



**ĐẠI HỌC
HOA SEN**

**BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC HOA SEN**

DƯƠNG MINH HUY

**THỨC ĐẨY HÀNH VI TƯƠNG TÁC TRỰC TUYẾN
TRÊN CÁC TRANG FANPAGE: VAI TRÒ CỦA
CÁC YẾU TỐ LIÊN QUAN ĐẾN NỘI DUNG –
PHÂN TÍCH DỮ LIỆU CÁC FANPAGE CHUỖI CÀ
PHÊ TẠI VIỆT NAM**

LUẬN VĂN THẠC SĨ

Chuyên ngành: Quản trị Kinh doanh

GIẢNG VIÊN HƯỚNG DẪN: TS. ĐOÀN MINH CHÂU

THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH, 2020

MỤC LỤC

| | |
|---|------------|
| LỜI CẢM ƠN | i |
| MỤC LỤC | iii |
| DANH MỤC BẢNG | v |
| DANH MỤC HÌNH ẢNH | vi |
| CHƯƠNG 1: GIỚI THIỆU..... | 1 |
| 1.1 Bối cảnh về xu hướng chuyển dịch marketing truyền thống sang các nền tảng kỹ thuật số | 1 |
| 1.2 Lý do thực hiện đề tài | 5 |
| 1.3 Mục tiêu nghiên cứu | 10 |
| 1.4 Câu hỏi nghiên cứu | 10 |
| 1.5 Đối tượng nghiên cứu và đối tượng khảo sát..... | 10 |
| 1.6 Phạm vi nghiên cứu | 12 |
| 1.7 Ý nghĩa & Tính mới đề tài..... | 12 |
| 1.8 Tóm tắt chương 1 | 13 |
| CHƯƠNG 2: CƠ SỞ LÝ LUẬN..... | 14 |
| 2.1 Các khái niệm có liên quan..... | 14 |
| 2.2 Các mô hình nghiên cứu có liên quan..... | 18 |
| 2.3 Tóm tắt chương 2..... | 23 |
| CHƯƠNG 3: PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU..... | 24 |
| 3.1 Quy trình nghiên cứu | 24 |
| 3.2 Mô hình & giả thuyết nghiên cứu..... | 26 |
| 3.3 Thiết kế thu thập dữ liệu | 28 |
| 3.4 Mã hóa dữ liệu và thang đo | 29 |
| 3.5 Tóm tắt chương 3 | 32 |
| CHƯƠNG 4: KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU | 33 |
| 4.1. Thống kê mô tả | 33 |
| 4.2. Phân tích nhân tố khám phá EFA. | 35 |
| 4.3. Phân tích độ tương quan. | 39 |
| 4.4. Phân tích hồi quy | 45 |
| 4.5. Phân tích ANOVA..... | 50 |

| | |
|---|-----------|
| 4.6 Tóm tắt chương 4..... | 53 |
| CHƯƠNG 5: KẾT LUẬN VÀ ĐỀ XUẤT | 54 |
| 5.1 Kết luận các giả thuyết của mô hình nghiên cứu..... | 54 |
| 5.2 Đề xuất của bài nghiên cứu..... | 55 |
| 5.3 Hướng phát triển của đề tài trong tương lai..... | 56 |
| DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO | 58 |