

Các nhân tố ảnh hưởng đến giá trị thương hiệu tổng thể: Trường hợp công ty Cisco Việt Nam

Nguyễn Thị Thu Thủy • Nguyễn Kim Phước(*) • Đặng Hoàng Minh Quân

Ngày nhận bài: 21/9/2021 | Biên tập xong: 25/01/2022 | Duyệt đăng: 10/02/2022

TÓM TẮT: Bài viết phân tích ảnh hưởng của nhận thức thương hiệu, chất lượng cảm nhận, lòng trung thành với thương hiệu và liên kết thương hiệu đến giá trị thương hiệu tổng thể của Công ty Cisco Việt Nam (Cisco). Bài viết sử dụng phương pháp thuận tiện thông qua cuộc khảo sát trực tuyến để thu thập ý kiến khách hàng tại bốn thành phố lớn là Hà Nội, Thành phố Hồ Chí Minh, Đà Nẵng và Cần Thơ. Kết quả phân tích bằng mô hình SEM trên bộ dữ liệu hợp lệ của 315 khách hàng cho thấy, bốn nhóm nhân tố độc lập có ảnh hưởng tích cực đến giá trị thương hiệu tổng thể của Cisco. Trong đó, chất lượng cảm nhận (PRQ) và nhận thức về thương hiệu (BAW) có ảnh hưởng mạnh. Dựa vào kết quả nghiên cứu, bài viết đề xuất một số hàm ý quản trị nhằm giữ vững và nâng cao giá trị thương hiệu tổng thể cho Cisco.

TỪ KHÓA: Giá trị thương hiệu, Giá trị thương hiệu tổng thể, SEM, Cisco Việt Nam.

Mã phân loại JEL: C20, M15, M21, M30.

1. Giới thiệu

Trong bối cảnh hội nhập vào kinh tế khu vực và quốc tế, Việt Nam đã và đang thu hút đầu tư nước ngoài ngày càng nhiều. Các nhà đầu tư nước ngoài đầu tư vào Việt Nam thuộc nhiều lĩnh vực khác nhau, trong đó có lĩnh vực công nghệ thông tin (CNTT). CNTT có tác động mạnh đến cuộc sống của con người, góp phần tạo nên một xã hội kết nối toàn cầu, xóa bỏ rào cản ngôn ngữ một cách nhanh chóng và hiệu quả. Các dịch vụ CNTT đã trở thành động lực chính để tăng năng suất và tăng trưởng kinh tế trong nền kinh tế thế giới (Bilbao-Osorio & ctg, 2013).

Cuộc cách mạng Công nghiệp lần thứ 4 (Công nghiệp 4.0) cùng với làn sóng đầu tư vào Việt Nam những năm gần đây tạo ra sự cạnh tranh khốc liệt giữa các doanh nghiệp. Vì thế, các doanh nghiệp bên cạnh việc tạo ra sản phẩm/dịch vụ đáp ứng tốt nhu cầu đa dạng của khách hàng còn phải đối mặt với một

(*) **Nguyễn Kim Phước** - Trường Đại học Mở Tp.Hồ Chí Minh; Số 97 Võ Văn Tần, Phường 6, Quận 3, Tp. Hồ Chí Minh; **Email:** phuoc.nk@ou.edu.vn hoặc missphuocnguyen@gmail.com.