

CÁC NHÂN TỐ TÁC ĐỘNG ĐẾN SỰ LỰA CHỌN SỬ DỤNG XE MÁY ĐIỆN XANH SM CỦA SINH VIÊN TẠI THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

● TRẦN ĐÌNH SƠN ANH MINH¹ - NGUYỄN ANH THƯ² - LÊ PHẠM HOÀNG NGHI ANH² -
NGUYỄN THANH TÂM² - NGUYỄN VÔ ANH THƯ² - NGUYỄN TRẦN THUỶ TIÊN²

¹ Khoa Kế toán - Kiểm toán, Trường Đại học Mở TP. Hồ Chí Minh

² Khoa Đào tạo đặc biệt, Trường Đại học Mở TP. Hồ Chí Minh

TÓM TẮT:

Bài nghiên cứu đã xác định các nhân tố tác động đến ý định lựa chọn sử dụng xe máy điện Xanh SM của sinh viên tại TP. Hồ Chí Minh. Kết quả nghiên cứu cho thấy Quan điểm về chi phí, Chất lượng dịch vụ, Sự tiện lợi và dễ dàng sử dụng, Độ nhận diện thương hiệu, Nhận thức bảo vệ môi trường, Mức độ kiểm soát hành vi tác động đều tác động tích cực đến ý định lựa chọn sử dụng dịch vụ xe máy điện Xanh SM của sinh viên tại TP. Hồ Chí Minh.

Từ khóa: xe máy điện, Xanh SM, sinh viên, Thành phố Hồ Chí Minh.

1. Đặt vấn đề

Trong những năm gần đây, tình trạng ô nhiễm không khí tại TP. Hồ Chí Minh ngày càng trở nên trầm trọng. Thực trạng ô nhiễm ở TP. Hồ Chí Minh đang ở mức báo động với chỉ số chất lượng không khí trung bình. Theo IQAIR, chỉ số AQI tại TP. Hồ Chí Minh cho biết lượng bụi mịn PM2.5 của thành phố cao gấp 4.2 lần tiêu chuẩn cho phép của Tổ chức Y tế Thế giới (WHO). Do đó, việc khuyến khích người dân chuyển sang tiêu dùng Xanh được coi như một biện pháp để hướng tới đô thị hóa bền vững. Vì lẽ đó, Công ty Cổ phần Di chuyển Xanh và Thông minh GSM đã được thành lập, là đơn vị cho thuê phương tiện giao thông và taxi đa nền tảng đầu tiên trên thế giới 100% thuần

điện, tiên phong trong lĩnh vực giao thông xanh, góp phần giảm thiểu ô nhiễm tại Việt Nam.

Kể từ tháng 4/2023, nền tảng đa dịch vụ thuần điện lớn nhất Việt Nam - Xanh SM xuất hiện đã nhanh chóng chiếm được sự ưu ái của người dùng. Với việc nhận phản hồi ban đầu tốt từ những người dùng tiên phong về việc chi phí sử dụng tiết kiệm hơn khá nhiều so với các loại xe xăng cùng phân khúc, đã có không ít người bắt đầu tính đến việc mua xe điện để chạy dịch vụ. Các dòng xe máy và xe ô tô điện của Xanh SM đều là phương tiện mới và có khả năng bảo vệ môi trường cao. Các ưu điểm của dòng xe này phải kể đến là không khí thải, vận hành êm và không gây ồn ào bởi tiếng động cơ, không mùi xăng dầu gây khó chịu cho người dùng.

Xanh SM đã nhận được những phản hồi tích cực ban đầu từ những người tiêu dùng tiên phong sử dụng dòng xe điện đánh giá cao về chất lượng dịch vụ, giá cả hợp lý, sự thân thiện của tài xế và sự thoải mái đem lại cho khách hàng mỗi khi sử dụng dịch vụ. Tuy nhiên, với đối tượng khách hàng là sinh viên chưa thực sự quan tâm đến tiêu dùng xanh hoặc phân vân giữa việc sử dụng các dịch vụ xanh và dịch vụ truyền thống. Cụ thể, kết quả nghiên cứu của Đoàn Bảo Sơn và cộng sự (2024) việc kiểm soát hành vi nhận thức sẽ không có tác động tích cực đến ý định mua sản phẩm xanh của sinh viên tại Trường Đại học Mở TP. Hồ Chí Minh. Tuy nhiên, thông qua việc tăng cường niềm tin xanh vào các sản phẩm và dịch vụ của mình, các doanh nghiệp có thể thúc đẩy người tiêu dùng trẻ hướng đến việc sử dụng các sản phẩm xanh.

