

**TRANG THÔNG TIN ĐIỂM MỚI CỦA LUẬN ÁN**

**Tên đề tài luận án:** Các nhân tố ảnh hưởng đến chất lượng mối quan hệ của nhà cung cấp dịch vụ môi trường và kết quả kinh doanh của khách hàng công nghiệp tại thành phố Hồ Chí Minh

**Ngành:** Quản trị kinh doanh, **Mã số:** 9340101

**Họ và tên NCS:** Phạm Minh Tùng, **Mã số NCS:** 101021803

**Người hướng dẫn chính:** NGND. TS. Phạm Châu Thành

**Người hướng dẫn phụ:** PGS. TS. Diệp Thanh Tùng

**Cơ sở đào tạo:** Trường Đại học Trà Vinh

**NHỮNG ĐIỂM MỚI CỦA LUẬN ÁN**

*Thứ nhất*, góp phần thu hẹp khoảng trống học thuật về chất lượng mối quan hệ: (1) Hệ thống hóa lý thuyết: đã khái quát hóa khung lý thuyết về chất lượng mối quan hệ giữa các doanh nghiệp trong ngành dịch vụ môi trường; (2) Nghiên cứu thực nghiệm: đã thực hiện các nghiên cứu thực nghiệm để xác định và đánh giá các yếu tố ảnh hưởng đến chất lượng mối quan hệ trong ngành dịch vụ môi trường, đặc biệt trong bối cảnh văn hóa, môi trường kinh doanh ở một nước đang trong quá trình chuyển đổi và phát triển.

*Thứ hai*, sử dụng lý thuyết chi phí giao dịch (TCE), lý thuyết chất lượng dịch vụ (SQ) để hình thành các nhân tố tác động đến chất lượng mối quan hệ trong ngữ cảnh nghiên cứu là ngành dịch vụ môi trường.

*Thứ ba*, Các thang đo trong nghiên cứu này được lấy từ các nghiên cứu liên quan, nhưng đã được hiệu chỉnh và thử nghiệm trong điều kiện cụ thể của bối cảnh nghiên cứu này để đảm bảo tính hợp lệ của các thang đo; trong đó, tác giả điều chỉnh/bổ sung các biến quan sát “Con người”, “Cơ sở vật chất” và “Văn hóa quan hệ lâu dài” nhằm phù hợp với tình hình Việt Nam. Những thang đo này sau đó có thể được sử dụng rộng rãi hơn bên ngoài ngành dịch vụ môi trường và được sử dụng, điều chỉnh và bổ sung trong nghiên cứu trong các lĩnh vực dịch vụ khác.

*Thứ tư*, ngoài các câu hỏi chung, nghiên cứu cũng sử dụng các câu hỏi để đo lường ý kiến riêng của người tham gia thông qua cảm nhận của họ. Mục đích là thu được thông tin giả định từ cả hai phía, tức là biết được ý kiến và nhận thức của người sử dụng dịch vụ môi trường về doanh nghiệp môi trường về cùng một vấn đề. Các thử

nghiệm đã chỉ ra rằng thang đo này có ý nghĩa và giá trị, có thể đây là một công cụ đo lường cho các nghiên cứu sâu hơn trong tương lai.

*Thứ năm*, nghiên cứu này sử dụng phương pháp thu thập dữ liệu định tính (phỏng vấn, thảo luận nhóm) để hình thành thang đo chính thức, nhằm có được sự hiểu biết chi tiết và sâu sắc hơn về các cấu trúc khác nhau ảnh hưởng đến chất lượng mối quan hệ trong từng định nghĩa. Giải quyết những thiếu sót này trong việc áp dụng phương pháp nghiên cứu sẽ củng cố bằng chứng cho việc phát triển các khuôn khổ chất lượng mối quan hệ trong tương lai.

*Thứ sáu*, Nghiên cứu cũng cho thấy một số điểm khác biệt so với các nghiên cứu trước: (1) Sự ảnh hưởng cùng chiều của hành vi cơ hội tích cực đối với chất lượng mối quan hệ giữa nhà cung cấp dịch vụ môi trường và khách hàng công nghiệp; (2) Sự ảnh hưởng cùng chiều của môi trường pháp lý đối với chất lượng mối quan hệ giữa nhà cung cấp dịch vụ môi trường và khách hàng công nghiệp. Như vậy, khái niệm về “hành vi cơ hội tích cực” và “môi trường pháp lý” được đề cập trong các nghiên cứu này có ảnh hưởng cùng chiều với chất lượng mối quan hệ, đã được đo lường theo chiều hướng tích cực cho thấy phù hợp với bối cảnh của nghiên cứu và phù hợp với dữ liệu thị trường.

*Cuối cùng*, Nghiên cứu cũng cho thấy một số điểm tương đồng với các nghiên cứu trước: (1) chất lượng mối quan hệ là một khái niệm đã được đề cập trong các nghiên cứu trước đây, có thể đo lường được theo nhiều cách và phù hợp với bối cảnh của nghiên cứu này, theo dữ liệu thị trường, phù hợp để xem xét ba khía cạnh của chất lượng mối quan hệ là sự tin tưởng, sự hài lòng và cam kết; (2) trong số các giả thuyết được đề xuất trong nghiên cứu này, yếu tố con người và văn hóa quan hệ lâu dài đã được chỉ ra là có tác động lớn nhất đến chất lượng mối quan hệ.

**Ý kiến người hướng dẫn khoa học**

Ngày tháng 4 năm 2024

**Nghiên cứu sinh**

NGND. TS.  
Phạm Châu Thành

PGS. TS.  
Diệp Thanh Tùng

Phạm Minh Tùng