

# Kinh tế Việt Nam - Góc nhìn từ các doanh nhân

Thành Nguyễn

**Bất chấp những biến động của kinh tế thế giới, năm 2018 là năm đầy khởi sắc với nền kinh tế Việt Nam. Trao đổi với chúng tôi, các doanh nhân đã có nhiều chia sẻ và nhận định về tình hình kinh tế nước nhà cũng như những thuận lợi và thách thức mà doanh nghiệp nhỏ và vừa sẽ phải đối mặt.**

**D**oanh nhân Vũ Thế Mạnh - Tổng giám đốc Công ty TNHH Đầu Tư và Thương mại Sky Group: **"2018 là năm đột phá của nền kinh tế Việt Nam"**

"Hàng loạt doanh nghiệp Việt có tham vọng lớn khi dẫn sâu vào thị trường kinh doanh, bất chấp rủi ro trên thương trường là không hề nhỏ để đầu tư vào các lĩnh vực như Hàng Không (Bamboo Airways), sản xuất chế tạo xe hơi (VinFast), vv. Tăng trưởng kinh tế đạt được trên tất cả các lĩnh vực, từ ngành sản xuất chế tạo, sản xuất nông nghiệp, ngành dịch vụ và tiêu dùng..."

Xu thế toàn cầu hoá và hội nhập kinh tế hiện nay là điều kiện thuận lợi mở ra cho doanh nghiệp rất nhiều cơ hội về thông thương hợp tác, xoá bỏ những rào cản biên giới về kinh tế thương mại, thúc đẩy đầu tư và tăng cường liên doanh hợp tác với các đối tác nước ngoài. Kinh tế trong nước phát triển mạnh, môi trường kinh doanh không ngừng được mở rộng giúp các doanh nghiệp tiếp cận hơn với các nhóm khách hàng, từ đó mở ra nhiều cơ hội bán hàng. Đồng thời sự phát triển mạnh mẽ của công nghệ cũng giúp các doanh nghiệp am hiểu hơn về nhu cầu, hành vi của người tiêu dùng, từ đó xây dựng các chiến lược marketing có hiệu quả cao, góp phần nâng cao năng lực cạnh tranh trên thị trường.

Bên cạnh những cơ hội mới thì các doanh nghiệp cũng phải đối mặt với rất nhiều thách thức và rủi ro, đặc biệt là trong bối cảnh kinh tế cạnh tranh ngày càng khốc liệt. Không chỉ có nhiều đối thủ cạnh tranh hơn, các thể lực cạnh tranh mạnh hơn mà công cụ và thủ đoạn cạnh tranh cũng đa dạng, phức tạp hơn rất nhiều. Sự bùng nổ của cách mạng công nghiệp 4.0 đòi hỏi các doanh nghiệp phải nỗ lực cao hơn để tìm ra được bước đột phá hữu hiệu nhằm



thúc đẩy hoạt động bán hàng. Các thách thức về tài chính và vốn đầu tư cũng là một trong những điểm mà doanh nghiệp cần chú ý để tránh tình trạng nợ xấu, mất khả năng thanh khoản.

**Doanh nhân Nguyễn Thị Hồng Nhung - GD Tiệm bánh bông lan Đà Loan Le Castella Hà Nội: "Một năm với nhiều gam màu sáng"...**

"Nền kinh tế Việt Nam năm 2018 có sự thay đổi tích cực với rất nhiều gam màu sáng. Sự tăng trưởng vẫn giữ được mức ổn định, có năng lực và mở rộng quy mô. Đặc biệt, năm qua chúng ta được chứng kiến "làn sóng" khởi nghiệp của các doanh nhân trẻ. Nhiều thương hiệu mới được ra mắt với những kỳ vọng thành công phát triển trong thời gian tới.

Bên cạnh việc "bùng nổ" của các startup xuất hiện một thách thức, đó là sự xáo trộn trên thị trường. Có những sản phẩm, dịch vụ làm thương hiệu khá tốt, doanh nghiệp bứt phá nhanh chóng, nhưng ngược lại, có không ít các thương hiệu "chết yểu" khi mới trình làng một thời gian ngắn.

Vấn đề cạnh tranh không lành mạnh cũng là khó khăn cho các doanh nghiệp nói chung và cho Le Castella nói riêng trong 2 năm có mặt trên thị trường. Mỗi thương hiệu bánh có một đặc thù riêng và khách hàng chưa phân biệt được rõ chất lượng của từng loại sản phẩm. Đã có rất nhiều tiệm bánh khác được mở ra làm "nhái" các sản phẩm của Le Castella. Song, thị hiếu của khách hàng khi đã đến với chúng tôi, thưởng thức bánh Le Castella thì sẽ nhận ra sự khác biệt rất lớn so với các tiệm bánh khác. Đa phần nguyên liệu của các thương hiệu bánh "nhái" này đều được pha trộn tại Việt Nam

và không đảm bảo chất lượng. Chúng tôi xác định đó là thị trường, không thể chỉ có riêng mình, phải có sự cạnh tranh nên chiến lược của Le Castella là luôn luôn giữ vững và đảm bảo chất lượng bánh một cách tốt nhất.

