
CƠ CHẾ TÁC ĐỘNG TỚI Ý ĐỊNH TIẾP TỤC SỬ DỤNG SÁCH ĐIỆN TỬ: VAI TRÒ TRUNG GIAN CỦA SỰ HÀI LÒNG

Lưu Thị Thùy Dương

Trường Đại học Thương Mại
Email: duongqtcl@tmu.edu.vn

Nguyễn Hoàng Việt

Trường Đại học Thương Mại
Email: nhviet@tmu.edu.vn

Nguyễn Thị Vân

Trường Đại học Thương Mại
Email: vannguyen@tmu.edu.vn

Mã bài: JED-1308

Ngày nhận bài: 10/07/2023

Ngày nhận bài sửa: 21/09/2023

Ngày duyệt đăng: 16/10/2023

DOI: 10.33301/JED.VI.1308

Tóm tắt

Nghiên cứu này đã tích hợp mô hình xác nhận - kỳ vọng (ECM) và lý thuyết lan tỏa đổi mới (DIT) để điều tra và dự đoán yếu tố tác động tới hành vi của người dùng sách điện tử giai đoạn sau chấp nhận và nhấn mạnh về vai trò trung gian của sự hài lòng trong mối quan hệ giữa lợi thế tương đối và thói quen tới ý định tiếp tục sử dụng - được coi là khoảng trống chưa được giải quyết trong các nghiên cứu trước đây về sách điện tử. Một cuộc khảo sát đã được thực hiện với 555 sinh viên tại Hà Nội và kết quả đã ủng hộ cho hầu hết các giả thuyết nghiên cứu, chỉ trừ giả thuyết về lợi thế tương đối tác động trực tiếp tới ý định tiếp tục sử dụng. Trên cơ sở đó, một số thảo luận và hàm ý giải pháp đã được đưa ra đối với các nhà cung ứng nhằm tăng cường hành vi sử dụng sách của người đọc.

Từ khóa: Lợi thế tương đối, Thói quen, Sách điện tử, Sự hài lòng, Ý định tiếp tục sử dụng.

Mã JEL: D12

Predicting the mechanism of continuance intention of using e-book: The mediating role of satisfaction

Abstract

This study integrated the Expectation Confirmation Model (ECM) and Diffusion of Innovation Theory (DIT) to investigate the factors affecting the behavior of e-book users in the post-adoption, especially the mediating role of satisfaction in the relationship between relative advantage and habit to continuance intention - unsolved gap research in previous studies on e-books. A survey was conducted with 555 students from large universities in Hanoi; the collected data was processed by Smart PLS 4.0 software. The results supported most of the research hypotheses, except for the hypothesis of a direct relationship between relative advantage and continuance intention. Since then, some discussions and solutions have been proposed for suppliers to enhance the behavior of e-book readers in the coming time.

Keywords: Continuance Intention, E-Book, Habit, Relative Advantage, Satisfaction.

JEL code: D12

1. Giới thiệu

Sự ảnh hưởng sâu rộng của cách mạng 4.0 và đại dịch Covid-19 đã dẫn đến những thay đổi to lớn không chỉ trong hành vi tiêu dùng mà còn là hành vi dạy và học trên thế giới, dẫn đến sự phát triển chưa từng có của sách điện tử về số lượng và mức độ sử dụng (Lim & cộng sự, 2020). Là một dạng của sản phẩm số, sách điện tử mang lại nhiều lợi thế không thể chối cãi so với sách in truyền thống về tính linh hoạt, tiện lợi, khả năng tương tác, và chi phí thấp (Stejskal & cộng sự, 2021; Tosun, 2014). Sự ra đời của sách điện tử góp phần thúc đẩy thói quen đọc sách và khả năng học tập cho người dùng mọi lúc, mọi nơi. Do đó, sách điện tử ngày càng có xu hướng được nhiều nước thúc đẩy sử dụng, nhất là trong lĩnh vực giáo dục (Wang & Bai, 2016).

Tại Việt Nam, tính đến hết năm 2021, toàn hệ thống giáo dục có 242 trường đại học với tổng quy mô sinh viên đại học khoảng 1.906.000 sinh viên (General Statistic Office, 2022). Với quy mô như vậy, nhu cầu sử dụng sách điện tử như giáo trình và các tài liệu phục vụ cho học tập và nghiên cứu là rất lớn. Đặc biệt, trong và sau giai đoạn đại dịch Covid-19, hành vi học và đọc sách đã thay đổi đáng kể nhờ công nghệ mới. Vì vậy, điều quan trọng là khuyến khích việc đọc sách điện tử trong sinh viên ở Việt Nam và mở rộng xuất bản điện tử.

Thị trường sách điện tử Việt Nam được đánh giá là có nhiều tiềm năng và còn nhiều dư địa để phát triển với gần 70 triệu người dùng internet di động (Statista, 2023) và hơn 15 triệu lượt người sử dụng sách điện tử vào năm 2021, tương đương với 35 triệu bản sách được đọc, tăng 59% so với năm 2021 (Khánh Vy, 2023). Ngành xuất bản cũng đặt ra mục tiêu đến năm 2025, Việt Nam lọt top 4 quốc gia có nền xuất bản phát triển nhất trong khu vực Đông Nam Á, trong đó 20-30% là xuất bản phẩm điện tử, có 50% số nhà xuất bản tham gia thị trường sách điện tử (Phuong Anh, 2021). Tuy nhiên, thị trường xuất bản điện tử Việt Nam cũng phải đối mặt với nhiều thách thức như: thói quen đọc sách của người Việt Nam còn thấp; sự tăng trưởng doanh số bán sách điện tử không như kỳ vọng; hay tình trạng vi phạm bản quyền sách điện tử còn phổ biến (Phuong Anh, 2021).

