

GIẢI THÍCH Ý ĐỊNH TIẾT KIỆM ĐIỆN NĂNG CỦA NGƯỜI TIÊU DÙNG TẠI NHA TRANG BẰNG VIỆC VẬN DỤNG LÝ THUYẾT HÀNH VI DỰ ĐỊNH

● ĐOÀN XUÂN NHÂN - NGUYỄN THỊ NGÀ - NGUYỄN THỊ KIM ĐÀO

TÓM TẮT:

Nghiên cứu sử dụng mô hình TPB gốc gồm thái độ, chuẩn chủ quan và kiểm soát hành vi cảm nhận để đi giải thích ý định tiết kiệm điện năng của người tiêu dùng tại Nha Trang. Kết quả nghiên cứu cho thấy tất cả các giả thuyết nghiên cứu đề xuất đều được ủng hộ bởi dữ liệu. Cụ thể: thái độ ($\beta = 0,28$), chuẩn chủ quan ($\beta = 0,22$) và kiểm soát hành vi cảm nhận ($\beta = 0,21$). Với kết quả nghiên cứu này được kỳ vọng tạo ra những hàm ý chính sách thiết thực và hữu hiệu để gia tăng ý định tiết kiệm điện của người tiêu dùng tại thành phố Nha Trang.

Từ khóa: người tiêu dùng, thành phố Nha Trang, lý thuyết hành vi dự định, ý định tiết kiệm điện.

1. Đặt vấn đề

Hiện nay, con người đang phải đối mặt với những vấn đề nghiêm trọng do sự biến đổi khí hậu đang ngày càng diễn biến phức tạp, tài nguyên thiên nhiên suy thoái, môi trường sống ô nhiễm,... Đặc biệt, với vùng khí hậu nhiệt đới ở thành phố Nha Trang, lượng mưa giảm đi và số ngày nắng nóng tăng cao, khiến nhu cầu sử dụng điện năng của người dân ngày càng cao, dẫn đến nhiều hệ lụy khác nhau. Để sử dụng điện năng hiệu quả, cần có sự thay đổi về mặt tư duy, nhận thức của mỗi người tiêu dùng về việc sử dụng tiết kiệm điện năng.

2. Cơ sở lý thuyết và giả thuyết nghiên cứu

2.1. Cơ sở lý thuyết

Lý thuyết hành vi dự định (The theory of planned behavior - TPB): Thể hiện rõ hơn mối quan hệ về niềm tin và hành vi của một cá nhân thông qua 3 yếu tố, đó là: thái độ, chuẩn chủ quan và kiểm soát hành vi. Trong đó, thái độ đối với hành vi là mức độ thuận lợi hay bất lợi cho cá nhân từ một hành vi mà cá nhân đó thu được kết quả từ việc thực hiện. Tiếp đến là chuẩn chủ quan, đó là niềm tin mà cá nhân đặt rất lớn vào những người có tầm ảnh hưởng đến họ, nếu cá nhân có niềm tin rằng những người có tầm quan

trọng mong muốn họ thực hiện hành vi thì họ sẵn sàng thực hiện hành vi đó. Ngược lại, sẽ không thực hiện được hành vi nếu những người có tầm quan trọng này không mong muốn họ thực hiện hành vi. Và sau cùng đó là kiểm soát hành vi. Đây là sự phát triển mới dựa trên mô hình lý thuyết hành động hợp lý bên cạnh niềm tin của cá nhân đó về việc thực hiện một hành vi là dễ hay khó, mà còn là sự nhận thức của cá nhân về những nguồn lực có sẵn và khả năng nắm bắt thời cơ khi thực hiện hành vi.

2.2. Giả thuyết nghiên cứu

2.2.1. Mối quan hệ giữa thái độ và ý định tiết kiệm điện năng

Theo Ajzen (1991), thái độ là sự đánh giá thuận lợi hay bất lợi trong quá trình phát triển của một hành vi. Ngoài ra, thái độ còn là một tập hợp các cảm xúc, niềm tin và hành vi hướng đến một đối tượng, con người, đồ vật hay một sự kiện cụ thể nào đó. Hơn nữa, thái độ cũng là một chức năng của hành vi niềm tin, nếu một cá nhân tin rằng hành vi đó mang một kết quả tích cực thì sau đó họ sẽ phát triển một thái độ thuận lợi đối với hành vi đó (Ajzen và Fishbein, 1980). Trong bài nghiên cứu này, đối tượng chính là người tiêu dùng tại thành phố Nha Trang, thái độ của người tiêu dùng sẽ được thể hiện thông qua ý định tiết kiệm điện năng. Với ý định này sẽ mang lại những lợi ích gì cho chính bản thân họ? Từ những suy luận trên, nghiên cứu đề xuất giả thuyết H1:

H1: Thái độ (TD) có ảnh hưởng tích cực đến ý định tiết kiệm điện năng của người tiêu dùng trên địa bàn thành phố Nha Trang.

