dân.

Sự gia tăng tầng lớp trung lưu, dự kiến chiếm khoảng 25% dân số vào năm 2025, cũng là một yếu tố quan trọng thúc đẩy nhu cầu bất động sản cao cấp. Những người thuộc nhóm này không chỉ tìm kiếm chỗ ở mà còn quan tâm đến các tiện ích đi kèm như trường học, bệnh viện, trung tâm thương mại và khu vui chơi giải trí. Vinhomes đã tận dụng cơ hội này bằng cách xây dựng các khu đô thị tích hợp, đáp ứng toàn diện các nhu cầu về sinh hoạt, làm việc và giải trí của cư dân.

Lối sống và sở thích của người tiêu dùng Việt Nam cũng đang thay đổi đáng kể. Trong những năm gần đây, xu hướng sống xanh, bền vững và hướng tới cộng đồng ngày càng phổ biến. Nhiều người ưu tiên lựa chọn các dự án bất động sản có không gian xanh, hạ tầng thân thiện với môi trường và chú trọng tới sức khỏe. Vinhomes, với định hướng phát triển các khu đô thị thông minh và bền vững, đã xây dựng nhiều dự án như Vinhomes Grand Park và Vinhomes Ocean Park, nơi tích hợp các công viên rộng lớn, hồ điều hòa và các giải pháp công nghệ hiện đại nhằm nâng cao chất lượng sống.

Một yếu tố xã hội khác ảnh hưởng lớn đến chiến lược kinh doanh của Vinhomes là sự thay đổi trong cấu trúc gia đình tại Việt Nam. Xu hướng gia đình hạt nhân (gia đình nhỏ với cha mẹ và con cái) ngày càng chiếm ưu thế, đặc biệt tại các khu vực đô thị. Điều này đã thúc đẩy nhu cầu về các căn hộ có diện tích vừa phải, thiết kế linh hoạt và tiện ích phù hợp cho các gia đình nhỏ. Đồng thời, sự gia tăng số lượng người độc thân và xu hướng kết hôn muộn cũng tạo ra thị trường tiềm năng cho các căn hộ studio hoặc 1 phòng ngủ.

Bên cạnh những cơ hội, yếu tố xã hội cũng đặt ra nhiều thách thức. Chẳng hạn, bất bình đẳng thu nhập tại Việt Nam vẫn là một vấn đề đáng chú ý. Mặc dù tầng lớp trung lưu đang phát triển, một phần lớn dân số vẫn gặp khó khăn trong việc tiếp cận nhà ở chất lượng cao. Điều này đòi hỏi Vinhomes phải cân nhắc chiến lược giá cả và phân khúc khách hàng để đảm bảo tính cạnh tranh và bền vững.

Ngoài ra, sự phát triển của mạng xã hội và các kênh truyền thông trực tuyến đã thay đổi cách thức tiếp cận khách hàng. Thay vì các phương thức quảng bá truyền thống, người tiêu dùng ngày nay có xu hướng tin tưởng vào đánh giá và trải nghiệm từ cộng đồng trực tuyến. Do đó, Vinhomes cần chú trọng xây dựng hình ảnh thương hiệu mạnh mẽ và duy trì mối quan hệ tích cực với khách hàng thông qua các nền tảng kỹ thuật số.

Nhìn chung, yếu tố xã hội tại Việt Nam vừa mang đến cơ hội lớn, vừa đặt ra những thách thức không nhỏ đối với Vinhomes. Sự thay đổi về nhân khẩu học, lối sống và cấu trúc gia đình là động lực thúc đẩy thị trường bất động sản phát triển, trong khi các thách thức liên quan đến bất bình đẳng thu nhập và sự cạnh tranh khốc liệt trên thị trường đòi hỏi doanh nghiệp này phải liên tục đổi mới. Để tận dụng tối đa các cơ hội và vượt qua khó khăn, Vinhomes cần tiếp tục chú trọng nghiên cứu thị trường, phát triển các sản phẩm phù hợp với nhu cầu và xu hướng của người tiêu dùng, đồng thời xây dựng chiến lược kinh doanh linh hoạt và bền vững.

***Yếu Tố Công Nghệ***

Yếu tố công nghệ đang trở thành một trong những động lực quan trọng ảnh hưởng đến hoạt động kinh doanh của các doanh nghiệp bất động sản, trong đó có Vinhomes. Tại Việt Nam, sự phát triển của công nghệ thông tin, trí tuệ nhân tạo (AI), Internet vạn vật (IoT), và xu hướng toàn cầu hóa về chuyển đổi số đã đặt ra những thách thức cũng như mở ra nhiều cơ hội cho doanh nghiệp này.

Việt Nam hiện đang nổi lên như một trung tâm công nghệ mới tại khu vực Đông Nam Á. Sự phát triển mạnh mẽ của công nghệ thông tin và viễn thông đã thúc đẩy quá trình chuyển đổi số trong nhiều lĩnh vực, bao gồm cả bất động sản. Vinhomes, với vai trò là doanh nghiệp dẫn đầu trong ngành, đã nắm bắt cơ hội này bằng cách tích hợp công nghệ vào các sản phẩm và dịch vụ của mình. Các nền tảng trực tuyến giúp khách hàng dễ dàng tiếp cận thông tin dự án, đặt lịch tham quan hoặc thực hiện giao dịch từ xa. Đặc biệt, sự phổ biến của các ứng dụng di động đã cho phép Vinhomes nâng cao trải nghiệm khách hàng thông qua các giải pháp quản lý cư dân và tiện ích thông minh.

Trên quy mô toàn cầu, các công nghệ tiên tiến như trí tuệ nhân tạo, dữ liệu lớn (Big Data), và blockchain đã và đang thay đổi cách các doanh nghiệp bất động sản vận hành. Tại Việt Nam, Vinhomes đã áp dụng trí tuệ nhân tạo để phân tích dữ liệu thị trường, dự báo xu hướng giá nhà đất và tối ưu hóa chiến lược bán hàng. Công nghệ này không chỉ giúp cải thiện hiệu quả kinh doanh mà còn giảm thiểu rủi ro, đảm bảo rằng các quyết định đầu tư đều được hỗ trợ bởi dữ liệu chính xác và đáng tin cậy.

Một xu hướng công nghệ đáng chú ý khác là việc ứng dụng Internet vạn vật (IoT) trong phát triển các khu đô thị thông minh. Vinhomes đã tiên phong xây dựng các dự án với hệ thống giám sát an ninh, quản lý năng lượng và kiểm soát môi trường tích hợp IoT. Ví dụ, hệ thống chiếu sáng tự động, cảm biến chất lượng không khí, và hệ thống quản lý nước thông minh không chỉ nâng cao chất lượng sống của cư dân mà còn giúp tiết kiệm chi phí vận hành và bảo vệ môi trường.

Trong khi đó, công nghệ xây dựng tiên tiến như in 3D và vật liệu xây dựng thông minh đang góp phần thay đổi cách thiết kế và thi công các dự án bất động sản. Vinhomes có thể tận dụng các giải pháp này để đẩy nhanh tiến độ xây dựng, giảm chi phí và đảm bảo chất lượng công trình. Việc sử dụng các vật liệu bền vững, thân thiện với môi trường không chỉ giúp Vinhomes đáp ứng các tiêu chuẩn quốc tế mà còn tạo lợi thế cạnh tranh khi thị trường ngày càng chú trọng đến các dự án xanh và bền vững.

Tuy nhiên, việc áp dụng công nghệ cũng đi kèm với những thách thức. Đầu tiên là chi phí đầu tư ban đầu cao, đòi hỏi Vinhomes phải có chiến lược phân bổ tài chính hợp lý. Thứ hai, vấn đề an ninh mạng và bảo mật dữ liệu cũng là một rào cản lớn, đặc biệt khi công ty xử lý lượng lớn thông tin cá nhân của khách hàng. Để khắc phục, Vinhomes cần đầu tư vào các hệ thống bảo mật tiên tiến và tuân thủ nghiêm ngặt các quy định pháp lý về bảo vệ dữ liệu cá nhân.

Ở tầm vĩ mô, sự phát triển không đồng đều của cơ sở hạ tầng công nghệ giữa các khu vực tại Việt Nam cũng là một thách thức. Trong khi các thành phố lớn như Hà Nội và TP. Hồ Chí Minh đã xây dựng được mạng lưới hạ tầng công nghệ hiện đại, các khu vực nông thôn và vùng sâu, vùng xa vẫn còn nhiều hạn chế. Điều này ảnh hưởng đến khả năng mở rộng các dự án công nghệ cao của Vinhomes ra ngoài các trung tâm đô thị lớn.

Nhìn chung, yếu tố công nghệ đang và sẽ tiếp tục định hình cách Vinhomes vận hành và phát triển trong tương lai. Sự kết hợp giữa các công nghệ tiên tiến với chiến lược kinh doanh linh hoạt không chỉ giúp công ty duy trì vị thế dẫn đầu mà còn tạo ra những giá trị bền vững, đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của thị trường. Tuy nhiên, để tận dụng tối đa các cơ hội mà công nghệ mang lại, Vinhomes cần đầu tư mạnh mẽ hơn vào nghiên cứu và phát triển, đồng thời xây dựng đội ngũ nhân sự có năng lực công nghệ cao.

***Yếu Tố Môi Trường***

Môi trường tự nhiên tại Việt Nam đóng vai trò quan trọng trong việc định hình các chiến lược kinh doanh và phát triển của Vinhomes, một trong những doanh nghiệp bất động sản hàng đầu. Những yếu tố môi trường như biến đổi khí hậu, tài nguyên đất và thiên tai không chỉ đặt ra những thách thức lớn mà còn mang lại những cơ hội đáng kể cho công ty này.

Việt Nam hiện đang phải đối mặt với những tác động nghiêm trọng từ biến đổi khí hậu, khiến đây trở thành một yếu tố không thể bỏ qua trong hoạt động kinh doanh của Vinhomes. Nước biển dâng cao và các hiện tượng thời tiết cực đoan như bão lũ, hạn hán thường xuyên xảy ra đã tạo ra áp lực lớn đối với các dự án bất động sản, đặc biệt là những dự án nằm ở khu vực ven biển hay vùng đồng bằng thấp. Vinhomes buộc phải đưa ra các giải pháp thiết kế tiên tiến như hệ thống chống ngập, cơ sở hạ tầng bền vững và sử dụng vật liệu xây dựng thân thiện với môi trường. Đồng thời, các dự án cần đáp ứng yêu cầu ngày càng cao của người dân về không gian sống an toàn, tiện nghi trong bối cảnh biến đổi khí hậu tiếp tục gia tăng.

Ngoài ra, tài nguyên đất tại các đô thị lớn như Hà Nội và TP. Hồ Chí Minh đang ngày càng khan hiếm do sự gia tăng dân số và tốc độ đô thị hóa nhanh chóng. Đây là một thách thức lớn cho Vinhomes trong việc tìm kiếm các quỹ đất phù hợp để triển khai các dự án mới. Bên cạnh đó, chi phí chuyển đổi mục đích sử dụng đất từ nông nghiệp sang đất ở thường rất cao và đi kèm với các quy định pháp lý phức tạp. Tuy nhiên, điều này cũng thúc đẩy Vinhomes áp dụng các chiến lược quy hoạch thông minh hơn, tận dụng tối đa các khu đất có giá trị hoặc đang bị bỏ hoang ở vùng ngoại ô, đồng thời kết hợp phát triển các khu đô thị vệ tinh nhằm giải quyết bài toán tài nguyên đất hạn chế.

Thiên tai là một yếu tố khác không thể xem nhẹ trong môi trường tự nhiên của Việt Nam. Các hiện tượng như bão lũ, sạt lở đất và lũ quét gây thiệt hại lớn không chỉ cho các dự án bất động sản mà còn làm tăng chi phí bảo trì và vận hành. Để giảm thiểu tác động từ thiên tai, Vinhomes đã tập trung đầu tư vào các công trình xây dựng có khả năng chống chịu cao, tích hợp cảnh quan xanh và hệ thống thoát nước hiện đại nhằm đảm bảo an toàn và sự bền vững cho các khu đô thị của mình.

Tuy nhiên, những yếu tố môi trường này cũng mang lại cơ hội lớn cho Vinhomes. Nhu cầu ngày càng tăng đối với các dự án xanh và thân thiện với môi trường đã thúc đẩy công ty đầu tư mạnh mẽ hơn vào việc phát triển các khu đô thị thông minh, tích hợp không gian xanh và áp dụng các công nghệ hiện đại nhằm nâng cao chất lượng sống. Sự chuyển hướng này không chỉ giúp công ty đáp ứng các yêu cầu pháp lý mà còn tăng cường sức hấp dẫn đối với khách hàng trung và cao cấp, qua đó củng cố vị thế của Vinhomes trên thị trường bất động sản.

Nhìn chung, các yếu tố môi trường tự nhiên tại Việt Nam, từ biến đổi khí hậu, tài nguyên đất đến thiên tai và khung pháp lý về môi trường, đã và đang tác động sâu sắc đến chiến lược phát triển của Vinhomes. Để duy trì vị trí dẫn đầu, Vinhomes không chỉ cần thích nghi với những thay đổi này mà còn phải tiên phong trong việc phát triển các giải pháp bền vững, đảm bảo sự cân bằng giữa lợi ích kinh tế và trách nhiệm xã hội.

***Yếu Tố Pháp Luật***

Môi trường pháp lý tại Việt Nam đóng vai trò quan trọng trong việc định hình và ảnh hưởng đến chiến lược kinh doanh của các doanh nghiệp, đặc biệt là những tập đoàn lớn như Vinhomes. Với vai trò là nhà phát triển bất động sản hàng đầu tại Việt Nam, Vinhomes chịu tác động trực tiếp từ các quy định pháp luật về đất đai, xây dựng, thuế, bảo vệ môi trường và các chính sách phát triển đô thị.

Một trong những yếu tố pháp lý quan trọng nhất đối với Vinhomes là Luật Đất đai 2013 và các sửa đổi dự kiến vào năm 2024. Quy định hiện hành về thời hạn sở hữu đất 50 năm đối với các dự án thương mại gây ra những thách thức trong việc thu hút nhà đầu tư quốc tế và khách hàng dài hạn. Bên cạnh đó, dự thảo sửa đổi yêu cầu tối thiểu 25% diện tích đất ở dành cho nhà ở xã hội, làm tăng áp lực lên việc tối ưu hóa quy hoạch. Đối với các dự án lớn, quy định ký quỹ từ 2-3% tổng vốn đầu tư là biện pháp đảm bảo tiến độ, nhưng đồng thời cũng gia tăng chi phí ban đầu.

Về khía cạnh tài chính, hệ thống thuế tại Việt Nam ảnh hưởng đáng kể đến hiệu quả kinh doanh của Vinhomes. Với thuế giá trị gia tăng (GTGT) hiện ở mức 10% và có khả năng giảm xuống 8% nhằm kích cầu, cùng với thuế thu nhập doanh nghiệp (TNDN) ở mức 20%, chi phí thuế và phí chiếm đến 25-30% giá thành sản phẩm. Bên cạnh đó, doanh nghiệp còn phải đối mặt với các khoản thuế sử dụng đất phi nông nghiệp và tiền sử dụng đất khi chuyển đổi mục đích sử dụng, vốn là các chi phí lớn trong việc phát triển dự án.

Ngoài ra, Luật Bảo vệ Môi trường 2020 yêu cầu các doanh nghiệp lớn như Vinhomes phải tuân thủ nghiêm ngặt trong việc đánh giá tác động môi trường (ĐTM) và thực hiện các biện pháp bảo vệ tài nguyên thiên nhiên. Việc triển khai các công nghệ xây dựng xanh và hệ thống xử lý nước thải hiện đại tuy làm tăng chi phí đầu tư ban đầu, nhưng lại góp phần cải thiện uy tín thương hiệu và sức hấp dẫn của các khu đô thị Vinhomes.

Cuối cùng, các quy định về quản lý và giám sát thị trường bất động sản như Nghị định 02/2022/NĐ-CP và Luật Cạnh tranh 2018 yêu cầu doanh nghiệp phải minh bạch thông tin và tuân thủ các biện pháp chống đầu cơ. Điều này có tác động tích cực trong việc cải thiện niềm tin của thị trường, nhưng cũng đặt ra thách thức về chi phí và khả năng cạnh tranh trong một môi trường được giám sát chặt chẽ hơn.

Tóm lại, môi trường pháp lý tại Việt Nam, mặc dù tạo ra những thách thức lớn, cũng mang đến cơ hội để Vinhomes xây dựng uy tín thương hiệu và phát triển bền vững. Để thích ứng với các thay đổi, Vinhomes cần tiếp tục cải thiện quản lý dự án, tối ưu hóa chi phí và đầu tư vào công nghệ xanh nhằm đáp ứng các yêu cầu pháp lý ngày càng cao.

### ***1.2. Phân tích cạnh tranh ngành***

*1.2.1. Mối đe dọa từ đối thủ mới gia nhập ngành*

a) Rào cản gia nhập ngành

*Vốn đầu tư lớn:*

Bất động sản là ngành yêu cầu vốn đầu tư ban đầu rất lớn cho việc mua đất, xây dựng cơ sở hạ tầng, và phát triển các tiện ích. Các công ty mới cần có khả năng huy động vốn từ ngân hàng hoặc thị trường chứng khoán, điều này không phải lúc nào cũng dễ dàng.

*Quy định pháp lý và hành chính:*

Ngành bất động sản ở Việt Nam chịu sự quản lý chặt chẽ từ chính phủ về pháp lý, giấy phép xây dựng, quyền sử dụng đất, và các quy định về môi trường. Các doanh nghiệp mới phải có khả năng tuân thủ và thích nghi với các quy định này, điều này có thể gây khó khăn và tốn thời gian.

*Chi phí và thời gian phát triển dự án:*

Thời gian từ khi bắt đầu dự án đến khi hoàn thành có thể kéo dài nhiều năm, dẫn đến chi phí cơ hội cao và rủi ro biến động thị trường. Chi phí duy trì và vận hành các dự án cũng rất lớn, đặc biệt với các dự án quy mô lớn như của VinHomes.

*Thương hiệu và lòng tin của khách hàng:*

VinHomes đã xây dựng được một thương hiệu mạnh và lòng tin từ khách hàng, điều mà các doanh nghiệp mới khó đạt được trong thời gian ngắn. Khách hàng thường ưu tiên các dự án từ các thương hiệu uy tín và có lịch sử phát triển thành công.

*Cạnh tranh từ các doanh nghiệp lớn hiện tại:*

Thị trường đã có sự hiện diện của các công ty lớn và giàu kinh nghiệm như Sun Group, Novaland, và Ecopark, tạo ra áp lực cạnh tranh lớn. Các doanh nghiệp mới sẽ phải nỗ lực rất nhiều để cạnh tranh về chất lượng, giá cả, và dịch vụ.

*Sự khan hiếm đất đai tại các vị trí đắc địa:*

Đất đai tại các khu vực trung tâm thành phố hoặc có vị trí đẹp ngày càng khan hiếm, làm tăng chi phí đầu tư và khó khăn trong việc tìm kiếm địa điểm phù hợp cho các dự án mới.

b) Khả năng xuất hiện các doanh nghiệp mới

Khả năng xuất hiện các doanh nghiệp mới trong ngành bất động sản cao cấp như VinHomes có thể bị hạn chế do những rào cản gia nhập cao, nhưng vẫn tồn tại những yếu tố thúc đẩy. Thị trường bất động sản Việt Nam đang trong giai đoạn tăng trưởng với nhu cầu về nhà ở và khu đô thị hiện đại tăng cao, đặc biệt tại các thành phố lớn. Quá trình đô thị hóa nhanh chóng tạo cơ hội cho các doanh nghiệp mới khai thác các khu vực chưa phát triển. Chính phủ cũng có thể đưa ra các chính sách khuyến khích đầu tư, như giảm thuế và hỗ trợ tài chính, giúp giảm bớt khó khăn cho các doanh nghiệp mới gia nhập ngành.

