



# YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN QUYẾT ĐỊNH CHỌN MUA CĂN HỘ CHUNG CƯ TRUNG CẤP TẠI TP. HỒ CHÍ MINH

NGUYỄN THANH AN

*Bằng phương pháp khảo sát 158 bảng câu hỏi phù hợp với điều kiện của nghiên cứu, tác giả đã đo lường và đánh giá 5 yếu tố chính ảnh hưởng đến quyết định chọn mua căn hộ chung cư trung cấp ở tại TP. Hồ Chí Minh gồm: Tài chính, Vị trí, Thẩm mỹ, Tiếp thị, Xã hội. Trên cơ sở đó, tác giả đề xuất một số hàm ý quản trị giúp các doanh nghiệp kinh doanh bất động sản có các ứng xử phù hợp và định hướng cho người tiêu dùng các tiêu chí cần nhắc trước khi quyết định chọn mua căn hộ chung cư trung cấp ở tại TP. Hồ Chí Minh.*

*Từ khóa: Căn hộ chung cư, bất động sản, người tiêu dùng*

## FACTORS AFFECTING THE DECISION TO BUY A MID-RANGE APARTMENT IN HO CHI MINH CITY

Nguyen Thanh An

*By surveying 158 questionnaires suitable with the research conditions, the author has measured and evaluated five major factors affecting the decision to buy a mid-range apartment in Ho Chi Minh City includes: Finance, Location, Aesthetics, Marketing, and Society. On that basis, the author proposes managerial implications to help real estate businesses apply appropriate behaviors and direct consumers to the criteria before buying.*

*Keywords: Apartments, real estate, consumers*

Ngày nhận bài: 10/5/2022

Ngày hoàn thiện biên tập: 27/5/2022

Ngày duyệt đăng: 7/6/2022

### Đặt vấn đề

Thị trường bất động sản (BDS), TP. Hà Nội và TP. Hồ Chí Minh là 2 thị trường tiềm năng với nhu cầu thị trường lớn, khối lượng dân cư có nhu cầu nhà ở ngày càng cao, đặc biệt là đối với phân khúc nhà ở trung cấp. Người mua có nhu cầu để ở dần tìm đến các căn hộ chung cư nhằm giải quyết bài toán sinh sống lâu dài.

Hiện nay, thị trường BDS đang được thúc đẩy bởi nhiều yếu tố vĩ mô tích cực. Đầu tiên là Luật

kinh doanh BDS 2014 và Luật Nhà ở 2014 đã có hiệu lực với nhiều chính sách được nói rộng cho sự phát triển của thị trường. Tuy nhiên bên cạnh đó còn nhiều mặt trái của thị trường BDS như việc nhiều dự án phá sản, hoặc có những dự án tuy đã giảm giá nhưng không có tính thanh khoản. Nhiều dự án phân khúc cao cấp còn thiếu khách hàng để khai thác.

Nhằm cải thiện tình trạng hàng tồn kho cao, các DN kinh doanh BDS chuyên hướng kinh doanh, thay vì tập trung các dự án chung cư cao cấp, họ đã thay đổi sang chiến lược phát triển các dự án chung cư có giá trị trung bình, phục vụ cho nhu cầu nhà ở thật sự của người dân. Chính điều này làm tăng lên lượng cung căn hộ chung cư trung cấp, kéo theo đó là sự cạnh tranh đối với phân khúc này ngày càng khốc liệt.

Để dành lợi thế trong bối cảnh thị trường cạnh tranh ngày càng khốc liệt, các Doanh nghiệp (DN) kinh doanh BDS cần có những chiến lược kinh doanh sáng tạo, đột phá, đặc biệt là ở hoạt động bán hàng, cần xác định được và phân tích những nhân tố ảnh hưởng đến quyết định chọn mua hay hành vi mua của khách hàng.

Xuất phát từ thực tiễn đó, việc nghiên cứu “Những yếu tố ảnh hưởng đến quyết định chọn mua căn hộ chung cư trung cấp ở tại TP. Hồ Chí Minh” rất cần thiết cho thị trường BDS nói chung và các DN kinh doanh BDS nói riêng, để người bán và người mua có những định hướng rõ ràng, hiệu quả trong quyết định của mình. Chính vì vậy mà tác giả quyết định chọn chủ đề này để nghiên cứu.

Dựa vào các mô hình nghiên cứu trước đây, qua quá trình tìm hiểu và phân tích, tổng hợp từ các tác



giả khác nhau, tác giả đề xuất mô hình các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định mua căn hộ chung cư trung cấp tại TP. Hồ Chí Minh bao gồm 5 yếu tố độc lập gồm: Tài chính, Vị trí, Tiếp thị, Xã hội và một biến phụ thuộc là Quyết định chọn mua căn hộ chung cư trung cấp.

**Phương pháp nghiên cứu**

**Cỡ mẫu**

Theo Hair và cộng sự (2010), khi phân tích EFA kích thước mẫu tối thiểu là 50, tốt hơn là 100, hoặc tỷ lệ 5:1 tức 5 mẫu cho 1 bậc rơi tự do, theo công thức  $n=5*x$  (n là cỡ mẫu, x là số biến quan sát).

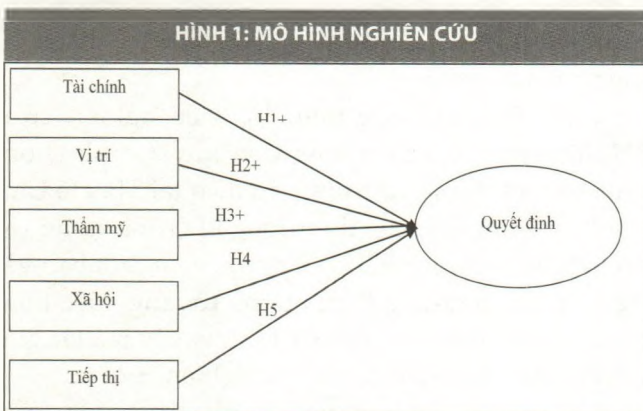
Theo Hatcher (2002), số quan sát nên lớn hơn gấp 5 lần số biến độc lập. Nghiên cứu này gồm 21 biến quan sát (18 biến quan sát đo lường các biến độc lập và 3 biến quan sát biến phụ thuộc). Số mẫu quan sát tối thiểu đề xuất:  $n = 5*21 = 105$ ... Để tăng độ tin cậy và dự phòng rủi ro phiếu khảo sát bị lỗi, nghiên cứu thực hiện với cỡ mẫu là 158 quan sát.

**Phương pháp nghiên cứu**

Phương pháp lấy mẫu và xử lý số liệu: Dựa trên cơ sở lý thuyết, các nghiên cứu trước và khảo sát chuyên gia, nhóm nghiên cứu đã kế thừa và xây dựng, hoàn thiện bảng câu hỏi. Nhóm nghiên cứu tiến hành khảo sát 150 khách hàng đang gửi tiền tại ngân hàng bằng phương pháp lấy mẫu thuận tiện. Số liệu sau khi thu thập được tiến hành mã hóa, nhập liệu và làm sạch bằng phần mềm SPSS, tiếp đến nhóm nghiên cứu tiến hành kiểm định và phân tích giải quyết mục tiêu nghiên cứu thông qua các phương pháp như: Phương pháp Cronbach’s Alpha, phân tích nhân tố EFA, phân tích tương quan và phân tích hồi quy đa biến.

Phương trình hồi quy đa biến đề xuất:

$$QĐ = \beta_1*TC + \beta_2*VT + \beta_3*TM + \beta_4*TT + \beta_5*XH + \epsilon$$



Nguồn: Tác giả đề xuất trên cơ sở kế thừa các mô hình nghiên cứu khác

**BẢNG 1: KẾT QUẢ ĐÁNH GIÁ ĐỘ TIN CẬY THANG ĐO**

Ký hiệu	Tên biến	Cronbach's Alpha loại bỏ biến	Số biến quan sát còn lại
TC	Tài chính	0.796	4
VT	Vị trí	0.801	4
TM	Thẩm mỹ	0.775	3
XH	Xã hội	0.828	3
TT	Tiếp thị	0.788	3
QĐ	Quyết định	0.788	3

Nguồn: Kết quả phân tích số liệu khảo sát từ SPSS

Trong đó: Y: Sự hài lòng của khách hàng đối với Quyết định chọn mua chung cư,  $\beta_0$  là hằng số; Các biến TC: Tài chính, VT: Vị trí, TM: Thẩm mỹ, TT: Tiếp thị, XH: Xã hội,  $\epsilon$ : Sai số.

Thang đo Likert 5 điểm được sử dụng trong nghiên cứu này dựa vào thang đo SERVPERF để đo lường các yếu tố tác động đến sự hài lòng của khách hàng đối với các quyết định chọn mua chung cư ban đầu bao gồm 5 biến và 18 biến quan sát. Nghiên cứu được tiến hành qua 2 bước: nghiên cứu sơ bộ và nghiên cứu chính thức.

Nghiên cứu sơ bộ được tiến hành thông qua phương pháp nghiên cứu định tính được thực hiện thông qua thảo luận 10 chuyên gia là cấp quản lý của ngân hàng, các cấp quản lý của công ty BĐS và các giảng viên từng nghiên cứu về vấn đề này nhằm điều chỉnh thang đo sao cho phù hợp.

Trên cơ sở kết quả nghiên cứu sơ bộ, thang đo nghiên cứu chính thức được chấp nhận bao gồm 18 biến quan sát của 5 yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng và 3 biến quan sát đo lường quyết định chọn mua của khách hàng. Mẫu điều tra trong nghiên cứu được thực hiện bằng phương pháp lấy mẫu thuận tiện, bằng cách phỏng vấn trực tiếp các khách hàng thông qua bảng câu hỏi khảo sát.

**Kết quả và thảo luận**

**Đánh giá độ tin cậy của thang đo thông qua hệ số Cronbach's Alpha**

Đánh giá độ tin cậy Cronbach’s Alpha, loại biến TM2 do không đạt yêu cầu. Tiếp tục thực hiện kiểm định, các thang đo đều nằm trong khoảng chấp nhận được: nhỏ nhất là 0.775 (lớn hơn 0.6), giá trị Cronbach’s Alpha lớn nhất là 0.828 (không lớn hơn 0.95). Hệ số tương quan biến tổng của tất cả các biến quan sát được sử dụng trong đề tài đều


**BẢNG 2: KẾT QUẢ PHÂN TÍCH NHÂN TỐ EFA THANG ĐO BIẾN QUYẾT ĐỊNH**

Biến quan sát	Component 1
QD1	0.865
QD2	0.862
QD3	0.789
Eigenvalue	2.114
Phương sai trích (%)	70.464
Hệ số KMO	0.688
Bartlett Sig.	0.000

Nguồn: Kết quả phân tích số liệu khảo sát từ SPSS

đạt yêu cầu: nhỏ nhất là 0.532 (lớn hơn 0.3) chứng tỏ các thang đo sử dụng trong đề tài là đạt độ tin cậy cần thiết, phù hợp để tiến hành các bước phân tích tiếp theo.

#### Đánh giá thang đo bằng phân tích nhân tố khám phá EFA

##### Kết quả phân tích nhân tố EFA thang đo biến độc lập

Sau khi tiến hành thực hiện kiểm định độ tin cậy Cronbach's Alpha cho các thang đo, kết quả loại bỏ 1 biến quan sát là TM2. Tác giả tiến hành thực hiện phân tích EFA với 17 biến độc lập cho thấy, hệ số KMO là 0.822 (lớn hơn 0.5) và kiểm định Bartlett có Sig. = 0.000 (nhỏ hơn 0.05) cho thấy, phân tích EFA phù hợp với dữ liệu khảo sát. Tuy nhiên kết quả ma trận xoay lại xuất hiện biến VT3 tải lên ở 2 nhóm nhân tố với giá trị lần lượt 0.657 và 0.602, vi phạm tính phân biệt trong ma trận xoay, mức chênh lệch hệ số tải nhỏ hơn 0.3. Dẫn đến cần loại bỏ biến VT3. Kết quả sau khi loại biến VT3 đạt được, Hệ số KMO đạt KMO là 0.821 (lớn hơn 0.5), kiểm định Bartlett có Sig. = 0.000 (nhỏ hơn 0.05) đạt yêu cầu. Tại giá trị Eigenvalue = 1.222 > 1 và trích được 5 biến mang ý nghĩa tóm tắt thông tin lớn nhất. Tổng phương sai trích khi phân tích khám phá nhân tố là 69.153% (>50%) cho thấy 5 nhân tố được trích có thể giải thích 69.153% sự biến thiên của dữ liệu.

*Kết quả phân tích nhân tố EFA thang đo biến Quyết định*

Kết quả phân tích cho

thấy, hệ số KMO đạt 0.688 (>0.5), kiểm định Bartlett có sig 0.000 (<0.05) đạt yêu cầu. Tại giá trị Eigenvalue 2.114, rút trích được một nhân tố được với phương sai trích được là 70.464% (>50%) đạt yêu cầu. Như vậy nhân tố được trích ra có thể giải thích được 70.464% sự biến thiên của dữ liệu. Hệ số tải của 3 biến có Factor Loading lớn hơn 0.5, phù hợp nên đủ điều kiện để làm thang đo trong các bước phân tích tiếp theo.

