

CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG TỚI HÀNH VI TIÊU DÙNG XE ĐẠP ĐIỆN CỦA HỌC SINH PHỔ THÔNG VÀ SINH VIÊN

Đàm Văn Khanh

Tóm tắt

Trong những năm gần đây, việc sử dụng xe đạp điện trở thành phương tiện phổ biến của học sinh phổ thông và sinh viên. Mục đích của nghiên cứu tập trung phân tích những yếu tố tác động đến hành vi tiêu dùng xe đạp điện của khách hàng mà chủ yếu là học sinh phổ thông và sinh viên. Nghiên cứu đã đề xuất một mô hình cấu trúc của mối quan hệ giữa các thành tố của mô hình và ý định hành vi. Phân tích nhân tố (EFA) được thực hiện để kiểm tra tính hợp lệ của cấu trúc, và phân tích nhân tố khẳng định (CFA) được sử dụng để kiểm tra ý nghĩa của các mô hình giả thuyết đề xuất. Kết quả cho thấy yếu tố Chuẩn chủ quan, giá xe, tác động của các chính sách của Chính phủ, Sự hữu ích của việc sử dụng xe đạp điện là những yếu tố tác động đến Ý định hành vi tiêu dùng xe đạp điện; trong đó Chuẩn chủ quan và Giá xe có tác động lớn nhất đến ý định hành vi sử dụng xe đạp điện. Yếu tố nhận thức về môi trường không phải là những biến dự báo cho ý định hành vi tiêu dùng xe đạp điện của học sinh, sinh viên. Các thảo luận về đóng góp của nghiên cứu với thực tiễn và lý luận cũng được đề cập trong nghiên cứu này.

Từ khóa: Xe đạp điện, ý định hành vi, giá, chuẩn chủ quan.

FACTORS AFFECTING THE BEHAVIOR OF HIGH SCHOOL AND UNDERGRADUATE STUDENTS ON CONSUMPTION OF ELECTRIC BICYCLE

Abstract

Electric bicycle has become a popular vehicle for high school and undergraduate students in recent years. The purpose of this study focuses on analyzing the factors affecting the consumer behavior of about electric bicycle; most of them are the students from high school to undergraduate. The study has proposed a structural model of the relationship between elements of the model and behavioral intent. Exploratory factor analysis (EFA) was performed to verify the validity of the structure, besides confirmatory factor analysis (CFA) was used to test the significance of proposed hypothetical models. The results show that elements of Subjective Standard, Vehicle Price, Impact of Government Policies and the usefulness of using electric bicycle are the factors affecting the intention of electric bicycle consumption. Moreover, the Subjective Standard and Vehicle Price have the greatest impact on the intention. On the other hand, Environmental awareness should not be a predictor variable of that intention. Discussions on the contribution of research are mentioned in this study.

Keyword: Electric bicycle, intention of behavior, price, Subjective standard.

1. Đặt vấn đề

Trong thời gian qua xe đạp điện trở thành một phương tiện ưa thích của những học sinh, sinh viên ở vùng đô thị và nông thôn, do không cần bằng lái, không phải mua xăng, giá cả lại hợp lý, mà tốc độ lại chạy tương đương xe máy. Việc đi xe đạp điện đem lại lợi ích vô cùng lớn cho việc giảm thiểu hiệu ứng nhà kính và bảo vệ môi trường. Tuy vậy xe đạp điện vẫn chưa được dùng phổ biến do giá cả còn cao so với xe đạp thường, bản thân xe đạp điện nhìn lại không sang trọng nếu so với xe máy. Mục tiêu của bài viết là “Nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng tới hành vi tiêu dùng xe đạp điện của học sinh phổ thông và sinh viên” được thực hiện nhằm mục đích tập trung phân tích những yếu tố tác động đến hành vi tiêu dùng xe đạp điện của khách hàng, từ đó đưa ra một số gợi ý chính sách tác động đến hành vi tiêu dùng xe đạp điện, giúp thay đổi một phần nào đó hành vi sử dụng xe máy chạy bằng xăng và khuyến khích khách hàng nâng cao ý thức bảo

vệ môi trường trong quá trình sử dụng phương tiện đi lại.

2. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

- Đối tượng nghiên cứu: Là các yếu tố ảnh hưởng đến việc tiêu dùng sản phẩm xe đạp điện của các em học sinh phổ thông và sinh viên.

