

SZAKDOLGOZAT

NGUYEN THI THANH MAI

2024



Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem

Szent István Campus

Agrár- és Élelmiszergazdasági Intézet

Gazdálkodási és menedzsment alapképzési szak

**VAN LOI KORLÁTOLT FELELŐSSÉGŰ TÁRSASÁG
MIKRO- ÉS MAKRÓKÖRNYEZETÉNEK ELEMZÉSE**

Belső konzulens: Dr. Turzai-Horányi Beatrix

egyetemi adjunktus

Intézet: Agrár- és Élelmiszergazdasági Intézet

Tanszék: Mezőgazdasági és Élelmiszeripari
Vállalati Gazdaságtan Tanszék

Készítette: Nguyen Thi Thanh Mai

MU1EAY

Gödöllő

2024

TARTALOMJEGYZÉK

1.	Bevezetés	2
1.1	A témaválasztás oka	2
1.2	A téma kutatási célja és tudományos gyakorlati jelentősége	3
1.3	A vizsgálat tárgya	3
1.4	Szakedolgozatom módszertana.....	3
2.	Szakirodalmi áttekintés	4
2.1	A makro- és mikrokörnyezet fogalma.....	5
2.2	Az üzleti környezet elemzésének módszerei.....	7
3.	Van loi korlátolt felelősségű társaság mikro- és makrokörnyezetének elemzése	10
3.1	Általános bemutatkozás a Van Loi Korlátolt Felelősségű Társaságról.....	10
3.2	A Van Loi Korlátolt Felelősségű Társaság makrokörnyezete	15
3.3	A Van Loi Korlátolt Felelősségű Társaság mikrokörnyezete.....	22
3.4	A SWOT-elemzés stratégiai perspektívát kínál a Van Loi Korlátolt Felelősségű Társaság számára	29
4.	Következtetések és javaslatok.....	36
4.1	Következtetések	36
4.2	Javaslatok	36
5.	Összefoglalás	39
6.	Irodalomjegyzék	40
7.	Összefoglalás	42
8.	Függelékek.....	43

1. BEVEZETÉS

1.1 A témaválasztás oka

Az általam választott dolgozat témája a Van Loi Korlátolt Felelősségű Társaság mikro- és makrokörnyezetének elemzése. A vállalkozások számára kiemelten fontos a környezettudatosság, ezért célszerűnek tartom a makro- és mikrokörnyezeti elemzés elvégzését. Az elemzés alapján javaslatokat tehetek olyan tevékenységekre, amelyek elősegítik a vállalat jövőbeli fejlődését és sikerességét.

A Van Loi Korlátolt Felelősségű Ruházati Társaságot választottam a mikro- és makrokörnyezet elemzéséhez, mivel a vállalat jelentős szereplője a dinamikusan fejlődő ruházati iparnak, amely tele van lehetőségekkel és kihívásokkal. A közelmúltban megnyitott fiókjának tapasztalatai alapján egyértelműen látható, hogy a cégnek szüksége van a környezeti tényezők alapos megértésére a fenntarthatóság és a versenyképesség növelése érdekében. Emellett a vállalat kapcsolatban áll a helyi közösséggel és globális beszállítókkal, ami lehetőséget kínál arra, hogy feltárjam a különböző piaci trendeket és fogyasztói igényeket. Az elemzés során szerzett tapasztalatok nemcsak a Van Loi Kft. számára lehetnek hasznosak, hanem hozzájárulhatnak az iparági ismereteim elmélyítéséhez is.

A dolgozat bevezető részében az összegyűjtött dokumentumok alapján elméleti alapot hozok létre. Felvázolom a vállalati környezetet alkotó elemeket és a környezeti tényezők vizsgálati módszereit, figyelembe véve mind a makro-, mind a mikrokörnyezetet.

A következő fejezetben bemutatom az elemzésre kiválasztott céget, amely néhány alapvető információt is tartalmaz majd a vállalkozásról, a tevékenységi köréről és a menedzsmentjéről.

Ezt követően az elméletben ismertetett analitikai módszereket alkalmazom, és a makrokörnyezettől a mikrokörnyezetig elemzem a helyzetet.

A környezetelemzés során alkalmazott módszerekből levont következtetéseket összegzem, és javaslatokat teszek a vállalat jövőbeni tevékenységeire.

1.2 A téma kutatási célja és tudományos gyakorlati jelentősége

Kutatási célok:

A mikro- és makrokörnyezeti elemzés fontos szerepet játszik abban, hogy a vállalatok azonosítsák az üzleti tevékenységüket befolyásoló tényezőket, és ezáltal bölcs és hatékony döntéseket hozzanak. Ezért a környezeti elemzésem fő célja a vállalat piacának megértése, a cég előtt álló lehetőségek és kihívások értékelése, a megfelelő üzleti stratégiák kiválasztása, valamint egy hatékony kockázatkezelési terv elkészítése.

Tudományos és gyakorlati jelentősége:

A vállalkozások a környezetelemzés segítségével jobban megérthetik a piacot, a versenytársakat és az ügyfeleket, és ennek eredményeként megfelelő stratégiákat dolgozhatnak ki a versenyelőny növelésére. A fenntartható fejlődési stratégia megválasztása segíthet a ruhaipari vállalkozásoknak a márka imázsának javításában, a potenciális vásárlók vonzásában és a környezetvédelemhez való hozzájárulásban.

Amikor a vállalatok tudományosan és hatékonyan alkalmazzák a környezetelemzést, megalapozott döntéseket tudnak hozni, ami hozzájárul a ruhaipar általános fejlődésének előmozdításához, új munkahelyek teremtéséhez és a dolgozók életminőségének javításához.

1.3 A vizsgálat tárgya

A szakdolgozat tárgya a Van Loi Korlátolt Felelősségű Társaság, egy kis- és középvállalkozásként működő ruhaipari cég Vietnám Ninh Binh tartományában

1.4 Szakdolgozatom módszertana

A szakdolgozatom megírásakor leíró kutatási módszert alkalmaztam. Leírtam és elemeztem a vállalat üzleti tevékenységét befolyásoló mikro- és makrokörnyezetet. Kvalitatív kutatási módszerek keretében szakértői véleményeket gyűjtöttem és dokumentumokat elemeztem. Ezen tapasztalatok révén több tudásra tettem szert, ami segített a dolgozatom jobb befejezésében. Az elméleti rész megírásához szekunder kutatási módszert alkalmaztam, mind Magyar, mind Vietnami forrásokból.

2. SZAKIRODALMI ÁTTEKINTÉS

A környezet meghatározó szerepet játszik a vállalatok életében, legyen szó a természeti környezetről, a szervezetet körülvevő társadalomról, politikai környezetről vagy menedzsmentegységekről. Ennek ismerete tehát hosszú távú működési szempontból elengedhetetlen, hiszen nemcsak a napi folyamatokat érinti, hanem a fennmaradáshoz szükséges a különböző elemek jövőbeli fejlődésének előrejelzése is. A modern, egyre bonyolultabbá váló és globalizálódó világban különösen fontos a környezetváltozási trendek becslése.

A környezet a vállalat számára mindazon tényezőket jelenti, amelyek a szervezet működésére a jelenben vagy a jövőben hatással vannak. A környezet elemzése felvázol egy képet a szervezetre ható – valamely szempontból jelentősnek ítélt – külső tényezők alakulásáról a kialakítandó stratégia által meghatározott időhorizonton (Soós & Novotny, 2015).

A vállalati környezet fogalma

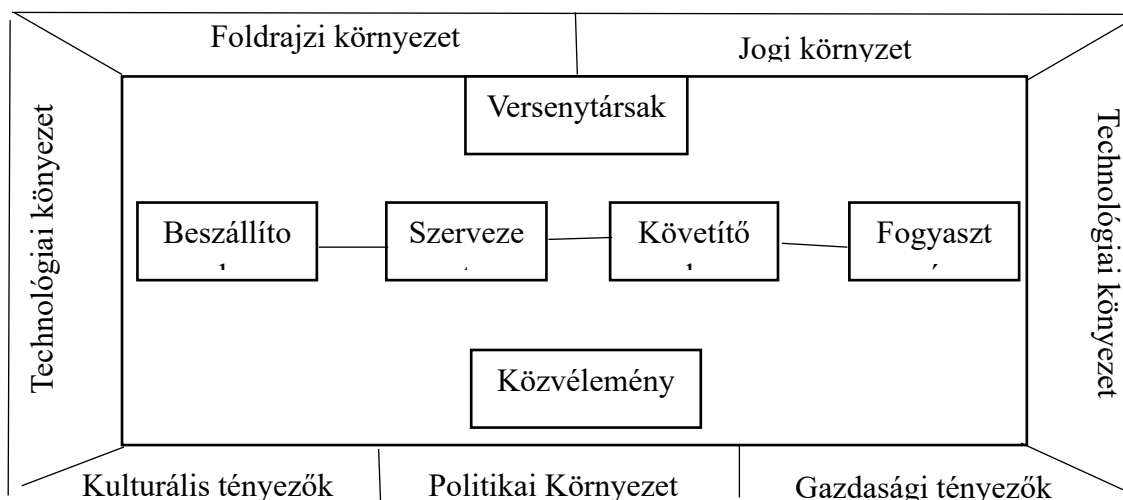
Az üzlet világát alkotó vállalatok, vállalkozások, szervezetek, tevékenységük minden területén egy közegben, egymással kölcsönhatásban működnek, melyet környezetnek nevezünk (Imreh, 2008).

A vállalati környezet tudományos kategória. Azt a vállalaton kívüli komplex közeget, komplex gazdálkodási feltételrendszert jelöli, melyben a vállalat tevékenysége folyik. A vállalat és környezete kölcsönhatásos kapcsolatban áll. A vállalatnak egyrészt alkalmazkodni kell a környezete révén kialakuló feltételekhez, másrészt maga is sok szálon alakítja, éstudatosan alakíthatja is a környezeti feltételeket (Tóth, 2016).

A vállalat környezete nem más, mint azon tényezők, szervezetek, személyek dinamikusan változó összessége, melyekre a vállalat, a vállalat szereplői gazdasági tevékenységük során közvetve, vagy közvetlenül hatással vannak, s amelyek közvetve, vagy közvetlenül ugyancsak hatást gyakorolnak a vállalatra (Imreh, 2008).

Ábra 1: A szervezet makro- és mikrokörnyezeti tényezői.

(Forrás: Kotler Philip és Keller Kevin Lane, 2012)



2.1 A makro- és mikrokörnyezet fogalma

2.1.1. A makró környezet fogalma

A vállalkozás legtágabb környezete a makrokörnyezet, vagy másképpen nemzetgazdasági környezet. Tág értelemben ide tartozik a makrogazdasági értelemben 5 külföld (nemzetközi környezet) is. A makrokörnyezet általában közvetett hatással van a vállalkozás életére. Egy-egy jogszabály változása, vagy az infláció növekedése befolyásolja a vállalat eredményességét, de nem közvetlenül, hanem öndirect módon nyilvánul meg a vállalkozás különböző mutatóiban (Soós & Novotny, 2015).

A makrokörnyezet a külső környezetet jelenti, melynek erői ellenőrizhetetlenek, a vállalkozás csak nyomon követheti azokat és alkalmazkodhat hozzájuk. Hat befolyásoló tényezőt kell figyelemmel kísérni: a demográfiai, a gazdasági, a természeti, a technológiai, a politikai-jogi és a szociális-kulturális változókat (Ambrus, 2008).

A makrokörnyezet: Szélesebb társadalmi erő, amely a mikro környezet valamennyi tényezőkre hat. Nem tudja a vállalat befolyásolni. A vállalat az elviselő, alkalmazkodó vagy proakív magatartásformák között választhat (Tóth, 2016).

Makrokörnyezet: a vállalat tágabb környezete, mellyel a vállalat indirekt, a természeti környezet, a politikai-jogi környezet, a társadalmi környezet (Imreh, 2008).

A politikai, gazdasági, társadalmi/kulturális és technológiai tényezők bonyolult sokféleségeként értelmezendő makrokörnyezet fogalma talán a helyi önkormányzatok működését alapvetően meghatározó központi jogszabályok környezetével világítható meg (Buskó, 2020).

Reketye Gábor szerint a mikrokörnyezeti tényezők közé tartozik: beszállítók, szervezet, közvetítők, fogyasztók, versenytársak, közvélemény. Ezek az elemek alkotják a vállalat közvetlen környezetét, a szervezet folyamatos interakcióban áll ezekkel a tényezőkkel a mindennapos tevékenysége során. A mikrokörnyezet hatással van a vállalat működésére és a vállalat is képes befolyásolni mikrokörnyezetét (Reketye, 2015).

Makrokörnyezeti tényezők lehetnek: demográfiai környezet, gazdasági környezet, földrajzi környezet, technológiai környezet, politikai környezet, jogi környezet, kulturális környezet (Kotler & Keller, 2012).

2.1.2. Mikrokörnyezet fogalma

A mikrókörnyezet néhány definíciója:

Mikrokörnyezetnek nevezzük a vállalkozás közvetlen környezetét, amely meghatározza a vállalat piaci jelenlétét (Tóth, 2016).

