**THÔNG TIN TÓM TẮT**

**VỀ NHỮNG ĐÓNG GÓP MỚI CỦA LUẬN ÁN TIẾN SĨ**

**1.** Tên đề tài luận án:

***“Nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của người tiêu dùng và vận dụng trong chiến lược Marketing của các doanh nghiệp kinh doanh thiết bị nhà bếp”***

**2.** Chuyên ngành: Kinh doanh thương mại

**3.** Mã số: 62.34.01.21

**4.** Họ tên NCS: **Trương Thị Thùy Ninh** Mã NCS: **14AD0121012**

**5.** Họ tên người hướng dẫn NCS:

Hướng dẫn 1: **PGS.TS. Phạm Thúy Hồng**

Hướng dẫn 2: **PGS.TS. Đỗ Thị Ngọc**

**6.** Những đóng góp mới của luận án:

***\* Đóng góp khoa học của luận án:***

+ Hệ thống hóa và làm rõ hơn một số vấn đề lý luận cơ bản về sự hài lòng, các khái niệm về sự hài lòng cũng như về chiến lược Marketing. Cụ thể, luận án đã hệ thống và tổng hợp các tài liệu trong và ngoài nước, đưa ra khái niệm và phân loại sự hài lòng của khách hàng. Luận án này sẽ góp phần làm giàu thêm cơ sở khoa học cho hướng nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng tới sự hài lòng của người tiêu dùng đối với ngành hàng gia dụng nói chung và các sản phẩm thiết bị nhà bếp nói riêng. Nghiên cứu này sẽ là viên gạch đầu tiên, là cơ sở khoa học cho các nghiên cứu tiếp theo về vấn đề sự hài lòng của người tiêu dùng đối với sản phẩm thiết bị nhà bếp tại thị trường Việt Nam.

+ Luận án đã xác định được 7 nhân tố có ảnh hưởng tới sự hài lòng của người tiêu dùng các sản phẩm thiết bị nhà bếp bao gồm: Tính năng công dụng của sản phẩm; Giá trị bên ngoài của sản phẩm; xuất xứ và thông tin về sản phẩm; giá của sản phẩm; hệ thống kênh phân phối của sản phẩm; dịch vụ hậu mãi của sản phẩm và yếu tố con người. Các nhân tố này sẽ là cơ sở cho các nghiên cứu sau mở rộng cũng như phát triển thêm các nhân tố mới có ảnh hưởng tới ngành hàng gia dụng nói chung và các sản phẩm thiết bị nhà bếp nói riêng.

+ Luận án cũng đã đề xuất và kiểm định được mô hình nghiên cứu cũng như tìm ra ý nghĩa của 7 nhân tố có ảnh hưởng tới sự hài lòng của người tiêu dùng đối với các sản phẩm thiết bị nhà bếp;

***\* Đóng góp thực tiễn của luận án:***

+ Luận án đã xác định các nhân tố ảnh hưởng tới sự hài lòng của người tiêu dùng đối với các sản phẩm thiết bị nhà bếp tại Việt Nam, đồng thời chỉ ra chiều hướng ảnh hưởng và mức độ ảnh hưởng của từng nhân tố. Kết quả nghiên cứu sẽ giúp các doanh nghiệp có thêm những thông tin cần thiết nhằm đưa ra các chính sách tác động đến các yếu tố giúp tăng cường mức độ hài lòng của người tiêu dùng cũng như hỗ trợ quá trình xây dựng chiến lược Marketing của doanh nghiệp kinh doanh cho thị trường Việt Nam.

+ Luận án đã đưa ra các đề xuất để doanh nghiệp tham khảo vận dụng trong quá trình kinh doanh và kiểm soát các nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của người tiêu dùng. Đồng thời luận án cũng đưa ra những gợi ý, khuyến nghị nhằm hỗ trợ doanh nghiệp trong quá trình xây dựng chiến lược Marketing.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Người hướng dẫn 1**  *(Ký và ghi rõ họ tên)*  **PGS.TS. Phạm Thúy Hồng** | **Người hướng dẫn 2**  *(Ký và ghi rõ họ tên)*  **PGS.TS. Đỗ Thị Ngọc** | **Nghiên cứu sinh**  *(Ký và ghi rõ họ tên)*  **Trương Thị Thùy Ninh** |