

NGHIÊN CỨU VỀ XU HƯỚNG TIÊU DÙNG XANH CỦA SINH VIÊN TRÊN ĐỊA BÀN TỈNH BÌNH DƯƠNG

● HUỲNH KIM TRỌNG^{1*} - HUỲNH VÕ THÀNH THÔNG¹ -
VÕ THỊ ANH THƯ¹ - NGUYỄN TƯỜNG VY¹

¹Trường Đại học Kinh tế - Kỹ thuật Bình Dương

*Tác giả liên hệ: trong.hk@ktkt.edu.vn

TÓM TẮT:

Nghiên cứu nhằm xác định các yếu tố ảnh hưởng đến xu hướng tiêu dùng xanh của sinh viên và đề xuất giải pháp thúc đẩy hành vi này. Dựa trên cơ sở lý thuyết về tiêu dùng xanh đã được nghiên cứu trên thế giới, nghiên cứu đề xuất mô hình lý thuyết gồm 5 yếu tố tác động đến xu hướng tiêu dùng xanh của sinh viên tại Bình Dương. Thông qua phương pháp nghiên cứu định tính với kỹ thuật thảo luận nhóm và khảo sát 283 sinh viên, mô hình nghiên cứu được kiểm định. Kết quả cho thấy, 4 yếu tố chính ảnh hưởng đến xu hướng tiêu dùng xanh của sinh viên, bao gồm môi trường, hiệu quả tiêu dùng, sức khỏe và giá cả.

Từ khóa: xu hướng, tiêu dùng xanh, sinh viên, tỉnh Bình Dương.

1. Đặt vấn đề

Trong những thập kỷ gần đây, khái niệm “tiêu dùng xanh” đã dần trở thành một xu hướng quan trọng trên toàn thế giới, đặc biệt khi các vấn đề môi trường và biến đổi khí hậu trở nên ngày càng nghiêm trọng. Tiêu dùng xanh là hình thức tiêu dùng có trách nhiệm với môi trường, trong đó người tiêu dùng lựa chọn các sản phẩm và dịch vụ thân thiện với môi trường, ít gây hại đến hệ sinh thái và tài nguyên thiên nhiên. Theo một báo cáo từ Chương trình Môi trường Liên Hợp Quốc (UNEP), việc áp dụng tiêu dùng xanh có thể góp phần giảm thiểu lượng phát thải carbon, bảo vệ môi trường và thúc đẩy nền kinh tế tuần hoàn. Sự gia tăng nhận thức về bảo vệ môi trường đã thúc đẩy sự phát triển của các sản phẩm xanh và tạo nên thay đổi trong hành vi tiêu dùng. Các sản phẩm được gắn nhãn “xanh” thường được sản xuất từ nguyên liệu tái chế, không gây hại cho môi

trường và tiêu thụ ít năng lượng hơn trong quá trình sản xuất. Tuy nhiên, để xu hướng tiêu dùng xanh phát triển mạnh mẽ, việc hiểu rõ hành vi tiêu dùng của các nhóm đối tượng cụ thể, đặc biệt là sinh viên, là vô cùng quan trọng. Sinh viên không chỉ là một nhóm tiêu dùng lớn mà còn là thế hệ sẽ ảnh hưởng sâu sắc đến tương lai của xã hội.

Giới trẻ, đặc biệt là sinh viên, là nhóm đối tượng có tiềm năng lớn trong việc dẫn dắt và thay đổi xu hướng tiêu dùng. Với sự phát triển của internet và mạng xã hội, giới trẻ ngày nay có khả năng tiếp cận thông tin về các vấn đề môi trường một cách nhanh chóng và rộng rãi. Theo một nghiên cứu của Nielsen (2018), có đến 73% người tiêu dùng trẻ tuổi trên toàn cầu sẵn sàng chi trả nhiều hơn cho các sản phẩm thân thiện với môi trường. Bên cạnh đó, một nghiên cứu khác từ Mintel (2019) cũng chỉ ra, 56% sinh viên đại học tại các nước phát triển đã thay đổi thói quen

