

TRƯỜNG ĐẠI HỌC ĐẠI NAM  
KHOA QUẢN TRỊ KINH DOANH



## DỰ ÁN TỐT NGHIỆP

**TÊN DỰ ÁN: NÂNG CAO HIỆU QUẢ HOẠT ĐỘNG KINH  
DOANH CỦA CÔNG TY CỔ PHẦN ĐẦU TƯ GLOBAL  
HOUSING D**

**Người hướng dẫn: Ths Vũ Ngọc Thắng**

**Họ và tên sinh viên: Dương Thị Phương**

**Mã sinh viên: 1454010330**

**Lớp: QTKDTH14-02**

**Hà Nội, tháng 5/2024**

## LỜI CAM ĐOAN

Tôi xin cam đoan dự án tốt nghiệp với tên đề tài “Nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh của công ty cổ phần đầu tư Global Housing D” này là công trình nghiên cứu của riêng tôi dưới sự hướng dẫn tận tình của Ths Vũ Ngọc Thắng và những nội dung được trình bày trong dự án này là hoàn toàn trung thực.

Những số liệu, bảng biểu phục vụ cho việc phân tích và dẫn dắt đề tài này được thu thập từ các nguồn tài liệu khác nhau được ghi chú trong mục tài liệu tham khảo hoặc chú thích ngay bên dưới các bảng biểu. Ngoài ra, đối với các tài liệu diễn giải để làm rõ thêm các luận điểm đã phân tích và trích dẫn trong phần phụ lục cũng được chú thích nguồn gốc dữ liệu.

Nếu phát hiện có bất kỳ sự gian lận nào tôi xin hoàn toàn chịu trách nhiệm trước Hội đồng cũng như kết quả dự án của mình.

Hà Nội, ngày 25, tháng 5, năm 2024

**Sinh viên thực hiện**

**Dương Thị Phương**

## **LỜI CẢM ƠN**

Trong suốt thời gian học tập tại trường Đại Học Đại Nam, được sự truyền đạt kiến thức và giúp đỡ tận tình của quý thầy cô Giảng viên là hành trang quý báu cho sự nhận thức và hiểu biết của em ngày hôm nay.

Lời đầu tiên em xin tri ân và bày tỏ lòng biết ơn chân thành sự dạy dỗ, chỉ bảo ân cần của các Thầy, Cô giáo trong khoa Quản trị kinh doanh cũng như các thầy cô giáo trong trường Đại Học Đại Nam.

Đặc biệt em xin gửi lời cảm ơn chân thành và đặc biệt nhất tới Ths Vũ Ngọc Thắng đã giúp đỡ tận tình, hướng dẫn em trong suốt quá trình thực hiện dự án.

Cuối cùng, em xin gửi lời cảm ơn đến gia đình, bạn bè và người thân yêu đã động viên giúp em hoàn thành dự án này.

Em xin chân thành cảm ơn!

**Sinh viên thực hiện**

**Dương Thị Phương**

## MỤC LỤC

<b>PHẦN MỞ ĐẦU .....</b>	<b>1</b>
1. Tính cấp thiết của dự án.....	1
2. Mục tiêu nghiên cứu.....	1
3. Đối tượng nghiên cứu.....	1
4. Phạm vi nghiên cứu.....	1
5. Phương pháp nghiên cứu.....	2
6. Kết cấu dự án.....	2
<b>CHƯƠNG 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ HOẠT ĐỘNG KINH DOANH TRONG DOANH NGHIỆP. ....</b>	<b>3</b>
1.1. Khái niệm đặc điểm và vai trò của hoạt động kinh doanh trong doanh nghiệp .....	3
1.1.1. Khái niệm về hoạt động kinh doanh .....	3
1.1.2. Vai trò của hoạt động kinh doanh .....	3
1.1.3. Quy trình hoạt động kinh doanh trong doanh nghiệp .....	4
1.2. Khái niệm và đặc điểm của hoạt động kinh doanh BĐS .....	5
1.2.1. Khái niệm .....	5
1.2.2. Đặc điểm .....	7
1.3. Các nhân tố ảnh hưởng đến hoạt động kinh doanh BĐS.....	9
1.3.1. Môi trường vĩ mô .....	9
1.3.2. Môi trường vi mô .....	12
1.3.3. Nhân tố nội bộ bên trong doanh nghiệp .....	15
1.4. Các chỉ tiêu đánh giá, đo lường hiệu quả hoạt động kinh doanh .....	20
1.4.1. Doanh thu .....	20
1.4.2. Lợi nhuận .....	21
1.4.3. Tỷ suất lợi nhuận sau thuế trên doanh thu ( <i>Return on Sales – ROS</i> ) .....	21
1.4.4. Tỷ suất lợi nhuận sau thuế trên vốn chủ sở hữu ( <i>Return on Equity – ROE</i> ) .....	22
1.4.5. Tỷ suất lợi nhuận sau thuế trên vốn kinh doanh ( <i>Return on asset – ROA</i> ) .....	23
<b>KẾT LUẬN CHƯƠNG 1 .....</b>	<b>24</b>
<b>CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG HOẠT ĐỘNG KINH DOANH TẠI CÔNG TY CỔ PHẦN ĐẦU TƯ GLOBAL HOUSING D. ....</b>	<b>25</b>
2.1. Khái quát về Công ty Cổ phần Global Housing D.....	25

2.1.1. Lịch sử hình thành và phát triển của Công ty .....	25
2.1.2. Giới thiệu ngành nghề kinh doanh.....	25
2.1.3. Cơ cấu tổ chức .....	26
2.1.4. Các dự án đang triển khai .....	29
<b>2.2. Thực trạng hoạt động kinh doanh của Công ty Cổ phần Đầu tư Global Housing D.....</b>	<b>29</b>
2.2.1. Báo cáo kết quả kinh doanh.....	29
2.2.2. Quy trình hoạt động kinh doanh của công ty.....	31
2.2.2. Quy trình hoạt động kinh doanh của công ty.....	31
2.3.1. Doanh thu .....	36
2.3.2. Lợi nhuận .....	37
2.3.3. Tỷ suất lợi nhuận sau thuế trên doanh thu (Return on Sales – ROS) .....	38
2.3.4. Tỷ suất lợi nhuận sau thuế trên vốn chủ sở hữu (Return on Equity – ROE) .....	38
2.3.5. Tỷ suất lợi nhuận sau thuế trên vốn kinh doanh (Return on asset – ROA) .....	40
<b>2.4. Các nhân tố ảnh hưởng đến hoạt động kinh doanh của Công ty Cổ phần Đầu tư Global Housing D .....</b>	<b>40</b>
2.4.1. Nhân tố vĩ mô .....	40
2.4.2. Nhân tố vi mô .....	43
2.4.3. Nhân tố nội bộ của công ty.....	46
<b>2.5. Đánh giá chung về thực trạng hoạt động kinh doanh của Công ty Cổ phần Global Housing D. ....</b>	<b>47</b>
2.5.1. Những kết quả đạt được .....	47
2.5.2. Những hạn chế .....	47
2.5.3. Nguyên nhân dẫn đến những hạn chế .....	47
<b>CHƯƠNG 3: GIẢI PHÁP NÂNG CAO HIỆU QUẢ HOẠT ĐỘNG KINH DOANH CỦA CÔNG TY CỔ PHẦN ĐẦU TƯ GLOBAL HOUSING D. ....</b>	<b>51</b>
<b>3.1. Phương hướng phát triển hoạt động kinh doanh Công ty Cổ phần Đầu tư Global Housing D. ....</b>	<b>51</b>
<b>3.2. Giải pháp nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh tại Công ty Cổ phần Đầu tư Global Housing D. ....</b>	<b>52</b>
3.2.1. Xây dựng quy trình chăm sóc khách hàng.....	52
3.2.2. Sử dụng phần mềm tổng hợp dữ liệu .....	54
3.2.3. Giải pháp hoàn thiện hệ thống thông tin công ty.....	54
3.2.4. Nâng cao chất lượng Marketing. ....	55

3.2.5. Mở rộng mạng lưới chi nhánh rộng khắp trên toàn quốc.....	55
3.2.6. Giải pháp về phát triển nhân lực. ....	56
3.2.7. Giải pháp huy động vốn.....	56
3.3. Kiến nghị.....	56
KẾT LUẬN CHƯƠNG 3 .....	58
KẾT LUẬN .....	59

**DANH MỤC KÝ HIỆU HOẶC CHỮ VIẾT TẮT**

<b>STT</b>	<b>Chữ viết tắt</b>	<b>Chữ viết đầy đủ</b>
1	BDS	Bất động sản
2	GHD	Global Housing D

## DANH MỤC BẢNG BIỂU, SƠ ĐỒ, HÌNH VẼ

### 1. DANH MỤC BẢNG BIỂU

STT	Tên bảng biểu	Số trang
1	Bảng 2.1. Bảng báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh 2022-2023	30
2	Bảng 2.2. Doanh thu của công ty năm 2022-2023	36
3	Bảng 2.3. Lợi nhuận của công ty năm 2022-2023	37
4	Bảng 2.4. ROS của công ty năm 2022-2023	38
5	Bảng 2.5. ROE của công ty năm 2022-2023	39
6	Bảng 2.6. ROA của công ty năm 2022-2023	40

### 2. DANH MỤC SƠ ĐỒ

STT	Tên sơ đồ	Số trang
1	Sơ đồ 1.1 Quy trình hoạt động kinh doanh	4
2	Sơ đồ 2.1 Cơ cấu tổ chức doanh nghiệp	26
3	Sơ đồ 2.2 Quy trình hoạt động kinh doanh của công ty GHD	31



## **PHẦN MỞ ĐẦU**

### **1. Tính cấp thiết của dự án**

Trước tình hình kinh tế xã hội ngày càng phát triển như hiện nay, Đất nước ta đã và đang từng bước hội nhập quốc tế, quá trình đô thị hóa và hiện đại hóa được đẩy mạnh, nhu cầu tìm mua BĐS phục vụ nhu cầu thiết yếu của cuộc sống cũng tăng lên đáng kể. Trên thực tế, thị trường BĐS đang trên đà phát triển mạnh mẽ và sẽ tiếp tục là kênh đầu tư vô cùng hấp dẫn đối với nhà đầu tư trong và ngoài nước. Việt Nam hiện này đang có sự bình ổn về chính trị, dân số đông dẫn đến sức mua tăng đó có thể được coi là cơ hội lớn cho ngành BĐS. Nhưng đi kèm với cơ hội lớn đó là sự cạnh tranh trên thị trường càng gay gắt. Hiểu rõ được điều này, Công ty cổ phần đầu tư GHD đã sớm tham gia thị trường bất động sản đầy tiềm năng từ năm 2018 với nhiều dự án lớn, vừa và nhỏ. Đến nay công ty đã tạo dựng được uy tín của mình trên thị trường khu vực và phát triển ngày càng mạnh mẽ. Công ty GHD đã đạt được rất nhiều những thành tựu đáng kể với công ty nói riêng và với xã hội nói chung, tuy nhiên, vẫn còn tồn tại ở đó một số hạn chế cần phải sớm khắc phục để đưa công ty trở thành công ty lớn, có tầm cỡ trong ngành BĐS. Chính vì vậy, em lựa chọn đề tài “Nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh của công ty cổ phần đầu tư Global Housing D”. Em hy vọng qua những gì bản thân đã nghiên cứu và thực hiện dưới đây sẽ đưa ra những cái nhìn nhận chân thật nhất về tình hình hoạt động kinh doanh BĐS tại công ty và qua đó tìm ra được những hướng đi, những giải pháp đúng đắn nhất.

### **2. Mục tiêu nghiên cứu**

Phân tích các yếu tố liên quan đến hoạt động kinh doanh của công ty GHD và thực trạng tình hình kinh doanh của công ty. Đánh giá các hoạt động kinh doanh của công ty từ đó đưa ra một số giải pháp để nâng cao hiệu quả kinh doanh của công ty GHD.

### **3. Đối tượng nghiên cứu**

Đối tượng nghiên cứu là hoạt động kinh doanh BĐS của công ty GHD.

### **4. Phạm vi nghiên cứu**

Nội dung: Đề tài tập trung nghiên cứu các hoạt động kinh doanh BĐS của công ty GHD

Không gian nghiên cứu: Thị trường kinh doanh nội địa các dự án BĐS của công ty GHD

Thời gian nghiên cứu: Đề tài nghiên cứu hoạt động kinh doanh của công ty GHD năm 2022-2023 và mục tiêu định hướng trong thời gian tới.

## **5. Phương pháp nghiên cứu**

Phương pháp nghiên cứu lý thuyết: Dự án có phân tích và tổng hợp lý thuyết để làm rõ các vấn đề trong chương 1 – Cơ sở lý luận về hoạt động kinh doanh trong doanh nghiệp. Cụ thể là làm rõ các khái niệm, vai trò, đặc điểm của hoạt động kinh doanh trong doanh nghiệp nói chung và cách riêng là với doanh nghiệp BĐS. Ngoài ra, dự án cũng sử dụng phương pháp này để đề cập đến các nhân tố ảnh hưởng đến hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp. Phương pháp này sử dụng nhằm mục đích phân tích tạo ra một hệ thống lý thuyết đầy đủ và chặt chẽ về nâng cao hiệu quả kinh doanh trong doanh nghiệp BĐS.

Phương pháp thu thập dữ liệu: Nguồn số liệu được lấy từ các tài liệu, báo cáo phân tích nội bộ của phòng/ban trong công ty GHD để mang lại tính xác thực và đáng tin cậy cho đề tài nghiên cứu. Phương pháp này chủ yếu được sử dụng trong chương 2 - Thực trạng hoạt động kinh doanh tại Công ty Cổ phần Đầu tư Global Housing D.

## **6. Kết cấu dự án**

Dự án tốt nghiệp kết cấu làm 3 chương chính như sau:

Chương 1: Cơ sở lý luận về hoạt động kinh doanh trong doanh nghiệp.

Chương 2: Thực trạng hoạt động kinh doanh tại Công ty Cổ phần Đầu tư Global Housing D.

Chương 3: Giải pháp nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh của Công ty Cổ phần Đầu tư Global Housing D.

## **CHƯƠNG 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ HOẠT ĐỘNG KINH DOANH TRONG DOANH NGHIỆP.**

### **1.1. Khái niệm đặc điểm và vai trò của hoạt động kinh doanh trong doanh nghiệp**

#### ***1.1.1. Khái niệm về hoạt động kinh doanh***

Xét theo nghĩa phổ thông, hoạt động kinh doanh bao gồm việc đầu tư, sản xuất, mua bán, cung ứng dịch vụ do các chủ thể kinh doanh tiến hành một cách độc lập. Đặc biệt, hoạt động kinh doanh luôn hướng đến mục đích là tạo ra lợi nhuận.

Tuy nhiên, tính chất hoạt động kinh doanh có thể thay đổi do sự biến chuyển của nền kinh tế thị trường, sự thay đổi về chất của các mối quan hệ kinh tế. Vì vậy, chúng ta cần xác định lại khái niệm kinh doanh sao cho phù hợp với thuộc tính vốn có của nó.

Các hoạt động kinh doanh tạo ra năng suất và tăng khả năng phát triển cho doanh nghiệp. Để hoạt động kinh doanh hiệu quả, các doanh nghiệp sẽ kết hợp các chương trình và chính sách vận hành khác nhau.

Vậy hoạt động kinh doanh bao gồm bất kỳ hoạt động nào mà doanh nghiệp tham gia với mục đích chính là tạo ra lợi nhuận. Đây là một thuật ngữ chung bao gồm tất cả các hoạt động kinh tế được thực hiện bởi một công ty trong quá trình kinh doanh. Các hoạt động kinh doanh, bao gồm các hoạt động điều hành, đầu tư và tài trợ, đang diễn ra liên tục và tập trung vào việc tạo ra giá trị cho các cổ đông.

#### ***1.1.2. Vai trò của hoạt động kinh doanh***

Trên thực tế, kinh doanh chính là yếu tố cần thiết cho cuộc sống của mỗi chúng ta. Sự hiện diện của kinh doanh giúp chúng ta có được một mức sống tốt hơn. Các đơn vị kinh doanh cung cấp hàng hoá và dịch vụ mà người tiêu dùng cần. Nếu không có các hoạt động kinh doanh, mỗi người chúng ta có thể quay trở về nền kinh tế truyền thống.

Sự tồn tại của doanh nghiệp giúp người tiêu dùng tiếp cận được với nhiều mặt hàng thiết yếu khác nhau, như quần áo, xe ô tô, máy tính,... Đồng thời, thông qua các dịch vụ kinh doanh, chúng ta có thể chuẩn bị tốt hơn cho việc nghỉ hưu của mình trong tương lai.

Không chỉ phục vụ nhu cầu, mong muốn của người tiêu dùng, doanh nghiệp còn tạo cơ hội việc làm cho người lao động. Khi làm việc, người lao động có thể mua nhiều mặt hàng và tận hưởng nhiều dịch vụ khác nhau. Theo đó, doanh nghiệp được chia thành 3 loại chính, bao gồm: khai thác hoặc thu hoạch tài nguyên thiên nhiên, chuyển đổi nguyên liệu thô thành sản phẩm cuối cùng và cung cấp các loại dịch vụ.

Kinh doanh đã trở thành một trong những nền tảng cốt lõi giúp nền kinh tế, xã hội của một quốc gia phát triển vững mạnh.

### 1.1.3. Quy trình hoạt động kinh doanh trong doanh nghiệp

#### Sơ đồ 1.1 Quy trình hoạt động kinh doanh



(Nguồn: <https://fastdo.vn/quy-trinh-kinh-doanh/>)

#### Bước 1: Chuẩn bị

Để hoạt động kinh doanh diễn ra suôn sẻ, doanh nghiệp cần chuẩn bị:

- Nguồn hàng.
- Thông tin về sản phẩm, dịch vụ.
- Kế hoạch bán hàng cụ thể, xác định khách hàng tiềm năng.
- Giấy giới thiệu sản phẩm, bảng giá.

Bước 2: Tìm kiếm khách hàng tiềm năng.

Doanh nghiệp cần phải biết với nguồn hàng đó thì nên tiếp cận thị trường nào và đối tượng cụ thể là ai. Tìm kiếm khách hàng qua các kênh phương tiện truyền thông, tìm kiếm qua mối quan hệ,...và luôn chăm sóc khách hàng với thái độ tốt nhất.

#### Bước 3: Tiếp cận khách hàng

Khi đã có được khách hàng tiềm năng lúc này doanh nghiệp sẽ lên kế hoạch tiếp cận với khách hàng.

#### Bước 4: Giới thiệu sản phẩm, dịch vụ đến khách hàng

Sau khi đã tiếp cận được khách hàng doanh nghiệp cần đưa thông tin chi tiết về sản phẩm đến cho khách hàng. Nên tập trung hơn vào lợi ích và phải dựa trên nhu cầu của khách hàng.