Mikrokörnyezeti elemzéskor a projekt közvetlen környezetének vizsgálata folyik. A vállalkozás mikrokörnyezete a vállalkozás közvetlen környezetét jelöli, ez pedig befolyásolja a cég nyereségtermelő képességét (Papp, Mikrokörnyezet elemzése és lépései, 2020).

Mikrokörnyezet: a vállalat szűkebb környezete, mellyel a vállalat folyamatos, üzletszerű, működése során közvetlen kapcsolatban áll. Elemei a szállítók, a piaci közvetítők, a fogyasztók, a versenytársak és a közvélemény (Imreh, 2008).

A mikrokörnyezetben Ambrus Anita szerint az ellenőrzés hatálya alá tartozó, illetve a vállalat döntéseit és stratégiáit közvetlenül befolyásoló tényezők a következők:

Beszállítók, termelők: A vállalat működéséhez szükséges anyagokat, szolgáltatásokat, eszközöket, berendezéseket, energiaforrásokat biztosítják (pl. gépek, alkatrészek, segédanyagok, kutatások, reklám, szervíz) nemcsak a vállalatnak, hanem azok versenytársainak is.

Vállalat: A vállalat működéséhez szükséges belső funkcionális feltételeket teremti meg (pl. HR, menedzsment, K+F, termelés, pénzügy). Részlegei: menedzsment, pénzügyi osztály, kutatás-fejlesztési részleg, beszerzés, termelés, könyvelés.

Piaci közvetítők: Segítik a vállalatot termékeik eladásában, vásárlókhoz való eljuttatásában (pl. kereskedelmi közvetítők, szállítmányozók, marketingszolgáltató ügynökségek, média).

Vevők: A vállalat vevői lehetnek egyének, háztartások, szervezetek, viszonteladók, profitorientált és nonprofit cégek, kormányzati intézmények.

Versenytársak: A vállalatnak a szűkösen rendelkezésre álló fogyasztói szavazatokért (fogyasztó rendelkezésre álló jövedelméért) sok hasonló céggel kell megküzdenie, ezért pontosan ismernie kell versenytársait (Ambrus, 2008).

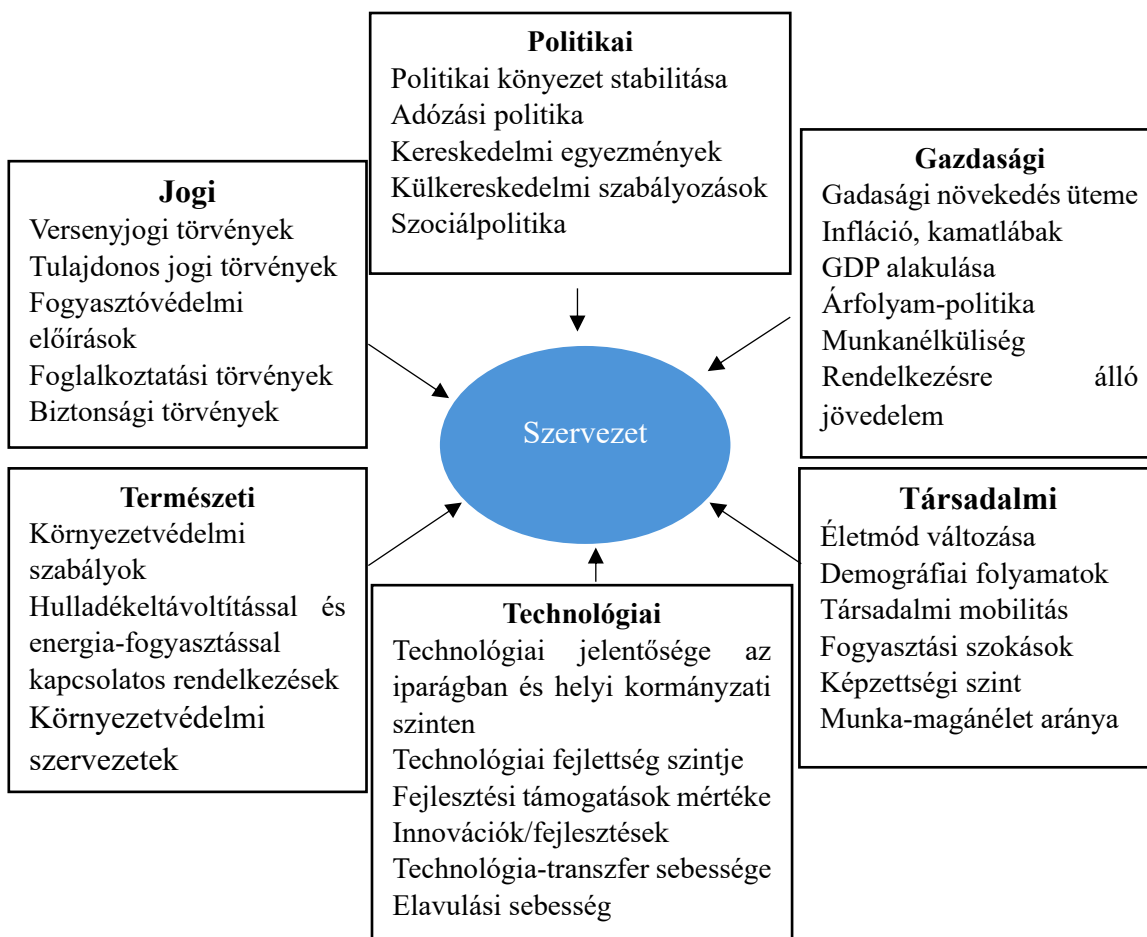
2.2 Az üzleti környezet elemzésének módszerei

2.2.1. A PESTEL modell bemutatása

A PESTEL-modell a makrokörnyezeti tényezők azonosításának és elemzésének egy olyan módszere, amely befolyásolja a vállalkozás működését és piaci részvételi képességét. A PEST-elemzést Dr. Aguilar Francis vezette be 1967-ben. A módszertan főbb tényezőit a 2. ábra szemlélteti.

Ábra 2: A makro környezet elemzés – PESTEL – dimenziói

(Forrás: Balaton Károly és munkatársai, 2007)



2.2.2. Porter 5 erő modell

Az iparági versenyt 5 tényező (azaz öt erő) alapján határozza meg Porter modellje, ahol az öt erőt az új belépők, a helyettesítő termékek fenyegetése, vevők alkupozíciója, szállítók alkuereje és a meglévő versenytársakkal folytatott versengés jellemzi (Papp, Porteri 5 erő modell, 2020).

Egy vállalat üzleti pozíciójának vizsgálata során a Porter féle 5 tényezős modell inkább csak kiindulási alapként szolgál. Legfőképp három szempontból éri kritika ezt a szemléletet: az új belépők gátolásával strukturális előnyt követhetnek a vállalatok, vevők, a szállítók és a versenytársak nem kommunikálnak egymással, nincsenek semmilyen kapcsolatban, tehát nincs egyetértés közöttük, a piaci szereplők könnyen tudnak reagálni a vetélytársak lépéseire, tudnak

tervezni, így alacsony a bizonytalanság. Több tudós próbált valamilyen hatodik erőt bevezetni (pl. kiegészítők, kormány, nyilvánosság, befolyásoló csoportok), de Porter leszögezte, hogy csak az innováció, a kormányzat és a kiegészítő termékek lehetnek az öt erőt befolyásoló faktorok. (Dávid, 2023).

2.2.3. SWOT analízis.

Néhány elmélet a swot elemzésről

A SWOT-analízis az Erősségek, Gyengeségek, Lehetőségek és Veszélyek azonosítása alapján szolgáltat fontos információkat a stratégiák kialakításához (Balaton, 2007).

A SWOT elemzés egy stratégiai tervezési eszköz, amit általában egy projekt, vagy akár egy egész vállalkozás erősségeinek, gyengeségeinek, lehetőségeinek és veszélyeinek azonosítására és értékelésére használnak (Szűcs, 2024).

A modell összetevőit Kotler Philip és Keller Kevin Lane a Stratégiai menedzsment című könyvében a következőképpen írja le a 292–293. oldalon::

Erős pontok: Az erősség lehet egy erőforrás, képesség, vagy más relatív előny a versenytársakhoz és a vállalat által kiszolgált környezet igényeihez viszonyítva. Az előny egy megkülönböztető képesség, amely a versenyben előnyöket biztosít a vállalat számára.

Gyenge pontok: A gyengeség egy korlát vagy hiányosság az erőforrásokban, képességekben, amely lényegesen korlátozza a magas szintű teljesítményt. Az épületek, pénzügyi erőforrások, vezetői képességek, marketing képességek, a márka imázsa például a gyenge pontok forrása lehet.

Lehetőségek: A lehetőség a vállalat környezetében egy alapvetően kedvező szituáció. A környezet főbb trendjei a lehetőségek egyik fő forrását képezhetik. Korábban figyelmen kívül hagyott piaci szegmensek, változások a versenyben vagy a szabályozási feltételekben, a technológiai változások, a vevői és a szállítói kapcsolatok javulása egyaránt szolgáltathatnak példát a vállalat lehetőségeire.

Veszélyek: A veszély egy alapvető fontosságú kedvezőtlen szituáció a vállalat környezetében és negatív hatással lehet a vállalat jelenlegi vagy jövőbeni pozíciójára. Példaként említhetjük egy új versenytárs megjelenését, a piac növekedési ütemének lelassulását vagy a kedvezőtlen irányú technológiai változást (Kotler & Keller, 2012).

3. VAN LOI KORLÁTOLT FELELŐSSÉGŰ TÁRSASÁG MIKRO- ÉS MAKRÓKÖRNYEZETÉNEK ELEMZÉSE

Ebben a fejezetben a vállalat alapvető bemutatását nyújtom. Röviden ismertetem a vállalat történetét, tevékenységi körét, termékeit és szolgáltatásait, valamint szervezeti felépítését.

3.1 Általános bemutatkozás a Van Loi Korlátolt Felelősségű Társaságról

3.1.1. Alapvető információk a cégről.

Táblázat 1: Alapinformációk a Van Loi Korlátolt Felelősségű Társaságról

(Forrás: Cégb adatok)

A cég teljes neve	Van Loi Korlátolt Felelősségű Társaság
Igazgató	Nguyen Chi Linh
Az alapítás kelte	2002. november 5. (21 évig üzemel)
Működési forma	Korlátolt Felelősségű Társaság kettő vagy több taggal
Cég székhelye	1A körút, Ninh Giang kommuna, Hoa Lu kerület, Ninh Binh tartomány, Vietnam
Adószám	2700275042
Telefon/ fax	02293 658 268
Email	Mayvanloi@vanloigarment.com.vn
Főtevékenység	ruhaipari termékek gyártására és feldolgozására specializálódott
Termékek és szolgáltatások	Férfi dzsekik varrás, ingek varrása, női kabátok varrás, pólók varrása, női mellény varrás, női nadrág varrás,...
Üzleti típus	Gyártó

a A logó

Kép 1: A cég logója

(Forrás: vanloigarment.com.vn)



b A vállalat jövőképe és küldetése

Jövőkép: Célunk, hogy Vietnam vezető ruhaexportőr vállalatává váljunk.

Küldetés: Az ügyfelek legmegbízhatóbb és legkedveltebb ruházati partnere kívánunk lenni, a magas színvonalú termelékenységnek és az ügyfélközpontúságnak köszönhetően.

Mindig az emberi tényezőkre összpontosítunk, egy barátságos és egységes munkakörnyezet kialakítására törekszünk, amely számos lehetőséget kínál a képességek fejlesztésére, az értékteremtésre és a dolgozók jólétének biztosítására.

3.1.2. A kialakulás és fejlődés folyamata

A Van Loi Korlátolt Felelősségű Társaság 2002 augusztusában alakult, székhelye a My Lo utcában található, Thien Ton városában, Hoa Lu kerületben, Ninh Binh tartományban, 23 varrógéppel és 30 alkalmazottal. A cég a textilipar fejlődésének és a világpiacra való kilépés lehetőségének keretében jött létre. Ezen túlmenően Ninh Binh tartomány nagy potenciállal rendelkezik az emberi erőforrások terén: az itt élők szorgalmasak, igyekeznek jobbra tenni életüket és törvényesen meggazdagodni – ez a lehetőség és az indok a vállalkozás létrejöttére. 2007 májusában a cég központja új helyre költözött Thien Ton városában, egy 10 000 négyzetméteres területre. A gyártási kapacitást több mint 400 alkalmazottra és fejlettebb gyártósorokra bővítették. A külföldi

befektetések vonzása, a termelési technológia fejlesztése és több munkahely megteremtése érdekében a vállalat egy koreai partnernek adta bérbe létesítményét termelési együttműködés céljából. 2009 áprilisában a vállalat megalapította a II. ruhagyárat Ninh Giang kommunában, amely három gyártósorral és 120 alkalmazottal működik. 2009 októberében a cég létrehozta a III. ruhagyárat Gia Van községben, Gia Vien kerületben, Ninh Binh tartományban, egy több mint 15000 m²-es területen. A vállalat jelenlegi létszáma 540 fő, és 13 gyártósorral működik.