**Doanh nhân Khổng Minh Quang - Giám đốc Công ty CP Thiết kế Nội thất Smart Design: “2019 là năm có nhiều cơ hội nhưng cũng không ít thách thức cho các doanh nghiệp tư vấn thiết kế nội thất”**

“Dù nền kinh tế Việt Nam năm 2018 khởi sắc nhưng lĩnh vực tư vấn, thiết kế nội thất vẫn phải đối mặt với những khó khăn nhất định. Số lượng các



đơn vị trong lĩnh vực này tăng lên một cách chóng mặt. Các hình thức quảng cáo “bùng nổ” xuất hiện liên tục trên phương tiện thông tin đại chúng và mạng xã hội với những lời mời hấp dẫn, cạnh tranh về giá thành và dịch vụ. “Miếng bánh ngon” nên dẫn đến thực trạng “nhà nhà làm nội thất, người người làm nội thất”. Tuy nhiên, Đối nghịch với việc gia tăng về số lượng là sự đi xuống về chất lượng sản phẩm, dịch vụ do các đơn vị tư vấn, thiết kế nội thất cung cấp. Điều này được lý giải bởi tư duy “Tôi có thể làm được...” của người đứng đầu ở các đơn vị. Theo một khảo sát thì chỉ có 20% nhà quản lý có kiến thức về chuyên môn, còn lại 80 % làm quản lý chung và đi thuê các kiến trúc sư bên ngoài. Một nguyên nhân khác dẫn đến chất lượng các công trình nội thất giảm sút đó là việc cung cấp sản phẩm giá rẻ. Tâm lý nhà đầu tư luôn nghiêng về những lời mời có giá thành hợp lý hoặc thậm chí thấp hơn so với thị trường. Họ không được tư vấn và chưa thể đưa ra câu trả lời về chất liệu của một sản phẩm, tại sao sản phẩm cùng loại ở đơn vị này lại rẻ hơn rất

nhều so với một đơn vị khác? Bên cạnh đó, tay nghề của đội ngũ thi công cũng ảnh hưởng rất lớn đến chất lượng và giá thành sản phẩm công trình. Với đội ngũ lành nghề, chuyên nghiệp thì mức chi phí, sự hoàn thiện sẽ khác hơn so với những người thợ mới bước chân vào nghề.

Năm 2019 sẽ là một năm có nhiều cơ hội và không ít những thách thức cho các doanh nghiệp tư vấn, thiết kế nội thất. Nguồn nhân lực lành nghề không đủ để cung cấp cho các ngành xây dựng đang rất phát triển. Qua đó, những người mới vào nghề cũng sẽ được sử dụng. Có thể họ được nâng cao tay nghề nhưng cũng chính họ làm ảnh hưởng đến chất lượng công trình. Các doanh nghiệp không giải được bài toán về con người này thì sẽ bị tụt lùi phía sau...

Trước những thách thức trên thị trường, 6 năm qua, Smart Design tìm ra giải pháp riêng cho mình - đặt chất lượng sản phẩm lên hàng đầu. Khi cung cấp bất kỳ một sản phẩm nào cho khách hàng, chúng tôi luôn gửi báo giá và tư vấn thông tin về chất liệu, về xuất xứ sản phẩm rõ ràng nhất, từ đó khách hàng có sự so sánh với các đơn vị khác. Người thợ và nhân viên thiết kế của Smart Design thường xuyên được đào tạo nâng cao tay nghề, cập nhật kiến thức chuyên môn và phong cách chuyên nghiệp nhất.”.

**Luật sư Hoàng Đạo — Phó Giám đốc Văn phòng Tư vấn luật Nhiệt Tâm và Cộng sự: “Kỹ năng quản trị và marketing cho doanh nghiệp của mình là những hạn chế của các luật sư...”**

“Những năm gần đây, hoạt động của các công ty tư vấn luật cho các doanh nghiệp tại Việt Nam chưa thực sự phát triển. Nguyên nhân đầu tiên phải kể đến đó là nhiều doanh nghiệp chưa thấy được tầm quan trọng và có thói quen sử dụng luật sư trong hoạt động doanh nghiệp như các nước tư bản. Bên cạnh đó, đa phần các luật sư vẫn còn hạn chế trong công tác marketing cho doanh nghiệp của mình. Thực tế này ảnh hưởng rất nhiều đến thu nhập của các luật sư và họ không muốn “bung ra” để phát triển tiếp. Không ít các công ty tư vấn luật đang ở trong vòng luẩn quẩn này...”

Các luật sư nói và áp dụng luật rất tốt nhưng chưa chắc họ làm doanh nghiệp đã tốt. Họ khi làm cho khách hàng thì có rất nhiều trách nhiệm và đạt hiệu quả cao. Tuy nhiên, với doanh nghiệp của mình, cách điều hành gặp rất nhiều hạn chế. Tư tưởng chủ quan và tâm lý không muốn thoát ra khỏi doanh nghiệp vẫn còn tồn tại trong suy nghĩ của các luật sư - Họ làm chuyên môn và chỉ muốn nổi tiếng bởi chuyên môn đó.