tiêu dùng để ủng hộ các nhãn hàng có cam kết về môi trường. Tại Việt Nam, xu hướng tiêu dùng xanh đang dần được công nhận và phát triển, đặc biệt là trong bối cảnh sự bùng nổ của các phong trào bảo vệ môi trường. Với sự tác động của các chính sách của chính phủ về phát triển bền vững và sự tham gia tích cực của các tổ chức phi chính phủ, nhận thức của người dân về tiêu dùng xanh đã được nâng cao. Đối với sinh viên - những người trẻ đầy nhiệt huyết, dễ tiếp thu kiến thức mới và có khả năng sáng tạo, việc áp dụng các hành vi tiêu dùng thân thiện với môi trường là điều có thể thúc đẩy sự phát triển bền vững của quốc gia.

Bình Dương là một trong những tỉnh phát triển nhanh chóng và có nền kinh tế công nghiệp hóa mạnh mẽ ở miền Nam Việt Nam. Nơi đây không chỉ là trung tâm công nghiệp mà còn là khu vực có sự phát triển mạnh mẽ về giáo dục và đào tạo. Với sự hiện diện của nhiều trường đại học và cao đẳng, Bình Dương đã thu hút một lượng lớn sinh viên từ các tỉnh thành khác đến học tập và sinh sống. Điều này tạo ra một môi trường lý tưởng để nghiên cứu về xu hướng tiêu dùng của sinh viên, đặc biệt trong bối cảnh phát triển bền vững và tiêu dùng xanh. Sinh viên tại Bình Dương được tiếp xúc với nhiều thông tin về các vấn đề toàn cầu, bao gồm biến đổi khí hậu và ô nhiễm môi trường. Thêm vào đó, với sự phát triển của ngành công nghiệp tại Bình Dương, nhu cầu về các sản phẩm tiêu dùng tăng cao, kéo theo đó là các vấn đề về chất lượng không khí, nước và quản lý chất thải. Việc tìm hiểu xu hướng tiêu dùng xanh của sinh viên Bình Dương không chỉ giúp chúng ta hiểu rõ hơn về nhận thức và hành vi tiêu dùng của

nhóm đối tượng này, mà còn có thể đóng góp vào việc xây dựng các chiến lược phát triển bền vững cho khu vực.

Trong bối cảnh toàn cầu hiện nay, việc phát triển tiêu dùng xanh không chỉ là vấn đề về môi trường mà còn liên quan chặt chẽ đến sự phát triển kinh tế và xã hội bền vững. Tại Việt Nam nói chung hay Bình Dương nói riêng, mặc dù các phong trào tiêu dùng xanh đang dần phát triển, nhưng các nghiên cứu về hành vi tiêu dùng xanh trong sinh viên vẫn còn hạn chế. Nhận thức được vấn đề quan trọng này và cũng như chưa có nghiên cứu nào về vấn đề này trên địa bàn Bình Dương nên tác giả quyết định chọn đề tài “Nghiên cứu về xu hướng tiêu dùng xanh của sinh viên trên địa bàn tỉnh Bình Dương” làm đề tài nghiên cứu.

2. Phương pháp nghiên cứu

2.1. Đối tượng nghiên cứu

Nghiên cứu khảo sát sinh viên các trường đại học, cao đẳng trên địa bàn Bình Dương. Số lượng người tham gia phản hồi khảo sát là 290 người. Sau khi dùng các kỹ thuật lọc và làm sạch dữ liệu (Loại bỏ những phiếu khảo sát không hợp lệ do chỉ chọn một lựa chọn duy nhất), tổng số dữ liệu đưa vào phân tích là 283 mẫu.