Công nghệ và đổi mới trong lĩnh vực bất động sản, đặc biệt là sự phát triển của PropTech, mang lại những cơ hội mới cho các công ty khởi nghiệp giảm chi phí và tăng hiệu quả. Các mô hình kinh doanh sáng tạo, như chia sẻ không gian hoặc bất động sản thông minh, có thể giúp các doanh nghiệp mới tạo ra sự khác biệt trên thị trường. Nguồn vốn dồi dào từ các quỹ đầu tư và thị trường chứng khoán cũng là yếu tố quan trọng thúc đẩy sự xuất hiện của các doanh nghiệp mới.

Hơn nữa, các công ty bất động sản từ các nước khác, đặc biệt là từ khu vực Châu Á, có thể tham gia vào thị trường Việt Nam nhờ tiềm năng tăng trưởng lớn. Sự hợp tác liên doanh giữa các doanh nghiệp nội địa và quốc tế cũng có thể tạo ra các doanh nghiệp mới với nguồn lực mạnh mẽ và chiến lược hiệu quả. Tuy nhiên, để thành công, các doanh nghiệp mới cần chiến lược khác biệt hóa rõ ràng và khả năng quản lý hiệu quả các nguồn lực của mình.

***1.1.2. Mối đe dọa từ sản phẩm thay thế***

1.2.1. Các loại hình nhà ở khác

Mối đe dọa từ sản phẩm thay thế đối với VinHomes chủ yếu đến từ các loại hình nhà ở khác. Trong bối cảnh thị trường bất động sản ngày càng đa dạng, các sản phẩm thay thế như căn hộ dịch vụ, nhà ở xã hội, căn hộ cho thuê ngắn hạn, và các loại hình nhà ở thông minh đang thu hút sự chú ý của người tiêu dùng. Căn hộ dịch vụ thường nhắm đến nhóm khách hàng cao cấp và chuyên gia nước ngoài, cung cấp sự tiện lợi và dịch vụ toàn diện mà không cần sở hữu tài sản. Nhà ở xã hội là lựa chọn hấp dẫn cho những người có thu nhập trung bình và thấp, tạo áp lực cạnh tranh về giá cả đối với các dự án cao cấp như của VinHomes.

Ngoài ra, căn hộ cho thuê ngắn hạn như Airbnb cũng trở thành một giải pháp thay thế, đặc biệt cho những khách hàng muốn sự linh hoạt hơn trong việc sử dụng bất động sản. Các dự án nhà ở thông minh, với công nghệ hiện đại, cũng đang thu hút sự quan tâm của những khách hàng trẻ tuổi, mong muốn một không gian sống tiện nghi và kết nối. Các sản phẩm này, với chi phí thấp hơn hoặc các tiện ích khác biệt, có thể tạo ra thách thức lớn cho VinHomes trong việc giữ vững thị phần, đặc biệt khi xu hướng tiêu dùng ngày càng thay đổi và đa dạng hóa.

1.2.2. Xu hướng thuê nhà thay vì mua

Xu hướng thuê nhà ở thay vì mua đang ngày càng phổ biến, đặc biệt ở các đô thị lớn, và điều này có thể trở thành một mối đe dọa cho VinHomes. Nhiều người, đặc biệt là giới trẻ và các chuyên gia nước ngoài, đang lựa chọn thuê nhà thay vì mua vì tính linh hoạt và khả năng tránh được các rủi ro tài chính dài hạn. Việc thuê nhà giúp họ dễ dàng di chuyển, thay đổi nơi ở theo nhu cầu công việc hoặc lối sống mà không bị ràng buộc bởi tài sản cố định.

Ngoài ra, chi phí ban đầu thấp hơn so với việc mua nhà, không phải gánh chịu các khoản vay lớn hay chi phí bảo trì, là những lý do khiến nhiều người ưu tiên thuê nhà. Sự phát triển của các nền tảng cho thuê nhà trực tuyến và các dịch vụ quản lý tài sản chuyên nghiệp cũng làm cho việc thuê nhà trở nên thuận tiện và hấp dẫn hơn. Đối với VinHomes, xu hướng này đặt ra thách thức trong việc duy trì sức hút của các sản phẩm bất động sản cao cấp và phải cạnh tranh với các loại hình cho thuê linh hoạt.

***1.1.3. Cạnh tranh giữa các đối thủ trong ngành***

1.1.3.1. Số lượng quy mô và các đối thủ cạnh trạnh

Cạnh tranh giữa các đối thủ trong ngành bất động sản, đặc biệt trong phân khúc cao cấp, ngày càng gay gắt do sự xuất hiện của nhiều công ty lớn với quy mô rộng và nguồn lực mạnh mẽ. Các đối thủ chính của VinHomes như Sun Group, Novaland, Ecopark, và Phú Mỹ Hưng đều sở hữu những dự án lớn, có mạng lưới phân phối rộng khắp và danh tiếng trên thị trường. Số lượng đối thủ trong ngành đang gia tăng, với cả các doanh nghiệp nội địa và các nhà đầu tư nước ngoài tham gia, tạo ra một thị trường cạnh tranh ngày càng phức tạp.

Các doanh nghiệp lớn này không chỉ cạnh tranh về giá cả, chất lượng xây dựng, tiện ích, mà còn về thương hiệu và chiến lược marketing. Quy mô lớn của các đối thủ giúp họ có lợi thế về chi phí, khả năng tiếp cận nguồn vốn lớn và năng lực triển khai dự án nhanh chóng. Những doanh nghiệp mới hoặc nhỏ hơn sẽ gặp khó khăn trong việc cạnh tranh với các "ông lớn" này, do họ thiếu nguồn lực để phát triển các dự án quy mô lớn hoặc cung cấp các tiện ích đẳng cấp như các đối thủ cạnh tranh.

1.1.3.2. Chiến lược cạnh tranh của các doanh nghiệp khác

Chiến lược cạnh tranh của các doanh nghiệp khác trong ngành bất động sản thường được xây dựng dựa trên các yếu tố quan trọng như giá cả, chất lượng sản phẩm, dịch vụ khách hàng, và thương hiệu. Các đối thủ cạnh tranh của VinHomes như Sun Group, Novaland, Ecopark và Phú Mỹ Hưng đều áp dụng các chiến lược riêng biệt để thu hút khách hàng và tạo lợi thế cạnh tranh.

Tập trung vào chất lượng và tiện ích: Các doanh nghiệp lớn như Sun Group và Phú Mỹ Hưng thường áp dụng chiến lược cung cấp sản phẩm chất lượng cao, chú trọng vào các tiện ích vượt trội và không gian sống sang trọng. Họ cung cấp các khu đô thị khép kín với đầy đủ tiện ích như trung tâm thương mại, trường học, bệnh viện, giúp nâng cao trải nghiệm sống cho cư dân.

Tăng cường chiến lược marketing và xây dựng thương hiệu: Các đối thủ lớn trong ngành bất động sản cũng rất chú trọng vào marketing và xây dựng thương hiệu mạnh mẽ. Sun Group, với các dự án nổi bật như Sun Premier Village, không chỉ chú trọng đến chất lượng công trình mà còn xây dựng các chiến lược truyền thông ấn tượng để gia tăng độ nhận diện thương hiệu. Điều này giúp các doanh nghiệp này dễ dàng chiếm lĩnh thị trường và duy trì lòng tin của khách hàng.

Sử dụng công nghệ và xu hướng bất động sản thông minh: Các đối thủ cạnh tranh cũng đang phát triển các sản phẩm nhà ở thông minh, tích hợp công nghệ vào trong thiết kế, nhằm thu hút các khách hàng trẻ tuổi, công nghệ cao. Điều này tạo nên sự khác biệt rõ rệt trong chiến lược cạnh tranh của họ.

Mở rộng ra thị trường quốc tế: Một số công ty bất động sản lớn đang tìm kiếm cơ hội mở rộng ra thị trường quốc tế, đặc biệt là trong khu vực Đông Nam Á và Trung Quốc, nhằm thu hút các nhà đầu tư nước ngoài. Các đối thủ như Ecopark đã có chiến lược hợp tác quốc tế để nâng cao giá trị thương hiệu và mở rộng quy mô dự án.

Chiến lược cạnh tranh của các doanh nghiệp này không chỉ tập trung vào việc cung cấp sản phẩm bất động sản, mà còn chú trọng đến việc xây dựng thương hiệu, tối ưu hóa trải nghiệm khách hàng và sử dụng công nghệ để duy trì lợi thế cạnh tranh. VinHomes cần tiếp tục phát triển các chiến lược sáng tạo để giữ vững vị trí của mình trên thị trường.

### **1.3. Ma trận EFE (External Factor Evaluation):**

Ma trận EFE được sử dụng để đánh giá các yếu tố bên ngoài ảnh hưởng đến hoạt động kinh doanh của Vinhomes. Đây là bảng phân tích chi tiết:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Yếu tố bên ngoài** | **Tầm quan trọng** | **Phản ứng** | **Điểm số** |
| **Cơ hội:** |  |  |  |
| 1. Tăng trưởng kinh tế Việt Nam ổn định, thúc đẩy nhu cầu bất động sản. | 0.15 | 4 | 0.60 |
| 2. Chính phủ đầu tư mạnh vào cơ sở hạ tầng, tạo điều kiện cho phát triển đô thị. | 0.10 | 3 | 0.30 |
| 3. Tầng lớp trung lưu gia tăng, nhu cầu về nhà ở chất lượng cao tăng. | 0.12 | 4 | 0.48 |
| **Thách thức:** |  |  |  |
| 4. Cạnh tranh gay gắt từ các đối thủ trong và ngoài nước. | 0.15 | 3 | 0.45 |
| 5. Biến động chính sách pháp lý liên quan đến bất động sản. | 0.10 | 2 | 0.20 |
| 6. Tác động của đại dịch và biến đổi khí hậu đến thị trường bất động sản. | 0.08 | 2 | 0.16 |
| 7. Sự biến động của lãi suất và tỷ giá ảnh hưởng đến chi phí tài chính. | 0.10 | 3 | 0.30 |
| 8. Yêu cầu ngày càng cao về tiêu chuẩn môi trường và phát triển bền vững trong xây dựng. | 0.10 | 3 | 0.30 |
| **Tổng cộng** | 1.00 |  | 2.79 |

Ma trận EFE đánh giá khả năng phản ứng của Vinhomes đối với các yếu tố bên ngoài, bao gồm cơ hội và thách thức. Điểm số tổng cộng là 2.79, phản ánh rằng công ty đang tận dụng tốt những cơ hội từ thị trường như sự gia tăng của tầng lớp trung lưu, đầu tư hạ tầng của chính phủ và nhu cầu ngày càng cao về nhà ở chất lượng. Tuy nhiên, Vinhomes cũng đối mặt với nhiều thách thức, như sự cạnh tranh khốc liệt từ các đối thủ trong và ngoài nước, rủi ro pháp lý liên quan đến bất động sản và biến động từ thị trường tài chính. Đặc biệt, các yếu tố như tác động của biến đổi khí hậu và yêu cầu về phát triển bền vững trong xây dựng cũng đòi hỏi công ty phải có những chiến lược dài hạn để đáp ứng. Điểm số 2.79 cho thấy Vinhomes có năng lực tốt trong việc xử lý các yếu tố này, nhưng vẫn cần tập trung hơn vào việc quản lý rủi ro và tận dụng triệt để các cơ hội mới nổi trên thị trường.

### **1.4 Ma trận SWOT**

|  |  |
| --- | --- |
| **Điểm mạnh**  **-** Uy tín thương hiệu mạnh:  - Hệ sinh thái tiện ích đồng bộ  - Vị trí đắc địa  - Năng lực tài chính mạnh  - Quy mô dự án lớn  - Năng lực quản lý | **Điểm yếu**  - Giá thành cao  - Phụ thuộc vào thị trường bất động sản  - Áp lực cạnh tranh |
| **Cơ hội**  - Nhu cầu nhà ở tăng cao  - Hệ tầng giao thông phát triển  - Chính sách hỗ trợ của nhà nước  - Xu hướng đô thị hóa | **Thách thức**  - Biến động kinh tế vĩ mô  - Cạnh tranh gay gắt  - Thay đổi chính sách |

***1.4.1. Điểm mạnh***

*Uy tín và thương hiệu mạnh*: Vinhomes là một trong những nhà phát triển bất động sản hàng đầu tại Việt Nam, thuộc tập đoàn Vingroup, với uy tín và thương hiệu đã được khẳng định. Điều này tạo lợi thế cạnh tranh lớn, thu hút khách hàng và nhà đầu tư.

*Vị trí đắc địa:* Các dự án của Vinhomes thường tọa lạc tại các vị trí đắc địa, trung tâm các thành phố lớn hoặc các khu vực có tiềm năng phát triển cao. Vị trí thuận lợi mang lại giá trị gia tăng cho bất động sản và sự tiện lợi cho cư dân.

*Hệ sinh thái tiện ích đồng bộ:* Các khu đô thị Vinhomes được quy hoạch đồng bộ với đầy đủ tiện ích như trường học (Vinschool), bệnh viện (Vinmec), trung tâm thương mại (Vincom), khu vui chơi giải trí, công viên, cảnh quan... Hệ sinh thái khép kín này tạo ra môi trường sống tiện nghi, đẳng cấp, đáp ứng mọi nhu cầu của cư dân.

*Năng lực tài chính mạnh:* Vinhomes có năng lực tài chính mạnh mẽ, đảm bảo triển khai các dự án quy mô lớn, đầu tư vào cơ sở hạ tầng và tiện ích. Nguồn lực tài chính vững chắc cũng giúp công ty vượt qua các giai đoạn khó khăn của thị trường.

*Năng lực quản lý:* Vinhomes có đội ngũ quản lý chuyên nghiệp, giàu kinh nghiệm trong lĩnh vực bất động sản. Năng lực quản lý tốt đảm bảo chất lượng dự án, tiến độ thi công và vận hành khu đô thị hiệu quả.

*Dự án quy mô lớn:* Các dự án Vinhomes thường có quy mô lớn, tạo ra các khu đô thị hiện đại, đồng bộ và có sức ảnh hưởng đến thị trường bất động sản. Quy mô lớn cũng giúp tiết kiệm chi phí và tối ưu hóa quy hoạch.

***1.4.2 Điểm yếu***

*Giá thành cao:* Các sản phẩm của Vinhomes thường có giá thành cao, hướng đến phân khúc khách hàng trung và cao cấp. Điều này hạn chế khả năng tiếp cận của một bộ phận khách hàng.

*Phụ thuộc vào thị trường bất động sản:* Hoạt động kinh doanh của Vinhomes phụ thuộc lớn vào thị trường bất động sản, chịu ảnh hưởng bởi các biến động của thị trường. Điều này ảnh hưởng đến lợi nhuận và doanh thu của công ty.

*Áp lực cạnh tranh:* Thị trường bất động sản ngày càng cạnh tranh gay gắt với sự tham gia của nhiều nhà phát triển trong và ngoài nước. Vinhomes phải đối mặt với áp lực cạnh tranh về giá, chất lượng và dịch vụ

***1.4.3. Cơ hội***

*Nhu cầu nhà ở tăng cao:* Nhu cầu nhà ở tại Việt Nam, đặc biệt là ở các đô thị lớn đang tăng cao do quá trình đô thị hóa và tăng trưởng dân số. Đây là cơ hội lớn cho Vinhomes mở rộng thị phần.

*Hạ tầng giao thông phát triển*: Sự phát triển của hệ thống giao thông, đặc biệt là hạ tầng giao thông kết nối các khu đô thị với trung tâm thành phố, tạo điều kiện thuận lợi cho việc di chuyển và sinh sống tại các dự án của Vinhomes.

*Chính sách hỗ trợ của nhà nước:* Các chính sách hỗ trợ của nhà nước cho thị trường bất động sản, như chính sách tín dụng, chính sách quy hoạch, tạo điều kiện thuận lợi cho hoạt động kinh doanh của Vinhomes.

*Xu hướng đô thị hóa:* Xu hướng đô thị hóa diễn ra mạnh mẽ ở Việt Nam, kéo theo nhu cầu về nhà ở và các dịch vụ tiện ích tại các khu đô thị hiện đại. Đây là cơ hội để Vinhomes phát triển các dự án khu đô thị quy mô lớn.

***1.4.4. Thách thức***

*Biến động kinh tế vĩ mô:* Các biến động kinh tế vĩ mô như lạm phát, lãi suất, tỷ giá,... có thể ảnh hưởng đến thị trường bất động sản và hoạt động kinh doanh của Vinhomes.

*Cạnh tranh gay gắt:* Thị trường bất động sản ngày càng cạnh tranh gay gắt, đòi hỏi Vinhomes phải liên tục đổi mới và nâng cao năng lực cạnh tranh.

*Thay đổi chính sách*: Thay đổi chính sách của nhà nước về bất động sản, như chính sách thuế, chính sách quy hoạch, có thể ảnh hưởng đến hoạt động kinh doanh của Vinhomes.

**Nhận xét**

Vinhomes đang sở hữu nền tảng vững chắc cho sự phát triển, tạo lợi thế cạnh tranh mạnh mẽ trên thị trường bất động sản. Các yếu tố như uy tín thương hiệu, quy mô dự án, hệ thống tiện ích đồng bộ và chất lượng sản phẩm đã thu hút đông đảo khách hàng. Nhu cầu nhà ở ngày càng tăng, cùng với sự phát triển của hạ tầng giao thông, chính sách hỗ trợ từ nhà nước và xu hướng đô thị hóa mạnh mẽ, tạo ra cơ hội lớn cho Vinhomes mở rộng thị phần và phát triển các dự án mới.

Tuy nhiên, bên cạnh những lợi thế, Vinhomes cũng đối diện với không ít thách thức. Yếu điểm nội tại: giá thành sản phẩm cao, sự phụ thuộc vào thị trường bất động sản và áp lực cạnh tranh gay gắt là những điểm cần được chú trọng. Và thách thức từ thị trường: biến động kinh tế vĩ mô, thay đổi chính sách và các vấn đề về tác động môi trường cũng là những yếu tố ảnh hưởng đến hoạt động của công ty.

Để duy trì vị thế dẫn đầu và đạt được thành công bền vững, Vinhomes cần có những chiến lược linh hoạt và bền vững: thích ứng nhanh chóng với biến động thị trường, đồng thời chú trọng đến phát triển bền vững và giảm thiểu tác động đến môi trường. Đa dạng hóa sản phẩm và phân khúc khách hàng: giảm sự phụ thuộc vào phân khúc khách hàng cao cấp bằng cách phát triển các dự án với mức giá phù hợp hơn với nhiều đối tượng khách hàng, từ đó mở rộng thị trường. Nâng cao năng lực cạnh tranh: liên tục cải thiện chất lượng sản phẩm và dịch vụ, tối ưu hóa chi phí và ứng dụng công nghệ mới vào quản lý và vận hành để nâng cao hiệu quả hoạt động.