Mặt khác, bất chấp những dự báo về xu hướng gia tăng của sách điện tử, nhiều nghiên cứu trước đó về sách điện tử trên thế giới lại cho thấy: trong khi đa phần sinh viên thừa nhận những lợi ích tiềm năng của sách điện tử nhưng vẫn còn một tỷ lệ đáng kể không sử dụng sách điện tử (Asunka, 2013); và dù phần lớn sinh viên đã và đang sử dụng học liệu điện tử cho học tập nhưng vẫn tồn tại một tỷ lệ lớn thích sử dụng tài liệu in hơn so với học liệu điện tử (Stoller & Nguyen, 2020). Điều này có nghĩa: bất chấp những lợi ích/ lợi thế và những trải nghiệm của người dùng sách điện tử, nhưng mức độ sử dụng sách điện tử của người dùng vẫn chưa tương xứng. Tuy nhiên, có rất ít nghiên cứu giải thích được nguyên nhân của tình trạng này. Chúng tôi cho rằng đây là một khoảng trống nghiên cứu cần được giải quyết. Bài báo này nhằm mục đích xem xét các nguyên nhân thực sự của ý định tiếp tục sử dụng sách điện tử trong học tập, tập trung vào sinh viên đại học, đối tượng chính của sách điện tử (Lim & cộng sự., 2020). Đóng góp chính của bài báo là làm sáng tỏ mối quan hệ giữa lợi thế tương đối và thói quen sử dụng sách điện tử tới ý định tiếp tục sử dụng thông qua vai trò trung gian của sự hài lòng. Trên cơ sở đó, một số hàm ý giải pháp đã được đề xuất đối với các nhà cung cấp dịch vụ nhằm khuyến khích hành vi tiếp tục sử dụng sách điện tử tại Việt Nam trong giai đoạn tới.

2. Cơ sở lý thuyết và phát triển giả thuyết

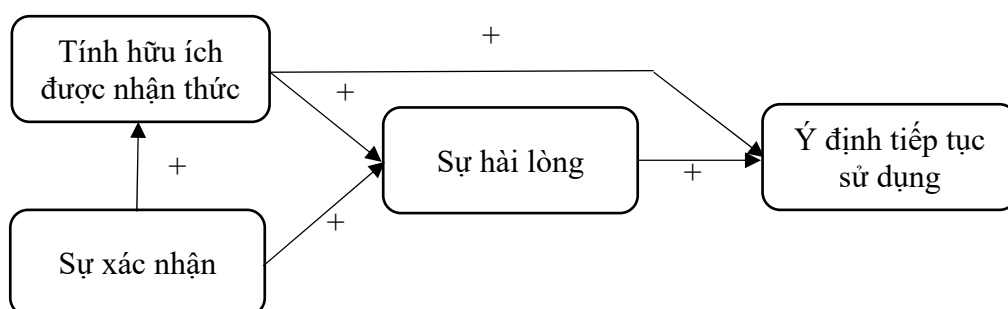
2.1. Sách điện tử

Sách điện tử (e-book) là một loại sản phẩm kỹ thuật số, là sách ở dạng kỹ thuật số và có thể được xem trên màn hình máy tính hoặc thiết bị cầm tay (Kim & cộng sự, 2021). Cụ thể hơn, Tosun (2014) định nghĩa sách điện tử là: “dạng điện tử số hóa của sách in, hoặc một nội dung được sản xuất hoàn chỉnh trong môi trường điện tử có thể được hiển thị, truy cập, xuất bản trên máy tính để bàn, trên bất kỳ thiết bị cầm tay nào có màn hình, hoặc trong bất kỳ thiết bị điện tử tùy chỉnh nào” (Tosun, 2014). Theo khái niệm này, sách điện tử bao gồm cả phần cứng (thiết bị đọc sách điện tử) và phần mềm tính năng văn bản đa dạng thức mà cho phép người đọc thực hiện các chức năng (đánh dấu văn bản, ghi chú,...) như với đọc sách truyền thống. Sách điện tử có thể được truy cập được từ rất nhiều phương tiện như: thiết bị đọc sách điện tử chuyên dụng, máy tính bàn, máy tính xách tay, điện thoại thông minh, hay bất kỳ thiết bị có màn hình có thể điều hướng nào khác (Tosun, 2014).

2.2. Mô hình xác nhận - kỳ vọng và Lý thuyết lan tỏa đổi mới

Mô hình xác nhận - kỳ vọng (ECM) được Bhattacharjee (2001) phát triển dựa trên lý thuyết xác nhận - kỳ vọng (ECT) và Mô hình chấp nhận công nghệ (TAM). ECM tập trung vào các yếu tố tác động đến hành vi sử dụng công nghệ thông tin/hệ thống thông tin (IS/IT) giai đoạn sau chấp nhận. Trong đó, Kỳ vọng liên quan đến tính hữu ích được nhận thức sau khi sử dụng IS/IT (Chen & cộng sự, 2018); “Sự xác nhận” liên quan đến những đánh giá tích cực hoặc tiêu cực của người dùng sau khi sử dụng. “Sự hài lòng” là trạng thái cảm xúc của khách hàng, đánh giá việc sử dụng công nghệ, và “Ý định tiếp tục sử dụng” đề cập đến ý định mua lại hoặc tiếp tục sử dụng IS/IT (Bhattacharjee, 2001). Nếu kỳ vọng được đáp ứng thông qua việc sử dụng IS/IT, người dùng có xu hướng hài lòng và cảm nhận công nghệ này là hữu ích. Kết quả là họ có xu hướng sử dụng công nghệ liên tục hơn (Bhattacharjee, 2001).

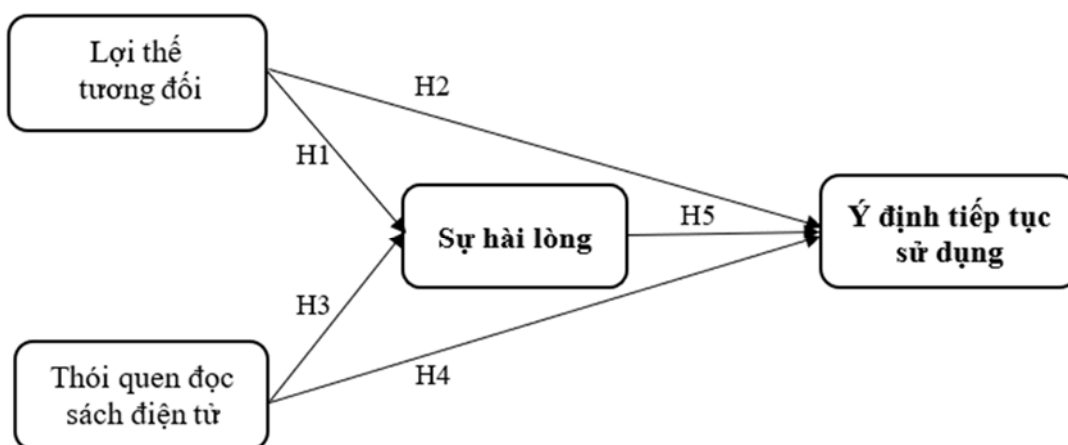
Hình 1. Mô hình xác nhận – kỳ vọng về sự tiếp tục sử dụng công nghệ



