



**ĐẠI HỌC
HOA SEN**

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

TRẦN GIA HUY

**CHI TIÊU CHO SẢN PHẨM
VÀ DỊCH VỤ THÚ CÙNG:
TIẾP CẬN TỪ THUYẾT GIÁ TRỊ TIÊU DÙNG**

LUẬN VĂN THẠC SĨ

Chuyên ngành: Quản trị Kinh doanh

Mã số: 8340101

NGƯỜI HƯỚNG DẪN: TS. TRẦN NAM QUỐC

THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH, 2021

MỤC LỤC

CAM KẾT LIÊM CHÍNH HỌC THUẬT	i
LỜI CẢM ƠN	ii
MỤC LỤC	iii
DANH MỤC CÁC KÝ HIỆU, CÁC CHỮ VIẾT TẮT	v
DANH MỤC CÁC BẢNG BIỂU	vi
DANH MỤC CÁC HÌNH VẼ	vii
TÓM TẮT	viii
ABSTRACT	ix
CHƯƠNG 1. MỞ ĐẦU	1
1.1. Đặt vấn đề.....	1
1.2. Mục tiêu nghiên cứu.....	4
1.3. Câu hỏi nghiên cứu.....	4
1.4. Phạm vi và đối tượng nghiên cứu	5
1.5. Phương pháp nghiên cứu.....	5
1.6. Ý nghĩa nghiên cứu	5
CHƯƠNG 2. CƠ SỞ LÝ THUYẾT VÀ NGHIÊN CỨU THỰC NGHIỆM	7
2.1. Các khái niệm liên quan	7
2.2. Lý thuyết giá trị tiêu dùng (Theory of Consumption Value)	10
2.3. Lý thuyết hành vi người tiêu dùng (Consumer Behavior)	12
2.4. Các nghiên cứu thực nghiệm liên quan.....	14
2.5. Khung phân tích đề xuất.....	21
CHƯƠNG 3. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU	30

3.1. Quy trình nghiên cứu	30
3.2. Thiết kế thang đo và Phiếu khảo sát.....	30
3.3. Phương pháp nghiên cứu	36
3.4. Cỡ mẫu và phương pháp thu thập dữ liệu	37
3.5. Công cụ phân tích dữ liệu.....	38
CHƯƠNG 4. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU	41
4.1. Đặc điểm mẫu khảo sát.....	41
4.2. Kết quả đánh giá độ tin cậy của thang đo trước khi phân tích EFA.....	45
4.3. Phân tích nhân tố khám phá (EFA)	49
4.4. Kết quả đánh giá độ tin cậy thang đo sau khi phân tích EFA	53
4.5. Kết quả phân tích nhân tố khẳng định (CFA).....	54
4.6. Kết quả phân tích mô hình cấu trúc tuyến tính SEM.....	58
4.7. Thảo luận kết quả nghiên cứu	59
CHƯƠNG 5. KẾT LUẬN VÀ HÀM Ý QUẢN TRỊ.....	63
5.1. Kết luận.....	63
5.2. Hàm ý quản trị	63
5.3. Hạn chế của nghiên cứu.....	68
TÀI LIỆU THAM KHẢO	70
PHỤ LỤC	