### **1.5. Ma trận IFE (Internal Factor Evaluation):**

Ma trận IFE đánh giá các yếu tố nội tại của Vinhomes, bao gồm điểm mạnh và điểm yếu. Bảng phân tích các yếu tố nội tại như sau:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Yếu tố bên trong** | **Tầm quan trọng** | **Phản ứng** | **Điểm số** |
| **Điểm mạnh:** |  |  |  |
| 1. Thương hiệu Vinhomes uy tín, được khách hàng tin tưởng. | 0.15 | 4 | 0.60 |
| 2. Quỹ đất lớn và vị trí đắc địa tại các thành phố lớn. | 0.12 | 4 | 0.48 |
| 3. Năng lực tài chính mạnh, hỗ trợ triển khai dự án quy mô lớn. | 0.15 | 4 | 0.60 |
| 4. Hệ sinh thái đa dạng từ Vingroup hỗ trợ (bán lẻ, y tế, giáo dục). | 0.10 | 3 | 0.30 |
| **Điểm yếu:** |  |  |  |
| 5. Phụ thuộc nhiều vào thị trường bất động sản cao cấp. | 0.10 | 2 | 0.20 |
| 6. Tỷ lệ nợ vay cao, có thể ảnh hưởng đến khả năng thanh khoản. | 0.12 | 2 | 0.24 |
| 7. Chưa đa dạng hóa sản phẩm ở phân khúc trung và thấp cấp. | 0.10 | 2 | 0.20 |
| 8. Chịu ảnh hưởng từ biến động của thị trường tài chính và lãi suất. | 0.08 | 2 | 0.16 |
| **Tổng cộng** | 1.00 |  | 2.78 |

Ma trận IFE giúp đánh giá các yếu tố nội tại của Vinhomes, bao gồm điểm mạnh và điểm yếu. Với tổng điểm là **2.78**, Vinhomes thể hiện nhiều điểm mạnh đáng chú ý, như thương hiệu uy tín, quỹ đất lớn ở các vị trí đắc địa, năng lực tài chính mạnh và hệ sinh thái hỗ trợ đa dạng từ tập đoàn Vingroup. Những yếu tố này giúp Vinhomes dẫn đầu trong lĩnh vực bất động sản cao cấp tại Việt Nam. Tuy nhiên, công ty cũng có một số điểm yếu cần khắc phục, chẳng hạn như phụ thuộc nhiều vào thị trường bất động sản cao cấp, tỷ lệ nợ vay cao và chưa đa dạng hóa sản phẩm ở phân khúc trung cấp và thấp cấp. Đặc biệt, việc chịu ảnh hưởng từ biến động của lãi suất và thị trường tài chính cũng đặt ra thách thức cho khả năng quản lý vốn của công ty.

**1.6. Ma trận BCG và SPACE**

1.6.1. Ma trận BCG

Ma trận BCG là một công cụ quản lý chiến lược giúp các công ty phân loại các sản phẩm hoặc dự án của mình theo hai yếu tố chính: thị phần tương đối và tốc độ tăng trưởng. Điều này giúp các công ty xác định các chiến lược phát triển phù hợp cho từng loại sản phẩm hoặc dịch vụ.

#### Xác định danh mục sản phẩm/dịch vụ và phân loại các dự án của Vinhomes

Vinhomes hoạt động chủ yếu trong lĩnh vực bất động sản, và các dự án của công ty có thể được chia thành các nhóm sau:

*Dự án nhà ở cao cấp:* Đây là các khu đô thị lớn như Vinhomes Central Park, Vinhomes Riverside, Vinhomes Ocean Park, phục vụ cho đối tượng khách hàng có thu nhập cao.

*Dự án nhà ở trung cấp và thấp cấp*: Các dự án này phục vụ nhu cầu nhà ở cho đối tượng có thu nhập thấp và trung bình.

*Dự án bất động sản thương mại:* Bao gồm các khu trung tâm thương mại, văn phòng cho thuê và khu nghỉ dưỡng.

Các dự án của Vinhomes có thể được phân loại theo ma trận BCG dựa trên thị phần và tốc độ tăng trưởng của chúng:

*Ngôi sao (Star):* Những dự án như Vinhomes Central Park và Vinhomes Ocean Park, với thị phần lớn và tốc độ tăng trưởng cao, thuộc vào nhóm này. Đây là những dự án có tiềm năng lớn và cần được đầu tư để phát triển.

*Dấu hỏi (Question Mark):* Các dự án nhà ở trung cấp và thấp cấp có thể thuộc vào nhóm này, vì chúng có thị phần nhỏ nhưng tiềm năng tăng trưởng lớn. Công ty cần phải quyết định liệu có nên đầu tư thêm vào nhóm dự án này để gia tăng thị phần hay không.

*Bò sữa (Cash Cow):* Các dự án bất động sản thương mại như các khu văn phòng cho thuê và trung tâm thương mại, có thị phần lớn và tốc độ tăng trưởng ổn định, nằm trong nhóm này. Đây là các dự án mang lại dòng tiền ổn định cho công ty và có thể được duy trì để hỗ trợ các dự án khác.

*Chó (Dog):* Các dự án đã cũ hoặc không còn phù hợp với nhu cầu thị trường có thể được phân loại vào nhóm "Chó". Những dự án này có thị phần nhỏ và tốc độ tăng trưởng thấp, cần được xem xét lại để quyết định có nên tiếp tục hay không.

#### Phân tích thị phần tương đối và tốc độ tăng trưởng

Để áp dụng ma trận BCG một cách chính xác, cần phải tính toán các chỉ số quan trọng như thị phần tương đối và tốc độ tăng trưởng của từng dự án. Thị phần tương đối được tính bằng tỷ lệ giữa thị phần của một dự án so với đối thủ cạnh tranh lớn nhất trong cùng lĩnh vực. Ví dụ, nếu dự án Vinhomes Central Park có thị phần 40% trong thị trường nhà ở cao cấp và đối thủ lớn nhất có thị phần 30%, thì thị phần tương đối của dự án này là 1.33 (40% ÷ 30%).

Tốc độ tăng trưởng được tính bằng sự thay đổi doanh thu hoặc lợi nhuận của một dự án trong một khoảng thời gian nhất định. Ví dụ, nếu doanh thu của dự án Vinhomes Ocean Park tăng từ 1.000 tỷ đồng lên 1.200 tỷ đồng trong một năm, thì tốc độ tăng trưởng của dự án này là 20%.

#### Định vị trong ma trận BCG và ý nghĩa chiến lược

Sau khi tính toán thị phần tương đối và tốc độ tăng trưởng, Vinhomes có thể định vị các dự án của mình trong ma trận BCG. Những dự án như Vinhomes Central Park và Vinhomes Ocean Park sẽ được xếp vào nhóm "Ngôi sao", vì chúng có thị phần lớn và tốc độ tăng trưởng cao. Các dự án này cần tiếp tục đầu tư để duy trì sự phát triển mạnh mẽ và chiếm lĩnh thị trường.

Những dự án nhà ở trung cấp và thấp cấp sẽ nằm ở nhóm "Dấu hỏi", với thị phần nhỏ nhưng có tiềm năng tăng trưởng lớn. Vinhomes có thể cần phải đưa ra các chiến lược để gia tăng thị phần, chẳng hạn như cải thiện chất lượng sản phẩm và mở rộng mạng lưới phân phối.

Các dự án bất động sản thương mại sẽ nằm trong nhóm "Bò sữa", vì chúng có thị phần lớn và tốc độ tăng trưởng ổn định. Đây là nguồn thu nhập chính cho công ty và có thể được duy trì để hỗ trợ các dự án khác. Cuối cùng, các dự án đã cũ hoặc không còn phù hợp với nhu cầu thị trường sẽ nằm trong nhóm "Chó". Những dự án này cần phải được xem xét lại để quyết định có tiếp tục phát triển hay không, hoặc có thể chuyển nhượng, đóng cửa.

**1.6. Ma trận SPACE**

Ma trận SPACE là một công cụ chiến lược khác giúp phân tích và đánh giá vị thế của công ty dựa trên bốn yếu tố chính: vị thế tài chính (FS), ổn định môi trường (ES), sức mạnh cạnh tranh (CA) và sức hấp dẫn của ngành (IS). Dưới đây là cách phân tích ma trận SPACE cho Vinhomes.

#### Phân tích vị thế tài chính (FS)

Vinhomes có vị thế tài chính mạnh mẽ nhờ vào các dự án bất động sản lớn và dòng tiền ổn định từ các khu căn hộ cao cấp, văn phòng cho thuê, và trung tâm thương mại. Công ty có khả năng sinh lời cao từ các dự án này, với tỷ suất lợi nhuận ổn định và tiềm năng tăng trưởng lớn. Bên cạnh đó, Vinhomes cũng có khả năng thanh khoản tốt nhờ vào các giao dịch bất động sản lớn và các dự án cho thuê. Vì vậy, điểm FS của Vinhomes có thể đạt khoảng +5, phản ánh một vị thế tài chính mạnh mẽ.

#### Ổn định môi trường (ES)

Môi trường kinh tế và thị trường bất động sản ảnh hưởng lớn đến Vinhomes. Tốc độ tăng trưởng kinh tế của Việt Nam trong những năm qua vẫn ổn định, và nhu cầu về bất động sản tiếp tục tăng, đặc biệt là ở các thành phố lớn. Tuy nhiên, thị trường bất động sản cũng phải đối mặt với những rủi ro, bao gồm sự biến động về chính sách, lãi suất và quy định pháp lý. Vì vậy, điểm ES có thể là +3, thể hiện môi trường kinh tế ổn định nhưng vẫn có những yếu tố cần thận trọng.

#### Sức mạnh cạnh tranh (CA)

Vinhomes hiện đang chiếm lĩnh thị trường bất động sản cao cấp tại Việt Nam, với các dự án có chất lượng xây dựng cao và thiết kế hiện đại. Công ty có một mạng lưới khách hàng rộng lớn và thương hiệu mạnh, giúp củng cố vị thế cạnh tranh của mình. Vì vậy, điểm CA của Vinhomes có thể đạt khoảng +4, thể hiện sức mạnh cạnh tranh lớn trong ngành.

#### Sức hấp dẫn của ngành (IS)

Ngành bất động sản tại Việt Nam hiện đang có nhiều tiềm năng tăng trưởng, đặc biệt là trong phân khúc nhà ở cao cấp và bất động sản thương mại. Các dự án bất động sản của Vinhomes đáp ứng nhu cầu cao về nhà ở, văn phòng và các dịch vụ thương mại. Ngành này cũng mang lại lợi nhuận lớn, mặc dù đi kèm với chi phí đầu tư cao. Vì vậy, điểm IS của Vinhomes có thể đạt khoảng +5, cho thấy ngành bất động sản rất hấp dẫn.

#### Định vị trong ma trận SPACE và chiến lược đề xuất

Sau khi phân tích các yếu tố trên, Vinhomes có thể định vị mình trong khu vực "Tăng trưởng mạnh" của ma trận SPACE, với điểm FS, CA, và IS đều cao. Chiến lược đề xuất cho Vinhomes là tiếp tục duy trì và phát triển các dự án "Ngôi sao", mở rộng các dự án "Dấu hỏi" và tận dụng dòng tiền ổn định từ các dự án "Bò sữa". Đồng thời, công ty cần quản lý rủi ro môi trường và tối ưu hóa chi phí đầu tư để bảo vệ lợi nhuận dài hạn.

***Kết luận chung***

Tổng điểm EFE và IFE đều ở mức khá cao, phản ánh rằng Vinhomes đang duy trì năng lực tốt để đối mặt với môi trường kinh doanh phức tạp. Tuy nhiên, công ty cần chú trọng hơn vào việc khai thác các cơ hội ở phân khúc trung cấp và thấp cấp để mở rộng thị trường, đồng thời quản lý rủi ro tài chính và đáp ứng các yêu cầu ngày càng cao về phát triển bền vững. Việc tận dụng hiệu quả các yếu tố mạnh và khắc phục những điểm yếu sẽ giúp Vinhomes không chỉ duy trì vị thế dẫn đầu mà còn tăng cường sức cạnh tranh trong bối cảnh ngành bất động sản ngày càng biến động.

**2. Mục tiêu chiến lược kinh doanh của doanh nghiệp**

***2.1. Mục tiêu trung hạn***

2..1.1. Sứ mệnh và tầm nhìn của Vinhomes

*Sứ mệnh của Vinhomes* là xây dựng và phát triển những dự án bất động sản chất lượng cao, góp phần nâng cao chất lượng sống của cộng đồng, mang đến những trải nghiệm sống đẳng cấp cho khách hàng. Đồng thời, Vinhomes hướng đến việc phát triển các khu đô thị bền vững, thông minh và hiện đại, từ đó không chỉ đáp ứng nhu cầu ở mà còn tạo ra những giá trị gia tăng lâu dài cho khách hàng và cộng đồng.

*Tầm nhìn của Vinhomes* là trở thành công ty phát triển bất động sản hàng đầu tại Việt Nam và khu vực Đông Nam Á, tạo ra những sản phẩm bất động sản vượt trội về chất lượng và giá trị, đồng thời trở thành biểu tượng của sự đổi mới và phát triển bền vững trong ngành bất động sản

2.1.2. Định hướng với tầm nhìn và sứ mệnh

***Tăng trưởng doanh thu đóng vai trò quan trọng trong việc xây dựng một nền tảng tài chính vững mạnh cho công ty*.**

      Khi nguồn lực tài chính được củng cố, doanh nghiệp có thể đầu tư hiệu quả vào các dự án bất động sản cao cấp, từ đó mở rộng danh mục đầu tư và đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của thị trường về những sản phẩm chất lượng, tiện nghi và hiện đại. Các dự án này không chỉ góp phần nâng cao tiêu chuẩn sống cho cộng đồng mà còn tạo nên những không gian sống an toàn, tiện ích, hài hòa với môi trường. Việc tập trung phát triển những dự án có giá trị thực tiễn cao thể hiện cam kết của công ty trong việc thực hiện sứ mệnh cốt lõi là *“tạo ra các sản phẩm chất lượng cao, góp phần nâng cao chất lượng sống”* cho khách hàng và cộng đồng, đồng thời khẳng định vị thế dẫn đầu trên thị trường bất động sản.

***Triển khai các dự án mới là trọng tâm trong chiến lược phát triển của Vinhomes, vừa thúc đẩy tăng trưởng doanh thu vừa thể hiện cam kết kiến tạo giá trị bền vững cho cộng đồng.***

      Mỗi dự án được triển khai đều mang theo tầm nhìn dài hạn, tập trung vào việc xây dựng các khu đô thị hiện đại, đồng bộ và đẳng cấp, đáp ứng trọn vẹn nhu cầu sống cao cấp của khách hàng. Những khu đô thị này không chỉ được thiết kế với cơ sở hạ tầng hoàn chỉnh, đầy đủ tiện ích như trường học, bệnh viện, trung tâm thương mại, khu vui chơi giải trí, mà còn chú trọng đến yếu tố cảnh quan xanh, thân thiện với môi trường và phù hợp với xu hướng phát triển đô thị bền vững.

Bằng việc thực hiện các dự án theo tiêu chuẩn quốc tế, Vinhomes không chỉ mang lại những không gian sống chất lượng, tiện nghi cho cư dân mà còn đóng góp tích cực vào việc nâng cao chất lượng sống cho toàn xã hội. Mỗi dự án được hoàn thiện là một bước tiến trong việc hiện thực hóa sứ mệnh cốt lõi của công ty: *“Tạo dựng những không gian sống đẳng cấp và bền vững”*. Sứ mệnh này không chỉ thể hiện qua việc cung cấp các sản phẩm nhà ở cao cấp mà còn thông qua việc xây dựng một môi trường sống lý tưởng, cân bằng giữa tiện ích hiện đại và không gian sống xanh, góp phần kiến tạo một cộng đồng văn minh, thịnh vượng.

***Đầu tư vào đào tạo nhân sự và nâng cao chất lượng dịch vụ hậu mãi là trọng tâm trong chiến lược bền vững của Vinhomes, thể hiện cam kết mang đến trải nghiệm sống đẳng cấp cho khách hàng.***

      Công tác đào tạo đội ngũ nhân viên không chỉ tập trung vào việc nâng cao chuyên môn nghiệp vụ mà còn chú trọng phát triển kỹ năng giao tiếp, chăm sóc khách hàng và khả năng xử lý tình huống, đảm bảo mang lại sự hài lòng cao nhất cho cư dân trong mọi tương tác.

Cùng với đó, dịch vụ hậu mãi chất lượng cao của Vinhomes không chỉ dừng lại ở việc hỗ trợ kỹ thuật hay bảo trì công trình mà còn hướng đến việc tạo dựng mối quan hệ bền chặt giữa cư dân và chủ đầu tư. Các chương trình chăm sóc khách hàng sau bàn giao như quản lý vận hành chuyên nghiệp, tổ chức các hoạt động cộng đồng, sự kiện văn hóa, thể thao đã góp phần xây dựng một môi trường sống văn minh, thân thiện và gắn kết.

Những nỗ lực này không chỉ giúp Vinhomes đáp ứng trọn vẹn nhu cầu và kỳ vọng ngày càng cao của khách hàng mà còn góp phần quan trọng trong việc hình thành một cộng đồng cư dân hạnh phúc, nơi mọi người được tận hưởng một cuộc sống trọn vẹn cả về vật chất lẫn tinh thần. Tất cả những điều này phản ánh đúng sứ mệnh cốt lõi của Vinhomes: *“Tạo dựng những không gian sống đẳng cấp và bền vững”,* trong đó yếu tố con người và chất lượng dịch vụ luôn được đặt lên hàng đầu, khẳng định vị thế tiên phong của công ty trong lĩnh vực bất động sản cao cấp.

2.1.3. Mục tiêu chiến lược kinh doanh trung hạn

Với mục tiêu trở thành một trong những công ty bất động sản hàng đầu tại Việt Nam và không ngừng phát triển, Vinhomes đặt ra các mục tiêu quan trọng trong 3-5 năm tới nhằm duy trì và củng cố vị thế của mình trên thị trường. Mục tiêu trung hạn của Vinhomes trong 3-5 năm tới chủ yếu tập trung vào các yếu tố giúp củng cố vị thế hiện tại của công ty trong ngành bất động sản, thúc đẩy sự tăng trưởng và nâng cao giá trị dịch vụ đối với khách hàng. Các mục tiêu này sẽ bao gồm các chiến lược cụ thể để tối ưu hóa doanh thu, phát triển các dự án mới, và cải thiện chất lượng dịch vụ, hướng tới đạt được các kết quả khả quan trong thời gian ngắn.

***Vinhomes đặt mục tiêu tăng trưởng doanh thu mạnh mẽ trong vòng 3-5 năm***

      Để đạt được điều này, công ty sẽ tập trung xây dựng và quảng bá hình ảnh thương hiệu một cách chuyên nghiệp, hướng tới việc khẳng định vị thế là nhà phát triển bất động sản hàng đầu, cao cấp, uy tín và đáng tin cậy trên thị trường.

Một trong những trọng tâm quan trọng trong chiến lược marketing của Vinhomes là đẩy mạnh sự hiện diện trên các nền tảng truyền thông số (digital marketing). Các kênh truyền thông phổ biến và có sức ảnh hưởng lớn như Facebook, Instagram, YouTube và các trang web bất động sản uy tín sẽ được tận dụng tối đa để thực hiện các chiến dịch truyền thông mạnh mẽ, lan tỏa hình ảnh thương hiệu và giới thiệu các dự án bất động sản cao cấp tới đúng đối tượng khách hàng tiềm năng. Những nội dung quảng bá sẽ được đầu tư kỹ lưỡng cả về mặt hình ảnh lẫn thông điệp, nhấn mạnh vào giá trị sống đẳng cấp, chất lượng và các tiện ích vượt trội mà các dự án Vinhomes mang lại.

