

**HOÀNG THỊ KIM UYÊN**

**ĐO LƯỜNG MỐI QUAN HỆ GIỮA NGUỒN  
LỰC TƯƠNG TÁC DOANH NGHIỆP, GIÁ TRỊ  
CẢM NHẬN VÀ LÒNG TRUNG THÀNH CỦA  
KHÁCH HÀNG TRONG NGHIÊN CỨU DỊCH  
VỤ SPA TẠI TP.HCM**

**LUẬN VĂN THẠC SĨ**

**Chuyên ngành: Quản trị Kinh doanh**

**Mã số: 8340101**

**NGƯỜI HƯỚNG DẪN: TS. NGUYỄN THỊ PHƯƠNG NHUNG**

**TS. ĐOÀN MINH CHÂU**

**THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH, 2021**

## MỤC LỤC

|   |            |
|---|------------|
| <b>CAM KẾT LIÊM CHÍNH HỌC .....</b>                                     | <b>i</b>   |
| <b>LỜI CẢM ƠN.....</b>  | <b>ii</b>  |
| <b>MỤC LỤC .....</b>  | <b>iii</b> |
| <b>DANH MỤC CHỮ VIẾT TẮT.....</b>                                       | <b>vi</b>  |
| <b>DANH MỤC CÁC BẢNG, BIỂU .....</b>                                    | <b>vii</b> |
| <b>DANH MỤC CÁC HÌNH VẼ, ĐỒ THỊ.....</b>                                | <b>ix</b>  |
| <b>TÓM TẮT .....</b>  | <b>x</b>   |
| <b>1. CHƯƠNG 1: TỔNG QUAN VỀ ĐỀ TÀI NGHIÊN CỨU .....</b>                | <b>1</b>   |
| <b>1.1. Lý do chọn đề tài .....</b>                                     | <b>1</b>   |
| <b>1.2. Mục tiêu nghiên cứu.....</b>                                    | <b>6</b>   |
| <b>1.3. Câu hỏi nghiên cứu .....</b>                                    | <b>6</b>   |
| <b>1.4. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu.....</b>                        | <b>6</b>   |
| 1.4.1. Đối tượng nghiên cứu.....  | 6          |
| 1.4.2. Phạm vi nghiên cứu: .....  | 6          |
| <b>1.5. Phương pháp nghiên cứu.....</b>                                 | <b>7</b>   |
| <b>1.6. Ý nghĩa nghiên cứu .....</b>                                    | <b>7</b>   |
| 1.6.1. Trên phương diện lý thuyết .....                                 | 7          |
| 1.6.2. Trên phương diện thực tiễn .....                                 | 7          |
| 1.6.3. Tính mới của nghiên cứu.....                                     | 8          |
| <b>1.7. Cấu trúc Luận văn .....</b>                                     | <b>8</b>   |
| <b>Tóm tắt chương 1 .....</b>   | <b>9</b>   |
| <b>2. CHƯƠNG 2: CƠ SỞ LÝ THUYẾT VÀ MÔ HÌNH NGHIÊN CỨU</b>               | <b>10</b>  |
| <b>2.1. Tổng quan cơ sở lý thuyết .....</b>                             | <b>10</b>  |
| 2.1.1. Khái niệm về dịch vụ Spa.....                                    | 10         |
| 2.1.2. Mối quan hệ với khách hàng và quy trình cung cấp dịch vụ Spa .   | 14         |
| 2.1.3. Lý thuyết quan điểm trọng dịch vụ (Service Dominant Logic – SDL) | 16         |
| 2.1.4. Nguồn lực tương tác của tổ chức (firm’s operant resources).....  | 17         |
| 2.1.5. Giá trị cảm nhận của khách hàng .....                            | 18         |

