

THÔNG TIN TÓM TẮT VỀ NHỮNG KẾT LUẬN MỚI CỦA LUẬN ÁN TIẾN SĨ

(Thông tin đưa lên trang Web)

Tên luận án: Nghiên cứu quyết định lựa chọn nhà cung cấp truyền hình tại vùng Tây Nam Bộ

Ngành: Quản trị kinh doanh

Mã số: 9.34.01.01

Nghiên cứu sinh: Phạm Hoàng Hải

Người hướng dẫn khoa học:

1. GS. TS. Phạm Thị Mỹ Dung

Cơ sở đào tạo: **Trường Đại học Đông Đô**

TÓM TẮT KẾT LUẬN MỚI CỦA LUẬN ÁN

1. Luận án đã xây dựng và kiểm định thành công mô hình nghiên cứu tích hợp các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn nhà cung cấp dịch vụ truyền hình tại khu vực Tây Nam Bộ trong bối cảnh chuyển đổi số mạnh mẽ của ngành truyền hình. Kết quả nghiên cứu cho thấy các nhóm yếu tố gồm chất lượng dịch vụ, giá cả cảm nhận, chất lượng chăm sóc khách hàng, truyền thông thương hiệu, trải nghiệm người dùng và khả năng tiếp cận đều có ảnh hưởng tích cực đến quyết định lựa chọn của khách hàng. Trong đó, chất lượng dịch vụ và trải nghiệm người dùng là các yếu tố có mức độ tác động mạnh nhất, phản ánh xu hướng khách hàng ngày càng quan tâm đến sự ổn định kỹ thuật, tính thuận tiện và khả năng cá nhân hóa trải nghiệm giải trí số.
2. Luận án đã bổ sung bằng chứng thực nghiệm về hành vi tiêu dùng dịch vụ truyền hình tại khu vực Tây Nam Bộ – một khu vực còn thiếu các nghiên cứu chuyên sâu trong lĩnh vực truyền hình trả tiền tại Việt Nam. Kết quả nghiên cứu cho thấy hành vi lựa chọn nhà cung cấp truyền hình tại Tây Nam Bộ không chỉ chịu ảnh hưởng bởi các yếu tố công nghệ và kinh tế mà còn chịu tác động đáng kể từ yếu tố văn hóa cộng đồng, đặc điểm dân cư nông thôn và điều kiện hạ tầng khu vực. Điều này góp phần làm rõ sự khác biệt

trong hành vi khách hàng giữa khu vực Tây Nam Bộ và các khu vực đô thị lớn như TP.HCM hoặc Hà Nội.

3. Luận án đã xác định rằng khả năng tiếp cận dịch vụ và nội dung địa phương hóa là hai yếu tố đặc thù có vai trò quan trọng trong việc hình thành quyết định lựa chọn nhà cung cấp truyền hình của khách hàng tại Tây Nam Bộ. Kết quả nghiên cứu cho thấy khách hàng có xu hướng ưu tiên các nhà cung cấp có hệ thống phân phối thuận tiện, hỗ trợ kỹ thuật nhanh chóng, dễ đăng ký sử dụng và có nội dung phù hợp với văn hóa, nhu cầu giải trí và đặc điểm địa phương. Kết luận này góp phần mở rộng hướng tiếp cận nghiên cứu hành vi khách hàng trong lĩnh vực truyền hình tại các khu vực có điều kiện phát triển không đồng đều về hạ tầng số.
4. Luận án đã tích hợp thành công các nền tảng lý thuyết hành vi người tiêu dùng và chấp nhận công nghệ như Theory of Planned Behavior (TPB) và Technology Acceptance Model (TAM) nhằm giải thích hành vi lựa chọn nhà cung cấp dịch vụ truyền hình trong môi trường số hóa. Việc kết hợp hai nền tảng lý thuyết này giúp mô hình nghiên cứu vừa phản ánh được yếu tố tâm lý – xã hội trong hành vi tiêu dùng, vừa giải thích được vai trò của công nghệ và trải nghiệm số đối với quyết định lựa chọn dịch vụ truyền hình hiện nay. Đây là đóng góp lý thuyết quan trọng của luận án trong bối cảnh ngành truyền hình đang chuyển dịch mạnh sang IPTV và OTT.
5. Luận án đã xây dựng, hiệu chỉnh và kiểm định được hệ thống thang đo các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn nhà cung cấp dịch vụ truyền hình phù hợp với bối cảnh thị trường Việt Nam và khu vực Tây Nam Bộ. Thông qua nghiên cứu định tính với chuyên gia và nghiên cứu định lượng bằng phương pháp PLS-SEM, các thang đo đã được đánh giá đạt độ tin cậy, giá trị hội tụ và giá trị phân biệt theo các tiêu chuẩn nghiên cứu hiện đại. Kết quả này góp phần bổ sung hệ thống công cụ đo lường cho các nghiên cứu tiếp theo trong lĩnh vực hành vi khách hàng và dịch vụ truyền hình số tại Việt Nam.
6. Luận án đã đề xuất hệ thống hàm ý quản trị và giải pháp thực tiễn có tính ứng dụng cao cho các doanh nghiệp truyền hình và cơ quan quản lý nhà nước trong bối cảnh cạnh tranh ngày càng gay gắt giữa truyền hình truyền thống, IPTV và OTT. Các giải pháp được đề xuất tập trung vào nâng cao chất lượng dịch vụ, cải thiện trải nghiệm người dùng, phát triển nội dung số theo nhu cầu địa phương, tối ưu hóa chính sách giá, tăng cường chăm sóc khách hàng và mở rộng khả năng tiếp cận dịch vụ tại khu vực nông thôn và vùng sâu. Những kết quả này góp phần hỗ trợ doanh nghiệp truyền hình xây dựng chiến

lược cạnh tranh phù hợp với đặc điểm thị trường Tây Nam Bộ và xu hướng chuyển đổi số của ngành truyền hình Việt Nam.

Hà Nội, ngày ... tháng ... năm ...

TM. Tập thể hướng dẫn

Nghiên cứu sinh

(Nếu NCS có 2 GVHD thì nên xin cả 2 chữ ký, nếu không thì ghi TM. Tập thể hướng dẫn thì GVHD 1 ký)

Phạm Hoàng Hải