Nguồn: Bhattacharjee (2001)

Lý thuyết lan tỏa đổi mới (DIT) do Rogers (1995) đề xuất từ lâu đã được coi là một khung lý thuyết quan trọng trong nghiên cứu phổ biến công nghệ/sự đổi mới. DIT xác định năm thuộc tính nhận thức quan trọng của sự đổi mới ảnh hưởng đến quá trình ra quyết định áp dụng, gồm: lợi thế tương đối, khả năng tương thích, độ phức tạp, khả năng dùng thử, và khả năng quan sát. DIT cũng gợi ý rằng tỷ lệ chấp nhận đổi mới của một cá nhân được xác định bởi mức độ chấp nhận công nghệ của người đó. Một cá nhân có mức độ tiếp nhận công nghệ cao hơn sẽ chấp nhận một sự đổi mới nhanh hơn (Chen & cộng sự, 2018).

Hình 2. Mô hình nghiên cứu đề xuất



Nguồn: Đề xuất của nhóm tác giả

Nghiên cứu này có những lý do để kết hợp hoặc loại trừ một số yếu tố của DIT và ECM. Thứ nhất, một số nghiên cứu đã gợi ý rằng tính hữu ích được nhận thức và lợi thế tương đối là những cấu trúc tương tự nhau (Chen & cộng sự, 2018; Venkatesh & cộng sự., 2003). Bên cạnh đó, “Sự xác nhận” là một yếu tố còn tồn tại nhiều tranh luận liên quan đến các thành phần đo lường (Yi, 1990), đồng thời ít được sử dụng trong các

nghiên cứu về IS/IT có sử dụng mô hình lý thuyết ECM tích hợp (Joo & cộng sự., 2017; Verkijika, 2019). Với DIT, một số học giả cho rằng khả năng tương thích khó phân biệt với lợi thế tương đối (Li, 2014; Chen & cộng sự, 2018). Mặt khác, nghiên cứu này hướng tới điều tra đối tượng đã có kinh nghiệm sử dụng sách điện tử, do đó các yếu tố “độ phức tạp”, “khả năng dùng thử” và “khả năng quan sát” sẽ không còn phù hợp. Thay vào đó, nghiên cứu này sử dụng “thói quen đọc sách điện tử” với mục đích kiểm tra xem những người dùng đã có nhiều trải nghiệm với sách điện tử có thực sự hài lòng với loại hình sách này hay không (Hình 2).

2.3. Phát triển giả thuyết

2.3.1. Lợi thế tương đối, sự hài lòng và ý định tiếp tục sử dụng sách điện tử

Lợi thế tương đối được định nghĩa là mức độ mà một sự đổi mới được coi là tốt hơn so với thể hệ mà nó thay thế (Rogers, 1995). Với bản chất là một sản phẩm dựa trên nền tảng công nghệ số, sách điện tử có thể mang lại rất nhiều lợi thế tương đối so với sách in truyền thống như: tính di động, tính tiện lợi, khả năng truy cập, khả năng tương tác... (Stejskal & cộng sự, 2021; Verkijika, 2019). Trong các nghiên cứu trước đó về sách điện tử, lợi thế tương đối ít được xem xét dưới vai trò tác động trực tiếp tới hành vi sau chấp nhận như sự hài lòng hay ý định tiếp tục sử dụng. Ngược lại, một số nghiên cứu (Wang & Bai, 2016; Alhammad & Ku, 2019) cho thấy mặc dù sinh viên có nhận thức khá rõ về các lợi thế của sách điện tử nhưng tỷ lệ chấp nhận sử dụng lại chưa cao. Tuy nhiên, chúng tôi lập luận rằng: nhờ những lợi thế tương đối của sách điện tử, người đọc không còn mất quá nhiều thời gian để tìm kiếm những tài liệu mong muốn để phục vụ cho nhu cầu của họ; đồng thời có thể đọc và tận hưởng những lợi ích từ sách điện tử mọi lúc, mọi nơi. Từ đó, sự hài lòng và ý định tiếp tục sử dụng sách điện tử sẽ được tăng cường. Vì vậy, hai giả thuyết đầu tiên được phát triển như sau:

H1. Lợi ích tương đối có tác động tích cực tới sự hài lòng của người đọc sách điện tử.

H2. Lợi ích tương đối có tác động tích cực tới ý định tiếp tục sử dụng sách điện tử.

2.3.2. Thói quen, sự hài lòng và ý định tiếp tục sử dụng sách điện tử

Ý định tiếp tục sử dụng được định nghĩa là ý định tiếp tục đọc sách điện tử của độc giả ở giai đoạn hậu chấp nhận (Chen, 2015). Nhiều nghiên cứu trước đó đã cho thấy ý định tiếp tục sử dụng sách điện tử chịu tác động tích cực bởi thói quen đọc sách (Wang & Bai, 2016; Chen & cộng sự, 2018). Mặt khác, sự hài lòng đa phần đều được chứng minh là tiền tố của thói quen sử dụng (Huang & cộng sự, 2013; Chen & cộng sự, 2018). Trong nghiên cứu này, ngoài mục đích kiểm định mối quan hệ giữa thói quen và sự hài lòng tới ý định tiếp tục sử dụng sách điện tử, chúng tôi còn hướng tới kiểm tra xem liệu thói quen đọc sách có làm gia tăng sự hài lòng của người dùng sách điện tử hay không? Bởi theo Gefen (2003), người dùng đã hình thành thói quen và tích lũy kiến thức liên quan đến việc sử dụng IS/IT có thể hiểu rõ hơn về các công nghệ tương tự và do đó, biết cách sử dụng hiệu quả và tận dụng lợi thế tốt nhất từ chúng. Vì vậy, chúng tôi lập luận rằng: nhờ thói quen đọc sách điện tử, người đọc có kiến thức tốt hơn về cách sử dụng các công nghệ để tận dụng lợi thế tốt nhất từ sách điện tử nhằm tăng cường hiểu biết và đạt được hiệu quả tốt trong học tập; điều này có thể càng củng cố sự hài lòng của họ về sách điện tử và ý định tiếp tục sử dụng trong tương lai. Từ đó, ba giả thuyết tiếp theo là:

H3. Thói quen có tác động tích cực tới sự hài lòng của người đọc sách điện tử.