2.2.2. Mối quan hệ giữa chuẩn chủ quan và ý định tiết kiệm điện năng

Chuẩn chủ quan: là nhận thức của người ảnh hưởng sẽ nghĩ rằng cá nhân đó nên thực hiện hay không thực hiện hành vi (Ajzen, 1991). Những ảnh hưởng này sẽ đến từ rất nhiều phía, bao gồm cả nền văn hóa xã hội tác động đến người tiêu dùng, hay chính những người xung quanh họ đưa ra ý kiến của chính bản thân họ. Những người có sức ảnh hưởng đến một cá nhân, ví dụ như ông bà,

cha mẹ, bạn bè, đồng nghiệp, hay những người thân thuộc, nếu họ cho người tiêu dùng được sự phản ứng mạnh mẽ về một hành vi nào đó, thì người tiêu dùng sẽ có xu hướng tin tưởng những người ảnh hưởng này và hành vi đó có thể được thực hiện. Và nếu trong trường hợp xấu, nhóm người ảnh hưởng này không có phản ứng, hoặc phản ứng tiêu cực về một hành vi nào đó, người tiêu dùng cũng có thể thay đổi ý định của mình. Chính vì điều này, nghiên cứu đã đề xuất giả thuyết H2:

H2: Chuẩn mực chủ quan (CCQ) có ảnh hưởng tích cực đến ý định tiết kiệm điện năng của người tiêu dùng trên địa bàn thành phố Nha Trang.

2.2.3. Mối quan hệ giữa kiểm soát hành vi và ý định tiết kiệm điện năng

Cảm nhận của mỗi cá nhân về một hành vi nào đó sẽ ảnh hưởng trực tiếp đến ý định của người tiêu dùng. Kiểm soát cảm nhận được hình thành dựa trên sự cảm nhận tích cực hay tiêu cực đối với một vấn đề của chính người đó với hành vi. Việc kiểm soát được hành vi cảm nhận của chính bản thân mình sẽ đưa ra được nhiều ý kiến tích cực hơn, kiểm soát sẽ dựa trên nhiều yếu tố khác nhau và càng có nhiều yếu tố xác thực thì việc kiểm soát sẽ trở nên dễ dàng, đồng thời đưa ra được thực hiện ý định tiết kiệm của mình. Từ đó, giả thuyết H3 được nghiên cứu đề xuất:

H3: Kiểm soát hành vi (KS) cảm nhận có ảnh hưởng tích cực đến ý định tiết kiệm điện năng của người tiêu dùng trên địa bàn thành phố Nha Trang.

3. Phương pháp nghiên cứu

3.1. Thang đo lường

Thang đo Likert năm điểm được sử dụng để đo lường ý định tiết kiệm điện của người tiêu dùng với: 1: rất không đồng ý; 2: không đồng ý; 3: không ý kiến; 4: đồng ý; 5: rất đồng ý. Tất cả các thang đo được kế thừa từ các nghiên cứu trước. Cụ thể, thang đo thái độ gồm 4 mục hỏi và gồm 3 mục hỏi, hai thang đo này đều được kế thừa của Ajzen (2002), Wang và cộng sự, (2014) và Yadav & Pathak (2016); Thang đo chuẩn chủ quan được kế thừa của Manning (2009) gồm 5 mục hỏi; và

Kiểm soát hành vi gồm 4 mục hỏi được kế thừa của Kaiser & Scheuthle (2003).

3.2. Cách xác định cỡ mẫu

Theo Cohen (1992, tr.25-26), cỡ mẫu tối thiểu cần thiết sử dụng trong nghiên cứu phụ thuộc vào các biến số độc lập trong mô hình nghiên cứu, hay số lượng mũi tên chỉ vào cấu trúc trong mô hình đường dẫn PLS. Cụ thể, nếu trong mô hình nghiên cứu có 4 biến độc lập, cần 113 mẫu. Trong nghiên cứu này có 3 biến độc lập, cần tối thiểu 103 quan sát. Để tăng độ tin cậy trong kết quả nghiên cứu, trong tổng 270 bảng câu hỏi phát ra, thu về 250 quan sát, 20 bị loại vì thiếu dữ liệu và phi logic trong trả lời thông tin. Dữ liệu thu thập được xử lý bằng phần mềm SmartPLS 3.2.8.

