



DOI: <https://doi.org/10.52714/dthu.sch.2401.1809>

CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN Ý ĐỊNH MUA XE MÁY ĐIỆN CỦA NGƯỜI DÂN TRÊN ĐỊA BÀN PHƯỜNG CAO LÃNH, TỈNH ĐỒNG THÁP

Nguyễn Hoàng Vinh và Phạm Thái Ngọc*

Khoa Kinh tế - Luật, Trường Đại học Đồng Tháp, Việt Nam

*Tác giả liên hệ, Email: ptngoc@dthu.edu.vn

Lịch sử bài báo

Ngày nhận: 19/6/2025; Ngày nhận chỉnh sửa: 8/8/2025; Ngày duyệt đăng: 13/8/2025

Tóm tắt

Tình trạng ô nhiễm không khí do phương tiện giao thông gây ra đang trở nên nghiêm trọng tại các thành phố đông dân ở Việt Nam. Xe máy điện được xem là một giải pháp thay thế thân thiện với môi trường, tuy nhiên mức độ chấp nhận mua và sử dụng của người dân tại các đô thị Đồng bằng sông Cửu Long chưa được như mong đợi. Nghiên cứu này được thực hiện nhằm xác định các yếu tố ảnh hưởng đến ý định mua xe máy điện của người dân tại phường Cao Lãnh, tỉnh Đồng Tháp. Nghiên cứu đã thực hiện điều tra thu được 314 phản hồi đạt yêu cầu và phân tích mô hình hồi quy tuyến tính. Kết quả nghiên cứu cho thấy các yếu tố như nhận thức về môi trường, thái độ, chuẩn mực chủ quan và chính sách hỗ trợ có tác động tích cực đến ý định mua xe máy điện của người dân tại phường Cao Lãnh, tỉnh Đồng Tháp. Nghiên cứu đã đề xuất các giải pháp khả thi để tăng cường ý định mua xe máy điện của người dân trên địa bàn, góp phần thúc đẩy tiêu dùng xanh và phát triển bền vững.

Từ khóa: Chính sách hỗ trợ, chuẩn chủ quan, nhận thức về môi trường, thái độ, xe máy điện, ý định mua.

Trích dẫn: Nguyễn, H. V., & Phạm, T. N. (2026). Các yếu tố ảnh hưởng đến ý định mua xe máy điện của người dân trên địa bàn Thành phố Cao Lãnh. *Tạp chí Khoa học Đại học Đồng Tháp*, 15(9), 66-79. <https://doi.org/10.52714/dthu.sch.2401.1809>

Copyright © 2026 The author(s). This work is licensed under a CC BY-NC 4.0 License.

INFLUENCERS ON THE INTENTION TO PURCHASE ELECTRIC MOTORBIKES AMONG RESIDENTS IN CAO LANH WARD, DONG THAP PROVINCE

Nguyen Hoang Vinh and Pham Thai Ngoc*

¹Faculty of Economics - Law, Dong Thap University, Cao Lanh 870000, Vietnam

**Corresponding author, Email: ptngoc@dthu.edu.vn*

Article history

Received: 19/6/2025; Received in revised form: 8/8/2025; Accepted: 13/8/2025

Abstract

Air pollution caused by transportation has become increasingly severe in densely populated cities in Vietnam. Electric motorcycles are regarded as an environmentally friendly alternative; however, the level of acceptance and adoption among residents in urban areas of the Mekong Delta remains lower than expected. This study aims to identify the influencers on the intention to purchase electric motorcycles among residents of Cao Lanh Ward, Dong Thap Province. A survey was conducted, yielding 314 valid responses, which were subsequently analyzed using a linear regression model. The findings indicate that factors such as environmental awareness, attitude, subjective norms, and supportive policies have a positive influence on the intention to purchase electric motorcycles among local residents. Based on the results, the study proposes feasible solutions to enhance the adoption of electric motorcycles in the area, thereby contributing to green consumption and sustainable development.

Keywords: *Attitude, environmental awareness, electric motorbike, purchase intention, subjective norms, supportive policies.*

1. Giới thiệu

Thực trạng ô nhiễm môi trường ở Việt Nam đang ở mức báo động cao, tình trạng này chưa có dấu hiệu dừng lại mà chúng lại tiếp tục tăng cao (Phan, 2019). Theo Phạm (2017), giao thông vận tải được xem là nguyên nhân chính góp phần gia tăng ô nhiễm không khí tại các đô thị, chiếm khoảng 70% tổng lượng bụi và khí thải phát thải vào môi trường không khí. Vì vậy, thay đổi trong việc sử dụng phương tiện giao thông theo hướng thân thiện với môi trường sẽ góp phần giảm bớt tình trạng ô nhiễm môi trường và nâng cao chất lượng cuộc sống cho hiện tại và thế hệ tương lai. Một số giải pháp mà các nước trên thế giới đang sử dụng để tránh lượng khí CO₂ thải ra không khí quá nhiều và tránh tình trạng ùn tắc giao thông bằng việc sử dụng các phương tiện công cộng.

Tuy nhiên giải pháp sử dụng các phương tiện công cộng như các nước trên thế giới lại không khả thi đối với người dân trên địa bàn phường Cao Lãnh, tỉnh Đồng Tháp và vì những lí do khách quan mà xe máy có thể được xem là một phương tiện không thể thiếu trong mỗi gia đình người dân. Từ năm 2010 thị trường xe máy điện đã xuất hiện tại địa bàn nhưng chưa được sự lựa chọn nhiều của người dân phường Cao Lãnh, tỉnh Đồng Tháp và tại thời điểm này công nghệ chưa phát triển mạnh mẽ như ngày nay nên việc hiểu và tiếp cận đến sản phẩm xe máy điện của người dân vẫn còn hạn chế. Hiện nay thị trường xe máy điện ở Việt Nam dân sôi động trở lại do nhận thức của người dân về vấn đề môi trường ngày càng nâng cao, cũng như các chính sách hỗ trợ cho việc thay đổi phương tiện xe điện đang được áp dụng rộng rãi. Tuy nhiên thị phần xe máy điện tại địa bàn phường Cao Lãnh, tỉnh Đồng Tháp vẫn còn thấp so với các đô thị khác trên toàn quốc. Do vậy vấn đề được quan tâm là những yếu tố nào ảnh hưởng đến ý định mua xe máy điện của người dân trên địa bàn cần được nghiên cứu, do hành vi người tiêu dùng có sự thay đổi đáng kể theo bối cảnh nghiên cứu.