|   |           |
|---|-----------|
| 2.1.6. Giá trị cá nhân dịch vụ .....  | 19        |
| 2.1.7. Lòng trung thành của khách hàng .....  | 20        |
| <b>2.2. Các nghiên cứu thực nghiệm liên quan.....</b>   | <b>24</b> |
| 2.2.1. Khảo cứu các nghiên cứu trước đây về định hướng trọng dịch vụ (SDL) .....                | 24        |
| 2.2.2. Các nghiên cứu trong nước điển hình .....  | 30        |
| 2.2.3. Các nghiên cứu nước ngoài điển hình.....   | 33        |
| <b>2.3. Mô hình nghiên cứu đề xuất và các giả thuyết liên quan .....</b>                        | <b>36</b> |
| 2.3.1. Mối quan hệ giữa nguồn lực tương tác và giá trị cảm nhận của khách hàng .....            | 36        |
| 2.3.2. Mối quan hệ giữa giá trị cá nhân dịch vụ và giá trị cảm nhận của khách hàng .....        | 37        |
| 2.3.3. Mối quan hệ giữa giá trị cảm nhận của khách hàng và lòng trung thành của khách hàng..... | 38        |
| 2.3.4. Mô hình nghiên cứu đề xuất.....  | 38        |
| <b>Tóm tắt chương 2.....</b>  | <b>39</b> |
| <b>3. CHƯƠNG 3: THIẾT KẾ NGHIÊN CỨU.....</b>  | <b>40</b> |
| <b>3.1. Quy trình nghiên cứu.....</b>   | <b>40</b> |
| <b>3.2. Xây dựng thang đo.....</b>  | <b>40</b> |
| 3.2.1. Nguồn lực tương tác doanh nghiệp .....   | 41        |
| 3.2.2. Giá trị cá nhân dịch vụ .....  | 43        |
| 3.2.3. Giá trị cảm nhận của khách hàng .....  | 45        |
| 3.2.4. Lòng trung thành của khách hàng .....  | 46        |
| <b>3.3. Phương pháp lấy mẫu và thu thập dữ liệu .....</b>                                       | <b>46</b> |
| 3.3.1. Phương pháp lấy mẫu.....   | 46        |
| 3.3.2. Thu thập dữ liệu.....  | 47        |
| <b>3.4. Phương pháp nghiên cứu.....</b>   | <b>47</b> |
| 3.4.1. Phương pháp nghiên cứu định tính .....   | 47        |
| 3.4.2. Phương pháp nghiên cứu định lượng .....  | 50        |
| <b>3.5. Kết quả nghiên cứu định lượng sơ bộ .....</b>   | <b>55</b> |
| <b>Tóm tắt chương 3.....</b>  | <b>59</b> |
| <b>4. CHƯƠNG 4. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU VÀ THẢO LUẬN .....</b>                                       | <b>60</b> |
| <b>4.1. Mô tả kết quả thu thập dữ liệu .....</b>  | <b>60</b> |
| 4.1.1. Thống kê về đặc điểm người trả lời .....   | 60        |
| 4.1.2. Xử lý dữ liệu thang đo.....  | 62        |

|   |           |
|---|-----------|
| 4.1.3. Thống kê các nhân tố trong mô hình nghiên cứu.....         | 66        |
| <b>4.2. Kết quả phân tích .....</b>                               | <b>68</b> |
| 4.2.1. Đánh giá mô hình đo lường kết quả .....                    | 68        |
| 4.2.2. Đánh giá mô hình đo lường nguyên nhân .....                | 70        |
| 4.2.3. Đánh giá mô hình cấu trúc .....                            | 73        |
| 4.2.4. Phân tích mô hình đường dẫn.....                           | 74        |
| 4.2.5. Kiểm định giả thuyết .....                                 | 77        |
| <b>Tóm tắt chương 4.....</b>                                      | <b>78</b> |
| <b>5. CHƯƠNG 5. KẾT LUẬN VÀ HÀM Ý QUẢN TRỊ.....</b>               | <b>79</b> |
| <b>5.1. Kết quả nghiên cứu .....</b>                              | <b>79</b> |
| <b>5.2. Hàm ý quản trị .....</b>                                  | <b>80</b> |
| 5.2.1. Nâng cao Nguồn lực tương tác doanh nghiệp .....            | 80        |
| <b>5.3. Hạn chế của đề tài và hướng nghiên cứu tương lai.....</b> | <b>83</b> |
| 5.3.1. Hạn chế của đề tài .....                                   | 83        |
| 5.3.2. Hướng nghiên cứu trong tương lai .....                     | 83        |
| <b>6. TÀI LIỆU THAM KHẢO.....</b>                                 | <b>85</b> |
| <b>TÀI LIỆU TIẾNG VIỆT .....</b>                                  | <b>85</b> |
| <b>TÀI LIỆU TIẾNG ANH .....</b>                                   | <b>86</b> |
| <br>  |           |
| <b>PHỤ LỤC 1: VĂN BẢN LUẬT VỀ KINH DOANH SPA</b>                  |           |
| <b>PHỤ LỤC 2: DANH SÁCH CƠ SỞ SPA/ LÀM ĐẸP</b>                    |           |
| <b>PHỤ LỤC 3: BẢNG CÂU HỎI PHỎNG VẤN CHUYÊN GIA</b>               |           |
| <b>PHỤ LỤC 4: BẢNG CÂU HỎI KHẢO SÁT</b>                           |           |
| <b>PHỤ LỤC 5: KẾT QUẢ CHẠY MÔ HÌNH BẰNG SMARTPLS</b>              |           |