A cégalapítás kezdeti napjaiban számos nehézséggel kellett szembenéznük, de a vezetőség és a dolgozók tapasztalata és szakmai bátorsága segített a kihívások leküzdésében. Ennek eredményeként egyre több ügyfél választotta a céget megbízható partnerként. Több mint 15 évnyi építkezés és fejlesztés után nőtt a gyártósorok száma, korszerűsítették a gépeket és berendezéseket, kialakítottak egy közös konyhát és képviseleti irodát, valamint a gyár területe egyre tisztább és rendezettebb lett. A társaság évente több mint 3 millió terméket gyárt, és a gyárak olyan feltételek mellett tartják fenn a termelést, hogy mindig biztosítva legyen elegendő munkahely és stabil jövedelem a dolgozók számára, hozzájárulva ezzel a helyi költségvetés növeléséhez és a közösségi problémák megoldásához.

Jelenleg a Van Loi Ninh Binh tartomány egyik legnagyobb ruhaipari vállalata.

Táblázat 2: Információk a Van Loi Korlátolt Felelősségű Társaság három jelenlegi ruhagyáráról

(Forrás: Cégadatok)

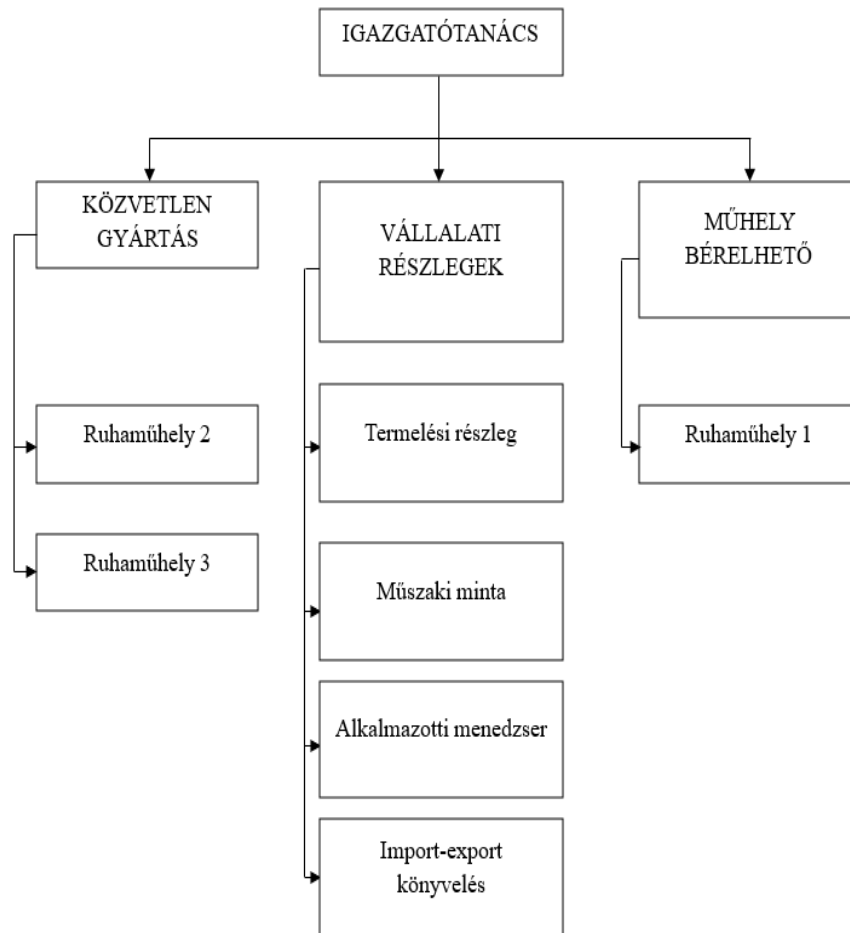
Gyár	Cím	Dolgozók száma	Területe	Nettó árbevétel 2023
I	1A körút, Ninh Giang kommuná, Hoa Lu kerület, Ninh Binh tartomány, Vietnam	x	14000 m ²	Jelenleg kiadó
II	Ninh Giang kommuná, Hoa Lu kerület, Ninh Binh tartomány, Vietnam	145 fő	14000 m ²	206.68 millió HUF
III	Gia Van kommuná, Gia vien kerület, Ninh Binh tartomány, Vietnam	500 fő	15000 m ²	527.91 millió HUF

3.1.3. A szervezeti struktúra

a. A cég szervezeti ábrája

Ábra 3: A cég szervezeti ábrája

(Forrás: vanloigarment.com.vn/co-cau-to-chuc.htm)



b. A cég részlegeinek feladatai

Igazgatótanács:

- Elemzi a cég pénzügyi helyzetét.
- Felméri és előrejelzi a fejlesztési lehetőségeket.
- Kidolgozza a költségmegtakarítási terveket. gondoskodik a jogszabályi előírásoknak megfelelő pénzügyi tevékenységről és teljesíti az állammal szembeni adókötelezettségeket.

Termelési részleg:

- **Termelés tervezés:** Ez a részleg a vevői igények alapján a nyersanyagimporttól a végtermék elkészítéséig tervez, minimális költséggel és időráfordítással.
- **Anyagbeszerzés:** Az osztály közvetlenül együttműködik az alapanyagok, berendezések és csomagolóanyagok beszállítóival, biztosítva a megfelelő és időben történő ellátást.
- **Mérnökség:** Felelős a gépek és gyártósorok tervezéséért, telepítéséért, üzemeltetéséért és karbantartásáért.
- **Logisztika és koordináció:** Gondoskodik arról, hogy az áruk időben, a megfelelő helyen és mennyiségben érkezzenek a szállítási pontokra.
- **Minőségirányítás:** Kezdeményezi a termelés hatékonyságát javító intézkedéseket, biztosítva a megfelelő minőségű termékeket.

Műszaki minta:

- A vásárlói igények vagy a minták alapján elemzi és teszteli a terméket, a vásárlói elvárásoknak megfelelően.
- Ellenőrzi a varrósor alatti gyártási tevékenységeket, hogy a termék illeszkedjen a modellhez és a lehető legjobb befejezési minőséggel rendelkezzen.

Alkalmazotti menedzser:

- Felelős a bérekre, prémiumokra, valamint az előléptetési és elbocsátási juttatásokra vonatkozó humánerőforrás-politikák tervezéséért.
- A képzésért, a toborzásért és a munkavállalók közötti munkakapcsolatok kialakításáért felel.
- Az emberi erőforrások fejlesztése.
- Kedvező munkakörnyezet megteremtése az alkalmazottak számára.

Import-export könyvelés:

- Az import- és exportműveletek elszámolása.
- Az import- és exportáruk pénzforgalmának figyelemmel kísérése és kezelése.
- Segítségnyújtás az import- és exporttevékenységek tervezésében és megvalósításában.
- A behozatalra és kivitelre vonatkozó törvényi előírások betartása.

Tulajdonosok bemutatása

Teljes név: Nguyen Chi Linh

Beosztás: A Van Loi Korlátolt Felelősségű Társaság igazgatója.

Születési éve: 1969

Szülőváros: Ninh Binh

Munkatapasztalat: Több mint 20 év tapasztalat a ruhaiparban; pályafutása kezdetén, 2002-ben, kinevezték a Van Loi Korlátolt Felelősségű Társaság igazgatójává.

Nguyen Chi Linh úr vezetésével a Van Loi Korlátolt Felelősségű Társaság jelentős fejlődésen ment keresztül, és Ninh Binh tartomány egyik legnagyobb ruhaipari vállalatává vált. A társaság bevétele és nyeresége évről évre folyamatosan nőtt. A vállalat közel 600 munkavállalónak biztosít munkahelyet, ezzel hozzájárulva a helyi társadalmi-gazdasági fejlődéshez.

Nguyen Chi Linh tehetséges vezető, aki stratégiai vízióval rendelkezik. Nagyra értékelik a ruhaipar iránti elkötelezettségét, erőfeszítéseit és szenvedélyét.

3.2 A Van Loi Korlátolt Felelősségű Társaság makrokörnyezete

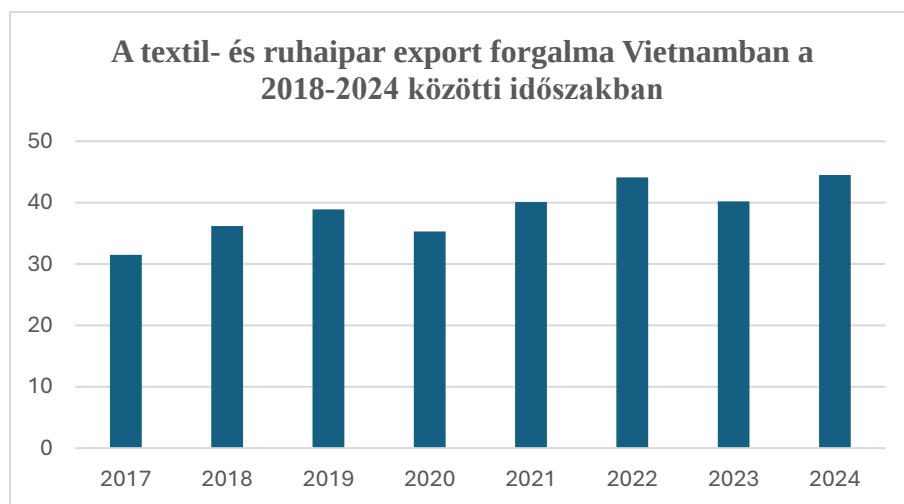
3.2.1. A gazdasági tényezők

Az Általános Statisztikai Hivatal szerint 2023-ban Vietnam gazdaságának bruttó hazai termékének arányos mérete a becslések szerint eléri a 155,7 billió HUF-ot, ami 430 milliárd USD-nak felel meg. Vietnam egy főre jutó bruttó hazai terméke folyó áron 2023-ban a becslések szerint eléri az 1,55 millió HUF-ot/fő, ami 4284,5 USD-nak felel meg, és 61,8 ezer HUF-os növekedést jelent 2022-höz képest. A teljes gazdaság munkaerő-termelékenysége 2023-ban a jelenlegi árak szerint a becslések szerint eléri a 3,04 millió HUF-ot/dolgozó (8380 USD/dolgozónak felel meg, ami 105,7 ezer HUF-os növekedést jelent 2022-höz képest); az összehasonlító árak szerint 3,65%-kal nőtt a munkatermelékenység a dolgozók képzettségének javulása miatt. 2023-ban a becslések szerint a végzettséggel és bizonyítvánnyal rendelkező betanított munkavállalók aránya eléri a 27%-ot, ami 0,6 százalékponttal magasabb, mint 2022-ben (Nguyen & Doan, 2024).

A világgazdaság 2024 első három hónapjában továbbra is számos nehézséggel és kihívással néz szembe. A nagyhatalmak közötti stratégiai verseny egyre élesebbé válik, fokozva a geopolitikai feszültségeket. Az Oroszország és Ukrajna közötti katonai konfliktus bonyolulttá és elhúzódóvá vált, a Gázai övezet konfliktusa kiéleződött, és a Vörös-tengeren a hajózási tevékenységek elleni támadások hatással vannak az áruk és a kőolaj globális ellátási láncára, növelve a tengeri közlekedés biztonsági kockázatait, ami befolyásolja a világ országainak növekedési kilátásait. A természeti katasztrófák, például az aszályok, viharok és árvizek, valamint az éghajlatváltozás súlyos következményekkel járnak. Az energiabiztonságot, az élelmezésbiztonságot és a kiberbiztonságot fenyegető kockázatok növekednek. Bár az infláció enyhült, még mindig magasabb a célnál. Számos nagy gazdaság továbbra is szigorú monetáris politikát folytat, magas kamatlábak fenntartásával. A globális kereskedelem, a fogyasztás és a beruházások lassan élénkülnek (Hivatal, 2024).

Ábra 4: A textil- és ruhaipar exportforgalma Vietnamban a 2018-2024 közötti időszakban

(Forrás: <https://baodaknong.vn/huong-di-ben-vung-cho-nganh-det-may-khi-thi-truong-the-gioi-con-bien-dong-195984.html>)



A Statisztikai Hivatal jelentése szerint 2024 első két hónapjában az átlagos infláció 3,67%-kal nőtt a 2023 azonos időszakához képest; ez alacsonyabb emelkedés, mint a 2023 azonos időszakában mért 4,6%. Az idei év első két hónapjának inflációját befolyásoló tényezőket közelebbről megvizsgálva azonban azt láthatjuk, hogy az élelmiszerárak nagymértékben hozzájárultak a növekedéshez, így ez a tétel 16,49%-kal emelkedett a 2023 azonos időszakához képest. A magas

szinten maradó élelmiszerárak az infláció további növekedését okozhatják a közeljövőben (Pham, 2024).

A magas infláció arra készteti a fogyasztókat, hogy csökkentsék kiadásait, és a ruhák, valamint a divat vásárlása helyett olyan alapvető cikkek helyezésére előtérbe, mint az élelmiszer, a gyógyszer, az oktatás stb. Ez a textil- és ruhaipari fogyasztói kereslet csökkenéséhez vezet, ami negatívan befolyásolja a vállalkozások bevételeit és nyereségét.

