

## Áp dụng mở rộng lý thuyết hành vi có kế hoạch để dự đoán ý định mua căn hộ chung cư của người tiêu dùng

### Expanding the theory of planned behavior to predict consumers' condominium purchase intention

Phạm Đình Hân<sup>1\*</sup>, Lê Thị Diệu Huyền<sup>2</sup>, Vũ Quốc Quý<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Trường Đại học Tây Đô, Cần Thơ, Việt Nam

<sup>2</sup>Trường Đại học Tài chính - Kế toán, Quảng Ngãi, Việt Nam

<sup>3</sup>Trường Đại học Tài nguyên và Môi trường Thành phố Hồ Chí Minh, Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam

\*Tác giả liên hệ, Email: hanphamding78@gmail.com

#### THÔNG TIN

#### TÓM TẮT

DOI:10.46223/HCMCOUJS.  
econ.vi.19.8.2986.2024

Ngày nhận: 28/09/2023

Ngày nhận lại: 25/11/2023

Duyệt đăng: 06/12/2023

Mã phân loại JEL:

G12; G14

*Từ khóa:*

căn hộ chung cư; nhận thức rủi ro; thái độ; ý định mua

*Keywords:*

condominium; perceived risk; attitude toward behavior; purchase intention

Các nhà quản lý doanh nghiệp bất động sản hiểu rõ các nhân tố ảnh hưởng đến ý định mua căn hộ chung cư của người tiêu dùng như thế nào là rất quan trọng. Mục tiêu của nghiên cứu này là phát triển một mô hình để dự đoán ý định mua căn hộ chung cư tại Thành phố Hồ Chí Minh. Lý thuyết nền của nghiên cứu là lý thuyết hành vi có kế hoạch và xem xét các tài liệu hiện có để bổ sung các nhân tố khác phù hợp với bối cảnh nghiên cứu. Phương pháp chọn mẫu phi xác suất đã được sử dụng để thu thập 341 bảng trả lời bằng bảng câu hỏi cấu trúc. Kiểm định giả thuyết và mô hình nghiên cứu bằng cách áp dụng mô hình cấu trúc tuyến tính dựa trên hiệp phương sai. Kết quả nghiên cứu cho thấy các biến trong mô hình lý thuyết hành vi có kế hoạch và các cấu trúc bổ sung: nhận thức rủi ro, nhận thức chất lượng và yếu tố tài chính đều được chấp nhận. Nghiên cứu đóng góp một mô hình dự đoán ý định mua căn hộ chung cư bằng cách mở rộng Lý thuyết hành vi có kế hoạch phù hợp với bối cảnh của Việt Nam và các quốc gia đang phát triển.

#### ABSTRACT

Understanding the factors influencing consumers' condominium purchase intentions is crucial for real estate enterprises. This study aims to develop a model for predicting the behavioral intentions to buy condominiums in Ho Chi Minh City. The theory of planned behavior was used as the background theoretical framework. Reviewing the relevant literature identified other factors pertinent to the research context. A convenience sampling technique collected 341 respondents from the questionnaire survey. The covariance-based linear structural model was applied to test the hypothesis and structural model. In addition to the structures mentioned by the theory of planned behavior, the findings reveal three additional aspects: perceived quality, financial factors, and perceived risk. The paper contributes an extended theory of planned behavior model suitable for studying the behavioral intention to buy apartments in Vietnam and other developing countries.

## 1. Giới thiệu

Người Việt Nam có quan niệm “an cư mới lạc nghiệp”, tiền đề của cuộc sống hạnh phúc và phát triển sự nghiệp là ổn định nơi ở. Đa số người Việt Nam tại các đô thị chưa có nhà riêng đều cố gắng làm việc, tiết kiệm và vay mượn để sở hữu căn nhà của mình. Tiền đề để dự đoán hành vi mua hàng của khách hàng là dự đoán ý định mua của họ (Howard & Sheth, 1969), nên hoạt động marketing Bất Động Sản (BDS) của các doanh nghiệp tại các đô thị hiện đại của Việt Nam cần thiết phải hiểu rõ các nhân tố ảnh hưởng đến ý định mua bất động sản nhà ở, trong đó có ý định mua Căn Hộ Chung Cư (CHCC). CHCC là một hàng hóa lâu bền, có giá trị cao và có những tính chất đặc thù riêng nên ý định mua CHCC của Người Tiêu Dùng (NTD) rất phức tạp. Hơn nữa, việc thu thập thông tin để hiểu biết sâu rộng về CHCC trước khi mua là quan trọng đối với NTD. Vì vậy, chỉ áp dụng một lý thuyết hoặc một mô hình duy nhất thì khó có thể giải thích ý định mua CHCC của NTD (YDM) một cách đầy đủ.

Đã có nhiều nghiên cứu trước đây áp dụng Lý thuyết hành vi có kế hoạch (TPB) của Ajzen (1991) để nghiên cứu ý định mua BDS nhà ở của NTD, chẳng hạn như tại Việt Nam có nghiên cứu của Han, Hai, và Hai (2022); Le, Ho, Luu, và Le (2020); Dao, Nguyen, Do, và Nguyen (2021); tại Trung Quốc có nghiên cứu của Zhang, Chen, Wu, Zhang, và Song (2018); tại Bangladesh có nghiên cứu của Kamal và Pramanik (2015); Islam, Saidin, Ayub, và Islam (2022); tại Ả Rập Saudi có nghiên cứu của AL-Nahdi (2015), nghiên cứu của Judge, Warren-Myers, và Paladino (2019) tại Australian. Theo đó, một số nhân tố quan trọng khác ngoài TPB đã không được xem xét, nghiên cứu ý định mua CHCC dựa trên ảnh hưởng của các biến trung gian từ góc độ niềm tin cá nhân là chưa đầy đủ, các nhân tố tác động đến ý định mua CHCC có sự ảnh hưởng của nhận thức về rủi ro và nhận thức kiểm soát hành vi dựa trên nền tảng của TPB là chưa được làm rõ. Theo các nghiên cứu của Conner và Armitage (1998); Eagly và Chaiken (1993); Yazdanpanah và Forouzani (2015), TPB đã bỏ qua các nhân tố quan trọng ảnh hưởng đến ý định hành vi nên cần thiết bổ sung một số cấu trúc liên quan đến bối cảnh nghiên cứu và yếu tố kinh tế để có thể nâng cao khả năng đo lường ý định mua một hàng hóa cụ thể. Như vậy, không thể chỉ sử dụng TPB để nghiên cứu ý định CHCC, cần thiết phải mở rộng TPB để bao gồm các cấu trúc đo lường phù hợp với bối cảnh cụ thể.

Hiểu rõ hành vi của NTD tiềm năng khi mua CHCC đối với các nhà quản lý doanh nghiệp BDS là quan trọng. NTD phải thu thập nhiều thông tin để đưa ra quyết định mua một CHCC hay không vì đây là một quyết định kinh tế rất quan trọng đối với họ (Haddad, Judeh, & Haddad, 2011; Koklič, 2011). Nghiên cứu đã sử dụng TPB như một khung lý thuyết nền tảng, các cấu trúc bổ sung dựa trên xem xét những tài liệu có liên quan. Phân tích mô hình cấu trúc tuyến tính dựa trên hiệp phương sai (CB-SEM) để xác định mối quan hệ của các nhân tố liên quan. Cuối cùng, một số hàm ý quản trị được đề xuất dựa trên những phát hiện này. Nghiên cứu đóng góp vào tài liệu học thuật một mô hình dự đoán ý định mua BDS nhà ở của NTD dựa trên mở rộng TPB, mô hình này có thể áp dụng tại Việt Nam và các nước đang phát triển.

## 2. Cơ sở lý thuyết và phát triển giả thuyết

### 2.1. Cơ sở lý thuyết

Ý định mua hàng là khả năng mua một sản phẩm cụ thể của NTD (Dodds, Monroe, & Grewal, 1991). Khách hàng tiềm năng lên kế hoạch để mua một sản phẩm hoặc dịch vụ cụ thể được xem là ý định mua hàng (Wu & Teng, 2011). Khi khách hàng quyết tâm đạt được mục tiêu của mình, họ sẽ tập trung nguồn lực để làm điều đó, họ không thể thực hiện bất kỳ hành động nào trừ khi có động cơ để thực hiện điều đó (Mamun, Mohiuddin, Ahmad, Thurasamy, & Fazal, 2018). Theo Ajzen (1991), ý định hành vi là mức độ nỗ lực của một cá nhân để thực hiện hành vi đó, nó bị ảnh hưởng trực tiếp bởi ba yếu tố tâm lý xã hội: thái độ, chuẩn chủ quan và nhận thức

kiểm soát hành vi. Dự đoán ý định hành vi là tiền đề để dự đoán hành vi thực tế của khách hàng (Howard & Sheth, 1969). Trong nghiên cứu này, ý định mua CHCC của NTD (YDM) có thể hiểu là NTD tiềm năng sẵn sàng mua CHCC trong tương lai gần. Trong đó, CHCC có mục đích để ở, nằm trong nhà chung cư và được mua bán theo cơ chế thị trường (Quốc hội, 2014).