Do đó, việc nghiên cứu “Các nhân tố tác động đến sự lựa chọn sử dụng xe máy điện Xanh SM của sinh viên tại Thành phố Hồ Chí Minh” là rất cần thiết. Ý định sử dụng xe máy điện Xanh SM phản ánh mức độ sẵn sàng tiêu dùng trong việc lựa chọn sử dụng xe máy điện thay vì các phương tiện giao thông truyền thống thông sử dụng xăng, dầu. Các lý thuyết về hành vi có kế hoạch (TPB) và lý thuyết Giá trị - Niềm tin - Chuẩn mực đạo đức (VBN) giúp giải thích những nhân tố ảnh hưởng đến ý định sử dụng xe máy điện Xanh SM bao gồm quan điểm về chi phí, chất lượng dịch vụ, sự tiện lợi và dễ dàng sử dụng, độ nhận diện thương hiệu, nhận thức bảo vệ môi trường và mức kiểm soát hành vi.

2. Mô hình và giả thuyết nghiên cứu

2.1. Mô hình nghiên cứu

Kế thừa có chọn lọc các mô hình nghiên cứu trong và ngoài nước về các nhân tố tác động đến ý định sử dụng xe máy điện Xanh SM của người tiêu dùng, tác giả đề xuất mô hình nghiên cứu như sau:

$$\text{INTENDED} = \beta_0 + \beta_1 \text{CP}_{it} + \beta_2 \text{CL}_{it} + \beta_3 \text{TL}_{it} + \beta_4 \text{ND}_{it} + \beta_5 \text{NT}_{it} + \beta_6 \text{HV}_{it} + \varepsilon_i$$

Trong đó:

- *Biến phụ thuộc*: INTENDED là Ý định sử dụng xe máy điện Xanh SM của sinh viên tại TP. Hồ Chí Minh.

- *Biến độc lập*: CP là chỉ số Quan điểm về chi phí khi sử dụng Xanh SM, CL chỉ số Chất lượng dịch vụ, TL chỉ số Sự tiện lợi và dễ dàng sử dụng, ND chỉ số Độ nhận diện thương hiệu, NT chỉ số Nhận thức bảo vệ môi trường, HV chỉ số Mức độ kiểm soát hành vi.

2.2. Giả thuyết nghiên cứu

Các giả thuyết nghiên cứu bao gồm:

H1: Mức độ quan tâm đến chi phí sẽ tác động tích cực đến việc lựa chọn sử dụng dịch vụ xe máy điện Xanh SM của sinh viên tại TP. Hồ Chí Minh.

H2: Chất lượng dịch vụ sẽ tác động tích cực đến việc lựa chọn sử dụng dịch vụ xe máy điện Xanh SM của sinh viên tại TP. Hồ Chí Minh.

H3: Sự tiện lợi và dễ sử dụng sẽ tác động tích cực đến việc lựa chọn sử dụng dịch vụ xe máy Xanh SM của sinh viên tại TP. Hồ Chí Minh.

H4: Độ nhận diện của thương hiệu sẽ tác động tích cực đến việc lựa chọn sử dụng dịch vụ xe máy điện Xanh SM của sinh viên tại TP. Hồ Chí Minh.

H5: Nhận thức bảo vệ môi trường của người tiêu dùng sẽ tác động tích cực đến sự lựa chọn sử dụng dịch vụ xe máy điện Xanh SM của sinh viên tại TP. Hồ Chí Minh.

H6: Mức độ kiểm soát hành vi của sinh viên sẽ tác động tích cực đến sự lựa chọn sử dụng dịch vụ xe máy điện Xanh SM của sinh viên tại TP. Hồ Chí Minh.

3. Kết quả nghiên cứu và thảo luận

3.1. Đặc điểm mẫu nghiên cứu

Từ 500 bảng khảo sát gửi cho các sinh viên tại các trường đại học và cao đẳng trên địa bàn TP. Hồ Chí Minh thông qua khảo sát trực tuyến bằng Google Forms, tác giả thu về 421 bảng khảo sát đúng yêu cầu đề ra.