A „Világmunka- és társadalompolitikai kilátások: 2024-ig” című jelentésében a Nemzetközi Munkaügyi Szervezet nagyra értékeli a világgazdaság rugalmasságát 2023-ban a gazdasági környezet összefüggésében. A makrogazdasági szektor számos nehézséggel és kihívással néz szembe, mint például az inflációs nyomás, amely nem csökkent, a hitelkamatköltségek növekedése, és a geopolitikai feszültségek, amelyek továbbra is bonyolultak. 2023 októberében a nemzetközi szervezetek egyidejűleg módosították a 2023-as globális bruttó hazai termék növekedésére vonatkozó előrejelzést, úgy, hogy az eredeti prognózishoz képest 0,3-0,4 százalékponttal magasabb lett. Ezek a tényezők hozzájárulnak a világ munkaerőpiacának stabil fellendüléséhez 2023-ban, amit a foglalkoztatottak számának növekedése, a munkanélküliségi ráta csökkenése, valamint a munkavállalók átlagos heti munkaóráinak számának emelkedése jelez, amelyek már majdnem visszatértek a járvány előtti normális szintre a világ minden régiójában. Ebben a jelentésben azonban a Nemzetközi Munkaügyi Szervezet azt is megerősítette, hogy a világgazdaság általános jóléte és a munkaerőpiac még mindig nagyon törékeny. Valójában a világ számos hosszú távú kockázattal és bizonytalansággal néz szembe, amelyek 2024-ben negatívan érinthetik a munkaerőpiacot. Az előrejelzések szerint a munkahelyek növekedése lassul, a munkanélküliségi ráta pedig enyhén csökken a 2023-as 5,1%-ról 5,2%-ra 2024-ben (Nemzetközi Munkaügyi Szervezet, 2024).

Amikor a munkanélküliségi ráta csökken, a munkavállalók számára több lehetőség adódik az állásváltásra, ami segíti a ruházati vállalkozások bérnyomásának csökkentését. Az alacsony munkanélküliségi ráta azt is jelzi, hogy az emberek jövedelme növekszik, ezáltal fokozódik a fogyasztói kereslet, beleértve a ruházati termékek iránti keresletet is. A ruhaipari vállalkozások számára könnyebbé válik a megfelelő szakképzett munkaerő toborzása, amely hozzájárul a termelékenység és a termékminőség javulásához.

Az USD/VND árfolyam az utóbbi időszakban jelentős mértékben emelkedett. Az Általános Statisztikai Hivatal adatai szerint az USD árfolyama 2024 februárjában 0,4%-kal nőtt 2024 januárjához képest, míg 2023 decemberéhez viszonyítva 0,92%-os emelkedést mutatott. Az előző év azonos időszakához képest pedig 3,89%-kal volt magasabb az árfolyam (Vietnami Statisztikai Hivatal, 2024).

Az árfolyam növekedésével több USD-t váltanak át VND-ra, ami azt eredményezi, hogy az exportáló vállalkozások több VND-t kapnak, amikor USD-ban értékesítik termékeiket. Ez hozzájárul a bevételek és a nyereség növeléséhez. Mivel a vietnami exportált termékek árai olcsóbbak, mint más országoké, ez elősegíti a vietnami vállalkozások versenyképességének növelését a nemzetközi piacon. Ennek köszönhetően a vállalkozások növelhetik az exportból származó nyereségüket, és motiválhatják őket a több termék exportálására.

A vietnami ruhaipari vállalatok azonban gyakran más országokból importálnak nyersanyagokat, például szövetet, fonalat és kiegészítőket. Az árfolyam növekedése az importált nyersanyagok árának emelkedését vonja maga után, ami befolyásolja a vállalkozások haszonkulcsát. A vállalkozások kénytelenek lehetnek megemelni a termékek árát a megnövekedett nyersanyagköltségek kompenzálására, de ez drágíthatja a termékeiket, és csökkentheti a versenyképességüket a nemzetközi piacon. Ha a termékárak az árfolyamok növekedése miatt emelkednek, az importáló vásárlók elállhatnak a megrendelésektől, ami hatással van az exportáló vállalkozások bevételeire és nyereségére.

3.2.2. A politikai és jogi tényezők

Vietnamban, mint stabil politikai rendszerrel rendelkező országban, a gazdasági ágazatok valamennyi vállalkozása biztonságban érezheti magát, mivel számos más országgal folytathat üzleti kapcsolatokat, különösen a 2006-os Világkereskedelmi Szervezethez való csatlakozásnak köszönhetően.

A gazdaság és a politika a társadalmi élet két alapvető területe, amelyek szorosan összefonódnak egymással. Egy erős és virágzó gazdasággal rendelkező országban elengedhetetlen a stabil politikai háttér is. Ezzel szemben egy instabil politikai helyzet negatívan befolyásolhatja az ország gazdaságát. Vietnam stabil politikai rendszerével biztos alapot ad a gazdasági és politikai innovációnak, amelyet a Vietnami Kommunista Párt és az állam folyamatosan támogat.

A globalizáció és a nemzetközi gazdasági integráció lehetőséget kínál a vietnami textil- és ruhaipari vállalkozások számára, hogy bővítsék piacaikat, és együttműködjenek a regionális és globális partnerekkel. Ennek eredményeként Vietnam aktívan részt vesz nemzetközi kereskedelmi szervezetekben, mint például a Világkereskedelmi Szervezet, a Csendes-óceáni Partnerség és a Szabadkereskedelmi Megállapodás. Ezek a lehetőségek és kihívások egyaránt elősegítik a vietnami vállalkozások fejlődését, különösen a textil- és ruhaiparban. Ezek a kedvező feltételek lehetővé tették, hogy a Van Loi Kft. jelentős jelenlétet építsen ki a globális textilpiacon.

A cég exportkapacitása folyamatosan növekedett, és a termékeket olyan kulcsfontosságú piacokra exportálták, mint az Egyesült Államok és Dél-Korea. Emellett a vietnami kormány olyan politikát folytat, amely elősegíti a textilipar fejlődését, és hozzájárul a hazai piac értékének növeléséhez.

2024-ben a vietnami textil- és ruhaipar továbbra is sok nehézséggel nézhet szembe, mivel a geopolitikai tényezők befolyásolni fogják az iparágban működő vállalkozások exportképét; Az inputköltségek, a szállítási és logisztikai költségek emelkedtek, miközben a nem létfontosságú javak iránti fogyasztói kereslet továbbra is lassan élénkült (Nhu & Thuy, 2024).

3.2.3. A demográfiai és kulturális tényezők

Vietnam jelenlegi lakossága 2024. március 29-i adatok szerint több mint 99 millió fő, az ENSZ (Egyesült Nemzetek Szervezete) legfrissebb statisztikái alapján. A népsűrűség folyamatosan emelkedik, a népességszerkezet fiatal, a munkaképes korúak száma pedig mintegy 66,6 millió fő. Az Általános Statisztikai Hivatal 2023. december 29-én közzétett, a negyedik negyedévről és a 2023-as év társadalmi-gazdasági helyzetéről szóló jelentésében szereplő adatok szerint, 2023 végére Vietnam becsült lakossága 100,3 millió főre emelkedett, ami körülbelül 834,8 ezer fős (0,84%-os) növekedést jelentett 2022-höz képest. Ebből a városi lakosság 38,2 millió fő, ami több mint 38%-át teszi ki a teljes lakosságnak. A Vietnami Jogi Könyvtár előrejelzései szerint 2024-re a vidéki lakosság száma meghaladja a 62 millió főt, ami közel 62%-ot képvisel. A férfiak száma 50 millió fő, ami 49,9%-ot jelent, míg a nők száma 50,3 millió fő, ami 50,1%-ot tesz ki. Ezért Vietnam gazdag munkaerő-forrással, olcsó munkával és ígéretes fogyasztói piaccal rendelkezik, amely kedvező lehetőségeket kínál a textil- és ruhaipar számára (VietnamiJogiKönyvtár, 2024).

Az urbanizáció sebessége, a társadalmi-kulturális infrastruktúra fejlődése, a tömeges információs hálózatok bővülése, valamint a régiók közötti üzleti és kereskedelmi kapcsolatok erősödése

megváltoztatta az emberek megjelenését, szellemi életüket pedig egyre gazdagabbá és változatosabbá tette. Az urbanizált területeken élők kulturális életszínvonala, élvezete és a kulturális kreativitásban való részvételük szintje összességében emelkedik, ami arra ösztönzi őket, hogy megtanulják a jó termékeket használni. A Van Loi Kft.-t arra ösztönözte, hogy nagyobb hangsúlyt fektessen a hazai piacra, kiépítve egy széleskörű elosztórendszert.

3.2.4. A technológiai tényezők

A gyenge termelési kapacitás és az elavult technológia a vietnami textilipar egyik fő korlátja. Vietnam azonban az elmúlt években a modern gépek és berendezések felszerelésére helyezte a hangsúlyt a szövetgyártás, az alapanyagok, a tartozékok, a nyomtatás stb. igényeinek kielégítésére. Nem csak hazánkban a zöldre, a környezetbarát fejlődéshez modern technológia szükséges. hulladékkezelés, újrahasznosítás, újrafelhasználás stb. Ez arra készteti a vietnami textilipari vállalkozásokat általában, és különösen a Van Loi Korlátolt Felelősségű Társaságot, hogy folyamatosan újítsák, átadják a technológiát, befektessenek a technológiába stb., hogy javítsák a termelékenységet és a versenyképességet a ruhapiacra.

Az elmúlt években Vietnam berendezés- és technológiai piaca meglehetősen erőteljesen fejlődött. A vietnami vállalkozások azonban főként a varrástechnológiára koncentrálnak, így a textilipar piaca még mindig viszonylag kicsi. Fejlesztési stratégiával és proaktív alapanyag-ellátással azonban elképzelhető, hogy a következő években a textiltechnológia és -berendezések piaca valóban robbanásszerűen meg fog robbanni, és kedvező feltételeket teremt a külföldi beszállítók számára. Abban az időben a vietnami vállalkozásoknak lehetőségük van arra is, hogy kipróbáljanak és vásároljanak különféle berendezéseket a technológiai innováció folyamatának kiszolgálására. A textiltechnológiai változások jelentős hatással vannak a Van Loi Kft.-re. A technológiatranszfer erőteljesen növekszik, ami nagyon kényelmes a vállalkozások számára, mert képesek lesznek a modern fejlett technológiák használatával csökkenteni a költségeket és javítani a termékminőséget. Az új, fejlett és modern technológiák alkalmazása néha sok nehézséggel szembesül, mivel az állami feltételek korlátozottak és nem teszik lehetővé. Ez megakadályozza, hogy a vállalkozások felzárkózzanak a külföldi vállalkozásokhoz.

A fenti tényezők mind erőteljesen és közvetlenül befolyásolják a vállalkozásokat. Amikor a technológia fejlődik, a vállalkozásoknak lehetőségük van a technológiai vívmányok alkalmazásával magasabb minőségű termékeket és szolgáltatásokat létrehozni az üzletfejlesztés és

a versenyképesség javítása érdekében. Ugyanakkor azzal a kockázattal jár, hogy a vállalkozások lemaradnak és csökken a versenyképességük, ha nem innoválják azonnal a technológiát.

Az ipar irányításával a vállalat számos fejlett gépet importált Kínából, Japánból és Németországból, és a gyártósorra helyezte őket, hogy javítsa a havi 1 500 000 termék előállításának, javításának és gyártásának képességét. A termékek valóban jók és egyenletesek. minőség. Nem csak az információs technológia fejlődése volt igazán pozitív hatással a cég fejlődésére. A gépek azonban továbbra is korlátozottak, és nem 100%-ban automatizáltak, ezért továbbra is sok emberi erőforrást kell igénybe venniük, ami ahhoz vezet, hogy a gyárnak mindig munkaerőt kell toboroznia. Például a szövetvágás, a varrás és a késztermékek összeállításának minden egyes szakasza még mindig sok emberi beavatkozást igényel. A modern gépeknek köszönhetően azonban ezek a munkák még mindig magas hatékonyságot, jó termékeket, egyenletes minőséget és kevés hibát érnek el. Innen a legjobb, szabványoknak megfelelő késztermékeket tudjuk piacra vinni más piacokra történő exportra. Emellett a kommunikációs eszközök fejlesztésével a cégek felvehetik a kapcsolatot külföldi partnerekkel a megrendelések fogadása, például a munka gyors feldolgozása érdekében.

3.2.5. A környezeti és természeti tényezők:

Vietnam trópusi és szubtrópusi monszun éghajlati övezetben található, bőséges napsütéssel, bőséges csapadékkal és magas páratartalommal. Ezért kényelmes pamut, juta, selyemhernyó termesztésére, így az alapanyag utánpótlás mindig garantált.

A Van Loi Korlátolt Felelősségű Társaság az ország többi régiójához képest a fejlett régió északi részén található. Az emberek jövedelmi és szépség-szükségletei általában a ruhaipar és különösen a vállalat fejlődését idézik elő. Emellett a cég a város közelében található, így kényelmes közlekedési rendszerrel rendelkezik, mint például az 1A főbb országos autópálya, valamint közel van a fővároshoz, Hanoihoz (2 óra autóval), így feltétele lesz, hogy a cég A piac az ország más részeire vagy akár nemzetközire is kiterjed, radikálisan elősegítve a termelési tevékenységet.