TPB đã được đề xuất để cải thiện hạn chế của Lý thuyết hành động hợp lý đối với giả định rằng hành vi của con người hoàn toàn là do sự kiểm soát của nhận thức (Ajzen, 1991). Trong TPB, ý định thực hiện hành vi chịu ảnh hưởng của ba yếu tố: Thái độ đối với hành vi, yêu cầu cá nhân phải nghĩ đến kết quả của việc thực hiện hành vi, chẳng hạn như đánh giá thuận lợi hoặc hạn chế về hành vi được quan tâm. Chuẩn chủ quan, niềm tin của một cá nhân rằng những người quan trọng đối với họ có ủng hộ họ thực hiện hành vi đó hay không. Nhận thức kiểm soát hành vi, là một yếu tố ảnh hưởng đến năng lực bản thân hoặc khả năng thực hiện hành vi. Trong lĩnh vực BĐS nhà ở, các nghiên cứu trước đây khẳng định áp dụng TPB để đo lường ý định hành vi là phù hợp (Al-Nahdi, 2015; Judge & ctg., 2019; Le & ctg., 2020; Zhang & ctg., 2018). Tuy nhiên, nghiên cứu của Hale, Householder, và Greene (2003); Sniehotta, Pousseau, và Araújo-Soares (2014); Yazdanpanah và Forouzani (2015) nhận định rằng các yếu tố về bối cảnh nghiên cứu, yếu tố kinh tế và các động cơ vô thức ảnh hưởng đến ý định thực hiện hành vi chưa được xem xét trong TPB, nguyên nhân là do TPB dựa trên giả định rằng quyết định của một cá nhân dựa trên thông tin sẵn có nên hợp lý và có hệ thống. Vì vậy, mở rộng TPB bằng cách bổ sung các yếu tố về bối cảnh nghiên cứu, yếu tố kinh tế để đo lường YDM là phù hợp.

Ngoài ra, trên cơ sở khoa học tâm lý và kinh tế, lý thuyết kinh tế học hành vi đã nghiên cứu ý định hành vi của cá nhân có liên quan đến yếu tố tài chính, xu hướng tiết kiệm và sợ rủi ro (Thaler, 1980; Reed, Niileksela, & Kaplan, 2013). Nghiên cứu này đã bổ sung ba nhân tố liên quan đến lợi ích kinh tế và rủi ro để nghiên cứu YDM: yếu tố tài chính, nhận thức chất lượng và nhận thức rủi ro. Hơn nữa, Lý thuyết hành vi người mua (Howard & Sheth, 1969) cho thấy đối với các giao dịch mua hàng hóa có giá trị cao thì khách hàng cần nghiên cứu kỹ các yếu tố có liên quan đến sản phẩm, không bỏ qua các bước trung gian, thái độ mua là tiền đề của ý định mua và bị ảnh hưởng bởi các yếu tố là tác nhân kích thích. CHCC cũng được xem là hàng hóa có giá trị cao do NTD phải tốn rất nhiều tiền để mua nó. Vì vậy, nghiên cứu này bổ sung vai trò trung gian của thái độ với hành vi mua và nhận thức kiểm soát hành vi. Như vậy, các biến của TPB và ba biến khác được xác định là quan trọng trong mô hình nghiên cứu và sẽ được thảo luận trong các phần sau.

## **2.2. Giả thuyết nghiên cứu**

### **2.2.1. Tác động của Thái độ với hành vi mua, Chuẩn chủ quan, Nhận thức kiểm soát hành vi đến YDM**

Đã có nhiều nghiên cứu cho rằng Thái Độ với hành vi mua (TD), Chuẩn Chủ Quan (CQ), Nhận thức Kiểm Soát hành vi (KS) có ảnh hưởng thuận chiều đến ý định mua BĐS nhà ở (Han & ctg., 2022; Islam & ctg., 2022; Jain, 2020; Judge & ctg., 2019; Numraktrakul, Ngarmyarn, & Panichpathom, 2012; Sangkakoon, Ngarmyarn, & Panichpathom, 2014; Yoke, Mun, Peng, & Yean, 2018). Nghiên cứu của Han và cộng sự (2022) cho thấy TD ảnh hưởng thuận chiều mạnh mẽ nhất đến YDM, tiếp theo là KS và CQ. Nghiên cứu của Judge và cộng sự (2019) cho rằng CQ có tác động mạnh mẽ nhất đến YDM, tiếp theo là KS và TD. Tuy nhiên, các nghiên cứu của Al-Nahdi và cộng sự (2015); Wibawa và Hartoyo (2017); Zhang và cộng sự (2018) phát hiện ra rằng KS không có ảnh hưởng đến YDM. Dựa trên TPB và kết quả nghiên cứu trước có liên quan, các giả thuyết sau đây được đề xuất:

#### **H.1: Thái độ đối với hành vi mua có tác động thuận chiều đến YDM**

*H.2: Chuẩn chủ quan có tác động thuận chiều đến YDM*

*H.3: Nhận thức kiểm soát hành vi có tác động thuận đến YDM*

*2.2.2. Mối quan hệ giữa Nhận thức chất lượng, Yếu tố tài chính, Nhận thức rủi ro với YDM*

Nhận thức Chất Lượng (CL), NTD quan tâm chất lượng xây dựng và thiết kế vì nó sẽ mang lại độ bền và tiện nghi cho CHCC (Opoku & Abdul-Muhmin, 2010). Theo Haddad và cộng sự (2011); Nasar và Manoj (2015), CL là yếu tố chính ảnh hưởng đến quyết định mua CHCC của NTD. CL ảnh hưởng mạnh mẽ đến quyết định mua nhà ở của khách hàng (Khoo, Goh, & Ting, 2019; Maoludyo & Aprianingsih, 2015; Rachmawati, Shukri, Azam, & Khatibi, 2019). Những yếu tố quan trọng của chất lượng CHCC cần xem xét trước khi mua bao gồm: chất lượng xây dựng, thiết kế, bãi đậu xe, môi trường sống, hệ thống cấp thoát nước, tiện ích chung (Islam & ctg., 2022; Han & ctg., 2022; Kumar & Khandelwal, 2018). TD chịu tác động mạnh mẽ bởi chất lượng CHCC (Kamal & Pramanik, 2015). Do vậy, các giả thuyết sau đây được đề xuất:

*H.4a: Nhận thức chất lượng có tác động thuận chiều đến TD*

*H.4b: Nhận thức chất lượng có tác động thuận chiều đến YDM*

Yếu tố Tài Chính (TC), bao gồm sự kết hợp giữa giá nhà, giá trị tài sản thế chấp, lãi suất và thời hạn thanh toán. Khi mua BĐS nhà ở, TC là yếu tố then chốt đối với NTD (Dao & ctg., 2021; Le & ctg., 2020; Maoludyo & Aprianingsih, 2015; Opoku & Abdul-Muhmin, 2010). TC ảnh hưởng đáng kể đến sự hài lòng của khách hàng mua nhà ở (Zadkarim & Emari, 2011). Để mua được một CHCC, NTD cần một số tiền khá lớn, nhiều hơn cả số tiền họ tiết kiệm được nên họ có thể cần hỗ trợ tín dụng từ các ngân hàng và người thân, điều này có thể ảnh hưởng đến TD và KS của họ đối với việc mua CHCC. Do vậy, các giả thuyết sau đây được đề xuất:

*H.5a: Yếu tố tài chính có tác động thuận chiều đến TD*

*H.5b: Yếu tố tài chính có tác động thuận chiều đến KS*

*H.5c: Yếu tố tài chính có tác động thuận chiều đến YDM*

Theo nghiên cứu của Bauer (2001); Mitchell (1999); Cunningham, Gerlach, và Harper (2005), mua hàng hóa có giá trị cao có thể mang lại một số kết quả không đáng mong đợi liên quan đến kinh tế và xã hội của một cá nhân nên họ phải nghiên cứu kỹ về nó trước khi quyết định mua, điều này được gọi là nhận thức Rủi Ro (RR). Khi NTD nhận thức các rủi ro có khả năng xảy ra, họ sẽ giảm thiểu rủi ro bằng cách tìm kiếm thêm thông tin (Cho & Lee, 2006; Gemünden, 1985; Gibler & Nelson, 2003; Macintosh, 2002; Koklič, 2011). RR ảnh hưởng ngược chiều đến nhận thức giá trị căn hộ xanh (Zhao & Chen, 2021). Khi NTD tin rằng mua nhà ở có nhiều khả năng gây ra thiệt hại kinh tế và xã hội đối với họ thì thái độ và ý định mua của họ sẽ thấp hơn (Han & ctg., 2022; Li, Long, & Chen, 2018). KS có mối quan hệ chặt chẽ đến nhận thức của cá nhân về tác động của yếu tố bối cảnh và khuynh hướng đến khả năng đạt được hành vi của người đó (Tan, Ooi, & Goh, 2017). Trong bối cảnh Việt nam, có những yếu tố mà NTD lo sợ khi mua CHCC như pháp lý về đất chưa đầy đủ, vi phạm về giấy phép xây dựng, tiến độ bàn giao và chất lượng không đúng cam kết, hệ thống phòng cháy chữa cháy không đảm bảo, ... Do vậy, các giả thuyết sau đây được đề xuất:

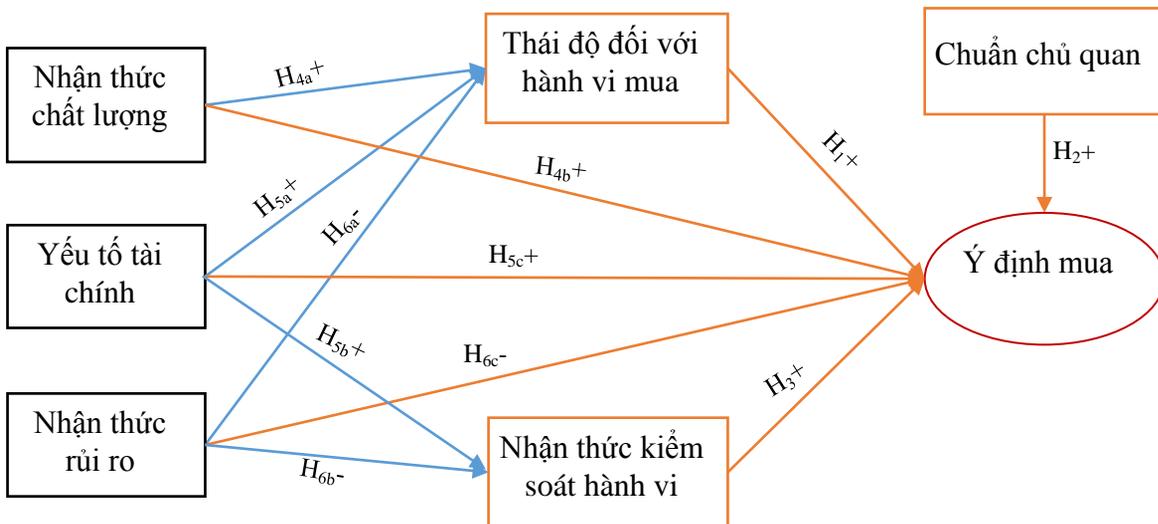
*H.6a: Nhận thức rủi ro có tác động ngược chiều đến TD*

*H.6b: Nhận thức rủi ro có tác động ngược chiều đến KS*

*H.6c: Nhận thức rủi ro có tác động ngược chiều đến YDM*

### 2.3. Mô hình nghiên cứu

Mô hình nghiên cứu được mô tả trong Hình 1. Dựa trên tổng quan tài liệu và mở rộng TPB, có ba biến của TPB ban đầu và ba biến bổ sung: CL, TC và RR. Để hiểu rõ hơn mối quan hệ giữa các biến và xem xét mối tương quan thống kê giữa biến YDM và ba biến bổ sung chi tiết hơn, biến trung gian TD và KS đã được đề xuất. Như vậy, mô hình nghiên cứu bao gồm hai biến trung gian là TD và KS và bốn biến độc lập là CQ, CL, TC và RR ảnh hưởng đến YDM và YDM được giả định là tiền đề của hành vi mua thực tế. Để kiểm định 11 giả thuyết và mô hình nghiên cứu, CB-SEM đã được áp dụng.



**Hình 1.** Mô hình nghiên cứu đề xuất

Nguồn: Tác giả đề xuất (2023)

### 3. Phương pháp nghiên cứu

Dữ liệu sơ cấp của nghiên cứu này được thu thập bằng bảng câu hỏi cấu trúc. Mẫu mục tiêu là những người Việt Nam (đủ 18 tuổi trở lên) đang tìm kiếm một CHCC tại Thành phố Hồ Chí Minh để mua. Thị trường CHCC tại Thành phố Hồ Chí Minh có nhiều người mua tiềm năng nhưng không có nguồn dữ liệu sơ cấp nào xác định số lượng NTD thực sự tìm kiếm CHCC trên thị trường này, dẫn đến kết quả là không tồn tại khung lấy mẫu. Do đó, phương pháp lấy mẫu phi xác suất được sử dụng khi không có khung lấy mẫu. Chúng tôi đã liên hệ với các đơn vị phân phối CHCC trên địa bàn Thành phố Hồ Chí Minh để lập danh sách những người có khả năng mua CHCC để ở. Sau đó, 400 bảng câu hỏi được phân phối thuận tiện cho những người trong danh sách này. Bảng câu hỏi yêu cầu thông tin đối với người được khảo sát là mua CHCC với mục đích để ở (không khảo sát đối với những người mua để đầu tư, cho thuê, mua cho doanh nghiệp, ...), đặc tính cá nhân, CL, TC, RR, TD, CQ, KS và ý định mua. Quá trình thu thập dữ liệu từ tháng 04 năm 2023 đến tháng 08 năm 2023.

Về cỡ mẫu, theo Hair, Black, Babin, và Anderson (2010), nghiên cứu sử dụng SEM thì cỡ mẫu tối thiểu có 300 quan sát khi mô hình có 07 nhóm nhân tố trở xuống. Cỡ mẫu này cũng đáp ứng yêu cầu cỡ mẫu tối thiểu để phân tích nhân tố khám phá (EFA) của nghiên cứu này ( $n \geq 5 * x$ , với  $x = 33$  biến quan sát). Nghiên cứu này thu được 372 bảng trả lời trong số 400 bảng câu hỏi được phát ra, trong đó, có 31 bảng câu hỏi không thu nhận đủ thông tin theo yêu cầu nên đã bị loại trừ. Tổng cộng 341 câu trả lời hoàn chỉnh được sử dụng để phân tích dữ liệu. Về thang đo, nội dung các thang đo được kế thừa từ các nghiên cứu trước, thang đo tất cả các biến quan sát là thang đo Likert 5 khoảng (từ rất không đồng ý đến rất đồng ý).

Nghiên cứu sử dụng SPSS.20 và AMOS.20 để phân tích dữ liệu sơ cấp. Đầu tiên, hệ số Cronbach's Alpha của tất cả thang đo được kiểm tra xem có đạt giá trị nhỏ nhất là 0.6 hay không (Nunnally & Bernstein, 1994). Sau đó, EFA với phương pháp trích xuất là phân tích thành phần chính, phương pháp xoay xiên góc cùng với phép xoay Promax được sử dụng để nghiên cứu cấu trúc biến quan sát và khám phá các cấu trúc tiềm ẩn. Kiểm định Bartlett (Barlett's Sig < 0.05 là chấp nhận) và kiểm tra chỉ số Kaiser-Meyer-Olkin (> 0.8 là chấp nhận) được sử dụng để xem các biến quan sát trong nhân tố có tương quan với nhau hay không. Trước khi sử dụng mô hình cấu trúc tuyến tính dựa trên hiệp phương sai (CB-SEM) để kiểm định mô hình và giả thuyết nghiên cứu đề xuất, phân tích nhân tố khẳng định (CFA) được thực hiện nhằm đánh giá mức độ phù hợp của dữ liệu, chất lượng biến quan sát, đánh giá tính hội tụ, tính phân biệt của biến.