4. Kết quả và thảo luận

4.1. Kết quả nghiên cứu

4.1.1. Kiểm định thang đo: độ tin cậy và độ giá trị

Kết quả kiểm định thang đo cho thấy các thang đo đều đạt độ tin cậy, độ giá trị tin cậy. Hệ số Cronbachs alpha của các biến đều lớn hơn 0,7, cụ thể dao động từ 0,813 đến 0,963. Độ tin cậy tổng hợp của các thang đo đều đạt yêu cầu với hệ số lớn hơn 0,7 và nằm trong khoảng 0,876-0,976. Đồng thời, các hệ số tải nhân số đều lớn hơn 0,6 và phương sai trích đều lớn hơn 0,5. Do đó, các

thang đo trong mô hình nghiên cứu đều đạt được độ nhất quán nội tại. (Bảng 1)

Bảng 1. Ma trận tương quan giữa các cấu trúc khái niệm

	1. TD	2. CCQ	3. KS	4. YD
1. TD				
2. CCQ	0,10			
3. KS	0,80	0,01		
4. YD	0,46	0,24	0,43	

Nguồn: Kết quả chạy PLS

Để kiểm định độ giá trị phân biệt, nghiên cứu sử dụng ma trận tương quan HTMT. Theo đó, các giá trị tương quan trong ma trận HTMT đều nhỏ hơn giá trị 0,85 chỉ ra rằng các thang đo này đạt được giá trị phân biệt (Hair & cộng sự, 2016).

4.1.2. Kiểm định giả thuyết nghiên cứu (Bảng 2, Hình 1)

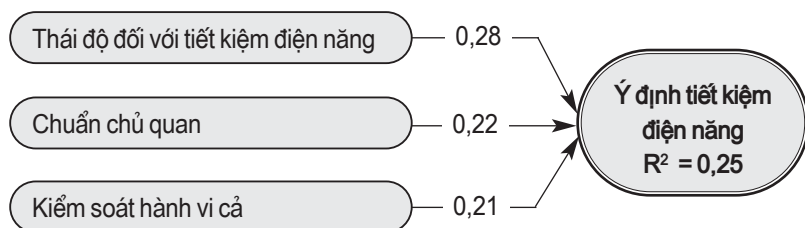
4.2. Thảo luận kết quả nghiên cứu

Từ Bảng 2 kết quả kiểm định Bootstrap cho thấy các hệ số này đều khác 0. Hệ số VIF của các cấu trúc khái niệm đều nhỏ hơn 2 (1,008 - 1,842). Do vậy, giữa các biến giải thích độc lập đều không bị ảnh hưởng đa cộng tuyến trong việc

Bảng 2. Kết quả kiểm định mô hình nghiên cứu

Giả thuyết		Mô hình nghiên cứu			VIF	Kết luận
		Hệ số chuẩn hóa Std., β	Mức ý nghĩa P	Khoảng giá trị (Bootstrap)		
TD $\rightarrow$ YD	H1	0,28	0,003	[0,112-0,467]	1,842	Ủng hộ
CCQ $\rightarrow$ YD	H2	0,22	0,000	[0,114-0,292]	1,008	Ủng hộ
KS $\rightarrow$ YD	H3	0,21	0,014	[0,025-0,366]	1,838	Ủng hộ
R ²	R ² (YD) = 0,25					
Độ lớn tác động (f ²)	f ² _{TD$\rightarrow$YD} = 0,06; f ² _{CCQ$\rightarrow$YD} = 0,06; f ² _{KS$\rightarrow$YD} = 0,03					
Dự đoán (Q ²)	Q ² _{YD} = 0,21					