A Covid-19 minden eddiginél nagyobb keresletet hozott az orvosi jelmezek iránt. A cég számos, a mai orvosi ipar igényeinek megfelelő orvosi jelmezmodellt gyártott, amely az elmúlt években jelentősen hozzájárult a bevételek növekedéséhez.

Az elmúlt években kiobbant Covid-járvány hatással volt a világ gazdaságra, és Vietnam sem tudta elkerülni a negatív következményeket. Konkrétan a textil- és ruhaipar az egyik legsúlyosabban érintett ágazat lett, a turizmus, a légi közlekedés és a cipőipar mellett. A járvány hatására a ruházati cikkek iránti kereslet csökkent, ami az összkéréslet és az országok közötti verseny visszaeséséhez vezetett.

A textil- és ruhagyártás versenye egyre hevesebbé vált, ami közvetlenül érinti a társaság termelési és üzleti tevékenységét. Ennek következtében a társaság termelési és üzleti tevékenysége nehézségekkel küzdött. Az orvosi jelmezek iránti kereslet azonban minden eddiginél nagyobb lett, így a mai orvosi ipar követelményeinek megfelelő, sokféle formatervezésű és színű orvosi jelmezek gyártása segítette a cégnél átvészalni ezeket az időket.

3.3 A Van Loi Korlátolt Felelősségű Társaság mikrokozonyezete

A mikrokozonyezet az a jelenlegi kozonyezet, amelyben a vállalkozás működik, és amely közvetlen hatással van a vállalkozás termelésére és üzleti tevékenységére. A Van Loi Korlátolt Felelősségű Társaság mikrokozonyezetét Michael E Porter 5 versenyerő modellje szerint elemzik, konkrétan az üzletet közvetlenül befolyásoló tényezőkön keresztül, utal a cég tevékenységére nehezedeő piaci versenynyomásra.

3.3.1 A szállítók alkuereje

Emberi erőforrások

A ruházati iparban alkalmazott munkaerő magában foglalja a vezetőséget, a magas szintű műszaki dolgozókat és a gyártástechnikai dolgozókat.

Menedzsment munkaerőt az egyetemek biztosítanak

Magas szintű műszaki dolgozókat képeznek Műszaki Pedagógiai Egyetemekről, Műszaki Egyetemekről,... Műszaki dolgozók képzési skálája rövid távú oktatáson keresztül.

A közvetlen termelésben dolgozók esetében nagyon kevesen képezik ki az iskolát. Ezt a típust szakképzetlen munkásokból toborozzák, felhasználására a cég képzést szervez.

Anyagi erőforrások

A textil- és ruhaipar hazai nyersanyagforrásai még mindig nagyon korlátozottak. Bár az export ugyanebben az időszakban továbbra is megőrizte pozícióját, a jelenlegi probléma a vietnami textil- és ruhaipari vállalkozások hazai nyersanyagellátása az exporttermékek hozzáadott értékének növelése érdekében.

Az Általános Vámhivatal előzetes statisztikái szerint 2024 januárjában a vietnami gyapot minden fajtája elérte a 146 365 tonnát, több mint 289,7 millió dolláros forgalom mellett, ami 20,8%-os volumennövekedést és 1%-os növekedést jelent értéke 2023 decemberéhez képest. Az előző év azonos időszakához képest ennek a terméknek a Vietnamba irányuló importja meredeken, mennyiségben 109,3%-kal, értékben pedig 65,4%-kal nőtt. Ennek a cikknek a vietnami importára elérte az 1979 USD/tonnát, ami közel 21%-os csökkenést jelent 2023 azonos időszakához képest (Ipari és Kereskedelmi Újság, 2024).

Táblázat 3: Vietnam pamutimport helyzete az évek során (egység: ezer tonna pamut)

(Forrás: Vietnámi Kereskedelmi és Iparkamara, 2024)

Piac	Év		
	2021	2022	2023
Ausztrália	1.680	1.740	1.300
Amerika	605	540	416
India	700	61	82
Brazil	376	275	432
Kína	1.198	1.025	1.285

Az országok és az állami tulajdonú vállalatok közötti integrációs és együttműködési politikákkal együtt a hazai vállalatok és a Van Loi Korlátolt Felelősségű Társaság számára a nyersanyagok beszerzése sokkal könnyebbé és kényelmesebbé vált. A cég fő alapanyagai a gyártáshoz elsősorban pamutszálak, ezenkívül sokféle vegyszer. Ezt az alapanyagmennyiséget főként beszállítóktól és külföldi beszállítók ügynökeitől szerzik be. Belföldi beszállítók, mint például: Hoa Tho Textilipari Vállalat. Külföldi beszállítók, mint például: Barco Társaság. Ezek a beszállítók mind nagyon jó minőségű alapanyagokat biztosítanak. Mivel azonban a távolság meglehetősen nagy, elkerülhetetlenek a szállítási késések. Ezenkívül más anyagokat, például a pamutfonalat külföldről vagy a vietnami külföldi vállalati ügynököktől kell importálni.

A társaság befektetési forrása elsősorban hitelből és önerőből származik. Egyre több textil- és ruhaipar alapanyag- és kellékszállítója válik proaktívabbá a termelésben. A Van Loi Kft.-t a termékek speciális jellemzői miatt kénytelen külföldről importálni, mivel a hazai nyersanyagok nem képesek kielégíteni a vásárlók igényeit, így a költségek jelentősen megnövekednek. Az alapanyagok (pamut, rost) 80%-át belföldről szerzik be, míg a fennmaradó 20%-ot Oroszországból, Kínából és Tajvanról importálják. Továbbá, a cég gépeit, berendezéseit, valamint a festékkemikáliák 100%-át Japánból, Kínából és Szingapúrból importálják. Ennek következtében jelentős nyomás nehezedik az alapanyag-beszállítókra.

A Van Loi Kft. nagy mértékben függ külföldi beszállítóktól. A piaci ingadozások jelentős hatással vannak a termelési folyamatokra. Például előfordulhat, hogy a beszállítók hirtelen megemelik az árakat, késlekednek a szállításokkal, vagy nem megfelelő minőségű termékeket szállítanak. Ezen kívül a vállalat sokáig importál tartalékot, ami tőketorlódást eredményezhet, ha az árak csökkennek, így befolyásolva a termelési és üzleti tevékenységet.

3.3.2 A versenytársak, illetve a velük folytatott verseny

A textilipar azon iparágak közé tartozik, amelyek nagyon éles versenyben állnak. A vállalkozásoknak nagy nyomást kell viselniük a termelésben és az üzleti életben a túlélés és a fejlődés érdekében. A textilversenyzők két csoportra oszthatók: hazai és külföldi versenyzőkre.

a. Hazai versenytársak

A cég fő versenytársai a Ninh Binh Ruházati Export Részvénytársaság, a Saigon 3 Ruházati Részvénytársaság, a Viet Tien Ruházati Részvénytársaság.

- Ninh Binh Ruházati Export Részvénytársaság

Ez az egyik legnagyobb ruhaipari vállalat Vietnamban, éves bevétele meghaladja az 1000 milliárd dongót. A cég számos gyártó gyárral rendelkezik Ninh Binhben, Nam Dinhben és Thai Binhben

- Saigon 3 Ruházati Részvénytársaság

Ez egy régóta működő ruhaipari üzlet Vietnamban, több mint 40 éves tapasztalattal. A cégnek Ho Chi Minh-városban és Long An-ban vannak gyárai.

- Viet Tien Ruházati Részvénytársaság

Ez egy jó hírű ruhaipari üzlet Vietnámban, kiváló minőségű ruhatermékekkel. A vállalat gyártóüzemekkel rendelkezik Ho Chi Minh-városban, Binh Duongban és Dong Naiban.

Az utóbbi időben számos új, a Van Loi Kft. termékeivel azonos minőségű, ám olcsóbb alternatíva jelent meg a piacon, melyek Kínából importált áruk. Ennek a forrásnak az előnye, hogy széles választékban és különböző kivitelben elérhetők, valamint az átlagos és alacsony jövedelmű vásárlók számára kedvező árakat kínálnak. Ugyanakkor a minőségük nem éri el a kívánt szintet, így a vásárlók nem válnak hűségesebbek ehhez az áruforráshoz.

A különböző típusú és kivitelű koreai textíliák, valamint a filmekben keresztüli meglehetősen hatékony marketingstratégia sok fiatal vásárlót vonzottak. Ráadásul a hamisított áruk alacsony árakkal árasztják el a piacot, ami az alacsony jövedelmű vásárlókat, különösen a fiatalokat vonzza. A fenti áruforrás kihívást jelent a textil- és ruhaipari vállalkozások számára, és egyben hajtóereje a hazai piacon való érvényesülésnek.

A 100%-ban külföldi tőkével rendelkező vegyesvállalatok számos előnnyel rendelkeznek a híres és divatos márkákkal való kapcsolatuk miatt, mint például a nagy befektetési tőke, a korszerűbb gépek és berendezések, amelyek sok tehetséges munkaeőrt vonzanak és nagy árufelhasználást jelentenek.

Ezen kívül számos magántervezésű és -gyártású cikk létezik, amelyek szintén vonzzák bizonyos számú vásárlót.

b. Nemzetközi versenyzők

A Kínából, Indiából, Koreából és az ázsiai-országokból származó textil- és ruházati cikkek versenye mind az export, mind a hazai piacokon rendkívül kiélezett, különösen a korlátozások nélkül exportált kínai áruk tekintetében. A versengő országoknak olyan előnyei vannak, mint:

- Alacsony nyersanyagárak alacsony áron, a bőséges alapanyagok miatt, rendszeresen felújított berendezések, jó infrastruktúra,...
- Hatékony marketing képességekkel rendelkező, jó műszaki személyzetből álló csapat, új, minőségi, vásárlói ízlésnek megfelelő termékeket készítve (kötöttáru, exportált selyemáru, spandex szőtt szövet,...)
- Számos híres divattervező és gyártási központ van, amelyek világszerte vonzzák az ügyfeleket

Egyéb versenytársak: a fent említett textil- és ruhaexportáló hatalmakon kívül Pakisztán, Malajzia, Fülöp-szigetek, Szingapúr, Banglades,... is magas exportforgalmú országok.

A Világkereskedelmi Szervezethez való csatlakozás a vietnami vállalkozások piacának bővítése mellett számos versenytársat is hoz a hazai vállalkozások számára. Amikor egy nemzetközi szervezethez csatlakoznak, az egészen kisvállalkozások, mint a Van Loi Kft., más külföldi versenytársakkal is szembesülnek, mint például Kína, India,... ami a vállalatnak sok problémába ütközik. A nyersanyagokra kivetett import- és exportadók részben befolyásolják a vietnami hazai vállalkozások, különösen a kisvállalkozások, például a Van Loi cég versenyképességét. Az alábbiakban felsorolunk néhány olyan vállalatot, amelyek közvetlenül érintik a Van Loi céget:

a. Great Global Korlátolt Felelősségű Társaság

Ez egy ruházati cég, amelynek székhelye Hongkongban van, és több mint 20 gyártóüzeme van Kínában, Vietnamban és Bangladesben.

b. Pou Chen Részvénytársaság

Ez egy tajvani székhelyű ruhaipari cég, több mint 30 gyártó gyárral Kínában, Vietnamban, Indonéziában és Mianmarban.

c. Li & Fung Korlátolt Felelősségű Társaság

Ez egy hongkongi székhelyű ruházati cég, több mint 20-ban több mint 100 gyártó üzemmel

3.3.3 A vásárlók alkupozíciója

A fogyasztói oldalon, ha teljes szabadságot kapnak a számtalan különböző beszállítótól származó megfelelő áru és szolgáltatás kiválasztásában, reakciójuk nagyon erős nyomást jelent majd, amely arra kényszeríti a vállalkozásokat, hogy megfeleljenek a gazdasági verseny szabályainak. Ez egyben a hajtóerő a vállalkozás folyamatos kreativitásának fenntartásához is.

Belföldi vásárlók: A ruházati kereslet a piacon egyre gazdagabb és változatosabb. Az ízlésük mindig változik. Ha a gyártó nem tudja kielégíteni a vevői igényeket, gyorsan távozik, és keres egy másik jobb beszállítót. Jelenleg sok vállalat képes kielégíteni a piaci igényeket sokféle terméktípussal, rendkívül versenyképes árakkal és vonzó hitelpolitikával. Az ügyfeleknek lehetőségük van különböző termékeket választani, és nyomást gyakorolni a vállalatra. Mindig

megkövetelik a vállalatától, hogy a külföldi termékekkel azonos minőségű termékeket állítson elő alacsony áron, ami számos hátránnyal jár a cég működésében. A cég igyekszik egy márkát építeni, hogy nagyszámú hazai vásárlót vonzzon.

Külföldi ügyfelek: A cég fő vásárlói a hagyományos vásárlók, kiskereskedelmi vállalatok, mint például a J.C Penny, Sanma, Tonix, Sumitomo. Emiatt a cég termelési tevékenysége a vevői megrendelésektől függ, így nagy nyomást gyakorolnak a cégre, mint például: árleszállítások kikényszerítése, kötelezettségvállalások elmulasztása, minőségi indoklás az áruk fizetésének késleltetésére vagy korai szállításra. Ennek oka, hogy a Van Loi Kft. túlzottan függ ezekből az ügyfelekből, és nem alakított ki széleskörű értékesítési csatornát. A vietnami és más országok nemzetközi integrációs trendje lehetőséget kínál a vállalat számára, hogy új piacokat fedezzen fel és fejlesszen világszerte.

