

Hà Nội, ngày 27 tháng 3 năm 2022

**BẢN GIẢI TRÌNH CHỈNH SỬA LUẬN ÁN TIẾN SĨ
THEO Ý KIẾN CỦA PHẢN BIÊN ĐỘC LẬP**

Tên đề tài luận án: “Nâng cao trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp Việt Nam trong hoạt động kinh doanh thương mại”.

Chuyên ngành: Kinh doanh thương mại Mã số : 9340121

Họ và tên nghiên cứu sinh: Trần Đức Dũng Khóa : 2015

Tập thể người hướng dẫn khoa học gồm:

(1) **Giáo viên hướng dẫn 1:** PGS.TS Nguyễn Văn Lịch.

Nơi công tác: Viện nghiên cứu Chiến lược, Chính sách Công Thương - Bộ Công Thương

(2) Giáo viên hướng dẫn 2: TS. Lê Xuân Sinh

Nơi công tác: Đại Học Công Đoàn.

Trong thời gian qua, căn cứ vào bản nhận xét, hướng dẫn chỉnh sửa của hai thầy/cô phản biện độc lập, dưới sự hướng dẫn tận tình của tập thể giáo viên hướng dẫn. Nghiên cứu sinh (NCS) đã dành thời gian, công sức tìm hiểu để từng bước cố gắng tiến hành việc sửa chữa, bổ sung nhằm khắc phục những hạn chế và thiếu sót của luận án.

Nghiên cứu sinh trân trọng cảm ơn Quý thầy/cô phản biện độc lập đã có những ý kiến nhận xét và đóng góp vô cùng ý nghĩa, giúp nghiên cứu sinh có cơ hội được học hỏi bổ sung kiến thức và hoàn thiện hơn nữa bản luận án của mình. Nghiên cứu sinh đã tiến hành bổ sung chỉnh sửa luận án như sau.

MỘT SỐ TỪ VIẾT TẮT BỔ SUNG TRONG BẢN GIẢI TRÌNH:

Một số từ viết tắt, NCS đã bổ sung trong bản sau và trong Luận án của mình.

Viết Tắt	Tiếng Việt	Tiếng Anh
VPA	Tạm dịch: thỏa thuận đối tác tự nguyện về các cam kết và hành động của hai bên	Volunteer Partnership Agreement,

CITES	Tạm dịch: Công ước về thương mại quốc tế các loài động, thực vật hoang dã nguy cấp	Convention on International Trade in Endangered Species of Wild Fauna and Flora
FLEGT	Tạm dịch: Tăng cường Luật pháp, Quản lý và Thương mại Lâm sản.	Forest Law Enforcement, Governance and Trade,
CBD	Tạm dịch: Công ước đa dạng sinh học	Convention on Biological Diversity

NHỮNG NỘI DUNG GIẢI TRÌNH CỤ THỂ:

Sau khi NCS nhận được bản nhận xét của thầy/cô phản biện độc lập. NCS đã rất cố gắng nghiên cứu tìm hiểu các nghiên cứu về CSR để bổ sung nội dung trong luận án như sau.

1. Phần mở đầu

- *Phần bổ sung chữ viết tắt:* NCS đã bổ sung trong bảng viết tắt một số từ ngữ như bảng trên và đã được bổ sung trong luận án.

- Dịch từ tiếng anh: Thương mại dịch là Commerce, trong các giáo trình thương mại điện tử cũng được đặt là E-Commerce, trong từ điển Anh – Việt có các ví dụ Hiệp ước thương mại (Commercial Treaty) hay phòng thương mại (Chamber of Commerce), thị trường thương mại (Commercial Market) nên NCS xin phép thầy nghĩa Commerce có thể phù hợp hơn là từ Trade (buôn bán).

- *Chỉnh sửa mục tiêu nghiên cứu, mục tiêu chung và mục tiêu riêng:* Sau khi nhận được sự hướng dẫn của tập thể thầy cô, NCS đã chỉnh sửa lại diễn đạt về sự cần thiết nghiên cứu, câu từ nghe thuận hơn. Bên cạnh đó, NCS đã bổ sung phần mục tiêu nghiên cứu chung và chỉnh sửa lại nội dung và câu từ trong mục tiêu cụ thể thành mục tiêu nhỏ đã được trình bày lại trong luận án.

