



**BARIA VUNGTAU
UNIVERSITY**
CAP SAINT JACQUES

TẠP CHÍ KHOA HỌC TRƯỜNG ĐẠI HỌC BÀ RỊA - VŨNG TÀU

website: www.bvu.edu.vn

**ISSN 2734 - 9802
No. 03 - 07/2022**

SCIENTIFIC JOURNAL OF BARIA VUNGTAU UNIVERSITY

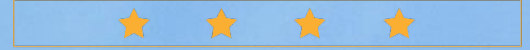
**BARIA VUNGTAU
UNIVERSITY**
CAP SAINT JACQUES



BARIA VUNGTAU
UNIVERSITY
CAP SAINT JACQUES



STARSTM
RATING SYSTEM





Tòa soạn: 80 Trương Công Định, phường 3,
Tp.Vũng Tàu, tỉnh Bà Rịa-Vũng Tàu
ĐT: 0254.7305456 – 3040
Fax: 0254.353.2233
Email: bvujournal@bvu.edu.vn

TẠP CHÍ XUẤT BẢN
BỐN THÁNG MỘT KỶ

SỐ 04
05/2024

PHỤ TRÁCH

TS MAI XUÂN THIỆU

BAN BIÊN TẬP

PGS.TS.LS NGUYỄN THỊ HOÀI PHƯƠNG

GS.TS HOÀNG VĂN CHÂU

GS.TS TRẦN NGỌC THÊM

PGS.TS TRƯƠNG VĂN CHUNG

TS NGUYỄN THỊ ĐỨC LOAN

TS LÊ THỊ VĨNH THANH

TS PHẠM HẢI LONG

Giấy phép xuất bản:

Số 436/GP-BTTTT

ngày 13/07/2021

ISSN 2734 - 9802

MỤC LỤC

Nghiêm Phúc Hiếu, Võ Thị Như Hảo, Lê Kim Ngân, Phạm Tú Anh, Phạm Phương Linh - Các yếu tố ảnh hưởng đến ý định mua xe máy điện của sinh viên Trường Đại học Bà Rịa - Vũng Tàu.....	1
Nguyễn Thị Ánh Hoa - Thẩm định giá bất động sản theo phương pháp so sánh tại Việt Nam.....	11
Đỗ Thị Bích Hồng - Các giải pháp nâng cao hiệu quả hoạt động dịch vụ ngân hàng bán lẻ của các ngân hàng thương mại tại Việt Nam..	21
Hồ Thị Yến Ly, Đỗ Thị Bích Hồng - Kết quả thực hiện chính sách tín dụng sinh viên của Ngân hàng Chính sách xã hội Việt Nam.....	30
Nguyễn Văn Rõ - Quy định pháp luật về ưu đãi tài chính đối với chủ đầu tư xây dựng nhà ở xã hội tại Việt Nam, thực trạng và hướng hoàn thiện.....	39
Hoàng Văn Tú1, Phạm Thị Thùy Linh, Nguyễn Văn Quang - Kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa ở Việt Nam, những thách thức mới và khuyến nghị (trong giai đoạn tới 2030, tầm nhìn đến 2045)	48
Lưu Hoàng Điều khiển động cơ không đồng bộ dùng mô hình nội và mạng hồi quy.....	57
Nguyễn Thị Nga Đặc trưng ẩm thực theo mùa ở Hàn Quốc thông qua tục ngữ 한국 속담을 통해 계절 음식에 대한 특징	68

CONTENTS

- Nghiem Phuc Hieu, Vo Thi Nhu Hao, Le Kim Ngan, Pham Tu Anh, Pham Phuong Linh** - Factors affecting the intention to buy electric motorbikes of students at Ba Ria - Vung Tau University.....1
- Nguyen Thi Anh Hoa** - Real estate valuation according to comparison method in Vietnam11
- Do Thi Bich Hong** - Solutions to improve the efficiency of retail banking services of commercial banks in Vietnam21
- Ho Thi Yen Ly, Do Thi Bich Hong** - Results of implementation of student credit policy of Vietnam Bank for Social Policies 30
- Nguyen Van Ro** - Legal regulations on financial incentives for investors building social housing in Vietnam, current situation and direction for improvement 39
- Hoang Van Tu, Pham Thi Thuy Linh, Nguyen Van Quang** - Socialist-oriented market economy in Vietnam, new challenges and recommendations (in the period up to 2030, vision to 2045)48
- Luu Hoang** - Control of Asynchronous Motor Using Internal Model and Recurrent Neural Network57
- Nguyen Thi Nga** - Seasonal Culinary Features in Korea through Proverbs.....68