Így az ügyfelek megtartása érdekében a vállalatnak kutatást kell szerveznie, és szorosan figyelemmel kell kísérnie a piacot, hogy olyan termékeket állítson elő, amelyek megnövelt értéket hoznak az ügyfelek számára

3.3.4 A helyettesítő termékek fenyegetése

A ruházati termékeket nehéz kicserélni, mert az emberek ruházati igényeire továbbra is csak az áruk jelentik a választ. A dizájn és az anyagok változásai azonban vonzóbbá teszik a terméket a fogyasztók számára. Ez előnyt jelent a zárt működési folyamatokkal rendelkező, az anyagok forrását, a kivitelezést és az alapanyagárakat ellenőrző textilipari vállalkozások számára.

Jelenleg számos ruhatermék készül gyapjúszövetből, és egyre inkább megjelennek a piacon. Ezek a termékek hasonló minőségűek, ugyanakkor kedvezőbb árúak. Néhány vásárló ezt az alternatívát választja a Van Loi Kft. rugalmas termékeinek helyettesítésére. Ez egyúttal olyan nyomást is jelent, amely arra ösztönzi a vállalatot, hogy folyamatosan versenyképes termékeket fejlesszen ki az ügyfelek megszerzése és megtartása érdekében.

A ruhaipar számára a „helyettesítők” fogalma olyan alternatív termékeket jelent, amelyek kielégítik a fogyasztók igényeit anélkül, hogy hagyományos ruházati termékeket vásárolnának. Ezek tehát nem feltétlenül új anyagból készült ruhák, hanem inkább új koncepciók, szolgáltatások vagy technológiák, amelyek képesek kiváltani az új ruhák vásárlását. A Van Loi Kft. ruházati termékeihez hasonló alternatívák lehetnek azok a helyettesítők, amelyek képesek kielégíteni a

fogyasztók divat- és öltözködési igényeit anélkül, hogy közvetlenül a Van Loi Kft. márkáját választanák. Ezek a helyettesítők alapvetően olyan termékek, szolgáltatások vagy új koncepciók, amelyek különböző formában kínálnak stílust és divatot. A főbb helyettesítők és az ezekkel járó veszélyek a következők:

- **Használt ruhák és vintage ruházati piac:** Az egyre népszerűbbé váló használt ruházati piac, amelyet a Vinted, ThredUp és Depop platformok is erősítenek, lehetővé teszi, hogy az emberek egyedi és minőségi ruhadarabokat találjanak kedvezőbb áron, ráadásul környezetbarát megoldásként.

Veszély: A Van Loi Kft. számára komoly versenytársat jelenthet, mivel egyre több fogyasztó a fenntarthatóságot és a költséghatékonyságot részesíti előnyben..

- **Ruhakölcsönző szolgáltatások:** A bérlet és kölcsönzés lehetőséget ad a vásárlóknak arra, hogy alkalmanként ruhákat kölcsönözzenek, így elkerülve a drágább, egyszeri alkalomra szóló vásárlást.

Veszély: Az alkalmi és különleges eseményekre szánt ruházati piacra jelentős hatással lehet, mivel sok vásárló a kölcsönzést részesíti előnyben a vásárlással szemben, így csökkentve a Van Loi Kft. iránti keresletet.

- **Fenntartható és etikus divatmárkák:** A fenntartható és etikus márkák egyre népszerűbbek, mivel a fogyasztók egyre inkább a környezettudatosságra és az etikus gyártásra helyezik a hangsúlyt. Az ilyen márkák újrahasznosított anyagokat és környezetbarát gyártási folyamatokat alkalmaznak, ami különösen vonzó lehet az ökotudatos vásárlók számára.

Veszély: A Van Loi Kft. számára komoly kihívást jelenthet, ha a fogyasztói elvárások a fenntarthatóság irányába tolódnak, és ezzel párhuzamosan az etikus márkák iránti kereslet növekszik

- **Gyors divat és olcsóbb alternatívák:** A gyors divat márkák, mint a Shein vagy Zara, gyorsan reagálnak a legújabb trendekre és megfizethető áron kínálnak változatos kollekciókat, vonzó lehetőséget nyújtva azoknak, akik divatos megjelenést szeretnének alacsonyabb költségek mellett.

Veszély: Az érzékeny vásárlókat könnyen elcsábíthatják ezek az olcsóbb alternatívák, amelyek sokszor hasonló stílusokat kínálnak alacsonyabb áron.

A helyettesítők jelentős veszélyt jelentenek a Van Loi ruházat számára, különösen, ha a fogyasztók figyelme az ár, a fenntarthatóság és az etikus gyártás iránti igények felé tolódik. A Van Loi Kft. számára ez azt jelentheti, hogy új stratégiákra és esetleges piaci alkalmazkodásra lesz szükség annak érdekében, hogy lépést tartsanak a változó igényekkel és versenyhelyezettel.

3.3.5 Új belépők fenyegetése

A vietnami textil- és ruhaipar 2024-es fejlesztési terve szerint a textil- és ruhaipar 44 milliárd USD-s exportcél tűz ki. Cél elérése érdekében az állam mindig kedvező feltételeket teremt az új vállalkozások számára az iparágba való belépéshez, emellett a külföldi befektetőket vonzó politikák a vietnami befektetésekre is ösztönzik a vállalkozásokat. Az a tény, hogy ezek a vállalkozások később születtek, és kedvezőbb feltételeket kapnak a befektetéshez és az új technológia alkalmazásához, mint az iparágban már működő cégek, számos új terméket hoznak piacra, magas minőséggel és jó szolgáltatással, nagy nyomást gyakorolva a hazaira piac. Az utóbbi időben különösen úgy tűnt, hogy sok kis gyártóüzem, valamint divat- és exporttermékekre szakosodott kisvállalkozás szorosan követi a piaci keresletet, alacsony gyártási költségük és alacsony áraik előnye, hogy áraik alacsonyak és jobban alkalmazkodnak a környezethez.

3.4 A SWOT-elemzés stratégiai perspektívát kínál a Van Loi Korlátolt Felelősségű Társaság számára

3.4.1. Erősségek

A Van Loi Korlátolt Felelősségű Társaság fejlett gépekkel és technológiai berendezésekkel rendelkezik, beleértve az ipari varrógépeket, vágógépeket, hímzőgépeket és egyéb kiegészítő berendezéseket, amelyek elősegítik a termelékenység növelését és a munkaerőköltségek csökkentését. A vállalat két tágas gyárral, tiszta termelési környezettel és szigorú minőségirányítási rendszerrel rendelkezik, amelyek biztosítják a hatékony gyártási folyamatokat.

A cég hosszú távú és stabil kapcsolatokat épített ki hazai és külföldi partnerekkel, köztük alapanyag-beszállítókkal, exportpartnerekkel és forgalmazókkal. A cég széleskörű exportpiaccal

rendelkezik, és jelenleg számos ügyféllel dolgozik a világ különböző országaiból, például az Egyesült Államokból, az EU-országokból, Japánból és Koreából.

A cég dolgozói és technikusai sokéves tapasztalattal rendelkeznek a ruhaiparban, amely segíti a termékek stabil és pontos minőségének biztosítását. A cég igazgatója 7 éves tapasztalattal rendelkezik Ninh Binh tartomány egyik nagy és régóta működő ruhaipari vállalatánál, a Van Xuan cégnél. Nguyen Thi Toan, a humán erőforrás- és műszaki vezető, több mint tízéves tapasztalattal rendelkezik a tartomány ruhaipari cégeinél. A cég munkaerő-helyzete nagyon stabil, a szakképzettséggel, szakképzettséggel és gyakorlattal rendelkező műszaki dolgozók száma az évek során növekszik, a gépek javításával, karbantartásával kapcsolatos igények. És az új technológia miatt szakképzett, magas műszaki ismeretekkel rendelkező csapatra van szükség.

Az évek során az egyetemi végzettséggel rendelkező munkaerő is nőtt az adminisztratív irányítási igények kielégítése érdekében. A vállalat minden alkalmazottja megfelelő szakmai felkészültséggel rendelkezik a rábízott feladatok megfelelő elvégzéséhez. Ráadásul a női dolgozók aránya jóval magasabb, mint a férfiaké, ami összhangban van a ruhaipar sajátosságaival, mert a női kezűgyesség alkalmas erre a munkára.

A vállalat nemzetközi minőségi szabványokat (például ISO 9001¹) alkalmaz a gyártási folyamat ellenőrzésére, biztosítva, hogy minden termék megfeleljen a magas minőségnek, mielőtt elhagyja a gyárat. A cég jó minőségű és változatos termékekkel rendelkezik, amelyek sok vásárló számára alkalmasak. Változatos termékek: sportruházat, orvosi egyenruhák, öltönyök, nadrágok, kabátok, pamut sálak mindenféle dekoratív stílusban, mint például dobby, jacquard, virágmintás, hímzés stb. Változatos és megfelelő vásárlói kör minden korosztálynak, nemnek, különböző szakmának ill. különböző évszakok.

3.4.2. Gyengeségek

A magasan képzett munkavállalók száma továbbra is alacsony. A munkaerő főként szakképzetlen, a szakképzett és tapasztalt munkaerő továbbra is kis hányadot tesz ki.

A legtöbb termék vevői tervek szerint készül, a kreativitás a tervezésben korlátozott.

¹ Az ISO 9001-es szabvány az ISO 9000-es minőségbiztosítással / minőségirányítással foglalkozó szabványcsoport meghatározó tagja. Ez a szabvány tartalmazza a minőségirányítási rendszerrel kapcsolatos követelményeket.

A cég eszközberuházása továbbra is korlátozott, ezért a gyártósoron számos gép- és berendezéstípus elavulttá vált, de még nem cserélték ki.

Nem rendelkezük kellő képességgel strukturális átalakítási projektek, nagyszabású beruházási projektek, munkavállalói képzési projektek, stb. végrehajtására ahhoz, hogy lépést tudjunk tartani a trendekkel, és kihasználjuk a globalizáció és a világgazdasági integráció előnyeit.

A cég gyártásához szükséges alapanyagokat főként külföldről importálják. Ezért a vállalat kockázatokkal szembesülhet, ha a nyersanyagárak világviszonylatban szokatlanul ingadoznak, ami az alapanyagárak növekedéséhez vezet.

3.4.3. Lehetőségek.

Bőséges humánerőforrás: Vietnam bőséges és fiatalos emberi erőforrással rendelkezik, amely képes kielégíteni a textil- és ruhaipar munkaerőigényét.

Alacsony munkaerőköltségek: Vietnamban a munkaerőköltségek alacsonyak a régió más országaihoz képest, így a vietnami textil- és ruhaipar előnyt jelent az ár tekintetében.

Infrastruktúra fejlesztés: Vietnam textil- és ruhaipari infrastruktúrája egyre jobban fejlődik, beleértve a szállítási rendszereket, a logisztikát stb.

Támogatási politika: A vietnami kormány mindig is érdekelt a textil- és ruhaipar fejlesztésében, ez egy fontos iparág, amely nagyban hozzájárul az ország GDP-jéhez és exportforgalmához.

Kereskedelmi megállapodások:

CPTPP² -megállapodás: Az Átfogó és Progresszív Megállapodás a Transz-Pacifik Partnerségről (CPTPP) kedvező feltételeket teremtett a vietnami textil- és ruhaipar számára, hogy új piacokra, például Kanadára, Mexikóba és Peruba exportálhasson.

EVFTA³ -megállapodás: A Vietnam–EU Szabadkereskedelmi Megállapodás (EVFTA) segít csökkenteni az EU-ba exportált textil- és ruházati cikkekre vonatkozó adókat és egyszerűsíteni a vámeljáráásokat, ezáltal potenciális piacot nyit meg több mint 450 millió emberrel.

² Átfogó és Progresszív Csendes-óceáni Partnerségi Megállapodás

³ EVFTA (European-Vietnam Free Trade Agreement) az Európai Unió-Vietnam szabadkereskedelmi megállapodás. Az EVFTA megállapodás Vietnam és 27 EU-tagország közötti szabadkereskedelmi megállapodás.

Egyéb kereskedelmi megállapodások: Vietnam szabadkereskedelmi megállapodásokról tárgyal számos más országgal, például az Egyesült Királysággal, Koreával stb. Amikor ezeket a megállapodásokat aláírják és végrehajtják, Vietnam textil- és ruhaiparának több lehetősége lesz új piacokra történő exportra.

Piaci igény:

Élénkül a globális fogyasztói kereslet: A COVID-19 világjárvány után a globális fogyasztói kereslet, különösen a ruházati kereslet várhatóan erőteljesen élénkül 2024-ben. Ez kedvező feltételeket teremt majd a vietnami textil- és ruhaipar számára az export növelése.

