

THÔNG TIN TÓM TẮT

VỀ NHỮNG KẾT LUẬN MỚI CỦA LUẬN ÁN TIẾN SĨ

1. Tên đề tài: *Truyền thông xây dựng thương hiệu xanh của các Doanh nghiệp FDI tại Việt Nam.*

2. Chuyên ngành: Quan hệ công chúng.

3. Mã số: 9320108

4. Nghiên cứu sinh: Trần Như Hải

5. Người hướng dẫn: PGS.TS. Trương Thị Kiên

PGS,TS. Nguyễn Thành Lợi

6. Cơ sở đào tạo: Học viện Báo chí và Tuyên truyền.

7. Những kết luận mới của luận án:

Thứ nhất, trên cơ sở tiếp thu những kết quả nghiên cứu của các công trình đã công bố, Luận án hệ thống hoá và bổ sung, phát triển những vấn đề lý luận về truyền thông xây dựng THX của các DN FDI, xây dựng được hệ thống khái niệm và các yếu tố cấu thành của truyền thông xây dựng THX; làm rõ bản chất truyền thông xây dựng THX của DN FDI, phân tích, so sánh sự liên quan của các thuật ngữ thương hiệu xanh, kinh tế xanh, tiêu dùng xanh và phát triển bền vững; xác định mô hình truyền thông xây dựng THX, các yếu tố truyền thông và đề xuất bộ tiêu chí đánh giá chất lượng truyền thông xây dựng THX của các DN FDI.

Thứ hai, Luận án đã tiến hành khảo sát, phân tích toàn diện về nội dung, hình thức, cách thức truyền thông xây dựng THX của các DN FDI và đưa ra đánh giá khách quan, khoa học về những thành công, hạn chế và nguyên nhân trong truyền thông xây dựng THX của 3 DN FDI Samsung, Heineken, Formosa.

Thứ ba, Luận án chỉ ra được những mâu thuẫn, khó khăn, thách thức trong truyền thông xây dựng THX của các DN FDI hiện nay. Đó là: Nhận thức, hành động xanh của nhiều DN FDI còn hạn chế; Khó khăn trong đầu tư nguồn lực cho truyền thông; Bất cập trong phối hợp giữa các doanh nghiệp FDI với các

bên liên quan trong truyền thông xây dựng THX; Rào cản về pháp lý...

Thứ tư, Hệ thống quan điểm, giải pháp tăng cường truyền thông xây dựng THX của các DN FDI tại Việt Nam được đề xuất dưới góc độ quan hệ công chúng trên cơ sở nghiên cứu lý luận và tổng kết thực tiễn, có tính cập nhật. Luận án nêu rõ các khuyến nghị đối với chủ thể quản trị truyền thông xây dựng THX, khuyến nghị với Nhà nước, chính quyền địa phương. Trong đó, Luận án nhấn mạnh, để truyền thông xây dựng THX đạt hiệu quả cao, các DN FDI cần quyết tâm xây dựng THX, tạo ra sản phẩm xanh, hoạt động xanh, dịch vụ xanh có ích cho cộng đồng, xã hội. Đồng thời, Luận án đề xuất Nhà nước chú trọng hoàn thiện môi trường pháp lý, ban hành Luật Tiêu dùng xanh, Thương hiệu xanh, tạo điều kiện thuận lợi cho truyền thông xây dựng THX của doanh nghiệp FDI gắn với phát triển kinh tế xanh, kinh tế tuần hoàn, bền vững. Chính quyền các địa phương cũng nên có cơ chế hỗ trợ hoạt động truyền thông xây dựng THX của doanh nghiệp FDI tích cực, thiết thực...

Thứ năm, kết quả nghiên cứu của luận án cung cấp cơ sở dữ liệu khoa học, kinh nghiệm thực tiễn cho các cấp, các ngành trong việc xây dựng, ban hành chính sách, sử dụng các cách thức tăng cường truyền thông phát triển xanh, bền vững và truyền thông xây dựng THX của các DN FDI tại Việt Nam. Luận án có thể dùng làm tài liệu tham khảo cho công tác nghiên cứu, giảng dạy về quan hệ công chúng, quản lý báo chí truyền thông.

Hà Nội, ngày 22 tháng 5 năm 2025

NGƯỜI HƯỚNG DẪN

NGHIÊN CỨU SINH

PGS.TS. Trương Thị Kiên

PGS.TS. Nguyễn Thành Lợi

Trần Như Hải