SCIENTIFIC JOURNAL OF
BARIA VUNGTAU UNIVERSITY

*Scientific Journal of
Baria VungTau University*

Head Office: 80 Truong Cong Dinh street,
Ward 3, Vungtau city,
Baria Vungtau province
Tel: 0254.7305456 – 3040
Fax: 0254.353.2233
Email: bvujournal@bvu.edu.vn

THIS JOURNAL IS ISSUED
EVERY FOUR MONTHS

No. 04
05/2024

EDITOR-IN-CHEF

Dr MAI XUAN THIEU

EDITORIAL BOARD

Assoc Prof. Dr NGUYEN THI HOAI PHUONG

Prof. Dr HOANG VAN CHAU

Prof. Dr TRAN NGOC THEM

Assoc Prof. Dr TRUONG VAN CHUNG

Dr. NGUYEN THI DUC LOAN

Dr. LE THI VINH THANH

Dr. PHAM HAI LONG

Press Licence:

No. 436/GP-BTTTT

dated 13/07/2021

ISSN 2734 - 9802

Các yếu tố ảnh hưởng đến ý định mua xe máy điện của sinh viên Trường Đại học Bà Rịa - Vũng Tàu

Factors affecting the intention to buy electric motorbikes of students at Ba Ria - Vung Tau University

Nghiêm Phúc Hiếu*, Võ Thị Như Hảo, Lê Kim Ngân, Phạm Tú Anh,
Phạm Phương Linh

Trường Đại học Bà Rịa-Vũng Tàu

*Email tác giả liên hệ: [hieunp@bvu.edu.vn]

THÔNG TIN	TÓM TẮT
Ngày nhận: 29/10/2023 Ngày nhận lại: 23/11/2023 Duyệt đăng: 7/5/2024 <i>Từ khóa:</i> Sinh viên, ý định, xe máy điện	Mục tiêu nghiên cứu của đề tài là xác định các yếu tố ảnh hưởng đến ý định mua xe máy điện của sinh viên Trường Đại học Bà Rịa - Vũng Tàu. Dựa trên dữ liệu thu thập từ 313 sinh viên hiện đang học tập tại trường có ý định mua hoặc quan tâm tới xe máy điện, kết quả nghiên cứu cho thấy có 6 yếu tố ảnh hưởng tới ý định mua xe máy điện của sinh viên được sắp xếp theo thứ tự ảnh hưởng giảm dần bao gồm: (1) Tính kinh tế, (2) Chuẩn chủ quan, (3) Nhận thức tính hữu ích, (4) Nhận thức về môi trường, (5) Nhận thức tính dễ sử dụng và (6) Nhận thức kiểm soát hành vi. Từ kết quả nghiên cứu, nhóm tác giả đưa ra một số hàm ý quản trị nhằm gia tăng ý định mua xe máy điện của sinh viên Trường Đại học Bà Rịa - Vũng Tàu.
<i>Keywords:</i> Student, intention, electric motorbike	ABSTRACT The research objective of the project is to determine the factors affecting the intention to buy electric motorbikes of students at Ba Ria - Vung Tau University. Based on data collected from 313 students currently studying at the University who intend to buy or are interested in electric motorbikes, the research results show that there are 6 factors that influence students' intention to buy electric motorbikes. Arranged in descending order of influence include: (1) Economics, (2) Subjective norms, (3) Perceived usefulness, (4) Perceived environment, (5) Perceived ease of use and (6) Perceived behavioral control. From the research results, the authors provide some managerial implications to increase the intention to buy electric motorbikes of students at Ba Ria - Vung Tau University.

1. Giới thiệu

Hiện nay tại các thành phố lớn của Việt Nam, các xe máy chạy bằng xăng là các phương tiện giao thông cá nhân chính. Việc sử dụng xe máy bằng xăng này giúp đáp ứng nhu cầu đi lại của người dân, tuy nhiên nó cũng là một trong nguyên nhân chính gây ra ùn tắc giao thông, mất an toàn và đặc biệt là gây ra ô nhiễm môi trường, qua đó làm ảnh hưởng

đến chất lượng cuộc sống của cư dân đô thị (Nguyễn Ngọc Văn và Nguyễn Hữu Đức, 2022). Một số giải pháp được các nước trên thế giới đưa ra là khuyến khích người dân sử dụng các phương tiện công cộng, xe đạp, giảm thiểu số lượng xe máy... Tuy nhiên, các giải pháp này không hoàn toàn phù hợp với Việt Nam khi xe máy được xem là phương tiện không thể thiếu trong xã hội (Phạm Hùng Cường và Nguyễn Thị Quỳnh Hương, 2021).