Fenntartható divatirányzatok: A fenntartható divatirányzatok egyre nagyobb figyelmet kapnak. A nagy divatmárkák világszerte a fenntartható és környezetbarát anyagok használatát helyezik előtérbe. A vietnami textilipar kihasználhatja ezt a lehetőséget fenntartható textiltermékek kifejlesztésére és nemzetközi ügyfelek vonzására.

A középosztály felemelkedése: A fejlődő országok középosztálya növekszik, ami a jó minőségű ruházat iránti kereslet növekedéséhez vezet. Ez potenciális piac a vietnami textil- és ruhaipar számára.

3.4.4. Veszélyek.

Nyersanyag áringadozások: Az inputanyagok, mint a pamut, fonal, textil kiegészítők ára erősen ingadozhat számos tényező miatt, mint például: világgazdasági helyzet, klímaváltozás, háború stb.

Éles verseny: A vállalatnak nagy a versenye az olyan erős exportáló országok részéről, mint Kína, India, Banglades stb. Számos hazai versenytárs is létezik, mint például a Thang Loi Textil- és Ruházati Vállalat, Viet Tien Ruhaipari Részvénytársaság.

Magasan képzett munkaerő hiánya.

Versenycsúszás a munkaerő vonzása miatt: Ha több vállalkozás működik a ruhaipari ágazatban Vietnámban, ez növeli a verseny nyomását a munkaerő vonzására, a munkaerő-erőforrások megosztására kerülnek, a munkaerő ára nő, a munkaerő vonzásában a verseny is élesebb lesz.

3.4.5. A SWOT elemzés tényezőinek integrálása a vállalat jövőbeli stratégiájának kialakításához

Kombinálja az erősségeket és a gyengeségeket.

Az erősségeket és lehetőségeket ötvözve az alábbiak szerint vannak irányok és megoldások a cég számára:

- A nagy piac olyan erősség, amely segíti a vállalkozásokat, hogy megvegyék a lábukat a piacon, így lehetőségük van az exportvolumen növelésére
- Folytassa az exportot olyan ismerős piacokra, mint Korea, Amerika, Európa,... mindig a termék megjelenésére és minőségére összpontosítva, megőrizve a cég imázsát az exportpartnerek szemében.
- A versenyképesség növelése az exportpiacokon segíti a vállalatot, hogy piaci részesedést szerezzen az exportáló országokban, és növelje bevételét
- Behatolás a korábban korlátozott piacokra, megfelelő árpolitikával és változatos termékekkel a piacok hazai és nemzetközi bővítése érdekében
- Használja ki a beruházásokat és az állam támogatását a termelési méretek bővítésére, miközben kielégíti a növekvő exportigényt.
- Használja ki a legtöbbet a támogatási tőkeforrásokból a termelésbe való befektetéshez, a képzéshez és a munkavállalók készségeinek fejlesztéséhez a termékminőség javítása és a költségek csökkentése érdekében.
- Fektessen be a rendszeres és folyamatos képzésbe. Vannak irányelvek a dolgozók kezelésére, gondozására és életének biztosítására, hogy nyugodt szívvel dolgozhassanak.
- Hozzon létre egy professzionális ügyfélszolgálati osztályt, hogy az ügyfelek minden kérdése a lehető leghamarabb megoldódjon.
- Fektessen be modern létesítményekbe és berendezésekbe, hogy megfeleljen a piac növekvő követelményeinek
- Tervezze meg a tőke vonzását a modern technológia és fejlett termelési módszerek megszerzéséhez és alkalmazásához

Kombinálja az erősségeket és a veszélyeket.

A cég erősségei től a veszélyek leküzdése:

- Elkerülhetetlen verseny más vállalkozásokkal – Bővítse üzletágait, miközben az előnyös iparágakra összpontosít a hatékony verseny érdekében
- A termelés diverzifikálása – Legyen olyan toborzási stratégiája, amely sok, különböző technikával és szakmai képesítéssel rendelkező munkavállalót vonz.
- A kialakult minőség mellett a vállalkozások stratégiákat valósítanak meg a termékminőség javítására, hogy elérjék az ISO 9002⁴ szerinti nemzetközi rendszerkezelési szabványokat.
- Új ügyfelek és új piacok kutatása és fejlesztése. A vállalatnak mindig meg kell erősítenie kapcsolatait a régi ügyfelekkel, és bővítenie kell a tranzakciós kapcsolatokat új ügyfelekkel a különböző piacokon.
- Az erőforrások és a nagy méretek előnyeire támaszkodva uralja a piacot Ninh Binh tartományban, versenyezve a szintén erősen fejlődő versenytársakkal.
- Több termelési létesítmény építése - ki kell használni és nagyszámú helyi munkavállalót kell vonzani, amelyek közül megfelelő képesítéssel rendelkező embereket lehet kiválasztani.
- Az államtól származó tőke hatékony felhasználása, maximális jövedelmezőség megteremtése a sok környezeti ingadozás ellenére
- Hatékony munkakörülmények és magas termelékenység megteremtése, ezáltal növelve a termék mennyiségét és minőségét, csökkentve az árakat - versenyezve más gyártókkal, ügyfeleket vonzva
- Folytassa a gyártóberendezés-technológia megújítását, az új piacokra való behatolás követelményeinek megfelelő termékek létrehozását, a devizabevételt, hozzájárul a vállalat infrastruktúrájának megújításához, valamint a termékek és az árak piaci versenyképességének növeléséhez.

Kombinálja az gyengeségeket és a lehetőségeket.

Győzd le a gyengeségeket, hogy kihasználd a vállalat lehetőségeit:

- Fektessen be a hazai alapanyag-termelésbe, hogy ne kelljen külföldről importálnia az inputanyagokat, és ezáltal azonnal árut biztosítson a megnövekedett exportkereslet kiszolgálására.

⁴ Az ISO 9002 a gyártás, a telepítés és a vevőszolgálat minőségbiztosítási modellje. Forrás: <https://www.logsped.hu/iso9000.htm>

- Használja ki az állami támogatást az alapanyagok gyártásába való beruházáshoz, hogy javítsa a nyersanyagimport helyzetét
- A berendezések korszerűsítése, az új technológia befogadása, a munkavállalók készségeinek és a vezetői szint javítása.

Kombinálja az gyengeségeket és a veszélyeket.

Nemcsak a termékek minőségében és árában van verseny, hanem a munkaerő-erőforrások terén is. A munkaerőforrás instabil, a munkaerő döntően képzetlen, kis arányban magasan képzettek. A termelés és az üzleti tevékenység biztosítása érdekében a vállalatnak minőségi humán erőforrást kell képeznie és előmozdítania, miközben sok magasan képzett munkaerőt kell vonzani, és elegendő számú olcsó munkaerőt kell bevonnia a termelés kiszolgálására, hogy versenyképes árelőnyökkel rendelkező termékeket hozzon létre.

Az iparágban működő vállalkozások száma növekszik, ami fokozza a versenykényszert a munkaerő vonzására. Ezért a vállalatnak számos intézkedést kell alkalmaznia a feltételek megteremtése és a legjobb politikák kialakítása érdekében az életek gondozására és az alkalmazottak megtartására; a bérek emelése, hogy vonzzák a munkavállalókat. Ezen kívül a vállalat humán erőforrás képzési osztályokat nyithat a mennyiségi és a munkaerő-utánpótlás biztosítása érdekében.

A nyersanyagok fontos alapanyagok a termékek előállításához. A cég gyártásához szükséges alapanyagokat főként külföldről importálják. A vállalatnak be kell fektetnie a kutatásba és saját nyersanyag-termelést kell megvalósítania, projekteket kell készítenie nyersanyagterületek tervezésére és fejlesztésére, különösen a gyapottermesztő területekre; Ártámogatás a gazdálkodók gyapottermesztésben való részvételének ösztönzésére, csökkentve a nyersanyagimport mértékét.

4. KÖVETKEZTETÉSEK ÉS JAVASLATOK

4.1 Következtetések

A vietnami ruhaipar sok potenciállal rendelkezik a jövőbeni fejlődésre a bőséges munkaerő-forrásoknak, az alacsony munkaerőköltségnek, a kormány preferenciális politikájának és a szabadkereskedelmi megállapodásoknak köszönhetően. Az ipar azonban számos kihívással is szembesül, mint például az éles verseny, az ingadozó nyersanyagárak és a szakképzett munkaerő hiánya.

A szabadkereskedelmi megállapodásoknak és a globális fogyasztói kereslet növekedésének köszönhetően Vietnam textil- és ruhaiparának számos fejlődési lehetősége van az elkövetkező években. A textilipar azonban számos kihívással is szembesül, mint például a klímaváltozás, a környezetszennyezés és az árfolyamkockázat. Az üzleti környezet változásaihoz való alkalmazkodás érdekében a ruhaipari vállalkozásoknak megfelelő fejlesztési stratégiákat kell alkalmazniuk, amelyek a fenntartható termelésre, a versenyképesség javítására és a nemzeti márkák kiépítésére összpontosítanak.

Dolgozatom fő elemző témája a mikro- és makrokörnyezeti elemzések eredményeire támaszkodva megfelelő fejlesztési stratégiák kidolgozása, amelyek segítik a vállalatokat a lehetőségek kihasználásában, a kihívások leküzdésében és a versenyképesség javításában. A javasolt stratégiáknak konkrétan, megvalósíthatónak és nagymértékben alkalmazhatónak kell lenniük.

A fenti elemzés alapján a Van Loi Korlátolt Felelősségű Társaság egy ruhaipari vállalkozás, amely fejlődési potenciállal rendelkezik a vietnami textiliparban. A cég azonban számos kihívással is szembesül, mint például az éles verseny, a nyersanyagárak ingadozása és a szakképzett munkaerő hiánya. E kihívások leküzdése és a fenntartható fejlődés érdekében a vállalatnak a termékminőség javítására, a dizájn diverzifikálására, a fejlett technológia alkalmazására, a magas színvonalú emberi erőforrások képzésére és az erős márká kialakítására kell összpontosítania.

4.2 Javaslatok

A vállalat mikro- és makrokörnyezetének elemzése, valamint a SWOT modell elemzése alapján a vállalatnak megoldásokat kell megvalósítania a lehetőségekre és kihívásokra, beleértve a következő főbb megoldásokat:

A termelési kapacitás javítása: A modern gépekbe és berendezésekbe való befektetés segít a vállalatnak növelni a munka termelékenységét, csökkenteni a termelési költségeket és javítani a termék minőségét. A cég jelenleg stabil készségekkel rendelkező humánerőforrással rendelkezik. A munkavállalók képzettségi szintjének javítása érdekében a vállalatnak képzési programokat kell szerveznie a munkavállalók készségeinek fejlesztésére, hogy megfeleljen a növekvő piaci igényeknek. A nemzetközi szabványoknak megfelelő minőségirányítási rendszer kiépítése és fenntartása elősegíti a márka hírnevének javítását és az ügyfelek bizalmának megteremtését.

Piacbővítés: Bár a cégnek már nagy exportpiaca van. De piackutatást is kell végezni a potenciális piacok azonosítása és a megfelelő piacra jutási stratégiák kidolgozása érdekében a bevétel növelése érdekében. A hazai és külföldi kiállításokon való részvétel elősegíti a vállalkozások termékeinek népszerűsítését, potenciális ügyfelek megtalálását és üzleti partnerekkel való kapcsolatteremtést.

A versenyképesség fokozása:

A piac bővítése új termékekhez való hozzáférést jelent. A vállalatnak meg kell kutatnia a piaci igényeket, hogy diverzifikálja a termékeket és megfeleljen a vevők változatos igényeinek. Ez segít a vállalatnak abban, hogy azonnal reagáljon az ügyfelek kéréseire, amikor igényeik folyamatosan változnak.

"A ruhaiparban egyre élesebb versenyben a hatékony marketingstratégia alkalmazása segíthet a ruhagyáraknak ügyfeleket vonzani és megtartani, miközben szilárd hírnevet építhet a piacon." Ezért a vállalatnak hatékony marketingstratégiát kell felépítenie márkájának és termékeinek népszerűsítése érdekében a potenciális ügyfelek számára. "Egy professzionális és könnyen kereshető webhely felépítése segít a ruhagyárnak megmutatni szakértelmét és bizalmat építeni az ügyfelekkel. Az online jelenlét fokozását célzó stratégia fontos szerepet játszik a ruhagyár vásárlóinak vonzásában és a velük való interakcióban."

A versenyképesség fokozása: A piac bővülése új termékekhez való hozzáférést jelent. A vállalatnak fel kell kutatnia a piaci igényeket, hogy diverzifikálja a termékeket és megfeleljen a vevők változatos igényeinek. Ez segít a vállalatnak abban, hogy azonnal reagáljon az ügyfelek kérésére, amikor igényeik folyamatosan változnak. A ruhaiparban egyre élesebb versenyben a hatékony marketingstratégia alkalmazása segíthet a ruhagyáraknak ügyfeleket vonzani és

megtartani, miközben szilárd hírnevet építhet a piacon. Ezért a vállalatnak hatékony marketingstratégiát kell felépítenie márkájának és termékeinek népszerűsítése érdekében a potenciális ügyfelek számára.