- Phạm vi nghiên cứu: Các em học sinh phổ thông và sinh viên đang sử dụng xe đạp điện.

3. Tổng quan cơ sở lý thuyết

Trên cơ sở đối tượng nghiên cứu là các yếu tố ảnh hưởng đến việc tiêu dùng sản phẩm xe đạp điện, đề tài trình bày nội dung chính của hai lý thuyết là Lý thuyết hành động hợp lý của Fishbein & Ajzen (1975) (TRA- Theory of Reasoned Action) và Lý thuyết hành vi có kế hoạch (TPB - Theory of Planned Behavior)

Lý thuyết hành động hợp lý của Fishbein & Ajzen (1975) ra đời giúp trả lời các vấn đề có liên quan đến hành vi của con người nói chung. Lý thuyết này giải thích và dự đoán ý định thực hiện hành vi cũng như dự đoán hành vi của con

người trong các tình huống và lĩnh vực khác nhau, đặc biệt trong tâm lý – xã hội học và trong marketing. Trong nghiên cứu này, mô hình TRA được áp dụng với sự tập trung chủ yếu vào các yếu tố tác động tới “Thái độ” người tiêu dùng: Thái độ được đo lường bằng nhận thức về các thuộc tính của sản phẩm. Người tiêu dùng sẽ chú ý đến những thuộc tính mang lại các lợi ích cần thiết. Thứ hai là yếu tố “Chuẩn chủ quan”, yếu tố này được đo lường thông qua những người có liên quan đến người tiêu dùng (như gia đình, bạn bè, đồng nghiệp,..) mức độ tác động của yếu tố chuẩn chủ quan đến xu hướng mua của người tiêu dùng phụ thuộc: Mức độ ủng hộ hay phản đối đối với việc mua sản phẩm và động cơ của người tiêu dùng làm theo mong muốn của người có ảnh hưởng.

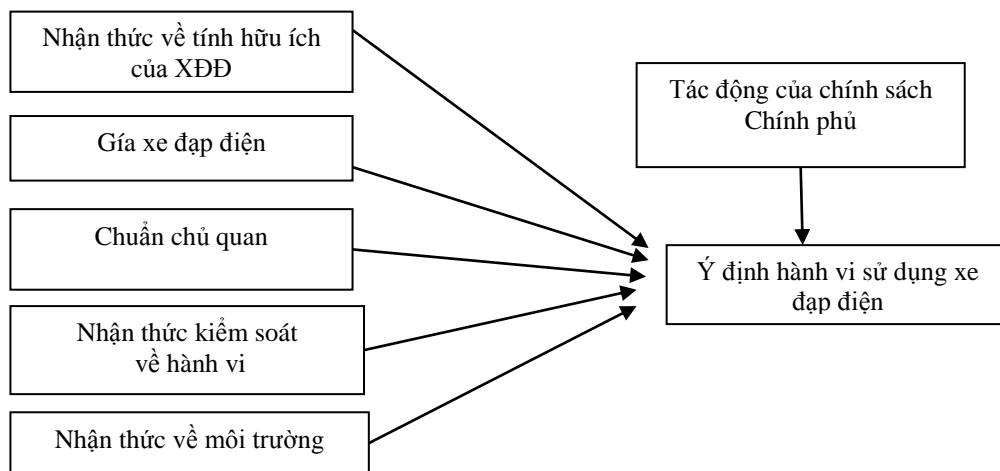
Mặc dù vậy, lý thuyết hành động hợp lý vẫn tồn tại một số hạn chế. Theo Coleman & cộng sự (2011), một trong những hạn chế của lý thuyết hành động hợp lý là việc sử dụng kỹ thuật ‘tự báo cáo’ (self-reporting) để lấy thông tin về ‘thái độ’ và ‘chuẩn chủ quan’. Với kỹ thuật này, các đối tượng tham gia nghiên cứu sẽ tự đánh giá qua trả lời các câu hỏi về ‘thái độ’ và ‘chuẩn chủ quan’.