**Bảng 1**

Thang đo

Tên biến	Mã biến	Biến quan sát	Nguồn
Nhận thức Chất Lượng (CL)	CLp1	Bãi đậu xe	Han và cộng sự (2022); Islam và cộng sự (2022); Kumar và Khandelwal (2018); Rachmawati và cộng sự (2019)
	CLp2	Ô nhiễm không khí	
	CLp3	Ô nhiễm âm thanh	
	CLp4	Vị trí ưa thích	
	CLp5	Thông gió	
	CLp6	Thiết kế	
	CLp7	Chất lượng vật liệu	
	CLp8	Lối đi dễ tiếp cận bên ngoài	
Yếu tố Tài Chính (TC)	TCp1	Đủ tiền	Islam và cộng sự (2022); Khoo và cộng sự (2019); Rachmawati và cộng sự (2019)
	TCp2	Tiếp cận khoản vay tài chính	
	TCp3	Mượn tiền của người thân	
	TCp4	Mượn tiền của bạn bè	
Nhận thức Rủi Ro (RR)	RRp1	Mất mát	Macintosh (2002); Koklič (2011)
	RRp2	Không chắc chắn	
	RRp3	Khá rủi ro	
	RRp4	Sợ hãi và lo lắng	
Thái Độ đối với hành vi mua (TD)	TDm1	Có lợi	Han và cộng sự (2022); Islam và cộng sự (2022); Yoke và cộng sự (2018)
	TDm2	Tốt	
	TDm3	Sáng suốt	
	TDm4	Ngưỡng mộ	
Chuẩn Chủ Quan (CQ)	CQm1	Ảnh hưởng của ba/mẹ	Han và cộng sự (2022); Islam và cộng sự (2022); Le
	CQm2	Ảnh hưởng của vợ/chồng	

Tên biến	Mã biến	Biến quan sát	Nguồn
	CQm3	Ảnh hưởng của con	và cộng sự (2020); Yoke và cộng sự (2018)
	CQm4	Ảnh hưởng của bạn bè	
Nhận thức Kiểm Soát hành vi (KS)	KSp1	Cơ hội	Han và cộng sự (2022); Islam và cộng sự (2022); Yoke và cộng sự (2018)
	KSp2	Khả năng	
	KSp3	Kiểm soát	
	KSp4	Kiến thức	
Ý Định Mua (YDM)	YDm1	Cam kết mua	Han và cộng sự (2022); Islam và cộng sự (2022); Le và cộng sự (2020); Yoke và cộng sự (2018)
	YDm2	Có khuyến nghị để mua	
	YDm3	Lòng trung thành để mua	
	YDm4	Có kế hoạch để mua	
	YDm5	Cố gắng để mua	

Nguồn: Tổng hợp của tác giả (2023)

#### 4. Kết quả nghiên cứu và thảo luận

##### 4.1. Kết quả nghiên cứu

###### 4.1.1. Đặc điểm mẫu

Bảng 2 cho thấy các đặc điểm nhân khẩu học của những người tham gia khảo sát. Tỷ lệ Nữ tham gia khảo sát là 58.9%, cao hơn so với Nam. Các nhóm tuổi có sự chênh lệch không lớn. Về học vấn, nhóm có trình độ Đại học và Trung cấp - Cao đẳng chiếm hơn 65% mẫu nghiên cứu. Khoảng 70% người trả lời có nghề nghiệp là nhân viên văn phòng, kinh doanh tự do. Nhóm thu nhập bình quân hộ gia đình từ 21 đến 40 triệu đồng/tháng chiếm hơn 65% mẫu nghiên cứu, mức thu nhập có khả năng chi trả khi mua CHCC. Có thể nói rằng hồ sơ nhân khẩu học và thông tin chung của người trả lời được thu thập là phù hợp với bối cảnh nghiên cứu này.

#### Bảng 2

Mẫu nghiên cứu

Đặc điểm	Số lượng	Tỷ lệ (%)
<b>Giới tính</b>		
Nam	140	41.1
Nữ	201	58.9
<b>Độ tuổi</b>		
18 - 24	73	21.4
25 - 35	82	24.0
36 - 45	96	28.2
Over 45	90	26.4

Đặc điểm	Số lượng	Tỷ lệ (%)
<b>Trình độ học vấn</b>		
Trung học phổ thông trở xuống	71	20.8
Trung cấp, cao đẳng	99	29.0
Đại học	123	36.1
Trên đại học	48	14.1
<b>Nghề nghiệp</b>		
Công nhân	60	17.6
Nhân viên văn phòng	85	24.9
Kinh doanh tự do	151	44.3
Công, viên chức	45	13.2
<b>Thu nhập bình quân hộ gia đình (triệu đồng/tháng)</b>		
Dưới 20	37	10.9
Từ 21 đến 30	73	21.4
Từ 31 đến 40	150	44.0
Từ 41 đến 50	55	16.1
Trên 50	26	7.6

Nguồn: Kết quả phân tích số liệu khảo sát 341 NTD của tác giả (2023)

#### 4.1.2. Kết quả Cronbach's Alpha, EFA và CFA

Bảng 3 cho thấy giá trị Cronbach's Alpha các thang đo đều trong khoảng từ 0.823 đến 0.902 nên có độ tin cậy cao (Hair & ctg., 2010). Kết quả EFA, hệ số KMO là 0.923 (cao hơn nhiều so với 0.50) và giá trị Barlett's Sig. < 0.05 là rất tốt (Kaiser, 1974). Hệ số tải nhân tố của bảy nhóm nhân tố đều có giá trị lớn hơn 0.50 là chấp nhận. Bảy nhân tố được rút ra chiếm 60.89% (> 50%) của độ biến thiên (Field, 2005). Như vậy, dữ liệu thu thập được sử dụng để phân tích CFA. Kết quả CFA, giá trị CR (độ tin cậy tổng hợp) của mỗi biến tiềm ẩn từ 0.825 đến 0.902 (> 0.6) nên có tính nhất quán nội bộ mạnh mẽ, giá trị AVE (phương sai trung bình được trích xuất) lớn hơn 0.50 (từ 0.508 đến 0.698) là chấp nhận (Mikulincer & Shaver, 2010). Như vậy, chất lượng thang đo của các biến tiềm ẩn YDM, TD, CQ, KS, CL, TC, RR đạt yêu cầu và có độ tin cậy cao.

### Bảng 3

Kết quả kiểm định chất lượng thang đo

Thang đo	Mã hóa	CR	AVE	Cronbach's Alpha	Hệ số tải nhân tố
Nhận thức Chất Lượng (CL)	CLp1	0.892	0.508	0.891	0.704
	CLp2				0.708
	CLp3				0.756
	CLp4				0.615
	CLp5				0.729

Thang đo	Mã hóa	CR	AVE	Cronbach's Alpha	Hệ số tải nhân tố
	CLp6				0.751
	CLp7				0.706
	CLp8				0.706
Yếu tố Tài Chính (TC)	TCp1	0.856	0.599	0.856	0.731
	TCp2				0.823
	TCp3				0.810
	TCp4				0.656
Nhận thức Rủi Ro (RR)	RRp1	0.825	0.541	0.823	0.674
	RRp2				0.844
	RRp3				0.719
	RRp4				0.677
Thái Độ đối với hành vi (TD)	TDm1	0.902	0.698	0.902	0.818
	TDm2				0.793
	TDm3				0.792
	TDm4				0.852
Chuẩn Chủ Quan (CQ)	CQm1	0.858	0.603	0.858	0.743
	CQm2				0.796
	CQm3				0.786
	CQm4				0.777
Nhận thức Kiểm Soát hành vi (KS)	KSp1	0.901	0.694	0.895	0.843
	KSp2				0.869
	KSp3				0.846
	KSp4				0.783
Ý Định Mua (YDM)	YDm1	0.898	0.637	0.896	0.641
	YDm2				0.693
	YDm3				0.619
	YDm4				0.748
	YDm5				0.990
KMO		0.923			
Barlett's Sig		0.000			
Eigenvalues		1.053			
Cumulative %		60.89			

Ghi chú: CR: “Độ tin cậy tổng hợp”, AVE: “Phương sai trung bình được trích xuất”  
 Nguồn: Kết quả phân tích số liệu khảo sát 341 NTD của tác giả (2023)

#### 4.1.3. Kết quả kiểm định các giả thuyết và mô hình nghiên cứu

Bảng 4 minh họa kết quả của các chỉ số phù hợp cho CFA và SEM. Kết quả cho thấy các chỉ số đánh giá mức độ phù hợp của mô hình đều được chấp nhận. Có thể kết luận SEM phù hợp tốt với dữ liệu thu thập được.

Kết quả SEM cho thấy mười giả thuyết được chấp nhận, ngoại trừ giả thuyết H4a không có ý nghĩa thống kê ở mức ý nghĩa 5% (Bảng 5 và Hình 2). Giá trị R-bình phương của TD, KS và YDM lần lượt là 0.460; 0.100 và 0.689. Nói cách khác, các biến độc lập giải thích 46.0% sự biến thiên của TD, 10.0% sự biến thiên của KS và 68.9% sự biến thiên của YDM. Phần còn lại được giải thích bởi các biến khác và sai số ngẫu nhiên.