Theo đó, sự ra đời của xe máy điện đến từ nhu cầu và những mối lo tất yếu. Từ năm 2010, xe máy điện bắt đầu xuất hiện trên thị trường Việt Nam nhưng không tạo nhiều ấn tượng cho người tiêu dùng. Với vấn đề lo ngại trước những tác động từ giá xăng dầu tăng cao và những vấn đề về môi trường, thị trường xe máy điện bắt đầu sôi động trở lại nhận được nhiều sự chú ý của người tiêu dùng cùng với sự gia nhập của các doanh nghiệp lớn như Vinfast, Piaggio... Theo Motorcycle Data, thị trường xe máy điện tại Việt Nam tăng trưởng liên tục trong các năm 2019, 2020, 2021, với số liệu lần lượt là 5,14%, 8,54% và 10%. Theo Bộ Công Thương, doanh số tiêu thụ xe máy điện tại Việt Nam đã tăng khoảng 30% - 35% trong những năm gần đây, đưa Việt Nam trở thành thị trường xe máy điện lớn nhất khu vực Đông Nam Á, đứng thứ hai trên thế giới sau Trung Quốc.

Với những giá trị mang lại của xe điện nói chung và xe máy điện nói riêng, đây được xem là xu thế chung trên toàn cầu. Từ đó thúc đẩy hành vi tiêu dùng của các đối tượng khác nhau. Trong đó đối tượng đặc biệt là thế hệ Z (thế hệ được sinh ra vào khoảng năm 1997 và 2012). Đây là thế hệ những người trẻ, sáng tạo, năng động, luôn nắm bắt rất nhanh các xu hướng mới, cũng vì vậy mà có nhiều sự quan tâm đối với các sản phẩm xe máy điện. Người tiêu dùng thế hệ Z đã trở thành một khách hàng tiềm năng hấp dẫn đối với các nhà bán lẻ trên toàn thế giới do số lượng ngày càng tăng và sự thống trị của họ trên các thị trường toàn cầu (Tunsakul, 2018).

Với xu hướng phát triển của xe điện, có khá nhiều nghiên cứu trong và ngoài nước nghiên cứu về hành vi cũng như ý định hành vi mua xe điện với nhiều góc độ và khía cạnh khác nhau. Ambak (2016) xác định các yếu tố góp phần khiến người lái xe có ý định sử dụng ô tô điện như một giải pháp thay thế xanh hơn cho các phương tiện chạy bằng nhiên liệu tại Malaysia, liên quan tới Nhận thức về tính dễ sử dụng, Nhận thức về tính hữu ích và thái độ. Thananusak và cộng sự (2018) nghiên cứu về các yếu tố ảnh hưởng đến ý định mua xe điện của người dân tại Thái Lan, chú ý tới vấn đề về Hiệu suất của xe, Tài chính và Vấn đề môi trường. Gần đây, Oliveira và cộng sự (2022) nghiên cứu các yếu tố quyết định đến ý định sử dụng ô tô điện ở Brazil, quan tâm tới các vấn đề về Khả năng tương thích, Lợi thế tương đối. Hay như Kotb và Shamma (2022) nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến ý định mua xe điện ở Ai Cập để đẩy nhanh quá trình tỷ lệ thâm nhập của xe điện tại thị trường Ai Cập, nghiên cứu này sử dụng mô hình TPB để nghiên cứu tác động của Thái độ, Chuẩn chủ quan và Nhận thức kiểm soát hành vi đối với ý định mua xe điện. Những nghiên cứu hiện tại tập trung chủ yếu vào ý định mua xe ô tô điện và đa phần tại thị trường nước ngoài.

Tại thị trường Việt Nam, có khá ít nghiên cứu cụ thể nào về những yếu tố ảnh hưởng tới ý định mua xe máy điện. Tiêu biểu có nghiên cứu của Trần Thu Thảo và Trần Khánh Linh (2021) xác định các yếu tố ảnh hưởng đến ý định mua xe máy điện với thương hiệu VinFast của người dân trên địa bàn Thành phố Hồ Chí Minh. Cùng không gian tại đây, Phạm Hùng Cường và Nguyễn Thị Quỳnh Hương (2021) nhấn mạnh các nhân tố tác động đến hành vi tiêu dùng xe máy điện trong xu hướng tiêu dùng xanh của người dân. Trong đó, thái độ, nhận thức về môi trường, nhận thức kiểm soát hành vi là những yếu tố có ảnh hưởng quan trọng. Tuy nhiên, nghiên cứu về đối tượng giới trẻ chưa thực sự được chú ý.

