

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

NGUYỄN TRẦN HOÀNG LÂM

**CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN QUYẾT ĐỊNH
MUA HÀNG ĐỒ GỖ TẠI ĐỒNG NAI TRONG
GIAI ĐOẠN 2020-2022
ĐỀ CƯƠNG LUẬN VĂN THẠC SĨ**

Chuyên ngành: Quản trị Kinh doanh

NGƯỜI HƯỚNG DẪN: TS. ĐOÀN MINH CHÂU

THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH, 2022

MỤC LỤC

MỤC LỤC	3
DANH MỤC CÁC TỪ VIẾT TẮT.....	6
DANH MỤC BẢNG BIỂU.....	7
DANH MỤC HÌNH	8
TÓM TẮT.....	9
1. CHƯƠNG 1: GIỚI THIỆU.....	10
1.1. Lý do thực hiện đề tài	10
1.1.1. Bối cảnh	10
1.1.2. Lý do thực hiện đề tài	10
1.1.3. Toàn cảnh ngành gỗ Việt Nam trong giai đoạn lạm phát.....	14
1.2. Mục tiêu nghiên cứu	15
1.3. Câu hỏi nghiên cứu	15
- Tình hình thị trường đồ gỗ tại khu vực Đồng Nai trong giai đoạn 2020-2022	15
1.4. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu.....	15
1.5. Phương pháp nghiên cứu	16
1.6. Ý nghĩa dự kiến của đề tài	16
- Về mặt lý luận.....	16
- Về mặt thực tiễn	16
1.7. Bố cục của luận văn.....	17

2.	CHƯƠNG 2. CƠ SỞ LÝ LUẬN.....	18
2.1.	Các khái niệm nghiên cứu có liên quan	18
2.1.1.	<i>Hành vi người tiêu dùng</i>	18
2.1.2.	<i>Nhận thức của người tiêu dùng.....</i>	19
2.1.3.	<i>Nhu cầu và hành vi mua</i>	20
2.1.4.	<i>Một số đặc trưng của người tiêu dùng</i>	22
2.1.5.	<i>Khái niệm về quyết định mua.....</i>	24
2.2.	<i>Các đề tài quả nghiên cứu có liên quan</i>	27
2.3.	BẢNG TỔNG HỢP CÁC NGHIÊN CỨU TỔNG HỢP LIÊN QUAN	29
3.	CHƯƠNG 3. PHƯƠNG PHÁP LUẬN	31
3.1.	Phương pháp nghiên cứu	31
-	<i>Quy trình nghiên cứu</i>	31
3.1.	Mô hình nghiên cứu.....	32
3.1.1.	<i>Mối quan hệ giữa các yếu tố tiếp thị hỗn hợp và quyết định mua đồ gỗ ...</i>	32
3.1.2.	<i>Mối quan hệ giữa các yếu tố xã hội và quyết định mua đồ gỗ</i>	33
3.1.3.	<i>Mối quan hệ giữa các yếu tố đặc trưng cá nhân và quyết định mua đồ gỗ</i>	35
3.2.	Xây dựng hệ thống thang đo.....	37
4.	CHƯƠNG 4: KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU	39
4.1.	Đặc điểm mẫu khảo sát	39
4.2.	Kiểm định so sánh trung bình	42
4.3.	Kết quả đánh giá thang đo trước khi phân tích EFA	49

4.4.	Phân tích nhân tố khám phá EFA	51
4.5.	Phân tích hồi quy đa biến (Multiple Regression Analysis MRA)	58
5.	CHƯƠNG 5: KẾT LUẬN VÀ HÀM Ý QUẢN TRỊ.....	61
5.1.	Kết luận	61
5.2.	Hàm ý quản trị từ kết quả nghiên cứu.....	61
5.2.1.	<i>Nhóm tham khảo</i>	61
5.2.2.	<i>Địa điểm</i>	63
	TÀI LIỆU THAM KHẢO.....	65