- Nghiên cứu sinh đã gộp mục 4 vào mục 5 thành Phương pháp luận, phương pháp tiếp cận và nguồn dữ liệu: Trong đó được trình bày với các ý riêng biệt với 4.1 Phương pháp luận, 4.2 Phương pháp tiếp cận (phương pháp định tính, phương pháp định lượng) và 4.3 Nguồn dữ liệu với các nội dung nguồn thứ cấp và sơ cấp.

- *Chỉnh sửa cách diễn đạt và giải thích lấy Tổng công ty Bia Rượu Nước giải khát Sài Gòn (Sabeco) làm mẫu nghiên cứu:* NCS thấy rằng, Sabeco là một Tổng công ty lớn, Tổng công ty có nhiều chi nhánh, nhiều công ty (con) thành viên tham gia các lĩnh vực và trải rộng khắp ba miền Bắc, Trung, Nam. Các công ty thành viên tham gia nhiều lĩnh vực gồm sản xuất và hoạt động thương mại thuần túy. Các công ty kinh doanh sản phẩm chính là nước giải khát và bia rượu. Nhưng bên cạnh đó có công ty thành viên chỉ tham gia các hoạt động cung ứng, nguyên vật liệu phụ trợ đầu vào trong

ngành và lĩnh vực kinh doanh khác. Trong quá trình tổng hợp phiếu điều tra đã có phiếu điều tra cho đối tượng khách hàng và đối tác nhưng số lượng còn hạn chế. Nên NCS lấy kết quả theo chiều dọc tổng công ty từ các cấp quản lý cho đến người lao động trải rộng khu vực địa lý Bắc, Trung, Nam trực thuộc Tổng công ty, điều đó cũng phản ánh được những giá trị trung bình về CSR và từ đó đưa ra nhận xét của mình. Đây cũng có thể là mặt hạn chế trong tỷ lệ quy mô mẫu, NCS xin phép bổ sung quy mô rộng hơn cho những nghiên cứu về sau này. Điều này NCS cũng xin phép được minh họa rõ hơn trong luận án. NCS đã tiến hành thực hiện các khóa tập huấn xây dựng văn hóa doanh nghiệp gắn với đạo đức kinh doanh và trách nhiệm xã hội tại TP Buôn Mê Thuột, Tây Nguyên, và Thành Phố Nha Trang, Khánh Hòa và một số thành phố khác. Sau khi tập huấn nhiều thành viên lớp được nhận phiếu trả lời câu hỏi khảo sát và được tập hợp để phân tích. Mặt khác, Sabeco có điều kiện về nhân sự và tài chính để triển khai thực hiện CSR.

- *Việc tập trung vào nghiên cứu trách nhiệm trong hoạt động kinh doanh thương mại:* Thưa quý thầy/cô, trong luận án cũng đã trình bày lại rõ hơn về có hai hướng doanh nghiệp là: doanh nghiệp hoạt động thương mại thuần túy và doanh nghiệp sản xuất kinh doanh thực hiện thương mại một phần (thương mại đầu vào và thương mại đầu ra sản phẩm hàng hóa). Nên việc thực hiện nghiên cứu có hướng theo việc thực hiện CSR tác động đến việc tiêu thụ sản phẩm, dịch vụ cũng phản ánh được hoạt động thương mại của doanh nghiệp. Nếu hoạt động CSR tốt sẽ góp phần tiêu thụ sản phẩm hay hoạt động thương mại của doanh nghiệp đạt hiệu quả hơn. CSR và kết quả kinh doanh có mối quan hệ tỷ lệ thuận, biện chứng cùng chiều với nhau.

- *Khái quát hóa quy trình nghiên cứu:* NCS đã khái quát hóa mô hình nghiên cứu được trình bày trong ba chuyên đề, nay xin phép đã bổ sung vào luận án: Xuất phát từ “Tên đề tài nghiên cứu”, NCS tìm hiểu các tài liệu liên quan trong và ngoài nước, xây dựng nghiên cứu định tính và đi tìm chọn thang đo định lượng phù hợp, kiểm tra lại các thang đo, kết hợp phân tích và quan sát thực tế để tìm ra giải pháp.