Bên cạnh việc quảng bá thương hiệu, Vinhomes cũng sẽ triển khai các chương trình ưu đãi, khuyến mãi hấp dẫn nhằm kích thích nhu cầu mua sắm bất động sản trong ngắn hạn. Các chính sách như chiết khấu trực tiếp, ưu đãi lãi suất, quà tặng khi ký hợp đồng hoặc hỗ trợ tài chính từ các ngân hàng đối tác sẽ được áp dụng nhằm mang đến lợi ích thiết thực và thúc đẩy quyết định đầu tư của khách hàng.

Ngoài ra, để mở rộng mạng lưới phân phối và gia tăng độ phủ của các dự án, Vinhomes sẽ tăng cường hợp tác với các đại lý phân phối và công ty môi giới bất động sản chuyên nghiệp. Đặc biệt, việc đẩy mạnh sự hiện diện tại các thành phố lớn như Hà Nội, TP.HCM và các khu vực có tiềm năng phát triển mạnh mẽ sẽ là ưu tiên hàng đầu. Thông qua hệ thống đại lý đối tác rộng khắp, công ty có thể tiếp cận đa dạng đối tượng khách hàng từ phân khúc trung lưu đến cao cấp, qua đó tối ưu hóa doanh thu và khẳng định vị thế dẫn đầu trên thị trường bất động sản.

Tóm lại, chiến lược tăng trưởng doanh thu của Vinhomes trong giai đoạn tới là một kế hoạch tổng thể, kết hợp giữa việc xây dựng thương hiệu cao cấp, triển khai các chiến dịch marketing kỹ thuật số bài bản, thực hiện các chương trình ưu đãi hấp dẫn và mở rộng mạng lưới phân phối thông qua đối tác chiến lược. Những nỗ lực này không chỉ giúp công ty đạt được mục tiêu tài chính mà còn củng cố vị thế vững chắc trong ngành bất động sản, tiếp tục khẳng định tầm nhìn trở thành biểu tượng của phong cách sống đẳng cấp tại Việt Nam.

***Phát triển dự án mới là trọng tâm chiến lược của Vinhomes nhằm mở rộng quy mô, gia tăng doanh thu và khẳng định vị thế dẫn đầu thị trường bất động sản Việt Nam.***

Công ty sẽ tập trung triển khai các dự án khu đô thị quy mô lớn và đồng bộ, điển hình như Vinhomes Ocean Park, Vinhomes Smart City, Vinhomes Grand Park cùng nhiều dự án nhà ở cao cấp, thông minh và bền vững khác tại các khu vực có tiềm năng tăng trưởng mạnh mẽ.

Để thực hiện hiệu quả chiến lược này, Vinhomes sẽ tiếp tục chủ động tìm kiếm và mở rộng quỹ đất tại các khu vực trọng điểm, đặc biệt là tại các thành phố lớn như Hà Nội, TP.HCM và các đô thị vệ tinh đang trong quá trình phát triển nhanh chóng. Việc lựa chọn vị trí chiến lược cho các dự án mới không chỉ đảm bảo khả năng gia tăng giá trị bất động sản trong tương lai mà còn giúp công ty tiếp cận đối tượng khách hàng đa dạng từ trung lưu đến cao cấp. Các loại hình dự án sẽ được đa dạng hóa, bao gồm khu căn hộ cao cấp, biệt thự sang trọng, khu đô thị sinh thái, khu đô thị thông minh, khu công nghiệp và các bất động sản thương mại.

Vinhomes cũng sẽ chú trọng đến việc thiết kế và xây dựng các dự án không chỉ mang tính thẩm mỹ cao mà còn tuân thủ chặt chẽ các tiêu chuẩn về phát triển bền vững, thân thiện với môi trường và tiết kiệm năng lượng. Các vật liệu xây dựng xanh, giải pháp quản lý năng lượng hiệu quả và hệ thống cảnh quan thiên nhiên được tích hợp đồng bộ để tạo nên một không gian sống hài hòa với thiên nhiên, đảm bảo chất lượng sống cao nhất cho cư dân.

Một điểm nhấn quan trọng trong các dự án mới của Vinhomes là việc tích hợp hệ sinh thái tiện ích đồng bộ, toàn diện nhằm mang đến trải nghiệm sống đẳng cấp cho cư dân. Các tiện ích sẽ bao gồm trung tâm thương mại, siêu thị, hệ thống trường học quốc tế, bệnh viện, phòng khám đa khoa, công viên cây xanh, hồ điều hòa và các khu vui chơi giải trí hiện đại. Việc quy hoạch đồng bộ này không chỉ giúp gia tăng giá trị bất động sản mà còn góp phần tạo nên những cộng đồng cư dân văn minh, gắn kết và hạnh phúc.

Bên cạnh đó, công ty cam kết đảm bảo tiến độ thi công và chất lượng hoàn thiện ở mức cao nhất cho các dự án mới. Việc áp dụng các quy trình quản lý xây dựng hiện đại, phối hợp chặt chẽ với các đối tác thi công uy tín sẽ giúp các công trình được hoàn thành đúng tiến độ, đáp ứng đầy đủ các tiêu chuẩn về chất lượng, an toàn và tính thẩm mỹ. Điều này không chỉ mang lại giá trị thực tiễn và sự hài lòng cao nhất cho khách hàng mà còn tạo ra dòng doanh thu ổn định từ việc bán và cho thuê các sản phẩm bất động sản, cũng như từ các dịch vụ và tiện ích vận hành sau khi dự án hoàn thành.

Tóm lại, chiến lược khởi công và phát triển các dự án mới của Vinhomes là một kế hoạch toàn diện, kết hợp giữa việc mở rộng quỹ đất, đa dạng hóa loại hình sản phẩm, phát triển bền vững và hoàn thiện hệ sinh thái tiện ích. Những nỗ lực này không chỉ giúp công ty đạt được các mục tiêu tăng trưởng doanh thu mà còn góp phần nâng cao chất lượng sống cho cộng đồng, khẳng định sứ mệnh “Tạo dựng những không gian sống đẳng cấp và bền vững” mà Vinhomes đang theo đuổi.

***Nâng cao chất lượng dịch vụ là ưu tiên hàng đầu trong chiến lược bền vững của Vinhomes, nhằm xây dựng lòng tin, sự hài lòng và trung thành từ khách hàng.***

      Chất lượng dịch vụ vượt trội không chỉ giúp công ty duy trì mối quan hệ bền vững với khách hàng hiện tại mà còn là yếu tố cốt lõi để nâng cao giá trị thương hiệu trong dài hạn, khẳng định vị thế dẫn đầu trong lĩnh vực bất động sản cao cấp tại Việt Nam.

Trong giai đoạn 3-5 năm tới, Vinhomes sẽ tập trung đầu tư mạnh mẽ vào công tác đào tạo nhân sự và cải thiện toàn diện dịch vụ hậu mãi nhằm mang lại trải nghiệm khách hàng tốt nhất. Công ty hướng đến mục tiêu không chỉ thu hút khách hàng mới mà còn giữ chân khách hàng lâu dài bằng chất lượng phục vụ tận tâm, chuyên nghiệp.

Để đạt được điều này, Vinhomes sẽ triển khai các chương trình đào tạo chuyên sâu dành cho đội ngũ nhân viên ở mọi bộ phận, từ nhân viên bán hàng, dịch vụ khách hàng đến các bộ phận hỗ trợ kỹ thuật. Nội dung đào tạo sẽ tập trung vào việc nâng cao kỹ năng tư vấn, khả năng giao tiếp, xử lý tình huống và chăm sóc khách hàng chuyên nghiệp. Đặc biệt, nhân viên sẽ được trang bị đầy đủ kiến thức về các sản phẩm, dự án, cũng như chiến lược kinh doanh của công ty, từ đó có thể giải đáp chính xác và toàn diện các thắc mắc của khách hàng, mang lại trải nghiệm tư vấn và phục vụ vượt trội.

Song song với việc phát triển đội ngũ nhân sự, Vinhomes sẽ đẩy mạnh các chương trình chăm sóc khách hàng sau bán hàng (after-sales service), đảm bảo chất lượng dịch vụ trong suốt quá trình khách hàng sinh sống và sử dụng sản phẩm. Các dịch vụ này bao gồm:

*Dịch vụ bảo trì, bảo dưỡng định kỳ:* Kiểm tra và bảo trì cơ sở hạ tầng, tiện ích trong khu đô thị, đảm bảo chất lượng công trình luôn được duy trì ở trạng thái tốt nhất.

*Hỗ trợ cư trú và vận hành:* Các dịch vụ hỗ trợ cuộc sống như an ninh, vệ sinh, cảnh quan xanh, đảm bảo cư dân luôn cảm thấy an toàn và hài lòng trong không gian sống.

*Chăm sóc khách hàng chuyên biệt:* Thực hiện các chương trình tri ân khách hàng, tặng quà dịp lễ Tết, tổ chức các buổi gặp gỡ cộng đồng, sự kiện văn hóa – thể thao nhằm xây dựng một cộng đồng cư dân gắn kết, văn minh và hạnh phúc.

Việc duy trì chất lượng dịch vụ hậu mãi không chỉ mang lại sự hài lòng cho khách hàng mà còn góp phần xây dựng mối quan hệ bền vững giữa Vinhomes và cư dân. Khi khách hàng cảm nhận được sự quan tâm, chăm sóc chu đáo từ chủ đầu tư, họ có xu hướng trung thành với thương hiệu và trở thành những người giới thiệu tích cực, lan tỏa hình ảnh thương hiệu Vinhomes đến với cộng đồng rộng lớn hơn.

Tóm lại, chiến lược nâng cao chất lượng dịch vụ của Vinhomes trong giai đoạn sắp tới là một kế hoạch toàn diện, bao gồm đào tạo chuyên sâu cho đội ngũ nhân sự, cải tiến dịch vụ hậu mãi và chăm sóc khách hàng sau bán. Những nỗ lực này không chỉ giúp công ty duy trì sự hài lòng và trung thành từ khách hàng mà còn góp phần nâng cao giá trị thương hiệu, khẳng định đẳng cấp và uy tín của Vinhomes trên thị trường bất động sản cao cấp.

***Cải thiện dịch vụ hậu mãi là ưu tiên chiến lược của Vinhomes nhằm mang lại trải nghiệm trọn vẹn và duy trì sự hài lòng lâu dài cho khách hàng.***

Trong thời gian tới, công ty sẽ tập trung triển khai các chương trình chăm sóc khách hàng toàn diện sau bàn giao, đảm bảo khách hàng luôn nhận được sự hỗ trợ kịp thời và chu đáo trong suốt quá trình sinh sống tại các dự án.

Một trong những trọng tâm chính của Vinhomes là mở rộng các dịch vụ bảo hành, bảo trì và hỗ trợ vận hành cho các sản phẩm bất động sản sau khi bàn giao. Các dịch vụ này bao gồm:

*Dịch vụ bảo hành và sửa chữa:* Đảm bảo xử lý nhanh chóng các vấn đề kỹ thuật phát sinh trong thời gian bảo hành, giúp khách hàng yên tâm về chất lượng sản phẩm.

*Bảo trì và bảo dưỡng định kỳ:* Thực hiện các hoạt động kiểm tra, bảo trì hệ thống điện nước, cơ sở hạ tầng, tiện ích công cộng và các hạng mục kỹ thuật khác nhằm duy trì chất lượng công trình ở mức cao nhất.

*Hỗ trợ vận hành và quản lý khu đô thị:* Đảm bảo các tiện ích chung như an ninh, vệ sinh, cảnh quan và các hoạt động cộng đồng được vận hành chuyên nghiệp, mang lại môi trường sống an toàn, văn minh và hiện đại cho cư dân.

Để không ngừng hoàn thiện và nâng cao chất lượng dịch vụ, Vinhomes sẽ triển khai các cuộc khảo sát ý kiến khách hàng định kỳ. Thông qua các bảng hỏi chi tiết và các buổi tiếp xúc trực tiếp, công ty có thể thu thập những phản hồi thực tế về chất lượng dịch vụ, tiện ích, cơ sở hạ tầng và sự hài lòng tổng thể của cư dân. Những phản hồi này sẽ được phân tích kỹ lưỡng để nhận diện các vấn đề cần cải thiện, từ đó có những điều chỉnh kịp thời và phù hợp với nhu cầu thực tế của khách hàng.

Bên cạnh việc khảo sát, Vinhomes có thể thiết lập các kênh giao tiếp đa dạng để cư dân có thể dễ dàng phản ánh ý kiến hoặc yêu cầu hỗ trợ như:

*Ứng dụng quản lý cư dân thông minh:* Cho phép cư dân gửi yêu cầu hỗ trợ, phản ánh tình trạng dịch vụ hoặc đặt lịch bảo trì một cách thuận tiện và nhanh chóng.

*Đường dây nóng và bộ phận chăm sóc khách hàng chuyên biệt:* Đảm bảo luôn có nhân sự sẵn sàng tiếp nhận và xử lý các phản hồi từ cư dân.

*Hộp thư góp ý tại các tòa nhà:* Tạo điều kiện để cư dân có thể đóng góp ý kiến một cách trực tiếp và dễ dàng.

Việc duy trì chất lượng dịch vụ hậu mãi vượt trội không chỉ giúp Vinhomes giữ chân khách hàng hiện tại mà còn góp phần gia tăng giá trị lâu dài cho thương hiệu. Khi cư dân cảm nhận được sự quan tâm và chăm sóc chu đáo, họ có xu hướng giới thiệu và lan tỏa những ấn tượng tích cực, giúp công ty xây dựng hình ảnh một thương hiệu bất động sản chuyên nghiệp, đẳng cấp và đáng tin cậy.

Tóm lại, chiến lược cải thiện dịch vụ hậu mãi của Vinhomes không chỉ tập trung vào việc duy trì chất lượng sản phẩm sau bàn giao mà còn hướng đến việc xây dựng một hệ sinh thái dịch vụ toàn diện, lắng nghe phản hồi từ khách hàng và không ngừng cải tiến để mang lại trải nghiệm sống tốt nhất cho cộng đồng cư dân.

2.1.4. Chiến lược thực hiện

***Vinhomes đẩy mạnh truyền thông về tiện ích vượt trội để khẳng định giá trị sống đẳng cấp và sự khác biệt trên thị trường bất động sản.***

     Các hoạt động truyền thông sẽ tập trung làm nổi bật những ưu điểm nổi trội của các dự án, đặc biệt là cảnh quan xanh, hệ sinh thái khép kín cùng hệ thống tiện ích toàn diện, mang đến cho cư dân không gian sống trong lành, an toàn và tiện nghi.

Các dự án như Vinhomes Ocean Park, Vinhomes Smart City, Vinhomes Grand Park đều được thiết kế theo mô hình khu đô thị đồng bộ, tích hợp đầy đủ các tiện ích như công viên cây xanh rộng lớn, hồ điều hòa, vườn dưỡng sinh, khu vui chơi trẻ em, trung tâm thể thao, trường học, bệnh viện, siêu thị và trung tâm thương mại. Thông qua các chiến dịch truyền thông đa kênh, Vinhomes sẽ nhấn mạnh vào lợi thế này nhằm giúp khách hàng nhận diện rõ ràng giá trị mà các khu đô thị mang lại: không chỉ là nơi để ở mà còn là một hệ sinh thái sống trọn vẹn, phục vụ mọi nhu cầu từ sinh hoạt, học tập, làm việc đến giải trí và chăm sóc sức khỏe.

Cùng với việc truyền thông về tiện ích, Vinhomes cũng sẽ ứng dụng công nghệ số trong tiếp cận khách hàng nhằm tối ưu hóa trải nghiệm và mở rộng đối tượng khách hàng tiềm năng. Việc khai thác các nền tảng trực tuyến như website chính thức, mạng xã hội (Facebook, YouTube, Instagram, Zalo), các sàn giao dịch bất động sản trực tuyến và các kênh truyền thông số khác sẽ giúp công ty truyền tải thông điệp một cách rộng rãi, nhanh chóng và hiệu quả hơn.

Chiến lược đẩy mạnh truyền thông tiện ích kết hợp với ứng dụng công nghệ số trong tiếp cận khách hàng sẽ không chỉ giúp Vinhomes xây dựng hình ảnh một thương hiệu bất động sản cao cấp, hiện đại mà còn gia tăng hiệu quả kinh doanh trong dài hạn. Thông qua việc cung cấp đầy đủ thông tin và tạo điều kiện để khách hàng trải nghiệm thực tế các dự án, công ty sẽ gia tăng sự tin tưởng, thu hút thêm nhiều khách hàng tiềm năng và khẳng định vị thế dẫn đầu trên thị trường bất động sản Việt Nam.

***Vinhomes tập trung khởi công và mở bán đúng tiến độ các dự án lớn năm 2025, đảm bảo chiến lược bền vững và tăng trưởng doanh thu ổn định.***

     . Việc thực hiện đúng lộ trình không chỉ thể hiện cam kết mạnh mẽ của công ty đối với khách hàng và nhà đầu tư, mà còn góp phần nâng cao uy tín thương hiệu trên thị trường bất động sản.

Song song với việc khởi công và mở bán, Vinhomes sẽ hoàn tất các thủ tục pháp lý cho những dự án đang trong giai đoạn chuẩn bị, bao gồm các giấy tờ pháp lý liên quan đến quyền sử dụng đất, giấy phép xây dựng và các quy định pháp lý khác. Việc này nhằm đảm bảo tính minh bạch, tuân thủ pháp luật và tạo sự yên tâm cho khách hàng trong quá trình giao dịch bất động sản. Đồng thời, việc hoàn thiện đầy đủ pháp lý cũng giúp các dự án được triển khai đúng tiến độ, hạn chế tối đa các rủi ro liên quan đến tranh chấp hoặc đình trệ thi công.

Tất cả các dự án sắp tới của Vinhomes sẽ được quy hoạch đồng bộ theo mô hình “Đại đô thị khép kín”, đây là triết lý phát triển cốt lõi của công ty nhằm mang lại không gian sống toàn diện và đẳng cấp cho cư dân. Các khu đại đô thị này sẽ được xây dựng với hệ sinh thái tiện ích hoàn chỉnh, tích hợp đầy đủ các yếu tố:

*Giáo dục:* Trường học liên cấp từ mầm non đến trung học phổ thông, kết hợp hệ thống giáo dục quốc tế chất lượng cao nhằm mang lại môi trường học tập tốt nhất cho con em cư dân.

*Y tế:* Hệ thống bệnh viện và phòng khám đa khoa hiện đại, đảm bảo cư dân có thể tiếp cận dịch vụ chăm sóc sức khỏe chất lượng ngay trong nội khu.

*Giải trí:* Trung tâm thương mại, rạp chiếu phim, công viên giải trí, hồ bơi, và khu vui chơi trẻ em nhằm đáp ứng nhu cầu thư giãn, giải trí của cư dân mọi lứa tuổi.

*Thể thao:* Các sân thể thao đa năng, phòng gym, công viên thể thao và đường chạy bộ, giúp cư dân rèn luyện sức khỏe và duy trì lối sống lành mạnh.

Việc quy hoạch theo mô hình “Đại đô thị khép kín” không chỉ mang đến môi trường sống hiện đại, an toàn và tiện nghi, mà còn tạo ra một hệ sinh thái sống hoàn chỉnh, nơi cư dân có thể tận hưởng đầy đủ mọi tiện ích ngay trong nội khu mà không cần di chuyển xa. Điều này không chỉ nâng cao chất lượng sống cho khách hàng mà còn góp phần gia tăng giá trị bất động sản trong dài hạn.

Tóm lại, chiến lược khởi công và mở bán đúng tiến độ, hoàn tất pháp lý đầy đủ và quy hoạch đồng bộ theo mô hình Đại đô thị khép kín của Vinhomes sẽ tiếp tục khẳng định vị thế dẫn đầu trên thị trường bất động sản Việt Nam, đồng thời mang lại lợi ích bền vững cho cả khách hàng và nhà đầu tư.

