

# Nghiên cứu ý định chuyển đổi mua từ ngoại tuyến sang trực tuyến B2C tại Việt Nam: Trường hợp nhóm hàng điện tử tiêu dùng

Phan Duy Hùng<sup>(1)</sup> • Phạm Văn Tuấn<sup>(2)</sup> • Đỗ Hữu Hải<sup>(3)</sup>

Ngày nhận bài: 27/4/2021 | Biên tập xong: 02/6/2021 | Duyệt đăng: 10/6/2021

**TÓM TẮT:** Mua hàng trực tuyến (MHTT) là một xu thế diễn ra ngày càng mạnh mẽ. Tuy nhiên, kinh doanh trực tuyến về nhóm hàng điện tử vẫn gặp một số quan ngại từ tâm lý người tiêu dùng và rủi ro tiềm ẩn, mặc dù không thể phủ nhận những ưu điểm của phương thức MHTT. Nghiên cứu áp dụng khung PPM (Push-Pull-Mooring) và tích hợp biến tâm lý để giải thích cho ý định chuyển đổi sang MHTT của khách hàng. Theo đó, Push – “Đẩy” thể hiện những hạn chế khi mua tại cửa hàng thực; Pull – “Kéo” và Mooring – “Neo” là những ưu và nhược điểm của MHTT. Các yếu tố Rủi ro nhận thức được, Thái độ đối với chuyển đổi và Thói quen mua tại cửa hàng thực được tích hợp để nghiên cứu về đặc thù nhóm hàng điện tử. Kết quả nghiên cứu cho thấy rằng, Thái độ đối với chuyển đổi có ảnh hưởng mạnh nhất tới Ý định chuyển đổi mua và việc nghi ngại về MHTT hàng điện tử tiêu dùng của người tiêu dùng đến từ Rủi ro nhận thức được cũng như Thói quen mua tại cửa thực. Đây là điểm mới của nghiên cứu về chuyển đổi kênh mua từ ngoại tuyến sang trực tuyến đối với nhóm hàng đòi hỏi trải nghiệm. Một số kiến nghị từ đó được đề xuất.

**TỪ KHÓA:** B2C, trực tuyến, PPM, ý định chuyển đổi.

**Mã phân loại JEL:** L8, M31, M37.

## 1. Giới thiệu

Bán lẻ trực tuyến B2C đang phát triển mạnh mẽ. Sự bùng nổ của bán lẻ trực tuyến làm hành vi mua sắm của khách hàng dần chuyển từ các cửa hàng thực sang MHTT là điều dễ nhận thấy. Năm 2018, tốc độ tăng trưởng của thương mại điện tử (TMĐT) là 30% với quy mô 7,8 tỷ USD theo Hiệp hội TMĐT Việt Nam VECOM (2019). Tốc độ này được duy trì trong năm 2019 (VECOM, 2020).

Theo báo cáo chỉ số TMĐT Việt Nam VECOM (2020) và VECOM (2021), sang

năm 2020 với tiêu điểm là dịch Covid-19 ảnh hưởng tới sức mua của thị trường (đặc biệt là du lịch, đặt vé,...), chứng kiến mức tăng trưởng khá cao 15% với quy mô 13,2 tỷ USD. Nửa đầu 2021, các chuyên gia nhận định tăng trưởng vững chắc mức 15%. Dự báo đến năm 2025, quy mô thị trường là 52 tỷ USD.

<sup>(1)</sup> Phan Duy Hùng - Trường Đại học Điện Lực; 235 Hoàng Quốc Việt, Hà Nội; Email: hungpd@epu.edu.vn.