- *Phần 6 và phần 7 lược bỏ sự trùng lặp sau đó là gộp hai phần lại:* Nghiên cứu sinh đã gộp các phần này lại với nhau thành phần “ý nghĩa khoa học, thực tiễn và đóng góp mới của Luận án” Bên cạnh đó, NCS chỉnh sửa lại câu từ cho phù hợp, đặc biệt đề cao tính cấp thiết thực hiện CSR trước bối cảnh các hiệp định thương mại thế hệ mới đang ngày càng đề cao đến phát triển bền vững thông qua thực hiện trách nhiệm xã hội của mỗi doanh nghiệp, mỗi tổ chức và mỗi quốc gia.

2. Chương 1: Tổng quan nghiên cứu.

- *Trong phần tổng quan:* Trên cơ sở thầy/cô phản biện độc lập đã góp ý, thầy cô hướng dẫn và NCS được biết, trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp nói chung và trong

kinh doanh thương mại là thể hiện trách nhiệm của DN với các bên hữu quan gọi là “Bàn tiệc trách nhiệm xã hội sáu bên”. Các đối tượng hữu quan liên quan đến hoạt động của DN có các mong muốn lợi ích khác nhau: Người lao động, khách hàng, cộng đồng dân cư, môi trường, Chính phủ, nhà đầu tư, nhà cung cấp. Nhưng trong luận án, NCS xin phép tập trung đi nghiên cứu bốn trụ cột trách nhiệm chính quan trọng nhất với kinh doanh thương mại đó là Trách nhiệm với nhân viên, trách nhiệm với môi trường, trách nhiệm với người tiêu dùng, trách nhiệm với cộng đồng dân cư. Vì đây cũng là các nội dung mà trong các hiệp định thường nhắc đến nhiều nhất, đặc biệt là về lao động và môi trường.

- *Bổ sung công trình nghiên cứu*; NCS đã tiến hành bổ sung một số nhà nghiên cứu về CSR ở phần cuối tổng quan nghiên cứu, các nhà nghiên cứu trong nước như Nguyễn Thị Kim Chi, Nguyễn Việt Thắng.

- *Viết rõ hơn khoảng trống nghiên cứu*: NCS đã chỉnh sửa lại thể hiện rõ hơn về khoảng trống nghiên cứu về CSR trong kinh doanh trong việc thực hiện nghĩa vụ trách nhiệm với bốn trụ cột chính khách hàng, nhân viên, môi trường và dân cư với việc xác các trị số trung bình. Mối quan hệ mật thiết giữa kinh doanh thương mại và kết quả thực hiện CSR cùng với sự phát triển bền vững của doanh nghiệp và xã hội. Nghiên cứu sinh đã nêu rõ các vấn đề thể hiện khoảng trống mà Luận án hướng tới nghiên cứu.

3. Chương 2: Cơ sở lý luận và kinh nghiệm một số nước về trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp trong hoạt động kinh doanh thương mại.

- Trong chương 2, NCS đã chỉnh sửa bổ sung một số nội dung theo sự hướng dẫn của thầy/cô như sau.

- *Quan điểm về hoạt động sản xuất kinh doanh và kinh doanh thương mại của doanh nghiệp*: NCS bổ sung thêm nội dung và hình ảnh minh họa thêm luận điểm bất kỳ doanh nghiệp nào cũng có phần hoạt động kinh doanh thương mại bởi thương mại thuần túy (doanh nghiệp không tác động vào sản phẩm hàng hóa, làm thay đổi cơ cấu vật lý của sản phẩm) và thương mại một phần (thực hiện việc mua tập hợp yếu tố đầu vào và hoạt động thương mại bán sản phẩm đầu ra).

- *Cần nêu rõ khái niệm về CSR và luận giải chi tiết nội dung nội dung CSR của doanh nghiệp trong hoạt động kinh doanh thương mại*: Phần này, NCS đã trình bày quá trình hình thành khái niệm CSR của các nghiên cứu trước đây và trình bày các hoạt động kinh doanh thương mại theo Điều 45 Luật Thương mại liệt kê các loại hành vi thương mại tại phần (2.1.1. *Một số nội dung trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp trong hoạt động thương mại*) Từ đó đưa ra đưa ra quan điểm tiếp cận nghiên cứu theo nội dung mà NCS đã tổng hợp đó là: “*Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp trong*

kinh doanh thương mại là sự cam kết nhằm đóng góp cho sự phát triển bền vững của bản thân doanh nghiệp và xã hội loài người thông qua việc doanh nghiệp thực hiện bốn nghĩa vụ: nghĩa vụ kinh tế, nghĩa vụ pháp lý, nghĩa vụ đạo đức, nghĩa vụ nhân văn đối với các bên hữu quan bằng việc thực hiện bốn trụ cột trách nhiệm chính: Trách nhiệm với môi trường, Trách nhiệm với người lao động, Trách nhiệm với khách hàng và Trách nhiệm với cộng đồng dân cư địa phương”.