Sinh viên đang theo học tại Trường Đại học Bà Rịa - Vũng Tàu đa phần thuộc thế hệ Z có nhu cầu sử dụng xe gắn máy rất cao, nhà để xe thường xuyên trong tình trạng chật kín xe máy, tuy nhiên đa phần là xe máy xăng, xe máy điện không chiếm tỷ trọng cao nhưng

thực sự có tiềm năng lớn. Chính vì vậy mà nghiên cứu này nhóm tác giả muốn tìm hiểu những yếu tố nào ảnh hưởng đến việc lựa chọn mua xe máy điện của sinh viên thuộc thế hệ Z nói chung và Trường Đại học Bà Rịa - Vũng Tàu nói riêng, mức độ được quan tâm của các yếu tố, những đề xuất quản trị nào sẽ phù hợp cho các nhà quản lý. Từ những lý do trên, nhóm tác giả thực hiện đề tài: “Các yếu tố ảnh hưởng đến ý định mua xe máy điện của sinh viên Trường Đại học Bà Rịa - Vũng Tàu”.

2. Cơ sở lý thuyết và mô hình nghiên cứu

2.1. Cơ sở lý thuyết

2.1.1. Ý định mua

Fishbein và Ajzen (1975) định nghĩa rằng ý định hành vi là ý định thực hiện một hành vi cụ thể nào đó. Như vậy, ý định mua hàng được xem là những suy nghĩ hoặc kế hoạch xuất hiện trước khi mua một sản phẩm, dịch vụ. Tuy nhiên, những ý định này chưa chắc sẽ dẫn đến việc thực hiện hành vi mua sắm bởi vì nó còn phụ thuộc vào khả năng thực hiện hành vi (Warshaw và Davis, 1985). Hay hiểu khái niệm ý định mua một cách khác, những gì người tiêu dùng suy nghĩ và kế hoạch trong đầu của họ trước khi mua một cái gì đó được coi là ý định mua (Blackwell và cộng sự, 2006).

2.1.2. Các lý thuyết liên quan

Thuyết hành động hợp lý (Theory of Reasoned Action - TRA)

Thuyết hành động hợp lý (TRA) là mô hình dự báo về ý định mua của (Fishbein và Ajzen, 1975) bao gồm hai yếu tố chính trong mô hình đó là Thái độ đối với hành vi và Chuẩn chủ quan để tác động đến Ý định hành vi, dẫn đến hành vi cuối cùng. Người tiêu dùng hình thành ý định mua thì họ sẽ tự do hành động nhưng nhiên trong thực tế, hành động sẽ bị ảnh hưởng rất nhiều từ môi trường bên ngoài, thuyết TRA cho phép dự đoán và giải thích xu hướng để thực hiện hành vi bằng thái độ hướng đến hành vi của người tiêu dùng thay vì hướng đến một sản phẩm hay dịch vụ của doanh nghiệp.

Thuyết hành vi dự định (Theory of Planned Behavior - TPB)

Khái niệm này được kế thừa và phát triển từ thuyết hành động hợp lý (TRA). Mô hình TPB được tạo ra để khắc phục sự hạn chế của lý thuyết trước về việc cho rằng hành vi của con người bị kiểm soát bởi lý trí và còn được xem là mô hình tối ưu hơn so với mô hình TRA. Nhận thức kiểm soát hành vi thể hiện qua việc dễ dàng hoặc khó khăn khi thực hiện một hành vi cụ thể hoặc việc thực hiện hành vi đó có bị hạn chế gì hay không (Ajzen, 1991).

Thuyết chấp nhận công nghệ (Technology Acceptance Model - TAM)

