



## PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU ĐỊNH TÍNH SỬ DỤNG TRONG BÀI BÁO KHOA HỌC



Nguyễn Thị Tuyết Mai

Nguyễn Nhật Nguyên



### Giới thiệu bản thân

- Ph.D. (Marketing): National University of Singapore (NUS)  
*Luận án TS: PPNC định tính và PPNC định lượng*
- **Hướng nghiên cứu:**
  - Consumer Behavior
  - Macromarketing
  - Entrepreneurship

} *Qualitative method*  
*Quantitative method*  
*Mixed methods*
- **Publications:**
  - *Journal of International Marketing (JIM)*
  - *Journal of Macromarketing (JMK)*
  - *Journal of Public Policy & Marketing (JPPM)*
  - *Journal of Business Venturing (JBV)*
  - ...
- **NCS:** PPNC định lượng và định tính (luận án và bài báo)



## Cách tiếp cận nghiên cứu

**NC định tính**  
(Qualitative research)

**NC định lượng**  
(Quantitative research)



- Bản chất của NC định tính

NC định tính là cách tiếp cận khoa học, qua các phương tiện *thăm dò*, hướng tới sự *hiểu biết sâu sắc* về những trải nghiệm, nhận thức, động cơ, ý định và hành vi của con người

- Các đặc điểm của NC định tính

*Inductive*

*Interactive*

*Flexible*

*Reflexive*



*Organic*



*Context*

'Quyền lực' của ngôn từ và hình ảnh



## Nghiên cứu định tính và NC định lượng Qualitative vs. quantitative research

What? Why? How?

How many? How strong/impact level?



*"Not everything that can be counted counts and  
not everything that counts can be counted."*

Albert Einstein

## Nghiên cứu định tính Qualitative research

Sử dụng khi nào?



**Impulse purchase:**  
Antecedents?  
Consequences?

## Thiết kế nghiên cứu định tính

- Đơn phương pháp:
- Phương pháp hỗn hợp: kết hợp cả NC định tính và NC định lượng:
  - NC định tính thực hiện trước NC định lượng
  - NC định tính thực hiện song song với NC định tính
  - NC định tính thực hiện sau NC định lượng



## Thiết kế nghiên cứu định tính



- Thiết kế nghiên cứu đơn phương pháp
  - NC tìm hiểu tác động của thể chế phi chính thống tới định hướng sáng nghiệp của SMEs ở Việt Nam
  - NC thăm dò các động cơ tiêu dùng hàng xa xỉ kín đáo
- Thiết kế nghiên cứu hỗn hợp: NC định tính kết hợp với NC định lượng
  - NC hành vi mua ngẫu hứng trong bối cảnh nền kinh tế chuyển đổi
  - NC ảnh hưởng của khuynh hướng thể hiện đẳng cấp tới xu hướng mua hàng ngoại nhập ở Việt Nam (& Trung Quốc)

EMERGING  
MARKETS



Transition Economy

## Thiết kế nghiên cứu hỗn hợp: Hành vi mua ngẫu hứng trong bối cảnh TEs

### METHODOLOGY

To explore impulse buying behaviors of Vietnamese consumers, we used both qualitative and quantitative methods. We first conducted focus group interviews to develop a general understanding of impulse buying behaviors of Vietnamese consumers. We identified personal-use and collective-use product categories during the qualitative study. Next, we conducted a survey to test the hypotheses.

### Qualitative Study

We conducted focus group and personal interviews with two objectives. The first objective was to obtain a general understanding of impulse buying behaviors of Vietnamese consumers.

*Nguyen et al., 2003*

## Thiết kế nghiên cứu định tính: xuất phát từ câu hỏi NC



**RQ1:** “**How** do young Vietnamese consumers develop and express their self-identity through their everyday consumption practices?” (*Nguyen et al., 2017, JBR*)

**RQ2:** “**What** are the main driving factors that shape entrepreneurial intention among ethnic minorities in Vietnam from entrepreneurial learning perspectives?” (*Nguyen et al., 2022, JF&AR*)

**RQ3:** Các doanh nhân **hiểu thế nào** là thành công trong khởi nghiệp? (*Angel et al., 2018*)

**RQ4:** Thực trạng khái quát về hành vi mua NH ở Việt Nam & các yếu tố ảnh hưởng?



## Ví dụ: Nghiên cứu định tính Qualitative research

Khởi nghiệp của đồng bào dân tộc thiểu số



## Ví dụ: Nghiên cứu định tính Qualitative research

Understanding inconspicuous luxury consumption in Vietnam  
and its driving factors





## Ví dụ: Nghiên cứu định tính Qualitative research

Phát triển du lịch tác động như thế nào tới Chất lượng cuộc sống (QOL) của người dân ở thị trường đang chuyển đổi?