#### Bảng 4

Mức độ phù hợp của mô hình nghiên cứu

Chỉ số phù hợp	Tối giản	Tuyệt đối		Gia tăng		
	X <sup>2</sup> /df	GFI	RMSEA	CFI	TLI	NFI
CFA	1.195	0.910	0.024	0.985	0.983	0.916
SEM	1.219	0.908	0.025	0.983	0.981	0.914
Tiêu chuẩn chấp nhận	< 5	> 0.90	< 0.08	> 0.90	> 0.90	> 0.90
Nguồn	Hair và cộng sự (2010)			Bentler (1990)		

Nguồn: Kết quả phân tích số liệu khảo sát 341 NTD của tác giả (2023)

#### Bảng 5

Kết quả kiểm định các giả thuyết nghiên cứu

Giả thuyết	Mối quan hệ		SRW	S.E.	C.R.	P-value	Kết luận	
H <sub>1</sub>	TD	--->	YDM	0.365	0.041	6.057	***	Chấp nhận
H <sub>2</sub>	CQ	--->	YDM	0.126	0.068	2.198	0.028	Chấp nhận
H <sub>3</sub>	KS	--->	YDM	0.282	0.051	6.437	***	Chấp nhận
H <sub>4a</sub>	CL	--->	TD	0.103	0.107	1.635	0.102	Không chấp nhận
H <sub>4b</sub>	CL	--->	YDM	0.106	0.059	2.069	0.039	Chấp nhận
H <sub>5a</sub>	TC	--->	TD	0.391	0.094	5.842	***	Chấp nhận
H <sub>5b</sub>	TC	--->	KS	0.150	0.050	2.490	0.013	Chấp nhận
H <sub>5c</sub>	TC	--->	YDM	0.186	0.069	2.600	0.009	Chấp nhận
H <sub>6a</sub>	RR	--->	TD	-0.425	0.066	-7.547	***	Chấp nhận
H <sub>6b</sub>	RR	--->	KS	-0.253	0.044	-4.028	***	Chấp nhận
H <sub>6c</sub>	RR	--->	YDM	-0.182	0.043	-3.431	***	Chấp nhận

Ghi chú: \*\*\* “P-value < 0.001”; SRW: “Hệ số hồi quy chuẩn hóa”; S.E.: “Sai số chuẩn”, C.R.: “Tỉ số tới hạn”, P-value: “mức ý nghĩa thống kê”

Nguồn: Kết quả phân tích số liệu khảo sát 341 NTD của tác giả (2023)

Kết quả kiểm định vai trò trung gian của TD và KS được thể hiện trong Bảng 6 và Hình 2. Do vì ảnh hưởng trực tiếp của TC, RR lên YDM là rất đáng kể nên nhân tố TD và KS đóng vai trò trung gian một phần trong mối quan hệ giữa TC và RR với YDM. Ngược lại, nhân tố TD không đóng vai trò trung gian trong mối quan hệ giữa CL với YDM.

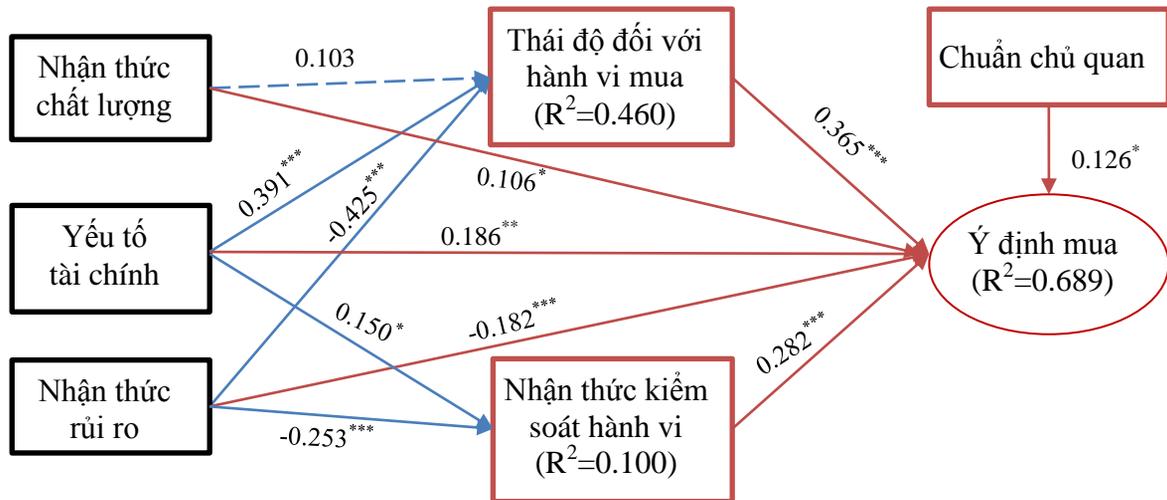
**Bảng 6**

Tác động trực tiếp, gián tiếp của các nhân tố

Nhân tố	Tác động	Nhân tố						
		TC	RR	CQ	CL	TD	KS	YDM
TD	Trực tiếp	0.391***	-0.425***	0	0.103	0	0	0
KS	Trực tiếp	0.150*	-0.284***	0	0	0	0	0
YDM	Trực tiếp	0.186**	-0.182***	0.126*	0.106*	0.371***	0.290***	0
	Gián tiếp	0.185**	-0.226**	0	0,38	0	0	0
	Tổng cộng	0.371**	-0.409**	0.126*	0.144*	0.365***	0.282***	0

Ghi chú: \*\*\* “P-value < 0.001”; \*\* “P-value < 0.01”; \* “P-value < 0.05”

Nguồn: Kết quả phân tích số liệu khảo sát 341 NTD của tác giả (2023)



**Hình 2.** Kết quả mô hình nghiên cứu

Ghi chú: \*\*\* “P-value < 0.001”; \*\* “P-value < 0.01”; \* “P-value < 0.05”; R²: “R bình phương”

Nguồn: Kết quả phân tích số liệu khảo sát 341 NTD của tác giả (2023)

#### 4.2. Thảo luận

Nghiên cứu này nhằm làm rõ các yếu tố quyết định YDM bằng cách bổ sung các biến vào mô hình TPB. Kết quả cho thấy các chỉ số đánh giá mức độ phù hợp mô hình đều được chấp nhận và tất cả sáu biến đều có ảnh hưởng trực tiếp đáng kể đến YDM (Bảng 4). TD là nhân tố tác động trực tiếp mạnh nhất đến YDM, kế tiếp lần lượt là KS, TC, RR, CQ và CL. Như vậy, có thể kết luận rằng việc áp dụng TPB mở rộng bằng cách bổ sung ba cấu trúc TC, CL và RR để nghiên cứu YDM là phù hợp. Ngoài ra, vai trò trung gian của TD và KS trong các mối quan hệ của RR và TC với YDM cũng được chấp nhận (Bảng 6 và Hình 2). Tuy nhiên, giả thuyết H2a không được chấp nhận, điều này thật bất ngờ. Mối quan hệ giữa CL và TD không có ý nghĩa thống kê,

điều này có thể được giải thích là do kiến thức hoặc thông tin hoặc kinh nghiệm về chất lượng CHCC của người tiêu dùng chưa đầy đủ. Với nhu cầu tiếp thu thêm kiến thức về CHCC, NTD sẽ dần dần thể hiện thái độ tích cực đối với việc mua CHCC, từ đó hình thành ý định mua cao hơn.

Các cấu trúc trong mô hình TPB ban đầu đều có ý nghĩa thống kê. Các nhân tố TD, CQ và KS có tác động thuận chiều trực tiếp đến ý định mua, điều này phù hợp với hầu hết các nghiên cứu trước đây (Judge & ctg., 2019; Le & ctg., 2020; Yoke & ctg., 2018). Tuy nhiên, điều này trái ngược với kết quả các nghiên cứu của AL-Nahdi (2015); Al-Nahdi và cộng sự (2015); Wibawa & Hartoyo (2017) khi cho rằng mối quan hệ của KS với Ý định mua nhà ở không có ý nghĩa thống kê. Trong bối cảnh Việt Nam, đặc biệt là giai đoạn hậu Covid-19, NTD cần kiểm soát khả năng tài chính của họ một cách an toàn khi mua CHCC vì quyết định mua CHCC có thể là gánh nặng tài chính đối với họ. Mặc dù nhu cầu nhà ở tăng lên nhưng giá CHCC cũng tăng cao, NTD không thể duy trì ý định mua nhà bất chấp khả năng chi trả của họ. Đối với đa số NTD, những khoản tiết kiệm của họ và gia đình có thể không đủ chi trả khi mua một CHCC, vì vậy họ có nhu cầu nhận được sự hỗ trợ tài chính của các tổ chức tín dụng và/hoặc người thân. Tuy nhiên, NTD cũng nhận thấy cần kiểm soát khả năng hoàn trả các khoản hỗ trợ tài chính này trong tương lai.