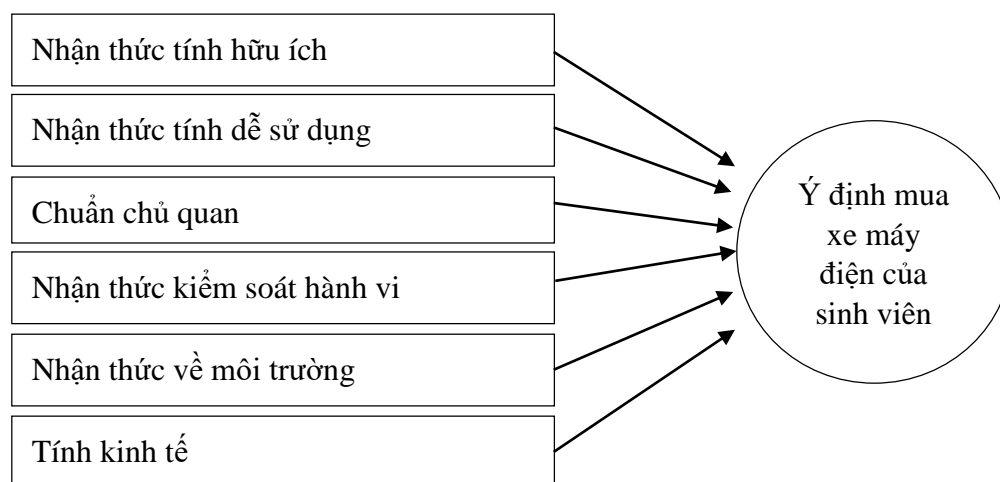
Thuyết chấp nhận công nghệ (TAM) xuất phát từ thuyết hành động hợp lý (Davis, 1989), liên quan đến vấn đề dự đoán các khả năng chấp nhận một công nghệ mới. Mô hình chấp nhận công nghệ được xác định bởi hai yếu tố đó là Nhận thức tính hữu ích và Nhận thức tính dễ sử dụng. Trong nghiên cứu của (Taylor và Todd, 1995) bổ sung Chuẩn chủ quan và Nhận thức kiểm soát hành vi vào mô hình khi kết hợp giữa TAM và TPB. Xe máy điện là sản phẩm của phát triển công nghệ mới phù hợp với thời đại, do đó sử dụng mô hình chấp nhận công nghệ TAM vào việc giải thích ý định mua xe máy điện mang tính hợp lý.

2.2. Mô hình nghiên cứu

Phần lớn các nghiên cứu trước đây về hành vi và ý định hành vi mua xe điện đều dựa trên nền tảng Thuyết hành động hợp lý (TRA) và Thuyết hành vi dự định (TPB) khi đề xuất mô hình nghiên cứu. Tuy nhiên các mô hình nghiên cứu này chưa giải thích được đầy đủ tác động của các yếu tố khác khi người tiêu dùng đưa ra quyết định mua sản phẩm liên quan tới công nghệ, đặc biệt là giới trẻ. Do đó, để lấp khoảng trống nghiên cứu này, nghiên cứu kết

hợp thuyết TPB lẫn TAM vào thành một mô hình thống nhất và có bổ sung thêm một số yếu tố mới nhằm nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến ý định mua xe máy điện của sinh viên Trường Đại học Bà Rịa - Vũng Tàu.

Mô hình nghiên cứu ảnh hưởng của các yếu tố ảnh hưởng đến ý định mua xe máy điện của sinh viên Trường Đại học Bà Rịa - Vũng Tàu được đề xuất với 6 yếu tố bao gồm: (1) Nhận thức tính hữu ích, (2) Nhận thức tính dễ sử dụng, (3) Chuẩn chủ quan, (4) Nhận thức kiểm soát hành vi, (5) Nhận thức về môi trường và (6) Tính kinh tế. Trong đó, Nhận thức tính hữu ích, Nhận thức tính dễ sử dụng, Chuẩn chủ quan và Nhận thức kiểm soát hành vi là những yếu tố trong Thuyết TPB và TAM; còn Nhận thức về môi trường và Tính kinh tế là 2 yếu tố được bổ sung thêm để mô hình mang tính khái quát hơn. Theo đó, Nhận thức về môi trường liên quan đến các nhận thức về ô nhiễm môi trường, kiến thức về môi trường và tiết kiệm năng lượng trên hành vi của người dùng (Yi-Chang và Gwo-Hshiang, 1999). Tính kinh tế có liên quan tới nhận thức về mức độ giá cả phù hợp khi cân nhắc ý định mua xe máy điện, các chi phí bao gồm chi phí sở hữu xe và chi phí vận hành phương tiện (Han và cộng sự, 2017).



Hình 1. Mô hình nghiên cứu đề xuất

Các giả thuyết nghiên cứu được đề xuất như sau:

Giả thuyết H₁: Nhận thức tính hữu ích có ảnh hưởng cùng chiều đến ý định mua xe máy điện của sinh viên Trường Đại học Bà Rịa - Vũng Tàu.

Giả thuyết H₂: Nhận thức tính dễ sử dụng có ảnh hưởng cùng chiều đến ý định mua xe máy điện của sinh viên Trường Đại học Bà Rịa - Vũng Tàu.

