

Ý định mua hàng trực tuyến của giới trẻ - Nghiên cứu thực nghiệm ở Việt Nam

Nguyễn Phương Linh^(*) • Nguyễn Đức Nhuận

Ngày nhận bài: 18/5/2023 | Biên tập xong: 02/6/2023 | Duyệt đăng: 10/6/2023

TÓM TẮT: Nghiên cứu này nhằm nhận dạng và đánh giá các yếu tố ảnh hưởng đến ý định mua hàng trực tuyến của giới trẻ trên cả hai khía cạnh: đặc điểm cá nhân của khách hàng và các dịch vụ được cung ứng bởi kênh bán hàng trực tuyến. Dựa trên tổng quan cơ sở lý luận, bài viết đã phát triển các giả thuyết và thiết lập mô hình nghiên cứu về sự ảnh hưởng của hai yếu tố về đặc điểm cá nhân và hai yếu tố về đặc điểm kênh bán hàng trực tuyến tới ý định mua hàng của giới trẻ. Đối tượng nghiên cứu là giới trẻ hiện đang sinh sống và làm việc tại Hà Nội; đồng thời kỹ thuật phân tích PLS-SEM thông qua phần mềm SmartPLS4 được sử dụng để kiểm định các giả thuyết nghiên cứu. Kết quả nghiên cứu khẳng định tầm quan trọng của các yếu tố về đặc điểm khách hàng và kênh bán hàng trực tuyến tới việc thúc đẩy ý định mua sắm trực tuyến của khách hàng. Từ kết quả nghiên cứu, một số khuyến nghị được đề xuất liên quan tới các kênh bán hàng trực tuyến nhằm đẩy nhanh ý định mua hàng trực tuyến của khách hàng là giới trẻ.

TỪ KHÓA: Dịch vụ giao hàng, dịch vụ thanh toán, mua hàng trực tuyến, niềm tin, sự tự tin, ý định mua hàng.

Mã phân loại JEL: M00, M30, L81, L84.

1. Giới thiệu

Sự bùng nổ của công nghệ thông tin và thương mại điện tử (TMĐT) đã mang lại nhiều cơ hội cho các doanh nghiệp kinh doanh theo hình thức trực tuyến (online). Trong những năm gần đây, chủ đề nghiên cứu về mua sắm trực tuyến nói chung và hành vi mua sắm trực tuyến của khách hàng nói riêng nhận được nhiều sự quan tâm của các học giả trong và ngoài nước (Javadi & ctg, 2012). Kumar & Dange (2012) và Ren, Zhang & Li (2012) khi nghiên cứu về thương mại trực

tuyến cũng nhận định rằng, hình thức mua sắm trực tuyến trên internet trở nên phổ biến và dẫn thay đổi hành vi mua sắm của khách hàng. Theo Forsythe, Shannon, & Gardner (2006), sự phát triển của TMĐT thực sự đã

^(*) Nguyễn Phương Linh - Trường Đại học Thương mại, Số 79 Đường Hồ Tùng Mậu, phường Mai Dịch, quận Cầu Giấy, TP. Hà Nội; Email: linhnguyen@tmu.edu.vn.