Hiện nay, những nghiên cứu ở lĩnh vực này trên địa bàn phường Cao Lãnh, tỉnh Đồng Tháp còn khá hạn chế và chỉ dừng lại ở mức độ phân tích chung về thị trường xe máy điện hoặc nghiên cứu những sản phẩm tương tự như xe đạp, xe đạp điện. Bên cạnh đó, các nghiên cứu sâu về ý định mua xe máy điện chỉ đang được nghiên cứu trên các địa bàn khác như Thành phố Hồ Chí Minh hay Cần Thơ, kết quả nghiên cứu sẽ hạn chế khi áp dụng trên địa bàn khác như phường Cao Lãnh (Ho & cs., 2017). Bên cạnh đó, nhận thức về môi trường cũng như chính sách hỗ trợ của Chính phủ về việc chuyển đổi và sử dụng xe điện đang được xúc tiến mạnh mẽ, vì vậy sự thay đổi của các yếu tố này được xem là động lực quan trọng ảnh hưởng mạnh mẽ đến ý định mua xe máy điện của người dân. Nhóm tác giả nhận định việc nghiên cứu các nhân tố này sẽ giúp đánh giá tác động thực tiễn của chúng đến ý định mua xe máy điện trong bối cảnh hiện nay. Xuất phát từ những lí do trên, nhóm tác giả đã lựa chọn thực hiện nghiên cứu với nội dung: “Các yếu tố ảnh hưởng đến ý định mua xe máy điện của người dân trên địa bàn Thành phố Cao Lãnh, tỉnh Đồng Tháp”. Kết quả của nghiên cứu sẽ giúp tác giả đưa ra các đề xuất mang tính thực tiễn cho thị trường xe máy điện tại phường Cao Lãnh và những kiến nghị cho cơ quan quản lý về giải pháp để phát triển thị trường xe máy điện tại phường Cao Lãnh, tỉnh Đồng Tháp.

2. Tổng quan lý thuyết và phát triển giả thuyết

2.1. Lý thuyết phát triển mô hình nghiên cứu

Thuyết Hành vi dự định (Theory of Planned Behavior - TPB) do Ajzen phát triển vào năm 1991, là một mô hình lý thuyết được sử dụng rộng rãi để dự đoán và giải thích hành vi của con người trong các bối cảnh khác nhau. Lý thuyết này chỉ ra rằng một hành vi có thể được thực hiện khi các nhân tố ảnh hưởng và mức độ của các nhân tố này càng lớn trong điều kiện thích hợp (Ajzen, 1991). Các nghiên cứu thực nghiệm trước đây tại thị trường Việt Nam đã áp dụng thuyết TPB để nghiên cứu ý định mua xe máy điện và kết quả cho thấy thuyết hành

vi dự định là phù hợp để xác định các yếu tố và đo lường tác động của chúng đến ý định của người tiêu dùng (Tran & Tran, 2021; Phuong & cs., 2024). Do đó, nghiên cứu này cũng dựa trên thuyết TPB để xây dựng mô hình nghiên cứu và giả thuyết các mối quan hệ tương ứng. Tuy nhiên trong mô hình nghiên cứu, biến nhận thức kiểm soát hành vi không được xem xét vì ba lí do chính sau: (1) nghiên cứu tập trung nghiên cứu nhận thức về môi trường vào ý định mua xe máy điện; (2) bối cảnh nghiên cứu hiện tại không có nhiều rào cản kiểm soát hành vi như tài chính, nguồn cung sản phẩm, khả năng sử dụng sản phẩm,...; và (3) nghiên cứu thực nghiệm của Tong & cs. (2024) cho thấy nhận thức kiểm soát hành vi không ảnh hưởng ý định mua xe máy điện của người tiêu dùng tại Thành phố Hồ Chí Minh.

2.2. Phát triển giả thuyết nghiên cứu

2.2.1. Mối quan hệ giữa nhận thức về môi trường và ý định mua xe máy điện

Ý định mua được định nghĩa bởi Ajzen và Fishbein (1973) là sự dự định thực hiện một hành vi cụ thể nào đó. Theo nghiên cứu của Chiu và Tzeng (1999), nhận thức về môi trường liên quan đến nhận thức của cá nhân về vấn đề ô nhiễm môi trường, kiến thức về môi trường cũng như hành vi tiết kiệm năng lượng. Bên cạnh đó, các nghiên cứu gần đây của Nguyen & cs. (2023) và Hà & cs. (2023) về xu hướng tiêu dùng xanh và ý định mua xe máy điện đã chỉ ra rằng nhận thức về môi trường có ảnh hưởng đáng kể đến ý định mua của người tiêu dùng. Do đó, nghiên cứu đề xuất:

Giả thuyết H1: Nhận thức về môi trường tác động tích cực đến ý định mua xe máy điện của người dân trên địa bàn phường Cao Lãnh, tỉnh Đồng Tháp.

2.2.2. Mối quan hệ giữa thái độ và ý định mua xe máy điện

Theo Ajzen và Fishbein (1973), thái độ tích cực hoặc tiêu cực của người tiêu dùng phản ánh sự đánh giá chủ quan của cá nhân về kết quả của hành vi mà họ dự định thực hiện. Trong nghiên cứu của Phuong & cs. (2024), thái độ của người tiêu dùng đối với sản phẩm xe máy điện được cấu thành từ các yếu tố như: đánh giá về kiểu dáng thiết kế, mức độ an toàn, giá cả và mức độ thân thiện với môi trường của sản phẩm. Do đó, nghiên cứu đề xuất:

Giả thuyết H2: Thái độ có tác động tích cực đến ý định mua xe máy điện của người dân trên địa bàn phường Cao Lãnh, tỉnh Đồng Tháp.

2.2.3. Mối quan hệ giữa chuẩn chủ quan và ý định mua xe máy điện

Chuẩn mực chủ quan trong nghiên cứu này cũng có thể bắt nguồn từ sự tác động trực tiếp hoặc gián tiếp của các doanh nghiệp đến hành vi người tiêu dùng, thông qua các hoạt động như chiến lược tiếp thị của nhân viên bán hàng, chính sách khuyến mãi hấp dẫn, cũng như dịch vụ hậu mãi sau khi mua hàng (Ajzen, 1991). Yếu tố chuẩn chủ quan cũng là một yếu tố tác động ít nhiều đến hành vi của người tiêu dùng như tùy vào sự trải nghiệm của bản thân, kinh nghiệm, sở thích, tư duy, cá tính của người tiêu dùng. Kế thừa nhân tố này từ những nghiên cứu như Yadav và Pathak (2016) và nghiên cứu của Hoang (2022) để phục vụ cho quá trình nghiên cứu của tác giả và xem nhân tố này có ảnh hưởng ít nhiều đến hành vi của người tiêu dùng. Do đó, nghiên cứu đề xuất:

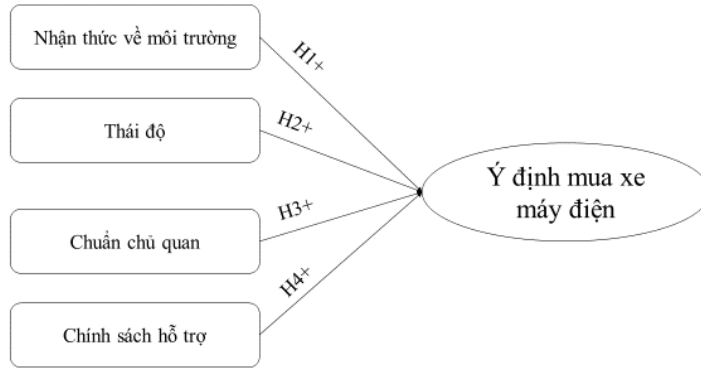
Giả thuyết H3: Chuẩn chủ quan tác động tích cực đến ý định mua xe máy điện của người dân trên địa bàn phường Cao Lãnh, tỉnh Đồng Tháp.

2.2.4. Mối quan hệ giữa chính sách hỗ trợ và ý định mua xe máy điện

Trong nghiên cứu của Ha & cs. (2023), khi đánh giá các công cụ chính sách có khả năng thúc đẩy hành vi mua xe máy điện, ba nhóm chính sách được xác định là đã đạt hiệu quả trong các nghiên cứu trước bao gồm: chính sách về giá, chính sách giảm chi phí sử dụng và các

chính sách phi tài chính. Bên cạnh đó, nghiên cứu của Phuong & cs. (2024) nhấn mạnh rằng chính sách hỗ trợ là một yếu tố có ảnh hưởng đáng kể đến ý định lựa chọn xe máy điện của người tiêu dùng. Do đó, nghiên cứu đề xuất:

Giả thuyết H4: Chính sách hỗ trợ tác động tích cực đến ý định mua xe máy điện của người dân trên địa bàn phường Cao Lãnh, tỉnh Đồng Tháp.



Hình 1. Mô hình nghiên cứu

3. Phương pháp nghiên cứu

3.1. Phương pháp thu thập dữ liệu

3.1.1. Thiết kế thang đo

Nghiên cứu sơ bộ được thực hiện thông qua việc tham khảo ý kiến từ các chuyên gia và người sử dụng liên quan đến đề tài, từ đó tiến hành điều chỉnh, bổ sung và xây dựng thang đo cùng mô hình phù hợp với nội dung nghiên cứu. Các thang đo sử dụng trong nghiên cứu này được phát triển dựa trên cơ sở các nghiên cứu trước đó về các yếu tố ảnh hưởng đến ý định mua xe máy điện. Bảng 1 thể hiện các biến quan sát của thang đo và các nguồn tham khảo. Các biến quan sát trong bảng khảo sát sẽ được đánh giá bằng thang đo 5 mức độ Likert với qui ước một là “Rất không đồng ý”, hai là “Không đồng ý”, ba là “Không ý kiến”, bốn là “Đồng ý” và năm là “Rất đồng ý”.

Bảng 1. Biến quan sát của các thang đo

Cấu trúc	Ký hiệu	Biến quan sát	Nguồn
Nhận thức về môi trường (MT)	MT1	Mức độ nghiêm trọng của các mối đe dọa từ ô nhiễm môi trường, bao gồm ô nhiễm không khí và ô nhiễm tiếng ồn, đang có xu hướng gia tăng đáng kể.	Nguyễn & cs. (2023)
	MT2	Việc bảo vệ môi trường được xem là trách nhiệm chung và thiết yếu của từng cá nhân trong xã hội.	
	MT3	Việc sử dụng rộng rãi xe máy truyền thống đã góp phần làm tăng mức độ ô nhiễm môi trường tại khu vực phường Cao Lãnh, tỉnh Đồng Tháp.	
	MT4	Tôi dự định sử dụng xe điện do có thói quen ưu tiên các sản phẩm thân thiện với môi trường và đóng góp tích cực vào việc bảo vệ môi trường.	
Thái độ (TD)	TD1	Tôi cho rằng xe máy điện thân thiện với môi trường.	Phuong & cs. (2024)
	TD2	Xe máy điện có kiểu dáng thời trang, hiện đại.	

Cấu trúc	Ký hiệu	Biến quan sát	Nguồn
Chuẩn chủ quan (CQ)	TD3	Tôi ủng hộ việc chính phủ triển khai nhiều chính sách khuyến khích người dân sử dụng xe máy điện.	Yadav và Pathak (2016)
	TD4	Tôi cho rằng mức giá của xe máy điện phản ánh tương xứng với chất lượng của sản phẩm.	
	TD5	Tôi nhận thấy rằng xe máy điện này có tính dễ sử dụng cao hơn so với các loại xe máy điện khác.	
	TD6	Các đặc tính của xe máy điện phản ánh kỳ vọng của tôi về chất lượng sản phẩm.	
	CQ1	Tôi chú ý đến xe máy điện do ảnh hưởng từ việc nhiều người xung quanh tôi cũng sử dụng loại phương tiện này.	
	CQ2	Tôi quan tâm đến xe máy điện bởi sự khuyến nghị từ người thân, bạn bè và đồng nghiệp về việc sử dụng loại phương tiện này.	
Chính sách hỗ trợ (CS)	CQ3	Quyết định sử dụng xe máy điện của tôi có thể chịu sự ảnh hưởng từ các lời khuyên và nhận thức cá nhân được truyền tải trên các nền tảng mạng xã hội.	Phuong & cs. (2024)
	CQ4	Tôi quan tâm đến xe máy điện do nhận được sự khuyến khích từ các nhân vật nổi tiếng trên truyền hình.	
	HT1	Tôi cho rằng Nhà nước nên triển khai nhiều chính sách giảm thuế nhằm thúc đẩy việc mua xe máy điện.	
	HT2	Tôi nghĩ rằng nên miễn giảm chi phí đậu xe dài hạn	
Ý định mua (YD)	HT3	Tôi cho rằng cần thiết phải xây dựng các chính sách mua xe điện trả góp với điều kiện hợp lý nhằm tạo thuận lợi cho người tiêu dùng.	Phuong & cs. (2024)
	HT4	Tôi cho rằng cần tập trung phát triển các chính sách ưu đãi bảo hiểm khi mua xe máy điện nhằm nâng cao sự hấp dẫn của sản phẩm đối với người tiêu dùng.	
Ý định mua (YD)	YD1	Tôi dự định sẽ mua xe máy điện	Phuong & cs. (2024)
	YD2	Khi có điều kiện, tôi sẽ lựa chọn xe máy điện	
	YD3	Dù giá y nhau, tôi sẽ ưu tiên mua xe máy điện	

3.1.2. Đối tượng khảo sát và phương pháp thu thập dữ liệu

Nghiên cứu định lượng được thực hiện thông qua việc sử dụng bảng câu hỏi khảo sát. Sau khi bảng câu hỏi được điều chỉnh dựa trên kết quả của giai đoạn nghiên cứu định tính và hoàn thiện thành phiên bản chính thức, quá trình thu thập dữ liệu mới được tiến hành.

Theo Hair (2011), kích thước mẫu tối thiểu trong nghiên cứu được xác định bằng cách nhân tổng số biến quan sát với hệ số 5. Do đó, với 23 biến quan sát trong đề tài, số lượng quan sát tối thiểu cần thiết là 115 ($N = 23 \times 5 = 115$ quan sát). Tuy nhiên để kết quả định lượng đạt mức độ tin cậy cao, nghiên cứu sẽ phát bảng câu hỏi đến đối tượng khảo sát càng nhiều càng tốt trong thời gian nghiên cứu (Hair, 2011). Sau khi hoàn thành thiết kế bảng khảo sát trên Google Form thì nhóm tác giả bắt đầu gửi khảo sát cho người dân trên địa bàn phường Cao Lãnh, tỉnh Đồng Tháp thông qua hình thức trực tuyến qua email hoặc thông qua mạng xã hội (Zalo, Facebook, Tiktok). Thời gian thực hiện điều tra khảo sát từ tháng 11 năm 2024 đến tháng 04 năm 2025. Phương pháp chọn mẫu được thực hiện là thuận tiện phi xác suất, do vậy việc tăng quan sát cũng góp phần tăng độ chính xác và ổn định của kết quả phân tích (Hair, 2011). Đối tượng khảo sát của nghiên cứu là người dân đang sinh sống và làm việc trên địa

bản phường Cao Lãnh, tỉnh Đồng Tháp và đang có ý định mua xe máy điện, vì vậy nghiên cứu chọn lọc đối tượng phù hợp thông qua câu hỏi: “Anh/chị có đang sinh sống và làm việc tại phường Cao Lãnh, tỉnh Đồng Tháp không?”.

3.2. Phương pháp phân tích dữ liệu

Phương pháp phân tích dữ liệu được thực hiện thông qua các giai đoạn sau: thực hiện kiểm định độ tin cậy thông qua Cronbach’s Alpha ($>0,7$), sau đó tiếp tục phân tích nhân tố khám phá EFA ($0,5 \leq KMO \leq 1$; Total Variance Explained $\geq 50\%$; $0,3 \leq$ Factor Loading $\leq 0,5$), cuối cùng là phân tích tương quan và hồi quy tuyến tính.

4. Kết quả và thảo luận

4.1. Thống kê mô tả

Kết quả thu được 314 phiếu đạt yêu cầu, nhóm tác giả tiếp tục sử dụng phần mềm xử lý dữ liệu SPSS.20.0 để phục vụ cho quá trình phân tích dữ liệu. Kết quả thống kê mô tả cho thấy tỉ lệ giới tính nam đạt 56,7%, trong khi đó tỉ lệ giới tính nữ đạt 43,3%. Về cơ cấu độ tuổi, trong 314 quan sát, 22,6% dưới 25 tuổi, 7,3% từ 26 đến 35 tuổi, 49,4% từ 36 đến 45 tuổi, còn lại là trên 45 tuổi. Về cơ cấu nghề nghiệp cho thấy, học sinh - sinh viên chiếm 19,7%, nhân viên hành chính chiếm 10,8%, nhân viên kỹ thuật chiếm 15%, nhân viên kinh doanh chiếm 32,8%, nhà quản lý chiếm 19,1, còn lại là công nhân, buôn bán, nội trợ. Về cơ cấu mức thu nhập, 23,9% có mức từ 5 đến dưới 10 triệu, 16,2% có mức từ 10 đến dưới 15 triệu, 36,6% từ 15 đến dưới 20 triệu, còn lại có mức trên 20 triệu. Về trình độ học vấn, mức phổ thông chỉ chiếm 4,1%, trung cấp chiếm 5,1%, cao đẳng/đại học chiếm 77,7% và sau đại học chiếm 13,1%. Bảng 2 trình bày kết quả thống kê mô tả mẫu nghiên cứu.

Bảng 2. Thống kê mô tả mẫu nghiên cứu

Phân loại		Tần số	Tỷ lệ (%)
Giới tính	Nam	178	56,7
	Nữ	136	43,3
Tổng cộng		314	100,0
Độ tuổi	Dưới 25 tuổi	71	22,6
	Từ 26 đến 35 tuổi	23	7,3
	Từ 36 đến 45 tuổi	155	49,4
	Trên 45 tuổi	65	20,7
Tổng cộng		314	100,0
Nghề nghiệp	Học sinh - sinh viên	62	19,7
	Nhân viên hành chính	34	10,8
	Nhân viên kỹ thuật	47	15,0
	Nhân viên kinh doanh	103	32,8
	Nhà quản lý	60	19,1
	Công nhân, Buôn bán, Nội trợ	8	2,5
Tổng cộng		314	100,0
Mức thu nhập	Từ 5 đến dưới 10 triệu	75	23,9
	Từ 10 đến dưới 15 triệu	51	16,2
	Từ 15 đến dưới 20 triệu	115	36,6
	Trên 20 triệu	73	23,2
Tổng cộng		314	100,0
Trình độ học vấn	Phổ thông	13	4,1

Phân loại	Tần số	Tỷ lệ (%)
Trung cấp	16	5,1
Cao đẳng/ Đại học	244	77,7
Sau đại học	41	13,1
Tổng cộng	314	100,0

4.2. Kiểm định độ tin cậy

Kết quả kiểm định Cronbach's Alpha trong mô hình của tác giả thông qua phần mềm SPSS.20.0 cho thấy như sau tất cả các thang đo đều đạt yêu cầu về độ tin cậy và đều lớn hơn 0,7 Trong tất cả các thang đo thì thang đo cao nhất là thang đo thái độ (TD) có hệ số Cronbach's Alpha là 0,9 và ngược lại thang đo thấp nhất là thang đo chuẩn chủ quan (CQ) chỉ ở mức 0,661 (Cronbach's Alpha = 0,661). Kết quả phân tích cho thấy tất cả các biến đều đáp ứng tiêu chuẩn về độ tin cậy.

Bảng 3. Kết quả kiểm định độ tin cậy của thang đo

Thang đo	Giá trị Cronbach's Alpha
Nhận thức về môi trường (MT)	0,861
Thái độ (TD)	0,9
Chuẩn chủ quan (CQ)	0,661
Chính sách hỗ trợ (HT)	0,816
Ý định mua (YD)	0,89

4.3. Phân tích nhân tố khám phá (EFA)

Thông qua kết quả phân tích, các tiêu chuẩn đều đạt yêu cầu trong việc phân tích nhân tố khám phá EFA cho 04 biến độc lập trong mô hình nghiên cứu, cụ thể như sau: (1) KMO = 0,826 (đạt yêu cầu), (2) kiểm định Bartlett thông qua Sig < 0.05, (3) trị số Eigenvalue = 1,367 > 1, (4) tổng phương sai trích đạt 74,234% (>50%), cho thấy 74,234% biến thiên của dữ liệu được giải thích bởi 04 nhân tố. Một số biến quan sát bị loại bỏ do không đạt chuẩn hệ số tải nhân tố, cụ thể TD6, HT1 và CQ4.

Bảng 4. Kết quả EFA với các biến độc lập

Mã hóa	Yếu tố			
	1	2	3	4
TD4	0,864			
TD3	0,808			
TD5	0,762			
TD2	0,760			
TD1	0,744			
MT1		0,883		
MT2		0,878		
MT3		0,754		
MT4		0,664		
HT3			0,883	
HT4			0,878	
HT2			0,754	
CQ3				0,828
CQ2				0,804
CQ1				0,724

Kết quả phân tích nhân tố khám phá EFA cho các biến phụ thuộc rút trích được 1 nhân tố và các tiêu chuẩn đều đạt theo yêu cầu, (1) KMO = 0,825 (đạt yêu cầu), (2) kiểm định Bartlett thông qua Sig < 0,05, (3) trị số Eigenvalue = 3,504 > 1, (4) tổng phương sai trích đạt 70,072% (>50%), cho thấy 70,072% biến thiên của dữ liệu được giải thích bởi 01 nhân tố. Như vậy kết quả phân tích nhân tố khám phá của các biến trong mô hình nghiên cứu đều đạt theo giả thuyết nghiên cứu.

Bảng 5. Kết quả EFA với biến phụ thuộc

Mã hóa	Yếu tố
	1
YD1	0,893
YD2	0,854
YD3	0,845
YD4	0,840
YD5	0,746

4.4. Phân tích hồi quy tuyến tính bội

Qua việc phân tích tương quan cho thấy ý định mua xe máy điện có mối quan hệ với các biến quan sát là biến “Thái độ” (TD), “Môi trường” (MT), “Chuẩn chủ quan” (CCQ), “Khuyến mãi” (KM) đều có Sig < 0,05 như vậy hệ số Sig của tất cả các biến đều bé hơn 0,05 nên đạt tiêu chuẩn trong việc chạy hồi quy ở bước tiếp theo và 4 biến này được xem là biến độc lập trong phân tích hồi quy. Vì vậy mô hình hồi quy bội được biểu diễn như sau: $YD = \beta_0 + \beta_1MMT + \beta_2TDT + \beta_3KMT + \beta_4CQT + \epsilon_i$

Bảng 6. Kết quả hồi quy

Model	Hệ số chưa chuẩn hóa		Hệ số chuẩn hóa	Kiểm định T	Mức ý nghĩa thống kê Sig	Phân tích đa cộng tuyến	
	Hệ số B	Sai số chuẩn hóa	Beta			Độ chấp nhận của biến	Hệ số phóng đại phương sai (VIF)
Biến độc lập	0,147	0,186		0,791	0,429		
MT	0,240	0,044	0,230	5,480	0,000	0,736	1,359
TD	0,380	0,045	0,387	8,517	0,000	0,631	1,585
HT	0,075	0,026	0,117	2,930	0,004	0,816	1,225
CQ	0,278	0,043	0,279	6,535	0,000	0,715	1,399

Biến phụ thuộc: YD

Kết quả nghiên cứu cho thấy có bốn yếu tố tác động tích cực đến ý định mua xe máy điện của người dân trên địa bàn phường Cao Lãnh, tỉnh Đồng Tháp. Mức độ ảnh hưởng của từng yếu tố được xác định thông qua hệ số chuẩn hóa Beta, xếp theo thứ tự tăng dần như sau: Yếu tố “Chính sách hỗ trợ” có tác động thấp nhất với hệ số Beta = 0,117, tiếp đến là yếu tố “Nhận thức về môi trường” với Beta = 0,23. Yếu tố “Chuẩn chủ quan” có mức ảnh hưởng cao hơn với Beta = 0,279. Đáng chú ý nhất là yếu tố “Thái độ” đối với xe máy điện, đóng vai trò quan trọng nhất trong mô hình với hệ số Beta cao nhất là 0,387. Bảng 7 thể hiện kết quả kiểm định các giả thuyết nghiên cứu. Kết quả nghiên cứu này tương đồng với các nghiên cứu thực nghiệm trước đây như Hoang (2022), Hà & cs. (2023), Nguyen & cs. (2023) và Phuong & cs. (2024). Điều này khẳng định tính phù hợp của mô hình nghiên cứu cũng như phản ánh thực tế các yếu tố ảnh hưởng ý định mua xe máy điện của người tiêu dùng tại Việt Nam.

Bảng 7. Kết quả kiểm định giả thuyết nghiên cứu

Giả thuyết nghiên cứu	Kết quả
Giả thuyết H1: Nhận thức về môi trường tác động tích cực đến ý định mua xe máy điện của người dân trên địa bàn phường Cao Lãnh, tỉnh Đồng Tháp.	Chấp nhận
Giả thuyết H2: Thái độ có tác động tích cực đến ý định mua xe máy điện của người dân trên địa bàn phường Cao Lãnh, tỉnh Đồng Tháp.	Chấp nhận
Giả thuyết H3: Chuẩn chủ quan tác động tích cực đến ý định mua xe máy điện của người dân trên địa bàn phường Cao Lãnh, tỉnh Đồng Tháp.	Chấp nhận
Giả thuyết H4: Chính sách hỗ trợ tác động tích cực đến ý định mua xe máy điện của người dân trên địa bàn phường Cao Lãnh, tỉnh Đồng Tháp.	Chấp nhận

5. Kết luận và hàm ý

Nghiên cứu này đã thành công áp dụng thuyết hành vi dự định có kế hoạch để xác định và đo lường các yếu tố ảnh hưởng đến ý định mua xe máy điện của người dân trên địa bàn phường Cao Lãnh, tỉnh Đồng Tháp. Nghiên cứu cho thấy nhận thức về môi trường, thái độ, chuẩn chủ quan và chính sách hỗ trợ có tác động tích cực đến ý định mua xe máy điện của người dân trên địa bàn nghiên cứu. Trong đó, thái độ và chuẩn chủ quan có tác động mạnh hơn đến ý định mua sắm so với nhận thức về môi trường và chính sách hỗ trợ. Các đề xuất và kiến nghị sẽ được bàn luận ở nội dung tiếp theo.

5.1. Giải pháp đề xuất

Nhóm tác giả đề xuất các giải pháp nhằm nâng cao nhận thức của cộng đồng về vấn đề môi trường, vì kết quả nghiên cứu ủng hộ tác động tích cực của nhận thức về môi trường đến ý định mua xe máy điện. Để đưa được các giải pháp hữu hiệu, nghiên cứu dựa trên thông kê mô tả đánh giá thành phần thuộc yếu tố này được trình bày ở Bảng 8.

Bảng 8. Thống kê mô tả đánh giá thành phần yếu tố “Nhận thức môi trường”

Ký hiệu	Biến quan sát	Trung bình	Độ lệch chuẩn
MT1	Tôi cho rằng mối đe dọa từ ô nhiễm môi trường ngày càng trở nên nghiêm trọng	4,11	0,592
MT2	Bảo vệ môi trường là trách nhiệm chung của mỗi cá nhân	4,16	0,589
MT3	Sử dụng xe máy truyền thống sẽ làm cho ô nhiễm môi trường ngày càng trở nên nghiêm trọng	4,03	0,472
MT4	Tôi sẽ sử dụng xe máy điện nếu nó mang lại lợi ích cho môi trường	4,06	0,483

Thứ nhất, cần cho người dân biết được tầm quan trọng của môi trường thông qua việc tăng cường nội dung cho những tin tức liên quan đến vấn nạn ô nhiễm môi trường, như vậy người dân có thể hiểu được môi trường quan trọng đối với chính bản thân họ và xung quanh như thế nào. *Thứ hai*, hàng tuần địa phương có thể mở ra các chuyên đề liên quan về môi trường bằng hình thức phát thanh hoặc họp mặt để có thể tuyên truyền cho người dân hiểu hơn về môi trường, thông tin về việc sử dụng xe máy truyền thống có thể là một trong những nguyên nhân gây ô nhiễm, và gợi ý cho người dân chuyển sang sử dụng xe máy điện khi có điều kiện. *Thứ ba*, tuyên truyền cho họ hiểu sản phẩm xe máy điện là một sản phẩm rất tốt với môi trường ở thời điểm hiện tại và sẽ có ý nghĩa lớn khi người dân sử dụng xe máy điện vì họ là chính những người đang tạo dựng một môi trường xanh và phát triển bền vững.

Dựa trên kết quả nghiên cứu cho thấy thái độ có ảnh hưởng tích cực đến ý định mua xe máy điện, nhóm tác giả đề xuất các giải pháp nhằm hình thành và củng cố thái độ tích cực của người dân đối với loại phương tiện này. Để xây dựng các giải pháp phù hợp và có cơ sở, nghiên cứu đã sử dụng thống kê mô tả để phân tích các thành phần cấu thành yếu tố thái độ, như được trình bày trong Bảng 9.