***Vinhomes tập trung đào tạo chuyên sâu cho đội ngũ sales và chăm sóc khách hàng nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ và hiệu quả bán hàng.***

      Đây là một trong những chiến lược quan trọng giúp công ty duy trì vị thế dẫn đầu trên thị trường bất động sản, đồng thời đảm bảo mang đến trải nghiệm tốt nhất cho khách hàng trong suốt hành trình từ tìm hiểu, giao dịch đến hậu mãi.

Các chương trình đào tạo sẽ tập trung vào việc nâng cao kỹ năng giao tiếp, xử lý tình huống và tư vấn chuyên nghiệp cho nhân sự như:

Kỹ năng giao tiếp chuyên nghiệp: Đào tạo nhân sự cách sử dụng ngôn ngữ linh hoạt, lắng nghe chủ động và truyền đạt thông tin một cách rõ ràng, dễ hiểu, giúp tạo thiện cảm và xây dựng lòng tin với khách hàng.

Kỹ năng xử lý tình huống: Hướng dẫn đội ngũ sales và chăm sóc khách hàng cách đối mặt và giải quyết các tình huống khó khăn, chẳng hạn như khi khách hàng có thắc mắc phức tạp, khiếu nại hoặc yêu cầu đàm phán giá cả.

Kỹ năng tư vấn chuyên sâu: Tập trung vào việc giúp nhân viên nắm vững kiến thức chuyên môn về các dự án, sản phẩm bất động sản của Vinhomes, bao gồm quy hoạch, thiết kế, tiện ích, pháp lý và các chính sách bán hàng. Điều này giúp họ tự tin cung cấp thông tin đầy đủ, chính xác và thuyết phục khách hàng hiệu quả hơn.

Ngoài các nội dung kỹ năng, chương trình đào tạo cũng sẽ chú trọng đến việc ứng dụng công nghệ trong quy trình bán hàng và chăm sóc khách hàng. Đội ngũ sales sẽ được hướng dẫn sử dụng các công cụ hỗ trợ như phần mềm quản lý khách hàng (CRM), tư vấn trực tuyến qua các nền tảng số, cũng như cách khai thác hiệu quả mạng xã hội và các kênh digital marketing để tiếp cận khách hàng tiềm năng.

Việc tổ chức các chương trình đào tạo chuyên sâu không chỉ giúp nhân sự Vinhomes nâng cao năng lực chuyên môn mà còn tạo ra một đội ngũ tư vấn viên chuyên nghiệp, tận tâm và đồng bộ trong phong cách phục vụ. Điều này sẽ góp phần tăng cường hình ảnh thương hiệu, giữ chân khách hàng cũ và thu hút thêm khách hàng mới, đồng thời hỗ trợ công ty đạt được các mục tiêu kinh doanh bền vững trong thời gian tới.

***Vinhomes chú trọng tổ chức các hoạt động kết nối cộng đồng trong các khu đô thị.***

      Vì đây không chỉ là cơ hội để tạo dựng mối quan hệ thân thiện giữa cư dân mà còn là cách để công ty chăm sóc và lắng nghe phản hồi từ cư dân thường xuyên. Một cộng đồng cư dân gắn kết không chỉ mang đến giá trị cho cuộc sống của mỗi cá nhân mà còn góp phần xây dựng môi trường sống văn minh và hài hòa trong các khu đô thị, tạo nên hình ảnh cộng đồng đẳng cấp và thân thiện.

Các hoạt động kết nối cộng đồng sẽ được tổ chức định kỳ và đa dạng, từ các sự kiện giải trí, thể thao đến các buổi gặp gỡ chia sẻ, giao lưu giữa các cư dân. Ví dụ, Vinhomes có thể tổ chức các chương trình thể thao cộng đồng như giải bóng đá, chạy bộ, hoặc các lớp học yoga ngoài trời. Các sự kiện này không chỉ giúp cư dân giải trí, rèn luyện sức khỏe mà còn tạo ra những cơ hội gặp gỡ, làm quen và kết nối giữa các gia đình, từ đó tạo ra một không khí sống đoàn kết và vui vẻ.

Bên cạnh đó, Vinhomes cũng sẽ chú trọng đến việc tổ chức các buổi gặp mặt, hội thảo chia sẻ ý kiến giữa cư dân và đại diện công ty. Những buổi gặp gỡ này sẽ là cơ hội để cư dân đóng góp ý tưởng, phản ánh những vấn đề gặp phải trong khu vực sinh sống, cũng như chia sẻ những mong muốn và kỳ vọng về các tiện ích, dịch vụ trong khu đô thị. Việc lắng nghe phản hồi từ cư dân thường xuyên sẽ giúp Vinhomes không chỉ cải thiện chất lượng dịch vụ mà còn tạo ra những thay đổi phù hợp với nhu cầu thực tế, đáp ứng kỳ vọng của khách hàng.

Để chăm sóc và lắng nghe phản hồi một cách hiệu quả, Vinhomes sẽ triển khai nhiều phương thức giao tiếp với cư dân. Các kênh tiếp nhận phản hồi có thể bao gồm:

*Ứng dụng di động Vinhomes:* Đây là nền tảng giúp cư dân dễ dàng gửi phản ánh về các vấn đề trong khu đô thị, từ bảo trì, an ninh, đến các vấn đề về tiện ích.

*Cuộc khảo sát định kỳ:* Các cuộc khảo sát sẽ được thực hiện để thu thập ý kiến của cư dân về các dịch vụ và tiện ích, qua đó Vinhomes có thể đánh giá và cải thiện chất lượng sống trong khu đô thị.

*Hệ thống chăm sóc khách hàng:* Một đội ngũ chuyên trách sẽ luôn sẵn sàng tiếp nhận các ý kiến và phản hồi từ cư dân qua các kênh trực tiếp hoặc trực tuyến, giúp giải quyết vấn đề nhanh chóng và hiệu quả.

Việc tổ chức các hoạt động kết nối cộng đồng và lắng nghe phản hồi từ cư dân thường xuyên sẽ giúp Vinhomes duy trì mối quan hệ gắn kết, đồng thời khẳng định cam kết của công ty trong việc mang đến một môi trường sống không chỉ cao cấp mà còn thân thiện và cộng đồng. Những phản hồi từ cư dân sẽ là nguồn động lực quan trọng để công ty cải thiện chất lượng dịch vụ, nâng cao trải nghiệm sống cho cộng đồng cư dân, đồng thời tạo nên một khu đô thị bền vững và phát triển lâu dài.

***2.2. Mục tiêu dài hạn***

2.2.1. Tầm nhìn và định hướng dài hạn

Tầm nhìn: Trở thành nhà phát triển bất động sản hàng đầu không chỉ tại Việt Nam mà còn tiến tới vươn tầm khu vực và quốc tế.

Định hướng phát triển: Phát triển các khu đô thị hiện đại, đồng bộ, đáp ứng tiêu chuẩn quốc tế; kiến tạo môi trường sống văn minh, đẳng cấp để mỗi ngôi nhà ở vinhomes thật sự là nơi “Hạnh phúc ngập tràn” với trọng tâm là mang lại giá trị sống tối ưu và bền vững cho cư dân

2.2.2. Mục tiêu chiến lược kinh doanh dài hạn

*Dẫn đầu thị trường bất động sản trong nước:*

       Vinhomes đặt mục tiêu củng cố, giữ vững  vị trí dẫn đầu tại thị trường Việt Nam thông qua việc phát triển các sản phẩm bất động sản cao cấp, trung cấp và bình dân, phù hợp với nhiều phân khúc khách hàng. Trả lời cổ đông về chiến lược dài hạn trong 5-10 năm tới của Vinhomes, bà Hằng cho biết Vinhomes vẫn luôn giữ chiến lược nỗ lực duy trì vị trí tiên phong, dẫn dắt thị trường với vai trò là nhà đầu tư bất động sản lớn nhất Việt Nam. Đồng thời, Vinhomes cũng định hướng trở thành nhà phát triển bất động sản mang quy mô khu vực.

Với vị thế thị trường vững chắc khi là nhà phát triển bất động sản lớn nhất Việt Nam với uy tín cao và nhiều dự án được triển khai thành công không chỉ nổi bật về quy mô mà còn được đánh giá cao về chất lượng, thiết kế, tiện ích và giá trị cộng đồng như Vinhomes Riverside-Khu đô thị sinh thái cao cấp với diện tích hơn 183 ha. Được vinh danh là "Khu đô thị tốt nhất châu Á - Thái Bình Dương 2018" tại International Property Awards. Hay Vinhomes Central Park tại thành phố Hồ Chí Minh với điểm nhấn là tòa Landmark 81, tòa nhà cao nhất Việt Nam và nằm trong top các tòa nhà cao nhất thế giới. Ngoài ra còn có Vinhomes Smart City tại Hà Nội thiết kế theo mô hình "thành phố quốc tế", phục vụ nhu cầu của cả người nước ngoài và người Việt. Bên cạnh đó còn có Vinhomes Golden River, Vinhomes Ocean Park, Vinhomes Times City và Vinhomes Royal City... Từ những thành công của những dự án lớn đã tạo uy tín thương hiệu cho Vinhomes cho thấy vị trí dẫn đầu thị trường khó bị soái ngôi.

*Tiếp tục tìm kiếm và mở rộng quỹ đất:*

Quỹ đất lớn và rộng khắp cũng là một phần quan trọng giúp Vinhomes duy trì mục tiêu dẫn đầu trong tương lai. Vinhomes sở hữu quỹ đất lớn tại các thành phố trọng điểm như Hà Nội, TP.HCM, Hải Phòng, Đà Nẵng. Với định hướng phát triển các Siêu dự án trong những năm tới, công ty sẽ tìm kiếm cơ hội mở rộng quỹ đất không chỉ tại các vị trí chiến lược của tỉnh, thành phố lớn mà còn mở rộng phạm vi tới những vùng đất rộng lớn và giàu tiềm năng kinh tế – du. Các dự án mà Vinhomes đang nhắm đến bao gồm: Vinhomes Dương Kinh - Hải Phòng (240,6ha); Vinhomes Hậu Nghĩa - Long An (197,2ha); Vinhomes Phước Vĩnh Tây - Long An (1.090ha); Happy Home Tràng Cát - Hải Phòng (28ha); Happy Home Cam Ranh - Khánh Hoà (87,6ha) và Vinhomes Tuyên Quang (540,2ha). Theo SSI, quỹ đất này đủ để phát triển dài hạn cho Vinhomes, đặt trong bối cảnh đô thị hoá ngày càng cao và nhu cầu nhà ở vẫn còn rất lớn. Nếu cả 6 dự án nói trên được phê duyệt toàn bộ, quỹ đất của Vinhomes sẽ tăng thêm 2.180ha lên thành 21.780 ha, giữ vững vị trí dẫn đầu thị trường bất động sản cả nước.

*Tạo dựng hệ sinh thái sống “All-in-One” hoàn chỉnh, đồng bộ và nâng cấp mô hình đô thị thông minh và bền vững:*

    Các dự án của Vinhomes được phát triển và tích hợp bởi các dịch vụ chất lượng cao từ  hệ sinh thái VingGroup như giáo dục (Vinschool, y tế (Vinmec), thương mại (Vincom), Công nghệ và quản lý thông minh ( VinTech, VinBus...)   trong các khu đô thị để tạo ra không gian sống toàn diện, cư dân Vinhomes được hưởng trọn vẹn các tiện ích từ mua sắm, giải trí đến chăm sóc sức khỏe, giáo dục....

     Đây được gọi là đô thị đa trung tâm- là mô hình phổ biến trên thế giới nhưng còn mới tại Việt Nam. Dù khởi động muộn hơn nhưng các thành phố lớn của Việt nam như Hà Nội hay Tp.Hồ Chí Minh đều đang dịch chuyển từ mô hình đơn tâm sang đa trung tâm, đa cực. Và Vinhomes đã hình thành được những “thành phố trong thành phố” hay được gọi là “ The New Hanoi”  như Vinhomes Riverside, Vinhomes Ocean Park và Vinhomes Smart City tại phía Đông và phía Tây của Thủ Đô. Lấy động lực từ những thành công của mô hình đại đô thị “ All-in-One” Vinhomes vẫn đang tiếp tục xây dựng, phát triển để hoàn thiện hơn trong từng dự án trong tương lai.

Để xây dựng được một hệ sinh thái sống hoàn chỉnh và đồng bộ như vậy thì nguồn lực tài chính mạnh mẽ là yếu tố không thể thiếu. Vinhomes là công ty con của Vingroup, tập đoàn kinh tế tư nhân lớn nhất Việt Nam. Với sự hậu thuẫn từ Vingroup, Vinhomes có nguồn lực tài chính dồi dào nhờ sự đa dạng trong các mảng kinh doanh của tập đoàn, Vinhomes có thể tận dụng dòng tiền từ các lĩnh vực khác như thương mại, công nghệ, y tế, và giáo dục để đầu tư vào các dự án quy mô lớn. Bên cạnh đó uy tín thương hiệu giúp Vinhomes dễ dàng thu hút đầu tư và đối tác trong và ngoài nước. Ngoài ra, Vinhomes có khả năng huy động vốn mạnh mẽ từ nhiều nguồn như phát hành cổ phiếu (Vinhomes là một trong những doanh nghiệp có vốn hóa lớn nhất trên thị trường chứng khoán Việt Nam. Việc niêm yết trên sàn chứng khoán giúp công ty huy động vốn hiệu quả từ các nhà đầu tư tổ chức và cá nhân); trái phiếu doanh nghiệp hay hợp tác với tổ chức tài chính quốc tế (các đối tác lớn như Credit Suisse, HSBC, và Deutsche Bank đã tham gia cấp vốn hoặc đầu tư vào các dự án của Vinhomes). Hơn thế nữa hiệu quả từ hoạt động kinh doanh cũng tạo ra dòng tiền ổn định từ các dự án lớn như Vinhomes Ocean Park, Vinhomes Central Park, và Vinhomes Grand Park mang lại doanh thu hàng chục nghìn tỷ đồng mỗi năm đến việc bán các sản phẩm bất động sản (căn hộ, biệt thự, shophouse)  và cho thuê tài sản thương mại như Vincom Retail.

Và một yếu tố không kém phần quan trọng để xây dựng một hệ sinh thái sống “ All-in-One” đó là năng lực triển khai và quản lý các dự án. Với hàng chục năm kinh nghiệm, Vinhomes có khả năng triển khai các dự án bất động sản lớn, đảm bảo tiến độ và chất lượng, thậm chí trong những dự án có quy mô khổng lồ, nhờ vào quy trình quản lý và vận hành bài bản. Ngoài ra Vinhomes áp dụng các công nghệ hiện đại trong quản lý dự án, từ giai đoạn thiết kế, thi công đến vận hành và quản lý như hệ thống quản lý xây dựng (Construction Management System) để giám sát tiến độ và chất lượng, hệ thống quản lý vận hành thông minh (Smart City) tại các khu đô thị lớn như Vinhomes Smart City và Vinhomes Grand Park... đặc biệt là đội ngũ nhân sự có chuyên môn cao và đối tác chuyên nghiệp, đó là các công ty thiết kế, xây dựng và tư vấn hàng đầu thế giới như Atkins, EDSA, và CBRE, đảm bảo các dự án đạt tiêu chuẩn quốc tế. Bên cạnh đó quy trình triển khai bài bản cho từng giai đoạn từ quy hoạch, thi công đến vận hành đã giúp Vinhomes xây dựng và quản lý các dự án thành công. Đó là cơ sở để xây dựng nhiều dự án hệ sinh thái “ All-in-One” thêm hoàn chỉnh và đồng bộ trong tương lai.

Như vậy, nhờ sự hỗ trợ từ tập đoàn mẹ Vingroup, hiệu quả kinh doanh vượt trội, khả năng huy động vốn linh hoạt, và quản lý tài chính chuyên nghiệp, Vinhomes sở hữu nguồn lực tài chính mạnh mẽ và năng lực triển khai , quản lý dự án cao tạo điều kiện để công ty thực hiện thành công mục tiêu chiến lược dài hạn xây dựng hệ thống sinh thái xanh “All-in-One” hoàn thiện, đồng bộ.

*Nghiên cứu xây dựng các mô hình siêu dự án*

Sau thành công của những Đại đô thị hàng trăm héc-ta, Vinhomes đang tập trung nghiên cứu phát triển các Siêu dự án có quy mô hàng nghìn héc-ta, sánh tầm đẳng cấp các Siêu đô thị trên thế giới. Đây sẽ là những Siêu đô thị sinh thái, hoàn chỉnh về hạ tầng giao thông, được kết nối với hệ thống đường cao tốc cấp quốc gia và tuyến đường huyết mạch, được thiết kế độc đáo để tạo đột phá với những công trình mang tính biểu tượng, những tiện ích đẳng cấp vượt trội, ứng dụng công nghệ tiên tiến bậc nhất trong quản lý vận hành và giải pháp xanh ưu việt. Vinhomes đang không ngừng nỗ lực để bứt phá và hiện thực hóa khát vọng nâng tầm vị thế bất động sản Việt Nam trên bản đồ quốc tế.

*Tăng cường phát triển bền vững với mục tiêu ESG (Môi trường- Xã hội- Quản trị)*

Thứ nhất với môi trường xanh, Vinhomes cam kết giảm tác động tiêu cực đến môi trường và thúc đẩy các giải pháp phát triển bền vững trong quy hoạch, xây dựng và vận hành các dự án bất động sản. Vinhomes đã tích cực đầu tư phát triển các đại đô thị và tương lai là siêu đô thị theo định hướng phát thải ròng bằng 0 (Net Zero), đáp ứng các tiêu chuẩn công trình xanh quốc tế. Xây dựng các dự án thân thiện với môi trường như: tối ưu hóa việc sử dụng năng lượng và tài nguyên; tuân thủ các tiêu chuẩn quốc tế trong thiết kế, xây dựng và chất lượng như LEED, EDGE; phát triển các khu đô thị có không gian xanh rộng lớn ví dụ các đại đô thị Vinhomes trên khắp cả nước cũng dành hàng trăm hecta quỹ đất cho các "kỳ quan đô thị" xanh ấn tượng như hệ thống kênh đào hàng chục kilomet lấy cảm hứng từ Venice tại Vinhomes Riverisde, công viên ven sông lớn nhất TP.HCM (Vinhomes Central Park), biển hồ nước mặn (Vinhomes Ocean Park 1), công viên Nhật Bản (Vinhomes Smart City), tổ hợp công viên 36ha (Vinhomes Grand Park), tổ hợp biển tạo sóng nhân tạo lớn nhất thế giới (Vinhomes Ocean Park 2) . Ngoài ra áp dụng công nghệ xanh như sử dụng năng lượng tái tạo (năng lượng mặt trời, hệ thống tiết kiệm điện và nước), xây dựng các khu đô thị thông minh, áp dụng công nghệ IoT để giảm lãng phí năng lượng vẫn đang được Vinhomes áp dụng, tích hợp đển nâng cao chất lượng sống của cư dân.

Mô hình quản lý vận hành thành phố thông minh đang được tiên phong áp dụng tại các Đại đô thị Vinhomes sẽ tiếp tục được kiện toàn, bổ sung các tính năng và giải pháp công nghệ mới. Qua đó, Vinhomes hướng tới mục tiêu giảm phát thải, nâng cao hiệu quả sử dụng năng lượng, thân thiện với môi trường, tối ưu hóa các nguồn lực, tăng cường an ninh cũng như nâng cao trải nghiệm người dùng nhằm đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của cư dân và quy mô ngày càng lớn của các Đại đô thị cũng như Siêu dự án Vinhomes.