Lý thuyết hành vi có kế hoạch (TPB) là lý thuyết mở rộng từ TRA (Ajzen & Fishbein, 1980; Fishbein & Ajzen, 1975). Như đã nêu ở trên, TRA cho rằng hành vi có thể được thực hiện (hay

không thực hiện) hoàn toàn chịu sự kiểm soát của lý trí. Điều này làm giới hạn việc áp dụng lý thuyết TRA đối với việc nghiên cứu những hành vi nhất định (Buchan, 2005). Để khắc phục điểm này, TPB đã ra đời (Ajzen, 1985; 1991). Sự ra đời của thuyết hành vi dự định TPB (Theory of Planned Behavior) xuất phát từ giới hạn của hành vi mà con người có ít sự kiểm soát. Nhân tố thứ ba mà Ajzen cho là có ảnh hưởng đến ý định của con người là yếu tố Nhận thức kiểm soát hành vi (Perceived Behavioral Control). Nhận thức kiểm soát hành vi phản ánh việc dễ dàng hay khó khăn khi thực hiện hành vi và việc thực hiện hành vi đó có bị kiểm soát hay hạn chế hay không (Ajzen, 1991, tr. 183).

4. Mô hình nghiên cứu

Dựa trên cơ sở lý thuyết hành động hợp lý của Fishbein & Ajzen (1975) (TRA- Theory of Reasoned Action) và Lý thuyết hành vi có kế hoạch (TPB - Theory of Planned Behavior), mô hình nghiên cứu đề xuất phân tích các yếu tố tác động đến hành vi tiêu dùng xe đạp điện của khách hàng là học sinh phổ thông và sinh viên bao gồm các nhóm nhân tố: Nhận thức về tính hữu ích của việc sử dụng xe đạp điện, giá xe đạp điện, chuẩn chủ quan, nhận thức về kiểm soát hành vi, nhận thức về môi trường, tác động của chính sách của Chính phủ.



Hình 1. Mô hình nghiên cứu về hành vi sử dụng xe đạp điện

Bảng 1: Giả thuyết nghiên cứu

H1	Sự hữu ích của việc đi xe đạp điện tác động đồng biến đến ý định sử dụng điện tiết kiệm
H2	Giá cả của xe đạp điện tác động đồng biến đến ý định sử dụng xe đạp điện
H3	Ảnh hưởng của chuẩn chủ quan tác động đồng biến đến ý định sử dụng xe đạp điện
H4	Nhận thức kiểm soát hành vi tác động đồng biến đến ý định sử dụng xe đạp điện
H5	Nhận thức về môi trường tác động đồng biến đến ý định sử dụng xe đạp điện
H6	Tác động của chính sách Chính phủ có tác động đồng biến đến việc sử dụng xe đạp điện

5. Phương pháp nghiên cứu

Các thang đo được xây dựng và phát triển từ cơ sở lý thuyết và mô hình nghiên cứu. Các thang đo này được dịch sang tiếng Việt từ những thang đo đã được sử dụng trong các nghiên cứu được công bố trước đó. Vì vậy, trước khi hình thành thang đo chính thức cho mục tiêu nghiên cứu, các cuộc phỏng vấn sâu đã được thực hiện nhằm khẳng định các đối tượng được phỏng vấn hiểu rõ được nội dung các khái niệm và ý nghĩa của từ ngữ. Thang đo được sử dụng trong nghiên cứu là thang đo Likert với 5 mức độ phổ biến: Rất đồng ý, đồng ý, bình thường, không đồng ý và rất không đồng ý. Các biến và câu hỏi khảo sát dựa trên các nghiên cứu về ý định hành vi của các tác giả sau: Azjen, I. (1991). Davis, F. D. và cộng sự (1989), Chen, C. F., Chao, W. H., (2011) và các nghiên cứu khác cùng với những gợi ý về thang đo của các chuyên gia.

6. Kết quả nghiên cứu

Trong thời gian tháng 7/2018 đến tháng 11 năm 2018, tác giả đã phát ra 400 bảng câu hỏi, thu về 358 bảng câu hỏi, có 324 phiếu hợp lệ với tỷ lệ hợp lệ để sử dụng phân tích đạt 90,5%.

Sau khi sử dụng phần mềm SPSS20.0 để chạy thông tin, rút ra được các thông tin, phân tích, kiểm định về mô hình và giả thuyết.

Kết quả phân tích nhân tố cho thấy chỉ số KMO là $0,768 > 0,5$ điều này chứng tỏ dữ liệu dùng để phân tích nhân tố là hoàn toàn thích hợp. Kết quả kiểm định Barlett's là 10546,447 với mức ý nghĩa (p_value) sig = $0,000 < 0,05$, như vậy các biến có tương quan với nhau và thỏa điều kiện phân tích nhân tố.

