

## NHỮNG ĐÓNG GÓP MỚI CỦA LUẬN ÁN

**Đề tài luận án:** “Marketing lãnh thổ nhằm thu hút đầu tư trực tiếp nước ngoài trên địa bàn thành phố Hà Nội”

Chuyên ngành: Quản lý kinh tế Mã số: 62 34 04 10

Nghiên cứu sinh: Nguyễn Đức Hải Mã NCS: 62.144

Người hướng dẫn: PGS, TS Vũ Trí Dũng – Trường Đại học kinh tế quốc dân.

Cơ sở đào tạo: Viện nghiên cứu Quản lý kinh tế trung ương.

### **Những đóng góp mới về mặt học thuật, lý luận**

- Luận án đã bổ sung và hoàn thiện những vấn đề lý thuyết về marketing lãnh thổ trong mối quan hệ với thu hút FDI, đặc biệt là chiến lược định vị lãnh thổ và nội hàm của marketing hỗn hợp lãnh thổ.
- Nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến marketing lãnh thổ nhằm thu hút FDI và xác định đây chính là cơ sở của việc đề xuất các giải pháp marketing hỗn hợp lãnh thổ nhằm thu hút FDI.
- Bổ sung các tiêu thức chủ yếu đánh giá hoạt động marketing lãnh thổ: Triết lý về khách hàng/ nhà đầu tư nước ngoài; Tổ chức định hướng marketing; Hiệu quả hoạt động.

### **Những phát hiện, đề xuất mới rút ra được từ kết quả nghiên cứu, khảo sát của luận án**

- Nghiên cứu số liệu thứ cấp cho thấy, yếu tố quyết định thu hút FDI vào một địa phương chính là “cơ chế” hay chính sách của địa phương đó đối với các doanh nghiệp FDI. Đó thực chất là môi trường đầu tư (một yếu tố của chính sách sản phẩm – Product) và thể hiện vai trò của chính quyền (Power) trong marketing hỗn hợp lãnh thổ.
- Khảo sát thực tế cho thấy quyết định lựa chọn địa điểm đầu tư của các doanh nghiệp FDI thường phụ thuộc vào 2 nhóm yếu tố: yếu tố “cứng” là cơ sở hạ tầng, nguồn lao động chất lượng, rẻ và yếu tố “mềm” là các chính sách thu hút FDI của địa phương, quan trọng nhất là chính sách ưu đãi và hỗ trợ về giải phóng mặt bằng, thuế...
- Khẳng định vai trò quan trọng của các tổ chức xúc tiến đầu tư trong việc cung cấp thông tin, hỗ trợ ra quyết định lựa chọn địa điểm đầu tư cũng như các dịch vụ sau đầu tư, liên quan đến hiệu quả của hoạt động sản xuất.
- Trong việc vận dụng marketing lãnh thổ nhằm thu hút FDI, hạn chế chủ yếu của Hà Nội là về môi trường đầu tư (vấn đề thủ tục hành chính....), định vị hình ảnh và cơ sở hạ tầng (giao thông....).
- Để Hà Nội trở thành địa điểm đầu tư hấp dẫn, cần lựa chọn định vị hình ảnh Thủ đô khác biệt so với các địa phương khác trên cơ sở nhấn mạnh các lĩnh vực ưu tiên thu hút FDI như công nghệ cao, dịch vụ thương mại, tài chính, ngân hàng.
- Từ lý thuyết, kinh nghiệm và thực tế, khẳng định tầm quan trọng của chính sách sản phẩm (môi trường đầu tư, hạ tầng cơ sở, dịch vụ cơ bản, nguồn lao động) và vai trò của chính quyền (chính sách ưu đãi, hỗ trợ cho nhà đầu tư: trước, trong và sau đầu tư). Đồng thời, lãnh đạo Hà Nội phải biến chủ trương thành hành động cụ thể để xây dựng hình ảnh tích cực và thực hiện các giải pháp marketing nhằm thu hút hiệu quả các dự án FDI.

**Người hướng dẫn**

**Nghiên cứu sinh**

**PGS. TS. Vũ Trí Dũng**

**Nguyễn Đức Hải**