Thứ hai là xã hội xanh với cam kết tạo ra giá trị bền vững cho cộng đồng cư dân, đồng thời nâng cao chất lượng cuộc sống và đóng góp vào sự phát triển xã hội. Vinhomes đã phát triển cộng đồng cư dân sống tích cực hạng phúc với thiết kế các không gian sống gắn kết cộng đồng với đầy đủ tiện ích và tổ chức các hoạt động cộng đồng như lễ hội, hội thao, và các chương trình nâng cao đời sống tinh thần cư dân. Ví như dự án thấp tầng Vinhomes Ocean Park 2, Vinhomes Ocean Park 3 đã thu hút hàng chục nghìn cư dân về ở và một cộng đồng kinh doanh vững mạnh chỉ sau hơn 2 năm bàn giao. Nơi đây hiện là điểm đến hàng đầu trên bản đồ du lịch – vui chơi giải trí - ẩm thực phía Bắc nhờ những trải nghiệm, sự kiện được đầu tư quy mô, sáng tạo và hấp dẫn. Tiếp đến là đầu tư đến sức khỏe và giáo dục với hệ thống trường học Vinschool và bệnh viện Vinmec với tiêu chuẩn quốc tế và các dịch vụ ăn uống chăm sóc sức khỏe mang đến một môi trường sống chất lượng cho cư dân của mình. Ngoài ra Vinhomes còn thực hiện các chương trình từ thiện và chính các cộng đồng dân cư ở Vinhomes cũng tổ chức các hoạt động để gây quỹ ủng hộ các khu vực khó khăn và người yếu thế.

Thứ ba là quản trị nhằm tối đa hóa giá trị vốn hóa, đảm bảo tính bền vững và hài hòa lợi ích cho cổ đông, nhà đầu tư, khách hàng, đối tác... Đảm bảo sự minh bạch, trách nhiệm và hiệu quả trong quản trị doanh nghiệp, hướng đến xây dựng một tổ chức vững mạnh và đáng tin cậy. Để làm được điều đó cần phải tuân thủ các tiêu chuẩn và quy định pháp luật trong quản trị doanh nghiệp, thực hiện đạo đức kinh doanh và công khai các hoạt động tài chính rõ ràng, minh bạch. Đặc biệt cần quản lý rủi ro hiệu quả bằng việc xây dựng hệ thống kiểm soát nội bộ mạnh mẽ để phát hiện và quản lý rủi ro kịp thời đồng thời áp dụng các công nghệ hiện đại trong quản trị để nâng cao hiệu quả vận hành.

Cam kết tăng cường phát triển bền vững theo ba trụ cột Môi trường - Xã hội - Quản trị không chỉ giúp Vinhomes duy trì vị thế dẫn đầu mà còn đóng góp tích cực vào sự phát triển lâu dài của xã hội và môi trường tại Việt Nam. Đây cũng là chiến lược quan trọng để công ty hướng tới tương lai bền vững, hội nhập và cạnh tranh trên thị trường quốc tế.

*Tiếp tục mở rộng và đẩy mạnh các quan hệ hợp tác quốc tế chiến lược:*

Tham vọng đưa thương hiệu Vinhomes vươn ra ngoài biên giới Việt Nam, mở rộng sang các thị trường nước ngoài tiềm năng. Trước mắt Việt Nam đã xây dựng được uy tín thương hiệu mạnh mẽ với những xếp hạng quốc tế như Brand Finance- tổ chức hàng đầu thế giới về định giá thương hiệu vinh danh Vinhomes là Top 20 Thương hiệu BĐS giá trị nhất thế giới năm 2023 và các dự án của Vinhomes liên tục nhận được giải thưởng lớn từ các tổ chức quốc tế, như: Asia Pacific Property Awards, PropertyGuru Vietnam Property Awards,các danh hiệu "Dự án tốt nhất", "Nhà phát triển bất động sản tốt nhất"....

Trong những năm gần đây, Vinhomes đã đạt được nhiều thành công lớn trong chiến lược hợp tác với các nhà đầu tư bất động sản danh tiếng trên thế giới tại ba Đại đô thị Vinhomes Ocean Park, Vinhomes Smart City và Vinhomes Grand Park. Trong thời gian tới, Vinhomes sẽ tiếp tục mở rộng hợp tác mạnh mẽ với các đối tác quốc tế uy tín đến từ Nhật Bản, Hàn Quốc, Singapore và nhiều quốc gia khác để cùng đồng hành phát triển các Đại đô thị và Siêu dự án trên khắp Việt Nam. Chiến lược này giúp Công ty tận dụng kinh nghiệm của các nhà phát triển bất động sản uy tín toàn cầu với tiềm lực tài chính vững mạnh, đẩy nhanh thời gian triển khai dự án, đa dạng hóa sản phẩm đồng thời khởi tạo những Đại đô thị, Siêu dự án đẳng cấp với chất lượng đạt chuẩn quốc tế, góp phần thay đổi diện mạo đô thị Việt Nam. Chiến lược vươn ra thị trường quốc tế của Vinhomes không chỉ là mục tiêu tăng trưởng mà còn là bước tiến chiến lược để xây dựng thương hiệu bất động sản Việt Nam mang tầm quốc tế. Với lợi thế từ nguồn lực mạnh mẽ, kinh nghiệm triển khai dự án lớn, và hệ sinh thái tích hợp, Vinhomes hoàn toàn có tiềm năng thực hiện hóa tham vọng này.

# **CHƯƠNG III.** **ĐỀ XUẤT CHIẾN LƯỢC DOANH NGHIỆP CHO GIAI ĐOẠN 5 NĂM TỚI**

## **3. Lựa chọn và đề xuất chiến lược kinh doanh của doanh nghiệp**

### ***3.1. Phân tích phương án chiến lược***

*Chiến lược phát triển sản phẩm và dịch vụ đa dạng*

Vinhomes áp dụng chiến lược phát triển sản phẩm và dịch vụ đa dạng nhằm đáp ứng nhu cầu phong phú của khách hàng. Công ty triển khai mô hình "All-in-One", tích hợp nhiều tiện ích và dịch vụ trong một không gian sống, bao gồm giáo dục, y tế, mua sắm, giải trí và thể thao, tạo nên môi trường sống tiện nghi và hiện đại. Ngoài ra, Vinhomes còn đưa các khu vui chơi VinWonder vào các khu đô thị như Vinhomes Ocean Park và Vinhomes Grand Park, Điều này giúp cư dân tận hưởng cuộc sống tiện nghi mà không cần di chuyển xa. Việc triển khai chiến lược này không chỉ nâng cao chất lượng sống cho cư dân mà còn gia tăng giá trị bất động sản, tạo lợi thế cạnh tranh cho Vinhomes trên thị trường. Bên cạnh đó, công ty chú trọng xây dựng cộng đồng cư dân văn minh, thông qua việc thành lập các câu lạc bộ như Sống Xanh, Sống Vui khỏe và Sống Đẳng cấp, nhằm nâng tầm chuẩn sống và tạo sự gắn kết trong cộng đồng.Chiến lược đa dạng hóa sản phẩm và dịch vụ này giúp Vinhomes tạo sự khác biệt trên thị trường, thu hút đa dạng đối tượng khách hàng và củng cố vị thế dẫn đầu trong ngành bất động sản Việt Nam.

*Chiến lược phát triển bền vững*

Vinhomes, một trong những nhà phát triển bất động sản hàng đầu Việt Nam, đã và đang triển khai chiến lược phát triển bền vững nhằm kiến tạo các khu đô thị xanh, thân thiện với môi trường và nâng cao chất lượng sống cho cư dân. Công ty chú trọng xây dựng các khu đô thị với không gian xanh rộng lớn, tích hợp tiện ích hiện đại và thúc đẩy lối sống xanh trong cộng đồng cư dân. Đồng thời, Vinhomes tích hợp công nghệ Internet vạn vật (IoT) vào các dự án đô thị thông minh như Vinhomes Smart City, nhằm thúc đẩy chiến lược phát triển bền vững. Việc áp dụng IoT giúp tối ưu hóa quản lý năng lượng, giảm tiêu thụ điện nước và nâng cao hiệu quả vận hành. Hệ thống cảm biến IoT giám sát môi trường, cung cấp dữ liệu về chất lượng không khí, độ ẩm và nhiệt độ, hỗ trợ cư dân điều chỉnh sinh hoạt phù hợp, góp phần bảo vệ sức khỏe và môi trường sống. Trung tâm điều hành 24/7 tích hợp công nghệ AI và IoT giúp giám sát toàn bộ hệ thống kỹ thuật, đảm bảo tiện nghi và an toàn cho cư dân. Nhờ đó, Vinhomes không chỉ nâng cao chất lượng cuộc sống mà còn tạo dựng các khu đô thị xanh, sạch, bền vững, phù hợp với xu hướng phát triển đô thị hiện đại.

*Chiến lược phát triển quỹ đất*

Chiến lược phát triển quỹ đất của Vinhomes  là yếu tố then chốt giúp công ty duy trì và mở rộng vị thế trong ngành bất động sản. Vinhomes chủ động tìm kiếm và phát triển quỹ đất tại các khu vực tiềm năm. Tính đến cuối năm 2023, công ty sở hữu quỹ đất rộng lớn lên đến 19.600 ha, đủ để triển khai các dự án trong vòng 30 năm tới. Đặc biệt là những vùng có cơ sở hạ tầng đang được cải thiện hoặc có khả năng phát triển mạnh trong tương lai. Chiến lược này không chỉ giúp Vinhomes nâng cao giá trị tài sản mà còn đóng góp vào sự phát triển của thị trường bất động sản, đáp ứng nhu cầu nhà ở ngày càng cao và tạo cơ hội phát triển các dự án đồng bộ với các dịch vụ công cộng và cơ sở hạ tầng. Hiệu quả của chiến lược này thể hiện qua việc Vinhomes liên tục cho ra những sản phẩm bất động sản có giá trị cao, phù hợp với nhu cầu thị trường và đảm bảo chất lượng sống cho cư dân, đồng thời khẳng định khả năng quản lý và phát triển bền vững của công ty trong ngành.

*Chiến lược hợp tác quốc tế*

Vinhomes thể hiện rõ nét chiến lược hợp tác quốc tế thông qua việc bắt tay với những "ông lớn" đến từ Nhật Bản như Mitsubishi Corporation và Nomura Real Estate. Việc hợp tác với Mitsubishi Corporation được minh chứng qua các dự án chung như The Origami, The Miyako tại Vinhomes Grand Park (TP.HCM) và The Metropolitan tại Vinhomes Ocean Park (Hà Nội). Sự kết hợp này mang đến cho Vinhomes nguồn vốn đầu tư dồi dào, kinh nghiệm phát triển dự án quy mô lớn, đồng thời tiếp thu công nghệ xây dựng tiên tiến và kỹ thuật quản lý vận hành hiện đại từ đối tác. Song song đó, Vinhomes cũng "bắt tay" với Nomura Real Estate để phát triển các dự án bất động sản quy mô lớn khác, hướng đến việc áp dụng công nghệ tiên tiến, tiêu chuẩn quản lý quốc tế, từ đó nâng cao chất lượng sản phẩm và dịch vụ. Hai sự hợp tác chiến lược này khẳng định tầm nhìn vươn ra thế giới của Vinhomes, giúp doanh nghiệp tiếp cận những tinh hoa trong lĩnh vực bất động sản, nâng cao năng lực cạnh tranh và củng cố vị thế trên thị trường quốc tế.

*Chiến lược phân phối kênh*

Vinhomes đã khéo léo triển khai chiến lược "kiềng 3 chân" vững chắc trong phân phối kênh, tạo nên sức mạnh tổng hợp và tối ưu hóa hiệu quả tiếp cận khách hàng. "Chân kiềng" đầu tiên là đội ngũ bán hàng trực tiếp, với lực lượng hùng hậu được đào tạo chuyên nghiệp, am hiểu sản phẩm và giàu kinh nghiệm tư vấn. "Chân kiềng" thứ hai là hệ thống đại lý phân phối trải rộng khắp cả nước. Vinhomes hợp tác với các đại lý uy tín, tận dụng lợi thế về mạng lưới khách hàng và am hiểu thị trường của đối tác. "Chân kiềng" thứ ba là sàn giao dịch trực tuyến Vinhomes Online, nền tảng công nghệ hiện đại mang đến trải nghiệm mua bán tiện lợi, minh bạch và tiếp cận khách hàng mọi lúc mọi nơi. Chiến lược "kiềng 3 chân" này không chỉ giúp Vinhomes đa dạng hóa kênh phân phối, mở rộng thị trường mà còn gia tăng khả năng tiếp cận khách hàng tiềm năng, nâng cao hiệu quả bán hàng và củng cố vị thế dẫn đầu trên thị trường bất động sản.

***3.2. Lựa chọn và đề xuất chiến lược kinh doanh của doanh nghiệp***

*3.2.1. Mục tiêu*

3.2.1.1. Tầm nhìn & sứ mệnh của xây dựng chiến lược kinh doanh cho Vinhomes

#### Tầm nhìn:

Vinhomes hướng tới trở thành nhà phát triển bất động sản hàng đầu tại Việt Nam, khu vực Đông Nam Á và vươn tầm quốc tế. Với khát vọng không ngừng đổi mới, Vinhomes tập trung phát triển các khu đô thị hiện đại, đồng bộ, đạt tiêu chuẩn quốc tế. Tầm nhìn của công ty là kiến tạo môi trường sống văn minh, đẳng cấp, nơi mọi cư dân đều được tận hưởng giá trị sống tối ưu, hạnh phúc ngập tràn, và góp phần định hình các chuẩn mực mới về phát triển đô thị bền vững.

*Sứ mệnh:*

Sứ mệnh của Vinhomes là xây dựng và phát triển những dự án bất động sản chất lượng cao, đáp ứng nhu cầu sống của cộng đồng và nâng tầm trải nghiệm sống cho khách hàng. Công ty cam kết mang đến các khu đô thị thông minh, hiện đại, bền vững, không chỉ đáp ứng nhu cầu ở mà còn tạo ra giá trị lâu dài cho cư dân. Bằng việc tạo dựng những không gian sống đẳng cấp và văn minh, Vinhomes không chỉ đóng góp vào sự phát triển của xã hội mà còn khẳng định vị thế là biểu tượng của sự đổi mới trong ngành bất động sản.

3.2.1.2. Mục tiêu chiến lược

*Phát triển bền vững:*

Tăng trưởng doanh thu ổn định, tạo nguồn lực tài chính vững mạnh để đầu tư vào các dự án bất động sản cao cấp, thông minh và bền vững.

Mở rộng quy mô và nâng cao chất lượng các khu đô thị, đảm bảo đáp ứng tiêu chuẩn quốc tế về thiết kế, hạ tầng và tiện ích.

Tận dụng quỹ đất lớn và thương hiệu uy tín để triển khai các dự án đáp ứng nhu cầu của đa số người dân, đồng thời hưởng lợi từ chính sách hỗ trợ của chính phủ.

*Tăng cường trải nghiệm khách hàng:*

Tập trung cải thiện dịch vụ hậu mãi, tạo dựng cộng đồng cư dân gắn kết, hạnh phúc, thể hiện đúng giá trị cốt lõi của Vinhomes.

Mang đến các giải pháp sống thông minh, hiện đại, đảm bảo mọi nhu cầu của cư dân được phục vụ tốt nhất.

*Phát triển nguồn nhân lực:*

Đầu tư vào đào tạo và phát triển nhân sự chất lượng cao để đáp ứng nhu cầu phát triển và đổi mới của công ty.

Xây dựng đội ngũ nhân sự chuyên nghiệp, tận tâm, góp phần nâng cao uy tín và năng lực cạnh tranh của Vinhomes trên thị trường trong nước và quốc tế.

*Vươn tầm quốc tế:*

Tăng cường sự hiện diện tại các thị trường tiềm năng trong khu vực Đông Nam Á và quốc tế, đưa các sản phẩm bất động sản chất lượng cao của Việt Nam ra thế giới.

Nghiên cứu và thâm nhập các thị trường tiềm năng trong khu vực để giảm sự phụ thuộc vào thị trường trong nước và tận dụng cơ hội tăng trưởng.

Khẳng định vị thế của Vinhomes là biểu tượng đổi mới và phát triển bền vững trong ngành bất động sản toàn cầu.

*Tăng cường công nghệ và số hóa:*

Áp dụng công nghệ xây dựng và bán hàng trực tuyến để tối ưu hóa chi phí và tăng trải nghiệm khách hàng.

*Hợp tác chiến lược:*

Liên kết với các ngân hàng và nhà cung cấp để giảm áp lực tài chính và giá vốn.

*Đa dạng hóa danh mục sản phẩm và dịch vụ:*

Phát triển thêm các sản phẩm bất động sản như khu công nghiệp, văn phòng cho thuê, nhằm giảm rủi ro và tận dụng các cơ hội thị trường.