#### Bước 5: Báo giá và thuyết phục khách hàng mua sản phẩm

Khi đã thành công trong việc thuyết phục khách hàng, hãy khéo léo chọn thời điểm để báo giá sản phẩm. Nhấn mạnh vào nhu cầu của khách hàng và những phản hồi tích cực về sản phẩm.

#### Bước 6: Chốt đơn

Đây là bước quan trọng nhất, là kết quả của quá trình thuyết phục khách hàng đưa ra quyết định.

#### Bước 7: Dịch vụ hậu mãi dành cho khách hàng

Đây là bước không thể thiếu trong quy trình bán hàng. Điều này sẽ đánh vào tâm lý đến lần mua hàng tiếp theo của khách hàng.

## **1.2. Khái niệm và đặc điểm của hoạt động kinh doanh BDS**

### ***1.2.1. Khái niệm***

Theo khoản 1 Điều 3 Luật Kinh doanh bất động sản 2014, kinh doanh bất động sản là việc đầu tư vốn để thực hiện hoạt động xây dựng, mua, nhận chuyển nhượng để bán, chuyển nhượng; cho thuê, cho thuê lại, cho thuê mua bất động sản; thực hiện dịch vụ môi giới bất động sản; dịch vụ sàn giao dịch bất động sản; dịch vụ tư vấn bất động sản hoặc quản lý bất động sản nhằm mục đích sinh lợi.

Hiện nay, thuật ngữ BĐS đã được ghi nhận và sử dụng rộng rãi trong hầu hết các bộ luật theo hệ thống pháp luật của nhiều nước trên thế giới. Pháp luật của nhiều nước trên thế giới đều thống nhất ở chỗ coi BĐS gồm đất đai và những tài sản có gắn liền với đất đai. Theo Bộ luật dân sự năm 2015 của nước Cộng hòa XHCN Việt Nam, tại điều 1077 quy định: “BĐS là các tài sản bao gồm: Đất đai; Nhà, công trình xây dựng gắn liền với đất đai; Tài sản gắn liền với nhà, công trình xây dựng; Tài sản khác theo quy định của pháp luật”.

Trong doanh nghiệp, theo mục đích nắm giữ, BĐS tồn tại dưới ba hình thức sau:

- Bất động sản chủ sở hữu sử dụng: là BĐS được nắm giữ bởi người chủ sở hữu hoặc người đi thuê tài sản theo hợp đồng thuê tài chính để sử dụng cho hoạt động sản xuất, cung cấp hàng hóa, dịch vụ hoặc sử dụng cho các mục đích quản lý.

- Bất động sản tồn kho: là BĐS được nắm giữ để bán trong kỳ kinh doanh thông thường hoặc xây dựng nhằm mục đích để bán. Nếu doanh nghiệp nắm giữ hoặc xây dựng BĐS không phải để thu lợi từ cho thuê hoạt động hoặc chờ tăng giá mà mục đích là để bán ngay trong kỳ kinh doanh thông thường thì BĐS này sẽ không được coi là dạng tài sản đầu tư mà nó được xem là hàng tồn kho của doanh nghiệp. BĐS tồn kho gồm: quyền sử dụng đất; nhà; hoặc nhà và quyền sử dụng đất; cơ sở hạ tầng mua để bán hoặc xây dựng để bán trong kỳ hoạt động kinh doanh bình thường; BĐS đầu tư chuyển thành hàng tồn kho khi chủ sở hữu bắt đầu triển khai cho mục đích bán.

- Bất động sản đầu tư: “Là BĐS được nắm giữ để thu lợi từ việc cho thuê hoạt động, chờ tăng giá hoặc chưa xác định được mục đích sử dụng trong tương lai. Bao gồm: đất, nhà, một phần của nhà hoặc cả nhà và đất được nắm giữ bởi chủ sở hữu (hoặc người đi thuê dưới dạng thuê tài chính) để kiếm lời hoặc chờ tăng giá hoặc cả hai”.

Như vậy, hoạt động kinh doanh BĐS có thể chia thành hai hoạt động kinh doanh chính:

- Hoạt động kinh doanh BĐS bao gồm từ việc bỏ vốn đầu tư xây dựng, mua, nhận chuyển nhượng để bán, thuê, cho thuê lại, thuê mua BĐS nhằm mục đích sinh lời.

- Hoạt động kinh doanh dịch vụ BĐS là các hoạt động hỗ trợ kinh doanh BĐS và thị trường BĐS, bao gồm các dịch vụ môi giới BĐS, định giá BĐS, sàn giao dịch BĐS, tư vấn BĐS, đầu giá BĐS, quảng cáo BĐS, quản lý BĐS.

### **1.2.2. Đặc điểm**

Thứ nhất: Hoạt động kinh doanh bất động sản đòi hỏi vốn đầu tư lớn, thời gian đầu tư kinh doanh dài.

Đặc điểm của BĐS là thường có giá trị lớn, chính vì thế hoạt động kinh doanh BĐS thường đòi hỏi vốn đầu tư lớn, thời gian từ khi bắt đầu đầu tư, xây dựng, mua sắm BĐS đến khi kinh doanh BĐS thường dài, có thể trải qua nhiều năm. Trong thời gian đầu tư, kinh doanh BĐS có nhiều biến động, vì vậy nhà quản lý phải có những dự đoán biến động có thể xảy ra ảnh hưởng đến hoạt động kinh doanh BĐS như: biến động thị trường, sự phát triển kinh tế, xã hội, kỹ thuật, công nghệ, ....

Thứ hai: Hoạt động kinh doanh BĐS có sự cách biệt giữa hàng hóa và địa điểm giao dịch.

Khác với các hàng hóa khác, người bán có thể dễ dàng đem hàng hóa ra thị trường để trao đổi giao dịch với người mua, nhưng đối với BĐS thì người bán không thể đem ra thị trường để trưng bày mà phải giới thiệu cho người mua thông qua mô tả bằng mô hình, bản vẽ hoặc các mô tả khác. Hàng hóa BĐS mang tính địa điểm, tính địa phương rất cao. Cùng một loại BĐS nhưng ở những địa điểm khác nhau thì có giá trị khác nhau. Ví dụ tại một dự án chung cư doanh nghiệp xây để bán hoặc cho thuê hoạt động. Những căn nhà có tầm nhìn đẹp hoặc vị trí thuận lợi giá sẽ cao hơn các căn nhà khác. Mặt khác các giao dịch về kinh doanh BĐS thường phải trải qua các khâu chủ yếu như: đàm phán tại nơi giao dịch; kiểm tra thực địa; đăng ký pháp lý. Đặc điểm này làm quá trình giao dịch phức tạp hơn, tốn kém hơn cả về thời gian và chi phí giao dịch.

Thứ ba: Hoạt động kinh doanh BĐS chịu ảnh hưởng bởi các đặc điểm, tính chất của BĐS.

Hoạt động kinh doanh BĐS chịu ảnh hưởng bởi tính cá biệt và khan hiếm, bền lâu, khó nhận diện rõ ràng và chịu ảnh hưởng của tính vùng, khu vực của BĐS.

- Tính cá biệt và khan hiếm của BĐS: đặc điểm này xuất phát từ tính cá biệt và khan hiếm của đất đai, do diện tích bề mặt trái đất là có hạn. Tính khan hiếm cụ thể của đất đai là giới hạn về diện tích đất đai của từng miếng đất, khu vực, địa phương, lãnh thổ. Chính vì tính khan hiếm tính cố định của đất đai nên hàng hóa BĐS có tính cá biệt. Trên thị trường BĐS khó tồn tại 2 BĐS hoàn toàn giống nhau và cùng xây theo 1 thiết kế. Ngay trong 1 tòa cao ốc thì các văn phòng cũng có hướng và thiết kế khác nhau.

- Tính bền lâu: do đất đai là tài sản do thiên nhiên ban tặng, một loại tài nguyên được xem như không thể bị hủy hoại, trừ khi có thiên tai, xói lở....Đồng thời, các vật kiến trúc và công trình xây dựng trên đất sau khi xây dựng hoặc sau một thời gian sử dụng được cải tạo, nâng cấp có thể tồn tại hàng trăm năm hoặc lâu hơn nữa. Vì vậy, tính bền lâu của BĐS là chỉ tuổi thọ của vật kiến trúc và công trình xây dựng. Cần phân biệt tuổi thọ vật lý và tuổi thọ kinh tế của BĐS. Tuổi thọ kinh tế chấm dứt trong điều kiện thị trường và trạng thái hoạt động bình thường khi chi phí sử dụng BĐS ngang bằng với lợi ích thu được từ BĐS đó. Tuổi thọ vật lý dài hơn tuổi thọ kinh tế, nó chỉ chấm dứt khi các kết cấu chịu lực chủ yếu của vật kiến trúc và công trình xây dựng bị hư hỏng. Trong trường hợp đó, nếu xét thấy tiến hành cải tạo, nâng cấp BĐS thu được lợi ích lớn hơn là phá đi và xây dựng mới thì có thể kéo dài tuổi thọ vật lý.

- BĐS là tài sản khó nhận diện rõ ràng: BĐS là một tài sản chịu ảnh hưởng rất lớn từ các yếu tố tập quán, tâm lý và thị hiếu. Các yếu tố tập quán, tâm lý và thị hiếu về BĐS khác nhau giữa các vùng miền, địa phương. Nhu cầu về BĐS ở các địa phương khác nhau về vị trí, số lượng, kiểu cách, mẫu mã, chất lượng dẫn đến quy mô và tính chất của hoạt động kinh doanh BĐS ở các địa phương khác nhau. Sản phẩm BĐS dù có “dư thừa” ở vùng này cũng không thể đem bán ở vùng khác được.

Thứ tư: Hoạt động kinh doanh BĐS chịu ảnh hưởng trực tiếp bởi các yếu tố pháp luật.

Cần khẳng định rằng sự can thiệp của nhà nước vào hoạt động kinh doanh BĐS là một tất yếu khách quan. Nói đến BĐS là nói đến đất đai, các công trình xây dựng trên đất và các tài sản khác gắn liền với đất đai, trong đó đất đai là một tài nguyên quý giá lại có hạn. Hoạt động kinh doanh BĐS thực hiện các giao dịch trên thị trường như mua, bán, cho thuê đều phải chịu sự chi phối và điều chỉnh của hệ thống pháp luật như



luật đất đai, luật kinh doanh BĐS, các quy định về xây dựng,...Đặc điểm này tác động đến các thủ tục pháp lý trong quá trình đầu tư, xây dựng, mua, bán, cho thuê BĐS.

### **1.3. Các nhân tố ảnh hưởng đến hoạt động kinh doanh BĐS**

#### **1.3.1. Môi trường vĩ mô**

##### **- Môi trường nhân khẩu học**

BDS là để phục vụ cho nhu cầu của con người và đa phần các hoạt động của con người đều ở trong hoặc trên các BĐS. Do vậy, các yếu tố về nhân khẩu học học bao gồm: số dân, tốc độ tăng, cơ cấu dân số, mức thu nhập, tình trạng nhập cư hay xuất cư... tác động đến nhu cầu và giá bất động sản. Sự thay đổi dân số học trong ngắn và dài hạn sẽ tác động đến thị trường BĐS.

Ví dụ, làn sóng nhập cư đông đảo đến Hà Nội đi làm, đi học làm cho nhu cầu về bất động sản tăng lên rất nhiều. Nhiều người đến làm thuê chưa có khả năng sở hữu nhà ở nên nhu cầu thuê nhà rất cao. Điển hình nhất là quá trình di cư và đô thị hóa ở các quốc gia, khi người dân đổ xô đến các đô thị để tìm kiếm cơ hội việc làm thì nhu cầu nhà ở ở đó tăng lên.

##### **- Môi trường kinh tế**

BDS là những tài sản có giá trị lớn. Do vậy, tín dụng đóng một vai trò hết sức quan trọng đối với cả bên cung và bên cầu. Các nhà phát triển BĐS cũng như các doanh nghiệp liên quan cần phải huy động vốn rất nhiều để có thể tạo ra các sản phẩm; và người tiêu dùng cũng thường phải vay để trả cho việc mua các BĐS.

Lãi suất – giá cả của đồng vốn – có tác động rất lớn đến việc vay vốn của các bên liên quan trong thị trường BĐS. Lãi suất cao dẫn đến chi phí vốn cao sẽ làm giảm nhu cầu vay vốn của người mua BĐS cũng như những doanh nghiệp phát triển BĐS và ngược lại. Lãi suất cao đẩy rủi ro rất lớn không chỉ cho bên cung và bên cầu của thị trường mà còn cho cả nền kinh tế.

Trong giữa thập niên 2000, việc cung tiền quá mức đã dẫn đến bong bóng tài sản ở Việt Nam và trực tiếp đã xảy ra sau đó. Một chính sách tiền tệ hợp lý (tránh giật cục) để thị trường BĐS hoạt động lành mạnh và ổn định là hết sức quan trọng.

Ví dụ, một hộ gia đình vay 2 tỉ đồng cho việc sở hữu căn hộ của mình và trả lãi cộng gốc trong vòng 20 năm. Khi lãi suất khoảng 6%/năm thì mỗi tháng sẽ phải trả khoảng 14,3 triệu đồng. Nếu lãi suất tăng lên 12% thì số tiền phải trả là hơn 22 triệu đồng mỗi tháng. Đây là một gánh nặng trở nên quá lớn đối với hộ gia đình đó. Điều này đang thể hiện rất rõ ở Việt Nam hiện nay.

Lạm phát và chính sách tiền tệ tác động rất lớn đến lãi suất. Ngân hàng trung ương quyết định cung tiền trong nền kinh tế. Nguồn vốn dồi dào với chi phí rẻ (lãi suất thấp) sẽ kích thích nhu cầu vay vốn và sở hữu nhà, tạo nên sự hưng phấn cho cả thị trường và ngược lại.

Nền kinh tế có tác động rất lớn đến giá trị các BĐS nói riêng, thị trường BĐS nói chung. Các chỉ tiêu kinh tế cơ bản gồm: tăng trưởng GDP, các dữ liệu về việc làm, hoạt động sản xuất, giá cả các loại hàng hóa. Nền kinh tế tăng trưởng tốt thì thị trường BĐS sẽ sôi động và giá bất động sản sẽ tăng; trái lại, khi nền kinh tế đình đốn thì các hoạt động của thị trường BĐS cũng trầm lắng, thậm chí là đóng băng.

Các loại BĐS khác nhau có mức độ nhạy cảm với hoạt động của nền kinh tế ở các mức độ khác nhau. BĐS dưỡng thường rất nhạy cảm với nền kinh tế. Việc nghỉ ngơi hay du lịch của số đông thường là hạng mục đầu tiên được tiết giảm khi nền kinh tế khó khăn. Trái lại, BĐS văn phòng thường ổn định hơn vì khách thuê thường ký các hợp đồng gắn với các hoạt động dài hạn có mức độ thay đổi vừa phải khi nền kinh tế ở những trạng thái khác nhau.

Tiêu dùng, tiết kiệm và đầu tư là những thông số có tác động rất lớn đến thị trường BĐS. Tiêu dùng cao vào các hoạt động vui chơi và nghỉ dưỡng sẽ làm nhu cầu của bất động sản trong lĩnh vực này cao hơn và sẽ đẩy giá cao hơn. Người dân tiết kiệm nhiều và muốn đầu tư từ các khoản tiết kiệm (chủ yếu là BĐS) sẽ làm cho nhu cầu về nhà ở cùng với giá của chúng tăng cao.

#### - Môi trường pháp lý

Các chính sách của nhà nước tác động rất lớn đến thị trường BĐS. Ngoài công cụ tiền tệ, các chính sách có thể kể đến gồm: thuế khóa, trợ cấp, đầu tư cơ sở hạ tầng và quy hoạch.

Trợ cấp của nhà nước vào các phân khúc nhất định như nhà ở giá phải chăng hay nhà ở cho các gia đình thu nhập thấp sẽ thúc đẩy cả cung và cầu làm cho thị trường sôi động hơn. Giá cả của các BĐS sẽ tăng hay giảm tùy thuộc vào mức tăng tương đối giữa cung và cầu.

Đối với chính sách thuế khóa, tác động của chúng với thị trường và giá trị của các BĐS sẽ ở hai thái cực khác nhau. Nếu nhà nước đánh thuế và sử dụng tiền thuế vào các hoạt động không liên quan đến BĐS như trợ cấp các vùng khó khăn hơn thì sẽ tác động tiêu cực đến thị trường BĐS, lượng giao dịch sẽ giảm. Giá bất động sản sẽ tăng, nhưng phần nhận được của người bán sẽ ít hơn so với không có thuế và người mua sẽ phải trả giá cao hơn khi có thuế.

Nếu nhà nước đánh thuế và sử dụng chúng để cung cấp các tiện ích liên quan như giáo dục, duy tu bảo dưỡng các hạ tầng dùng chung thì thường có tác động tích cực đến giá các BĐS và các hoạt động của thị trường. Điều này được thể hiện rất rõ ở các nước phát triển, nhất là Mỹ. Trường học là một nhân tố hết sức quan trọng quyết định đến việc mua nhà của các hộ gia đình. Khi giá nhà cao, mức thuế BĐS cao mà Nhà nước dùng tiền đó đầu tư nhiều cho các trường học và nâng cao chất lượng thì sẽ làm cho nhiều hộ gia đình khá giả chuyển đến hơn, tạo vòng xoáy đi lên và ngược lại.

Đầu tư cơ sở hạ tầng của nhà nước có tác động rất lớn đến những bất động sản được hưởng lợi trực tiếp từ cơ sở hạ tầng. Hơn thế, nếu các hạ tầng được đầu tư hiệu quả, kích thích tăng trưởng kinh tế sẽ tạo ra vòng xoáy đi lên hay chu kỳ tăng tiếp theo của BĐS.

Quy hoạch và chính sách sử dụng đất có tác động rất lớn đến thị trường BĐS. Điều này đặc biệt rõ đối với Việt Nam. Các chính sách chuyển đổi hạn chế và chặt chẽ từ đất nông nghiệp sang phi nông nghiệp làm cho nguồn cung hạn chế dẫn đến giá BĐS tăng cao. Quy hoạch không hợp lý với nhiều quy hoạch treo (không thể thực thi) cũng làm cho nguồn cung BĐS hạn chế đẩy giá lên cao.

Môi trường pháp lý gắn liền với các hoạt động ban hành và thực thi pháp luật từ các bộ luật đến các văn bản dưới luật. Mọi quy định pháp luật về kinh doanh BĐS đều tác động trực tiếp đến kết quả và hiệu quả kinh doanh BĐS của doanh nghiệp.

