

TRANG THÔNG TIN VỀ NHỮNG ĐÓNG GÓP MỚI CỦA LUẬN ÁN

Họ tên nghiên cứu sinh: Phạm Thị Hồng Hạnh

Tên luận án: *Phát triển thị trường tiêu thụ nội địa sản phẩm giày dép của các doanh nghiệp Việt Nam*

Ngành đào tạo: Kinh doanh thương mại

Mã ngành: 9.34.01.21

Người hướng dẫn khoa học: 1. PGS. TS. Phan Thế Công, 2. TS. Phạm Hữu Thìn

Cơ sở đào tạo: Viện Nghiên cứu Chiến lược, Chính sách Công Thương

1. Tóm tắt nội dung luận án

- Nghiên cứu cơ sở lý luận về phát triển thị trường tiêu thụ nội địa sản phẩm giày dép của các doanh nghiệp.

- Xây dựng khung lý thuyết nghiên cứu, xác định mục tiêu, đối tượng, phạm vi, nội dung và phương pháp nghiên cứu của đề tài luận án.

- Nghiên cứu kinh nghiệm phát triển thị trường tiêu thụ nội địa sản phẩm giày dép của một số nước và bài học vận dụng cho các doanh nghiệp của Việt Nam.

- Tổng hợp, phân tích, đánh giá, nhận định về thực trạng các yếu tố tác động, đánh giá những thành tựu, hạn chế và nguyên nhân về thực trạng phát triển thị trường tiêu thụ giày dép Việt Nam giai đoạn 2016 - 2024.

- Đề xuất hệ thống các quan điểm, định hướng và giải pháp phát triển thị trường tiêu thụ nội địa sản phẩm giày dép của các doanh nghiệp Việt Nam đến năm 2035.

2. Những kết quả mới của luận án

- Luận án đã tổng quan các công trình nghiên cứu đã được công bố, qua đó nhận thấy các nghiên cứu về phát triển thị trường tiêu thụ nội địa sản phẩm giày dép của doanh nghiệp Việt Nam còn rất ít, mới chủ yếu nhằm mục đích xây dựng về khái niệm và so sánh với phát triển thị trường nói chung, trong khi nghiên cứu thực nghiệm nhằm giải thích tầm quan trọng và các yếu tố thúc đẩy phát triển thị trường tiêu thụ nội địa sản phẩm giày dép của doanh nghiệp Việt Nam vẫn còn rất hạn chế. Qua đó, tác giả khẳng định, cho đến nay chưa có công trình nào đi sâu nghiên cứu một cách có hệ thống và trực tiếp về phát triển thị trường tiêu thụ nội địa sản phẩm giày dép của doanh nghiệp Việt Nam dưới góc độ nghiên cứu về kinh doanh thương mại. Các nghiên cứu chưa khẳng định được vai trò quyết định của phát triển thị trường tiêu thụ nội địa sản phẩm giày dép của doanh nghiệp đặt trong mối quan hệ cần xem xét bởi các yếu tố tác động cả về mặt vĩ mô và vi mô, nên chưa đưa ra được các giải pháp khắc phục những vấn đề hạn chế, xử lý gốc rễ những nguyên nhân của vấn đề. Điều cần thiết cho nghiên cứu trong thời gian tới là thiết kế và tiến hành một nghiên cứu thực tiễn dựa trên khung lý thuyết mang tính tổng hợp để làm sáng tỏ các mối quan hệ của giả thuyết nghiên cứu là phát triển thị trường theo các yếu tố cấu thành và khẳng định các yếu tố về chính sách, môi trường cạnh tranh và năng lực cạnh tranh của sản phẩm và doanh nghiệp, xu hướng tiêu dùng là các nhân tố vô cùng quan trọng, quyết định sự thành công và phát triển bền vững thị trường tiêu thụ nội địa sản phẩm giày dép của mỗi doanh nghiệp. Đây là tính chất mới mẻ, giá trị về lý luận và thực tiễn của đề tài luận án; đó cũng là một đòi hỏi cao, một khó khăn lớn về tính độc lập nghiên cứu khoa học của tác giả luận án.