Hình 1: Mô hình nghiên cứu



kiểm định giả thuyết. Hay các biến độc lập trong mô hình nghiên cứu đều có tác động dương và ảnh hưởng có ý nghĩa thống kê ($p < 0,05$) lên biến phụ thuộc ý định tiết kiệm điện năng. Các chỉ số f^2 với giá trị lần lượt là 0,06; 0,06; 0,03 chỉ ra mức độ tác động đến ý tiết kiệm điện năng của biến thái độ, chuẩn chủ quan và kiểm soát hành vi cảm nhận. Tương tự, chỉ số Q2 với giá trị 0,21 lớn hơn 0 - chứng tỏ sự phù hợp liên quan đến khả năng dự báo của các biến thái độ, chuẩn chủ quan và kiểm soát hành vi cảm nhận. Kết quả nghiên cứu cho thấy, tất cả các giả thuyết nghiên cứu đều được ủng hộ. Cụ thể, nhân tố ảnh hưởng mạnh nhất đối với ý định tiết kiệm điện năng của người tiêu dùng trên địa bàn thành phố Nha Trang là nhân tố thái độ vì có hệ số $\beta = 0,28$ và $p = 0,003$. Điều này có nghĩa là khi các nhân tố khác không đổi, nếu nhân tố thái độ tăng lên 1 đơn vị thì ý định tiết kiệm điện năng của người tiêu dùng trên địa bàn thành phố Nha Trang tăng lên 0,28 đơn vị. Tiếp đến, nhân tố ảnh hưởng mạnh thứ hai đối với ý định tiết kiệm điện năng của người tiêu dùng trên địa bàn thành phố Nha Trang là nhân tố chuẩn chủ quan, vì có hệ số $\beta = 0,22$ và $p = 0,000$. Điều này có nghĩa là khi các nhân tố khác không đổi, nếu nhân tố thái độ tăng lên 1 đơn vị thì ý định tiết kiệm điện năng của người tiêu dùng trên địa bàn thành phố Nha Trang tăng lên 0,22 đơn vị. Cuối cùng, nhân tố ảnh hưởng mạnh thứ ba đối với ý định tiết kiệm điện năng của người tiêu dùng trên địa bàn thành phố Nha Trang là nhân tố Kiểm soát hành vi cảm nhận vì có hệ số $\beta = 0,21$ và $p = 0,014$. Điều này có nghĩa là khi các nhân tố khác không đổi, nếu nhân tố thái độ tăng lên 1 đơn vị, ý định tiết kiệm

điện năng của người tiêu dùng trên địa bàn thành phố Nha Trang tăng lên 0,21 đơn vị.

5. Hàm ý chính sách

Nghiên cứu đề xuất một số hàm ý chính sách để gia tăng ý định tiết kiệm điện của người tiêu dùng Nha Trang. Kết quả

nghiên cứu cho thấy thái độ là nhân tố có tác động đến ý định tiết kiệm điện năng của người tiêu dùng trên địa bàn thành phố Nha Trang. Điều này cho thấy thái độ của người tiêu dùng càng tích cực thì ý định tiết kiệm điện của người tiêu dùng càng cao và ngược lại. Chính vì vậy, để nâng cao được ý định tiết kiệm điện, chúng ta phải nâng cao được nhận thức của người tiêu dùng về tầm quan trọng của việc tiết kiệm. Đối với chuẩn chủ quan, kết quả nghiên cứu cho thấy nhận thức của cá nhân rất dễ bị chi phối bởi những người xung quanh như gia đình, bạn bè, hàng xóm, hay đồng nghiệp. Điều này càng chứng minh được sự quan trọng của những người xung quanh chúng ta. Tuy nhiên, việc chi phối nhận thức của những người xung quanh đó thật sự rất khó khăn. Để chi phối được họ, cần phải sử dụng đúng phương pháp, đúng đối tượng, đánh vào tâm lý của họ bằng cách tác động tầm quan trọng của việc thiếu hụt điện năng, hay sử dụng quá mức sẽ gây ảnh hưởng trực tiếp đến người tiêu dùng như là: nếu tiêu thụ điện năng càng nhiều thì sẽ ảnh hưởng đến tuổi thọ của các thiết bị điện tử, gây hư hỏng và phải tốn chi phí sửa chữa hoặc thay mới, chi phí sinh hoạt trong gia đình sẽ tăng cao. Nhưng đối với những gia đình có điều kiện kinh tế vững mạnh, phương pháp này khó có thể thuyết phục họ thay đổi ý định. Chính vì thế, cần tác động nhiều hơn về những ảnh hưởng của điện năng đến sức khỏe, đời sống của cá nhân. Ví dụ như nếu không sử dụng điện năng một cách hợp lý sẽ ảnh hưởng đến việc thiếu hụt nguồn điện dẫn đến tình trạng cắt điện luân phiên gây ảnh hưởng đến đời sống, hay sử dụng quá mức sẽ gây cháy nổ, ảnh hưởng đến sức khỏe của người tiêu dùng. Cuối cùng, kiểm soát hành vi

cảm nhận: nghiên cứu cho thấy yếu tố kiểm soát hành vi cảm nhận là yếu tố quan trọng có tác động đáng kể đến ý định tiết kiệm điện năng của người tiêu dùng trên địa bàn thành phố Nha Trang. Do vậy, cần nâng cao nhận thức của người tiêu dùng theo hướng tích cực đối với việc tiết kiệm điện năng, để họ có thể thay đổi ý định thực hiện hành vi dễ dàng hơn. Đối với người tiêu dùng, cần tạo thói quen tiết kiệm điện cho chính mình thông qua việc tắt điện khi không sử dụng, đóng kín các cửa khi sử dụng máy lạnh, sử dụng tối đa nguồn sáng tự nhiên, vệ sinh các thiết bị điện tử thường xuyên để giảm được công suất hoạt động. Tự trang bị cho bản thân những kỹ năng, mẹo vặt về tiết kiệm điện để tránh những tình trạng xấu ảnh hưởng đến bản thân và gia đình. Ví dụ như, tự chế tạo máy quạt hơi nước bằng đá, sử dụng đèn LED thay cho