#### Phân tích hồi quy đa biến

Kết quả hồi quy cho thấy, hệ số xác định R<sup>2</sup> là 0.733, nghĩa là mô hình các yếu tố ảnh hưởng đến Quyết định mua căn hộ chung cư, đã xây dựng phù hợp với tập dữ liệu ở mức 73.3%. Trị số thống kê F đạt giá trị 83,562 giá trị Sig = 0,000, Hệ số Durbin-Watson là 1,985 (1 < 1,985 < 2,5) nên không có hiện tượng tương quan.

#### Kết quả hồi quy đa biến và giải thích các hệ số hồi quy

Kết quả phân tích cho thấy, giá trị Sig tất cả các biến phụ thuộc đều có < 0,05, bác bỏ giả thiết 0 tức là hệ số hồi quy có ý nghĩa trên tổng thể. Hệ số VIF nhỏ hơn 2,0 cho thấy, các biến độc lập này không có quan hệ chặt chẽ với nhau, vì vậy không có hiện tượng đa cộng tuyến xảy ra. Do đó, kết quả của mô hình không bị ảnh hưởng bởi mối quan hệ giữa các biến độc lập. Phương trình hồi quy được viết như sau:

$$QĐ = 0.235*TC + 0.143*VT + 0.274*TM + 0.284*TT + 0.334*XH + e_i$$

#### Kết quả phân tích ANOVA trong hồi quy

Dựa trên kết quả mô hình hồi quy, có thể thấy yếu tố Xã hội có hệ số Beta là 0,334, lớn nhất trong

**BẢNG 3: KẾT QUẢ PHÂN TÍCH HỒI QUY TUYẾN TÍNH**

Mô hình	Hệ số hồi quy chưa chuẩn hóa		Hệ số hồi quy chuẩn hóa	T	Sig.	Thống kê đa cộng tuyến		
	B	Độ lệch chuẩn	Beta			Tolerance	VIF	
1	Hằng số	0.164	0.157		1.046	0.297		
	TC	0.169	0.037	0.235	4.620	0.000	0.681	1.469
	VT	0.108	0.034	0.143	3.134	0.002	0.848	1.180
	TM	0.192	0.032	0.274	5.961	0.000	0.831	1.204
	XH	0.229	0.032	0.334	7.074	0.000	0.787	1.270
	TT	0.193	0.033	0.284	5.923	0.000	0.765	1.307

Biến phụ thuộc: QĐ

Nguồn: Kết quả phân tích số liệu khảo sát từ SPSS



BẢNG 4: KẾT QUẢ PHÂN TÍCH ANOVA

Mô hình	Tổng bình phương	Df	Bình phương trung bình	F	Sig.
1 Hồi quy	42.588	5	8.518	83.562	0.000
Phần dư	15.494	152	.102		
Tổng	58.082	157			

Nguồn: Kết quả phân tích số liệu khảo sát từ SPSS

các yếu tố còn lại. Đây là yếu tố liên quan đến hình thức bên ngoài của ngân hàng nhưng lại là yếu tố tạo hình ảnh quan trọng đối với khách hàng. Tiếp theo lần lượt là các yếu tố: Tiếp thị (0.284), Thẩm mỹ (0.274), Tài chính (0.235) và yếu tố có hệ số Beta thấp nhất là Vị trí (0.143).

### Đề xuất giải pháp

Với các kết quả nghiên cứu nêu trên, nhóm tác giả đề xuất một số hàm ý quản trị giúp DN kinh doanh BĐS đánh giá và đưa ra các chiến lược phù hợp để cung cấp các sản phẩm chiếm ưu thế, thu hút người tiêu dùng. Cụ thể:

**Đối với yếu tố xã hội:** Môi trường xã hội tốt có thể góp phần xây dựng ý thức của cộng đồng, các thế hệ tương lai như con cái của người mua chung cư sẽ có ý thức hơn. Các DN BĐS cần phải thiết lập một ban quản lý chung cư hiệu quả, xây dựng được văn hóa khu chung cư, có các quy định rõ ràng và cụ thể giúp mọi người hiểu rõ và tuân thủ các quy định (xếp hàng đợi thang máy, giữ vệ sinh nơi công cộng). Có thể thiết lập một cộng đồng dân cư của chung cư.

**Đối với yếu tố tiếp thị:** Người mua chung cư đánh giá dựa vào uy tín chủ đầu tư, các DN BĐS cần giữ vững danh tiếng của mình đối với thị trường, tạo ra các sản phẩm chất lượng và uy tín để thu hút được thị phần cho mình, đảm bảo tiến độ thi công theo cam kết với khách hàng, các chính sách khuyến mãi, hậu mãi phù hợp. Tận dụng quảng cáo sản phẩm trên các nền tảng có tương tác cao như mạng xã hội trên Internet như Facebook, Twitter, ZingMe....

**Đối với yếu tố thẩm mỹ trong thiết kế tòa nhà:** Thiết kế phù hợp, hướng cửa chính và hướng cửa sổ tránh gió lùa, hoặc ánh nắng trực tiếp vào căn hộ, thiết kế tối ưu diện tích và hiện đại, thu hút đối tượng khách hàng trẻ tuổi. Phòng cháy chữa cháy trong khi thiết kế, đặc biệt là lối thoát hiểm vừa phải đảm bảo các tiêu chuẩn an toàn cần được ưu tiên đối với các thực trạng an toàn chung cư hiện tại.

**Đối với yếu tố tài chính:** Yếu tố tài chính bao gồm nhiều góc độ: giá căn hộ, thu nhập và các chương trình lãi suất trả góp và các khoản phát

sinh sau như phí quản lý, phí gửi xe hay các chi phí tiện ích dịch vụ như bảo vệ, vệ sinh, thu gom rác thải, chăm sóc vườn hoa, cây cảnh, diệt côn trùng và các dịch vụ khác... Các chi phí này cũng ảnh hưởng lên quyết định mua căn hộ chung cư vì nó ảnh hưởng trực tiếp lên cuộc sống thực sự sau này tại

căn hộ chung cư đã mua. Các DN BĐS cần công bố trước các mức chi phí này để người mua có kế hoạch tài chính rõ ràng, tránh việc gánh nặng chi phí ảnh hưởng đến quyết định mua căn hộ của khách hàng.

**Đối với yếu tố vị trí địa lý:** Hiện nay, việc di chuyển tại TP. Hồ Chí Minh khá khó khăn, thường xuyên xảy ra kẹt xe tại các giờ cao điểm hay ngập nước vào những ngày có mưa to, triều cường. Vì vậy người mua có xu hướng chọn chung cư gần với nơi làm việc hơn là các bệnh viện, trường học hay khu mua sắm. Các chủ đầu tư, các nhà kinh doanh chủ động lựa chọn những vị trí thuận lợi để xây dựng là điều quan trọng, kết hợp với định hướng quy hoạch chung của khu vực về công trình công cộng, giao thông, y tế... để tạo nhiều hơn lợi thế khi khách hàng lựa chọn và quyết định.

### Tài liệu tham khảo:

- Quốc hội (2014), Luật Nhà ở số 65/2014/QH113, thông qua ngày 25/11/2014;
- Chính phủ (2015), Nghị định số 99/2015/NĐ-CP ngày 20/10/2015 quy định chi tiết và hướng dẫn thi hành Luật Nhà ở;
- Bộ Xây dựng (2016), Thông tư số 20/2016/TT-BXD Hướng dẫn thực hiện nội dung về phát triển và quản lý nhà ở xã hội ngày 30/06/2016;
- Philip Kotler (2004), Marketing căn bản, NXB Thống Kê.
- Bùi Văn Quang, Nguyễn Thị Thu Trang, 2015. Hành vi người tiêu dùng: thấu hiểu và vận dụng. Hà Nội, NXB. Lao động – Xã hội;
- Nguyễn Thị (2015), Các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định mua nhà ở xã hội tại TP. Hồ Chí Minh. Luận văn thạc sỹ kinh tế, Trường Đại học Công nghệ TP. Hồ Chí Minh;
- Haddad, et al., (2011), Factors Affecting Buying Behavior of an Apartment an Empirical Investigation in Amman, Jordan. Research Journal of Applied Sciences, Vol. 3(3), p. 234-239;
- IbrahimMohammed Khrais, (2016), FactorsAffecting The Jordanian Purchasing Behavior OfHousing Apartments:An EmpiricalStudyIn Irbid City. European Scientific Journal March 2016 edition vol.12, No.7 ISSN: 1857 – 7881.

### Thông tin tác giả:

Nguyễn Thanh An

Trường Đại học Tài nguyên và Môi trường

Email: ntatnmt@gmail.com