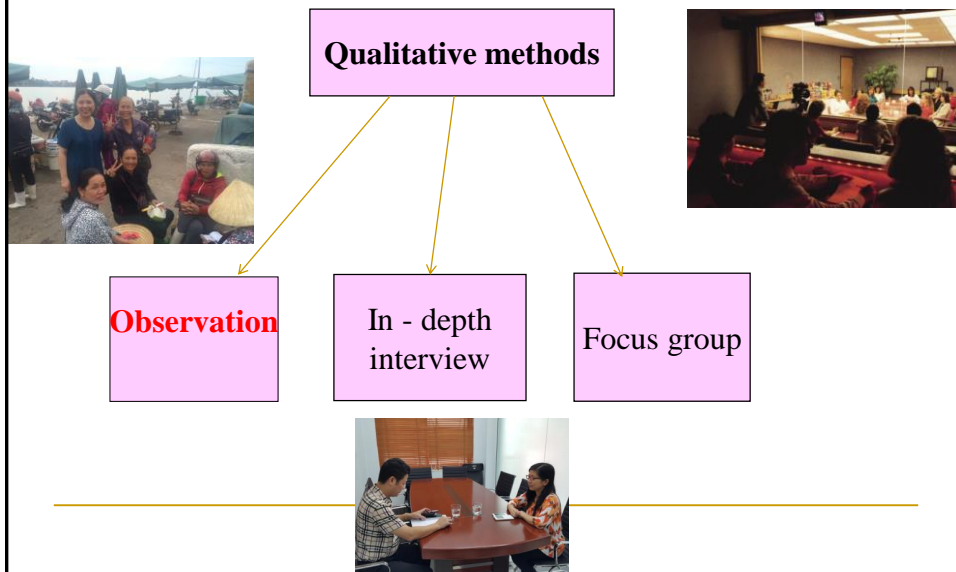
Nguyen et al. 2014

### Thiết kế NC định tính – những vấn đề chính

- Lựa chọn đối tượng cho NC định tính: đối tượng quan sát, đối tượng PV, thành viên tham gia focus group (*PP chọn mẫu & qui mô mẫu*)
- Lập kế hoạch **thu thập dữ liệu** định tính
  - Dữ liệu gì (xây dựng bản hướng dẫn)?
  - Thu thập ở đâu?
  - Như thế nào (ghi âm, ngôn ngữ,...)
  - Trong bao lâu?
- Phân tích dữ liệu



## Một số phương pháp TTDL định tính phổ biến



## Quan sát (observation)





## Chợ cá, Đồng Hới

2017

2016



## Phòng vấn sâu (in-depth interview)



## Thảo luận nhóm trọng tâm Focus group

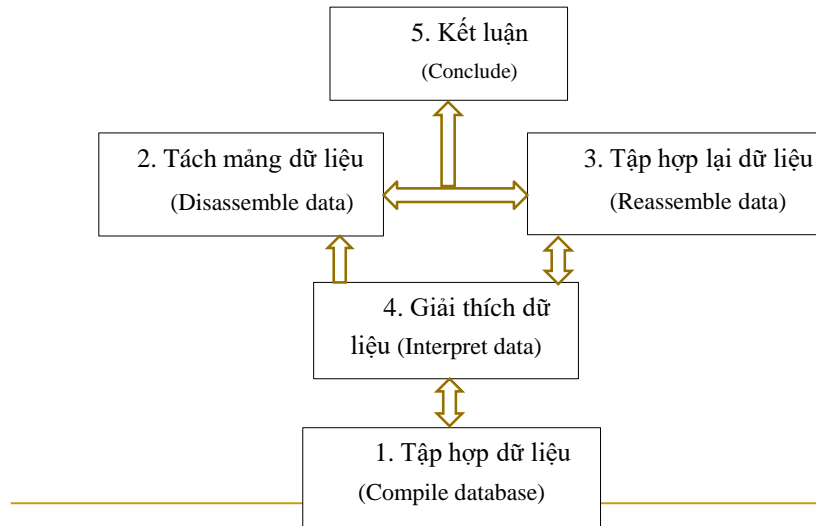


## Thách thức khi sử dụng PPNC định tính trong công bố quốc tế

- Dễ bị phê phán: Chủ quan, khó khái quát hóa, không rõ ràng
- Chọn mẫu, qui mô mẫu
- Thu thập dữ liệu:
- Phân tích dữ liệu
- Viết bài báo
- Vấn đề đạo đức



## Các giai đoạn của phân tích dữ liệu định tính (Yin 2011)



## E-book Nghiên cứu định tính: Nguyên lý và thực hành trong QLKT và QTKD

[https://nxbxaydung.com.vn/nghien-cuu-dinh-tinh-nguyen-ly-va-thuc-hanh-trong-quan-ly-kinh-te-va-quan-tri-kinh-doanh-b9193.html?fbclid=IwAR37NUkKwFynYgDbs2qBxOCugBJuvWj4bj49DOvAaf\\_\\_ladaGawxycWglZ0](https://nxbxaydung.com.vn/nghien-cuu-dinh-tinh-nguyen-ly-va-thuc-hanh-trong-quan-ly-kinh-te-va-quan-tri-kinh-doanh-b9193.html?fbclid=IwAR37NUkKwFynYgDbs2qBxOCugBJuvWj4bj49DOvAaf__ladaGawxycWglZ0)