- Luận án cũng đã hệ thống hóa một số vấn đề lý luận về phát triển thị trường tiêu thụ nội địa hàng hóa, qua đó bổ sung và hoàn thiện cơ sở lý luận chung về phát triển thị trường tiêu thụ nội địa sản phẩm giày dép của doanh nghiệp Việt Nam. Trên cơ sở đó, xác định cách tiếp cận và xây dựng khung khổ lý thuyết về phát triển thị trường tiêu thụ nội địa sản phẩm giày dép của doanh nghiệp Việt Nam. Nội dung về phát triển thị trường tiêu thụ nội địa sản phẩm giày dép của doanh

ngành có thể tiếp cận theo nhiều cách khác nhau, tuy nhiên trong luận án này nghiên cứu sinh đã tiếp cận và xác định các nội dung về phát triển thị trường tiêu thụ nội địa sản phẩm giày dép của doanh nghiệp theo chuỗi cung ứng: cung ứng/ tiêu thụ (các yếu tố cấu thành của thị trường gồm: (1) Phát triển nguồn cung cho thị trường, (2) Phát triển nhu cầu của thị trường, (3) Trung gian của thị trường và (4) Giá cả). Nghiên cứu về phát triển thị trường tiêu thụ nội địa sản phẩm giày dép của doanh nghiệp Việt Nam được đặt trong mối quan hệ tác động của các yếu tố cả về vĩ mô (yếu tố bên ngoài) và vi mô (yếu tố bên trong doanh nghiệp) đến từng yếu tố cấu thành của thị trường tiêu thụ nội địa.

- Luận án đã nghiên cứu kinh nghiệm của một số quốc gia về chính sách của nhà nước và giải pháp của doanh nghiệp về phát triển thị trường tiêu thụ nội địa sản phẩm giày dép, từ đó rút ra bài học kinh nghiệm cả cho nhà nước và doanh nghiệp của Việt Nam.

- Trên cơ sở các nội dung, tiêu chí đánh giá trong khung khổ lý thuyết của luận án, luận án đi sâu phân tích, đánh giá và rút ra những nhận định về những thành tựu, hạn chế và nguyên nhân về thực trạng phát triển thị trường tiêu thụ nội địa sản phẩm giày dép của doanh nghiệp Việt Nam từ 2016 đến 2024.

- Trên cơ sở những bài học kinh nghiệm thực tiễn của các quốc gia, với những luận cứ khoa học về lý luận và thực tiễn về thực trạng phát triển, cũng như thực trạng các yếu tố ảnh hưởng đến phát triển thị trường tiêu thụ nội địa sản phẩm giày dép của doanh nghiệp Việt Nam, luận án đã xây dựng được hệ thống các quan điểm, định hướng và đề xuất các giải pháp phát triển thị trường tiêu thụ nội địa sản phẩm giày dép của doanh nghiệp Việt Nam đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2035.

3. Các ứng dụng/ khả năng ứng dụng trong thực tiễn, các vấn đề cần tiếp tục nghiên cứu:

- Các giải pháp đối với nhà nước là cơ sở cho các nhà quản lý trong xây dựng, hoạch định chính sách phát triển các ngành có liên quan;

- Các giải pháp đối với doanh nghiệp là cơ sở quan trọng cho doanh nghiệp ngành da giày tham khảo, ứng dụng trong thực tế về xây dựng chiến lược, kế hoạch phát triển của doanh nghiệp trong ngắn, trung và dài hạn đảm bảo tính khả thi và hiệu quả cao trong triển khai trên thực tiễn.

- Nội dung của luận án là tài liệu tham khảo bổ ích cho công tác nghiên cứu, giảng dạy và học tập.

- Nghiên cứu về phát triển thị trường tiêu thụ nội địa sản phẩm của doanh nghiệp tiếp cận theo chiều rộng và chiều sâu.

Người hướng dẫn
(Ký và ghi họ tên)

Nghiên cứu sinh
(Ký và ghi họ tên)

PGS. TS. Phan Thế Công

TS. Phạm Hữu Thìn

Phạm Thị Hồng Hạnh

Xác nhận của Trung tâm ĐTBĐ Công Thương