đèn Compact, sơn tường nhà màu sáng thay vì các màu tối để có thể phản ánh sáng tốt hơn, hay sử dụng các vật liệu để cách nhiệt tốt hơn. Tìm tòi học hỏi để nâng cao kiến thức, tư duy lối sống đối với việc tiết kiệm điện thông qua báo đài, các trang mạng xã hội,... bổ sung và cập nhập nhiều kiến thức mới để tìm ra được nhiều biện pháp tiết kiệm điện hơn. Đối với cơ quan nhà nước cần phát triển cơ sở hạ tầng, áp dụng các công nghệ khoa học tiên tiến để tạo ra nguồn điện sạch như là điện được sản xuất nhờ năng lượng mặt trời, thủy triều, gió,...; Tăng cường quản lý, giám sát và đưa ra các biện pháp xử lý tình trạng người tiêu dùng sử dụng vượt quá định mức bằng việc tăng mức phí tính trên kWh sử dụng; Xây dựng các kế hoạch tuyên truyền và triển khai một cách hiệu quả về ý định tiết kiệm điện năng ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior'. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211.
2. Ajzen, I., (2002). Perceived behavioral control, self-efficacy, locus of control, and the theory of planned behavior. *Journal of Applied Social Psychology*, 32 (4), 665-683.
3. Ajzen, I. & Fishbein, M. (1980). *Understanding attitudes and predicting social behavior*. Englewood Cliffs. NJ: Prentice-Hall.
4. Cohen, J. (1992). A power primer. *American Psychologist*. 112(1), 155-159.
5. Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. & Sarstedt, M. (2016). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
6. Kaiser, F.G., Scheuthle, H. (2003). Two challenges to a moral extension of the theory of planned behavior: moral norms and just world beliefs in conservationism. *Person. Indiv. Diff*, 35 (5), 1033–1048.
7. Manning, M. (2009). The effects of subjective norms on behavior in the theory of planned behavior: a meta-analysis. *Br. J. Soc. Psychol*, 48 (4), 649-705.
8. Wang, Z., Zhang, B., Li, G. (2014), Determinants of energy-saving behavioral intention among residents in Beijing: Extending the theory of planned behavior. *Journal of Renewable and Sustainable Energy*, 6 (5), 053127.
9. Yadav, R., Pathak, G.S. (2016). Young consumers' intention towards buying green products in a developing nation: extending the theory of planned behavior. *J. Clean. Prod*, 135, 732-739.
10. Zografakis, N., Sifaki, E., Pagalou, M., Nikitaki, G., Psarakis, V., and Tsagarakis, K. P. (2010). Assessment of public acceptance and willingness to pay for renewable energy sources in Crete. *Renewable Sustainable Energy Rev.* 14(3), 1088-1095.

Ngày nhận bài: 2/5/2022

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 2/6/2022

Ngày chấp nhận đăng bài: 11/6/2022

Thông tin tác giả:

1. ThS. ĐOÀN XUÂN NHÂN¹

2. TS. NGUYỄN THỊ NGÀ²

3. NGUYỄN THỊ KIM ĐÀO²

¹Trường Cao đẳng Du lịch Nha Trang

²Trường Đại học Nha Trang

EXPLAINING THE INTENTION TO SAVE ELECTRICITY OF CONSUMERS IN NHA TRANG BY USING THE THEORY OF PLANNED BEHAVIOR

● Master. DOAN XUAN NHAN¹

● Ph.D NGUYEN THI NGÀ²

● NGUYEN THI KIM DAO²

¹Nha Trang Tourism College

²Nha Trang University

ABSTRACT:

This study uses the original theory of planned behavior (TPB) model, including attitude, subjective norm and perceived behavioral control factors to explain the intention to save energy of consumers in Nha Trang. The study's results show that all the proposed research hypotheses are supported by the data with attitude ($\beta = 0.28$), subjective norm ($\beta = 0.22$) and perceived behavioral control ($\beta = 0.21$). This study's results are expected to create practical and effective policy implications to increase the intention to save electricity of consumers in Nha Trang.

Keywords: consumers, Nha Trang, TPB, intention to save electricity.