Về giới tính, trong 421 sinh viên được khảo sát, số lượng sinh viên nam là 57.5% trong tổng số mẫu, trong khi sinh viên nữ chiếm 42.5%. Qua đó, có thể thấy giới tính trong mẫu khảo sát chênh lệch là 15%.

Về biến quan sát niên khóa trong các mẫu nghiên cứu, sinh viên năm thứ 3 chiếm cao nhất 42.5%, sinh viên năm thứ 2 là 33.5%, số sinh viên đang học năm 4 là 15% và sinh viên năm thứ 1 là 9%.

Về biến quan sát mức thu nhập của sinh viên, sinh viên có thu nhập dưới 2 triệu chiếm 9.7% , sinh viên có thu nhập từ 2 đến 3 triệu là 12.6%, sinh viên có thu nhập từ 3 đến 4 triệu đồng là 48.2% và sinh viên sở hữu mức thu nhập trên 5 triệu đồng là 29.5%.

Về biến quan sát trường đại học, sinh viên tại Đại học Mở TP. Hồ Chí Minh là 28.5%, Đại học Văn Lang TP. Hồ Chí Minh là 24.5%, Đại học Kinh tế TP. Hồ Chí Minh là 20%, Đại học Tài chính Marketing là 15% và các trường đại học khác chiếm tỷ lệ 12%. Qua đó, biến quan sát về việc bạn đã sử dụng dịch vụ xe máy điện Xanh SM chưa thì hầu hết các sinh viên đều đã từng sử dụng dịch vụ chiếm tỷ lệ cao nhất là 67.2%.

3.2. Kết quả nghiên cứu định lượng

Khi thực hiện kiểm định các thang đo bằng hệ số Cronbach's Alpha, hệ số tương quan biến - tổng của biến quan sát với các thang đo là tương đối cao (lớn hơn 0.4), cho thấy các biến quan sát có sự tương quan khá tốt với tổng thể thang đo. Hệ số Cronbach's Alpha của các thang đo đều có giá trị trên mức 0.6, do đó các thang đo cho khảo sát chính thức đảm bảo độ tin cậy. Không có biến quan sát nào loại bỏ để làm tăng độ tin cậy của thang đo. Như vậy, các thang đo khảo sát đều đạt độ tin cậy cao, là điều kiện để tiến hành các phân tích tiếp theo.

Kết quả phân tích nhân tố khám phá (EFA) trình bày được tất cả các biến được gom lại mà không xảy ra bất kỳ sự xáo trộn của các biến đo lường giữa các nhóm thành phần. Đối với biến phụ thuộc INTENDED, hệ số KMO = 0.695 nằm trong khoảng 0.5 đến 1, kiểm định Bartlett's Test có Sig. = 0.000. Thêm vào đó số lượng nhân tố trích được là 6 tương đồng với mô hình lý thuyết ban

đầu xây dựng, tổng phương sai tích lũy đạt 70.934% và trọng số của các biến quan sát còn lại đều lớn hơn 0.5. (Bảng 1)

Kết quả phân tích hệ số tương quan cho thấy, tất cả nhân tố đều có hệ số tương quan dương với biến INTENDED và Sig. = 0.000. Hệ số tương quan của nhân tố CL có giá trị tuyệt đối > 0.5 thể hiện mối

Bảng 1. Phân tích nhân tố khám phá EFA biến phụ thuộc INTENDED

Rotated Component Matrixa						
	Component					
	1	2	3	4	5	6
TL4	.903					
TL2	.857					
TL1	.843					
TL3	.837					
ND4		.880				
ND3		.842				
ND1		.836				
ND2		.792				
CL4			.849			
CL3			.777			
CL1			.762			
CL2			.750			
CP1				.213		
CP2				.778		
CP4	.200			.733		
CP3				.715		
HV3					.847	
HV1					.837	
HV2					.809	
NT3						.821
NT1						.738
NT2						.736
Extraction Method: Principal Component Analysis. Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.a a. Rotation converged in 5 iterations.						