**3.2.2. Xây dựng SWOT- TOWS**

| Các yếu tố bên trong  Các yếu tố bên ngoài | Điểm mạnh (S)  **1. Thương hiệu uy tín:** Vinhomes là thương hiệu bất động sản có vị thế hàng đầu thị trường bất động sản Việt Nam với uy tín cao.  **2. Hệ sinh thái tiện ích đồng bộ**: Tạo ra môi trường sống tiện nghi, đẳng cấp  **3. Vị trí đắc địa**: Hầu hết các dự án nằm tại các khu vực trung tâm hoặc gần các hạ tầng giao thông lớn.  **4. Năng lực tài chính mạnh**: Vốn chủ sở hữu mạnh mẽ và khả năng huy động vốn hiệu quả. Báo cáo tài chính hợp nhất năm 2024 cho thấy tổng tài sản của Vinhomes đạt 494.000 tỷ đồng, tăng 5% so với đầu năm.  **5.** **Quy mô dự án lớn,** **đa dạng:** Các dự án đều có quy mô tầm cỡ, từ vài trăm đến hàng nghìn ha, đáp ứng nhu cầu sống toàn diện. Dẫn đầu về các dự án khu đô thị cao cấp và nhà ở xã hội.  **6. Năng lực quản lý**: Đội ngũ quản lý chuyên nghiệp, giàu kinh nghiệm trong lĩnh vực bất động sản đảm bảo chất lượng dự án, tiến độ thi công và vận hành khu đô thị hiệu quả. | Điểm yếu (W)  **1. Giá thành cao:** hạn chế khả năng tiếp cận của một bộ phận khách hàng.  **2. Phụ thuộc vào thị trường nội địa:** Hoạt động kinh doanh chủ yếu tập trung tại Việt Nam, chưa mở rộng ra thị trường quốc tế.  **3.** **Áp lực cạnh tranh**: Các đối thủ trong và ngoài nước ngày càng mạnh. |
| --- | --- | --- |
| Cơ hội (O)  **1. Nhu cầu nhà ở tăng cao:** Do quá trình đô thị hóa và tăng trưởng dân số  **2. Hạ tầng giao thông phát triển:** Hạ tầng giao thông kết nối các khu đô thị với trung tâm thành phố phát triển, tạo điều kiện thuận lợi cho việc di chuyển và sinh sống tại các dự án của Vinhomes.  **3. Chính sách hỗ trợ của nhà nước:** Chính phủ ưu tiên phát triển nhà ở xã hội, hạ tầng và bất động sản công nghiệp tạo điều kiện thuận lợi cho các dự án của Vinhomes.  **4. Xu hướng đô thị hóa & tiêu dùng:** Nhu cầu về nhà ở và các dịch vụ; khách hàng quan tâm hơn đến không gian sống chất lượng cao, tiện ích đầy đủ. | Nhóm chiến lược SO  **S1 + O1:** Tận dụng uy tín thương hiệu để phát triển các dự án đáp ứng nhu cầu nhà ở đô thị hóa.  **S2 + O2:** Phát triển các dự án tại khu vực có hạ tầng giao thông đang phát triển mạnh để tối ưu giá trị bất động sản.  **S4 + O4:** Tăng cường đầu tư vào các khu đô thị thông minh, hiện đại nhằm đáp ứng xu hướng tiêu dùng cao cấp. | Nhóm chiến lược WO  **W1 + O1:** Đẩy mạnh phát triển phân khúc trung cấp với giá thành thấp hơn để tăng khả năng cạnh tranh.  **W2 + O3:** Mở rộng đầu tư sang các khu vực mới nổi và tận dụng chính sách hỗ trợ để giảm rủi ro phụ thuộc vào thị trường hiện tại.  **W3 + O4:** Sử dụng các chính sách hỗ trợ từ nhà nước để đầu tư mạnh mẽ vào các khu đô thị mới. |

| Các yếu tố bên trong  Các yếu tố bên ngoài | Điểm mạnh (S)  **1. Thương hiệu uy tín:** Vinhomes là thương hiệu bất động sản có vị thế hàng đầu thị trường bất động sản Việt Nam với uy tín cao.  **2. Hệ sinh thái tiện ích đồng bộ**: Tạo ra môi trường sống tiện nghi, đẳng cấp  **3. Vị trí đắc địa**: Hầu hết các dự án nằm tại các khu vực trung tâm hoặc gần các hạ tầng giao thông lớn.  **4. Năng lực tài chính mạnh**: Vốn chủ sở hữu mạnh mẽ và khả năng huy động vốn hiệu quả. Báo cáo tài chính hợp nhất năm 2024 cho thấy tổng tài sản của Vinhomes đạt 494.000 tỷ đồng, tăng 5% so với đầu năm.  **5.** **Quy mô dự án lớn,** **đa dạng:** Các dự án đều có quy mô tầm cỡ, từ vài trăm đến hàng nghìn ha, đáp ứng nhu cầu sống toàn diện. Dẫn đầu về các dự án khu đô thị cao cấp và nhà ở xã hội.  **6. Năng lực quản lý**: Đội ngũ quản lý chuyên nghiệp, giàu kinh nghiệm trong lĩnh vực bất động sản đảm bảo chất lượng dự án, tiến độ thi công và vận hành khu đô thị hiệu quả. | Điểm yếu (W)  **1. Giá thành cao:** hạn chế khả năng tiếp cận của một bộ phận khách hàng.  **2. Phụ thuộc vào thị trường nội địa:** Hoạt động kinh doanh chủ yếu tập trung tại Việt Nam, chưa mở rộng ra thị trường quốc tế.  **3.** **Áp lực cạnh tranh**: Các đối thủ trong và ngoài nước ngày càng mạnh. |
| --- | --- | --- |
| Thách thức (T)  **1. Biến động kinh tế vĩ mô**: Các biến động kinh tế vĩ mô như lạm phát, lãi suất, tỷ giá,... có thể ảnh hưởng đến thị trường bất động sản và hoạt động kinh doanh của Vinhomes.  **2. Cạnh tranh gay gắt:** Thị trường bất động sản ngày càng cạnh tranh gay gắt cả từ cả các doanh nghiệp  trong nước và quốc tế.  **3. Thay đổi chính sách:** Chính sách thuế, chính sách quy hoạch, có thể ảnh hưởng đến hoạt động kinh doanh của Vinhomes. | Nhóm chiến lược ST  **S3 + T1:** Phát huy quy mô lớn và năng lực tài chính để vượt qua biến động kinh tế.  **S2 + T2:** Sử dụng lợi thế vị trí đắc địa để cạnh tranh với các đối thủ mạnh trong và ngoài nước.  **S4 + T3:** Phát triển các khu đô thị có hệ sinh thái tiện ích đồng bộ, tạo lợi thế bền vững trước các thay đổi chính sách. | Nhóm chiến lược WT  **W1 + T2:** Tối ưu hóa quy trình và áp dụng công nghệ để giảm giá thành, tăng khả năng tiếp cận.  **W2 + T1:** Đa dạng hóa danh mục đầu tư vào các lĩnh vực khác như công nghiệp hoặc thương mại để giảm rủi ro.  **W3 + T3:** Thành lập đội ngũ pháp lý chuyên sâu để ứng phó với các thay đổi về chính sách pháp luật. |

**3.2.3. Lựa chọn chiến lược khả thi, phù hợp chiến lược kinh doanh**

### 3.2.3.1. Ma trận EFE (External Factor Evaluation):

Ma trận EFE được sử dụng để đánh giá các yếu tố bên ngoài ảnh hưởng đến hoạt động kinh doanh của Vinhomes.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Yếu tố bên ngoài** | **Tầm quan trọng** | **Phản ứng** | **Điểm số** |
| **Cơ hội:** |  |  |  |
| 1. Tăng trưởng kinh tế Việt Nam ổn định, thúc đẩy nhu cầu bất động sản. | 0.15 | 4 | 0.60 |
| 2. Chính phủ đầu tư mạnh vào cơ sở hạ tầng, tạo điều kiện cho phát triển đô thị. | 0.10 | 3 | 0.30 |
| 3. Tầng lớp trung lưu gia tăng, nhu cầu về nhà ở chất lượng cao tăng. | 0.12 | 4 | 0.48 |
| **Thách thức:** |  |  |  |
| 4. Cạnh tranh gay gắt từ các đối thủ trong và ngoài nước. | 0.15 | 3 | 0.45 |
| 5. Biến động chính sách pháp lý liên quan đến bất động sản. | 0.10 | 2 | 0.20 |
| 6. Tác động của đại dịch và biến đổi khí hậu đến thị trường bất động sản. | 0.08 | 2 | 0.16 |
| 7. Sự biến động của lãi suất và tỷ giá ảnh hưởng đến chi phí tài chính. | 0.10 | 3 | 0.30 |
| 8. Yêu cầu ngày càng cao về tiêu chuẩn môi trường và phát triển bền vững trong xây dựng. | 0.10 | 3 | 0.30 |
| **Tổng cộng** | 1.00 |  | 2.79 |

### 3.2.3.2. Ma trận IFE (Internal Factor Evaluation):

Ma trận IFE đánh giá các yếu tố nội tại của Vinhomes, bao gồm điểm mạnh và điểm yếu.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Yếu tố bên trong** | **Tầm quan trọng** | **Phản ứng** | **Điểm số** |
| **Điểm mạnh:** |  |  |  |
| 1. Thương hiệu Vinhomes uy tín, được khách hàng tin tưởng. | 0.15 | 4 | 0.60 |
| 2. Quỹ đất lớn và vị trí đắc địa tại các thành phố lớn. | 0.12 | 4 | 0.48 |
| 3. Năng lực tài chính mạnh, hỗ trợ triển khai dự án quy mô lớn. | 0.15 | 4 | 0.60 |
| 4. Hệ sinh thái đa dạng từ Vingroup hỗ trợ (bán lẻ, y tế, giáo dục). | 0.10 | 3 | 0.30 |
| **Điểm yếu:** |  |  |  |
| 5. Phụ thuộc nhiều vào thị trường bất động sản cao cấp. | 0.10 | 2 | 0.20 |
| 6. Tỷ lệ nợ vay cao, có thể ảnh hưởng đến khả năng thanh khoản. | 0.12 | 2 | 0.24 |
| 7. Chưa đa dạng hóa sản phẩm ở phân khúc trung và thấp cấp. | 0.10 | 2 | 0.20 |
| 8. Chịu ảnh hưởng từ biến động của thị trường tài chính và lãi suất. | 0.08 | 2 | 0.16 |
| **Tổng cộng** | 1.00 |  | 2.78 |

### **3.2.3.3. SFAS (Strategic Factor Analysis Summary)**

**Tổng điểm trọng số (3.41)** cho thấy chiến lược hiện tại của Vinhomes khá hiệu quả trong việc tận dụng cơ hội và phát huy điểm mạnh, nhưng vẫn cần cải thiện để đối phó tốt hơn với thách thức và hạn chế điểm yếu.

**Điểm mạnh chủ chốt**:

*Thương hiệu uy tín và quỹ đất lớn, vị trí đắc địa* là hai yếu tố nền tảng giúp Vinhomes giữ vững vị thế trên thị trường bất động sản.

*Hệ sinh thái từ Vingroup* hỗ trợ đa dạng hóa dịch vụ và tạo trải nghiệm toàn diện cho khách hàng, là lợi thế cạnh tranh độc đáo so với các đối thủ.

**Điểm yếu cần khắc phục**:

*Phụ thuộc nhiều vào bất động sản cao cấp* khiến công ty dễ bị tổn thương khi thị trường biến động.

*Tỷ lệ nợ vay cao* đe dọa khả năng thanh khoản và tăng áp lực tài chính, cần được quản lý tốt hơn để đảm bảo ổn định tài chính.

**Cơ hội lớn**:

Tăng trưởng kinh tế ổn định và đầu tư cơ sở hạ tầng mạnh mẽ ở Việt Nam là các yếu tố hỗ trợ tích cực, tạo điều kiện mở rộng và phát triển các dự án mới.

Tầng lớp trung lưu gia tăng mang lại tiềm năng phát triển phân khúc nhà ở chất lượng cao.

**Thách thức cần đối phó**:

Cạnh tranh gay gắt từ các đối thủ trong và ngoài nước, đặc biệt là từ những công ty như Novaland, Sun Group, đòi hỏi Vinhomes không ngừng đổi mới và nâng cao năng lực cạnh tranh.

Biến động lãi suất và chính sách pháp lý tiếp tục gây áp lực lên chi phí tài chính và hoạt động đầu tư, cần sự linh hoạt trong quản lý tài chính và điều chỉnh chiến lược.

### **Chiến lược từ kết luận SFAS**

*Đa dạng hóa danh mục sản phẩm:* Phát triển thêm phân khúc trung cấp và nhà ở xã hội để tận dụng nhu cầu lớn từ tầng lớp trung lưu và giảm rủi ro từ bất động sản cao cấp.

*Tăng cường kiểm soát tài chính:* Giảm nợ vay, cải thiện khả năng huy động vốn và tăng tỷ lệ vốn chủ sở hữu để đảm bảo sức khỏe tài chính bền vững.

*Đẩy mạnh marketing và thương hiệu quốc tế*: Tăng cường quảng bá hình ảnh Vinhomes đến các nhà đầu tư nước ngoài và khách hàng quốc tế, đặc biệt ở phân khúc bất động sản cao cấp.

*Khai thác lợi thế cơ sở hạ tầng:* Triển khai các dự án ở các khu vực được đầu tư mạnh về cơ sở hạ tầng, tận dụng tối đa sự hỗ trợ từ chính phủ.

*Ứng dụng công nghệ hiện đại:* Tối ưu hóa công nghệ trong quản lý dự án, chăm sóc khách hàng, và vận hành để nâng cao hiệu quả hoạt động và trải nghiệm khách hàng.

Vinhomes cần tiếp tục phát huy điểm mạnh cốt lõi, khắc phục điểm yếu và tận dụng tối đa các cơ hội từ môi trường bên ngoài. Đồng thời, việc quản lý tốt thách thức và điều chỉnh chiến lược linh hoạt sẽ giúp công ty duy trì vị thế dẫn đầu trong ngành bất động sản.

### **3.2.3.4. Phân tích mô hình môi trường bên ngoài và bên trong ( PESTEL - FIVE FORCE; EFE - IFE)**

Dựa trên phân tích và thông qua kết quả thu được từ các công cụ, Vinhomes có thể lựa chọn những chiến lược kinh doanh sau:

### **Chiến lược về giá (Pricing Strategy): Định giá phân khúc và linh hoạt:**

*Phân khúc cao cấp (Luxury):* Định giá cao, tập trung vào giá trị vượt trội của sản phẩm như thiết kế, tiện ích, vị trí, và không gian xanh.  
→ Mục tiêu: Đáp ứng khách hàng giàu có, nhấn mạnh giá trị thương hiệu Vinhomes.

*Phân khúc trung cấp và nhà ở xã hội:*

Áp dụng chiến lược định giá cạnh tranh với chính sách trả góp linh hoạt.  
→ Mục tiêu: Thu hút tầng lớp trung lưu và tận dụng chính sách hỗ trợ từ nhà nước.

*Chiết khấu và ưu đãi:* Đưa ra các gói khuyến mãi theo mùa, giảm giá khi thanh toán sớm hoặc hợp tác với các ngân hàng để cung cấp lãi suất ưu đãi.

1. **Chiến lược sản phẩm (Product Strategy): Đa dạng hóa sản phẩm**

*Tăng trưởng sản phẩm cốt lõi***:** Tiếp tục phát triển các dự án khu đô thị cao cấp tích hợp đầy đủ tiện ích (Trường học, bệnh viện, trung tâm thương mại). Triển khai các dự án khu đô thị xanh để đáp ứng xu hướng sống thân thiện với môi trường.

*Phát triển sản phẩm mới:*Tăng cường đầu tư vào bất động sản công nghiệp, tạo ra các khu công nghiệp hiện đại để đáp ứng nhu cầu chuyển dịch chuỗi cung ứng. Xây dựng các dự án nhà ở xã hội với tiêu chí giá cả hợp lý nhưng đảm bảo chất lượng.

*Dịch vụ hậu mãi:*Cung cấp dịch vụ quản lý khu đô thị thông minh dựa trên IoT, giúp nâng cao trải nghiệm khách hàng. Phát triển ứng dụng số để hỗ trợ cư dân và cải thiện dịch vụ.

### **c) Chiến lược phân phối (Distribution Strategy): Kênh phân phối kết hợp (Omnichannel)**

*Kênh trực tiếp:* Tăng cường đội ngũ bán hàng nội bộ để tư vấn trực tiếp cho khách hàng tại các văn phòng giao dịch và dự án.

*Kênh trực tuyến:* Phát triển nền tảng thương mại điện tử bất động sản, tích hợp công nghệ thực tế ảo (VR) giúp khách hàng tham quan dự án trực tuyến. Sử dụng ứng dụng di động để khách hàng theo dõi tiến độ dự án và thông tin hợp đồng.

*Hợp tác với đối tác:* Liên kết với các sàn giao dịch bất động sản lớn trong nước và quốc tế để tăng mức độ tiếp cận.

**d) Chiến lược marketing (Marketing Strategy)**: Marketing tích hợp và số hóa

*Marketing thương hiệu:* Xây dựng chiến dịch truyền thông nhấn mạnh hình ảnh thương hiệu “Khu đô thị đáng sống” với sự tiện nghi và không gian xanh. Tích hợp với đầu tư quảng cáo trên các phương tiện truyền thông truyền thống và số (TV, báo chí, YouTube, TikTok).

*Marketing sản phẩm:* Tổ chức các sự kiện mở bán quy mô lớn tại các thành phố trọng điểm. Tăng cường quan hệ công chúng (PR) qua các bài viết về xu hướng sống xanh, bền vững gắn liền với các dự án của Vinhomes.

*Digital marketing:* Ứng dụng AI và Big Data để cá nhân hóa quảng cáo theo hành vi khách hàng. Triển khai chiến dịch remarketing và SEO để gia tăng tỷ lệ chuyển đổi từ khách hàng tiềm năng.

### **e) Chiến lược quốc tế hóa (Internationalization Strategy):** Mở rộng thị trường quốc tế

*Đầu tư vào Đông Nam Á:*Tập trung vào các quốc gia có môi trường đầu tư tốt như Campuchia, Indonesia, Philippines. Xây dựng các dự án khu đô thị tích hợp (tương tự mô hình tại Việt Nam).

*Hợp tác chiến lược:*Hợp tác với các quỹ đầu tư nước ngoài và tổ chức tài chính quốc tế để huy động vốn. Liên kết với các nhà thầu và đối tác nước ngoài để triển khai dự án nhanh chóng.

*Chiến lược xuất khẩu thương hiệu:*Tăng cường quảng bá thương hiệu Vinhomes qua các sự kiện quốc tế và triển lãm bất động sản. Phát triển mô hình “thuê và mua” bất động sản cho người nước ngoài tại Việt Nam.

**3.2.4. Xây dựng mô hình:**

***Xây dựng mô hình CPM:***

Các yếu tố thành công quan trọng (Critical Success Factors – CSFs) như thị phần, hình ảnh thương hiệu, khả năng đổi mới sản phẩm, chất lượng dịch vụ, năng lực tài chính.

Trọng số (Weight) cho từng yếu tố: Xác định mức độ quan trọng của mỗi yếu tố (tổng trọng số = 1).

Đánh giá (Rating) của Vinhomes và các đối thủ cạnh tranh theo từng yếu tố trên thang điểm (1: Yếu, 2: Trung bình, 3: Tốt, 4: Rất tốt).

Tính điểm số tổng hợp (Total Weighted Score).

***Xây dựng QSPM:***

Danh sách các cơ hội, thách thức (từ EFE) và điểm mạnh, điểm yếu (từ IFE).

Trọng số (Weight) của từng yếu tố môi trường.

Lựa chọn các chiến lược thay thế để đánh giá.

AS (Attractiveness Scores): Xác định mức độ hấp dẫn của từng yếu tố đối với mỗi chiến lược (1: Không hấp dẫn, 2: Ít hấp dẫn, 3: Hấp dẫn, 4: Rất hấp dẫn).

Tính **TAS (Total Attractiveness Scores)** bằng cách nhân trọng số với điểm hấp dẫn (AS).

### ***3.2.4.1. Ma trận CPM***

### Các đối thủ cạnh tranh trực tiếp của Vinhomes trong ngành bất động sản, ví dụ: Novaland (NVL) và Sun Group. Các yếu tố thành công quan trọng (Critical Success Factors – CSFs) được đánh giá dựa trên tầm quan trọng của chúng đối với thành công trong ngành bất động sản.

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Yếu tố thành công** | **Trọng số (Weight)** | **Vinhomes** | **Novaland** | **Sun Group** | **Điểm trọng số Vinhomes** | **Điểm trọng số Novaland** | **Điểm trọng số Sun Group** |
| **Thương hiệu uy tín** | 0.20 | 4 | 3 | 4 | 0.80 | 0.60 | 0.80 |
| **Chất lượng dự án** | 0.15 | 4 | 3 | 4 | 0.60 | 0.45 | 0.60 |
| **Hệ sinh thái đồng bộ** | 0.15 | 4 | 2 | 4 | 0.60 | 0.30 | 0.60 |
| **Khả năng tài chính** | 0.20 | 4 | 2 | 3 | 0.80 | 0.40 | 0.60 |
| **Phạm vi thị trường** | 0.10 | 4 | 3 | 3 | 0.40 | 0.30 | 0.30 |
| **Đổi mới sản phẩm/dịch vụ** | 0.10 | 3 | 3 | 4 | 0.30 | 0.30 | 0.40 |
| **Dịch vụ hậu mãi** | 0.10 | 3 | 2 | 3 | 0.30 | 0.20 | 0.30 |
| **Tổng cộng** | **1.00** | **3.80** | **2.55** | **3.60** | **-** | **-** | **-** |

### Phân tích kết quả bảng CPM

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Xếp hạng** | **Doanh nghiệp** | **Tổng điểm** | **Phân tích** |
| 1 | Vinhomes | 3.80 | - Dẫn đầu nhờ thương hiệu mạnh, hệ sinh thái đồng bộ, và khả năng tài chính vượt trội. |
| 2 | Sun Group | 3.60 | - Theo sát nhờ chất lượng dự án cao và đổi mới sản phẩm/dịch vụ. Đứng thứ hai, nổi bật với chất lượng dự án và đổi mới sản phẩm. |
| 3 | Novaland | 2.55 | - Điểm thấp do hạn chế về tài chính và hệ sinh thái không đồng bộ. Bị hạn chế bởi tài chính yếu và hệ sinh thái không đa dạng. |

### *Lợi thế cạnh tranh của Vinhomes*

### Thương hiệu mạnh mẽ (0.80 điểm): Thương hiệu Vinhomes gắn liền với phân khúc cao cấp và hệ sinh thái đẳng cấp. Được khách hàng đánh giá cao về uy tín và chất lượng dự án.

