

# Ý định chuyển đổi thương hiệu của người dùng điện thoại di động: Thực tiễn tại thành phố Cần Thơ

**NGUYỄN PHẠM TUYẾT ANH**

Trường Đại học Cần Thơ

Nhận bài: 24/12/2018 – Duyệt đăng: 24/01/2019

**Tóm tắt:**

**Đ**ề tài này được thực hiện nhằm xác định các nhân tố ảnh hưởng đến ý định chuyển đổi thương hiệu của người sử dụng điện thoại di động tại thành phố Cần Thơ. Số liệu phục vụ cho nghiên cứu của đề tài được thu thập từ 412 khách hàng sử dụng điện thoại di động tại thành phố Cần Thơ với phương pháp chọn mẫu thuận tiện. Dữ liệu khảo sát được xử lý bằng phần mềm SPSS và AMOS 22.0 với phương pháp thống kê mô tả và mô hình cấu trúc tuyến tính SEM. Kết quả nghiên cứu chỉ ra 3 yếu tố chính tác động tích cực đến ý định chuyển đổi thương hiệu của người dùng điện thoại di động là truyền miệng điện tử eWOM, Marketing hấp dẫn từ lựa chọn thay thế và sự không hài lòng của khách hàng. Trong đó, yếu tố Marketing có tác động mạnh nhất đến ý định chuyển đổi thương hiệu, kế đến là eWOM và sau cùng là sự không hài lòng của khách hàng.

**Từ khóa:** Chuyển đổi thương hiệu, truyền miệng, sự hài lòng, sự lựa chọn thay thế

**Abstract:**

This study was conducted to determine the factors that influence intention to switch brands of mobile phone users in Can Tho city. Data for the study was collected from 412 mobile phone users in Can Tho city with convenient sampling method. Survey data was processed by SPSS and AMOS 22.0 software with descriptive statistics and SEM model. Research results show three main factors that have a positive impact on the intention to switch brands of mobile phone users are electronic word of mouth (eWOM), attractive marketing from alternatives and customer's dissatisfaction. In particular, marketing factors have the strongest impact on switching intention, next is eWOM and ultimately customer's dissatisfaction.

**Keywords:** Brand switching, electronic word of mouth, customers' dissatisfaction, marketing.