Giả thuyết H₃: Chuẩn chủ quan có ảnh hưởng cùng chiều đến ý định mua xe máy điện của sinh viên Trường Đại học Bà Rịa - Vũng Tàu.

Giả thuyết H₄: Nhận thức kiểm soát hành vi có ảnh hưởng cùng chiều đến ý định mua xe máy điện của sinh viên Trường Đại học Bà Rịa - Vũng Tàu.

Giả thuyết H₅: Nhận thức về môi trường có ảnh hưởng cùng chiều đến ý định mua xe máy điện của sinh viên Trường Đại học Bà Rịa - Vũng Tàu.

Giả thuyết H₆: Tính kinh tế có ảnh hưởng cùng chiều đến ý định mua xe máy điện của sinh viên Trường Đại học Bà Rịa - Vũng Tàu.

3. Phương pháp nghiên cứu

Nhóm tác giả vận dụng phối hợp 2 phương pháp nghiên cứu là phương pháp nghiên cứu định tính và nghiên cứu định lượng.

- Nghiên cứu định tính được thực hiện bằng các phương pháp tổng hợp, phân tích, so sánh, phương pháp thảo luận nhóm với 9 người có kinh nghiệm nhiều năm làm việc, giảng dạy trong lĩnh vực sản xuất và kinh doanh cùng một số khách hàng mua xe máy điện. Dựa vào kết quả, tác giả thực hiện đánh giá và điều chỉnh mô hình nghiên cứu cũng như điều chỉnh thang đo và bảng khảo sát.

- Các thang đo chính thức gồm 7 thang đo với tổng cộng 25 biến quan sát, cụ thể như sau:

+ Thang đo “Nhận thức tính hữu ích” (kí hiệu: HI) sau điều chỉnh được đo lường bằng 4 biến quan sát (kí hiệu HI1, HI2, HI3, HI4).

+ Thang đo “Nhận thức tính dễ sử dụng” (kí hiệu: SD) sau điều chỉnh được đo lường bằng 3 biến quan sát (kí hiệu SD1, SD2, SD3).

+ Thang đo “Chuẩn chủ quan” (kí hiệu: CQ) sau điều chỉnh được đo lường bằng 4 biến quan sát (kí hiệu CQ1, CQ2, CQ3, CQ4).

+ Thang đo “Nhận thức kiểm soát hành vi” (kí hiệu: KS) sau điều chỉnh được đo lường bằng 3 biến quan sát (kí hiệu KS1, KS2, KS3).

+ Thang đo “Nhận thức về môi trường” (kí hiệu: MT) sau điều chỉnh được đo lường bằng 4 biến quan sát (kí hiệu MT1, MT2, MT3, MT4).

+ Thang đo “Tính kinh tế” (kí hiệu: KT) sau điều chỉnh được đo lường bằng 3 biến quan sát (kí hiệu KT1, KT2, KT3).

+ Thang đo “Ý định mua xe máy điện” (kí hiệu: YD) sau điều chỉnh được đo lường bằng 4 biến quan sát (kí hiệu YD1, YD2, YD3, YD4).

- Nghiên cứu định lượng thực hiện điều tra bằng phiếu khảo sát các sinh viên hiện đang học tập tại Trường Đại học Bà Rịa - Vũng Tàu, những người có sự quan tâm, có ý định mua và sử dụng xe máy điện. Nghiên cứu định lượng sử dụng phần mềm xử lý dữ liệu thống kê SPSS phiên bản 26.0 để phân tích với các bước như sau: Đánh giá độ tin cậy thang đo, Phân tích nhân tố khám phá (EFA - Exploratory Factor Analysis), Phân tích tương quan và Phân tích hồi quy tuyến tính.

4. Kết quả nghiên cứu

4.1. Thống kê mô tả dữ liệu

Sau quá trình điều tra dựa trên 328 phiếu khảo sát phát ra, nghiên cứu thu thập được 313 phiếu khảo sát đủ điều kiện để phục vụ cho nghiên cứu, tương ứng với mẫu nghiên cứu gồm 313 quan sát. Kết quả thống kê mô tả dữ liệu thể hiện trong Bảng 1.