Vì môi trường pháp lý tạo ra “sân chơi” để các doanh nghiệp cùng tham gia kinh doanh, vừa cạnh tranh lại vừa hợp tác với nhau nên việc tạo ra môi trường pháp lý lành

ạnh là rất quan trọng. Một môi trường pháp lý lành mạnh vừa tạo điều kiện cho các doanh nghiệp tiến hành thuận lợi các hoạt động kinh doanh của mình lại vừa điều chỉnh các hoạt động kinh tế vi mô theo hướng không chỉ chú ý đến kết quả và hiệu quả riêng mà còn phải chú ý đến lợi ích của các thành viên khác trong xã hội.

Môi trường pháp lý đảm bảo tính bình đẳng của mọi loại hình doanh nghiệp sẽ điều chỉnh các doanh nghiệp hoạt động kinh doanh, cạnh tranh nhau một cách lành mạnh. Mỗi doanh nghiệp buộc phải chú ý phát triển các nhân tố nội lực, ứng dụng các thành tựu khoa học, kỹ thuật và khoa học quản trị tiên tiến để tận dụng được các cơ hội bên ngoài nhằm phát triển kinh doanh của mình, tránh những đổ vỡ không cần thiết, có hại cho xã hội.

Tính nghiêm minh của pháp luật thể hiện trong môi trường kinh doanh thực tế ở mức độ nào cũng tác động mạnh mẽ đến kết quả và hiệu quả kinh doanh của mỗi doanh nghiệp BĐS. Sẽ chỉ có kết quả và hiệu quả tích cực nếu môi trường kinh doanh mà mọi thành viên đều tuân thủ pháp luật. Nếu ngược lại, nhiều doanh nghiệp sẽ lao vào con đường làm ăn bất chính, trốn lậu thuế,...làm cho môi trường kinh doanh không còn lành mạnh. Trong môi trường này, nhiều khi kết quả và hiệu quả kinh doanh không do các yếu tố nội lực từng doanh nghiệp quyết định dẫn đến những thiệt hại rất lớn về kinh tế và làm xói mòn đạo đức xã hội.

### ***1.3.2. Môi trường vi mô***

#### ***- Khách hàng***

Phân khúc khách hàng xác định cách phân chia hoặc tập hợp khách hàng thành các nhóm nhỏ, nhằm phục vụ cho quá trình phát triển sản phẩm hoặc xây dựng chiến lược truyền thông.

Tuỳ vào từng lĩnh vực, mục tiêu của chiến dịch mà tiêu chí để phân chia là khác nhau. Một phân khúc khách hàng BĐS hoàn chỉnh bao gồm các yếu tố:

- Có thể đo lường thông qua các công cụ để thu thập, phân tích, dự báo và được cụ thể bằng những con số.
- Phạm vi khách hàng đủ lớn để thu lại lợi nhuận.
- Không có sự biến đổi trong một khoảng thời gian ngắn.

- Phù hợp với chiến lược truyền thông của dự án BĐS.
- Đồng nhất và phù hợp với chiến lược kinh doanh của cả tổ chức/doanh nghiệp.

Khách hàng trên thị trường nhiều vô kể, thế nhưng không phải ai cũng sẽ là khách hàng mục tiêu của một dự án BĐS. Vì vậy, việc xác định phân khúc khách hàng trong BĐS chính là việc đánh dấu phạm vi những người có khả năng trở thành khách hàng tiềm năng.

Khách hàng là người có sự quan tâm và lựa chọn sản phẩm BĐS của dự án doanh nghiệp đang tiếp quản. Từ đó, sẽ giúp doanh nghiệp có thể triển khai được chiến dịch marketing mang đến hiệu quả cao.

Khi đã xác định được phân khúc khách hàng ở đâu, doanh nghiệp sẽ tiết kiệm được một khoản lớn về thời gian, công sức, chi phí vì không phải thực hiện chiến dịch tiếp thị, kinh doanh đến những nhóm khách hàng khác. Điều này đồng nghĩa với việc doanh nghiệp sẽ tập trung vào nhóm khách hàng mục tiêu của mình nhiều hơn.

Phân khúc khách hàng trong BĐS theo mục đích mua, bao gồm: mua BĐS để ở, mua để dành cho tương lai và mua để đầu tư.

Khách hàng mua để ở: Nhóm khách hàng này yêu cầu chủ yếu về diện tích, mức giá, tiện ích nội ngoại khu và thời gian vào ở. Với nhóm khách hàng này thì người môi giới nên tập trung về tiện ích đi kèm, đồng thời làm rõ tất cả các vấn đề về pháp lý.

Khách hàng mua để dành: Thông thường, các bậc cha mẹ sẽ mua BĐS để tặng con cái. Họ sẽ chú ý tới những khu vực trung tâm hoặc ở ven đô, có tiềm năng sầm uất và phát triển trong tương lai. Một số yếu tố khác mà người mua phân khúc này quan tâm khi mua BĐS là vị trí, tiện ích và an ninh,..

Nhà đầu tư: Đây là phân khúc khách hàng trong BĐS am hiểu sâu sắc về sản phẩm và thị trường. Họ cần người môi giới tư vấn thêm về các vấn đề mang tính pháp lý. Với nhóm khách hàng này, nhân viên kinh doanh nên tập trung giới thiệu các dự án mới triển khai, có tiềm năng sinh lời cao hoặc nằm tại các khu vực tăng trưởng nóng.

- Đối thủ cạnh tranh

Với nền kinh tế ngày càng phát triển như hiện nay thì sự cạnh tranh giữa các ngành nghề là điều không tránh khỏi, nhất là ngành BĐS, sự cạnh tranh giữa các công

ty khác nhau, giữa các chủ đầu tư, thậm chí là các sales làm cùng một công ty đang diễn ra hàng ngày.

#### - Nhân lực

Nhân lực là yếu tố cốt lõi trong mọi hoạt động của các loại hình doanh nghiệp, quyết định sự thành công hay không của các doanh nghiệp, các tổ chức ở mỗi quốc gia. Trong doanh nghiệp BĐS yếu tố này cực kỳ quan trọng vì mọi quyết định liên quan đến quá trình quản trị chiến lược đều do con người quyết định, khả năng cạnh tranh trên thị trường mạnh hay yếu, văn hóa tổ chức tốt hay chưa tốt... đều xuất phát từ con người. Vì vậy, con người là yếu tố đầu tiên trong các nguồn lực mà các nhà quản trị của các doanh nghiệp BĐS có định hướng kinh doanh lâu dài cần xem xét, phân tích để quyết định nhiệm vụ, mục tiêu và những giải pháp cần thực hiện.

Ví dụ: Muốn phát triển thêm dịch vụ mới, mở chi nhánh kinh doanh mới, hoặc dự án mới xác định các mục tiêu tăng trưởng nhanh nhà quản trị doanh nghiệp cần phải biết chắc chắn những khả năng về nhân lực hiện tại và mới tuyển dụng có thể đáp ứng được các yêu cầu hay không. Những đối tượng và những vấn đề chủ yếu cần phân tích về nguồn nhân lực bao gồm: nhà quản trị các cấp và người thừa hành.

Việc phân tích nguồn nhân lực thường xuyên là cơ sở giúp các doanh nghiệp BĐS đánh giá kịp thời các điểm mạnh và điểm yếu của các thành viên trong tổ chức so với yêu cầu về tiêu chuẩn nhân sự trong từng khâu công việc và so với nguồn lực của đối thủ cạnh tranh nhằm có kế hoạch bố trí sử dụng hợp lý nguồn nhân sự hiện có. Đồng thời việc đánh giá khách quan sẽ giúp doanh nghiệp chủ động thực hiện việc đào tạo và tái đào tạo cho các thành viên của doanh nghiệp từ nhà quản trị cấp cao đến người thừa hành nhằm bảo đảm thực hiện chiến lược thành công lâu dài và luôn thích nghi với những yêu cầu về nâng cao liên tục chất lượng con người trong nền kinh tế hiện nay.

Quy mô nhân sự công ty tính đến thời điểm hiện tại còn 127 người nhân viên đã nghỉ việc rất nhiều. Cụ thể giảm 20% so với năm 2023.

#### - Công nghệ kỹ thuật và ứng dụng tiến bộ kỹ thuật

Công nghệ quyết định năng suất lao động và chất lượng sản phẩm. Máy móc thiết bị là công cụ mà con người sử dụng để tác động vào đối tượng lao động. Sự hoàn

thiện của máy móc, thiết bị, công cụ lao động gắn bó chặt chẽ với quá trình tăng năng suất lao động, tăng sản lượng, chất lượng sản phẩm và hạ giá thành sản phẩm. Do vậy, công nghệ kỹ thuật là nhân tố hết sức quan trọng tạo ra tiềm năng năng suất, chất lượng, tăng hiệu quả kinh doanh. Chất lượng hoạt động của các doanh nghiệp chịu tác động mạnh mẽ của trình độ công nghệ kỹ thuật, cơ cấu, tính đồng bộ của máy móc thiết bị, chất lượng công tác bảo dưỡng, sửa chữa máy móc, thiết bị...Tuy nhiên công nghệ kỹ thuật do con người sáng tạo ra và làm chủ nên chính con người đóng vai trò quyết định.

Ngày nay công nghệ kỹ thuật phát triển nhanh chóng, chu kỳ công nghệ ngày càng ngắn hơn và tính chất ngày càng hiện đại hơn càng ngày công nghệ càng đóng vai trò to lớn, mang tính chất quyết định đối với việc nâng cao năng suất, chất lượng, giảm chi phí kinh doanh. Điều này đòi hỏi doanh nghiệp BĐS phải tìm ra các giải pháp đầu tư đúng đắn, chuyển giao công nghệ phù hợp với trình độ công nghệ tiên tiến của thế giới, bồi dưỡng và đào tạo lực lượng lao động làm chủ được công nghệ kỹ thuật hiện đại để tiến tới chỗ ứng dụng kỹ thuật ngày càng tiên tiến, sáng tạo công nghệ kỹ thuật mới...làm cơ sở cho việc nâng cao hiệu quả kinh doanh BĐS của mình.

### ***1.3.3. Nhân tố nội bộ bên trong doanh nghiệp***

#### ***- Nhân tố quản trị doanh nghiệp***

Nhân tố quản trị đóng vai trò quan trọng đối với hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp BĐS. Quản trị tác động đến việc xác định hướng đi đúng đắn cho doanh nghiệp trong môi trường kinh doanh ngày càng biến động. Chất lượng của chiến lược kinh doanh là nhân tố đầu tiên và quan trọng nhất quyết định đến sự thành công, đến hiệu quả kinh doanh cao hay ngược lại, dẫn đến thất bại, kinh doanh phi hiệu quả của một doanh nghiệp. Định hướng đúng và luôn định hướng đúng là cơ sở để đảm bảo hiệu quả lâu dài của doanh nghiệp BĐS.

Muốn tồn tại và phát triển doanh nghiệp phải chiến thắng trong cạnh tranh. Các lợi thế về chất lượng và sự khác biệt hóa sản phẩm BĐS, giá cả và tốc độ cung ứng đảm bảo cho doanh nghiệp chiến thắng trong cạnh tranh phụ thuộc chủ yếu vào nhân quan và khả năng quản trị của các nhà quản trị doanh nghiệp BĐS. Đến nay, người ta cũng khẳng định ngay cả đối với việc đảm bảo và ngày càng nâng cao chất lượng nhân quan và khả năng quản trị của các nhà quản trị doanh nghiệp. Đến nay, người ta cũng

khẳng định ngay cả đối với việc đảm bảo và ngày càng nâng cao chất lượng sản phẩm của doanh nghiệp cũng chịu ảnh hưởng nhiều của nhân tố quản trị chứ không phải của nhân tố kỹ thuật quản trị định hướng chất lượng theo bộ tiêu chuẩn ISO 9000 chính là nền tảng tư tưởng này.

Trong quá trình kinh doanh, quản trị doanh nghiệp khai thác và thực hiện phân bổ các nguồn lực sản xuất. Chất lượng của hoạt động phân bổ nguồn lực cũng là nhân tố quan trọng ảnh hưởng đến hiệu quả kinh doanh của mỗi thời kỳ.

Phẩm chất và tài năng của đội ngũ các nhà quản trị mà đặc biệt là các nhà quản trị cao cấp có vai trò quan trọng bậc nhất, ảnh hưởng có tính quyết định đến thành bại của doanh nghiệp BĐS. Kết quả và hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp phụ thuộc rất lớn vào trình độ chuyên môn của đội ngũ các nhà quản trị cũng như cơ cấu tổ chức bộ máy quản trị; phụ thuộc vào việc xác định chức năng, nhiệm vụ, quyền hạn của từng bộ phận, cá nhân và thiết lập các mối quan hệ giữa các bộ phận trong tổ chức đó.

#### - Nguồn nhân lực

Nhân lực là yếu tố đầu tiên của tổ chức nhân sự mà nhà quản trị cần phân tích đánh giá.

Nguồn nhân lực đóng vai trò quan trọng trong hoạt động kinh doanh của công ty bất động sản. Dưới đây là một số yếu tố cần xem xét khi quản lý nguồn nhân lực trong lĩnh vực này:

Kỹ năng cơ bản: Đảm bảo rằng nhân viên, đặc biệt là quản lý cấp cao, có những kỹ năng cơ bản như kỹ năng chuyên môn về bất động sản, năng lực quản lý nhân sự, kỹ năng làm việc nhóm và tư duy phân tích.

Đào tạo và phát triển: Xác định cơ hội đào tạo và phát triển cho nhân viên để nâng cao kỹ năng và năng lực của họ, đặc biệt trong lĩnh vực bất động sản nơi cần hiểu biết chuyên sâu về thị trường và luật pháp liên quan.

Đảm bảo hệ thống đánh giá hiệu suất công bằng và xứng đáng, cung cấp chính sách thưởng phạt hợp lý để tạo động lực cho nhân viên.

Tư duy sáng tạo và linh hoạt: Khuyến khích nhân viên phát triển tư duy sáng tạo, linh hoạt để đưa ra giải pháp đổi mới, phản ứng linh hoạt trước thách thức của thị trường bất động sản.



Giao tiếp và tương tác: Xác định và thúc đẩy môi trường làm việc mở, giao tiếp tốt, tương tác xã hội tích cực giữa nhân viên và các bộ phận khác nhau trong công ty.

Bằng cách quản lý và phát triển nguồn nhân lực một cách chuyên nghiệp, công ty bất động sản có thể tạo ra lợi thế cạnh tranh và đạt được hiệu quả kinh doanh tối ưu trong ngành công nghiệp đầy cạnh tranh này.

- Chiến lược kinh doanh: Đánh giá chiến lược tổng thể của công ty, bao gồm mục tiêu kinh doanh, phân khúc thị trường, cơ cấu sản phẩm/dịch vụ, và định vị cạnh tranh.

Nhân tố chiến lược kinh doanh đóng vai trò quan trọng trong sự phát triển và thành công của doanh nghiệp bất động sản. Dưới đây là một số cách mà nhân tố chiến lược kinh doanh có thể ảnh hưởng đến doanh nghiệp bất động sản:

Xác định mục tiêu và chiến lược: Chiến lược kinh doanh cung cấp hướng đi và mục tiêu cho doanh nghiệp bất động sản. Việc xác định rõ ràng mục tiêu, định vị thị trường và cách tiếp cận khách hàng sẽ giúp doanh nghiệp xác định được lộ trình phát triển hiệu quả.

Phân tích thị trường: Để thành công trong lĩnh vực bất động sản, doanh nghiệp cần phải phân tích thị trường một cách chi tiết và chính xác. Chiến lược kinh doanh giúp doanh nghiệp nhận diện được cơ hội và thách thức từ môi trường kinh doanh, từ đó đề xuất các giải pháp phù hợp.

Định vị thương hiệu: Chiến lược kinh doanh có vai trò quan trọng trong việc xác định và phát triển thương hiệu của doanh nghiệp bất động sản. Việc định hình một hình ảnh thương hiệu mạnh mẽ và phù hợp với mục tiêu, giá trị của công ty sẽ giúp thu hút khách hàng và xây dựng lòng tin.

Phát triển sản phẩm và dịch vụ: Chiến lược kinh doanh giúp doanh nghiệp bất động sản định hình và phát triển sản phẩm, dịch vụ phù hợp với nhu cầu thị trường và đáp ứng mong muốn của khách hàng. Việc cung cấp các sản phẩm và dịch vụ chất lượng sẽ tạo ra thu nhập ổn định và tăng cường uy tín công ty.

Xác định hệ thống phân phối và tiếp thị: Chiến lược kinh doanh cũng giúp doanh nghiệp quyết định về hệ thống phân phối sản phẩm và chiến lược tiếp thị hiệu quả nhằm giới thiệu sản phẩm, dịch vụ của mình tới khách hàng mục tiêu.

- Tài chính: nhân tố tài chính đóng vai trò quan trọng trong sự phát triển và thành công của các doanh nghiệp bất động sản. Quản lý tài chính một cách chuyên nghiệp và có chiến lược sẽ giúp doanh nghiệp ổn định hoạt động, tối ưu hóa lợi nhuận và tạo ra giá trị bền vững trong lĩnh vực này.

Vốn đầu tư: Doanh nghiệp bất động sản cần phải đầu tư một lượng vốn lớn vào việc mua bán, phát triển và quản lý bất động sản. Tài chính ổn định và đủ lớn sẽ giúp doanh nghiệp tiến hành các hoạt động đầu tư một cách hiệu quả và minh bạch.

Tài chính vay: Đa phần các doanh nghiệp bất động sản cần phải tài trợ từ nguồn vốn bên ngoài, thông qua các khoản vay từ ngân hàng hoặc các nhà đầu tư khác. Tình hình tài chính ổn định và lãi suất thấp có thể giúp doanh nghiệp tiết kiệm chi phí vốn và tăng cường khả năng mở rộng hoạt động kinh doanh.

Nguồn lực tài chính cho dự án: Khi phát triển các dự án bất động sản, doanh nghiệp cần có đủ nguồn lực tài chính để tiến hành thi công, xây dựng và tiếp thị sản phẩm đến khách hàng. Tài chính đủ mạnh mẽ sẽ giúp doanh nghiệp hoàn thành dự án theo tiến độ và chất lượng đã đề ra.

Rủi ro tài chính: Bất động sản là một lĩnh vực có nhiều rủi ro tài chính do phụ thuộc vào thị trường bất động sản, biến động lãi suất và các yếu tố khác. Việc quản lý rủi ro tài chính một cách hiệu quả sẽ giúp doanh nghiệp giảm thiểu sự không chắc chắn và bảo vệ tài sản của mình.

Lợi nhuận và hiệu suất tài chính: Tài chính ổn định và hiệu suất hoạt động cao sẽ giúp doanh nghiệp bất động sản đạt được lợi nhuận mong đợi và thu hút nhà đầu tư. Việc quản lý tài chính cẩn thận và hiệu quả sẽ tạo ra sự tin cậy và uy tín cho doanh nghiệp.