2.2. Công cụ khảo sát

Nghiên cứu thang điểm Likert 5 điểm (1: Hoàn toàn phản đối, 2: Phản đối, 3: Trung hòa, 4: Đồng ý, 5: Hoàn toàn đồng ý) được sử dụng cho mỗi câu hỏi. Phiếu khảo sát được thiết kế trên Google form. Phiếu khảo sát được gửi đến sinh viên các trường đại học, cao đẳng trên địa bàn Bình Dương. (Bảng 1)

Bảng 1. Phiếu khảo sát sinh viên các trường đại học, cao đẳng trên địa bàn Bình Dương

Mã biến	Yếu tố	Mức độ đồng ý				
MT1	Biến đổi khí hậu là một vấn đề nghiêm trọng hiện nay	1	2	3	4	5
MT2	Tác động nhựa gây ảnh hưởng xấu tới môi trường	1	2	3	4	5
MT3	Khả năng của bản thân Anh/Chị có thể thay đổi môi trường	1	2	3	4	5
MT4	Các sản phẩm thân thiện với môi trường hiện có trên thị trường trở nên phổ biến	1	2	3	4	5
MT5	Hành vi của Anh/Chị có tác động đến môi trường	1	2	3	4	5
MT6	Tìm hiểu về các vấn đề môi trường qua các kênh thông tin khác nhau giúp hiểu biết về môi trường tốt hơn	1	2	3	4	5
MT7	Góp phần môi trường trở nên xanh hơn là từ những hành động nhỏ	1	2	3	4	5
SK1	Các sản phẩm hữu cơ là an toàn hơn cho sức khỏe	1	2	3	4	5
SK2	Sử dụng sản phẩm không chứa hoá chất sẽ giảm nguy cơ mắc bệnh	1	2	3	4	5

Mã biến	Yếu tố	Mức độ đồng ý				
SK3	Tìm hiểu các thành phần hoá học có trong sản phẩm mà Anh/Chị sử dụng hàng ngày	1	2	3	4	5
SK4	Tiêu thụ thực phẩm có xác nhận kiểm định an toàn vệ sinh thực phẩm là an toàn sức khoẻ của Anh/Chị	1	2	3	4	5
SK5	Chọn sản phẩm hoàn toàn không qua chế biến có tác động tốt đến cơ thể	1	2	3	4	5
GC1	Các sản phẩm thân thiện với môi trường thường có giá cao hơn	1	2	3	4	5
GC2	Chi trả nhiều hơn cho sản phẩm xanh so với sản phẩm thông thường	1	2	3	4	5
GC3	Giá sản phẩm xanh mắc hơn sản phẩm thông thường là do chi phí làm sản phẩm xanh cao hơn	1	2	3	4	5
GC4	Các sản phẩm xanh đáng giá với số tiền của Anh/Chị bỏ ra	1	2	3	4	5
GC5	Giá cả là rào cản lớn nhất khi mua sản phẩm xanh	1	2	3	4	5
GC6	Chiết khấu và giảm giá các sản phẩm tiêu dùng xanh giúp người tiêu dùng dùng nhiều sản phẩm xanh hơn	1	2	3	4	5
AHXXH1	Bạn bè, gia đình của Anh/Chị có ý thức về môi trường	1	2	3	4	5
AHXXH2	Xã hội hiện nay đủ quan tâm đến các vấn đề môi trường	1	2	3	4	5
AHXXH3	Thay đổi hành vi tiêu dùng của Anh/Chị do ảnh hưởng từ người khác	1	2	3	4	5
HQTD1	Sử dụng sản phẩm xanh tại gia đình Anh/Chị nhiều hơn trước	1	2	3	4	5
HQTD2	Tiết kiệm năng lượng tại gia đình hiệu quả hơn trước	1	2	3	4	5
HQTD3	Sử dụng sản phẩm xanh giúp cải thiện rác thải ra ngoài môi trường	1	2	3	4	5
HQTD4	Giảm sử dụng nước sẽ có tác động tích cực đến môi trường	1	2	3	4	5
HQTD5	An toàn hơn khi biết thành phần có trong sản phẩm có tốt với bản thân	1	2	3	4	5
HVTD1	Nhìn chung, hành vi tiêu dùng của sinh viên có hiệu quả	1	2	3	4	5
HVTD2	Hành vi tiêu dùng xanh của sinh viên đạt được những mục tiêu địa bàn Bình Dương đề ra	1	2	3	4	5