Xét về tổng mức độ ảnh hưởng của các nhân tố đến YDM, RR có tổng mức độ ảnh hưởng mạnh nhất đến YDM. Bên cạnh ảnh hưởng ngược chiều trực tiếp mạnh mẽ đến YDM, thông qua trung gian TD và KS, RR còn có hướng ngược chiều gián tiếp đến YDM (Bảng 6 và Hình 2). Như vậy, RR đã đóng một vai trò rất quan trọng trong việc dự đoán YDM. Kết quả này ngụ ý rằng NTD lo lắng chức năng và giá trị của CHCC không tốt như quảng cáo và do đó có thể không đáp ứng được mong đợi của họ. Ngoài ra, hoạt động không hoàn hảo của các công ty quản lý chung cư có thể dẫn đến tai nạn và gia tăng chi phí, điều này cũng khiến người dân lo lắng. Khi NTD nhận thức việc mua CHCC có khả năng gây ra thiệt hại về kinh tế và xã hội đối với họ thì việc tìm kiếm thêm thông tin như là một cách để làm giảm rủi ro. Nghiên cứu của Li và cộng sự (2018); Tan và cộng sự (2017) cũng thể hiện YDM chịu tác động ngược chiều của RR. RR có xu hướng làm tăng nhận thức về việc cần có thêm thông tin liên quan đến sản phẩm (Koklič, 2011). Trong bối cảnh Thành phố Hồ Chí Minh, các cam kết với khách hàng về chất lượng, thời hạn bàn giao căn hộ, giấy chứng nhận quyền sử dụng đất và quyền sở hữu CHCC, ... của nhiều chủ đầu tư dự án CHCC chưa thực hiện đúng, điều này làm giảm niềm tin về CHCC và NTD dễ có những ý kiến tiêu cực về việc mua CHCC.

Hơn nữa, YDM chịu tác động thuận chiều mạnh mẽ của yếu tố tài chính, điều này nhất quán với phát hiện của Dao và cộng sự (2021); Islam và cộng sự (2022); Le và cộng sự (2020); Maoludyo và Aprianingsih (2015); Opoku và Abdul-Muhmin (2010). Nghiên cứu cũng phát hiện TC có ảnh hưởng thuận chiều gián tiếp đến ý định mua CHCC thông qua trung gian TD và KS. Đối với hầu hết NTD, một trong những quyết định tốn rất nhiều tiền và ảnh hưởng đến cuộc sống gia đình của họ có thể là quyết định mua một BĐS nhà ở. NTD luôn cân nhắc kỹ lưỡng để chọn được CHCC vừa có thể đáp ứng nhu cầu chỗ ở vừa phù hợp với khả năng chi trả của họ trong tương lai. YDM cũng chịu tác động thuận chiều trực tiếp của CL, điều này cũng hoàn toàn nhất quán với phát hiện của Haddad và cộng sự (2011); Islam và cộng sự (2022); Khoo và cộng sự (2019); Nasar và Manoj (2015); Rachmawati và cộng sự (2019). CHCC sẽ là nơi gắn bó lâu dài của gia đình NTD nên chất lượng CHCC có khả năng đáp ứng các nhu cầu của họ hay không sẽ được họ xem xét trước khi mua.

## 5. Kết luận và hàm ý quản trị

Nghiên cứu này đề xuất một mô hình TPB mở rộng với việc bổ sung thêm ba nhân tố nhận thức rủi ro, yếu tố tài chính và nhận thức chất lượng cho phù hợp với bối cảnh nghiên cứu. Nghiên cứu đã kiểm tra thực nghiệm để cung cấp một minh chứng cụ thể về cách TPB có thể

được mở rộng nhiều hơn nữa để nghiên cứu YDM. Trong lĩnh vực BĐS nhà ở, đa số các mô hình tập trung vào các đặc điểm sản phẩm và hình ảnh thương hiệu ảnh hưởng trực tiếp đến ý định mua, quyết định mua mà không mở rộng TPB để xem xét vai trò trung gian của các yếu tố thuộc về niềm tin của cá nhân. Hơn nữa, nghiên cứu về các nhân tố ảnh hưởng đến ý định mua CHCC có sự tác động của nhận thức rủi ro và nhận thức kiểm soát hành vi trên cơ sở lý thuyết TPB là chưa được làm rõ. Là một nghiên cứu mang tính khám phá về YDM, nghiên cứu này đã tìm thấy vai trò của các nhân tố khác nhau ảnh hưởng đến YDM và làm rõ mối quan hệ của chúng với YDM. Mô hình nghiên cứu đề xuất nêu bật những khuyến thích và rào cản đối với YDM. Cuối cùng, nghiên cứu đã xác định tác động thuận chiều của các nhân tố thuộc TPB, trong đó, thái độ đối với hành vi có mức độ ảnh hưởng trực tiếp mạnh nhất. Tác động của các nhân tố bổ sung đến YDM cũng đều có ý nghĩa thống kê, trong đó và tác động ngược chiều của nhận thức rủi ro đến YDM là rất mạnh mẽ. Thái độ đối với hành vi và nhận thức kiểm soát hành vi đóng vai trò trung gian trong TPB cũng được chấp nhận. Ngoài ra, nghiên cứu còn cung cấp cái nhìn sâu sắc về quá trình phát triển CHCC dựa trên YDM. Với việc mở rộng và đổi mới các đô thị, tầm quan trọng của YDM liên quan đến việc phát triển các khu chung cư là tất yếu. Tóm lại, kết quả này có thể được sử dụng để các nhà hoạch định chính sách xây dựng các chính sách phù hợp hơn và cũng giúp cho các nhà quản lý doanh nghiệp BĐS nhà ở có giải pháp thu hút NTD mua CHCC hiệu quả hơn.

Một số hàm ý quản trị được đề xuất cho các bên liên quan: Thứ nhất, kết quả phân tích thực nghiệm chỉ ra rằng thái độ đối với hành vi mua là yếu tố then chốt trong mô hình TPB ban đầu. Vì vậy, để nâng cao doanh số bán CHCC, điều quan trọng là phải tìm cách nâng cao thái độ tích cực của NTD đối với CHCC. Ngoài ra, do ảnh hưởng thông tin từ những người quan trọng của NTD đến YDM, việc mua CHCC là một chuẩn mực xã hội ở Thành phố Hồ Chí Minh, NTD Việt Nam không những chú ý đến cảm xúc cá nhân hơn mà còn chú ý đến sở thích của người khác khi mua CHCC. Mặc dù nhu cầu nhà ở ngày càng lớn và giá CHCC tăng cao, NTD vẫn duy trì ý định mua CHCC phù hợp với khả năng tiếp cận tài chính và khả năng chi trả của họ. Như vậy, các nhà quản lý doanh nghiệp BĐS cần tập trung thay đổi các yếu tố nhận thức, phát triển phân khúc thị trường và sản phẩm phù hợp. Chiến lược tiếp thị tập trung vào việc thay đổi niềm tin về thuộc tính CHCC cũng như niềm tin mới về CHCC.

Thứ hai, xem xét tác động ngược chiều của nhận thức rủi ro đối với TD, KS và YDM, Chính phủ và các nhà quản lý doanh nghiệp BĐS nên thực hiện các biện pháp thiết thực để kiểm soát rủi ro tiềm ẩn liên quan đến CHCC một cách hiệu quả. Chính phủ nên cải thiện hơn nữa các quy định liên quan cũng như tăng cường giám sát thị trường CHCC bao gồm cơ chế giám sát vòng đời của CHCC về pháp lý đất đai, thiết kế, xây dựng và vận hành để đảm bảo an toàn và tin cậy của CHCC một cách hiệu quả, giảm bớt lo lắng của người dân về những rủi ro tiềm ẩn. Thiết kế chế tài để bảo vệ NTD mua CHCC như quy định đăng ký hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch để cơ quan Nhà nước loại bỏ những rủi ro tiềm ẩn cho NTD, đồng thời công khai, minh bạch thông tin để NTD có được thông tin chính xác trước khi giao kết hợp đồng. Nâng cao hiệu quả thực thi pháp luật để bảo vệ NTD trong giao kết và thực hiện hợp đồng mua bán CHCC (Doan & Hoang, 2017). Các nhà quản lý doanh nghiệp BĐS cần phải cải thiện chất lượng thiết kế, xây dựng, tiện ích nội khu và môi trường cộng đồng, đảm bảo an toàn cho chung cư, chú ý vận hành, bảo trì để giảm thiểu rủi ro tài chính, tăng cường dư luận thông qua quảng cáo để giảm thiểu rủi ro xã hội, tuân thủ các cam kết với NTD và xây dựng hình ảnh thương hiệu uy tín cũng có thể làm giảm nhận thức về rủi ro một cách hiệu quả.