Tiếp thị và bán hàng: Đánh giá chiến lược tiếp thị, quảng cáo, giá cả và các chiến dịch bán hàng để thu hút khách hàng và tăng doanh số.

Xác định đối tượng khách hàng: Thành công trong bất động sản phụ thuộc rất nhiều vào việc hiểu rõ nhu cầu và mong muốn của khách hàng. Việc tiếp thị và bán hàng hiệu quả sẽ giúp doanh nghiệp định hình đúng đối tượng khách hàng, từ đó tối ưu hóa chiến lược kinh doanh và sản phẩm phù hợp.

Xây dựng thương hiệu: Tiếp thị và bán hàng là cơ hội tốt để xây dựng và phát triển thương hiệu của doanh nghiệp bất động sản. Việc tạo ra hình ảnh tích cực, uy tín và độc đáo sẽ giúp doanh nghiệp tạo sự tin cậy và thu hút khách hàng.

Chiến lược tiếp thị đa kênh: Sử dụng nhiều kênh tiếp thị khác nhau như quảng cáo truyền thông, marketing trực tuyến, sự kiện và truyền thông xã hội sẽ giúp doanh nghiệp tiếp cận đa dạng đối tượng khách hàng và tạo ra sự ảnh hưởng lớn hơn trong ngành bất động sản.

Tạo ra giá trị cho khách hàng: Để thu hút và giữ chân khách hàng, doanh nghiệp cần tạo ra giá trị đích thực và cung cấp dịch vụ chất lượng. Chiến lược bán hàng hiệu quả cần tập trung vào việc giải quyết nhu cầu của khách hàng và tạo ra trải nghiệm mua sắm tích cực.

Đo lường hiệu quả: Để đảm bảo rằng chiến lược tiếp thị và bán hàng đang mang lại kết quả, doanh nghiệp cần thường xuyên đo lường và đánh giá hiệu quả của các hoạt động tiếp thị. Việc này giúp doanh nghiệp điều chỉnh chiến lược kịp thời và tối ưu hóa hiệu suất kinh doanh.

- Nghiên cứu và phát triển: Xem xét hoạt động nghiên cứu và phát triển để đảm bảo sản phẩm/dịch vụ luôn đáp ứng nhu cầu thị trường.

Nhân tố nghiên cứu và phát triển đóng vai trò quan trọng trong việc ảnh hưởng đến sự phát triển và thành công của một doanh nghiệp bất động sản. Dưới đây là một số cách mà nhân tố nghiên cứu và phát triển có thể ảnh hưởng đến doanh nghiệp bất động sản:

Đổi mới sản phẩm và dịch vụ: Nhân tố nghiên cứu và phát triển giúp doanh nghiệp bất động sản nắm bắt và đáp ứng nhu cầu thị trường thông qua việc phát triển sản phẩm và dịch vụ mới, tiên tiến hơn, phù hợp với xu hướng và yêu cầu của khách hàng.

Nâng cao chất lượng và hiệu suất: Việc đầu tư vào nghiên cứu và phát triển giúp doanh nghiệp cải thiện chất lượng và hiệu suất của sản phẩm và dịch vụ, từ đó tạo sự tin cậy và thúc đẩy lòng tin từ khách hàng và cộng đồng đầu tư.

Tạo ra sự khác biệt cạnh tranh: Thông qua việc nghiên cứu và phát triển, doanh nghiệp bất động sản có thể tạo ra sự khác biệt cạnh tranh bằng cách phát triển các sản

phẩm và dịch vụ độc đáo và đáp ứng nhu cầu khách hàng một cách hiệu quả hơn so với đối thủ.

- Công nghệ thông tin: Đánh giá công nghệ sử dụng trong doanh nghiệp, bao gồm hạ tầng mạng, phần mềm và ứng dụng công nghệ mới.

Nâng cao trải nghiệm khách hàng: Áp dụng công nghệ thông tin trong việc cung cấp thông tin, tiện ích và dịch vụ trực tuyến giúp cải thiện trải nghiệm khách hàng, tạo ra sự tiện lợi và tăng cường tương tác giữa khách hàng và doanh nghiệp bất động sản.

Tối ưu hóa hoạt động: Sử dụng các hệ thống quản lý bất động sản, phần mềm CRM, công nghệ IoT, AI và Big Data giúp doanh nghiệp tối ưu hóa hoạt động, quản lý thông tin hiệu quả, làm giảm thời gian và chi phí, từ đó nâng cao hiệu suất làm việc.

Các kênh tiếp thị: CNTT mở rộng khả năng tiếp cận khách hàng thông qua nhiều kênh tiếp thị trực tuyến, bao gồm website, mạng xã hội, email marketing, quảng cáo trực tuyến, SEO, và nhiều hơn nữa, giúp doanh nghiệp bất động sản tiếp cận được đông đảo đối tượng khách hàng.

Tạo ra sản phẩm và dịch vụ inovative: CNTT cho phép doanh nghiệp bất động sản phát triển sản phẩm và dịch vụ mới, inovative để đáp ứng nhu cầu khách hàng và tạo ra sự khác biệt cạnh tranh trên thị trường.

Quản lý thông tin hiệu quả: Sử dụng CNTT giúp doanh nghiệp bất động sản quản lý thông tin về dự án, khách hàng, tài sản tốt hơn, giúp tăng cường sự chính xác và minh bạch trong quá trình quản lý.

## **1.4. Các chỉ tiêu đánh giá, đo lường hiệu quả hoạt động kinh doanh**

### **1.4.1. Doanh thu**

Doanh thu của doanh nghiệp là toàn bộ số tiền sẽ thu được do tiêu thụ sản phẩm, cung cấp dịch vụ, hoạt động tài chính và các hoạt động khác của doanh nghiệp. Trong kinh tế học, doanh thu thường được xác định bằng giá bán nhân với sản lượng.

Doanh thu bán hàng và cung cấp dịch vụ là khoản doanh thu chủ yếu của doanh nghiệp đã thu được từ hoạt động kinh doanh, tiêu thụ sản phẩm BĐS do doanh nghiệp sản xuất hoặc do doanh nghiệp mua vào sau đó bán ra. Trong đó:

- Doanh thu bán hàng: là doanh thu bán sản phẩm mà doanh nghiệp sản xuất ra, bán hàng hóa mua vào và bán BĐS đầu tư.

- Doanh thu cung cấp dịch vụ: là doanh thu thực hiện công việc đã thỏa thuận theo hợp đồng trong một hay nhiều kỳ kế toán như cung cấp dịch vụ cho thuê tài sản cố định theo phương thức cho thuê hoạt động...

- Doanh thu hoạt động tài chính:

+ Doanh thu từ lãi tiền gửi

+ Doanh thu từ lãi cho vay

+ Doanh thu từ lãi đầu tư Trái phiếu, tín phiếu

+ Doanh thu từ các khoản đầu tư

+ Cổ tức, lợi nhuận được chia

+ Chiết khấu thanh toán được hưởng

- Doanh thu bất thường: là khoản tiền từ các hoạt động không xảy ra thường xuyên như bán vật tư hàng hóa dư thừa, dụng cụ đã phân bổ hết, các khoản phải trả nhưng không cần trả, thanh lý tài sản...

#### **1.4.2. Lợi nhuận**

Lợi nhuận được hiểu đơn giản là kết quả tài chính cuối cùng sau khi doanh thu được nhận về và khấu trừ đi các khoản chi phí đầu tư, chi phí phát sinh. Đây là khoản chênh lệch giữa doanh thu và chi phí của một doanh nghiệp, hoặc một cá nhân. Lợi nhuận có thể được biểu thị dưới dạng số tiền, phần trăm hoặc tỉ lệ.

Lợi nhuận thuần là phần lợi nhuận mà doanh nghiệp thu được sau khi trừ đi doanh thu từ hoạt động kinh doanh và doanh thu tài chính, cùng với việc khấu trừ giá vốn hàng bán và các chi phí liên quan như chi phí tài chính, chi phí bán hàng và quản lý doanh nghiệp.

#### **1.4.3. Tỷ suất lợi nhuận sau thuế trên doanh thu (Return on Sales – ROS)**

Tỷ suất lợi nhuận trên doanh thu hay tỷ suất lợi nhuận ròng là tỉ số giữa lợi nhuận thu được trên tổng doanh thu trong một kỳ cố định. ROS được đo bằng % và có thể thay đổi khi biến lợi nhuận và doanh thu thay đổi.

$$ROS = (\text{Lợi nhuận sau thuế} / \text{Doanh thu thuần}) \times 100\%$$

ROS được biểu thị dưới dạng tỷ lệ phần trăm (%). Mức ROS càng cao, thể hiện rằng doanh nghiệp đang thực hiện hoạt động kinh doanh một cách hiệu quả và có khả năng sinh lời cao, lợi nhuận lớn, cũng như có tiềm năng phát triển mạnh mẽ, làm cho việc đầu tư vào doanh nghiệp trở nên hấp dẫn.

ROS là một chỉ số tài chính quan trọng, biểu thị mức hiệu quả của doanh nghiệp trong việc tạo ra lợi nhuận thực tế. Ngoài ra, nó cũng phản ánh khả năng quản lý chi phí của doanh nghiệp. Khi doanh nghiệp có khả năng bán hàng hoặc cung cấp dịch vụ với chi phí thấp hơn, lợi nhuận sẽ tăng lên. Điều này làm cho ROS trở thành một chỉ số quan trọng vừa thể hiện khả năng sinh lời vừa phản ánh hiệu suất hoạt động của công ty. Cách sử dụng ROS là tính toán nó qua các kỳ kinh doanh (tháng/quý/năm) và sau đó so sánh với các kỳ trước đó để đánh giá sự cải thiện hoặc sự suy giảm trong hiệu suất tài chính của doanh nghiệp.

#### ***1.4.4. Tỷ suất lợi nhuận sau thuế trên vốn chủ sở hữu (Return on Equity – ROE)***

ROE là một chỉ số quan trọng trong phân tích tài chính, được sử dụng để đo lường hiệu quả của việc sử dụng vốn chủ sở hữu của một công ty để tạo ra lợi nhuận.

$$ROE = (\text{Lợi nhuận sau thuế} / \text{Vốn chủ sở hữu}) \times 100\%$$

ROE là một chỉ số tài chính phản ánh khả năng sinh lời của một công ty so với vốn chủ sở hữu. Nói cách khác, ROE cho thấy mỗi đồng vốn chủ sở hữu đầu tư vào công ty sinh ra bao nhiêu lợi nhuận. ROE đo lường tỷ lệ phần trăm của lợi nhuận ròng mà một công ty tạo ra so với tổng vốn chủ sở hữu. Nói cách khác, nó cho biết công ty đã kiếm được bao nhiêu đồng lợi nhuận từ mỗi đồng vốn chủ sở hữu đầu tư vào. ROE được coi là một chỉ số "toàn diện" vì nó kết hợp các yếu tố từ báo cáo lãi lỗ và bảng cân đối kế toán. Nó phản ánh không chỉ lợi nhuận mà còn cả cách thức quản lý vốn chủ sở hữu.

Chỉ số này rất hữu ích khi đánh giá hiệu quả quản lý của một doanh nghiệp, cũng như trong việc so sánh hiệu suất giữa các công ty trong cùng một ngành.

#### ***1.4.5. Tỷ suất lợi nhuận sau thuế trên vốn kinh doanh (Return on asset – ROA)***

ROA là một chỉ số quan trọng trong lĩnh vực tài chính doanh nghiệp. Chính xác là nó đo lường lợi nhuận mà một tổ chức hoặc công ty có thể tạo ra từ tổng giá trị của tài sản của họ. Được hiểu một cách đơn giản, ROA là tỷ lệ giữa lợi nhuận và tổng giá trị tài sản, cho thấy khả năng sinh lời của doanh nghiệp dựa trên mỗi đơn vị vốn đầu tư.

$$ROA = (\text{Lợi nhuận sau thuế} / \text{Vốn kinh doanh}) \times 100\%$$

## KẾT LUẬN CHƯƠNG 1

Qua việc hệ thống hóa cơ sở lý luận về hoạt động kinh doanh trong doanh nghiệp, tác giả tóm tắt được khái niệm chung của hoạt động kinh doanh trong một doanh nghiệp và một số khái niệm và đặc điểm của doanh nghiệp BĐS. Hoạt động kinh doanh BĐS bị ảnh hưởng nhiều bởi các nhân tố gồm cả môi trường vĩ mô và môi trường vi mô. Nhìn vào các chỉ tiêu đánh giá, đo lường hiệu quả kinh doanh như doanh thu, lợi nhuận, ROA, ROE, ROS để nhận xét doanh nghiệp đang có hiệu quả trong quá trình hoạt động kinh doanh. Như vậy, trên đây tác giả đã đưa ra cơ sở lý luận về hoạt động kinh doanh trong doanh nghiệp. Đây là nền móng vững chắc để tác giả phân tích thực trạng của doanh nghiệp ở chương 2.



## **CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG HOẠT ĐỘNG KINH DOANH TẠI CÔNG TY CỔ PHẦN ĐẦU TƯ GLOBAL HOUSING D.**

### **2.1. Khái quát về Công ty Cổ phần Global Housing D**

#### ***2.1.1. Lịch sử hình thành và phát triển của Công ty***

Tên công ty: CÔNG TY CỔ PHẦN ĐẦU TƯ GLOBAL HOUSING D

Tên giao dịch: GLOBAL HOUSING D INVESTMENT JOINT STOCK COMPANY

Địa chỉ: Tầng 8, tòa A Geleximco Southern Star 897 Giải Phóng

Mã số thuế: 0108487050

Người đại diện: NGÔ XUÂN DŨNG

Ngày hoạt động: 25-10-2018

Điện thoại: 0898 583 338

Email: globalhousingd@gmail.com

Website: globalhousingd.com

#### ***2.1.2. Giới thiệu ngành nghề kinh doanh***

Lĩnh vực hoạt động của Công Ty Cổ Phần Đầu Tư Global Housing D gồm:

+ Đầu tư, môi giới căn hộ chung cư cao tầng và nhà ở thấp tầng tại các khu đô thị lớn trong nội, ngoại thành Thành phố Hà Nội và Thành phố HCM.

+ Đầu tư, môi giới các dự án đất nền tại các tỉnh.

+ Đầu tư, môi giới các sản phẩm BĐS nghỉ dưỡng tại các trung tâm du lịch phát triển của cả nước.

### 2.1.3. Cơ cấu tổ chức

Sơ đồ 2.1. Cơ cấu tổ chức doanh nghiệp



(Nguồn: Phòng hành chính – nhân sự)

#### - Tổng giám đốc

Quản trị tổng thể tất cả các hoạt động của công ty, bao gồm tài chính, nhân sự, kinh doanh, và các hoạt động hàng ngày của công ty, chỉ đạo, điều hành các bộ phận liên kết thực hiện kế hoạch, nhiệm vụ kinh doanh theo quy chế quản lý, hoạt động nội bộ. Tổ chức thực hiện kế hoạch kinh doanh và phương án đầu tư của công ty. Bảo toàn, phát huy hiệu quả sử dụng vốn đầu tư của công ty.

#### - Phòng kinh doanh

Phòng kinh doanh của GHD gồm: Giám đốc kinh doanh, nhân viên kinh doanh và thực tập sinh kinh doanh.

Giám đốc kinh doanh sẽ trực tiếp đào tạo, hướng dẫn các bạn thực tập sinh kinh doanh.

Phòng kinh doanh của GHD phụ trách phát triển thị trường, tìm kiếm khách hàng mới, chăm sóc khách hàng cũ. Nâng cao thị phần và doanh số bán hàng của Công

ty khi Công ty có sản phẩm, dự án mới. Chủ trì xây dựng chiến lược kinh doanh, kế hoạch bán hàng, kế hoạch marketing của Công ty.

Triển khai thực hiện các hoạt động, chương trình thúc đẩy hoạt động kinh doanh của Công ty. Thường xuyên cập nhật và nắm bắt thông tin về thị trường; tập hợp số liệu phân tích, tổng hợp và lập báo cáo tháng, quý, năm về tình hình hoạt động marketing, bán hàng.

Áp dụng các biện pháp phát triển thị trường, mở rộng địa bàn, lĩnh vực kinh doanh, giới thiệu sản phẩm dịch vụ tới khách hàng, xây dựng niềm tin của khách hàng, thu hút khách hàng và thực hiện các giải pháp kinh doanh nhằm tăng doanh số của Công ty. Đề xuất tổ chức hội nghị khách hàng, các sự kiện nhằm thúc đẩy hoạt động kinh doanh, bán hàng và mở rộng thị phần của Công ty.

- Phòng kế toán

Phòng kế toán của GHD gồm: kế toán trưởng và nhân viên kế toán

Phòng kế toán thực hiện công tác hạch toán kế toán, lập các báo cáo tài chính và quản lý hướng dẫn công tác hạch toán kế toán trong Công ty theo đúng quy định pháp luật về kế toán và chuẩn mực kế toán Việt Nam.

Thực hiện công tác kiểm toán nội bộ đối với các Công ty dự án, Công ty thành viên bảo đảm sự tuân thủ các quy định pháp luật về tài chính, kế toán và các quy định của Công ty. Thực hiện trách nhiệm báo cáo, cung cấp thông tin theo quy định pháp luật về thống kê.

Giúp đỡ Tổng Giám đốc trong công tác hành chính, pháp lý, quản lý nhân sự; công tác quan hệ công chúng, xây dựng và phát triển thương hiệu, nâng cao hình ảnh của Công ty; công tác mua sắm, bảo đảm các phương tiện, trang thiết bị cho hoạt động của Công ty và công tác công nghệ thông tin.

Kiểm tra tình hình thực hiện kế hoạch sản xuất kinh doanh, kế hoạch thu chi tài chính, việc thu, nộp thanh toán, kiểm tra việc giữ gìn và sử dụng tài sản, vật tư, tiền vốn; Phát hiện và ngăn ngừa kịp thời những hiện tượng lãng phí, vi phạm chế độ, quy định của Nhà nước, Công ty.

Cung cấp các số liệu, tài liệu cho việc điều hành sản xuất kinh doanh, kiểm tra và phân tích hoạt động kinh tế tài chính phục vụ công tác lập và theo dõi kế hoạch. Cung

cấp số liệu báo cáo cho cơ quan hữu quan theo chế độ báo cáo tài chính, kế toán hiện hành.

Quan hệ với ngân hàng và các tổ chức tín dụng ... trong hoạt động vay vốn ngắn hạn, trung hạn và dài hạn.

Báo cáo kết quả sản xuất kinh doanh cho Tổng giám đốc Công ty.

Trả lương hàng tháng cho nhân viên.

- Phòng Marketing

Phòng Marketing của GHD có vai trò quan trọng trong việc quảng cáo sản phẩm và tăng doanh số bán hàng, phòng marketing cũng có vai trò quảng bá doanh nghiệp, từ đó tạo dựng hình ảnh cho doanh nghiệp.

