

## **THÔNG TIN TÓM TẮT VỀ NHỮNG KẾT LUẬN MỚI CỦA LUẬN ÁN TIẾN SĨ**

1. Tên luận án: *Hoàn thiện Chiến lược marketing sản phẩm của các doanh nghiệp sữa Việt Nam.*

2. Chuyên ngành: Kinh doanh Thương mại

3. Mã số: 62.34.01.21

4. Họ tên NCS: Lê Thị Nguyệt

5. Họ tên người hướng dẫn NCS:

Hướng dẫn 1: PGS. TS Phạm Thúy Hồng

Hướng dẫn 2: PGS. TS Hoàng Văn Thành

6. Những kết luận mới của luận án:

*Luận án có một số đóng góp mới sau đây:*

*Một là:* Tổng quan các công trình nghiên cứu về các vấn đề liên quan đến chiến lược marketing sản phẩm của các công ty kinh doanh, từ đó phát triển khung nghiên cứu của Luận án.

*Hai là,* Phát triển các phương pháp nghiên cứu có tính khoa học và thực tiễn gồm phương pháp phỏng vấn chuyên sâu theo nhóm và phương pháp khảo sát bằng bảng hỏi nhằm thu thập thông tin sơ cấp về thực trạng ngành sữa, tác động của môi trường và thực trạng chiến lược marketing sản phẩm của doanh nghiệp sữa Việt Nam.

*Ba là,* Hệ thống hóa những vấn đề lý luận chung về chiến lược marketing sản phẩm, xác lập các nội dung của chiến lược marketing sản phẩm theo tiến trình marketing định hướng giá trị của doanh nghiệp sữa.

*Bốn là,* Nghiên cứu kinh nghiệm thực tiễn về chiến lược marketing sản phẩm của Doanh nghiệp sữa nước ngoài trên TT trong và ngoài nước gồm Abbott, Nestlé và FCV. Trên cơ sở đó rút ra một số bài học tham khảo cho việc hoàn thiện chiến lược marketing sản phẩm của các Doanh nghiệp sữa Việt Nam.

*Năm là,* Nghiên cứu và phân tích các nhân tố Môi trường ảnh hưởng đến chiến lược marketing sản phẩm của các Doanh nghiệp sữa Việt Nam, từ đó rút ra những điểm mạnh, điểm yếu, thời cơ và thách thức đối với Ngành sữa nói chung và doanh nghiệp sữa Việt Nam nói riêng.

*Sáu là,* Nghiên cứu thực trạng chiến lược marketing sản phẩm của 5 Doanh nghiệp sữa Việt Nam điển hình (Vinamilk, Nutifood, TH Milk, IDP, MC Milk) dựa trên cơ sở nghiên cứu và phân tích dữ liệu thứ cấp thu thập được từ các báo cáo ngành sữa, báo cáo thường niên của doanh nghiệp sữa Việt Nam, các báo cáo nghiên cứu chuyên sâu của Ngành sữa; dữ liệu sơ cấp thu thập được thông qua phỏng vấn chuyên sâu các chuyên gia ngành sữa và đại diện 5 Nhà quản lý cấp cao của 5 DN sữa thực hiện 2019 và Khảo sát bằng phiếu hỏi 20 Nhà quản lý cấp trung của 5 DN sữa thực hiện 2018. Từ đó rút ra 12 thành tựu, 08 hạn chế và nguyên nhân của những hạn chế về Chiến lược marketing sản phẩm của các doanh nghiệp sữa Việt Nam.

*Bảy là*, Đánh giá khái quát triển vọng phát triển và dự báo xu hướng tiêu dùng để nhận định thời cơ, thách thức, có tư duy chiến lược định hướng các phân khúc thị trường mới đối với các doanh nghiệp sữa Việt Nam.

*Tám là*, Đề xuất 05 nhóm giải pháp hoàn thiện nội dung chiến lược marketing sản phẩm của các Doanh nghiệp sữa Việt Nam, cụ thể: (1) Hoàn thiện phân tích tình thế và xác định mục tiêu chiến lược marketing sản phẩm ; (2) Hoàn thiện lựa chọn giá trị cung ứng khách hàng mục tiêu theo từng mặt hàng chiến lược ; (3) Hoàn thiện sáng tạo giá trị sản phẩm cung ứng cho khách hàng mục tiêu theo từng mặt hàng chiến lược, (4) Hoàn thiện phối hợp các công cụ marketing mix thực hiện và truyền thông giá trị tới khách hàng mục tiêu; (5) Tăng cường đảm bảo nguồn lực và tổ chức hoạt động marketing và 04 giải pháp hỗ trợ phát triển chiến lược marketing sản phẩm gồm: (6) Phát triển nguồn nguyên liệu sữa tươi phục vụ nhu cầu sản xuất và tiêu dùng; (7) Nâng cao năng lực nghiên cứu và phát triển sản phẩm mới; (8) Tăng cường hợp tác M&A để khai thác năng lực tài chính, năng lực sản xuất, năng lực về công nghệ và năng lực phát triển thị trường của đối tác; (9) Tăng cường sự cam kết và trách nhiệm của doanh nghiệp với khách hàng về chất lượng sản phẩm cũng như nguồn gốc xuất xứ, minh bạch thông tin trên bao bì.

*Chín là*, Đề xuất 08 kiến nghị đối với cơ quan quản lý nhà nước về ngành sữa nhằm hoàn thiện môi trường marketing vĩ mô tạo điều kiện phát huy hiệu quả chiến lược marketing sản phẩm của các doanh nghiệp sữa Việt Nam.

*Hà Nội, ngày 25 tháng 12 năm 2019*

**Người hướng dẫn 1**

**Người hướng dẫn 2**

**Nghiên cứu sinh**

**PGS. TS Phạm Thúy Hồng**

**PGS. TS Hoàng Văn Thành**

**Lê Thị Nguyệt**