Bảng 1

Thống kê mẫu nghiên cứu

Đặc điểm	Nội dung	Tần số (người)	Tần suất (%)
Giới tính	Nam	114	36,4
	Nữ	199	63,6

Khoa	Kinh tế - Luật	63	20,1
	Du lịch - Sức khỏe	62	19,8
	Kỹ thuật - Công nghệ	63	20,1
	Ngoại ngữ - Khoa học xã hội	64	20,4
	Kinh tế biển - Logistics	61	19,5
Khóa học	Khóa 2020	79	25,2
	Khóa 2021	76	24,3
	Khóa 2022	80	25,6
	Khóa 2023	78	24,9
Điều kiện kinh tế	Khó khăn	11	3,5
	Bình thường	189	60,4
	Khá giả	113	36,1

Nguồn: Tổng hợp từ kết quả xử lý dữ liệu khảo sát

Kết quả thống kê ở Bảng 1 cho thấy các sinh viên Trường Đại học Bà Rịa - Vũng Tàu được khảo sát liên quan tới ý định mua xe máy điện nhìn chung có tỷ lệ giới tính nữ cao hơn so với giới tính nam (chỉ 2 khoa có tỷ lệ sinh viên nam cao hơn là Khoa Kinh tế biển - Logistics và Khoa Kỹ thuật - Công nghệ), tỷ lệ sinh viên học ở 5 khoa của trường gần đều nhau, tỷ lệ các khóa tuyển sinh theo năm cũng khá cân bằng, ngoài ra điều kiện kinh tế gia đình chủ yếu có hoàn cảnh bình thường, rất ít sinh viên có hoàn cảnh khó khăn.

4.2. Kết quả kiểm định, hồi quy

- Đánh giá độ tin cậy thang đo

Kết quả đánh giá độ tin cậy của các thang đo thông qua hệ số Cronbach's Alpha khẳng định các thang đo đều đạt yêu cầu về độ tin cậy. Các thang đo đều có hệ số Cronbach's Alpha từ 0,6 trở lên, các biến quan sát đều có hệ số tương quan biến - tổng lớn hơn 0,3. Vì vậy, các thang đo đều thỏa mãn yêu cầu và các biến quan sát được tiếp tục sử dụng cho phân tích nhân tố khám phá.

- Phân tích EFA

Kiểm định Bartlett trong phân tích EFA các yếu tố ảnh hưởng chỉ ra mức ý nghĩa Sig. = 0,000 < 0,05; hệ số KMO có giá trị 0,8 (nằm trong khoảng 0,5 và 1). Điều này khẳng định các biến quan sát trong tổng thể nghiên cứu có sự tương quan với nhau và phân tích EFA là phù hợp.

Tại các mức giá trị Eigenvalues lớn hơn 1 với phương pháp rút trích Principal Components và phép quay Varimax, phân tích nhân tố đã trích được 06 nhóm yếu tố từ 21 biến quan sát và với tổng phương sai trích là 62,943% (lớn hơn 50%) đạt yêu cầu. Hệ số tải nhân tố của các biến quan sát đều lớn hơn 0,5 cho thấy các biến quan sát có ý nghĩa thực tiễn.

Như vậy, kết quả phân tích EFA cho thấy nội dung các yếu tố và biến quan sát được giữ nguyên, không thay đổi nội dung nào.

- Phân tích tương quan

Hệ số tương quan Pearson giữa các biến độc lập HI (Nhận thức tính hữu ích), SD (Nhận thức tính dễ sử dụng), CQ (Chuẩn chủ quan), KS (Nhận thức kiểm soát hành vi), MT

+ Biến MT có β chuẩn hóa bằng 0,178 lớn hơn 0 và giá trị Sig. bằng 0,000 nhỏ hơn 0,05 nghĩa là yếu tố “Nhận thức về môi trường” có ảnh hưởng cùng chiều tới ý định mua xe máy điện ở mức ý nghĩa 5%. Đây là yếu tố có ảnh hưởng lớn thứ 4.

+ Biến KT có β chuẩn hóa bằng 0,347 lớn hơn 0 và giá trị Sig. bằng 0,000 nhỏ hơn 0,05 nghĩa là yếu tố “Tính kinh tế” có ảnh hưởng cùng chiều tới ý định mua xe máy điện ở mức ý nghĩa 5%. Đây là yếu tố có ảnh hưởng lớn nhất.

Như vậy, kết quả kiểm định các giả thuyết kết luận 6/6 giả thuyết nghiên cứu được chấp nhận với mức ý nghĩa 5%. Bên cạnh đó, các kết quả kiểm định Levene và F cho thấy dù thuộc giới tính nào, học ở khoa nào, thuộc khóa học nào, điều kiện kinh tế gia đình cao hay thấp thì sinh viên Trường Đại học Bà Rịa - Vũng Tàu đều có đánh giá về ý định mua xe máy điện là như nhau và không có sự khác biệt.