Fenntartható fejlődés: 2024-ben számos összefonódó kihívás és akadály áll előttünk. Először is, a nagy országok közötti politikai kapcsolatok továbbra is instabilok, és előre nem látható problémákkal járnak. A következő az importáló országok által a textilipar számára meghatározott szabványosítás, például fenntartható divattermékek, újrahasznosítható és körkörös termékek létrehozása (Vu, 2024). A vállalatnak meg kellene tanulnia és használnia kell a környezetbarát anyagokat. A környezetbarát anyagok használata minimálisra csökkenti a környezetre gyakorolt negatív hatásokat a gyártási folyamat során. Ez segít a vállalatnak alkalmazkodni a jelenlegi textilipar változásaihoz, és hozzájárul a környezetvédelemhez is.

Ezek azok a kulcsfontosságú változtatások, amelyek véleményem szerint segíthetnek a Van Loi Kft.-nek a versenyképesség javításában, a piacok bővítésében, fenntartható fejlődés elérésében és hosszú távú sikerek biztosításában. A fenti változtatások mellett a Van Loi Kft.-nek folyamatosan figyelemmel kell kísérnie a piaci trendeket, frissítenie kell technológiai eszközeit, és mindenképpen folytatnia kell az innovációt, hogy megfeleljen az ügyfelek egyre növekvő igényeinek.

5. ÖSSZEFOGLALÁS

A szakdolgozat célja a Van Loi Korlátolt Felelősségű Társaság mikro- és makrokörnyezeti tényezőinek elemzése, amelyek meghatározzák a cég működését és versenyképességét a ruhaiparban. A dolgozat során részletesen bemutattam a vállalat belső környezetét, a piacon betöltött szerepét, valamint azokat a külső tényezőket, amelyek hatással vannak a működésére és fejlődésére.

A Van Loi Kft. számára a mikro-környezet elemzése alapvetően a cég közvetlen környezetére fókuszál, beleértve a versenytársakat, beszállítókat, partnereket és a fogyasztói igényeket. A cég sikeres működését a jól kiépített partnerkapcsolatok, a magas színvonalú termelési folyamatok és a képzett munkaerő biztosítják. A vállalatnak alkalmazkodnia kell a piaci igényekhez, valamint a változó fogyasztói szokásokhoz, hogy megőrizze versenyképességét.

A makrokörnyezet elemzése a szélesebb gazdasági, politikai, társadalmi és technológiai tényezőket vizsgálja, amelyek hatással vannak a cég működésére. A globális gazdasági trendek, az infláció, a munkaerőpiaci helyzet és az iparági szabályozások mind befolyásolják a Van Loi Kft. döntéseit. A környezettudatosság növekvő szerepe és a fenntarthatósági elvárások új lehetőségeket kínálnak a vállalat számára, hogy alkalmazkodjon a piaci változásokhoz és kihasználja az ezzel járó üzleti előnyöket.

A dolgozat összefoglalja a Van Loi Kft. számára fontos tényezőket, amelyek lehetővé teszik számára a sikeres piaci szereplést, figyelembe véve a mikro- és makrokörnyezeti hatásokat. A vállalat számára alapvető, hogy rugalmasan reagáljon a piaci kihívásokra, folyamatosan fejlessze erőforrásait és technológiai háttérét, miközben fenntartja a versenyképességét a globális piacon. Az elemzés alapján megállapítható, hogy a Van Loi Kft. jól pozicionálta magát a ruhaiparban, de folyamatos alkalmazkodásra és innovációra van szükség ahhoz, hogy hosszú távon is sikeresen működhessen.

6. IRODALOMJEGYZÉK

1. Balaton, K. (2007). *STRATÉGIAI ÉS ÜZLETI TERVEZÉS*. Budapest: Akadémiai Kiadó.
2. Buskó, L. T. (2020). POLGÁRI SZEMLE: GAZDASÁGI ÉS TÁRSADALMI FOLYÓIRAT. *A helyi önkormányzati szolgáltatásszervezés fenntarthatósága*, 109-119.
3. Fekete, D. G. (2006). *Környezetstratégia* (2 ed.). Pécsi Tudományegyetem Pollack Mihály Műszaki Kar.
4. Illés, D. M. (2016). *Vállalati gazdaságtan*. Miskolci Egyetemi.
5. Imreh, S. (2008). *MENEDZSMENT I.* Szeged: Szegedi Tudományegyetem Gazdaságtudományi Kar Távoktatás.
6. Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management*. Budapest: Akadémiai Kiadó Rzt.
7. Pearce, J., & Robinson, J. B. (2010). *Strategic Management*. McGraw-Hill Education.
8. Rekettye, G. (2015). *Nemzetközi marketing*. Budapest: Akadémiai Kiadó Zrt.
9. Soós, G., & Novotny, Á. (2015). *RESOURCE MANAGMENT IN A COMPETITIVE*. Eger: Líceum Kiadó.
10. Ambrus, A. (2008). *Marketing alapismeretek*. Forrás: Centroszet: <https://centroszet.hu/tananyag/marketing/impresszum.html>
11. BlogBillingo. (2022. 04 01). *SWOT elemzés gyakorlati útmutató*. Forrás: Billingo.hu: <https://www.bilingo.hu/blog/olvas/swot-elemzes>
12. Dávid, Á. (2023). *A Porter féle 5 tényezős modell. Porter 5 erő elmélete*. Forrás: Kiszervezett Marketing: https://kiszervezettmarketing.hu/online-marketing/porter-5-ero-modell/#3_Porter_5_ero_modelljenek_hasznalata
13. Hivatal, Á. S. (2024. 03 30). *Általános Statisztikai Hivatal*. Forrás: General Statistics Office: <https://www.gso.gov.vn/>
14. Ipari és Kereskedelmi Újság. (2024. 03 01). *Tháng 1 năm 2024, Việt Nam nhập khẩu bông từ những thị trường nào?* Forrás: Báo Công thương: <https://www.vietnam.vn/thang-1-nam-2024-viet-nam-nhap-khau-bong-tu-nhung-thi-truong-nao/>
15. Juhász, A. (2021. 11 29). *scribd*. Forrás: <https://www.scribd.com/document/543208026/SWOT-Elemzes>
16. Nagy, L. (2023. 10 1). *Porter 5 erő modell*. Forrás: 360° Marketing: <https://360-marketing.hu/blog/porter-5-ero-modell/>

17. Nemzetközi Munkaügyi Szervezet. (2024. 1). *Trien vọng việc làm và xã hội thế giới*. Forrás: Tổ chức Lao động Quốc tế: https://webapps.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---asia/---ro-bangkok/---ilo-hanoi/documents/publication/wcms_910645.pdf
18. Nguyen, T. H., & Doan, D. T. (2024. 02 29). *GDP và GDP bình quân đầu người của Việt Nam hiện nay*. Forrás: Chính sách pháp luật mới: <https://thuvienphapluat.vn/chinh-sach-phap-luat-moi/vn/thoi-su-phap-luat/tu-van-phap-luat/60231/gdp-va-gdp-binh-quan-dau-nguoi-cua-viet-nam-hien-nay>
19. Nhu, N., & Thuy, L. (2024. 02 02). Forrás: <https://vovgiaothonh.vn/newsaudio/nam-2024-nganh-det-may-vuot-kho-huong-toi-xuat-khau-ben-vung-d37688.html>
20. Papp, G. (2020. 04 01). *Mikrokönyezet elemzése és lépései*. Forrás: Marketinges blog és SEO homokozó: <https://pappgab.com/mikrokornyezet-elemzese-es-lepesei/>
21. Papp, G. (2020. 04 10). *Porteri 5 erő modell*. Forrás: Papp Gábor Marketinges blog és SEO homokozó: <https://pappgab.com/porteri-5-ero-modell/>
22. Pham, L. (2024. 03 11). *Cản trọng với lạm phát năm 2024*. Forrás: Kinh tế Sài Gòn Online: <https://thesaigontimes.vn/can-trong-voi-lam-phat-nam-2024/>
23. Szűcs, M. (2024. 2 12). *SWOT elemzés: Jelentése, célja, használat*. Forrás: Features: <https://features.hu/swot-elemzes/>
24. Tóth, R. (2016. 4 19). *Vállalatgazdaságtan*. Forrás: Knowledge Island: <https://skillisland.blogspot.com/2016/04/vallalkozasi-etelgorbe.html>
25. Trinh, T. (2024. 01 24). *Hướng đi bền vững cho ngành dệt may khi thị trường thế giới còn biến động*. Forrás: Dak Nong: <https://baodaknong.vn/huong-di-ben-vung-cho-nganh-det-may-khi-thi-truong-the-gioi-con-bien-dong-195984.html>
26. Vietnami Jogi Könyvtár. (2024. 01 05). *Dân số Việt Nam 2024 là bao nhiêu? Bộ máy Nhà nước Việt Nam theo Hiến pháp 2013 như thế nào?* Forrás: Thư Viện Pháp Luật Việt Nam: <https://thuvienphapluat.vn/phap-luat/ho-tro-phap-luat/dan-so-viet-nam-2024-la-bao-nhieu-bo-may-nha-nuoc-viet-nam-theo-hien-phap-2013-ra-sao-ai-la-nguoi-d-134878.html>
27. Vietnami Statisztikai Hivatal. (2024. 04). *Thông cáo báo chí về tình hình giá tháng 3 và Quý I năm 2024*. Forrás: TỔNG CỤC THỐNG KÊ VIỆT NAM: <https://www.gso.gov.vn/du-lieu-va-so-lieu-thong-ke/2024/03/thong-cao-bao-chi-ve-tinh-hinh-gia-thang-3-va-quy-i-nam-2024/>
28. Vu, D. G. (2024). Forrás: <https://vneconomy.vn/nganh-det-may-huong-toi-phat-trien-ben-vung.htm>

7. ÖSSZEFOGLALÁS

Ábrák jegyzéke

Ábra 1: A szervezet makro- és mikrokörnyezeti tényezői.....	5
Ábra 2: A makro környezet elemzés – PESTEL – dimenziói.....	8
Ábra 3: A cég szervezeti ábrája.....	13
Ábra 4: A textil- és ruhaipar exportforgalma Vietnamban a 2018-2024 közötti időszakban.....	16

Táblázatok jegyzéke

Táblázat 1: Alapinformációk a Van Loi Korlátolt Felelősségű Társaságról.....	10
Táblázat 2: Információk a Van Loi Korlátolt Felelősségű Társaság három jelenlegi ruhagyáráról.....	12
Táblázat 3: Vietnam pamutimport helyzete az évek során (egység: ezer tonna pamut)	23

Táblázatok jegyzéke

Kép 1: A cég logója	11
----------------------------------	----

8. FÜGGELÉKEK

1. sz. függelék: Hallgatói nyilatkozat

NYILATKOZAT

a szakdolgozatnyilvános hozzáféréséről és eredetiségéről

A hallgató neve:	Nguyen Thi Thanh Mai
A Hallgató Neptun kódja:	MU1EAY
A dolgozat címe:	Van Loi korlátolt felelősségű társaság mikro- és makrókörnyezetének elemzése
A megjelenés éve:	2024
A konzulens intézetének neve:	Agrár- és Élelmiszergazdasági Intézet
A konzulens tanszékének a neve:	Mezőgazdasági és Élelmiszeripari Vállalati Gazdaságtan Tanszék

Kijelentem, hogy az általam benyújtott szakdolgozat egyéni, eredeti jellegű, saját szellemi alkotásom. Azon részeket, melyeket más szerzők munkájából vettem át, egyértelműen megjelöltem, és az irodalomjegyzékben szerepeltettem.

Ha a fenti nyilatkozattal valótlan állítást tettem, tudomásul veszem, hogy a záróvizsga-bizottság a záróvizsgából kizár és a záróvizsgát csak új dolgozat készítése után tehetek.

A leadott dolgozat, mely PDF dokumentum, szerkesztését nem, megtekintését és nyomtatását engedélyezem.

Tudomásul veszem, hogy az általam készített dolgozatra, mint szellemi alkotás felhasználására, hasznosítására a Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem mindenkor szellemi tulajdon-kezelési szabályzatában megfogalmazottak érvényesek.

Tudomásul veszem, hogy dolgozatom elektronikus változata feltöltésre kerül a Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem könyvtári repozitori rendszerébe. Tudomásul veszem, hogy a megvédett és

- nem titkosított dolgozat a védést követően
- titkosításra engedélyezett dolgozat a benyújtásától számított 5 év eltelté után nyilvánosan elérhető és kereshető lesz az Egyetem könyvtári repozitori rendszerében.

Kelt: 2024. év 11. hó 11. nap

Nguyen Thi Thanh Mai
Hallgató aláírása

2. sz. függelék: Konzulensi nyilatkozat

Nguyen Thi Thanh Mai (Neptun azonosítója: **MU1EAY**) konzulenseként nyilatkozom arról, hogy a záródolgozatot/szakdolgozatot/diplomadolgozatot/portfóliót áttekintettem, a hallgatót az irodalmi források korrekt kezelésének követelményeiről, jogi és etikai szabályairól tájékoztattam.

A záródolgozatot/szakdolgozatot/diplomadolgozatot/portfóliót a záróvizsgán történő védeésre **javaslom**.

A dolgozat állam- vagy szolgálati titkot **nem** tartalmaz:

Kelt: 2024. november 12.



Dr. Turzai-Horányi Beatrix
belső konzulens