### Hệ sinh thái đồng bộ (0.60 điểm): Tích hợp các tiện ích như Vinmec, Vinschool, và Vincom giúp tạo sự khác biệt so với các đối thủ.

### Khả năng tài chính vững chắc (0.80 điểm): Vinhomes có năng lực huy động vốn tốt và khả năng đầu tư vào các dự án lớn, hỗ trợ chiến lược phát triển dài hạn.

### Phạm vi thị trường rộng (0.40 điểm): Mạng lưới dự án phủ khắp các thành phố lớn tại Việt Nam, tận dụng các khu vực có cơ sở hạ tầng phát triển.

### *Điểm cần cải thiện của Vinhomes*

### Đổi mới sản phẩm/dịch vụ (0.30 điểm): Tiếp tục đa dạng hóa sản phẩm, đặc biệt ở phân khúc trung cấp và nhà ở xã hội. Tăng cường tích hợp công nghệ và phát triển bất động sản thông minh để bắt kịp xu hướng.

### Dịch vụ hậu mãi (0.30 điểm): Chưa có nhiều điểm nổi bật so với đối thủ. Cần cải thiện các dịch vụ hỗ trợ khách hàng và chính sách hậu mãi để nâng cao trải nghiệm cư dân.

### Phạm vi thị trường quốc tế (chưa đánh giá trong CPM): Vẫn chủ yếu tập trung vào thị trường nội địa nhưng cũng cần đẩy mạnh chiến lược quốc tế hóa để mở rộng thương hiệu ra ngoài Việt Nam.

### *Đề xuất chiến lược dựa trên phân tích*

### Tận dụng lợi thế cạnh tranh: Đối với thương hiệu tăng cường quảng bá các dự án nổi bật, nhấn mạnh giá trị cốt lõi như chất lượng sống xanh, thông minh. Tiếp tục cải tiến, mở rộng các dịch vụ đồng bộ, đồng thời tích hợp công nghệ trong vận hành và quản lý dân cư trong hệ sinh thái chung.

### *Cải thiện điểm yếu:*

### Đổi mới sản phẩm: Phát triển các dự án bất động sản thông minh với công nghệ IoT, AI. Đẩy mạnh phân khúc trung cấp và nhà ở xã hội để tiếp cận đa dạng khách hàng.

### Dịch vụ hậu mãi: Tăng cường chăm sóc khách hàng thông qua ứng dụng số. Bằng cách cung cấp các gói dịch vụ hậu mãi độc quyền, như bảo trì định kỳ miễn phí hoặc ưu đãi khi tái mua sản phẩm.

### Chiến lược mở rộng: Mở rộng thị trường quốc tế, ưu tiên khu vực Đông Nam Á như Indonesia, Philippines với các dự án tích hợp hệ sinh thái. Hợp tác với các đối tác quốc tế để chia sẻ rủi ro và nâng cao tiêu chuẩn dự án.

### **3.2.4.2. Ma trận QSPM (Quantitative Strategic Planning Matrix)**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Yếu tố** | **Trọng số** | **Chiến lược 1: Phát triển bất động sản xanh & thông minh (AS)** | **TAS 1** | **Chiến lược 2: Mở rộng thị trường quốc tế (AS)** | **TAS 2** |
| **Cơ hội** |  |  |  |  |  |
| Nhu cầu nhà ở xanh tăng | 0.20 | 4 | 0.80 | 3 | 0.60 |
| Chính sách hỗ trợ nhà ở xã hội | 0.15 | 4 | 0.60 | 3 | 0.45 |
| Phát triển cơ sở hạ tầng | 0.15 | 3 | 0.45 | 4 | 0.60 |
| **Thách thức** |  |  |  |  |  |
| Cạnh tranh gay gắt | 0.10 | 3 | 0.30 | 4 | 0.40 |
| Áp lực tài chính | 0.10 | 4 | 0.40 | 2 | 0.20 |
| Biến động chính sách | 0.10 | 3 | 0.30 | 4 | 0.40 |
| **Điểm mạnh** |  |  |  |  |  |
| Thương hiệu uy tín | 0.10 | 4 | 0.40 | 3 | 0.30 |
| Hệ sinh thái đồng bộ | 0.10 | 4 | 0.40 | 3 | 0.30 |
| **Tổng điểm** | **1.00** | - | **3.65** | - | **3.25** |

**Kết luận:**

Chiến lược 1: Phát triển bất động sản xanh và thông minh đạt 3.65 điểm, phù hợp với xu hướng thị trường và năng lực hiện tại của Vinhomes.

Chiến lược 2: Mở rộng thị trường quốc tế đạt 3.25 điểm, mặc dù quốc tế hóa có tiềm năng lớn nhưng đòi hỏi chi phí cao và phụ thuộc vào khả năng tài chính, khả thi nhưng cần cân nhắc áp lực tài chính.

Vậy doanh nghiệp cần ưu tiên chiến lược phát triển bất động sản xanh (Chiến lược 1). Quốc tế hóa (Chiến lược 2) chỉ là chiến lược phụ trợ, chỉ nên triển khai khi năng lực tài chính đủ mạnh và thị trường trong nước đã ổn định.

### **Đề xuất chiến lược**

#### Ưu tiên ngắn hạn (Chiến lược 1): Phát triển bất động sản xanh và thông minh

|  |  |
| --- | --- |
| **Hành động cụ thể** | **Thời gian** |
| Tích hợp công nghệ IoT và năng lượng tái tạo | 1-2 năm |
| Xây dựng các dự án bất động sản thông minh tại thành phố lớn | 1-3 năm |
| Phát triển hệ thống quản lý thông minh cho cư dân | 1-2 năm |

#### Hỗ trợ dài hạn (Chiến lược 2): Mở rộng thị trường quốc tế

|  |  |
| --- | --- |
| **Hành động cụ thể** | **Thời gian** |
| Thâm nhập thị trường ASEAN (Indonesia, Philippines) | 3-5 năm |
| Hợp tác với đối tác quốc tế để chia sẻ rủi ro | 3-5 năm |
| Quảng bá thương hiệu qua triển lãm quốc tế | 2-3 năm |

**3.2.5. Đánh giá, điều chỉnh và giải pháp kiến nghị cho doanh nghiệp**

### 3.2.5.1. Đánh giá tổng quan chiến lược của Vinhomes

Dựa trên các phân tích từ CPM, SWOT/TOWS, PESTEL, Five Forces, EFAS, IFAS, và các số liệu ngành, có thể nhận thấy rằng Vinhomes hiện tại vẫn giữ vị thế dẫn đầu trong ngành bất động sản tại Việt Nam. Tuy nhiên, doanh nghiệp đang đối mặt với một số thách thức như:

*Áp lực tài chính:* Tỷ lệ vay nợ cao và tình hình thị trường bất động sản đang bị ảnh hưởng bởi chính sách tín dụng thắt chặt.

*Sức ép cạnh tranh*: Các đối thủ như Novaland và Sun Group đang nỗ lực cải thiện vị thế và tung ra những sản phẩm cạnh tranh.

*Rủi ro từ môi trường vĩ mô:* Biến động kinh tế toàn cầu, lạm phát và lãi suất tăng ảnh hưởng đến quyết định mua nhà của người tiêu dùng.

Tuy nhiên, Vinhomes có nhiều lợi thế chiến lược như nguồn lực tài chính mạnh, thương hiệu uy tín trong phân khúc bất động sản cao cấp và trung cấp. Có khả năng phát triển dự án lớn và quản lý hệ sinh thái đô thị tích hợp.

#### 3.2.5.2. Đề xuất chiến lược điều chỉnh

Tăng cường đổi mới sản phẩm và đa dạng hóa danh mục: Phát triển thêm phân khúc trung cấp và nhà ở xã hội để tiếp cận nhiều khách hàng hơn. Đầu tư mạnh vào bất động sản xanh và thông minh nhằm đáp ứng xu hướng thị trường.

Tối ưu hóa dịch vụ hậu mãi và trải nghiệm khách hàng: Nâng cao chất lượng dịch vụ quản lý khu đô thị thông qua ứng dụng công nghệ. Phát triển các gói ưu đãi hậu mãi và bảo trì cho cư dân.

Đẩy mạnh quốc tế hóa: Từng bước thâm nhập các thị trường Đông Nam Á có tiềm năng, bắt đầu với các quốc gia như Indonesia, Philippines. Hợp tác với các đối tác quốc tế để giảm thiểu rủi ro tài chính.

Kiểm soát tài chính và tối ưu chi phí: Giảm tỷ lệ nợ vay và tăng cường huy động vốn từ các quỹ đầu tư quốc tế. Ứng dụng công nghệ để tối ưu chi phí trong xây dựng và quản lý dự án.

3.2.5.3. Giải pháp cụ thể và khả thi

#### a) Chiến lược ngắn hạn (1-3 năm)

##### Mục tiêu:

Tăng cường hiệu quả kinh doanh nội địa, đa dạng hóa sản phẩm, và củng cố vị thế trên thị trường.Tập trung vào phát triển nội địa thông qua đổi mới sản phẩm, tăng cường dịch vụ, và tối ưu hóa tài chính.

*Phát triển bất động sản xanh và thông minh:*

Hành động:Triển khai các khu đô thị xanh với công nghệ IoT, AI cho quản lý hạ tầng và tiện ích. Đầu tư vào năng lượng tái tạo như hệ thống điện mặt trời trong các dự án mới.

Lợi ích:Đáp ứng xu hướng sống xanh và thông minh, tăng giá trị dự án.

*Đẩy mạnh phân khúc trung cấp và nhà ở xã hội:*

Hành động:Tận dụng quỹ đất hiện có để triển khai các dự án nhà ở giá hợp lý. Kết hợp với chính phủ để tận dụng các chính sách hỗ trợ phát triển nhà ở xã hội.

Lợi ích:Mở rộng đối tượng khách hàng và giảm rủi ro phụ thuộc vào phân khúc cao cấp.

*Tăng cường dịch vụ hậu mãi và chăm sóc khách hàng:*

Hành động:Phát triển ứng dụng số hóa để quản lý dịch vụ cư dân và hỗ trợ khách hàng nhanh chóng. Cung cấp gói bảo trì định kỳ miễn phí và chương trình tri ân cư dân.

Lợi ích:Gia tăng sự hài lòng của khách hàng, tạo lòng trung thành và cải thiện hình ảnh thương hiệu.

*Tối ưu hóa tài chính và kiểm soát chi phí:*

Hành động:Tái cơ cấu danh mục đầu tư, ưu tiên các dự án có lợi nhuận cao. Đẩy mạnh hợp tác với ngân hàng để giảm chi phí vốn.

Lợi ích:Đảm bảo dòng tiền ổn định và giảm áp lực tài chính.

#### b) Chiến lược dài hạn (3-7 năm)

##### Mục tiêu:

Quốc tế hóa thương hiệu và củng cố vị thế dẫn đầu trong khu vực Đông Nam Á. Đẩy mạnh quốc tế hóa và phát triển bất động sản công nghiệp để mở rộng nguồn doanh thu và giảm rủi ro.

*Mở rộng thị trường quốc tế:*

Hành động: Nghiên cứu thị trường Đông Nam Á, tập trung vào Indonesia, Philippines. Hợp tác với các đối tác quốc tế để chia sẻ rủi ro và tận dụng nguồn vốn.

Lợi ích: Giảm sự phụ thuộc vào thị trường trong nước và mở rộng quy mô kinh doanh.

*Phát triển bất động sản công nghiệp:*

Hành động: Đầu tư xây dựng các khu công nghiệp hiện đại tại các tỉnh thành chiến lược. Tăng cường hỗ trợ doanh nghiệp nước ngoài đầu tư vào Việt Nam.

Lợi ích: Đáp ứng xu hướng chuyển dịch chuỗi cung ứng toàn cầu, tạo nguồn thu ổn định.

*Ứng dụng công nghệ toàn diện trong vận hành và xây dựng:*

Hành động: Áp dụng công nghệ xây dựng xanh và bền vững như in 3D và vật liệu tái chế. Tích hợp dữ liệu lớn (Big Data) và trí tuệ nhân tạo (AI) để quản lý vận hành khu đô thị.

Lợi ích: Giảm chi phí xây dựng và nâng cao hiệu quả vận hành.

*Quảng bá thương hiệu quốc tế:*

Hành động: Tham gia các triển lãm bất động sản quốc tế để quảng bá sản phẩm và hình ảnh. Tăng cường truyền thông số hóa nhằm nâng cao nhận diện thương hiệu tại thị trường nước ngoài.

Lợi ích: Nâng tầm thương hiệu Vinhomes, khẳng định vị thế trong ngành bất động sản toàn cầu.

# **KẾT LUẬN**

Trong bối cảnh ngành bất động sản tại Việt Nam đang đối mặt với những thách thức và cơ hội mới, bài tiểu luận "Xây dựng chiến lược kinh doanh cho Công ty Cổ phần Vinhomes" đã được thực hiện nhằm cung cấp cái nhìn tổng quan và sâu sắc về các yếu tố ảnh hưởng đến sự phát triển của doanh nghiệp, cũng như đưa ra các đề xuất chiến lược phù hợp cho giai đoạn 2025–2030.

Đầu tiên, nghiên cứu đã hệ thống hóa được cơ sở lý luận về quản trị chiến lược, bao gồm các công cụ phân tích như SWOT, PESTEL, ma trận BCG và SPACE. Những công cụ này không chỉ làm rõ bức tranh toàn cảnh về môi trường kinh doanh mà còn đánh giá được điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội và thách thức mà Vinhomes đang đối mặt.

Thứ hai, nghiên cứu đã phân tích chi tiết môi trường kinh doanh của Vinhomes. Ở cấp độ vĩ mô, các yếu tố kinh tế, chính trị, xã hội và công nghệ được xem xét kỹ lưỡng để đánh giá tác động đến ngành bất động sản. Ở cấp độ vi mô, mức độ cạnh tranh và năng lực nội tại của doanh nghiệp được phân tích, giúp nhận diện rõ vị thế hiện tại của Vinhomes trên thị trường.

Thứ ba, các chiến lược kinh doanh khả thi đã được đề xuất, tập trung vào việc tận dụng xu hướng chuyển đổi số, phát triển không gian sống xanh, và xây dựng đô thị thông minh. Những chiến lược này không chỉ giúp Vinhomes nâng cao năng lực cạnh tranh mà còn đóng góp vào sự phát triển bền vững của ngành bất động sản tại Việt Nam.

Cuối cùng, bài tiểu luận đã khẳng định rằng Vinhomes không chỉ là một doanh nghiệp bất động sản hàng đầu trong nước mà còn là biểu tượng cho sự phát triển bền vững và khả năng thích ứng với xu hướng toàn cầu. Những bài học rút ra từ nghiên cứu này có giá trị thực tiễn cao, không chỉ đối với Vinhomes mà còn là nguồn cảm hứng cho các doanh nghiệp khác trong việc xây dựng chiến lược phát triển dài hạn.

Với những kết quả đạt được, bài tiểu luận hy vọng sẽ đóng góp tích cực vào việc hoạch định chiến lược kinh doanh của Vinhomes trong tương lai, đồng thời mở ra các hướng nghiên cứu mới để khám phá tiềm năng phát triển của ngành bất động sản tại Việt Nam.

# **TÀI LIỆU THAM KHẢO**

1. https://lockernlock.vn/gioi-thieu-ve-cong-ty-co-phan-vinhomes
2. <https://www.dnse.com.vn/senses/co-phieu-VHM>
3. <https://vinhomes.vn/vi>
4. One Mount Group Annual Report 2023
5. <https://www.dnse.com.vn/senses/co-phieu-VHM>
6. <https://vinid.net/>
7. Báo cáo phát triển bền vững Vingroup 2022
8. <https://vneconomy.vn/techconnect/ha-noi-buoc-cac-chu-dau-tu-danh-25-dat-cho-nha-xa-hoi.htm>
9. <https://www.worldbank.org/vi/country/vietnam/brief/key-highlights-country-climate-and-development-report-for-vietnam>
10. <https://xaydungchinhsach.chinhphu.vn/chinh-phu-chi-dao-nghien-cuu-hoan-thien-mot-loat-quy-dinh-quan-trong-ve-dat-dai-nha-o-119230415171844434.htm>
11. <https://www.studocu.vn/vn/document/truong-dai-hoc-ngoai-thuong/kinh-te-vi-mo/vingroup/97555814>
12. <https://vinhomebysalereal.vn/phan-tich-thi-truong-bds-viet-nam-va-vai-tro-cua-vinhomes/>
13. <https://1office.vn/chien-luoc-kinh-doanh-cua-vingroup>
14. [4]<https://www.slideshare.net/slideshow/chin-lc-kinh-doanh-nhm-thc-y-vic-tiu-th-cc-sn-phm-vinhomes-ca-cng-ty/257153653>
15. <http://vinhomescuatoi.blogspot.com/2016/01/co-hoi-thi-truong-cua-vinhomes.html>
16. <https://vinhomes.vn/vi>
17. <http://www.baotnvn.vn/tin-tuc/Thi-truong/26103/Chien-luoc-3-chan-kieng-cua-Vinhomes-tac-dong-tich-cuc-toi-thi-truong>
18. <https://alocanhosg.com/tap-doan-nhat-ban-dau-tu-phat-trien-du-an-vinhomes-grand-park/>
19. [https://vinhomebysalereal.vn](https://vinhomebysalereal.vn/vinhomes-smart-city-ung-dung-cong-nghe-thong-minh/#:~:text=%E1%BB%A8ng%20d%E1%BB%A5ng%20c%C3%B4ng%20ngh%E1%BB%87%20v%C3%A0o,ti%E1%BB%87n%20nghi%20cho%20c%C6%B0%20d%C3%A2n)
20. <https://vinhomebysalereal.vn/chien-luoc-phat-trien-du-an-cua-vinhomes>
21. [https://vietnambiz.vn/vinhomes-tiep-tuc-phat-trien-quy-dat-len-gan-22000-ha-2024](https://vietnambiz.vn/vinhomes-tiep-tuc-phat-trien-quy-dat-len-gan-22000-ha-20244178613896.htm)
22. <https://vinhomes.vn/vi/tin-tuc-vinhomes>
23. <https://vinhomes.vn/vi/bao-cao-tai-chinh>
24. <https://vinhomes.vn/vi/du-an>
25. <https://www.studocu.vn/vn/document/truong-dai-hoc-cong-nghiep-thuc-pham-tp-ho-chi-minh/truong-dai-hoc-cong-nghiep-thuc-pham-tp-ho-chi-minh/cong-ty-vinhome/76080297>
26. <https://vinhomes.vn/vi>
27. <https://vinhomebysalereal.vn/chien-luoc-phat-trien-du-an-cua-vinhomes/>
28. <https://vinhomebysalereal.vn/du-an-da-hoan-thien-cua-vinhomes/>
29. <https://vietnamnet.vn/chien-luoc-3-chan-kieng-cua-vinhomes-tac-dong-tich-cuc-toi-thi-truong-2258623.html>
30. <https://www.dnse.com.vn/senses/co-phieu-VHM>
31. [https://cdn.24hmoney.vn/upload/file/2024-2/2024-05-07/no-name-1715090453.pdf?](https://cdn.24hmoney.vn/upload/file/2024-2/2024-05-07/no-name-1715090453.pdf?utm_source)