

NIỀM TIN XANH VÀ Ý ĐỊNH MUA SẢN PHẨM XANH: NGHIÊN CỨU ĐỐI VỚI SINH VIÊN TRƯỜNG ĐẠI HỌC MỞ THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

Đoàn Bảo Sơn^{1*}, Võ Mai Diễm Mi¹, Huỳnh Thị Trà My¹, Nguyễn Thị Kiều My¹,
Phạm Thị Bảo Ngọc¹, Trần Thị Hồng Ngọc¹

¹ Trường Đại học Mở Thành phố Hồ Chí Minh

* Tác giả liên hệ: Email: son.db@ou.edu.vn

Ngày nhận bài: 15/11/2023 Ngày chấp nhận: 21/11/2023 Ngày đăng: 25/06/2024

DOI: 10.52932/jfm.vi4.457

PHỤ LỤC

Phụ lục 1. Bảng mô tả mẫu nghiên cứu theo đặc điểm nhân khẩu học

Đặc điểm	Số lượng	Tỉ lệ phần trăm (%)
Giới tính:		
- Nữ	173	58,8
- Nam	121	41,2
Tuổi		
- Dưới 20	102	34,7
- Từ 20 - 21	174	59,2
- Trên 21	18	6,1
Ngành học		
- Kinh tế - Quản trị	149	50,7
- Kỹ thuật – Công nghệ	28	9,5
- Khác	117	39,8
Năm đang học		
- Năm 1	4	1,4
- Năm 2	125	42,5
- Năm 3	105	35,7
- Năm 4	60	20,4
Số mẫu N = 294		

Phụ lục 2. Các thang đo và độ tin cậy của thang đo

Các cấu trúc và thang đo		Hệ số tải	Cronbach's alpha	CR	AVE
1. Niềm tin xanh (GTR)			0,845	0,857	0,546
GTR1	Sản phẩm xanh nói chúng là có uy tín về bảo vệ môi trường	0,772			
GTR2	Hiệu quả môi trường của sản phẩm xanh nhìn chung là đáng tin cậy	0,798			
GTR3	Các tuyên bố về môi trường của sản phẩm xanh nói chung là đáng tin cậy	0,782			
GTR4	Sự quan tâm về môi trường của sản phẩm xanh đáp ứng mong đợi của bạn	0,646			
GTR5	Sản phẩm xanh tuân thủ lời hứa, cam kết bảo vệ môi trường	0,639			
2. Thái độ đối với tiêu dùng xanh (ATT)			0,919	0,920	0,743
ATT1	Tôi nghĩ rằng mua sản phẩm xanh là có lợi	0,828			
ATT2	Tôi nghĩ rằng mua sản phẩm xanh là một ý tưởng tốt	0,868			
ATT3	Tôi nghĩ rằng mua sản phẩm xanh là an toàn	0,882			
ATT4	Tôi nghĩ rằng sản phẩm xanh có nhiều lợi ích so với sản phẩm thông thường	0,870			
3. Chuẩn mực chủ quan (SN)			0,871	0,884	0,720
SN1	Gia đình tôi nghĩ rằng tôi nên mua sản phẩm xanh hơn sản phẩm thông thường	0,894			
SN2	Bạn bè thân thiết của tôi nghĩ rằng tôi nên mua sản phẩm xanh hơn sản phẩm thông thường	0,905			
SN3	Hầu hết những người quan trọng đối với tôi nghĩ rằng tôi nên mua sản phẩm xanh hơn sản phẩm thông thường	0,735			
4. Kiểm soát hành vi được nhận thức (PBC)			0,907	0,910	0,771
PBC1	Tôi tự tin rằng tôi có thể mua sản phẩm xanh thay vì sản phẩm thông thường.	0,840			
PBC2	Tôi thấy mình có khả năng mua sản phẩm xanh trong tương lai	0,947			
PBC3	Tôi có khả năng chi tiêu, thời gian và sự sẵn sàng để mua sản phẩm xanh	0,844			
5. Ý định mua sản phẩm xanh (GPI)			0,902	0,919	0,792
GPI1	Tôi dự định mua sản phẩm xanh vì sự quan tâm đến môi trường của nó	0,886			
GPI2	Tôi hy vọng sẽ mua sản phẩm xanh trong tương lai vì hiệu quả về môi trường của nó	0,947			
GPI3	Nhìn chung, tôi rất vui khi mua sản phẩm xanh vì nó thân thiện với môi trường	0,834			