Nguồn: Nhóm tác giả thực hiện

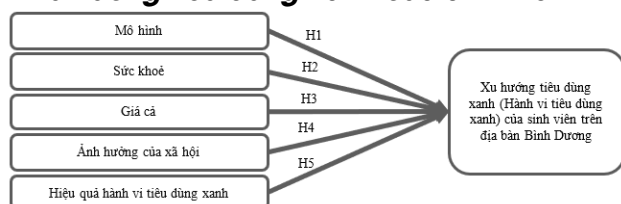
2.3. Phương pháp nghiên cứu

- Nghiên cứu định tính: Kết quả nghiên cứu định tính đưa 28 biến quan sát để đo lường khái niệm các nhân tố tác động đến xu hướng tiêu dùng xanh của sinh viên.

- Phương pháp định lượng: Sau khi thu thập được các dữ liệu, tác giả sử dụng phần mềm thống kê Excel, SPSS 22.0, để hỗ trợ cho việc tính toán, phân tích, từ đó làm cơ sở xác định các yếu tố tác động đến cho nghiên cứu này.

2.4. Mô hình nghiên cứu (Hình 1)

Hình 1: Mô hình các nhân tố tác động đến xu hướng tiêu dùng xanh của sinh viên



Nguồn: Mô hình nhóm tác giả đề xuất dựa trên nghiên cứu định tính

3. Kết quả

3.1. Tổng quan mẫu nghiên cứu

Mẫu nghiên cứu được đánh giá tổng quan qua các thông tin như nhóm tuổi, giới tính.

3.1.1. Nhóm tuổi

Nhóm tuổi của sinh viên tiêu dùng xanh trong khảo sát này là một biến kiểm soát trong mô hình nghiên cứu. Bảng 2 cho thấy giá trị mode bằng 2, có nghĩa là tần số những người được khảo sát đa phần nằm trong độ tuổi từ 18-22.

Tuổi 19 chiếm tỷ trọng cao nhất, tương đương 43.46% (123 sinh viên), kế đến là 20 tuổi chiếm tỷ trọng 20.49% (58 sinh viên), đứng thứ ba là tuổi 18 với tỷ trọng 16.96% (28 sinh viên), cuối cùng lần lượt là 15.55%, 3.53% của 21 tuổi và 22 tuổi. (Hình 2)

3.1.2. Giới tính

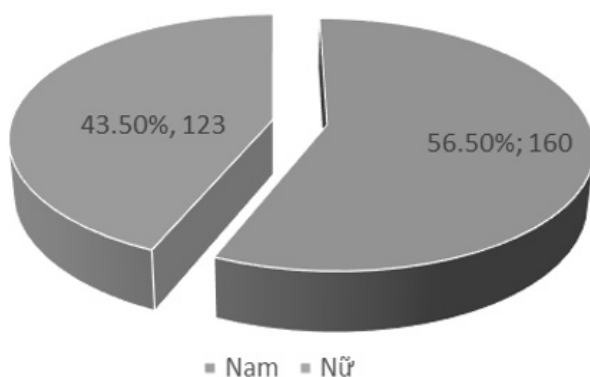
Phân loại đối tượng khảo sát theo giới tính cho thấy cơ cấu tuy có sự chênh lệch về phía nam giới

Bảng 2. Bảng thống kê các chỉ số đo lường độ tuổi

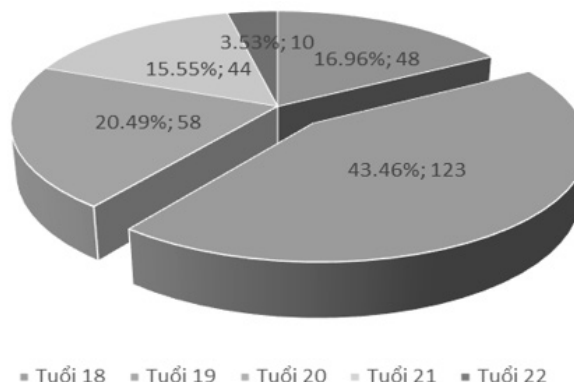
Tiêu chí	Giá trị
Mean	2.45
Median	2.00
Mode	2
Std. Deviation	1.055
Minimum	1
Maximum	5