Thứ ba, tài chính là yếu tố rất quan trọng để NTD cân nhắc khi mua CHCC. Giá CHCC đã cao hơn nhiều lần so với thu nhập bình quân của đại bộ phận NTD nên họ sẽ chọn CHCC phù hợp với khả năng chi trả của họ. Điều này có nghĩa là bên cạnh khả năng thanh toán bằng nguồn

lực của chính NTD, họ cần khoản thế chấp từ ngân hàng với lãi suất hợp lý và/hoặc vay mượn tiền từ người thân. Chính phủ với tư cách là một trong những bên liên quan, nên đưa ra các quy định ngay lập tức để ngăn chặn việc tăng giá CHCC. Doanh nghiệp BĐS nên đa dạng hóa chính sách thanh toán, kết hợp với các ngân hàng cung cấp các khoản vay ưu đãi như lãi suất nhằm tăng mức độ tự tin, giảm rủi ro tài chính của NTD để sở hữu một CHCC.

Cuối cùng, niềm tin hành vi là động lực quan trọng nhất của YDM trong mô hình TPB mở rộng này, niềm tin của cá nhân đã ảnh hưởng ngược chiều đến nhận thức của họ về rủi ro và những nhận thức rủi ro này ảnh hưởng ngược chiều đến ý định hành vi của họ liên quan đến hiệu suất và sự an toàn tài chính (Koklič, 2011; Kouabenan, 2009; Sjöber, 1979). Từ góc độ quản lý Nhà nước, các doanh nghiệp BĐS có kinh nghiệm và uy tín nên được ưu tiên khi lựa chọn các công ty phát triển dự án CHCC. Hơn nữa, việc tăng cường các quy định đảm bảo giao dịch và tránh các sai phạm của công ty phát triển dự án CHCC có thể làm tăng niềm tin của NTD vào các dự án như vậy. Ngoài ra, các nhà quản lý doanh nghiệp BĐS nên cải thiện danh tiếng của doanh nghiệp, xây dựng chất lượng cảnh quan cũng như dịch vụ vận hành và bảo trì, vì những cải tiến như vậy sẽ nâng cao uy tín. Nên sử dụng tiếp thị truyền miệng và phương tiện truyền thông xã hội kỹ thuật số để quảng bá CHCC.

Một số hạn chế của nghiên cứu nên được cải thiện trong tương lai. Trước hết, quy mô mẫu nghiên cứu còn thấp, nó chỉ đáp ứng yêu cầu tối thiểu của CB-SEM. Do đó, những người trả lời từ các đô thị lớn của Việt Nam có thể được xem xét trong các nghiên cứu tương lai. Thứ hai, những người trả lời có thể chỉ là cư dân đô thị, những người có thể có nguồn tài chính đáng kể. Do đó, địa bàn khảo sát có thể được sử dụng ở các khu vực ngoại ô để bổ sung cho nghiên cứu trong tương lai. Cuối cùng, nhận thức rủi ro cần được nghiên cứu sâu hơn, bao gồm nhận thức về tài chính, xã hội và chức năng.

## LỜI CẢM ƠN

Nhóm tác giả đánh giá cao những đề xuất và nhận xét của các nhà khoa học ẩn danh. Chúng tôi rất biết ơn những người phản biện để nâng cao chất lượng của nghiên cứu. Chúng tôi cũng ghi nhận sự hỗ trợ của các nhà quản lý doanh nghiệp BĐS cung cấp danh sách người muốn mua căn hộ chung cư và những người trả lời đã hỗ trợ chúng tôi bằng hoàn thành bảng câu hỏi.

## Tài liệu tham khảo

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211. doi:10.1016/0749-5978(91)90020-T
- Al-Nahdi T. S., Habib, S. A., Bakar, A. H. A., Bahklah, M. S., Ghazzawi, O. H., & Al-Attas, H. A. (2015). The effect of attitude, dimensions of subjective norm, and perceived behavior control, on the intention to purchase real estate in Saudi Arabia. *International Journal of Marketing Studies*, 7(5), 120-132. doi:10.5539/ijms.v7n5p120
- AL-Nahdi, T. S. (2015). Factors influencing the intention to purchase real estate in Saudi Arabia role of location. *Journal of Applied Science and Agriculture*, 10(2), 1-11. doi:10.5539/ijbm.v10n4p35
- Bauer, R. A. (2001). Consumer behavior as risk taking. In *Marketing: Critical perspectives on business and management* (Vol. 2, p. 568). New York, NY: Routledge.
- Bentler, P. M. (1990). Comparative fit indexes in structural models. *Psychological Bulletin*, 107(2), 238-246. doi:10.1037/0033-2909.107.2.238

- Cho, J., & Lee J. (2006). An integrated model of risk and risk-reducing strategies. *Journal of Business Research*, 59(1), 112-120. doi:10.1016/j.jbusres.2005.03.006
- Conner, M., & Armitage, C. J. (1998). Extending the theory of planned behavior: A review and avenues for further research. *Journal of Applied Social Psychology*, 28(15), 1429-1464. doi:10.1111/j.1559-1816.1998.tb01685.x
- Cunningham, L. F., Gerlach, J., & Harper, M. D. (2005). Perceived risk & e-banking services: An analysis from the perspective of the consumer. *Journal of Financial Services Marketing*, 10(2), 165-178. doi:10.1057/palgrave.fsm.4770183
- Dao, H. D., Nguyen, H. T. L., Do, H. Q., & Nguyen, L. T. (2021). Các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định của khách hàng khi mua nhà ở tại công ty cổ phần xây dựng thương mại địa ốc Hồng Loan [Factors affecting customers' decision on buying houses at Hong Loan commercial real estate construction joint stock company]. *Tạp chí Nghiên cứu khoa học và Phát triển Kinh tế Trường Đại học Tây Đô*, 11(2021), 47-62.
- Doan, N. H., & Hoang, D. A. (2017). Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong giao kết và thực hiện hợp đồng theo mẫu khi mua bán căn hộ chung cư tại Việt Nam [Protecting consumer rights in the conclusion and implementation of model contracts for buying and selling apartments in Vietnam]. *Tạp chí Luật học*, 9(2017), 80-92.
- Dodds, W. B., Monroe, K. B., & Grewal, D. (1991). Effects of price, brand, and store information on buyers' product evaluations. *Journal of Marketing Research*, 28(3), 307-319. doi:10.2307/3172866
- Eagly, A. H., & Chaiken, S. (1993). *The psychology of attitudes*. New York, NY: Harcourt Brace Jovanovich College Publishers.
- Field, A. P. (2005). Is the meta-analysis of correlation coefficients accurate when population correlations vary? *Psychological Methods*, 10(4), 444-467. doi:10.1037/1082-989X.10.4.444
- Gemünden, H. G. (1985). Perceived risk and information search. A systematic meta-analysis of the empirical evidence. *International Journal of Research in Marketing*, 2(2), 79-100. doi:10.1016/0167-8116(85)90026-6
- Gibler, K., & Nelson, S. (2003). Consumer behavior applications to real estate education. *Journal of Real Estate Practice and Education*, 6(1), 63-83. doi:10.1080/10835547.2003.12091585
- Haddad, M., Judeh, M., & Haddad, S. (2011). Factors affecting buying behavior of an apartment an empirical investigation in Amman, Jordan. *Research Journal of Applied Sciences, Engineering and Technology*, 3(3), 234-239.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate data analysis: A global perspective* (7th ed.). New York, NY: Pearson Education.
- Hale, J. L., Householder, B. J., & Greene, K. L. (2003). The theory of reasoned action: Developments in theory and practice. In *The persuasion handbook: Developments in theory and practice* (pp. 259-286). Thousand Oaks, CA: Sage Publication. doi:10.4135/9781412976046.n14
- Han, H., & Kim, Y. (2010). An investigation of green hotel customers' decision formation: Developing an extended model of the theory of planned behavior. *International Journal of Hospitality Management*, 29(4), 659-668. doi:10.1016/j.ijhm.2010.01.001