H4. Thói quen có tác động tích cực tới ý định tiếp tục của người đọc sách điện tử.

H5. Sự hài lòng có tác động tích cực tới ý định tiếp tục của người đọc sách điện tử.

2.3.3. Vai trò trung gian của sự hài lòng

Theo Oliver (1999), sự hài lòng là phản ứng đáp ứng của người dùng, là sự đánh giá của họ liên quan đến ít nhất hai tác nhân là: kết quả, và yếu tố so sánh. Trong bối cảnh thương mại điện tử, có ý kiến cho rằng sự hài lòng điện tử là trải nghiệm mua sắm điện tử của người tiêu dùng so với trải nghiệm ở thị trường truyền thống (Trivedi & Yadav, 2018). Trong nghiên cứu này, lợi thế tương đối và thói quen sử dụng sách điện tử được coi là nguồn gốc của sự hài lòng về sách điện tử của người đọc, và sự hài lòng có tác động trực tiếp và tích cực tới ý định tiếp tục sử dụng sách điện tử. Tuy nhiên, ngoài vai trò tác động trực tiếp, một số nghiên cứu về hành vi người tiêu dùng trong các lĩnh vực khác đã chứng minh được vai trò trung gian của sự hài lòng trong mối quan hệ dẫn tới hành vi hậu áp dụng như: ý định tiếp tục sử dụng (Trivedi & Yadav, 2018), hay lòng trung thành (de Oña, 2021). Theo tổng quan của chúng tôi, chưa có nghiên cứu nào kiểm tra vai

trò trung gian của sự hài lòng trong cơ chế tác động đến ý định tiếp tục sử dụng sách điện tử. Do đó, hai giả thuyết nghiên cứu tiếp theo được đặt ra là:

H6. Sự hài lòng có tác động trung gian trong mối quan hệ giữa lợi thế tương đối và ý định tiếp tục sử dụng sách điện tử.

H7. Sự hài lòng có tác động trung gian trong mối quan hệ giữa thói quen và ý định tiếp tục sử dụng sách điện tử.

3. Phương pháp nghiên cứu

3.1. Thang đo nghiên cứu

Các thang đo trong nghiên cứu được kế thừa hoặc kế thừa có điều chỉnh từ các nghiên cứu có uy tín trước đó trong cùng lĩnh vực. Trước tiên, các biến và thang đo về cùng chủ đề được sưu tầm từ các nghiên cứu trước đó bằng tiếng Anh và tiếng Việt. Các thang đo bằng tiếng Anh được 2 nhóm chuyên gia ngoại ngữ độc lập sử dụng phương pháp dịch ngược (Bulmer & Warwick, 2005) để hạn chế sự chênh lệch về mặt ngữ nghĩa. Sau đó, các cuộc phỏng vấn tiền bảng hỏi đã được thực hiện với 4 chuyên gia là giảng viên giảng dạy về quản trị và marketing của trường đại học và 10 cá nhân có thâm niên sử dụng sách điện tử để rà soát và hiệu chỉnh nội dung các thang đo. Kết quả, Biến “Thói quen đọc sách điện tử” (HB) có 02 thang đo được kế thừa từ Hsiao & Chen (2017), và 01 thang đo kế thừa có chỉnh sửa của Alalwan & cộng sự (2018). Thang đo Lợi thế tương đối (RA) được xây dựng dựa trên thang đo của Jin (2014). Thang đo Sự hài lòng (SAT) và Ý định tiếp tục sử dụng sách điện tử (CONT) được kế thừa từ Jin (2014).

Mỗi thang đo được đánh giá dựa trên thang Likert 5 điểm với ý nghĩa 1- “Hoàn toàn không đồng ý” đến 5- “Hoàn toàn đồng ý” và 3- “Trung lập/Không có ý kiến”.

3.2. Thu thập và phân tích dữ liệu

Nghiên cứu được phân tích dựa trên dữ liệu sơ cấp từ đối tượng khảo sát là các sinh viên đã và đang sử dụng sách điện tử, đang học tập tại các trường đại học tại Hà Nội, tập trung vào 7 cơ sở giáo dục đại học có quy mô lớn (Bảng 1). Mặt khác, do mục đích điều tra động cơ dẫn đến sự hài lòng và ý định tiếp tục sử dụng sách điện tử (giai đoạn hậu chấp nhận), nên chúng tôi chỉ khảo sát các sinh viên đã và đang sử dụng sách điện tử bởi nhóm đối tượng này đã có những trải nghiệm nhất định để đánh giá về sách điện tử. Để lọc đối tượng khảo sát phù hợp, câu hỏi đầu tiên của bảng hỏi là: “bạn có đang sử dụng bất kỳ loại sách điện tử nào không?” được đưa vào nhằm loại ra các đáp viên chưa sử dụng sách điện tử.

Nghiên cứu sử dụng phương pháp phân tích mô hình cấu trúc PLS-SEM để kiểm tra mô hình đo lường và kiểm định các giả thuyết nghiên cứu. Do đó, cỡ mẫu từ 100-200 được coi là khởi đầu tốt để thực hiện hóa mô hình đường dẫn (Hoyle, 1995). Để tiếp cận đối tượng khảo sát, nghiên cứu sử dụng cả hai hình thức là trực tiếp và trực tuyến. Và nhằm tăng khả năng tiếp cận cũng như thúc đẩy sinh viên tham gia trả lời phiếu, chúng tôi đã sử dụng sự hỗ trợ của các giảng viên phát phiếu khảo sát trực tiếp cho sinh viên trên lớp và đội ngũ trợ lý khoa, cố vấn học tập để gửi link khảo sát (qua Google Form) đến sinh viên thông qua facebook và zalo. Trong thời gian 1 tháng thực hiện khảo sát (từ tháng 10 đến tháng 11/2022), đã có 112 hồi đáp qua link và 582 phiếu trực tiếp được thu về. Với tổng số 694 phiếu thu được, có 139 phiếu không hợp lệ bị loại bỏ; cuối cùng còn lại 555 phiếu hợp lệ được đưa vào sử dụng.

