



**BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC HOA SEN
KHOA KINH TẾ & QUẢN TRỊ**

DƯƠNG THANH QUỲNH

LUẬN VĂN

**CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN VIỆC SỞ HỮU CHÓ CẢNH
TẠI THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH**

Chuyên ngành : Quản trị kinh doanh

Mã số học viên : 2190002

LUẬN VĂN THẠC SĨ KINH DOANH

NGƯỜI HƯỚNG DẪN KHOA HỌC

TS. LÊ THANH TIỆP

Thành phố Hồ Chí Minh, 2022

MỤC LỤC

CAM KẾT LIÊM CHÍNH HỌC THUẬT.....	i
LỜI CẢM ƠN.....	ii
MỤC LỤC	iii
DANH MỤC CÁC TỪ VIẾT TẮT.....	vii
DANH MỤC BẢNG BIỂU.....	viii
DANH MỤC CÁC HÌNH ẢNH.....	x
TÓM TẮT.....	xi
CHƯƠNG 1. TỔNG QUAN NGHIÊN CỨU	1
1.1. Đặt vấn đề.....	1
1.2. Mục tiêu nghiên cứu	7
1.2.1. Mục tiêu nghiên cứu tổng quát.....	7
1.2.2. Mục tiêu nghiên cứu cụ thể	7
1.3. Câu hỏi nghiên cứu.....	7
1.4. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu	8
1.4.1. Đối tượng nghiên cứu.....	8
1.4.2. Phạm vi nghiên cứu	8
1.4.3. Đối tượng khảo sát.....	8
1.5. Phương pháp nghiên cứu.....	8
1.6. Ý nghĩa nghiên cứu.....	9
1.6.1. Về phương diện lý thuyết	9
1.6.2. Về phương diện thực tiễn	9
CHƯƠNG 2. CƠ SỞ LÝ THUYẾT VÀ MÔ HÌNH NGHIÊN CỨU	11
2.1.1. Chó cảnh.....	11
2.1.2. Thị trường chó cảnh.....	12

2.1.3. Lý thuyết hành vi người tiêu dùng	13
2.2. Các nghiên cứu thực nghiệm liên quan	15
2.2.1. Yếu tố nhân khẩu học	15
2.2.2. Yếu tố đặc điểm của chó cảnh	21
2.2.3. Yếu tố xã hội	27
2.2.4. Nguồn gốc của chó cảnh.....	29
2.2.5. Lợi ích khi sở hữu chó cảnh	30
2.3. Mô hình nghiên cứu đề xuất.....	32
CHƯƠNG 3. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU.....	37
3.1. Quy trình nghiên cứu.....	37
3.2.Thiết kế thang đo	38
3.2.1. Thang đo nhân khẩu học (DE).....	38
3.2.2. Thang đo Đặc điểm của chó cảnh (CH)	39
3.2.3. Thang đo Yếu tố xã hội (SF).....	41
3.2.4. Thang đo Nguồn gốc của chó cảnh (PO)	41
3.2.5. Thang đo Lợi ích khi sở hữu chó cảnh (BE)	42
3.3. Cỡ mẫu và phương pháp thu thập dữ liệu	43
3.3.1. Phương pháp chọn mẫu	43
3.3.2. Kích thước mẫu	43
3.4. Công cụ phân tích dữ liệu.....	44
3.4.1. Thống kê mô tả.....	44
3.4.2. Phân tích độ tin cậy thang đo (CRA)	44
3.4.3. Phân tích nhân tố khám phá (EFA)	44
3.4.4. Phân tích hồi quy tuyến tính (OLS).....	44
CHƯƠNG 4. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU	46

4.1. Đặc điểm của mẫu nghiên cứu	46
4.2. Đánh giá thang đo.....	48
4.2.1. Phân tích độ tin cậy thang đo	48
4.2.1.1. Yếu tố nhân khẩu học (DE).....	48
4.2.1.2. Yếu tố đặc điểm của chó cảnh (CH).....	49
4.2.1.3. Yếu tố xã hội (SF)	50
4.2.1.4. Yếu tố nguồn gốc của chó cảnh (PO).....	51
4.2.1.5. Yếu tố lợi ích khi sở hữu chó cảnh (BE).....	51
4.2.1.6. Quyết định mua chó cảnh (BP)	52
4.2.2. Phân tích nhân tố khám phá (EFA)	53
4.2.2.1. Kết quả của mô hình EFA lần 1	53
4.2.2.2. Kết quả của mô hình EFA lần 2	55
4.2.2.3. Kiểm định mức độ giải thích của các biến quan sát đối với nhân tố.....	57
4.2.3. Phân tích hồi quy	59
4.2.4. Kiểm định các giả thuyết.....	64
4.2.5. Kiểm định giá trị trung bình cho yếu tố quyết định sở hữu chó cảnh.....	65
4.2.5.1. Giữa giới tính và quyết định mua chó cảnh	65
4.2.5.2. Giữa hôn nhân và quyết định sở hữu chó cảnh	66
4.2.5.3. Giữa độ tuổi và quyết định sở hữu chó cảnh.....	67
4.2.5.4. Giữa trình độ học vấn và quyết định sở hữu chó cảnh.....	68
4.2.5.5. Giữa thu nhập và quyết định sở hữu chó cảnh	69
4.3. Thảo luận kết quả nghiên cứu	70
CHƯƠNG 5. KẾT LUẬN VÀ HÀM Ý.....	72
5.1. Kết luận của nghiên cứu	72
5.2. Hàm ý đến nhà quản trị	72

5.3. Giới hạn của nghiên cứu và hướng nghiên cứu trong tương lai.....	79
TÀI LIỆU THAM KHẢO	80
PHỤ LỤC	
PHỤ LỤC 1. PHÒNG VẤN CHUYÊN GIA VÀ NGHIÊN CỨU ĐỊNH TÍNH	
PHỤ LỤC 2. THỐNG KÊ MÔ TẢ.....	
PHỤ LỤC 3. KIỂM ĐỊNH ĐỘ TIN CẬY THANG ĐO	
PHỤ LỤC 4. KẾT QUẢ PHÂN TÍCH NHÂN TỐ KHÁM PHÁ (EFA).....	
PHỤ LỤC 5. PHÂN TÍCH HỒI QUY	