Nhiệm vụ của phòng marketing trong công ty chính là xây dựng chiến lược marketing cho doanh nghiệp; điều hành việc triển khai chiến lược marketing; theo dõi, giám sát quá trình thực hiện, kịp thời điều chỉnh và đánh giá, báo cáo kết quả chiến lược marketing. Tất cả các nhiệm vụ này nhằm mang lại sự thấu hiểu đối với khách hàng của doanh nghiệp, lĩnh vực kinh doanh, đồng thời quảng bá sản phẩm và thương hiệu công ty GHD ra thị trường. Đề xuất ý tưởng cho sản phẩm mới, định hướng thiết kế sản phẩm, nhãn hiệu, bao bì sản phẩm. Xây dựng chiến lược mở rộng thị trường phù hợp với mục tiêu phát triển của doanh nghiệp.

Hoạch định và phát triển chiến lược Marketing ngắn hạn và dài hạn phù hợp với chiến lược kinh doanh chung của Công ty GHD.

Nghiên cứu các hình thức truyền thông, tiếp thị và chăm sóc khách hàng và các đối thủ cạnh tranh khác để xây dựng những phương án truyền thông đạt hiệu quả.

Sáng tạo, đề xuất ý tưởng các chương trình hỗ trợ bán hàng dự án, ý tưởng và kế hoạch quảng bá thương hiệu Công ty. Tổng hợp và quản lý ngân sách Marketing các dự án hàng quý, hàng năm và phân bổ ngân sách hợp lý; định hướng và điều chỉnh mức ngân sách dự kiến phù hợp cho từng hạng mục marketing.

Giám sát và phê duyệt tài liệu marketing, banner website, standee, leftlet, brochure quảng cáo. Xây dựng, duy trì và thiết lập các mối quan hệ với các cơ quan

ban ngành, đối tác chiến lược, đơn vị truyền thông, báo chí và cộng đồng, để mở rộng đối tượng khách hàng và xử lý khủng hoảng truyền thông khi gặp phải.

- Phòng hành chính - nhân sự

Phòng hành chính – nhân sự của GHD có chức năng tham mưu giúp Tổng giám đốc trong lĩnh vực sắp xếp, cải tiến tổ chức, quản lý bồi dưỡng và quy hoạch các bộ, thực hiện chế độ, chính sách Nhà nước đối với người lao động, quản lý hành chính và văn phòng Công ty đáp ứng yêu cầu ổn định và phát triển của Công ty GHD.

Trong công tác hành chính:

Chủ trì hoặc phối hợp với các bộ phận chuẩn bị các hoạt động liên quan tới tổ chức hội nghị, hồ sơ tài liệu làm việc cho lãnh đạo Công ty, viết báo cáo định kỳ hoặc đột xuất của Công ty; chủ trì công tác văn thư, lễ tân, tiếp khách.

Thực hiện, quản lý các công việc liên quan tới công nghệ thông tin, quản trị kỹ thuật website; chủ trì công tác quan hệ báo chí, truyền thông

Thường trực công tác thi đua và khen thưởng; phối hợp tham gia hội chợ, triển lãm.

Xây dựng quy chế phân cấp về quyền hạn và trách nhiệm giữa Công ty và các công ty dự án.

#### ***2.1.4. Các dự án đang triển khai***

- 2021: Khu du lịch quốc tế Đồi Rồng - Dragon Ocean Đồ Sơn

Feliz Homes Hoàng Mai

- 2022 – 2023: Hải An Center

Nam Sách Central Point

- 2023: Eurowindow Twin Parks

Vinhomes Golden Avenue Marina Móng Cái

## **2.2. Thực trạng hoạt động kinh doanh của Công ty Cổ phần Đầu tư Global Housing D**

### ***2.2.1. Báo cáo kết quả kinh doanh***

**Bảng 2.1. Bảng báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh 2022-2023***Đơn vị tính: VND*

<b>CHỈ TIÊU</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>
1. Doanh thu bán hàng và cung cấp dịch vụ	4,988,232,006	6,854,935,165	6,678,336,983
2. Doanh thu thuần về bán hàng và cung cấp dịch vụ	4,988,232,006	6,854,935,165	6,678,336,983
3. Lợi nhuận gộp về bán hàng và cung cấp	4,988,232,006	6,854,935,165	6,678,336,983
4. Doanh thu hoạt động tài chính	514,157	1,065,000	145,065
5. Chi phí bán hàng	3,025,859,231	4,413,414,843	4,629,372,787
6. Chi phí quản lý doanh nghiệp	1,577,285,366	2,228,796,007	1,854,217,230
7. Lợi nhuận thuần từ hoạt động kinh doanh	348,315,526	213,789,315	194,892,031
8. Thu nhập khác		69,243,680	12,400,000
9. Chi phí khác		17,566,500	0
10. Lợi nhuận khác		51,677,180	12,400,000
11. Tổng lợi nhuận kế toán trước thuế	348,315,526	265,466,495	207,292,031

*(Nguồn: Phòng kế toán)*

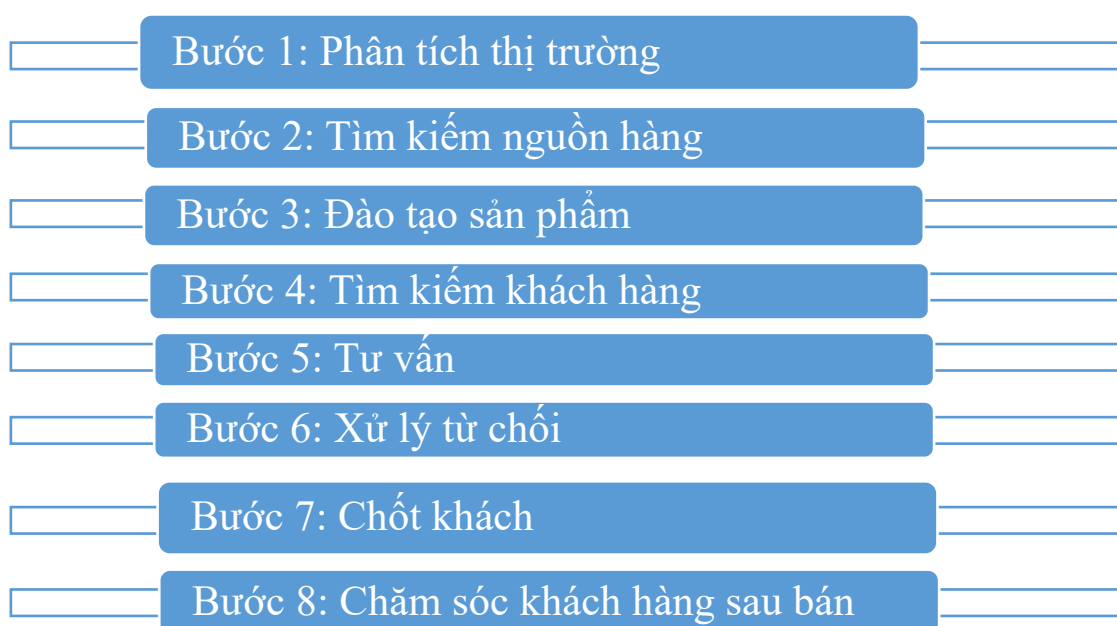
Qua bảng báo cáo kết quả kinh doanh của doanh nghiệp 2021-2023, tác giả nhận thấy Lợi nhuận thuần của công ty có phần sụt giảm nhẹ từ năm 2021-2022, cụ thể năm 2021 lợi nhuận hơn 348 triệu đồng và năm 2022 là hơn 213 triệu đồng giảm gần 29% so với năm 2021. Dịch bệnh Covid 19 dẫn đến nền kinh tế toàn cầu rơi vào suy thoái nghiêm trọng đã kéo theo nền kinh tế Việt Nam với độ mở lớn, hội nhập quốc tế sâu rộng đã và đang chịu nhiều tác động, ảnh hưởng nghiêm trọng đến tất cả các lĩnh vực

kinh tế - xã hội, gây gián đoạn chuỗi cung ứng và lưu chuyển thương mại, làm đình trệ các hoạt động sản xuất - kinh doanh, dịch vụ. Điều này đã làm ảnh hưởng nặng nề đến hoạt động kinh doanh của các doanh nghiệp nói chung cũng như Công ty cổ phần đầu tư Global Housing D nói riêng. Năm 2021, do điều kiện dịch bệnh cũng như suy giảm kinh tế toàn cầu nên công ty gần như không phát sinh thêm lợi nhuận khác. So với năm 2021, năm 2022- 2023 đã có phần khởi sắc về kinh tế, cụ thể phát sinh gần 64 triệu đồng ( 51,6 triệu đồng năm 2022 và 12,4 triệu đồng năm 2023).

Năm 2023 điều kiện kinh tế có nhiều phần khởi sắc xong lợi nhuận thuần của công ty vẫn chưa thể khôi phục hoàn toàn. Cụ thể, lợi nhuận thuần năm 2023 đạt gần 195 triệu đồng, giảm gần 10% so với năm 2022.

### **2.2.2. Quy trình hoạt động kinh doanh của công ty**

#### **Sơ đồ 2.2. Quy trình hoạt động kinh doanh của công ty GHD**



(Nguồn: Tự tổng hợp)

### **2.2.2. Quy trình hoạt động kinh doanh của công ty**

#### **Bước 1: Phân tích thị trường**

Phân tích thị trường do Tổng giám đốc và giám đốc kinh doanh của GHD phụ trách. Phân tích thị trường BĐS tổng giám đốc và giám đốc sẽ đánh giá và nghiên cứu về tình hình các yếu tố ảnh hưởng đến thị trường BĐS như cung và cầu, giá cả, xu

hướng phát triển, vị trí địa lý, chính sách pháp lý, tâm lý khách hàng, và các yếu tố kinh tế xã hội khác.

Việc phân tích thị trường BĐS của công ty là rất quan trọng để có cái nhìn tổng thể về tình hình thị trường. Tổng giám đốc có thể nắm bắt được những thông tin quan trọng và chiến lược kinh doanh của công ty để xây dựng kế hoạch phát triển cho tương lai.

Việc phân tích thị trường BĐS giúp tổng giám đốc và giám đốc kinh doanh đưa ra những quyết định chiến lược đúng đắn và hiệu quả, từ đó giúp công ty GHD tối ưu hóa lợi nhuận và phát triển bền vững trên thị trường. Đồng thời, việc này cũng giúp tạo ra sự tin tưởng từ phía nhân viên, đối tác và khách hàng về sự chuyên nghiệp và uy tín của công ty.

#### Bước 2: Tìm kiếm nguồn hàng

Giám đốc kinh doanh và tổng giám đốc xác định rõ mục tiêu kinh doanh và chiến lược phát triển của công ty trong lĩnh vực BĐS. Dựa vào đó để tìm kiếm nguồn hàng phù hợp với chiến lược và mục tiêu đó.

Giám đốc kinh doanh và tổng giám đốc tận dụng mối quan hệ của mình để tìm kiếm nguồn hàng BĐS thông qua việc liên hệ với các đối tác tiềm năng như chủ đầu tư, nhà phát triển, hoặc các đại lý bất động sản.

Tổng giám đốc và giám đốc kinh doanh của GHD thường xuyên tham gia các sự kiện, triển lãm BĐS để tiếp cận với các nhà đầu tư, chủ đầu tư, và các nguồn hàng bất động sản khác.

Các bước tiếp theo là do Phòng kinh doanh thực hiện

#### Bước 3: Đào tạo sản phẩm

Khi tổng giám đốc đã tìm kiếm và chọn lựa được nguồn hàng BĐS phù hợp cho công ty, việc triển khai đào tạo cho nhân viên là bước quan trọng để đảm bảo nhân viên hiểu rõ về dự án và có khả năng phát triển kế hoạch kinh doanh hiệu quả. Tổng giám đốc xác định mục tiêu cụ thể của sản phẩm, nội dung đào tạo liên quan đến dự án BĐS mới, và kế hoạch hành động cụ thể. Tổ chức buổi đào tạo cho nhân viên, bao gồm giới thiệu về dự án BĐS mới, cơ hội và thách thức, cách tiếp cận khách hàng, và



các kỹ năng cần thiết để thành công trong dự án. Tổng giám đốc sẽ giao nhiệm vụ cụ thể cho từng phòng ban để đảm bảo tiến trình của dự án.

Các bước tiếp theo là do Phòng kinh doanh thực hiện.

#### Bước 4: Tìm kiếm khách hàng

Bộ phận kinh doanh là bộ phận đảm nhiệm vai trò vô cùng quan trọng quyết định trực tiếp đến doanh số bán hàng của công ty. Bộ phận kinh doanh sẽ phải hợp để lập kế hoạch, triển khai và xây dựng chiến lược phát triển bất động sản theo yêu cầu của công ty cho từng dự án.

Trưởng phòng kinh doanh sẽ hệ thống lại tất cả thông tin của dự án và lên kế hoạch cho việc tìm kiếm khách hàng. Nhân viên kinh doanh cần phải hiểu rõ đối tượng mục tiêu của dự án BĐS để xác định các nguồn khách hàng tiềm năng. Nhân viên kinh doanh có thể sử dụng các công cụ truyền thông hiệu quả như mạng xã hội, các trang đăng tin BĐS, để tiếp cận khách hàng. Không chỉ tìm kiếm khách hàng trên internet, nhân viên kinh doanh cần chủ động thiết lập mối quan hệ với các công ty BĐS khác, mạng lưới bạn bè, người quen để tìm kiếm khách hàng. Ngoài ra công ty có thể chạy quảng cáo trên mạng xã hội, google ads,... để có lượng khách hàng quan tâm rồi tập trung chăm sóc khách hàng đó. Nhân viên kinh doanh cần tiếp cận khách hàng một cách chuyên nghiệp và tận tâm, tư vấn, hỗ trợ khách hàng trong quá trình mua bán BĐS.

BDS với mức giá từ 1-3 tỷ VND có phân khúc khách hàng trong BDS phù hợp là người độc thân, gia đình trẻ với mong muốn tìm một căn nhà nhỏ để an cư,...

BDS từ 3-10 tỷ VND phù hợp với những gia đình đông thành viên, tầng lớp trung lưu muốn có không gian ở rộng rãi và nhiều khách hàng muốn vừa ở vừa kinh doanh,...

BDS với phân khúc trên 10 tỷ thì chủ yếu là tầng lớp trung lưu, thượng lưu trong giới siêu giàu để thể hiện vị thế và đẳng cấp.

#### Bước 5: Tư vấn

Sau khi đã có được khách hàng quan tâm đến sản phẩm nhân viên kinh doanh cần:

Lắng nghe và hiểu nhu cầu của khách hàng: Trước khi cung cấp bất kỳ thông tin cụ thể nào, nhân viên kinh doanh cần lắng nghe kỹ nhu cầu, mong muốn và tình hình tài chính của khách hàng để tìm ra giải pháp phù hợp nhất.

Cung cấp thông tin chính xác và chi tiết: Sau khi hiểu rõ nhu cầu của khách hàng, nhân viên kinh doanh cần cung cấp thông tin về dự án BĐS một cách chi tiết, chính xác và đáng tin cậy để giúp khách hàng đưa ra quyết định đúng đắn.

Giải đáp thắc mắc và đưa ra lời khuyên chuyên nghiệp: Khi khách hàng có thắc mắc, nhân viên kinh doanh cần trả lời một cách rõ ràng và chi tiết, đồng thời cung cấp lời khuyên chuyên nghiệp dựa trên kiến thức và kinh nghiệm của mình.

Tạo môi trường thoải mái và chân thành: Nhân viên kinh doanh cần tạo một môi trường giao tiếp thoải mái, chân thành và tôn trọng để khách hàng cảm thấy tin tưởng và hài lòng.

Đề xuất giải pháp tổng thể: Đồng thời, nhân viên kinh doanh cần đề xuất giải pháp tổng thể cho khách hàng, bao gồm các tùy chọn, ưu nhược điểm và lợi ích của từng giải pháp để giúp khách hàng đưa ra quyết định cuối cùng.

Theo dõi và hỗ trợ sau bán hàng: Sau khi khách hàng đã quyết định mua bất động sản, nhân viên cần tiếp tục theo dõi và hỗ trợ khách hàng trong quá trình hoàn tất giao dịch để đảm bảo sự hài lòng từ phía khách hàng.

#### Bước 6: Xử lý từ chối

Chấp nhận và hiểu lý do từ chối: Đầu tiên, nhân viên cần chấp nhận và hiểu lý do mà khách hàng từ chối. Đôi khi, khách hàng có những lý do cá nhân hoặc không phù hợp với đặc điểm của BĐS. Nhân viên kinh doanh cần đối xử với khách hàng một cách tôn trọng và cảm ơn họ vì đã dành thời gian để xem xét nhưng không chấp nhận sản phẩm/dịch vụ. Cố gắng hỏi ý kiến từ khách hàng về lý do họ từ chối để có thể cải thiện trong tương lai. Đây cũng là cơ hội để nhận phản hồi và rút kinh nghiệm.

Nhân viên kinh doanh cần giữ liên lạc và duy trì mối quan hệ: Dù kết quả không như mong đợi, nhưng nhân viên kinh doanh vẫn nên giữ liên lạc và duy trì mối quan

hệ với khách hàng. Đôi khi, khách hàng sẽ có nhu cầu hoặc quan tâm tới sản phẩm/dịch vụ sau này.

#### Bước 7: Chốt khách

Giai đoạn chốt khách là quy trình quan trọng để hoàn tất giao dịch mua bán BĐS. Trước khi chốt khách, nhân viên kinh doanh cần hiểu rõ nhu cầu và mong muốn của khách hàng. Điều này giúp họ đưa ra các lựa chọn phù hợp và tư vấn một cách chuyên nghiệp. Đảm bảo rằng tất cả các thông tin và tài liệu liên quan đến BĐS đã được chuẩn bị sẵn để trình bày cho khách hàng. Điều này giúp tạo niềm tin và sự chuyên nghiệp trong quá trình chốt khách. Dựa trên nhu cầu của khách hàng, nhân viên kinh doanh cần đề xuất các giải pháp phù hợp và tham gia vào quá trình thương lượng với khách hàng. Khi đã đạt được thỏa thuận với khách hàng, nhân viên kinh doanh sẽ liên hệ với phòng kế toán của công ty để lập hợp đồng mua bán và hướng dẫn khách hàng thực hiện các thủ tục giao dịch cần thiết. Phòng kế toán sẽ theo dõi và hỗ trợ sau chốt khách trong quá trình hoàn tất giao dịch để đảm bảo sự hài lòng và giao dịch thành công.