Kết quả phân tích cho thấy 21 biến quan sát ban đầu được nhóm thành 05 nhóm. Điểm đáng lưu ý ở đây là hai biến quan sát thuộc nhân tố nhận thức hành vi: KSHV1 (đối với tôi việc đi xe đạp điện là do ý thích của tôi) và KSHV2 (Tôi hoàn toàn có thể tự quyết trong việc mua xe đạp điện) hội tụ với nhân tố chuẩn chủ quan. Vì vậy, so với mô hình lý thuyết đề xuất ban đầu, mô hình hiệu chỉnh sau khi phân tích nhân tố khám phá sẽ được điều chỉnh chỉ còn 5 nhân tố. Giá trị tổng phương sai trích = $76,166\% > 50\%$: đạt yêu cầu; khi đó có thể nói rằng 5 nhân tố này giải thích 76,166% biến thiên của dữ liệu.

Giá trị hệ số Eigenvalues của các nhân tố đều lớn hơn 1.

Bảng 2: Phân tích nhân tố
Rotated Component Matrix^a

	Component				
	1	2	3	4	5
CCQ3	,831				
CCQ2	,820				
CCQ4	,797				
CCQ1	,708				
KSHV1	,698				
KSHV2	,625				
NTMT3		,837			
NTMT2		,836			
NTMT1		,797			
NTMT4		,759			
SHUI2			,840		
SHUI 1			,825		
SHUI 4			,799		
SHUI 3			,791		
GIAXE 2				,772	
GIAXE 1				,757	
GIAXE 3				,741	
GIAXE 4				,646	
CSCP2					,830
CSCP1					,818
CSCP3					,726
Giá trị riêng	9,516	2,133	1,768	1,355	1,222
Phương sai (%)	45,315	10,158	8,419	6,454	5,820
Cronbach α	0,924	0,914	0,904	0,807	0,869

Tổng phương sai trích: 76,166; KMO= 0,768; P=0,000

Kết quả phân tích nhân tố phụ thuộc: Hệ số KMO = 0,671 > 0,5: Phân tích nhân tố thích hợp với dữ liệu nghiên cứu. Kết quả kiểm định Bartlett's là 1781,344 với mức ý nghĩa sig = 0,000 < 0,05, điều này chứng tỏ dữ liệu dùng để phân tích nhân tố là hoàn toàn thích hợp. Kết quả

cho thấy 3 biến quan sát ban đầu được nhóm thành 1 nhóm. Giá trị tổng phương sai trích = 85,736% > 50%: Đạt yêu cầu; khi đó có thể nói rằng 1 nhân tố này giải thích 85,736% % biến thiên của dữ liệu. Giá trị hệ số Eigenvalues của nhân tố lớn hơn 1.

Bảng 3: Kết quả phân tích nhân tố phụ thuộc

Thành tố	Nhân tố tải	Giá trị riêng	Cronbach α	KMO	Tổng phương sai trích (%)
		2,572	0,915	0,671	85,736
YDHV3	,967				
YDHV2	,951				
YDHV1	,856				

Kết quả của phân tích nhân tố được thể hiện trong bảng 2 và bảng 3 cho thấy hệ số Cronbach α dao động trong khoảng 0,9 – 0,8. Vì vậy chứng minh rằng tất cả các yếu tố đã được chấp nhận và đáng tin cậy theo khuyến cáo của Nunnally (1978).

Nguồn: Tổng hợp từ kết quả xử lý trên phần mềm SPSS 20

Kiểm định hệ số tương quan Pearson dùng để kiểm tra mối liên hệ tuyến tính giữa các biến độc lập và biến phụ thuộc. Nếu các biến có tương quan chặt thì phải lưu ý đến vấn đề đa cộng tuyến khi phân tích hồi quy (giả thuyết H_0 : Hệ số tương quan bằng 0).

Bảng 4: Ma trận tương quan giữa các thang đo trong mô hình

Correlations, N= 324						
	GIAXE	SHUUI	CCQ	NTMT	CSCP	YDHV
GIAXE	1					
SHUUI	,434**	1				
CCQ	,567**	,561**	1			
NTMT	,372**	,443**	,544**	1		
CSCP	,405**	,382**	,525**	,572**	1	
YDHV	,565**	,386**	,547**	,385**	,524**	1

** Correlation is significant at the 0,01 level (2-tailed).

Kết quả phân tích tương quan cho thấy các hệ số tương quan giữa biến độc lập và biến phụ

thuộc đều có ý nghĩa (sig < 0,01), do vậy các biến độc lập đưa vào phân tích hồi qui là phù hợp.