- Howard, J. A., & Sheth, J. N. (1969). *The theory of buyer behavior* (Vol. 63). New York, NY: John Wiley.
- Islam, M. A., Saidin, Z. H., Ayub, M. A., & Islam, M. S. (2022). Modelling behavioural intention to buy apartments in Bangladesh: An extended Theory of Planned Behaviour (TPB). *Heliyon*, 8(9), 1-12. doi:10.1016/j.heliyon.2022.e10519
- Jain, S. (2020). Assessing the moderating effect of subjective norm on luxury purchase intention: a study of Gen Y consumers in India. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 48(5), 517-536. doi:10.1108/IJRDM-02-2019-0042
- Judge, M., Warren-Myers, G., & Paladino, A. (2019). Using the theory of planned behaviour to predict intentions to purchase sustainable housing. *Journal of Cleaner Production*, 215(2019), 259-267. doi:10.1016/j.jclepro.2019.01.029
- Kaiser, H. F. (1974). An index of factorial simplicity. *Psychometrika*, 39(1), 31-36.
- Kamal, M., & Pramanik, S. A. (2015). Customers' intention towards purchasing apartment in Dhaka City, Bangladesh: Offering an alternative buying intention model. *European Journal of Business and Management*, 7(35), 45-58.
- Khoo, D., Goh, Y. N., & Ting, M. S. (2020). First ASEAN Business, Environment, and Technology Symposium (ABEATS 2019). *Investigation on Buyers' Purchase Intention of High-Rise Properties in Malaysia in the Era of 4.0'*, 141, 1-5. doi:10.2991/aebmr.k.200514.001
- Koklič, M. K. (2011). The consumer's perceived risk when buying a home: The role of subjective knowledge, perceived benefits of information search and information search behavior. *Privredna Kretanja i Ekonomska Politika*, 21(126), 27-50.
- Kouabenan, D. R. (2009). Role of beliefs in accident and risk analysis and prevention. *Safety Science*, 47(6), 767-776. doi:10.1016/j.ssci.2008.01.010
- Kumar, Y., & Khandelwal, U. (2018). Factors affecting buying behaviour in the purchase of residential property: A factor analysis approach. *SSRN Electronic Journal*, 6(2), 27-32. doi:10.2139/ssrn.3481597
- Le, P. H. V., Ho, Y. T. T., Luu, D. X., & Le, T. T. T. (2020). Determinants of customer's apartment purchase intention: Is the location dominant? *Independent Journal of Management & Production*, 11(4), 303-1322. doi:10.14807/ijmp.v11i4.1100
- Li, Q., Long, R., & Chen, H. (2018). Differences and influencing factors for Chinese urban resident willingness to pay for green housings: Evidence from five first-tier cities in China. *Applied Energy*, 229(C), 299-313.
- Macintosh, G. (2002). Perceived risk and outcome differences in multi-level service relationships. *Journal of Services Marketing*, 16(2), 143-157. doi:10.1108/08876040210422682
- Mamun, A. A., Mohiuddin, M., Ahmad, G. B., Thurasamy, R., & Fazal, S. A. (2018). Recycling intention and behavior among low-income households. *Sustainability*, 10(7), 1-22. doi:10.3390/su10072407
- Maoludyo, F. T., & Aprianingsih A. (2015). Factors influencing consumer buying intention for housing unit in Depok. *Journal of Business and Management*, 4(4), 484-493.

- Mikulincer, M., & Shaver, P. R. (2010). *Attachment in adulthood: Structure, dynamics, and change*. New York, NY: The Guilford Press.
- Mitchell, V. W. (1999). Consumer perceived risk: Conceptualisations and models. *European Journal of Marketing*, 33(1/2), 163-195. doi:10.1108/03090569910249229
- Nasar, K., & Manoj, P. (2015). Purchase decision for apartments: A closer look into the major influencing factors. *International Journal of Research in Applied, Natural and Social Sciences*, 3(5), 11-38.
- Numraktrakul, P., Ngarmyarn, A., & Panichpathom, S. (2012). *Factors affecting green housing purchase*. Paper presented at the 17th International Business Research Conference, Toronto - Canada.
- Nunnally, J. C., & Bernstein, I. H. (1994). *Psychometric theory* (3rd ed.). New York, NY: McGraw-Hill.
- Opoku, R. A., & Abdul-Muhmin, A. G. (2010). Housing preferences and attribute importance among low-income consumers in Saudi Arabia. *Habitat International*, 34(2), 219-227. doi:10.1016/j.habitatint.2009.09.006
- Pham, H. D., Vo, H. T., & Phan, H. T. (2022). Predicting consumers' apartment purchase intention in Vietnam using an extended theory of of planned behavior. *Innovative Marketing*, 18(4), 201-214. doi:10.21511/im.18(4).2022.17
- Quốc hội. (2014). *Luật Nhà ở số 65/2014/QH13 do Quốc Hội Nước Cộng Hòa Xã Hội Chủ Nghĩa Việt Nam thông qua ngày 25 tháng 11 năm 2014 [Law on Housing No. 65/2014/QH13 adopted by the National Assembly of the Socialist Republic of Vietnam dated November 25, 2014]*. Truy cập ngày 10/05/2023 tại <https://vanban.chinhphu.vn/default.aspx?pageid=27160&docid=178134>
- Rachmawati, D., Shukri, S., Azam, S., & Khatibi, A. (2019). Factors influencing customers' purchase decision of residential property in Selangor, Malaysia. *Management Science Letters*, 9(9), 341-1348. doi:10.5267/j.msl.2019.5.016
- Reed, D. D., Niileksela, C. R., & Kaplan, B. A. (2013). Behavioral economics. *Behavior Analysis in Practice*, 6(1), 34-54. doi:10.1007/BF03391790
- Sangkakoon, P., Ngarmyarn, A., & Panichpathom, S. (2014). *The influence of group references in home purchase intention in Thailand* (IDEAS Working Paper Series, Issue). Truy cập ngày 10/05/2023 tại [https://eres.scix.net/pdfs/eres2014\\_191.content.pdf](https://eres.scix.net/pdfs/eres2014_191.content.pdf)
- Sjöber, L. (1979). Strength of belief and risk. *Policy Sciences*, 11(1), 39-57. doi:10.1007/bf00143836
- Sniehotta, F. F., Presseau, J., & Araújo-Soares, V. (2014). Time to retire the theory of planned behaviour. *Health Psychology Review*, 8(1), 1-7. doi:10.1080/17437199.2013.869710
- Tan, C. S., Ooi, H. Y., & Goh, Y. N. (2017). A moral extension of the theory of planned behavior to predict consumers' purchase intention for energy-efficient household appliances in Malaysia. *Energy Policy*, 107(6), 459-471. doi:10.1016/j.enpol.2017.05.027
- Thaler, R. (1980). Toward a positive theory of consumer choice. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 1(1), 39-60. doi:10.1016/0167-2681(80)90051-7

- Tonglet, M., Phillips, P. S., & Read, A. D. (2004). Using the theory of planned behaviour to investigate the determinants of recycling behaviour: A case study from Brixworth, UK. *Resources, Conservation and Recycling*, 41(3), 191-214. doi:10.1016/j.resconrec.2003.11.001
- Wibawa, R. T., & Hartoyo, S. H. (2017). Purchase intention of an apartment: An application of Theory of Planned Behavior (TPB). *International Journal of Science and Research (IJSR)*, 6(10), 174-178.
- Wu, K. S., & Teng, Y. M. (2011). Applying the extended theory of planned behavior to predict the intention of visiting a green hotel. *African Journal of Business Management*, 5(17), 7579-7587. doi:10.5897/AJBM11.684
- Yazdanpanah, M., & Forouzani, M. (2015). Application of the theory of planned behaviour to predict Iranian students' intention to purchase organic food. *Journal of Cleaner Production*, 107(6), 342-352. doi:10.1016/j.jclepro.2015.02.071
- Yoke, C. C., Mun, Y. W., Peng, L. M., & Yean, U. L. (2018). Purchase intention of residential property in Greater Kuala Lumpur, Malaysia. *International Journal of Asian Social Science*, 8(8), 580-590. doi:10.18488/journal.1.2018.88.580.590
- Zadkarim, S., & Emari, H. (2011). Determinants of satisfaction in apartment industry: Offering a model. *Journal of Civil Engineering and Urbanism*, 1(1), 15-24.
- Zhang, L., Chen, L., Wu, Z., Zhang, S., & Song, H. (2018). Investigating young consumers' purchasing intention of green housing in China. *Sustainability*, 10(4), 1044-1059. doi:10.3390/su10041044
- Zhao, S., & Chen, L. (2021). Exploring residents' purchase intention of green housings in China: An extended perspective of perceived value. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(8), 4074-4093. doi:10.3390/ijerph18084074