Nguồn: Kết quả phân tích từ SPSS 22.0

tương quan mạnh với biến INTENDED. Trong khi đó, các biến còn lại CP, TL, ND, NT, HV có giá trị tuyệt đối lớn hơn 0.3 và nhỏ hơn hoặc bằng 0.5 thể hiện mối tương quan trung bình đối với biến INTENDED. (Bảng 2)

$$Y = 0.266CP + 0.295CL + 0.234TL + 0.208ND + 0.201NT + 0.150HV + \varepsilon_1$$

4. Kết luận và kiến nghị

Nghiên cứu đã chỉ ra được những nhân tố tác động và mức độ ảnh hưởng của các yếu tố ấy đến

Bảng 2. Ma trận tương quan giữa các thành phần biến phụ thuộc INTENDED

(N = 421)		INTENDED	CP	CL	TL	ND	NT	HV
INTENDED	Pearson Correlation	1	.500**	.551**	.417**	.384**	.451**	.338**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
CP	Pearson Correlation	.500**	1	.287**	.241**	.174**	.179**	.139**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.004
CL	Pearson Correlation	.551**	.287**	1	.226**	.223**	.250**	.202**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
TL	Pearson Correlation	.417**	.241**	.226**	1	-.013	.202**	.097*
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.784	.000	.046
ND	Pearson Correlation	.384**	.174**	.223**	-.013	1	.238**	.127**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.784		.000	.009
NT	Pearson Correlation	.451**	.179**	.250**	.202**	.238**	1	.211**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
HV	Pearson Correlation	.338**	.139**	.202**	.097*	.127**	.211**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.004	.000	.046	.009	.000	

Nguồn: Kết quả phân tích từ SPSS 22.0

Kết quả phân tích tại Bảng 3 cho thấy, giá trị R^2 hiệu chỉnh = 0.609, đồng nghĩa với sự biến thiên của 6 biến độc lập trên có thể giải thích được 60.9% sự thay đổi của biến INTENDED. Giá trị Sig. Kiểm định F = 0.000 < 0.05, do đó mô hình hồi quy là phù hợp và giá trị Sig. của tất cả biến độc lập đều nhỏ hơn 0.0 nên giả thuyết H_0 bị bác bỏ. Nói cách khác, mô hình hồi quy tuyến tính xây dựng là phù hợp với tổng thể. Hệ số VIF < 5 cho thấy các biến này không có quan hệ chặt chẽ với nhau nên không xảy ra hiện tượng đa cộng tuyến gây ảnh hưởng đến ý nghĩa kết quả hồi quy. Hệ số hồi quy của các biến độc lập này đều mang dấu dương đồng nghĩa với các biến độc lập có tác động thuận chiều lên biến phụ thuộc. Phương trình hồi quy với các biến có hệ số chuẩn hoá có dạng như sau:

quyết định sử dụng xe máy điện Xanh SM của sinh viên tại TP. Hồ Chí Minh và mức độ tác động của từng nhân tố. Dựa trên kết quả nghiên cứu định lượng, cả 6 giả thuyết đều được chấp nhận. Từ kết quả trên, tác giả đưa ra một số kết luận như sau:

Quan điểm về chi phí, chất lượng dịch vụ, sự tiện lợi và dễ dàng sử dụng, độ nhận diện thương hiệu, nhận thức bảo vệ môi trường và mức độ kiểm soát hành vi tác động tích cực đến ý định sử dụng dịch vụ xe máy điện Xanh SM của sinh viên tại TP. Hồ Chí Minh.

Bên cạnh đó, để thúc đẩy xu hướng tiêu dùng xe máy điện Xanh SM tại TP. Hồ Chí Minh, các doanh nghiệp cần đẩy mạnh về truyền thông cho xe máy điện như tổ chức các sự kiện tuyên truyền tại các trường đại học và cung cấp các chính sách ưu đãi về

Bảng 3. Kết quả phân tích hồi quy đa biến phụ thuộc INTENDED

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.784 ^a	.614	.609	.36107	1.734
a. Predictors: (Constant), HV, TL, ND, CP, NT, CL					
b. Dependent Variable: INTENDED					

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-637	.170		-3.740	< .001		
	CP	.288	.036	.266	8.089	< .001	.863	1.159
	CL	.224	.026	.295	8.781	< .001	.825	1.212
	TL	.159	.022	.234	7.210	< .001	.885	1.130
	ND	.157	.024	.208	.6428	< .001	.854	1.170
	NT	.195	.032	.201	6.098	< .001	.854	1.170
	HV	.120	.025	.150	4.714	< .001	.925	1.081
a. Dependent Variable: INTENDED								