Nguồn: Tổng hợp từ kết quả nghiên cứu của nhóm tác giả

nhiều hơn với tỷ trọng 56.50% (160 sinh viên), tuy nhiên sự chênh lệch này không quá lớn nên kết quả khảo sát vẫn đảm bảo tính cân đối về đối tượng.

Hình 3: Giới tính

Nguồn: Tổng hợp từ kết quả nghiên cứu của nhóm tác giả

Hình 2: Tuổi đối tượng khảo sát

Nguồn: Tổng hợp từ kết quả nghiên cứu của nhóm tác giả

(Hình 3)

3.2. Đánh giá độ tin cậy của thang đo

Qua phân tích kiểm định Cronbach's Alpha, các biến MT3, GC5, AHXH3 bị loại vì hệ số tương quan biến - tổng nhỏ hơn 0.3. Bảng 3 cho thấy 6 thang đo đạt trị số Cronbach's Alpha tổng thể lớn 0.6, do đó các thang đo này đảm bảo chất lượng tốt.

3.3. Phân tích nhân tố khám phá EFA

Trong vùng chỉ số sau khi trích của bảng tổng phương sai trích được giải thích từ EFA trong Bảng 4, tại cột phần trăm tích lũy cho biết trị số phương sai trích là 68.117%. Điều này có nghĩa, 68.117% thay đổi của các nhân tố được giải thích bởi các biến quan sát. Tại dòng 5 cho thấy có 5 nhân tố được trích tại hệ số Eigenvalues lớn hơn 1. Như vậy, từ 5 khái

Bảng 3. Kết quả đánh giá hệ số tin cậy Cronbach's Alpha

Số biến quan sát	Trung bình thang đo nếu loại biến	Phương sai thang đo nếu loại biến	Tương quan biến - tổng	Cronbach's Alpha nếu loại biến
Thành phần Môi trường: $\alpha = 0.883$ (sau khi bỏ biến MT3 thì $\alpha = 0.916$)				
MT1	20.52	24.023	0.695	0.863
MT2	20.56	23.148	0.782	0.852
MT3	21.65	28.668	0.217	0.916
MT4	20.68	21.964	0.804	0.847
MT5	20.57	22.770	0.787	0.851
MT6	20.45	23.893	0.728	0.859
MT7	20.69	23.228	0.709	0.861
Thành phần Sức khỏe: $\alpha = 0.838$				
SK1	11.89	14.909	0.544	0.831

Số biến quan sát	Trung bình thang đo nếu loại biến	Phương sai thang đo nếu loại biến	Tương quan biến – tổng	Cronbach's Alpha nếu loại biến
SK2	12.40	13.837	0.691	0.791
SK3	12.13	14.171	0.655	0.801
SK4	12.26	13.887	0.645	0.804
SK5	12.10	14.040	0.669	0.798
Thành phần Giá cả: $\alpha = 0.814$ (sau khi bỏ biến GC5 thì $\alpha = 0.848$)				
GC1	14.78	17.429	0.500	0.800
GC2	14.77	16.922	0.610	0.777
GC3	15.14	16.141	0.698	0.758
GC4	15.49	15.683	0.712	0.753
GC5	15.29	19.598	0.260	0.848
GC6	15.31	15.307	0.708	0.752
Thành phần Ảnh hưởng xã hội: $\alpha = 0.643$ (sau khi bỏ biến AHXH3 thì $\alpha = 0.748$)				
AHXH1	7.25	2.949	0.524	0.449
AHXH2	7.39	2.692	0.557	0.392
AHXH3	7.29	3.441	0.299	0.748
Thành phần Hiệu quả hành vi tiêu dùng xanh: $\alpha = 0.876$				
HQTD1	15.24	12.268	0.665	0.862
HQTD2	15.00	12.135	0.771	0.834
HQTD3	14.74	13.767	0.610	0.871
HQTD4	14.93	12.246	0.754	0.838
HQTD5	14.99	12.507	0.739	0.842
Thành phần Hành vi tiêu dùng xanh: $\alpha = 0.711$				
HVTD1	3.60	1.205	0.552	
HVTD2	3.39	1.302	0.552	