4. Kết quả

4.1. Thống kê mô tả

Trong số 555 phiếu khảo sát hợp lệ, 53,5% đáp viên là nữ, 46,5% là nam, đến từ 7 cơ sở giáo dục đại học tại Hà Nội. Các sinh viên năm thứ 3 chiếm phần lớn với trên 50%, còn lại là sinh viên năm nhất (15,1%), năm 2 (20,5%) và năm 4 (14,1%).

4.2. Đánh giá mô hình đo lường

Để đánh giá mô hình đo lường theo PLS-SEM, cần đánh giá độ tin, giá trị hội tụ và giá trị phân biệt. Theo kết quả phân tích trong Bảng 2, hệ số tải ngoài của các thang đo đều > 0,7; Cronbach’s Alpha và CR > 0,7, AVE đều > 0,5. Như vậy các thang đo đều đảm bảo độ tin cậy và giá trị hội tụ.

Để kiểm định giá trị phân biệt của các biến trong mô hình nghiên cứu, có thể sử dụng chỉ số HTMT (Henseler & cộng sự, 2015). Theo đó, giá trị phân biệt được thiết lập giữa các cấu trúc khi chỉ số HTMT

dưới 0,9. Như vậy, kết quả trong Bảng 3 cho thấy các biến trong mô hình có sự phân biệt về bản chất. Mặt khác, vấn đề đa cộng tuyến không xảy ra trong mô hình này sau khi kiểm tra hệ số VIF đều <5,0 (Hair & cộng sự, 2016).

Bảng 1. Thống kê đối tượng khảo sát

	Chỉ tiêu	Tần suất	Tỷ lệ (%)
Giới tính	Nam	258	46,5
	Nữ	297	53,5
Trường	Đại học Thương Mại	134	24,1
	Đại học Kinh tế Quốc dân	79	14,2
	Đại học Công nghiệp Hà Nội	68	12,3
	Đại học Ngoại thương	76	13,7
	Đại học Tài chính-Ngân hàng Hà Nội	87	15,7
	Đại học Bưu chính-Viễn thông	48	8,6
	Đại học Thủy Lợi	63	11,4
	Năm học tập	Năm nhất	84
	Năm hai	114	20,5
	Năm ba	279	50,3
	Năm tư	78	14,1

Nguồn: Kết quả xử lý số liệu khảo sát

Bảng 2. Hệ số tải ngoài, cronbach alpha, CR và AVE

Biến	Hệ số tải	Cronbach alpha	CR	AVE
Ý định tiếp tục sử dụng (CONT)	(0,840-0,881)	0,834	0,900	0,750
Thói quen đọc sách điện tử (HB)	(0,871-0,895)	0,859	0,914	0,780
Lợi thế tương đối (RA)	(0,858-0,889)	0,876	0,915	0,731
Sự hài lòng (SAT)	(0,857-0,880)	0,840	0,904	0,758

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu.

Bảng 3. Chỉ số HTMT

	RA	SAT	HB	CONT
RA				
SAT	0,542			
HB	0,653	0,633		
CONT	0,542	0,839	0,697	

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu.

4.3. Mô hình cấu trúc

Đánh giá mô hình cấu trúc được thực hiện thông qua kỹ thuật Bootstrap với hệ số phóng đại 1000 mẫu và mức ý nghĩa 5%, giúp kiểm định các giả thuyết nghiên cứu. Các giả thuyết nghiên cứu được kiểm định theo trình tự: Kiểm định mối quan hệ tác động trực tiếp; kiểm định sự tồn tại của biến trung gian và kiểm định mối qua hệ tổng hợp.

4.3.1. Kiểm định mối quan hệ tác động trực tiếp

Căn cứ các chỉ số được thể hiện trong Bảng 4, các giả thuyết H1, H3, H4, H5 đều được chấp nhận với giá trị P-value <0,05, T-Value >1,65. Tức là, Lợi thế tương đối và Thói quen đọc sách có tác động trực tiếp đến sự hài lòng (giả thuyết H1 và H4); Thói quen đọc sách và Sự hài lòng có tác động trực tiếp đến Ý định tiếp tục sử dụng (giả thuyết H3 và H5). Tuy nhiên, giả thuyết H2 về ảnh hưởng của Lợi thế tương đối tới Ý định tiếp tục sử dụng bị từ chối (do giá trị P-value > 0,05 và giá trị khoảng tin cậy trái dấu).

Bảng 4. Kết quả kiểm định mối quan hệ tác động trực tiếp

Giả thuyết	Hệ số hồi quy	Độ lệch chuẩn	T values	P values	Khoảng tin cậy		Kết quả
					UL	LL	
H1: RA -> SAT	0,234	0,049	4,789	0,000	0,134	0,326	Chấp nhận
H2: RA -> CONT	0,066	0,038	1,731	0,083	-0,010	0,139	Từ chối
H3: SAT -> CONT	0,531	0,038	14,148	0,000	0,451	0,600	Chấp nhận
H4: HB -> SAT	0,409	0,049	8,421	0,000	0,310	0,499	Chấp nhận
H5: HB -> CONT	0,271	0,039	6,932	0,000	0,195	0,347	Chấp nhận

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu.

4.3.2. Kiểm định mối quan hệ tác động gián tiếp

Bảng 5 thể hiện kết quả kiểm định mối quan hệ tác động gián tiếp. Cả hai giả thuyết H6 và H7 đều được chấp nhận. Sự hài lòng thể hiện là biến trung gian quan trọng trong mối quan hệ của Lợi thế tương đối/ Thói quen sử dụng và Ý định tiếp tục sử dụng sách điện tử. Cụ thể, mối quan hệ tác động gián tiếp từ Thói quen đến Ý định tiếp tục sử dụng được chấp nhận (giá trị T đạt 6,845, giá trị P đạt 0,000) và mối quan hệ trực tiếp có ý nghĩa thống kê. Theo Zhao & cộng sự (2010), đây là mối quan hệ trung gian một phần. Ngược lại, mối quan hệ gián tiếp giữa Lợi thế tương đối và Ý định tiếp tục sử dụng cũng được chấp nhận (giá trị T đạt 4,697, giá trị P đạt 0,000) nhưng mối quan hệ trực tiếp lại chưa được khẳng định, vì vậy, đây là mối quan hệ trung gian toàn phần.

Bảng 5. Kết quả kiểm định mối quan hệ tác động gián tiếp

Giả thuyết	Hệ số hồi quy	Độ lệch chuẩn	T values	P values	Khoảng tin cậy		Kết quả
					UL	LL	
H7: HB -> SAT -> CONT	0,217	0,032	6,845	0,000	0,158	0,280	Trung gian một phần
H6: RA -> SAT -> CONT	0,124	0,026	4,697	0,000	0,073	0,178	Trung gian toàn phần

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu.

4.3.3. Kiểm định mối quan hệ tác động tổng thể

Bảng 6. Kết quả kiểm định mối quan hệ tác động tổng thể

Cấu trúc	Hệ số hồi quy	Độ lệch chuẩn	T values	P values	Khoảng tin cậy	
					UL	LL
RA -> SAT	0,234	0,049	4,789	0,000	0,134	0,326
RA -> CONT	0,190	0,046	4,135	0,000	0,097	0,279
SAT -> CONT	0,531	0,038	14,148	0,000	0,451	0,600
HB -> SAT	0,409	0,049	8,421	0,000	0,310	0,499
HB -> CONT	0,488	0,041	11,962	0,000	0,405	0,567

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu.

Bảng 6 thể hiện báo cáo tổng hợp về mức độ ảnh hưởng tổng thể của các biến trong mô hình nghiên cứu. Trong đó, Thói quen sử dụng cho thấy sự ảnh hưởng tích cực và mạnh mẽ nhất đến Sự hài lòng và Ý định tiếp tục sử dụng (với hệ số β lần lượt là 0,409 và 0,488). Lợi thế tương đối có tác động lớn đến Sự hài lòng với hệ số β là 0,234 nhưng ảnh hưởng nhỏ đến Ý định tiếp tục sử dụng với hệ số β là 0,190.

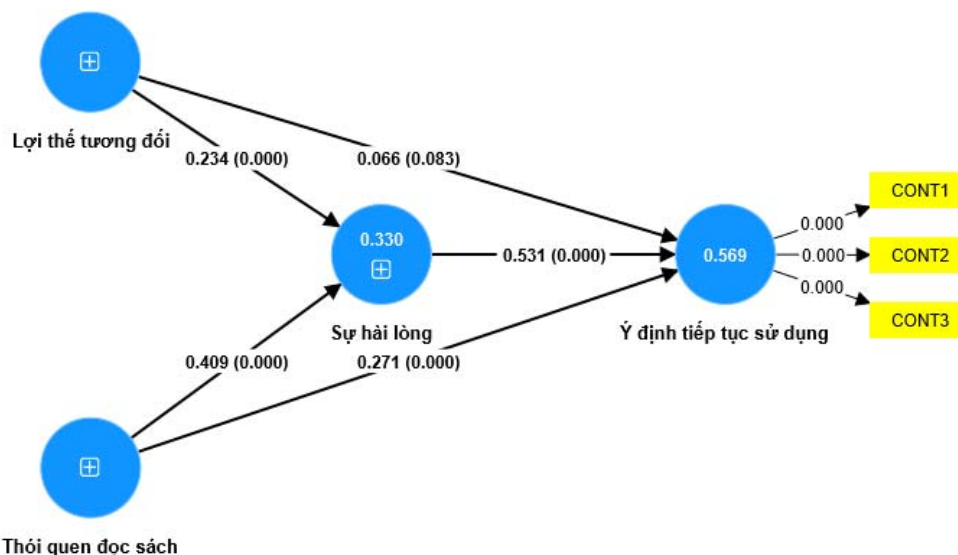
Hệ số R2 giải thích mức độ phương sai của biến nội sinh được giải thích bởi các biến ngoại sinh (Hair & cộng sự., 2016). Kết quả từ Bảng 7 cho thấy các yếu tố Lợi thế tương đối và Thói quen sử dụng giải thích được 33% sự hài lòng trong sử dụng sách điện tử. Đồng thời kết quả cũng chỉ ra Ý định tiếp tục sử dụng sách điện tử của sinh viên cũng được giải thích bởi Lợi thế tương đối, thói quen sử dụng và sự hài lòng (R2 điều chỉnh đạt 0,569).

Bảng 7. Hệ số xác định của mô hình nghiên cứu

	R2	R2 điều chỉnh
Sự hài lòng	0,330	0,330
Ý định tiếp tục sử dụng	0,569	0,569

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu.

Hình 3. Kết quả phân tích mô hình cấu trúc



Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu.

5. Thảo luận và hàm ý giải pháp

5.1. Thảo luận

Từ kết quả kiểm định mô hình và giả thuyết có thể thấy: Thói quen đọc sách điện tử có tác động tích cực khá đáng kể tới ý định tiếp tục sử dụng sách điện tử của sinh viên với hệ số β là 0,271. Kết quả này có sự tương đồng với nghiên cứu trước đó của Wang & Bai (2016), Chen & cộng sự (2018). Bên cạnh đó, như kỳ vọng, thói quen đọc sách điện tử cũng được chứng minh là có tác động trực tiếp và đáng kể tới sự hài lòng của người dùng sách điện tử với hệ số β là 0,271. Có thể giải thích cho kết quả nghiên cứu này là: sự hài lòng và ý định sử dụng sách điện tử phần lớn bị chi phối bởi thói quen, bởi những sinh viên coi sách điện tử là một hành vi quen thuộc sẽ khó từ bỏ sách điện tử, đồng thời có khả năng tận dụng tốt các lợi thế tương đối của sách điện tử vào các mục đích cá nhân, do đó dễ hài lòng với những sách điện tử mà họ đã đọc.