Bảng 5: Kết quả kiểm định giả thuyết

Tương quan	β	S.E.	Giá trị T	Giá trị P	Kết quả kiểm định giả thuyết
YDHV _i <--- CCQuan	,148	,044	3,373	***	Hỗ trợ
YDHV _i <--- NTMtruong	-,042	,040	-1,044	,296	Không hỗ trợ
YDHV _i <--- Su huu ich	,189	,028	2,254	**	Hỗ trợ
YDHV _i <--- Gia xe	,291	,041	7,080	***	Hỗ trợ
YDHV _i <--- CSCPhu	,064	,040	4,677	***	Hỗ trợ

S.E.: Độ lệch tiêu chuẩn; *** $P < 0,01$; ** $P < 0,05$

7. Kiểm định giả thuyết

Từ kết quả phân tích ở bảng 5 cho thấy không phải tất cả các mối quan hệ trong mô hình giả thuyết được hỗ trợ (xem bảng 4.8). Giả

thuyết 1: Sự hữu ích của việc đi xe đạp điện tác động đồng biến đến ý định hành vi sử dụng xe đạp điện được hỗ trợ trong nghiên cứu này (H_1 : $\beta = 0,189$, $t = 2,254$, $p < 0,05$).

Giả thuyết 2 kiểm định mối quan hệ giữa giá xe đạp điện và ý định hành vi sử dụng xe đạp điện được ủng hộ mạnh mẽ ($H2: \beta = 0,291, t = 7,080, p < 0,01$),

Giả thuyết 3 kết quả chỉ ra rằng chuẩn chủ quan có mối quan hệ tới ý định hành vi sử dụng xe đạp điện của người tiêu dùng ($H3: \beta = 0,148; t = 3,373, p < 0,05$). Có thể kết luận rằng giả thuyết 1 được hỗ trợ khi tuyên bố "Chuẩn chủ quan có tác động đáng kể đến ý định hành vi sử dụng xe đạp điện"

Giả thuyết 5 kết quả dự đoán về mối quan hệ của yếu tố nhận thức về bảo vệ môi trường trong việc sử dụng điện tiết không được tích cực, thậm chí giá trị beta còn mang dấu âm ($H5: \beta = -0,042; t = -1,044, p > 0,05$) điều này cho thấy ý thức (hiểu biết) của người tiêu dùng đối với môi trường là chưa tích cực, xã hội cần phải có những biện pháp tuyên truyền hơn nữa về ý thức bảo vệ môi trường thông qua việc sử dụng xe đạp điện thay cho xe máy chạy xăng đến với từng người dân.

Giả thuyết 6 giả định rằng các chính sách của chính phủ sẽ có tác động đến hành vi sử dụng xe đạp điện của các em học sinh phổ thông và sinh viên, kết quả chỉ ra rằng mối quan hệ này được hỗ trợ nhưng rất yếu ($H6: \beta = 0,064; t = 4,677, p < 0,01$). Từ kết quả của kiểm định giả thuyết ta có thể rút ra mô hình hồi quy như sau:

$$Y_{YDHi} = 0,148 X_{CCQuan} - 0,042 X_{NTMtruong} + 0,064 X_{CSCPhu} + 0,291 X_{Giá} + 0,189 X_{Sthuuich}$$

Mô hình hồi quy trên được giải thích như sau: Giá xe đạp điện có tác động mạnh nhất đến ý định hành vi của khách hàng trong việc tiêu

dùng xe đạp điện kiêm ($\beta = 0,291$). Xếp thứ 2 là yếu tố sự hữu ích của việc đi xe đạp điện ($\beta = 0,189$). Đứng ở vị trí thứ 3 là yếu tố chuẩn chủ quan ($\beta = 0,148$), nếu chuẩn chủ quan của khách hàng tăng lên 1 đơn vị thì ý định hành vi tiêu dùng xe đạp điện sẽ tăng 0,148 đơn vị. Cuối cùng là yếu tố chính sách Chính phủ ($\beta = 0,064$), nếu yếu tố chính sách Chính phủ tăng lên 1 đơn vị thì ý định tiêu dùng xe đạp điện sẽ tăng 0,064 đơn vị.

