CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM
Độc lập - Tự do - Hạnh phúc

TP. Hồ Chí Minh, ngày 19 tháng 6 năm 2019

TRANG THÔNG TIN VỀ NHỮNG ĐÓNG GÓP MỚI VỀ MẶT HỌC THUẬT, LÝ LUẬN CỦA LUẬN ÁN

Tên luận án: **Chất lượng mối quan hệ nhà sản xuất – nhà phân phối : nghiên cứu trong ngành nhựa ở Việt Nam.**

Chuyên ngành: Quản trị kinh doanh Mã số: 9340101

Nghiên cứu sinh: TRẦN VĂN KHOÁT Khóa: 2011.

Cơ sở đào tạo: Trường Đại học Kinh tế TP. Hồ Chí Minh

Người hướng dẫn luận án: PGS.TS. HỒ THANH PHONG

PGS.TS. VÕ THỊ QUÝ

TÓM TẮT NHỮNG ĐÓNG GÓP MỚI 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; Velez và cộng sự, 2015) 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