

NHẬN THỨC VỀ CHẤT LƯỢNG MÔI TRƯỜNG VÀ HÀNH VI MUA BÙ ĐẮP: VAI TRÒ TRUNG GIAN CỦA THÁI ĐỘ MUA SẮM XANH

Phạm Thị Ngọc Mai^{1*}

¹ Trường Đại học Tài chính - Marketing

* Tác giả liên hệ: Email: ngocmai@ufm.edu.vn

Ngày nhận bài: 30/12/2024

Ngày chấp nhận: 28/04/2025

Ngày đăng: 25/10/2025

DOI: 10.52932/jfmr.v16i5.696

Phụ lục 1. Thang đo khái niệm nghiên cứu

Nhận thức về chất lượng môi trường - Environmental quality awareness- EQA		Nguồn
EQA1	Tôi biết rằng gánh nặng môi trường có thể ảnh hưởng đến sức khỏe của cộng đồng và sự thịnh vượng của hệ sinh thái	Sh. Ahmad và cộng sự (2022)
EQA2	Tôi biết rằng chất lượng không khí và nước có thể ảnh hưởng đến sức khỏe của cộng đồng và sự thịnh vượng của hệ sinh thái	
EQA3	Tôi biết rằng hệ thống xử lý chất thải rất quan trọng để duy trì sức khỏe của cộng đồng và sự thịnh vượng của hệ sinh thái	
EQA4	Tôi biết rằng chất thải khí đốt có thể ảnh hưởng đến sức khỏe của cộng đồng và sự thịnh vượng của hệ sinh thái	
EQA5	Tôi biết rằng rác thải nhựa mất nhiều năm để phân hủy và gây ô nhiễm.	
EQA6	Tôi biết nguyên nhân và hậu quả của hiện tượng nóng lên toàn cầu.	
EQA7	Tôi biết nguyên nhân và hậu quả của ô nhiễm môi trường.	
Thái độ mua sắm xanh - Green Purchase Attitude- GPA		Nguồn
GPA1	Mua sản phẩm/dịch vụ xanh để bảo vệ môi trường là một lựa chọn thông minh	Chen và cộng sự (2024)
GPA2	Tôi ủng hộ việc mua sản phẩm/dịch vụ xanh	
GPA3	Mua sản phẩm/dịch vụ xanh sẽ không khiến tôi cảm thấy tệ hơn	
GPA4	Mua sản phẩm/dịch vụ xanh sẽ không gây thiệt hại cho tôi	
GPA5	Tôi nghĩ rằng mua sản phẩm/dịch vụ xanh là một ý tưởng hay	
Hành vi mua bù đắp - Compensatory buying behavior - CBH		Nguồn
CBH1	Tôi thường mua các sản phẩm/dịch vụ xanh để tăng cường đánh giá tích cực từ người khác	Chen và cộng sự (2024)
CBH2	Tôi thường mua các sản phẩm/dịch vụ xanh phản ánh hình ảnh môi trường của tôi	
CBH3	Tôi sẵn sàng mua các sản phẩm/dịch vụ xanh nếu chúng có thể nâng cao giá trị xã hội của tôi	
CBH4	Tôi sẵn sàng mua các sản phẩm/dịch vụ xanh nếu chúng có thể nâng cao chất lượng đạo đức của tôi	
CBH5	Mua và sử dụng các sản phẩm/dịch vụ xanh có thể giải phóng những cảm xúc tiêu cực của tôi về môi trường	
CBH6	Nếu lý tưởng của tôi là trở nên thân thiện với môi trường nhưng hành vi thực tế của tôi chưa đạt đến điều đó, tôi sẽ giảm bớt sự khó chịu bằng cách mua các sản phẩm/dịch vụ xanh.	
CBH7	Nếu những người khác chú trọng đến việc bảo vệ môi trường, tôi sẽ mua các sản phẩm/dịch vụ xanh để phù hợp với giá trị và chuẩn mực chung	
CBH8	Nếu các sản phẩm/dịch vụ xanh có thể giúp giảm bớt lo lắng của tôi về sự hủy hoại môi trường, thì tôi sẵn sàng mua chúng	

Phụ lục 2. Mô tả mẫu nghiên cứu

	Tiêu chí	Tần số	Tỷ lệ
Giới tính	Nam	108	47.2
	Nữ	121	52.8
Nghề nghiệp	Sinh viên	107	46.7
	Nhân viên văn phòng	66	28.8
	Giáo viên	25	10.9
	Khác	31	13.5
Thu nhập	Dưới 10tr/tháng	115	50.2
	Từ 10-20tr/tháng	62	27.1
	Trên 20tr/tháng	52	22.7
Sản phẩm xanh thường mua	Thực phẩm	121	52.8
	Mỹ phẩm	92	40.2
	May mặc	16	7.0
Tổng		229	100.0

Phụ lục 3. Kết quả đánh giá thang đo sau khi loại biến

Thang đo	Biến quan sát	Độ tin cậy		Giá trị hội tụ		Giá trị phân biệt
		Hệ số Cronbach's alpha	Hệ số tin cậy tổng hợp CR	Hệ số tải	AVE	HTMT
Chuẩn so sánh		0,6-0,9	>0,7	>0,7	>0,5	<0,9
Nhận thức về chất lượng môi trường	EQA1	0,941	0,942	0,912	0,693	Đạt
	EQA2			0,907		
	EQA3			0,817		
	EQA4			0,914		
	EQA5			0,763		
	EQA6			0,798		
	EQA7			0,900		
Thái độ mua sắm xanh	GPA1	0,896	0,896	0,916	0,764	
	GPA2			0,820		
	GPA4			0,915		
	GPA5			0,840		
Hành vi mua bù đắp	CBH1	0,926	0,928	0,799	0,693	
	CBH2			0,851		
	CBH3			0,822		
	CBH4			0,825		
	CBH6			0,855		
	CBH7			0,853		
	CBH8			0,821		