Bảng 9. Thống kê mô tả đánh giá thành phần yếu tố “Thái độ”

Ký hiệu	Biến quan sát	Trung bình	Độ lệch chuẩn
TD4	Tôi cho rằng giá cả xe máy điện sẽ tương ứng với chất lượng	3,96	0,586
TD3	Tôi ủng hộ việc Nhà nước đưa ra nhiều chính sách khuyến khích người dân sử dụng xe máy điện	4,03	0,542
TD5	Tôi nghĩ rằng xe máy điện dễ sử dụng hơn các loại xe khác	3,89	0,601
TD2	Xe máy điện hiện nay trên thị trường có rất nhiều kiểu dáng đa dạng và phù hợp với xu hướng thời trang hiện tại	4,04	0,564
TD1	Tôi cho rằng xe máy điện thân thiện với môi trường	4,02	0,554

Thứ nhất, đơn vị kinh doanh xe máy điện nên chú trọng vào việc giới thiệu sự đa dạng trong thiết kế của xe máy điện hiện nay, ví dụ nhiều kiểu dáng khác nhau, hiện đại và thời trang phù hợp với nhu cầu khác nhau của người dân. Thứ hai, đơn vị kinh doanh xe máy điện nên đưa ra những chính sách khuyến mãi, và nhiều ưu đãi khi mua xe máy điện để có thể thu hút được nhiều người dân, đặc biệt trong giai đoạn thuyết phục người tiêu dùng như thời điểm hiện tại. Thứ ba, cần đưa ra các minh chứng cho người dân thấy xe máy điện thân thiện với môi trường, ví dụ xe máy điện là sản phẩm không có khói và không làm ô nhiễm môi trường, hay ít gây ra tiếng ồn làm ô nhiễm tiếng ồn,... Cuối cùng, đơn vị kinh doanh cũng có thể phát triển thái độ tích cực thông qua việc truyền thông về giá cả cũng như việc tiện lợi khi sử dụng xe máy điện.

Trên cơ sở kết quả nghiên cứu cho thấy yếu tố “Chuẩn chủ quan” có ảnh hưởng tích cực đến ý định mua xe máy điện, nhóm tác giả đề xuất các giải pháp nhằm tăng cường vai trò của yếu tố này trong việc thúc đẩy hành vi mua. Để đảm bảo tính phù hợp của các giải pháp, nghiên cứu đã tiến hành thống kê mô tả để phân tích các thành phần cấu thành yếu tố “Chuẩn chủ quan”, như được trình bày tại Bảng 10.

Bảng 10. Thống kê mô tả đánh giá thành phần yếu tố “Chuẩn chủ quan”

Ký hiệu	Biến quan sát	Trung bình	Độ lệch chuẩn
CQ3	Tôi là người sẽ quyết định mua hay không với xe máy điện	4,02	0,545
CQ2	Tôi có đủ nguồn lực để tìm hiểu và sử dụng xe máy điện	3,98	0,559
CQ1	Tôi có quan tâm đến xe máy điện	3,89	0,588

Thứ nhất, đơn vị kinh doanh xe máy điện cần đẩy mạnh quảng cáo ở những nơi có lưu lượng người dân đông cả ở kênh trực tiếp (ngoài trời, trung tâm mua sắm,...) hoặc trực tuyến (website, mạng xã hội,...) để có thể giới thiệu sản phẩm đến với đông đảo người dùng. Việc

hiểu biết tốt về sản phẩm cũng như khả năng có thể mua sắm và sử dụng sẽ quyết định lớn về ý định mua mới hay chuyển đổi sử dụng sang xe máy điện của người dân. Thứ hai, đơn vị kinh doanh xe máy điện có thể tận dụng ảnh hưởng của người nổi tiếng (KOLs, KOCs) để quảng cáo cho sản phẩm xe máy điện. Đây được xem là chiến lược hiệu quả, đặc biệt đối với người tiêu dùng trẻ. Khi người tiêu dùng cảm nhận được sự phổ biến của sản phẩm và mức độ chấp nhận sản phẩm từ những người xung quanh.

Cuối cùng, nhóm tác giả đề xuất các giải pháp liên quan đến yếu tố “Chính sách hỗ trợ” nhằm gia tăng tác động tích cực của yếu tố này đến ý định mua xe máy điện, phù hợp với kết quả nghiên cứu đã chứng minh mối quan hệ thuận chiều giữa hai biến. Để xây dựng các giải pháp có cơ sở và khả thi, nghiên cứu đã sử dụng thống kê mô tả để phân tích các thành phần cấu thành yếu tố “Chính sách hỗ trợ”, như thể hiện tại Bảng 11.

Bảng 11. Thống kê mô tả đánh giá thành phần yếu tố “Chính sách hỗ trợ”

Ký hiệu	Biến quan sát	Trung bình	Độ lệch chuẩn
HT3	Tôi nghĩ rằng nên có chính sách cho mua xe điện trả góp với lãi suất hợp lý	3,57	0,789
HT4	Tôi nghĩ nên có chính sách ưu đãi bảo hiểm khi mua xe máy điện	3,43	0,880
HT2	Tôi ủng hộ việc miễn giảm chi phí đầu xe máy điện dài hạn	3,66	0,797

Doanh nghiệp kinh doanh xe máy điện cần đa dạng chính sách hỗ trợ để có thể thu hút nhiều nhóm phân khúc khách hàng với các chính sách khác nhau. Đặc biệt, trong kết quả, đề xuất doanh nghiệp kinh doanh xe máy điện cần nhắc chính sách hỗ trợ miễn giảm chi phí đầu xe vì đây được xem là chính sách mà người dân quan tâm nhiều nhất. Tiếp theo, doanh nghiệp có thể thiết kế chính sách trả góp khi khách hàng mua xe máy điện với những gói khác nhau phù hợp cho nhiều đối tượng với mức thu nhập khác nhau. Cuối cùng, doanh nghiệp có thể sử dụng chính sách ưu đãi bảo hiểm khi mua xe máy điện vì đây là sản phẩm mới, do vậy cần chính sách bảo hiểm để có thể nâng cao sự tin tưởng khách hàng với sản phẩm, từ đó thúc đẩy ý định mua xe máy điện.