#### Bước 8: Chăm sóc khách hàng sau bán

Chăm sóc khách hàng sau bán là một phần quan trọng trong quá trình kinh doanh BĐS, vì nó giúp xây dựng mối quan hệ lâu dài và tạo ra cơ hội cho việc tái mua hoặc giới thiệu khách hàng mới. Nhân viên kinh doanh cần duy trì mối liên hệ thường xuyên và chủ động với khách hàng sau khi giao dịch đã hoàn tất. Việc gửi email, điện thoại hoặc thậm chí thăm khách hàng trực tiếp để hỏi thăm về sự hài lòng của họ là rất quan trọng. Nhân viên kinh doanh cần sẵn sàng hỗ trợ khách hàng trong mọi vấn đề giải đáp thắc mắc, hướng dẫn về các vấn đề liên quan đến BĐS và cung cấp thông tin hữu ích về thị trường. Nhân viên kinh doanh có thể thông báo về các dự án mới, chương trình khuyến mãi hoặc cơ hội đầu tư khác mà khách hàng có thể quan tâm.

### **2.3. Các chỉ tiêu chi tiết ảnh hưởng đến doanh thu và lợi nhuận của Công ty**

### 2.3.1. Doanh thu

**Bảng 2.2. Doanh thu của công ty năm 2022-2023**

*Đơn vị tính: VND*

<b>Chỉ tiêu</b>	<b>Năm 2022</b>	<b>Năm 2023</b>	<b>Chênh lệch tuyệt đối</b>	<b>Chênh lệch tương đối (%)</b>
Doanh thu thuần về bán hàng và cung cấp dịch vụ	6,854,935,165	6,678,336,983	-176,598,182	-2.57

*(Nguồn: Tự tổng hợp)*

Doanh thu thuần về bán hàng và cung cấp dịch vụ của doanh nghiệp năm 2022 là 6,854,935,165 đồng và năm 2023 là 6,678,336,983 đồng. Tất cả doanh thu của doanh nghiệp đến từ doanh thu bán hàng và cung cấp dịch vụ. Doanh thu của công ty GHD đến từ % hoa hồng bán được các sản phẩm BĐS. Kết quả doanh thu cho thấy năm 2023 doanh thu giảm 176,598,182 triệu đồng so với năm 2022. Sau giai đoạn bùng nổ 2020 – 2021, thị trường đi vào trạng thái trầm lắng từ nửa cuối năm 2022 với sự sụt giảm mạnh trong cả nguồn cung, nguồn cầu và lượng giao dịch. Bước sang năm 2023, khó khăn bao trùm toàn thị trường BĐS. Lượng giao dịch BĐS của doanh nghiệp đã sụt giảm mạnh so với giai đoạn trước, nhiều tháng liền không phát sinh giao dịch. Một số dự án, khu vực rơi vào tình trạng mất thanh khoản dù giảm giá bán. Nguồn vốn bị thắt chặt đột ngột khiến tiến độ nhiều dự án bị đình trệ. . Doanh thu thuần của công ty có chênh lệch tuyệt đối năm 2022 và năm 2023 là -2,57% điều này có thể dẫn đến giảm lợi nhuận, tăng nợ nần và khó khăn trong việc thu hồi vốn đầu tư. Ngoài ra, doanh nghiệp cũng có thể phải đối mặt với áp lực từ các ngân hàng và nhà đầu tư.

### 2.3.2. Lợi nhuận

**Bảng 2.3. Lợi nhuận của công ty năm 2022-2023**

*Đơn vị tính: VND*

Chỉ tiêu	Năm 2022	Năm 2023	Chênh lệch tuyệt đối	Chênh lệch tương đối (%)
1. Lợi nhuận trước thuế	256,466,495	207,292,031	-49,174,464	-19.17
2. Lợi nhuận sau thuế	205,173,196	165,833,624	-39,339,572	-19.17

*(Nguồn: Tự tổng hợp)*

Lợi nhuận thuần 2022 của doanh nghiệp là 213,789,315 đồng và năm 2023 là 194,892,031 đồng. Lợi nhuận chính đến từ việc mua bán và cho thuê các loại bất động sản như căn hộ, nhà phố, văn phòng,...Cụ thể, lợi nhuận thuần năm 2023 đạt gần 195 triệu đồng, giảm 8,8% so với năm 2022. Lợi nhuận thuần giảm có thể làm giảm khả năng của doanh nghiệp trong việc huy động vốn từ các nguồn khác nhau, gây khó khăn trong việc đầu tư vào các dự án mới và phát triển kinh doanh đối với doanh nghiệp. Chi phí bỏ ra chạy quảng cáo, trả lương nhân viên đang là rất lớn. Có thể thấy rõ việc kinh doanh của công ty đang không hiệu quả.

Lợi nhuận trước thuế của năm 2022 là 256,466,495 đồng và năm 2023 là 207,292,031 đồng có chênh lệch tuyệt đối là -49,174,464. Có thể thấy năm 2023 công ty đã thu được lợi nhuận sau thuế ít hơn 19.17% so với năm 2022. Điều này đã ảnh hưởng đến tình hình tài chính của công ty, gây khó khăn trong việc chi trả các khoản nợ, tiền lương nhân viên, hoặc đầu tư vào các dự án phát triển mới.

### 2.3.3. Tỷ suất lợi nhuận sau thuế trên doanh thu (Return on Sales – ROS)

**Bảng 2.4. ROS của công ty năm 2022-2023**

*Đơn vị tính: VND*

Chỉ tiêu	Năm 2022	Năm 2023
1. Lợi nhuận sau thuế	205,173,196	165,833,642
2. Doanh thu thuần	6,854,935,165	6,678,336,983
3. ROS(%)	2.99	2.48

*(Nguồn: Tự tổng hợp)*

ROS là chỉ số có vai trò quan trọng trong quá trình đánh giá mức độ kiểm soát chi phí của doanh nghiệp.

Năm 2022 ROS là 2.99% cho biết rằng trong năm 2022 doanh nghiệp với 100 đồng doanh thu thuần thì tạo ra 2.99 đồng lợi nhuận sau thuế. Năm 2023 giảm so với năm 2022 chỉ còn 2.48% cho biết trong năm 2023 doanh nghiệp với 100 đồng doanh thu thuần thì tạo ra 2.48 đồng lợi nhuận sau thuế.

Qua số liệu cho thấy chỉ số khá thấp, chứng tỏ doanh nghiệp kiểm soát chi phí là chưa tốt. Nguyên nhân dẫn đến hệ số ROS kém như vậy do chi phí bán hàng và chi phí quản lý doanh nghiệp chưa tốt, các chi phí trong cả 2 năm đều rất cao, con số gần như bằng doanh thu mà doanh nghiệp có được.

Năm 2023 giảm so với năm 2022 là do doanh thu bán hàng và cung cấp dịch vụ giảm, do đặc thù của các doanh nghiệp BĐS thì năm 2023 là năm biến động gây nhiều khó khăn, thách thức đối các doanh nghiệp BĐS nên đây có thể là nguyên nhân dẫn đến doanh thu của doanh nghiệp đã giảm đi, nhưng giảm không quá nhiều. Doanh nghiệp cần đưa ra các biện pháp tăng doanh thu của mình đồng thời kiểm soát lại các khoản chi phí.

### 2.3.4. Tỷ suất lợi nhuận sau thuế trên vốn chủ sở hữu (Return on Equity – ROE)

ROE là một chỉ số quan trọng trong phân tích tài chính, được sử dụng để đo lường hiệu quả của việc sử dụng vốn chủ sở hữu của một công ty để tạo ra lợi nhuận.

Vốn chủ sở hữu của công ty là 2,000,000,000 (2 tỷ VNĐ).

**Bảng 2.5. ROE của công ty năm 2022-2023**

*Đơn vị tính: VND*

<b>Chỉ tiêu</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>
1. Lợi nhuận sau thuế	205,173,196	165,833,624
2. Vốn chủ sở hữu	2,000,000,000	2,000,000,000
3. ROE (%)	10.26	8.29

*(Nguồn: Tự tổng hợp)*

ROE là chỉ tiêu có vai trò quan trọng trong quá trình bảo đảm an toàn và phát triển vốn của doanh nghiệp. Chỉ số này cao chứng tỏ hiệu quả sử dụng vốn của doanh nghiệp tốt, góp phần nâng cao khả năng đầu tư của doanh nghiệp.

Năm 2022 là 10.26% cho biết trong kỳ phân tích cứ doanh nghiệp đầu tư 100 đồng vốn chủ sở hữu thì thu được 10.26 đồng lợi nhuận sau thuế. Bước sang năm 2023 chỉ tiêu này chỉ còn 8.29% thấp hơn so với năm 2022 cho biết trong năm 2023 doanh nghiệp đầu tư 100 đồng vốn chủ sở hữu thì thu được 8.29 đồng lợi nhuận sau thuế.

Năm 2023 chỉ tiêu ROE giảm xuống như thế chứng tỏ hiệu quả sử dụng vốn của doanh nghiệp đang không tốt. Vấn đề chính công ty cần quan tâm là tăng cường quản lý vốn và tài sản để nâng cao doanh thu và lợi nhuận. Nguyên nhân chính do tình hình thị trường của bất động sản trong năm 2023, khó khăn bao trùm toàn bộ thị trường, tình trạng nhà đầu tư rao bán cắt lỗ, giảm giá diễn ra rầm rộ, vậy nên doanh nghiệp cũng bị ảnh hưởng một phần không nhỏ trước tình hình biến động chung của ngành như vậy.

### 2.3.5. Tỷ suất lợi nhuận sau thuế trên vốn kinh doanh (Return on asset – ROA)

**Bảng 2.6. ROA của công ty năm 2022-2023**

*Đơn vị tính: VND*

Chỉ tiêu	2022	2023
1. Tổng tài sản bình quân	20,454,551,347	20,778,108,560
2. Lợi nhuận sau thuế	205,173,196	165,833,624
3. ROA(%)	1	0.8

*(Nguồn: Tự tổng hợp)*

Chỉ tiêu thể hiện khả năng tạo ra lợi nhuận sau thuế của tài sản mà doanh nghiệp mà doanh nghiệp sử dụng cho hoạt động kinh doanh.

Năm 2022 ROA là 1% cho biết doanh nghiệp đầu tư 100 đồng tài sản thì thu được 1 đồng lợi nhuận sau thuế. Năm 2023 giảm so với năm 2022 chỉ còn 0.8% cho biết cứ 100 đồng tài sản thì doanh nghiệp thu được 0.8 đồng lợi nhuận sau thuế.

Qua số liệu ta thấy chỉ số ROA của doanh nghiệp trong 2 năm 2022 và 2023 khá thấp. Cho thấy các nguồn lực của doanh nghiệp chưa được khai thác hiệu quả.

## 2.4. Các nhân tố ảnh hưởng đến hoạt động kinh doanh của Công ty Cổ phần Đầu tư Global Housing D

### 2.4.1. Nhân tố vĩ mô

- Môi trường nhân khẩu học

BDS là để phục vụ cho nhu cầu của con người và đa phần các hoạt động của con người đều ở trong hoặc trên các BDS. Do vậy, các yếu tố về nhân khẩu học học bao gồm: số dân, tốc độ tăng, cơ cấu dân số, mức thu nhập, tình trạng nhập cư hay xuất cư... tác động đến nhu cầu và giá bất động sản. Sự thay đổi dân số học trong ngắn và dài hạn sẽ tác động đến thị trường BDS.

Ví dụ: Làn sóng nhập cư đông đảo đến Hà Nội đi làm, đi học làm cho nhu cầu về BDS tăng lên rất nhiều. Nhiều người đến làm thuê chưa có khả năng sở hữu nhà ở nên nhu cầu thuê nhà rất cao. Điển hình nhất là quá trình di cư và đô thị hóa ở các quốc



gia, khi người dân đổ xô đến các đô thị để tìm kiếm cơ hội việc làm thì nhu cầu nhà ở ở đó tăng lên.

- Môi trường kinh tế

BDS là những tài sản có giá trị lớn. Do vậy, tín dụng đóng một vai trò hết sức quan trọng đối với cả bên cung và bên cầu. Các nhà phát triển BDS cũng như GHD cần phải huy động vốn rất nhiều để có thể tạo ra các sản phẩm; và người tiêu dùng cũng thường phải vay để trả cho việc mua các BDS.

Lãi suất – giá cả của đồng vốn – có tác động rất lớn đến việc vay vốn của các bên liên quan trong thị trường BDS. Lãi suất cao dẫn đến chi phí vốn cao sẽ làm giảm nhu cầu vay vốn của người mua BDS cũng như những doanh nghiệp phát triển BDS và ngược lại. Lãi suất cao đẩy rủi ro rất lớn không chỉ cho bên cung và bên cầu của thị trường mà còn cho cả nền kinh tế.

Trong giữa thập niên 2000, việc cung tiền quá mức đã dẫn đến bong bóng tài sản ở Việt Nam và trực trặc đã xảy ra sau đó. Một chính sách tiền tệ hợp lý (tránh giạt cực) để thị trường BDS hoạt động lành mạnh và ổn định là hết sức quan trọng.

Ví dụ: Một hộ gia đình vay 2 tỉ đồng cho việc sở hữu căn hộ của mình và trả lãi cộng gốc trong vòng 20 năm. Khi lãi suất khoảng 6%/năm thì mỗi tháng sẽ phải trả khoảng 14,3 triệu đồng. Nếu lãi suất tăng lên 12% thì số tiền phải trả là hơn 22 triệu đồng mỗi tháng. Đây là một gánh nặng trở nên quá lớn đối với hộ gia đình đó. Điều này đang thể hiện rất rõ ở Việt Nam hiện nay.

Nền kinh tế có tác động rất lớn đến giá trị các BDS nói riêng, thị trường BDS nói chung. Các chỉ tiêu kinh tế cơ bản gồm: tăng trưởng GDP, các dữ liệu về việc làm, hoạt động sản xuất, giá cả các loại hàng hóa. Nền kinh tế tăng trưởng tốt thì thị trường BDS sẽ sôi động và giá bất động sản sẽ tăng; trái lại, khi nền kinh tế đình đốn thì các hoạt động của thị trường BDS cũng trầm lắng, thậm chí là đóng băng.

Các loại BDS khác nhau có mức độ nhạy cảm với hoạt động của nền kinh tế ở các mức độ khác nhau. BDS nghỉ dưỡng thường rất nhạy cảm với nền kinh tế. Việc nghỉ ngơi hay du lịch của số đông thường là hạng mục đầu tiên được tiết giảm khi nền kinh tế khó khăn. Trái lại, BDS văn phòng thường ổn định hơn vì khách thuê thường

ký các hợp đồng gắn với các hoạt động dài hạn có mức độ thay đổi vừa phải khi nền kinh tế ở những trạng thái khác nhau.

Tiêu dùng, tiết kiệm và đầu tư là những thông số có tác động rất lớn đến thị trường BĐS. Tiêu dùng cao vào các hoạt động vui chơi và nghỉ dưỡng sẽ làm nhu cầu của BĐS trong lĩnh vực này cao hơn và sẽ đẩy giá cao hơn. Người dân tiết kiệm nhiều và muốn đầu tư từ các khoản tiết kiệm (chủ yếu là BĐS) sẽ làm cho nhu cầu về nhà ở cùng với giá của chúng tăng cao.

#### - Môi trường pháp lý

Các chính sách của nhà nước tác động rất lớn đến thị trường BĐS. Ngoài công cụ tiền tệ, các chính sách có thể kể đến gồm: thuế khóa, trợ cấp, đầu tư cơ sở hạ tầng và quy hoạch.

Trợ cấp của nhà nước vào các phân khúc nhất định như nhà ở giá phải chăng hay nhà ở cho các gia đình thu nhập thấp sẽ thúc đẩy cả cung và cầu làm cho thị trường sôi động hơn. Giá cả của các BĐS sẽ tăng hay giảm tùy thuộc vào mức tăng tương đối giữa cung và cầu.

Đối với chính sách thuế khóa, tác động của chúng với thị trường và giá trị của các BĐS sẽ ở hai thái cực khác nhau. Nếu nhà nước đánh thuế và sử dụng tiền thuế vào các hoạt động không liên quan đến BĐS như trợ cấp các vùng khó khăn hơn thì sẽ tác động tiêu cực đến thị trường BĐS, lượng giao dịch sẽ giảm. Giá bất động sản sẽ tăng, nhưng phần nhận được của người bán sẽ ít hơn so với không có thuế và người mua sẽ phải trả giá cao hơn khi có thuế.

Nếu nhà nước đánh thuế và sử dụng chúng để cung cấp các tiện ích liên quan như giáo dục, duy tu bảo dưỡng các hạ tầng dùng chung thì thường có tác động tích cực đến giá các BĐS và các hoạt động của thị trường. Điều này được thể hiện rất rõ ở các nước phát triển, nhất là Mỹ. Trường học là một nhân tố hết sức quan trọng quyết định đến việc mua nhà của các hộ gia đình. Khi giá nhà cao, mức thuế BĐS cao mà Nhà nước dùng tiền đó đầu tư nhiều cho các trường học và nâng cao chất lượng thì sẽ làm cho nhiều hộ gia đình khá giả chuyển đến hơn, tạo vòng xoáy đi lên và ngược lại.

Đầu tư cơ sở hạ tầng của nhà nước có tác động rất lớn đến những bất động sản được hưởng lợi trực tiếp từ cơ sở hạ tầng. Hơn thế, nếu các hạ tầng được đầu tư hiệu

quả, kích thích tăng trưởng kinh tế sẽ tạo ra vòng xoáy đi lên hay chu kỳ tăng tiếp theo của BĐS.

Quy hoạch và chính sách sử dụng đất có tác động rất lớn đến thị trường BĐS. Điều này đặc biệt rõ đối với Việt Nam. Các chính sách chuyển đổi hạn chế và chặt chẽ từ đất nông nghiệp sang phi nông nghiệp làm cho nguồn cung hạn chế dẫn đến giá BĐS tăng cao. Quy hoạch không hợp lý với nhiều quy hoạch treo (không thể thực thi) cũng làm cho nguồn cung BĐS hạn chế đẩy giá lên cao.

Môi trường pháp lý gắn liền với các hoạt động ban hành và thực thi pháp luật từ các bộ luật đến các văn bản dưới luật. Mọi quy định pháp luật về kinh doanh BĐS đều tác động trực tiếp đến kết quả và hiệu quả kinh doanh BĐS của doanh nghiệp.

Tính nghiêm minh của pháp luật thể hiện trong môi trường kinh doanh thực tế ở mức độ nào cũng tác động mạnh mẽ đến kết quả và hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp BĐS. Sẽ chỉ có kết quả và hiệu quả tích cực nếu môi trường kinh doanh mà mọi thành viên đều tuân thủ pháp luật. Nếu ngược lại, nhiều doanh nghiệp sẽ lao vào con đường làm ăn bất chính, trốn lậu thuế,...làm cho môi trường kinh doanh không còn lành mạnh. Trong môi trường này, nhiều khi kết quả và hiệu quả kinh doanh không do các yếu tố nội lực từng doanh nghiệp quyết định dẫn đến những thiệt hại rất lớn về kinh tế và làm xói mòn đạo đức xã hội.

