

# THÔNG TIN LUẬN ÁN TIẾN SĨ

**Tên đề tài:** Nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến ý định mua căn hộ chung cư thương mại của người tiêu dùng khu vực thành phố Hồ Chí Minh.

**Chuyên ngành** : Quản trị kinh doanh **Mã số:** 9340101

**Họ và tên nghiên cứu sinh** : Phạm Đình Hân **Khóa:** 07

**Người hướng dẫn khoa học** : Hướng dẫn 1. TS. Võ Thanh Hải

: Hướng dẫn 2. PGS. TS. Đào Duy Huân

**Cơ sở đào tạo** : Trường Đại học Duy Tân

## 1. Những kết quả chính của luận án

Mục tiêu của luận án là nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến Ý định mua căn hộ chung cư thương mại (CHCCTM) tại Tp. Hồ Chí Minh của người tiêu dùng (NTD) thông qua vai trò trung gian của Thái độ đối với hành vi và Nhận thức kiểm soát hành vi. Dựa trên kết quả nghiên cứu để đưa ra các hàm ý quản trị để giúp các nhà quản lý doanh nghiệp bất động sản (BDS) có biện pháp thu hút NTD mua CHCCTM. Mô hình nghiên cứu và các giả thuyết nghiên cứu dựa trên nền tảng Lý thuyết hành vi có kế hoạch (TPB), các yếu tố khác liên quan đến bối cảnh nghiên cứu đã được xác định bằng cách xem xét tài liệu mở rộng, sau đó được đánh giá bởi các chuyên gia. Phương pháp thu thập dữ liệu là phi xác suất, kỹ thuật lấy mẫu là thuận tiện để thu thập được 793 mẫu dùng để phân tích dữ liệu thống kê. Để kiểm định các giả thuyết và mô hình nghiên cứu, mô hình cấu trúc tuyến tính đã được sử dụng.

Kết quả nghiên cứu cho thấy rằng các cấu trúc được đề cập trong TPB đều được chấp nhận, trong đó, Thái độ đối với hành vi mua được coi là yếu tố quyết định quan trọng nhất đối với ý định mua CHCCTM, tiếp theo là Nhận thức kiểm soát hành vi, thứ ba là Chuẩn chủ quan. Ngoài ra, nhóm các nhân tố thuộc tính sản phẩm, nhóm các nhân tố thị trường, Chuẩn chủ quan có tác động thuận chiều gián tiếp đến Ý định mua căn hộ CCTM thông qua Thái độ đối với hành vi mua, trong đó, Thị trường nhà ở có ảnh hưởng mạnh nhất đến Thái độ đối với hành vi mua, tiếp theo là Giá và tín dụng, thứ ba là Tiện ích nội khu CCTM... Hơn nữa, kết quả cũng cho thấy cấu trúc bổ sung là Nhận thức rủi ro có ảnh hưởng ngược chiều mạnh mẽ trực tiếp đến Ý định mua CHCCTM và ảnh hưởng ngược chiều gián tiếp đến Ý định mua CHCCTM thông qua Nhận thức kiểm soát hành vi và Thái độ đối với hành vi mua. Như vậy, vai trò trung gian của Thái độ đối với hành vi mua và Nhận thức kiểm soát hành vi đã được chấp nhận.

Kết quả nghiên cứu cũng thể hiện Thu nhập có tác động điều tiết mối quan hệ nhân quả của Nhận thức kiểm soát hành vi đối với Ý định mua CHCCTM, loại biến điều tiết này là biến điều tiết một phần, trong đó, tác động của Nhận thức kiểm soát hành vi đến Ý định mua CHCCTM của NTD được thể hiện mạnh hơn ở nhóm thu nhập thấp so với nhóm thu nhập cao. Kết quả kiểm tra sự khác biệt về Ý định mua CHCCTM của NTD theo đặc tính cá nhân cho thấy: độ tuổi, trình độ học vấn, thu nhập, trình trạng nhà ở, và số nhân khẩu trong hộ gia đình có khác biệt trong các mối quan hệ tác động của các biến. Ngược lại, giới tính, nghề nghiệp không có khác biệt trong các mối quan hệ tác động của các biến.

## **2. Những đóng góp mới của luận án**

Về mặt học thuật: Lý thuyết hành vi có kế hoạch được mở rộng để ứng dụng vào nghiên cứu ý định mua CHCCTM của NTD là phù hợp. Cụ thể, TPB mở rộng gồm Ý định mua CHCCTM là nhân tố phụ thuộc và chịu tác động trực tiếp bởi bốn nhân tố là Thái độ đối với hành vi mua, Chuẩn chủ quan, Nhận thức kiểm soát hành vi và Nhận thức rủi ro. Trong mô hình mở rộng này, nhân tố Thái độ đối với hành vi mua, Chuẩn chủ quan, Nhận thức kiểm soát hành vi kế thừa TPB, nhân tố Nhận thức rủi ro là cấp độ thể hiện nhận thức của NTD về những rủi ro có thể xảy ra đối với họ khi mua CHCCTM. Hơn nữa, Thái độ đối với hành vi đóng vai trò trung gian trong mối quan hệ giữa nhóm các nhân tố thuộc tính sản phẩm, nhóm các nhân tố thị trường, nhân tố chuẩn chủ quan, nhân tố nhận thức rủi ro với Ý định mua CHCCTM. Đặc biệt, luận án bổ sung vai trò trung gian của nhân tố Nhận thức kiểm soát hành vi đối với mối quan hệ giữa nhân tố Nhận thức rủi ro với Ý định mua CHCCTM để làm rõ trong bối cảnh tại Việt Nam. Ngoài ra, luận án bổ sung biến Thu nhập, một nhân tố ảnh hưởng lớn đến Ý định mua CHCCTM, điều tiết mối quan hệ tác động của nhân tố Nhận thức kiểm soát hành vi đến Ý định mua CHCCTM. Luận án đã đóng góp vào tài liệu học thuật bằng cách trình bày một mô hình mở rộng lý thuyết hành vi có kế hoạch phù hợp để nghiên cứu Ý định mua CHCCTM tại Việt Nam và các nước đang phát triển.

Về mặt thực tiễn: Đánh giá thực tế việc hình thành Ý định mua CHCCTM của NTD bằng cách chỉ ra cụ thể chiều hướng và mức độ tác động của từng nhân tố đến ý định mua. Ngoài các cấu trúc được đề cập bởi lý thuyết hành vi có kế hoạch, kết quả cho thấy vai trò trung gian của nhân tố Thái độ đối với hành vi trong mối quan hệ giữa nhóm các nhân tố thuộc tính sản phẩm, nhóm các nhân tố thị trường, Nhận thức rủi ro và Chuẩn chủ quan với Ý định mua CHCCTM được chấp nhận; vai trò trung gian của nhân tố Nhận thức kiểm soát hành vi trong mối quan hệ giữa Nhận thức rủi ro với Ý định mua CHCCTM của NTD được chấp nhận. Đặc biệt, tác động của Nhận thức kiểm soát hành vi đến Ý định mua CHCCTM được thể hiện mạnh hơn ở nhóm thu nhập thấp so với nhóm thu nhập cao. Các đánh giá và kết luận rút ra sẽ có độ tin cậy và giá trị thực tiễn tạo cơ sở khách quan, khá toàn diện cho các nhà quản lý doanh nghiệp BĐS tham khảo.

Luận án đã cung cấp những hàm ý quản trị nhằm góp phần gia tăng số lượng ý định mua CHCCTM của NTD khu vực TP. Hồ Chí Minh từ đó giúp doanh nghiệp bất động sản duy trì và nâng cao năng lực cạnh tranh trên thị trường TP. Hồ Chí Minh. Các hàm ý quản trị này cũng là nguồn tham khảo để các nhà hoạch định chính sách tạo môi trường thể chế chuẩn mực thúc đẩy thị trường căn hộ chung cư thương mại phát triển bền vững.

### **3. Khả năng ứng dụng thực tế**

Hiểu rõ các nhân tố ảnh hưởng đến Ý định mua CHCCTM của NTD là điều quan trọng đối với nhà quản lý doanh nghiệp BĐS, những phát hiện của nghiên cứu có thể giúp các nhà quản lý doanh nghiệp BĐS xây dựng các giải pháp nhằm đáp ứng sự mong đợi của NTD mua CHCCTM. Bên cạnh đó, năng lực cạnh tranh và tính bền vững của ngành BĐS Việt Nam có thể được nâng cao thông qua các hoạt động thiết thực. Nghiên cứu đã đóng góp vào tài liệu khoa học bằng cách trình bày một mô hình TPB mở rộng phù hợp để nghiên cứu Ý định mua CHCCTM ở một quốc gia đang phát triển.

### **4. Hướng nghiên cứu tiếp theo**

Thứ nhất, dữ liệu của nghiên cứu được khảo sát tại TP. Hồ Chí Minh và trong giai đoạn bình thường mới (vừa sản xuất kinh doanh vừa chống dịch Covid – 19) nên nghiên cứu này chưa khái quát hóa kết quả nghiên cứu cho tổng thể tại Việt Nam. Vì vậy, có thể tồn tại sự khác biệt ở những khu vực khác nhau do khác biệt về địa điểm, đối tượng khảo sát, nhu cầu thị trường, đặc điểm sản phẩm và tâm lý của NTD vừa trải qua giai đoạn giãn cách xã hội do dịch Covid - 19. Do đó, tác giả khuyến nghị tiến hành một cuộc khảo sát với các Thành phố trực thuộc trung ương khác nhau ở Việt Nam trong giai đoạn hoạt động kinh tế - xã hội ở trạng thái bình thường. Sẽ rất hữu ích nếu mở rộng nguyên quán của người trả lời để so sánh ảnh hưởng văn hóa mua nhà ở của NTD có nguyên quán khác nhau sẽ tốt hơn.

Thứ hai, những người trả lời trong nghiên cứu của tác giả chỉ giới hạn ở những NTD là người mua CHCCTM để ở. Do đó, nghiên cứu trong tương lai có thể thực hiện điều tra bảng câu hỏi đối với những người mua để đầu tư hay cho thuê. Sau đó, kết quả nghiên cứu trong tương lai có thể được so sánh với nghiên cứu hiện tại, điều này có thể có giá trị đối với các doanh nghiệp.

Thứ ba, ý định mua CHCCTM trong nghiên cứu được đo lường và không ngang bằng với hành vi mua hàng thực tế. Khoảng cách giữa Ý định và hành vi đã được công nhận. Do đó, với sự phát triển của thị trường CHCCTM, những NTD khác nhận ra lợi ích của CHCCTM sẽ tự nguyện mua CHCCTM. Các yếu tố điều tra có thể thú vị, chẳng hạn như các loại hình tiếp thị và truyền thông mạng xã hội phù hợp để thúc đẩy nhu cầu.



Thứ tư, Các yếu tố liên quan đến chính sách pháp luật về đầu tư, tài chính, thuế có liên quan đến BĐS không được tính đến. Do đó, nghiên cứu trong tương lai có thể nghiên cứu sâu hơn về các yếu tố này.

Cuối cùng, nghiên cứu chỉ tập trung vào Ý định mua CHCCTM của NTD, các nghiên cứu trong tương lai sẽ tập trung tìm hiểu chi tiết Ý định mua của khách hàng bao gồm cả người nước ngoài đối với từng loại hình nhà ở riêng biệt như căn hộ, biệt thự, CCTM, nhà ở xã hội.

### DANH MỤC CÔNG TRÌNH CỦA TÁC GIẢ

1. Han Pham Dinh, Hai Vo Thanh & Hai Phan Thanh (2022). Predicting consumers' apartment purchase intention in Vietnam using an extended theory of planned behavior. *Innovative Marketing*, 18(4), 201-214. doi:10.21511/im.18(4).2022.17.
2. Phạm Đình Hân & Võ Thanh Hải (2022). Các nhân tố ảnh hưởng đến ý định mua căn hộ chung cư của người tiêu dùng tại thành phố Hồ Chí Minh: Vai trò trung gian của thái độ đối với hành vi. *Tạp chí Kinh tế & Phát triển*, 300, 85-95. <https://sti.vista.gov.vn/tw/Lists/TaiLieuKHCN/Attachments/345813/CTv60S3002022085.pdf>.
3. Han Pham Dinh & Tung Dao Duy (2021). *Factors Affecting Survival and Development of Real Estate Enterprises in The New Normal Condition: A Case Study in Vietnam Southeast Region*. Paper presented at the International Workshop Proceedings: Restoring Production and Business of Enterprises in The Mekong Delta Region in The Post Covid-19 Pandemic Period. December 28, 2021. Nam Can Tho University, ISBS:978-604-965-850-1,151-159.
4. Han Pham Dinh, Hai Vo Thanh & Huan Duy Dao (2022). *Factors Influencing Purchase Intention Toward Apartments in A Metropolitan Area in Vietnam*. Paper presented at the Asia – Pacific Productivity Conference 2022. October 1, 2022. International Society for Efficiency and Productivity Analysis (ISEaPA). Available at <https://editorialexpress.com/cgi-bin/conference/conference.cgi?action=confinfo&subaction=show&detail=1>.

**Nghiên cứu sinh**

**Phạm Đình Hân**