Nguồn: Kết quả phân tích từ SPSS 22.0

giá cho sinh viên. Đồng thời, doanh nghiệp nên nâng cao chất lượng và dịch vụ chẳng hạn như nâng cấp ứng dụng và dịch vụ chăm sóc khách hàng tốt. Về phía sinh viên cần hiểu rõ nhu cầu cá nhân và nhận thức được lợi ích tiêu dùng xe máy điện Xanh SM, qua đó nâng cao tinh thần và trách nhiệm đối với môi trường, góp phần cắt giảm lượng khí thải

trong quá trình di chuyển bằng các phương tiện giao thông sử dụng điện. Đối với chính quyền và cơ quan quản lý, cần có chính sách hỗ trợ doanh nghiệp sản xuất, kinh doanh xe máy điện, cung cấp ưu đãi thuế để thúc đẩy ngành công nghiệp xanh, đồng thời tăng cường tuyên truyền nhằm nâng cao nhận thức về giao thông bền vững ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

Tiếng Việt

Dương, C. H., & Phan, T. H. (2022). Nghiên cứu về các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ đặt xe công nghệ GRAB tại thành phố Đà Nẵng.

Hoàng, T., & Chu, N. M. N. (2008). Phân tích dữ liệu nghiên cứu với SPSS (Dùng với SPSS các phiên bản 11.5, 13, 14, 15, 16) - Tập 1. Hồng Đức.

Hùng, H. T., Quyên, H. T. T., & Nhi, H. T. (2018). Các yếu tố ảnh hưởng đến hành vi tiêu dùng xanh của người tiêu dùng tại Thành phố Huế. Hue University Journal of Science: Economics and Development, 127(5A), 199-212.

Lâm, N. L. V. V. Q., & Nguyễn, L. (2024) Nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến ý định mua xe điện của khách hàng tại Thành phố Hồ Chí Minh.

Tiếng Anh

- Aaker, D. A. (1991). Managing Brand Equity: Capitalizing on the Value of a Brand Name. The Free Press.
- Abdullah-Al-Mamun, A., Rahman, M. K., & Robel, S. D. (2014). A critical review of consumers' sensitivity to price: Managerial and theoretical issues. *Journal of International Business and Economics*, 2(2), 1-9
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179 - 211.
- Al-Rahmi, W. M., Yahaya, N., Aldraiweesh, A. A., Alamri, M. M., Aljarboa, N. A., Alturki, U., & Aljeraiwi, A. A. (2019). Integrating technology acceptance model with innovation diffusion theory: An empirical investigation on students' intention to use E-learning systems. *Ieee Access*, 7, 26797-26809.
- Amoako, G. K., Dzogbenuku, R. K., & Abubakari, A. (2020). Do green knowledge and attitude influence the youth's green purchasing? Theory of planned behavior. *International Journal of Productivity and Performance Management*, 69(8), 1609-1626.

Ngày nhận bài: 21/1/2025

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 5/2/2025

Ngày chấp nhận đăng bài: 23/2/2025

FACTORS INFLUENCING STUDENTS' DECISION TO USE XANH SM ELECTRIC MOTORBIKES IN HO CHI MINH CITY

- TRAN DINH SON ANH MINH¹
- NGUYEN ANH THU²
- LE PHAM HOANG NGHI ANH²
- NGUYEN THANH TAM²
- NGUYEN VO ANH THU²
- NGUYEN TRAN THUY TIEN²

¹Lecturer, Faculty of Accounting - Auditing, Ho Chi Minh City Open University

²Student, School of Advanced Study, Ho Chi Minh City Open University

ABSTRACT:

This study investigates the factors influencing students' decision to use Xanh SM electric motorbikes in Ho Chi Minh City. Based on survey data and statistical analysis, the findings reveal that six key factors: service quality, cost perception, convenience and ease of use, brand recognition, environmental awareness, and perceived behavioral control, positively impact students' adoption of Xanh SM electric motorbikes. The results offer insights for service providers aiming to enhance user experience and promote the adoption of environmentally friendly transportation among young consumers.

Keywords: accounting, auditing, major, university students, Ho Chi Minh City