5.2. Kiến nghị với Chính phủ

Phát triển kinh tế xanh đang là mục tiêu chính của Việt Nam trong giai đoạn hiện nay và do vậy vai trò của Chính phủ là vô cùng quan trọng trong việc định hướng và hỗ trợ các bên liên quan trong việc thực thi các chiến lược xanh. Trong lĩnh vực giao thông, việc khuyến khích người dân sử dụng xe máy điện đang được triển khai mạnh mẽ từ nhiều góc độ với nhiều hoạt động hữu hiệu. Dựa trên kết quả nghiên cứu, một vài kiến nghị được đưa ra cho Chính phủ nhằm thúc đẩy ý định mua xe máy điện của người dân trên địa bàn phường Cao Lãnh, tỉnh Đồng Tháp. Thứ nhất, Chính phủ đứng vai trò chủ đạo trong công tác truyền thông nhằm nâng cao nhận thức của người dân về môi trường. Chính phủ có thể chú trọng vào các nội dung liên quan đến môi trường, tác hại của ô nhiễm môi trường và những hành động mà người dân có thể đóng góp để bảo vệ môi trường,... Vai trò định hướng của Chính phủ sẽ giúp người dân nâng cao nhận thức cũng như tác động mạnh mẽ vào hành vi tiêu dùng xanh cụ thể. Thứ hai, Chính phủ có thể thúc đẩy việc phát triển thái độ tích cực với xe máy điện của người dân thông qua việc ủng hộ, khuyến khích các chương trình hỗ trợ người dân thay đổi hoặc sử dụng xe máy điện. Bên cạnh đó, Chính phủ cũng có thể xúc tiến các chính sách hỗ trợ doanh nghiệp xe máy điện liên quan về địa bàn, đối tượng, tài chính, cơ sở vật chất, hoặc bảo hiểm,...

5.3. Hạn chế nghiên cứu và hướng đề xuất

Quá trình thu thập mẫu khảo sát có thể không đủ lớn để đại diện cho người dân tại phường Cao Lãnh, tỉnh Đồng Tháp, dẫn đến kết quả không thể phản ánh đầy đủ đặc điểm của tất cả các nhóm khách hàng. Nghiên cứu chỉ tập trung vào một vài các nhân tố mà chưa đi sâu vào các nhân tố mang tính chất tâm lý như cảm nhận sự hữu ích, cảm nhận sự dễ dàng, và vì thế chưa khái quát toàn bộ các nhân tố ảnh hưởng vào ý định mua. Bên cạnh đó, nghiên cứu chỉ mới dừng ở ý định mua xe máy điện mà chưa nghiên cứu về các biến hành vi khác như quyết định mua, sự hài lòng khách hàng. Các nghiên cứu tương lai có thể tiếp tục nghiên cứu trong lĩnh vực đề đi sâu phân tích rõ các nhân tố ảnh hưởng và hành vi của khách hàng đối với thị trường xe máy điện trên địa bàn Thành phố Cao Lãnh và các địa bàn khác.

Lời cảm ơn: Nghiên cứu này được hỗ trợ bởi đề tài nghiên cứu khoa học và công nghệ Trường Đại học Đồng Tháp, mã số SPD2024.02.77.

Tài liệu tham khảo

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational behavior and human decision processes*, 50(2), 179-211.
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1973). Attitudinal and normative variables as predictors of specific behavior. *Journal of personality and Social Psychology*, 27(1), 41.
- Chiu, Y. C., & Tzeng, G. H. (1999). The market acceptance of electric motorcycles in Taiwan experience through a stated preference analysis. *Transportation Research Part D: Transport and Environment*, 4(2), 127-146.
- Ha, T. T., Nguyen, T. C., Tu, S. S., & Nguyen, M. H. (2023). Investigation of influential factors of intention to adopt electric vehicles for motorcyclists in vietnam. *Sustainability*, 15(11), 8765.
- Hair, J. F. (2011). Multivariate data analysis: An overview. *International Encyclopedia of Statistical Science*, 904-907.
- Ho, B. Q., Nguyen, T. T., & Vu, K. H. N. (2017). Study on mapping ozone pollution and ozone pollution regime in Cantho city then propose solutions to reduce ozone pollution. *Science & Technology Development Journal: Natural Sciences*, 1(6), 247-257.
- Hoang, T. (2022). Determinants of Intention to Purchase Electric Cars in Vietnam: Proposing an Analysis Framework from Theoretical Research. *VNU Journal of Economics and Business*, 2(1). Retrieved from <https://js.vnu.edu.vn/EAB/article/view/4605>
- Nguyen, M. H., Tu, S. S., Nguyen, T. A., Nguyen, H. B., Mai, V. Y., Nguyen, P. M., ... & Nguyen, M. H. (2023, August). Prevalence and influential factors of adopting electric motorcycles: The case of students in Hanoi, Vietnam. In *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering* (Vol. 1289, No. 1, p. 012046). IOP Publishing.
- Pham, D. T. (2017). Nghiên cứu bộ chỉ số đánh giá hệ thống giao thông xanh cho các đô thị ở Việt Nam. *Tạp chí Khoa học và Công nghệ - Đại học Đà Nẵng*, 11(120.3), 81-84. Truy vấn từ <https://jst-ud.vn/jst-ud/article/view/3761>
- Phan, N. T. (2019). Nghiên cứu đặc tính và đề xuất biện pháp xử lý nước thải rửa xe từ các cơ sở rửa xe trên địa bàn Quận Cẩm Lệ, Thành phố Đà Nẵng, Việt Nam. *Tạp chí Khoa học và Công nghệ Đại học Đà Nẵng*, 80-85. Truy cập từ <https://media.neliti.com/media/publications/449513-analysing-characteristics-and-proposing-df8001f4.pdf>

- Phuong, T. T. L., Huong, T. T. L., Dat, T. T., & Truong, D. D. (2024). Determinants of electric motorbike purchasing intention among consumers in Hanoi City, Vietnam. *Environmental Research Communications*, 6(7), 075016.
- Tong, L. H., Nguyen, C. G., & Duong, M. T. H. (2024). The behavior of young people toward electric motorbikes: Evidence from Vietnam. *Ho Chi Minh City Open University Journal of Science-Economics and Business Administration*, 14(4), 99-111.
- Tran, T. T., & Tran, L. K. (2021). Factors affecting the intention to buy vinfast electric motorcycle of people in Ho Chi Minh City. *Journal of Science and Technology-IUH*, 50(2), 90-105.
- Yadav, R., & Pathak, G. S. (2016). Young consumers' intention towards buying green products in a developing nation: Extending the theory of planned behavior. *Journal of Cleaner Production*, 135, 732-739.