#### **2.4.2. Nhân tố vi mô**

- Khách hàng

Phân khúc khách hàng xác định cách phân chia hoặc tập hợp khách hàng thành các nhóm nhỏ, nhằm phục vụ cho quá trình phát triển sản phẩm hoặc xây dựng chiến lược truyền thông của GHD.

Tùy vào từng lĩnh vực, mục tiêu của chiến dịch mà tiêu chí để phân chia là khác nhau. Một phân khúc khách hàng BĐS hoàn chỉnh bao gồm các yếu tố:

- Có thể đo lường thông qua các công cụ để thu thập, phân tích, dự báo và được cụ thể bằng những con số.
- Phạm vi khách hàng đủ lớn để thu lại lợi nhuận.
- Không có sự biến đổi trong một khoảng thời gian ngắn.

- Phù hợp với chiến lược truyền thông của dự án BĐS.
- Đồng nhất và phù hợp với chiến lược kinh doanh của cả tổ chức/doanh nghiệp.

Khách hàng trên thị trường nhiều vô kể, thế nhưng không phải ai cũng sẽ là khách hàng mục tiêu của một dự án BĐS. Vì vậy, việc xác định phân khúc khách hàng trong BĐS chính là việc đánh dấu phạm vi những người có khả năng trở thành khách hàng tiềm năng.

Khi đã xác định được phân khúc khách hàng ở đâu, GHD sẽ tiết kiệm được một khoản lớn về thời gian, công sức, chi phí vì không phải thực hiện chiến dịch tiếp thị, kinh doanh đến những nhóm khách hàng khác. Phân khúc khách hàng trong BĐS theo mục đích mua, bao gồm: mua BĐS để ở, mua để dành cho tương lai và mua để đầu tư.

Khách hàng mua để ở: Nhóm khách hàng này yêu cầu chủ yếu về diện tích, mức giá, tiện ích nội ngoại khu và thời gian vào ở. Với nhóm khách hàng này thì nhân viên kinh doanh nên tập trung về tiện ích đi kèm, đồng thời làm rõ tất cả các vấn đề về pháp lý.

Khách hàng mua để dành: Thông thường, các bậc cha mẹ sẽ mua BĐS để tặng con cái. Họ sẽ chú ý tới những khu vực trung tâm hoặc ở ven đô, có tiềm năng sầm uất và phát triển trong tương lai. Một số yếu tố khác mà người mua phân khúc này quan tâm khi mua BĐS là vị trí, tiện ích và an ninh,..

Nhà đầu tư: Đây là phân khúc khách hàng trong BĐS am hiểu sâu sắc về sản phẩm và thị trường. Khi đó nhân viên kinh doanh cần tư vấn thêm về các vấn đề mang tính pháp lý. Với nhóm khách hàng này, tập trung giới thiệu các dự án mới triển khai, có tiềm năng sinh lời cao hoặc nằm tại các khu vực tăng trưởng nóng.

#### - Đối thủ cạnh tranh

Với nền kinh tế ngày càng phát triển như hiện nay thì sự cạnh tranh giữa các ngành nghề là điều không tránh khỏi, nhất là ngành BĐS, sự cạnh tranh giữa các công ty khác nhau, giữa các chủ đầu tư, thậm chí là các sales làm cùng một công ty đang diễn ra hàng ngày. Cùng là một dự án nhưng có rất nhiều nhân viên kinh doanh đến từ các sàn khác nhau, cũng giống như miếng bánh ngọt mà bao người muốn thưởng thức.

Các đối thủ lớn trên thị trường BĐS hiện nay: Vinhomes, Đất xanh miền Bắc, Novaland, Hưng Thịnh,.....

- Nhân lực

Nhân lực là yếu tố cốt lõi trong mọi hoạt động của các loại hình doanh nghiệp, quyết định sự thành công hay không của doanh nghiệp. Trong công ty GHD yếu tố này cực kỳ quan trọng vì mọi quyết định liên quan đến quá trình quản trị chiến lược đều do con người quyết định, khả năng cạnh tranh trên thị trường mạnh hay yếu, văn hóa tổ chức tốt hay chưa tốt... đều xuất phát từ con người. Vì vậy, con người là yếu tố đầu tiên trong các nguồn lực mà các nhà quản trị của các doanh nghiệp BĐS có định hướng kinh doanh lâu dài cần xem xét, phân tích để quyết định nhiệm vụ, mục tiêu và những giải pháp cần thực hiện.

Ví dụ: Muốn phát triển thêm dịch vụ mới, mở chi nhánh kinh doanh mới, hoặc dự án mới xác định các mục tiêu tăng trưởng nhanh nhà quản trị doanh nghiệp cần phải biết chắc chắn những khả năng về nhân lực hiện tại và mới tuyển dụng có thể đáp ứng được các yêu cầu hay không. Những đối tượng và những vấn đề chủ yếu cần phân tích về nguồn nhân lực bao gồm: nhà quản trị các cấp và người thừa hành.

Việc phân tích nguồn nhân lực thường xuyên là cơ sở giúp các doanh nghiệp GHD đánh giá kịp thời các điểm mạnh và điểm yếu của các thành viên trong tổ chức so với yêu cầu về tiêu chuẩn nhân sự trong từng khâu công việc và so với nguồn lực của đối thủ cạnh tranh nhằm có kế hoạch bố trí sử dụng hợp lý nguồn nhân sự hiện có. Đồng thời việc đánh giá khách quan sẽ giúp GHD chủ động thực hiện việc đào tạo và tái đào tạo cho các thành viên của doanh nghiệp từ nhà quản trị cấp cao đến

người thừa hành nhằm bảo đảm thực hiện chiến lược thành công lâu dài và luôn thích nghi với những yêu cầu về nâng cao liên tục chất lượng con người trong nền kinh tế hiện nay.

- Công nghệ kỹ thuật và ứng dụng tiến bộ kỹ thuật

Công nghệ quyết định năng suất lao động và chất lượng sản phẩm. Máy móc thiết bị là công cụ mà con người sử dụng để tác động vào đối tượng lao động. Sự hoàn thiện của máy móc, thiết bị, công cụ lao động gắn bó chặt chẽ với quá trình tăng năng suất lao động, tăng sản lượng, chất lượng sản phẩm và hạ giá thành sản phẩm. Do vậy,

công nghệ kỹ thuật là nhân tố hết sức quan trọng tạo ra tiềm năng năng suất, chất lượng, tăng hiệu quả kinh doanh.

Ngày nay công nghệ kỹ thuật phát triển nhanh chóng, chu kỳ công nghệ ngày càng ngắn hơn và tính chất ngày càng hiện đại hơn càng ngày công nghệ càng đóng vai trò to lớn, mang tính chất quyết định đối với việc nâng cao năng suất, chất lượng, giảm chi phí kinh doanh. Cần phải tìm ra các giải pháp đầu tư đúng đắn, chuyển giao công nghệ phù hợp với trình độ công nghệ tiên tiến của thế giới, bồi dưỡng và đào tạo lực lượng lao động làm chủ được công nghệ kỹ thuật hiện đại để tiến tới chỗ ứng dụng kỹ thuật ngày càng tiên tiến, sáng tạo công nghệ kỹ thuật mới...làm cơ sở cho việc nâng cao hiệu quả kinh doanh của GHD.

#### **2.4.3. Nhân tố nội bộ của công ty**

##### **- Nhân tố quản trị doanh nghiệp**

Nhân tố quản trị đóng vai trò quan trọng đối với hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp BĐS. Quản trị tác động đến việc xác định hướng đi đúng đắn cho doanh nghiệp trong môi trường kinh doanh ngày càng biến động. Chất lượng của chiến lược kinh doanh là nhân tố đầu tiên và quan trọng nhất quyết định đến sự thành công, đến hiệu quả kinh doanh cao hay ngược lại, dẫn đến thất bại, kinh doanh phi hiệu quả của một doanh nghiệp. Định hướng đúng và luôn định hướng đúng là cơ sở để đảm bảo hiệu quả lâu dài của doanh nghiệp BĐS.

Muốn tồn tại và phát triển thì công ty GHD phải chiến thắng với các đối thủ cạnh tranh. Các lợi thế về chất lượng và sự khác biệt hóa sản phẩm BĐS, giá cả và tốc độ cung ứng đảm bảo cho doanh nghiệp chiến thắng trong cạnh tranh phụ thuộc chủ yếu vào nhãn quan và khả năng quản trị của các nhà quản trị doanh nghiệp BĐS.

Trong quá trình kinh doanh, quản trị doanh nghiệp khai thác và thực hiện phân bổ các nguồn lực sản xuất. Chất lượng của hoạt động phân bổ nguồn lực cũng là nhân tố quan trọng ảnh hưởng đến hiệu quả kinh doanh của mỗi thời kỳ.

Phẩm chất và tài năng của đội ngũ các nhà quản trị mà đặc biệt là các nhà quản trị cao cấp có vai trò quan trọng bậc nhất, ảnh hưởng có tính quyết định đến thành bại của GHD. Kết quả và hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp phụ thuộc rất lớn vào trình độ chuyên môn của đội ngũ các nhà quản trị cũng như cơ cấu tổ chức bộ máy quản trị;

phụ thuộc vào việc xác định chức năng, nhiệm vụ, quyền hạn của từng bộ phận, cá nhân và thiết lập các mối quan hệ giữa các bộ phận trong tổ chức.

## **2.5. Đánh giá chung về thực trạng hoạt động kinh doanh của Công ty Cổ phần Global Housing D.**

### **2.5.1. Những kết quả đạt được**

Qua thời gian làm việc thực tế tác giả nhận thấy:

- Phòng kinh doanh đã có quan hệ rất tốt với các đối tác để tìm kiếm những dự án chất lượng.

- Ban lãnh đạo, đội ngũ nhân viên có bằng cấp, thái độ làm việc tốt.

- Công ty rất chú trọng đến thủ tục trong các giao dịch. Công ty đã cố gắng rút gọn các thủ tục rườm rà để tránh mất nhiều thời gian và tiết kiệm chi phí cho các bên. Điều này được khách hàng đánh giá rất cao.

- Đào tạo kỹ lưỡng khi có dự án mới.

- Các phòng, ban trong công ty luôn giúp đỡ, tương trợ lẫn nhau.

### **2.5.2. Những hạn chế**

- Quy trình chăm sóc khách hàng chưa đầy đủ

- Thông tin dự án khó tìm kiếm

- Hệ thống thông tin công ty chưa hoàn thiện

- Phòng Marketing đang làm việc chưa được hiệu quả lắm, số tiền bỏ ra chạy quảng cáo rất lớn nhưng hiệu quả lại không cao.

- Phạm vi hoạt động hẹp,

- Đội nhóm ít nên khó có thể lập teams để hỗ trợ nhau trong công việc.

- Nguồn vốn ít

### **2.5.3. Nguyên nhân dẫn đến những hạn chế**

Nguyên nhân chủ quan của GHD dẫn đến các hạn chế có thể bao gồm:

Thiếu chiến lược và quản lý: Do không có một chiến lược phát triển rõ ràng và cụ thể, cũng như việc thiếu kế hoạch quản lý đúng đắn, doanh nghiệp có thể gặp khó khăn trong việc định hướng và điều hành hoạt động của mình.

Thiếu hiểu biết về thị trường: Không nắm vững thông tin về thị trường bất động sản, bao gồm nhu cầu của khách hàng, xu hướng phát triển, giá cả cũng như cạnh tranh, có thể khiến doanh nghiệp gặp khó khăn trong việc đáp ứng nhu cầu thị trường và tạo ra sản phẩm phù hợp.

Tiếp cận khách hàng không hiệu quả: Việc thiếu phương pháp tiếp cận và tương tác với khách hàng đúng đắn có thể khiến doanh nghiệp không thể tạo ra mối quan hệ tốt với khách hàng, dẫn đến việc mất khách hàng và doanh thu.

Thương hiệu yếu: Nếu doanh nghiệp chưa đầu tư đúng vào việc xây dựng và phát triển thương hiệu, khả năng thu hút và giữ chân khách hàng sẽ bị ảnh hưởng, từ đó gây ra các hạn chế trong phát triển doanh nghiệp.

Thiếu sáng tạo: Không đầu tư đầy đủ vào nghiên cứu và phát triển, cũng như không khuyến khích sự sáng tạo từ nhân viên, doanh nghiệp bất động sản gặp khó khăn trong việc tạo ra sản phẩm mới và khác biệt để cạnh tranh trên thị trường.

Quản lý tài chính không hiệu quả: Thiếu quản lý tài chính chặt chẽ, chi phí quá cao không đi đôi với doanh thu hoặc không kiểm soát được rủi ro tài chính cũng có thể dẫn đến các hạn chế trong hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp.

Tóm lại, những nguyên nhân chủ quan như thiếu chiến lược, hiểu biết thị trường, tiếp cận khách hàng, thương hiệu yếu, sáng tạo cũng như quản lý tài chính không hiệu quả đều có thể dẫn đến các hạn chế trong phát triển của doanh nghiệp.

Nguyên nhân khách quan dẫn đến các hạn chế của GHD có thể bao gồm:

Tình hình kinh tế và thị trường bất động sản không ổn định: Biến động trên thị trường bất động sản, tình hình kinh tế chung không ổn định có thể tạo ra rủi ro và khó khăn cho doanh nghiệp, từ việc tăng giá nguyên vật liệu đến sự biến động trong nhu cầu và giá bất động sản.

Chính sách và quy định pháp lý thay đổi: Thay đổi trong chính sách và quy định pháp lý có thể ảnh hưởng đến hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp bất động sản, từ quy định về xây dựng, quy hoạch đô thị đến thuế và các chỉ tiêu môi trường.



Cạnh tranh gay gắt: Sự cạnh tranh gay gắt từ các doanh nghiệp khác trên thị trường có thể khiến doanh nghiệp bất động sản gặp khó khăn trong việc thu hút khách hàng, giữ chân khách hàng cũ, cũng như tạo ra sản phẩm/dịch vụ cạnh tranh.

Khả năng hấp thụ của thị trường: Nhu cầu thị trường không đáp ứng đủ với khả năng cung ứng của doanh nghiệp cũng có thể gây ra hạn chế trong phát triển, từ việc dư thừa hàng hóa đến việc không thể tìm được khách hàng tiềm năng.

Tăng giá nguyên vật liệu: Sự tăng giá nguyên vật liệu xây dựng như xi măng, sắt thép, gỗ... có thể ảnh hưởng đến chi phí sản xuất và tạo ra áp lực tài chính cho doanh nghiệp.

Tóm lại, những nguyên nhân khách quan như tình hình kinh tế không ổn định, chính sách và quy định pháp lý thay đổi, cạnh tranh gay gắt, khả năng hấp thụ thị trường, tác động của yếu tố tự nhiên và tăng giá nguyên vật liệu đều có thể dẫn đến các hạn chế trong phát triển của doanh nghiệp bất động sản. Việc nắm bắt và định hình chiến lược phù hợp sẽ giúp doanh nghiệp vượt qua các thách thức này và phát triển bền vững trên thị trường.

## KẾT LUẬN CHƯƠNG 2

Dựa trên cơ sở lý luận đã trình bày tại chương 1 của dự án, tác giả đã phân tích thực trạng hoạt động kinh doanh tại công ty GHD ở chương 2. Đầu tiên, tác giả đã trình bày khái quát về công ty GHD. Dựa vào phần cơ sở lý luận đã trình bày ở chương 1, tác giả đã phân tích các chỉ tiêu ảnh hưởng đến doanh thu và lợi nhuận của công ty qua số liệu về doanh thu, lợi nhuận, ROA, ROE, ROS so sánh giữa báo cáo tài chính của 2 năm 2022-2023. Cùng với đó tác giả đã phân tích các nhân tố ảnh hưởng đến hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp. Dựa vào những số liệu và thời gian đi làm thực tế tại công ty, tác giả đã đưa ra những đánh giá chung về thực trạng hoạt động kinh doanh của công ty những gì đã đạt được và chưa đạt được. Thực trạng của chương 2 sẽ là yếu tố quan trọng để đưa ra những giải pháp cho GHD ở chương 3.

## **CHƯƠNG 3: GIẢI PHÁP NÂNG CAO HIỆU QUẢ HOẠT ĐỘNG KINH DOANH CỦA CÔNG TY CỔ PHẦN ĐẦU TƯ GLOBAL HOUSING D.**

### **3.1. Phương hướng phát triển hoạt động kinh doanh Công ty Cổ phần Đầu tư Global Housing D.**

Để giữ được sự tăng trưởng ổn định và bứt phát trong thời gian tới, Công ty Cổ phần đầu tư Global Housing D quan niệm rằng thỏa mãn sự hài lòng của khách hàng là mục tiêu phấn đấu và lấy hiệu quả kinh tế là thước đo cho sự phát triển ổn định và bền vững của Công ty.

Căn cứ tình hình thị trường bất động sản trong những năm tới và tiềm năng, thế mạnh của công ty, định hướng, mục tiêu phát triển và kế hoạch sản xuất kinh doanh của công ty trong giai đoạn 2025 -2030 như sau:

- Xây dựng và phát triển Công ty GHD trở thành công ty kinh doanh bất động sản mạnh, đa sở hữu, đa ngành nghề, đa dạng hóa sản phẩm, lấy hiệu quả kinh tế làm động lực để phát triển bền vững, có tính cạnh tranh cao.

- Tập trung đầu tư mở rộng và phát triển thị trường trong nước, trong khu vực và trên thế giới các sản phẩm: Khu đô thị, khách sạn, văn phòng,...

- Phát huy cao độ mọi nguồn lực để nâng cao năng lực cạnh tranh, nâng cao uy tín và thương hiệu của Công ty GHD trên thị trường trong nước, khu vực và thế giới. Đặc biệt chú trọng hợp tác phân phối các dự án chung cư lớn ở thành phố Hà Nội và thành phố Hồ Chí Minh.

Công ty Cổ phần đầu tư Global Housing D sẽ phát huy cao độ thành tựu đã đạt được trong những năm qua. Đồng thời khắc phục những tồn tại để duy trì sự phát triển ổn định theo định hướng của Công ty phù hợp với xu hướng chung của đất nước. Phấn đấu đưa Công ty trở thành một trong những doanh nghiệp hàng đầu trong lĩnh vực bất động sản, mang đến những sản phẩm khác biệt cho khách hàng, tối đa hóa lợi nhuận cho nhà đầu tư.

## **3.2. Giải pháp nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh tại Công ty Cổ phần Đầu tư Global Housing D.**

### **3.2.1. Xây dựng quy trình chăm sóc khách hàng**

Giai đoạn 1: Trước khi bán hàng

#### **1. Khai thác các thông tin khách hàng tiềm năng**

Các thông tin cần khai thác trong quá trình liên hệ, bao gồm:

Thông tin cá nhân: Họ tên, ngày sinh, giới tính...