- NCS đã đưa ra những nội dung cơ bản về CSR trong hoạt động kinh doanh thương mại thông qua nghĩa vụ kinh tế (bảo đảm lợi ích về mặt kinh tế với các bên hữu quan) và doanh nghiệp phải đảm bảo nghĩa vụ pháp lý (trang 26 -38) liên quan đến giá cả, bảo trì bảo dưỡng, hàng kém chất lượng, nguồn gốc xuất xứ, quảng cáo tiếp thị, bao bì đóng gói, độ an toàn sản phẩm, vệ sinh an toàn sản phẩm,...chế độ thanh toán, xử lý tranh chấp,... đó là một số nội dung trong trách nhiệm xã hội cơ bản nhất trong hoạt động kinh doanh thương mại. Bất kỳ doanh nghiệp nào cũng cần phải tuân thủ khi muốn mở rộng, phát triển thị trường.

- Bên cạnh đó, NCS đã bổ sung trích dẫn tình huống thống kê sơ bộ về số vụ việc liên quan đến khiếu nại, tranh chấp thương mại giữa DN và người tiêu dùng của Thành phố HCM và Cục Quản lý cạnh tranh Bộ Công Thương. Đồng thời trình bày sơ bộ các điều khoản 4, 6, 7, 8 của một số Luật như trong luận án.

- *Phần trình bày nghiên cứu:* NCS đã tiến hành lược bỏ, chỉ tổng hợp lại những khái niệm cơ bản mà theo NCS thấy phù hợp với mục đích nghiên cứu. Phần này thể hiện 3.1.2.2 Một số khái niệm về trách nhiệm xã hội.

- *Các nhân tố tác động:* Dựa trên hướng dẫn góp ý của thầy cô, trong chương 3, NCS đã tiến hành phân chia nhân tố tác động bên trong và bên ngoài đến CSR. Như nhân tố bên trong bao gồm: Hệ tư tưởng của đội ngũ nhà lãnh đạo, đội ngũ nhân viên, truyền thống của doanh nghiệp, ngành nghề kinh doanh. Nhân tố bên ngoài bao gồm: Thể chế chính sách luật pháp, sự quan tâm của Đảng và Chính phủ cùng các bộ ngành, những tiêu chuẩn quy định CSR trong các hiệp định thương mại, những yêu cầu của nước nhập khẩu, nhận thức của xã hội và người tiêu dùng về CSR. Những điều này được NCS chỉnh sửa, bổ sung và minh họa trong chương 3 (trang 42- 45) và phần đầu chương 3 liên quan đến các hiệp định thương mại đang đề cao trách nhiệm xã hội như thế nào.

- *Kinh nghiệm quốc tế:* NCS đã tìm hiểu và bổ sung các trường hợp một số tập đoàn điển hình của hai quốc gia là Nhật Bản và Hàn Quốc với những công ty thực tế như Hitachi, All Lippon Airways, SamSung, để minh họa việc thực hiện CSR. Những tập đoàn này đặc biệt quan tâm đến CSR, đưa CSR là một phần trong chiến lược phát triển của doanh nghiệp. Các tập đoàn đó đã nhận thức rõ vai trò của CSR trong hoạt

động kinh doanh và đã thực hiện CSR rất bài bản, chuyên nghiệp và trải qua bao giai đoạn kiên trì thực hiện, đây là bài học vô cùng ý nghĩa cho các doanh nghiệp Việt Nam. Chính việc thực hiện CSR như là một nội dung chiến lược quan trọng cho sự phát triển, đã và đang và đóng góp rất lớn vào kết quả kinh doanh của những tập đoàn đa quốc gia chinh phục cả thế giới.

- *Phần trích dẫn nguồn tài liệu tham khảo*: NCS đã tiến hành bổ sung phần trích dẫn và tài liệu tham khảo nhằm đạt được sát với quy định chuẩn mực hơn.

4. Chương 3: Thực trạng về trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp Việt Nam trong hoạt động kinh doanh thương mại.