Trong khi đó, lợi thế tương đối của sách điện tử có tác động trực tiếp và tích cực tới sự hài lòng của người đọc (hệ số β là 0,234). Tuy nhiên, lợi thế tương đối không có tác động trực tiếp tới ý định tiếp tục sử dụng sách điện tử (giá trị P là 0,083) nhưng lại có tác động gián tiếp tới ý định tiếp tục sử dụng thông qua yếu tố trung gian là sự hài lòng. Để lý giải cho kết quả này, có thể hiểu tuy sách điện tử có những lợi thế tương đối lớn so với sách in truyền thống nhưng những lợi thế đó chỉ là điều kiện cần để thu hút sự quan tâm của người đọc. Quá trình trải nghiệm sách điện tử còn bị ảnh hưởng bởi những yếu tố khác như: vấn đề về mắt, sự hạn chế giao diện màn hình thiết bị đọc sách, khả năng tập trung khi đọc sách trên màn hình máy tính/thiết bị di động, sự căng thẳng khi phải sử dụng công nghệ với cường độ cao. Chỉ khi nào người dùng vượt qua được các trở ngại này, họ mới cảm nhận được sự hài lòng và dẫn đến ý định tiếp tục sử dụng sách điện tử. Kết quả này được coi là một phát hiện mới và đóng góp lớn nhất trong nghiên cứu của chúng tôi, bởi tuy một số nghiên cứu trước đó của Asunka (2013), Wang & Bai (2016), Stoller & Nguyen (2020) đã chỉ ra tỷ lệ sinh viên chấp nhận sử dụng sách điện tử chưa cao mặc dù nhận thức rõ về các lợi ích của chúng nhưng chưa chỉ ra được cơ chế tác động của hai yếu tố này. Kết quả nghiên cứu của chúng tôi góp phần giải quyết được khoảng trống nghiên cứu đó. Trong phạm vi hiểu biết tốt nhất của chúng tôi, không có nhiều nghiên cứu trước đó về sách điện tử làm được điều này.

Kết quả nghiên cứu một lần nữa khẳng định và làm rõ hơn vai trò quan trọng của sự hài lòng trong cơ chế dẫn tới hành vi sau chấp nhận của người dùng khi sự hài lòng vừa đóng vai trò tác động trực tiếp mạnh mẽ (hệ số β là 0,531) tới ý định tiếp tục sử dụng sách điện tử, vừa đóng vai trò trung gian giữa lợi thế tương đối (trung gian toàn phần) và thói quen (trung gian một phần) tới ý định tiếp tục sử dụng sách điện tử. Kết quả này phù hợp với nhiều nghiên cứu trước đó của Verkijika (2019), Chen & cộng sự (2018), Jin (2014).

5.2. Hàm ý giải pháp

Kết quả nghiên cứu cho thấy: để tăng cường ý định tiếp tục sử dụng sách điện tử, sự hài lòng đóng một vai trò trọng tâm. Do đó, điều quan trọng là các nhà xuất bản cần chú trọng đến việc tăng cường sự hài lòng của khách hàng thông qua ba giải pháp lớn: Thứ nhất, không ngừng nâng cao lợi thế tương đối của sách điện tử. Sách điện tử cần được định dạng đa dạng (epub, mobi, iba, azw, pdf,...) phù hợp với nhiều thiết bị đọc sách điện tử khác nhau; cải thiện và/hoặc bổ sung các tính năng tương tác (đánh dấu trang, chức năng tìm kiếm liên kết, ghi chú, lưu trang đang đọc,...). Hai là, hướng tới khai thác tập khách hàng có thói quen đọc sách điện tử bởi họ có xu hướng mạnh mẽ tiếp tục sử dụng loại hình sách này. Các nhà xuất bản có thể nhận dạng và khai thác tập khách hàng này thông qua các hội/ nhóm/ cộng đồng người yêu thích đọc sách; Kết hợp với các bên liên quan (trường học, thư viện, các cơ quan,...) để tăng cường hoạt động truyền thông, giới thiệu và tăng cường xúc tiến về các loại sách điện tử. Thứ ba, các nhà xuất bản cần tăng cường hợp tác với các trường học trong việc kết nối, truyền thông với sinh viên, đưa ra các gói dịch vụ hợp lý về sách điện tử, đồng thời có các hình thức đào tạo/hướng dẫn linh hoạt giúp sinh viên có thể sử dụng thành thạo các công cụ khai thác sách điện tử trên thư viện và trên thiết bị điện tử cá nhân.

6. Kết luận

Nghiên cứu này đã làm rõ được động cơ dẫn tới ý định tiếp tục sử dụng sách điện tử của người đọc thông qua các yếu tố: lợi thế tương đối, thói quen đọc sách điện tử, và sự hài lòng. Bên cạnh những kết quả và điểm mới đạt được, nghiên cứu này vẫn tồn tại một số hạn chế sau: Một là, nghiên cứu tập trung chủ yếu vào đối tượng là sinh viên đại học tại Hà Nội. Mặc dù đây là đối tượng có nhu cầu đọc sách và có sự trưởng thành nhất định về thái độ cũng như các kỹ năng cần thiết để tiếp cận sách điện tử, tuy nhiên, nghiên cứu trong tương lai có thể chú ý tới một nhóm đối tượng tiềm năng khác là học sinh (tiểu học, trung học) và/hoặc ở các khu vực khác. Hai là, hệ số xác định R^2 của yếu tố “Sự hài lòng” trong mô hình nghiên cứu này còn khá thấp, cho thấy vẫn còn những yếu tố khác nữa tác động tới sự hài lòng của người sử dụng sách điện tử mà chúng tôi chưa đề cập tới. Nghiên cứu trong tương lai có thể bổ sung xem xét một số yếu tố khác có thể tác động tới sự hài lòng của người sử dụng sách điện tử.