Thông tin liên hệ: Số điện thoại, email, zalo...

Nhu cầu chi tiết: Vị trí, nhu cầu sử dụng, loại hình bất động sản muốn mua, tình hình tài chính,...

Lịch hẹn.

Nhân viên kinh doanh cần làm tốt trong lần đầu tiếp cận khách hàng, giúp khách hàng có cái nhìn tốt về dịch vụ của công ty. Tạo dựng hình ảnh chuyên nghiệp, thân thiện, hiểu biết là điều bắt buộc một nhân viên kinh doanh phải có để xây dựng lòng tin, sự thiện cảm với khách hàng.

#### **2. Phân nhóm khách hàng (Khách hàng/ nhà cung cấp/ đối tác)**

Phân loại khách hàng theo mức độ ưu tiên:

Sau khi đã liên hệ với khách hàng và nhận được sự quan tâm. Đây là bước cũng rất quan trọng trong quy trình chăm sóc khách hàng bất động sản bởi bạn có thể nắm bắt sơ bộ được nhu cầu, loại hình bất động sản khách hàng cần mua. Dựa vào thông tin ban đầu và dữ liệu vừa khai thác ở cuộc gọi, chăm sóc khách hàng sẽ tiến hành phân loại khách hàng ra 4 nhóm chính:

Nhóm 1: Khách hàng tiềm năng lớn (Cần và gấp): Khách hàng có khả năng chuyển đổi cao nhất.

Nhóm 2: Khách tiềm năng nhỏ (Cần và không gấp): Khách hàng có khả năng chuyển đổi nhưng chưa gấp (Đang trong quá trình cân nhắc về thời gian dự kiến hoặc đang xem xét tình hình tài chính...).

Nhóm 3: Khách hàng ít quan tâm (Chưa cần và không gấp): Khách hàng tham khảo thông tin.

Nhóm 4: Khách hàng ảo – Khách hàng không có nhu cầu mua sản phẩm.

Cần phải nắm được nhu cầu của khách hàng thì mới đưa ra được lời khuyên và đưa ra lựa phù hợp nhất.

Giai đoạn 2: Trong khi bán hàng

### 1. Tư vấn và tiếp thị

Tất cả các dự án, loại hình Bất động sản phù hợp nhất với khách hàng sẽ tạo dựng lên sự tin tưởng tuyệt đối về chất lượng sản phẩm.

Công ty nên đưa hàng loạt các điểm mạnh của dự án mình đang cần tiếp thị. Bên cạnh đó, làm nổi bật sự hài hòa và lợi ích mà khách hàng nhận được khi sở hữu Bất động sản đó và hãy nhớ nguyên tắc 4:3:2:1:

40% thời lượng đầu cuộc nói chuyện là lúc để tạo lòng tin đối với khách hàng từ những hiểu biết của mình.

30% tiếp theo là để nói về sản phẩm của công ty nhưng nên nhớ “không được cho hết”, chỉ nên dùng 10% thời gian để nói về sản phẩm, 20% thời lượng còn lại hãy tận dụng để thu thập, lắng nghe thêm nhiều thông tin từ phía khách (như năng lực tài chính, nhu cầu, mong muốn của họ).

20% tiếp theo tìm kiếm những sản phẩm phù hợp nhất với nhu cầu của khách hàng.

10% thời lượng cuối của cuộc nói chuyện chính là lúc mà có thể xác định mục đích, nhu cầu của khách và xác định được sản phẩm phù hợp nhất.

Nhân viên kinh doanh chuyên nghiệp là người phải thực sự hiểu về sản phẩm, dịch vụ, thị trường, đối thủ cạnh tranh và am hiểu khách hàng muốn gì?

### 2. Thương lượng

Là một trong những yếu tố quyết định trong quy trình chăm sóc khách hàng bất động sản đối với mọi cuộc giao dịch. Thuận mua vừa bán, giá cả hợp lý phải chăng chắc chắn sẽ hấp dẫn người mua hơn nữa. Thực hiện giao dịch và kết thúc giao dịch

theo đúng các bước đã đề ra của công ty. Luôn luôn đặt lợi ích của khách hàng lên trên hàng đầu.

### Giai đoạn 3: Sau khi giao dịch thành công – Duy trì và chăm sóc khách hàng

Sau khi bán hàng – Đừng “ngớ ngẩn” bỏ quên khách hàng. Tỷ lệ giao dịch thành công với khách hàng cũ luôn cao hơn so với khách hàng mới gấp nhiều lần và họ là phương thức marketing miễn phí lan rộng sự uy tín của bản thân nhân viên kinh doanh tới bạn bè, đối tác, người thân của họ.

Hỏi thăm và thực hiện các bước trong quy trình chăm sóc khách hàng bất động sản nhằm tạo dựng hình ảnh uy tín chất lượng của GHD. Đây là cách quảng bá xây dựng hình ảnh tốt nhất và là nguồn quảng cáo miễn phí mà một nhân viên kinh doanh có thể sử dụng lâu dài. Đừng chỉ vì cái lợi trước mắt mà bỏ qua những lợi ích lâu dài về sau.

#### ***3.2.2. Sử dụng phần mềm tổng hợp dữ liệu***

Phần mềm tổng hợp dữ liệu nhằm giúp doanh nghiệp hệ thống và quy chuẩn hóa nguồn thông tin, sắp xếp chúng theo từng mục, từng dự án khác nhau. Bằng việc hợp nhất và đồng bộ hóa dữ liệu, mọi nhân viên kinh doanh trong doanh nghiệp có thể dễ dàng áp dụng, quản lý và giảm thiểu thao tác thừa, từ đó nâng cao năng suất và hiệu quả CSKH.

#### ***3.2.3. Giải pháp hoàn thiện hệ thống thông tin công ty***

Để nâng cao tính chuyên nghiệp trong hoạt động môi giới BĐS hơn nữa, công ty GHD cần cải thiện hệ thống thông tin. Hiện công ty đã có trang web riêng, tuy nhiên chỉ giới thiệu chung về công ty, các dự án đã và đang triển khai. Để hoàn thiện việc đầu tiên cần đưa danh sách những nhân viên kinh doanh (môi giới) lên trang web của công ty kèm theo mã số chứng chỉ hành nghề, năng lực, thành tích của họ; sẽ có phần dành cho khách hàng đã từng giao dịch với các nhân viên kinh doanh đó nhận xét, góp ý. Đó là cách khách quan để gây dựng thiện cảm và lòng tin cho khách hàng. Mặt khác, cần đưa các thông tin về các sản phẩm bất động sản lên đó để khách hàng có thể tham khảo khi chưa có điều kiện đến tận văn phòng công ty. Điều này đòi hỏi công ty GHD phải tăng cường nguồn cung bất động sản lên cho phong phú hơn nữa để trang web chuyên nghiệp hơn cần có phần giao lưu trực tuyến của các môi giới viên với

khách, sự tư vấn online đó cũng là một cách thức hữu hiệu để chiếm lòng tin của khách hàng.

#### **3.2.4. Nâng cao chất lượng Marketing.**

Marketing là một khâu quan trọng trong hoạt động đầu tư. Công ty cần chú trọng phát triển, cần có chiến lược Marketing đúng đắn. Công ty cần đầu tư chi phí marketing cho dự án khi chuẩn bị đầu tư: Điều tra thu thập thông tin về thị trường gồm: Nhu cầu, sở thích của thị trường phục vụ cho việc phân đoạn thị trường. Vừa giúp Công ty được nhiều khách hàng biết đến hơn vừa tiếp cận được khách hàng ưa tâm đến sản phẩm. Để nâng cao hiệu quả đầu tư dự án kinh doanh bất động sản của công ty, cần phải nâng cao chất lượng công tác Marketing.

Các giải pháp nâng cao hiệu quả công tác Marketing gồm:

Phát triển bộ phận Marketing thành phòng chức năng, tăng cường nhân lực cho phòng, đáp ứng nhu cầu công việc.

Xây dựng các chính sách quảng cáo thương hiệu của công ty, nâng cao giá trị thương hiệu trong giá thành sản phẩm.

Xây dựng chính sách tiếp xúc, chăm sóc khách hàng trong và quản lý sau đầu tư, tạo uy tín cho công ty trong thương trường với các chính sách phục vụ tốt nhất đối với khách hàng sử dụng dịch vụ, sản phẩm của công ty.

Liên kết hoặc thuê các tổ chức có trình độ Marketing chuyên nghiệp, có tên tuổi trên thị trường để marketing cho các dự án của công ty nhằm đem lại khách hàng tốt nhất cho Công ty cũng như giúp cho Bộ phận Marketing của công ty học hỏi được kinh nghiệm, trình độ của đơn vị tư vấn đó thông qua việc phối hợp công việc và nghiên cứu các tài liệu do đơn vị đó cung cấp.

#### **3.2.5. Mở rộng mạng lưới chi nhánh rộng khắp trên toàn quốc.**

Hiện tại trên địa bàn Hà Nội công ty đã tạo lập thêm ba văn phòng. Tuy nhiên việc mở rộng mạng lưới chi nhánh trong thành phố là chưa đủ, cần phát triển sang các tỉnh thành khác. Hơn nữa, còn rất nhiều Tỉnh, Thành phố có lượng khách hàng tiềm năng không nhỏ công ty chưa tận dụng hết để khai thác. Vì vậy, để đáp ứng nhanh chóng, đầy đủ kịp thời nhu cầu khách hàng ở nhiều nơi khác nhau, công ty cần thiết lập và mở rộng mạng lưới chi nhánh phủ khắp toàn quốc cũng như đa dạng hóa

phương thức nhận lệnh ở những Tỉnh, Thành phố có lượng khách hàng tiềm năng hay khu vực trọng điểm và thực hiện nhận lệnh của khách hàng thông qua các phương tiện phổ biến như điện thoại, fax.

### ***3.2.6. Giải pháp về phát triển nhân lực.***

Công ty GHD nên cân nhắc xem xét mức lương trả cho nhân viên. Mức lương không phù hợp thì sẽ không thể giữ chân nhân viên ở lại. Xây dựng hệ thống nguồn nhân lực vừa là giải pháp chiến lược vừa là giải pháp mang tính cấp thiết. Công ty cần xây dựng chế độ chính sách nhằm phát triển và thu hút nhân lực, đảm bảo ổn định lâu dài. Công ty hiện đang xây dựng một chính sách hấp dẫn, ưu đãi lao động. Để thu hút tốt được lao động, số tay nhân viên cần phải nêu rõ hơn các nội dung có liên quan đến quyền lợi người lao động, đặc biệt là các chính sách về tiền lương và chế độ đào tạo, cơ hội được phát triển. Xây dựng kế hoạch đào tạo, đào tạo lại để nâng cao trình độ chuyên môn, nghiệp vụ chuyên ngành cho các nhân viên. Xây dựng kế hoạch tuyển dụng và đào tạo đảm bảo đủ về số lượng và chất lượng với trình độ học vấn và tay nghề tốt.

### ***3.2.7. Giải pháp huy động vốn***

Đa dạng hóa kênh huy động vốn, chủ động tìm kiếm nguồn vốn đảm bảo đủ vốn cho kinh doanh và đầu tư các dự án cũng như góp vốn đầu tư tài chính. Để chủ động trong việc huy động vốn phục vụ cho công tác đầu tư và sản xuất kinh doanh, công ty cần hợp tác đầu tư, liên doanh, liên kết với các Tập đoàn. Tổng công ty và các Ngân hàng để cùng hợp tác triển khai thực hiện các dự án. Tăng cường mối quan hệ với các tổ chức tín dụng (Ngân hàng trong nước, Công ty tài chính, Ngân hàng nước ngoài...) thông qua các Hợp đồng thỏa thuận hợp tác.

## **3.3. Kiến nghị**

Ngành bất động sản là một ngành đang phát triển tại Việt Nam trong những năm gần đây. Vì vậy, ngành cần đến những tác động về quản lý, điều tiết ở tầm vĩ mô của các cơ quan Nhà nước.

Những vướng mắc về quy hoạch đất đai, thủ tục phê duyệt dự án được siết chặt là hai yếu tố quan trọng tác động lớn đến thị trường. Một phần nguyên nhân ách tắc trong triển khai dự án còn liên quan đến sự thay đổi về chính sách. Tuy nhiên, nhiều



dự án có nguồn gốc công sản đang bị soi xét lại, thậm chí bị coi là giao dịch không hợp pháp, bị hủy bỏ để tiến hành “bán đấu giá công khai”. Đó là chưa kể nếu các giao dịch chuyển nhượng dự án bất động sản bị hủy bỏ, quyền lợi của khách hàng, người thứ ba bị ảnh hưởng trực tiếp. Những rủi ro về pháp lý, thay đổi về chính sách là thực tế không thể chối cãi.

Đi cùng với thể chế là hành lang pháp lý cần được hình thành và phát triển một cách thông thoáng, bắt kịp với sự phát triển của thị trường. Bên cạnh đó là khả năng thực thi chính sách, cải cách thủ tục hành chính, tạo điều kiện cho doanh nghiệp làm ăn chân chính phát triển dựa trên năng lực quản trị, khả năng đổi mới, sáng tạo, hơn là dựa vào mối quan hệ, khả năng xin - cho...

Cải cách các thủ tục hành chính như: Thủ tục hành chính về đăng ký kinh doanh bất động sản, thủ tục đăng ký nhà đất, thời gian xin phép xây dựng còn quá dài và nhiều thủ tục hành chính không hợp lý, bất lợi đối với doanh nghiệp và dễ bị lạm dụng vì những mục đích tiêu cực. Ngoài ra các quy định về giá đền bù không khả thi, xác định giá đất để tính tiền sử dụng đất khi giao đất chưa nhận được sự đồng thuận của các doanh nghiệp đầu tư, kinh doanh bất động sản.

Tiến trình hội nhập kinh tế toàn cầu đang buộc doanh nghiệp và cả cơ quan quản lý nhà nước phải chứng tỏ khả năng, bản lĩnh để có thể duy trì, nâng cao vị thế của nền kinh tế.

Sự đồng nhất về khung pháp lý bất động sản thị trường được khai thông là vấn đề cốt lõi nhất, tạo điều kiện cho doanh nghiệp bất động sản thực thi các thủ tục xây dựng dự án. Tuy nhiên, các doanh nghiệp bất động sản cũng cần thực hiện tốt trách nhiệm trong việc phát triển kinh doanh khi cơ chế pháp lý đi vào ổn định, nhằm hình thành những dự án mới để có được sự tương tác hài hòa giữa doanh nghiệp và nhà nước về mặt thủ tục, quản lý theo luật pháp. Khi hành lang pháp lý còn bất cập là mầm mống nảy sinh tiêu cực. Cũng cần ý thức được rằng, sự thiệt hại của bất cứ doanh nghiệp nào là sự thiệt hại chung của nền kinh tế. Sự chậm trễ trong giải quyết vướng mắc về pháp lý trực tiếp tác động đến sự sống còn của doanh nghiệp, đặc biệt là giai đoạn hội nhập kinh tế quốc tế hiện nay.

### KẾT LUẬN CHƯƠNG 3

Với tình hình thực trạng của công ty GHD ở chương 2 tác giả đã viết giải pháp nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh của công ty GHD ở chương 3. Đầu tiên tác giả đã đưa ra phương hướng phát triển hoạt động kinh doanh Công ty GHD trong thời gian tới. Kế tiếp tác giả đã đưa ra những giải pháp để khắc phục những yếu điểm mà công ty đang gặp phải. Trong phần giải pháp, tác giả đã đề xuất một số biện pháp để giải quyết vấn đề được đưa ra. Đầu tiên, tác giả đã đề xuất xây dựng quy trình chăm sóc khách hàng qua 3 bước, để việc lưu trữ thông tin của khách hàng được dễ dàng hơn tác giả đã đề xuất sử dụng phần mềm tổng hợp dữ liệu. Tiếp theo tác giả đề xuất hoàn thiện hệ thống thông tin công ty việc này sẽ giúp nâng cao tính chuyên nghiệp trong hoạt động môi giới BĐS. Để lan tỏa thông tin dữ án đến khách hàng nhiều hơn công ty cần phải nâng cao chất lượng Marketing. Nguồn hàng của công ty đang rất hạn chế nên tác giả đã đề xuất mở rộng mạng lưới chi nhánh đồng thời nên có giải pháp để phát triển nguồn nhân lực, đưa ra những chế độ đãi ngộ tốt để giữ chân nhân viên. Và cuối cùng công ty nên đa dạng hóa kênh huy động vốn, chủ động tìm kiếm nguồn vốn đảm bảo đủ vốn cho kinh doanh và đầu tư các dự án cũng như góp vốn đầu tư tài chính cho việc quản lý và giải quyết vấn đề trở nên hiệu quả hơn.

## KẾT LUẬN

Đề tài “Nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh của công ty Global Housing D” là một đề tài cần thiết và quan trọng để giúp công ty ngày càng hoàn thiện và phát triển hơn. Để có thể tồn tại và phát triển trong môi trường cạnh tranh gay gắt như hiện nay GHD phải làm thế nào để hoạt động kinh doanh có hiệu quả hay nói cách khác là có được lợi nhuận cao. Để có được lợi nhuận thì phải đảm bảo nguyên tắc là doanh thu thu về lớn hơn chi phí bỏ ra. Đây là nguyên tắc cơ bản và là mục tiêu hàng đầu của GHD hiện nay.

Qua phân tích, ta thấy doanh thu bán hàng và cung cấp dịch vụ của GHD năm 2023 đang giảm so với năm 2022. Công ty cần cố gắng rất nhiều trong việc tìm kiếm khách hàng, mở rộng thị trường, nâng cao chất lượng sản phẩm để giúp lợi nhuận tăng lên.

Trong những năm qua công ty đã gặp không ít những khó khăn, chi phí bỏ ra lớn những lợi nhuận thu về lại rất thấp. GHD cần áp dụng những biện pháp mới nhằm hoàn thiện hơn nữa các hoạt động kinh doanh của mình và đây cũng là động lực để toàn thể cán bộ công nhân viên của Công ty phấn đấu làm việc hết mình vì lợi ích chung của Công ty. Tuy có nhiều khó khăn trước mắt nhưng với những định hướng, mục tiêu cùng sự áp dụng các giải pháp mới vào các hoạt động kinh doanh của mình, chắc chắn Công ty sẽ khắc phục được những khó khăn và thực hiện thắng lợi mục tiêu đề ra.

## TÀI LIỆU THAM KHẢO

[1] <https://globalhousingd.com/>

[2] <https://getflycrm.com/quy-trinh-cham-soc-khach-hang-chuyen-nghiep-cho-nganh-bat-dong-san/>

[3] <https://tino.org/vi/hoat-dong-kinh-doanh-la-gi/>

[4] <https://fastdo.vn/quy-trinh-kinh-doanh/>

[5] [thuvienphapluat.vn](http://thuvienphapluat.vn)