- *NCS cũng đã điều chỉnh để ba phần*: Theo hướng dẫn của thầy/cô, NSC bổ sung, chỉnh sửa thêm vào từng phần như sau.

- NCS đã bổ sung một số tình huống về trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp với khách hàng thể hiện hai hướng tích cực và tiêu cực: Tiêu cực thể hiện trong thời gian qua, số lượng các đơn khiếu nại tại thị trường nội địa tới Hội bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng và Cục cạnh tranh và Bảo vệ người tiêu dùng – Bộ Công Thương tăng lên. Bên cạnh đó có tín hiệu tích cực là dưới sức ép của Hiệp định Thương mại tự do Liên minh Châu Âu - Việt Nam (EVFTA), nhiều doanh nghiệp xuất khẩu đã thực hiện tốt các tiêu chuẩn quy định làm cho việc xuất khẩu hàng hóa sang thị trường EU có nhiều thuận lợi, kim ngạch xuất khẩu tăng lên, phần này đã được bổ sung mục 3.1. Điều này càng chứng tỏ rõ nét vai trò của CSR trong hoạt động kinh doanh thương mại bối cảnh ngày nay. Chương này hướng tới vấn đề.

- *Phần thứ nhất*: Khái quát phân tích đánh giá sơ bộ tình hình thực hiện CSR thông qua phân tích định tính và nguồn dữ liệu sơ cấp, thứ cấp với những ví dụ tình huống cụ thể trong thời gian qua, tình huống đầu năm 2019. Đặc biệt lĩnh vực nông sản những năm qua rất nhiều vụ đối tác nước ngoài đưa ra lời cảnh báo về chất lượng sản phẩm không đạt chuẩn. Đối với mặt hàng công nghiệp (điện tử, điện lạnh,) những sản phẩm này thường có yếu tố nước ngoài nên việc vi phạm CSR là rất ít như sản phẩm của Samsung, Honda, Toyota, Dell, Intel,... Vì các doanh nghiệp nước ngoài thực hiện CSR là rất bài bản. Điều đó góp phần bổ sung cho các nguồn dữ liệu thứ cấp, sơ cấp.

- NCS xin phép để phần chung cho tiêu đề 3.1 mang tính khái quát chung với một số tình huống minh họa. NCS chuyển phần thiết kế bảng hỏi lên phần phương pháp nghiên cứu (phần mở đầu) điều này cũng thấy sự hợp lý hơn và cũng đã tham khảo về lấy mẫu điều tra. Phần mô tả mẫu và các đánh giá khác, NCS trình bày tại chương 3, phần bảng hỏi minh họa đã được đưa về trang phụ lục phần cuối luận án.

- *Phần thứ hai*: Phân tích mô tả theo thông số giá trị trung bình trên cơ sở 4 trụ

cột của CSR mà trong các hiệp định thương mại thường xuyên đề cập đến (trách nhiệm xã hội với lao động, với khách hàng, với môi trường, với cộng đồng dân cư địa phương) đây là bốn trụ cột chính. Mong muốn xác định điểm trung bình đạt được, mức độ chênh lệch với tiêu chuẩn tối đa của các khía cạnh CSR để xác định mức độ cảm nhận và đạt được CSR trong thực tế.

- *Phần thứ ba:* NCS đánh giá chung về tình hình thực hiện CSR của các DN Việt Nam dựa vào phân tích định tính, định lượng giá trị trung bình và quan sát tình huống trên thực tế.

- Nghiên cứu sinh đã chuyển các ngôn ngữ tiếng Anh bằng khảo sát đánh giá sang ngôn ngữ đồng nhất tiếng Việt.

- *Giải thích từ chính sách:* Trong doanh nghiệp có nhiều nội dung, quy định, các chính sách khen thưởng, chính sách lương, chính sách ưu tiên cho CBCNV, chính sách và các chế độ quy định làm việc... nên NCS dùng từ chính sách thể hiện đó là những quy định, nội dung rõ ràng, chính thống được công nhận tại doanh nghiệp với yêu cầu tất cả mọi thành viên đều phải thực hiện. Nhưng có thể vẫn chưa phù hợp trong bối cảnh nội dung, NCS sẽ nghiên cứu và thay thế tiếp trong các nghiên cứu tiếp theo sau này.