Tài liệu tham khảo

- Alalwan, A. A., Dwivedi, Y. K., Rana, N. P., & Algharabat, R. (2018), ‘Examining factors influencing Jordanian customers’ intentions and adoption of internet banking: Extending UTAUT2 with risk’, *Journal of Retailing and Consumer Services*, 40, 125–138.
- Alhammad, R., & Ku, H. Y. (2019), ‘Graduate students’ perspectives on using e-books for academic learning’, *Educational Media International*, 56(1), 75–91.
- Asunka, S. (2013), ‘The viability of e-textbooks in developing countries: Ghanaian university students’ perceptions’, *Open Learning*, (May), 37–41.
- Bhattacharjee, A. (2001), ‘Understanding information systems Continuance: An Expectation-Confirmation Model’, *MIS Quarterly*, 25(3), 351–370.
- Bulmer, Martin & Warwick, Donal P. (2005), *Social research in Developing Countries: Surveys and Censuses in the third world*, Routledge, London.
- Chen, C.-W. (2015), ‘The Effect of Technological and Psychological Factors on Users’ Intentions to Continually Read e-Books’, *International Journal of Business and Economics*, 14(2), 195–220.
- Chen, S. C., Yen, D. C., & Peng, S. C. (2018), ‘Assessing the impact of determinants in e-magazines acceptance: An empirical study’, *Computer Standards and Interfaces*, 57, 49–58.

-
- de Oña, J. (2021), 'Understanding the mediator role of satisfaction in public transport: A cross-country analysis', *Transport Policy*, 100(November), 129–149.
- Gefen, D. (2003), 'TAM or just plain habit: A look at experienced online shoppers', *Journal of End User Computing*, 15(3), 1–13.
- General Statistic Office (2022), *Statistical Yearbook of Vietnam 2021*, Statistical Publishing House, Hanoi.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2016), *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) (2nd ed.)*, SAGE, USA.
- Henseler, J., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2015), 'A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modeling', *Journal of the Academy of Marketing Science*, 43(1), 115-135. DOI:10.1007/s11747-014-0403-8.
- Hoyle, R. H. (1995), 'The structural equation modeling approach: Basic concepts and fundamental issues', In Hoyle, R. H. (Ed.), *Structural equation modeling: Concepts, issues, and applications*, Sage Publications, Inc. 1–15.
- Hsiao, K. L., & Chen, C. C. (2017), 'Value-based adoption of e-book subscription services: The roles of environmental concerns and reading habits', *Telematics and Informatics*, 34(5), 434–448.
- Huang, T. C. K., Wu, I. L., & Chou, C. C. (2013), 'Investigating use continuance of data mining tools', *International Journal of Information Management*, 33(5), 791–801.
- Jin, C. H. (2014), 'Adoption of e-book among college students: The perspective of an integrated TAM', *Computers in Human Behavior*, 41, 471–477.
- Joo, Y. J., Park, S., & Shin, E. K. (2017), 'Students' expectation, satisfaction, and continuance intention to use digital textbooks', *Computers in Human Behavior*, 69, 83–90.
- Khánh Vy (2023), 'Phát triển thị trường xuất bản điện tử ở Việt Nam', truy cập ngày 5 tháng 8 năm 2023, từ <[Lhttps://dangcongsan.vn/xuan-uoc-vong-2023/dang-dan-toc-va-mua-xuan/phat-trien-thi-truong-xuat-ban-dien-tu-o-viet-nam-630261.html](https://dangcongsan.vn/xuan-uoc-vong-2023/dang-dan-toc-va-mua-xuan/phat-trien-thi-truong-xuat-ban-dien-tu-o-viet-nam-630261.html)>.
- Kim, J., Seo, J., Zo, H., & Lee, H. (2021), 'Why digital goods have not replaced traditional goods: the case of e-books', *Journal of Enterprise Information Management*, 34(3), 793–810.
- Li, S. C. S. (2014), 'Digital television adoption: Comparing the adoption of digital terrestrial television with the adoption of digital cable in Taiwan', *Telematics and Informatics*, 31(1), 126–136.
- Lim, B. C. Y., Liu, L. W. L., & Choo, C. H. (2020), 'Investigating the Effects of Interactive E-Book towards Academic Achievement', *Asian Journal of University Education*, 16(3), 78–88.
- Oliver, R. L. (1999), 'Whence Consumer Loyalty?', *Journal of Marketing*, 63(Special Issue), 33–44.
- Phuong Anh (2021), 'Đến năm 2025: 50% số nhà xuất bản tham gia xuất bản điện tử', Truy cập ngày 1 tháng 8 2023, từ <<https://toquoc.vn/den-nam-2025-50-so-nha-xuat-ban-tham-gia-xuat-ban-dien-tu-20210831171047502.htm>>.
- Rogers, E. M. (1995), *Diffusion of Innovations, 4th Edition*, The Free Press, New York.
- Statista (2023), *Forecast of the number of mobile internet users in Vietnam from 2013 to 2028*, retrieved on January 27th 2023, from <<https://www.statista.com/forecasts/1147340/mobile-internet-users-in-vietnam>>.
- Stejskal, J., Hajek, P., & Prokop, V. (2021), 'The role of library user preferences in the willingness to read and pay for e-books: case of the Czech Republic', *Electronic Library*, 39(4), 639–660.
- Stoller, F. L., & Nguyen, L. T. H. (2020), 'Reading habits of Vietnamese University English majors', *Journal of English for Academic Purposes*, 48, 100906. DOI:10.1016/j.jeap.2020.100906.
- Tosun, N. (2014), 'A study on reading printed books or e-books: Reasons for student-teachers preferences', *Turkish Online Journal of Educational Technology*, 13(1), 21–28.
- Trivedi, S. K., & Yadav, M. (2018), 'Predicting online repurchase intentions with e-satisfaction as mediator: a study on Gen Y', *VINE Journal of Information and Knowledge Management Systems*, 48(3), 427–447.
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., Davis, F. D. (2003), 'User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View', *MIS Quarterly*, 27(3), 425–478.
- Verrijika, S. F. (2019), 'Digital textbooks are useful but not everyone wants them: The role of technostress', *Computers and Education*, 140(May), 103591. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2019.05.017>.
-

-
- Wang, S., & Bai, X. (2016), 'University Students Awareness, Usage and Attitude Towards E-books: Experience from China', *Journal of Academic Librarianship*, 42(3), 247–258.
- Yi, Y. (1990), 'A critical review of consumer satisfaction', In Zeithmal, V. A. (Ed.), *Review of Marketing (4)*, American Marketing Association, Chicago, 68–123.
- Zhao, X., Lynch, J. G., & Chen, Q. (2010), 'Reconsidering Baron and Kenny: Myths and truths about mediation analysis', *Journal of Consumer Research*, 37(2), 197–206.