

TĂNG CƯỜNG SỰ THAM GIA
CỦA HỘ GIA ĐÌNH KINH DOANH BÁN LẺ TRUYỀN THỐNG
VÀO CHUỖI CỬA HÀNG TIỆN ÍCH TẠI VIỆT NAM

1. Họ và tên nghiên cứu sinh: LƯU THỊ MINH NGỌC
2. Giới tính: Nữ
3. Ngày sinh: 26/06/1982
4. Nơi sinh: Hà Nội
5. Quyết định công nhận nghiên cứu sinh số: 2224/QĐ-ĐHKT ngày 3/11/2011 của Hiệu trưởng Trường Đại học Kinh Tế - Đại học Quốc Gia Hà Nội, hình thức đào tạo chính quy, không tập trung
6. Các thay đổi trong quá trình đào tạo: không
7. Tên đề tài luận án: Tăng cường sự tham gia của hộ gia đình kinh doanh bán lẻ truyền thống vào chuỗi cửa hàng tiện ích tại Việt Nam.
8. Chuyên ngành: Quản trị kinh doanh
9. Mã số: 62.34.05.01
10. Cán bộ hướng dẫn khoa học: PGS.TS Hoàng Văn Hải
11. Tóm tắt các kết quả mới của luận án:
 - 1) Hệ thống hóa cơ sở lý luận về sự tham gia của hộ gia đình kinh doanh bán lẻ truyền thống vào chuỗi cửa hàng tiện ích tại Việt Nam và xây dựng mô hình nghiên cứu từ tổng hợp các nghiên cứu có liên quan, xây dựng thang đo và kiểm chứng độ tin cậy của thang đo.
 - 2) Phân tích được mô hình chuỗi cửa hàng tiện ích có sự tham gia của hộ gia đình kinh doanh bán lẻ truyền thống tại Việt Nam. Kết quả nghiên cứu cho thấy mô hình chuỗi cửa hàng tiện ích có sự tham gia của hộ gia đình kinh doanh bán lẻ ở Việt Nam nhận được sự ủng hộ từ phía doanh nghiệp và xã hội. Kết quả phân tích cũng chỉ ra nguyên nhân thất bại của công ty cổ phần Trung Nguyên, doanh nghiệp vận doanh chuỗi cửa hàng tiện ích G7 Mart chưa đáp ứng được các yêu cầu mà hộ gia đình kinh doanh bán lẻ kỳ vọng khi tham gia vào chuỗi.
 - 3) Kết quả nghiên cứu cho thấy, hộ gia đình kinh doanh bán lẻ truyền thống quan tâm đến rất nhiều các lợi ích khác nhau và có thể nhóm vào gọi chung là lợi ích kinh tế, lợi ích công nghệ, lợi ích quản lý. Bên cạnh đó, động cơ tham gia của hộ gia đình kinh doanh bán lẻ truyền thống đã tham gia vào chuỗi và chưa tham gia vào chuỗi có sự khác biệt do kỳ vọng của hộ gia đình kinh

doanh bán lẻ truyền thống.

4) Sự hài lòng của hộ gia đình kinh doanh bán lẻ truyền thống tỷ lệ thuận với mức độ động cơ tham gia được thỏa mãn. Trong đó, sự hài lòng về lợi ích kinh tế được hộ gia đình kinh doanh bán lẻ truyền thống quan tâm nhất.

5) Động cơ tham gia của hộ gia đình kinh doanh bán lẻ có ảnh hưởng đến mức độ tham gia của họ vào chuỗi cửa hàng tiện ích, động cơ tham gia càng lớn thì mức độ gia nhập vào chuỗi sẽ cao.

6) Mức độ tham gia của hộ gia đình kinh doanh bán lẻ vào chuỗi cửa hàng tiện ích phụ thuộc vào sự hài lòng của họ. Hộ gia đình kinh doanh bán lẻ truyền thống chỉ hài lòng về lợi ích, họ có xu hướng tham gia theo hình thức góp vốn. Nếu họ hài lòng về lợi ích, hài lòng về năng lực chuỗi, hài lòng về cam kết thì họ có xu hướng lựa chọn tham gia theo hình thức tổ chức hợp tác, còn nếu họ chỉ hài lòng về năng lực chuỗi, cam kết của chuỗi mà không hài lòng về lợi ích họ có xu hướng lựa chọn tham gia trao quyền.

7) Các nhân tố ảnh hưởng đến động cơ tham gia của hộ gia đình kinh doanh bán lẻ truyền thống bao gồm xu hướng toàn cầu hóa, xu hướng phát triển bán lẻ hiện đại, chính sách hỗ trợ của nhà nước, hành vi mua sắm của người tiêu dùng, văn hóa công nghệ, pháp luật. Trong đó toàn cầu hóa, xu hướng phát triển bán lẻ hiện đại, chính sách hỗ trợ của nhà nước, xu hướng mua sắm của người tiêu dùng là các nhân tố có tác động mạnh nhất đến động cơ tham gia của hộ gia đình kinh doanh bán lẻ truyền thống.

8) Đề xuất các giải pháp nhằm tăng cường sự tham gia của hộ gia đình kinh doanh bán lẻ vào chuỗi cửa hàng tiện ích. Dựa trên kết quả nghiên cứu luận án đề xuất ba nhóm giải pháp, kiến nghị với doanh nghiệp kinh doanh chuỗi cửa hàng tiện ích, hộ gia đình kinh doanh bán lẻ truyền thống và cơ quan quản lý nhà nước nhằm tăng cường sự tham gia của hộ gia đình kinh doanh bán lẻ truyền thống vào chuỗi cửa hàng tiện ích.

12. Khả năng ứng dụng trong thực tiễn: Luận án là tài liệu tham khảo cho các doanh nghiệp kinh doanh bán lẻ, các nhà nghiên cứu về lĩnh vực bán lẻ.

13. Những hướng nghiên cứu tiếp theo: nghiên cứu chất lượng quan hệ hợp tác giữa hộ gia đình kinh doanh bán lẻ truyền thống và chuỗi cửa hàng tiện ích tại Việt Nam.

14. Các công trình đã công bố có liên quan đến luận án:

- Lưu Thị Minh Ngọc (2011), "Cửa hàng tiện ích tại các khu đô thị mới của Hà Nội sau gia nhập WTO, thực trạng và giải pháp" *Tạp chí Công nghệ và khoa học*, (6), tr. 54-58.
- Lưu Thị Minh Ngọc (2013), "Nghiên cứu một số nhân tố ảnh hưởng đến hành vi mua sắm tại cửa hàng bán lẻ tiện ích tại Việt Nam", *Tạp chí Khoa học thương mại*, (5), tr. 39-42.
- Lưu Thị Minh Ngọc (2013), "Nghiên cứu một số nhân tố ảnh hưởng đến phát triển chuỗi cửa

hàng tiện ích tại Việt Nam", *Tạp chí Công nghệ và khoa học*, (17), tr. 66-71.

➤ Lưu Thị Minh Ngọc (2013), "Các yếu tố ảnh hưởng đến sự tham gia của hộ gia đình kinh doanh bán lẻ truyền thống vào chuỗi cửa hàng tiện ích tại Việt Nam", *Tạp chí Công nghệ và khoa học*, (18), tr. 76-80.

➤ Lưu Thị Minh Ngọc (2013), "Động cơ tham gia của hộ gia đình kinh doanh bán lẻ vào chuỗi cửa hàng tiện ích", *Tạp chí Công nghệ và khoa học*, (19), tr. 59-63.