- *Phân nhận xét chung:* NCS đã bổ sung vào hai phần nhận xét chung là những điểm đạt được và những điểm còn hạn chế. Bổ sung thêm một số nhận định thông qua những tình huống thực tế hàng nông sản Việt Nam bị trả lại và bị cảnh báo trong thời gian qua, cũng như qua phân tích định tính, định lượng quân số trung bình.

- Về mặt hạn chế: NCS đã viết chỉnh sửa lại cách diễn đạt và đưa về một số hạn chế chủ yếu như đã trình bày trong luận án. Quá trình thực hiện CSR của các doanh nghiệp Việt Nam còn hạn chế, chưa nhận diện rõ vai trò của CSR đối với hoạt động kinh doanh thương mại, chưa đưa CSR vào chiến lược phát triển DN, chưa trọng chữ tín trong kinh doanh, việc chủ động cập nhật và tuân thủ CSR trong hiệp định thương mại thế hệ mới còn bị động, quan điểm cho rằng CSR là hoạt động từ thiện vẫn là phổ biến và nhiều doanh nghiệp thiếu nguồn tài chính và nhân lực. Nội dung này cũng đã được NCS trình bày lại trong Luận án.

5. Chương 4: Quan điểm, định hướng và giải pháp nâng cao trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp trong kinh doanh thương mại.

- *Cần bổ sung dự báo và xu hướng CSR trong kinh doanh thương mại:* NCS đã bổ sung thêm nội dung làm rõ hơn về các yêu cầu liên quan đến các hiệp định thương mại tự do thế hệ mới (FTAs) mà Việt Nam gần đây đã tham gia. Minh họa điển hình là hiệp định CPTPP, EVFTA, ... với các quy định chuẩn mực về lao động quốc tế (ILO) các tiêu chuẩn quy định về môi trường ISO 14000, ISO 26000. Các quy định về sử

dụng khai thác nguồn tài nguyên hướng tới sự phát triển bền vững. Phần bổ sung này được trình bày trong phần đầu tổng quát trong chương 4 nhằm đề cao vai trò của CSR, nhấn mạnh sự cần thiết thực hiện CSR để đảm bảo các chuẩn mực quốc tế, tạo điều kiện cho việc xuất khẩu hàng hóa, kinh doanh thương mại của doanh nghiệp Việt Nam.

- *Phần Giải pháp và kiến nghị:* NCS đã bổ sung một bổ sung thêm bộ công cụ được quy định trong bộ tiêu chuẩn BSCI (Business Social Compliance Initiative - Bộ tiêu chuẩn đánh giá tuân thủ trách nhiệm xã hội trong kinh doanh). Doanh nghiệp, cấp quản lý cũng có thể lấy bộ tiêu chuẩn làm khung, trụ cột để xây dựng các nguyên tắc, chương trình hành động CSR làm kim chỉ nam cho quá trình thực hiện CSR của doanh nghiệp. Điều cần thiết hiện nay là nâng cao nhận thức về CSR và xây dựng một bộ thực hiện chuẩn CSR cơ bản, khuôn mẫu hướng dẫn tiêu chuẩn thống nhất, được cập nhật phù hợp với xu hướng của thị trường. Bên cạnh đó, NCS gợi ý các doanh nghiệp dùng mô hình SWOT, PEST để phân tích bối cảnh kinh tế, công nghệ, luật pháp chính trị cùng với việc phân tích điểm mạnh yếu trong nội bộ doanh nghiệp, những cơ hội và thách thức của thị trường trong nước và quốc tế.

- Nghiên cứu sinh đã tách phần kết luận và kiến nghị của chương 4 ra phần riêng với kết luận của luận án và kiến nghị nghiên cứu tiếp theo

Trên đây là một số nội dung mà nghiên cứu sinh đã cố gắng chỉnh sửa theo kết luận của thầy/cô phản biện độc lập. Mặc dù đã rất cố gắng chỉnh sửa bổ sung, nhưng không tránh khỏi những hạn chế, nghiên cứu sinh kính mong Quý thầy/cô tạo điều kiện giúp đỡ.

Nghiên cứu sinh trân trọng cảm ơn Quý thầy/cô.

XÁC NHẬN CỦA GIÁO VIÊN HƯỚNG DẪN KHOA HỌC

TÁC GIẢ LUẬN ÁN

Giáo viên HD1

Giáo viên HD2

PGS.TS Nguyễn Văn Lịch

TS. Lê Xuân Sinh

Trần Đức Dũng