Kết quả nghiên cứu trên có thể nói là phù hợp với thực tế với bối cảnh sự bùng nổ công nghệ và nền kinh tế đang hướng tới phát triển bền vững khi các yếu tố liên quan tới công nghệ và môi trường được nhóm tác giả đề xuất đều đóng góp đáng kể tới ý định mua xe máy điện (liên quan hai yếu tố “Nhận thức tính hữu ích” và “Nhận thức về môi trường”). Ngoài ra còn kể đến đối tượng được điều tra là sinh viên thuộc đối tượng trẻ tuổi (Gen Z). Theo đó, hai yếu tố có ảnh hưởng đáng kể nhất là “Tính kinh tế” và “Chuẩn chủ quan” thể hiện lứa tuổi sinh viên vẫn còn ngồi ghế nhà trường nên vẫn còn hạn chế về thu nhập, thời gian, khi cân nhắc ý định mua họ sẽ chịu ảnh hưởng của những người liên quan như gia đình, bạn bè,... Do vậy, các nhà sản xuất, kinh doanh xe máy điện lưu ý cần có những tác động không nhỏ tới người thân của sinh viên thông qua các chương trình, chính sách hỗ trợ chi phí mua và vận hành cho đối tượng này.

5. Kết luận và hàm ý quản trị

Với mẫu nghiên cứu gồm 313 quan sát, kết quả của nghiên cứu cho thấy có 6 yếu tố thực sự có ảnh hưởng đến ý định mua xe máy điện của sinh viên Trường Đại học Bà Rịa - Vũng Tàu được sắp xếp theo mức độ ảnh hưởng giảm dần như sau: Ảnh hưởng lớn nhất là yếu tố “Tính kinh tế”, đứng thứ hai là yếu tố “Chuẩn chủ quan”, thứ ba là yếu tố “Nhận thức tính hữu ích”, thứ tư là yếu tố “Nhận thức về môi trường”, thứ năm là yếu tố “Nhận thức tính dễ sử dụng”, và cuối cùng là yếu tố “Nhận thức kiểm soát hành vi”. Kết quả nghiên cứu là cơ sở quan trọng để đề tài đề xuất một số hàm ý quản trị nhằm giúp nâng cao ý định của sinh viên nói riêng và giới trẻ nói chung khi mua xe máy điện theo xu hướng tiêu dùng xanh toàn cầu. Một số hàm ý quan trọng cho nhà sản xuất, kinh doanh xe máy điện bao gồm: Hỗ trợ giá bán và các thiết bị, phụ kiện xe máy điện; Tập trung các chương trình truyền thông có sự góp mặt của những người nổi tiếng đại diện giới trẻ; Tặng quà cho những khách hàng cũ giới thiệu bạn bè, người thân đến trải nghiệm, mua xe máy điện; Thiết kế thêm mẫu mã, kiểu dáng hiện đại thể hiện cá tính cho giới trẻ; Cải thiện hiệu suất sử dụng xe; Tổ chức các chương trình về hành vi tiêu dùng xanh, thu gom, tái chế pin bảo vệ môi trường; Nâng cao quy trình bảo dưỡng, sửa chữa; Xây dựng hệ thống nhận diện thương hiệu và nâng cao độ phủ thương hiệu.

Tài liệu tham khảo

Tài liệu trong nước

Nguyễn Ngọc Văn & Nguyễn Hữu Đức (2022). Trạm sạc xe điện hai bánh sử dụng điện mặt trời: Giải pháp hướng tới thành phố xanh. *TNU Journal of Science and Technology*, 227(03), 25-32.

Warshaw, P. R., & Davis, F. D. (1985). Disentangling behavioral intention and behavioral expectation. *Journal of Experimental Social Psychology*, 21(3), 213–228.

Weigl, J. D., Henz, M., Inayati & Saidi, H. (2016). *Converted Battery-Powered Electric Motorcycle and Hydrogen Fuel Cell-Powered Electric Motorcycle in South East Asia: Development and Performance Test*. Proceedings of the Joint International Conference on Electric Vehicular Technology and Industrial, Mechanical, Electrical and Chemical Engineering (ICEVT & IMECE), Surakarta, Indonesia, IEEE Xplore.

Yi-Chang, C. & Gwo-Hshiung, T. (1999). The market acceptance of electric motorcycles in Taiwan experience through a stated preference analysis. *Transportation Research*, 4, 127-146.