Nguồn: Tổng hợp từ kết quả nghiên cứu của nhóm tác giả

Bảng 4. Tổng phương sai trích được giải thích từ EFA

Tổng phương sai trích						
Nhân tố	Hệ số Eigenvalues khởi tạo			Chỉ số sau khi trích		
	Tổng cộng	Phần trăm của phương sai	Phần trăm tích lũy	Tổng cộng	Phần trăm của phương sai	Phần trăm tích lũy
1	8.824	38.364	38.364	8.824	38.364	38.364
2	2.232	9.706	48.071	2.232	9.706	48.071

3	1.962	8.529	56.600	1.962	8.529	56.600
4	1.497	6.511	63.111	1.497	6.511	63.111
5	1.151	5.007	68.117	1.151	5.007	68.117
6	0.830	3.609	71.726			
7	0.656	2.853	74.579			
8	0.626	2.720	77.300			
9	0.588	2.556	79.856			
10	0.534	2.322	82.178			
11	0.491	2.136	84.314			
12	0.451	1.961	86.275			
13	0.425	1.849	88.124			
14	0.421	1.832	89.956			
15	0.383	1.665	91.621			
16	0.324	1.409	93.030			
17	0.299	1.301	94.331			
18	0.278	1.207	95.538			
19	0.261	1.137	96.674			
20	0.229	0.997	97.671			
21	0.203	0.883	98.554			
22	0.179	0.780	99.334			
23	0.153	0.666	100.000			

Nguồn: Tổng hợp từ kết quả nghiên cứu của nhóm tác giả

niệm độc lập ban đầu, thông qua EFA rút trích vẫn còn 5 nhân tố.

Trong bảng ma trận các nhân tố được trích trong phân tích EFA Bảng 5 cho biết các biến đặc trưng đều có hệ số tải nhân tố (Factor loading) lớn hơn 0.55. Có 5 nhân tố đại diện cho tiêu dùng xanh của sinh viên tại các trường đại học trên địa bàn tỉnh Bình Dương. Thứ tự các khái niệm trong ma trận nhân tố xoay đã được sắp xếp lại, điều này đồng nghĩa với mô hình nghiên cứu gồm các thành phần là biến độc lập tác động đến biến phụ thuộc là tiêu dùng xanh của sinh viên tại các trường đại học trên địa bàn tỉnh Bình Dương tổng thể được sắp xếp lại.

Nhân tố 1 là thành phần Môi trường bao gồm 6 biến là: MT1, MT2, MT4, MT5, MT6, MT7; Nhân

tố hai là thành phần Hiệu quả hành vi tiêu dùng xanh gồm 5 biến quan sát là: HQTD1, HQTD2, HQTD3, HQTD4, HQTD5; Nhân tố ba là thành phần Sức khỏe gồm 5 biến quan sát là: SK1, SK2, SK3, SK4, SK5; Nhân tố bốn là thành phần Giá cả gồm 5 biến quan sát là: GC1, GC2, GC3, GC4, GC6; Nhân tố năm là thành phần Ảnh hưởng xã hội gồm 2 biến quan sát là: AHXH1, AHXH2.

3.4. Phân tích hồi quy đa biến

3.4.1. Kiểm định hệ số hồi quy

Trong Bảng 6, các nhân tố đều có Sig nhỏ hơn 0.05, ngoại trừ nhân tố AHXH có Sig bằng 0.120 lớn hơn 0.05 nên bị loại. Điều này có nghĩa là biến AHXH (Ảnh hưởng xã hội) không có ý nghĩa ở độ tin cậy 95%.

Bảng 5. