

Các yếu tố ảnh hưởng đến nghiên cứu thị trường tại doanh nghiệp vừa và nhỏ TP. Hồ Chí Minh

HOÀNG TRỌNG

Trường Đại học Kinh tế TP.HCM

LÊ HỒNG ĐẮC

Trường Đại học Kinh tế - Tài Chính TP.HCM

Nhận bài: 01/07/2020 - Duyệt đăng: 15/08/2020

Tóm tắt:

Nghiên cứu này nhằm tìm hiểu tình hình thực hiện nghiên cứu thị trường và xác định các yếu tố ảnh hưởng đến việc thực hiện nghiên cứu thị trường tại các doanh nghiệp vừa và nhỏ trên địa bàn TP.HCM thông qua phương pháp nghiên cứu định tính và định lượng. Nghiên cứu định tính phát hiện việc thực hiện nghiên cứu thị trường tại các doanh nghiệp vừa và nhỏ còn khá hạn chế và bị ảnh hưởng bởi 11 yếu tố. Nghiên cứu định lượng xác nhận có 5 yếu tố ảnh hưởng có ý nghĩa, đó là kinh nghiệm từng thực hiện nghiên cứu thị trường, hiểu biết về nghiên cứu thị trường của doanh nghiệp, quy mô doanh nghiệp, tình hình kinh doanh và nguồn nhân lực của doanh nghiệp, trong đó kinh nghiệm là yếu tố có ảnh hưởng mạnh nhất.

Từ khóa: Nghiên cứu thị trường tại VN, doanh nghiệp vừa và nhỏ VN.

Abstract:

This study aims to understand the situation of conducting market research and identify the factors that influence the conducting of market research in small and medium enterprises in Ho Chi Minh City through a qualitative and a quantitative research. Qualitative research found that market research performance in small and medium enterprises is quite limited and affected by 11 factors. Quantitative research found five significant influencing factors, namely experience in conducting market research, understanding of market research of enterprises, size of enterprises, business situation and sources, human resources of enterprises, of which experience is the most influential factor.

Keywords: Market research, small and medium enterprises, Ho Chi Minh City, human resources of enterprises.