8. Kết luận

Kết quả đánh giá độ tin cậy thang đo sau khi được điều chỉnh, bổ sung cho thấy có 21 biến đảm bảo điều kiện. Phân tích nhân tố EFA đã rút trích ra được 5 nhân tố có tác động đến ý định hành vi tiêu dùng xe đạp điện: (1) sự hữu ích của việc đi xe đạp điện, (2) giá xe đạp điện, (3) chuẩn chủ quan, (4) nhận thức về môi trường, (5) các chính sách của Chính phủ.

Nghiên cứu này đã góp phần vào hệ thống thang đo lường ý định hành vi tiêu dùng xe đạp điện của người tiêu dùng. Kết quả nghiên cứu này cũng đóng góp vào hệ thống lý thuyết về đánh giá ý định hành vi của người dân trong việc nâng cao ý thức bảo vệ môi trường bằng việc tiêu dùng xe đạp điện thay cho việc dùng xe máy chạy xăng. Khuyến cáo Chính phủ có nhiều chính sách có lợi cho người tiêu dùng xe đạp điện (Ví dụ: chính sách trợ giá cho người mua xe đạp điện). Đây sẽ là một cơ sở để các nhà nghiên cứu tham khảo cho các nghiên cứu tiếp theo.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1]. Azjen, I. (1991). *The theory of planned behavior. Organizational behavior and human decision processes.*
- [2]. Davis, F. D., Bagozzi, R. P. and Warshaw, P. R. (1989). User acceptance of computer technology: A comparison of two theoretical models. *Management Science*, 35, 982-1003.
- [3]. Byrne, B. M. (2001). *Structural equation modeling with AMOS, Lawrence Erlbaum Associates, Mahwah.*
- [4]. Chatterton and Anderson. (Dec 2011). An Introduction to Thinking about 'Energy behaviour': A *Multi Model Approach.*
- [5]. Chen, C. F., Chao, W. H. (2011). Habitual or reasoned? Using the theory of planned behavior, technology acceptance model, and habit to examine switching intentions toward public transit. *Transportation Research Part F 14*, 128-137.
- [6]. Cooper, D. R., & Schindler, P. S. (2011). *Business Research Methods (11th ed.)*. New York: McGraw-Hill/Irwin.
- [7]. Hair, J.F., Black, W.C., Babin, B.J., Anderson, R.E. and Tatham, R.L.(2006). *Multivariate data analysis (6th ed.)*. Pearson Prentice Hall, Uppertsaddle River.

- [8]. Kline, R. B. (2005). *Principles and practice of structural equation modeling (2nd ed.)*. The Guilford Press, New York.
- [9]. Linden, G., Kraemer, K. L., & Dedrick, J. (2007). *Mapping the value of an innovation: an analytical framework*. Irvine CA: Personal Computing Industry Center.
- [10]. MacCallum, Widaman, Zhang và Hong. (1999). Sample Size in Factor Analysis: The Role of Model Error. *Multivariate Behavioral Research*, 36 (4), 611- 637.
- [11]. Michie et al. (2011). *Implementation Science*, 6: 42.
- [12]. Nunnally, J.C. (1978). *Psychometric theor*, McGraw-Hill, New York.
- [13]. Prendergast, C. (2002). Consumers and agency problems. *The Economic Journal*, 112, pp. C34-51.
- [14]. Samuelson, W., and R. Zeckhauser. (1988). Status quo bias in decision-making. *Journal of Risk and Uncertainty*, 1, pp. 7 - 59.
- [15]. Tabachnick, B.G. and Fidell, L.S. (2007). *Using multivariate statistics (5thed.)*. Pearson Education, Boston.
- [16]. Thaler and Sunstein, C.R. (2008). *Nudge: Improving Decisions about Health, Wealth, and Happiness*.
- [17]. Waddams Price, C., C. Webster, and M. Zhu. (2013). Effective empowerment: Empirical estimates of consumer switching behaviour. *CCP Working Paper no 13*.
- [18]. Wilson, C., and C. Waddams Price. (2010). Do consumers switch to the best supplier. *Oxford Economic Papers*, 62, pp. 647-668.

Thông tin tác giả:

1. Đàm Văn Khanh

- Đơn vị công tác: Trường Đại học Điện Lực
- Địa chỉ email: khanhdv@epu.edu.vn

Ngày nhận bài: 15/09/2018

Ngày nhận bản sửa: 24/09/2018

Ngày duyệt đăng: 28/09/2018