SOCIALIST REPUBLIC OF VIETNAM
Independence – Liberty – Happiness

Ho Chi Minh City,June 19th 2019

NEW CONTRIBUTION OF THE THESIS

Thesis title: **The quality of manufacturer - distributor relationship: A case of plastic industry in Vietnam.**

Major: Administrations Code: 9340101

Ph.D. Student: Tran Van Khoat Course: 2011.

Training Institute: University of Economics Ho Chi Minh City (UEH).

Supervisors: Associate Professor, Ph.D. Ho Thanh Phong

Associate Professor, Ph.D. Vo Thi Quy.

SUMMARY OF THE NEW CONTRIBUTIONS OF THE THESIS

The results of the author's study presented in the thesis show the academic and theoretical contributions as follows:

First, this thesis performs study on the quality of the relationship between manufacturers and distributors in the context of plastic industry in Vietnam. Currently, Vietnam is a developing country and economy in transition. Therefore, study results contribute to the relationship quality theory in transition economies.

Second, the thesis explored the scale of "visit", developing the scale of "market information" from the factor "market information system" of Sabherwal and Chan (2001). Accredited, appropriate and accepted. Therefore, "visit" and "market information" are two new factors affecting the components of the quality of the relationship between the manufacturer and the distributor, contributing to adding a scale of factors affecting the quality of relationships.

Third, According to previous studies (Athanasopoulou, 2009; Velez and et al., 2015) the scale of "cooperation" is a component of relationship quality. This study has demonstrated "cooperation" as a component of the relationship between manufacturers - distributors, contributing to the scale of the results of the manufacturer-distributor relationship.

Fourth, this study examined three scales of "product quality", "quality of delivery" and "personal interaction" derived from relevant and acceptable "relationship value" studies in the study model of the quality of the relationship between manufacturers and distributors, contributing to demonstrate the "relationship value" is the precursor to "quality of relationship", adding relationship marketing theory.

Fifth, the results of the study were determined in the context of the relationship between the manufacturers and distributor of plastic products in Vietnam: the commitment (the component of the quality of the relationship) negatively affects the economic efficiency distributor of the distributor. This result contributes to the system of component assumptions of relationship quality affecting the components of relationship results.

Sixth, the study examined the difference in factors affecting the quality of relationship by distribution group (plastic of construction materials and household plastic). The results of determining the quality of the relationship are related to the characteristics of the product. In addition, verifying the difference of factors affecting the quality of relationships by group of capital ownership forms of distributors (businesses and individual business households). The results show that the quality of relationships is also related to the characteristics of capital ownership form of business units.

Seventh, compare the results of this study with previous studies, see the similarities and differences in the scale of components of relationship quality, the factors affecting the quality of relationship components, the part of the study results and the hypothesized hypotheses of the study compared to previous studies, which in turn opens up the next study direction.

Ph.D. Student

Tran Van Khoat

Nội dung ngắn gọn những đóng góp mới về mặt học thuật, lý luận, những luận điểm mới rút ra được từ kết quả nghiên cứu, khảo sát của luận án.

Kết quả nghiên cứu của tác giả trình bày trong luận án thể hiện những đóng góp về phương diện học thuật và lý luận như sau :

Thứ nhất, luận án này thực hiện nghiên cứu về chất lượng mối quan hệ giữa NSX và NPP trong bối cảnh ngành nhựa ở Việt Nam. Hiện tại, Việt Nam là một nước đang phát triển và nền kinh tế trong giai đoạn chuyển đổi. Do vậy kết quả nghiên cứu góp phần bổ sung vào lý thuyết chất lượng mối quan hệ trong những nền kinh tế chuyển đổi.

Thứ hai, luận án đã khám phá thang đo "thăm viếng", phát triển thang đo "thông tin thị trường" từ nhân tố "hệ thống thông tin thị trường" của Sabherwal và Chan (2001). Qua kiểm định, phù hợp và được chấp nhận. Do vậy, "thăm viếng" và "thông tin thị trường" là hai nhân tố mới ảnh hưởng đến các thành phần của chất lượng mối quan hệ giữa NSX – NPP, góp phần bổ sung thang đo những nhân tố ảnh hưởng đến chất lượng mối quan hệ.

Thứ ba, theo các nghiên cứu trước (Athanasopoulou, 2009) thang đo "sự hợp tác" là thành phần của chất lượng mối quan hệ. Nghiên cứu này đã chứng minh "sự hợp tác" là thành phần của kết quả mối quan hệ giữa NSX - NPP, góp phần bổ sung thang đo kết quả của mối quan hệ NSX – NPP.

Thứ tư, nghiên cứu này đã kiểm định ba thang đo "chất lượng sản phẩm", "chất lượng giao hàng" và "tương tác cá nhân" có nguồn gốc từ các nghiên cứu về "giá trị mối quan hệ" phù hợp và được chấp nhận trong mô hình nghiên cứu về chất lượng mối quan hệ giữa NSX và NPP, góp phần minh chứng cho "giá trị mối quan hệ" là tiền thân của "chất lượng mối quan hệ", bổ sung lý thuyết marketing mối quan hệ.

Thứ năm, kết quả của nghiên cứu đã xác định trong bối cảnh mối quan hệ giữa NSX và NPP sản phẩm nhựa ở Việt Nam : cam kết (là thành phần của chất lượng mối quan hệ) tác động tiêu cực đến hiệu quả kinh doanh của NPP. Kết quả này góp phần bổ sung cho hệ thống giả thuyết thành phần của chất lượng mối quan hệ ảnh hưởng đến thành phần của kết quả mối quan hệ.

Thứ sáu, nghiên cứu đã kiểm định sự khác biệt các nhân tố ảnh hưởng đến thành phần của chất lượng mối quan hệ theo nhóm sản phẩm phân phối (nhựa vật liệu xây dựng và nhựa gia dụng). Kết quả xác định chất lượng mối quan hệ có liên quan đến

đặc điểm của sản phẩm. Ngoài ra, kiểm định sự khác biệt các nhân tố ảnh hưởng đến chất lượng mối quan hệ theo nhóm hình thức sở hữu vốn của NPP (doanh nghiệp và hộ kinh doanh cá thể). Kết quả cho thấy chất lượng mối quan hệ cũng liên quan đến đặc điểm hình thức sở hữu vốn của các đơn vị kinh doanh.

Thứ bảy, so sánh kết quả của nghiên cứu này với các nghiên cứu trước, thấy được sự tương đồng và khác biệt về thang đo các thành phần của chất lượng mối quan hệ, các nhân tố ảnh hưởng đến thành phần chất lượng mối quan hệ, thành phần của kết quả mối quan hệ và các giả thuyết đã kiểm định của nghiên cứu so với các nghiên cứu trước, từ đó mở ra hướng nghiên cứu tiếp theo.

Nghiên cứu sinh

TRẦN VĂN KHOÁT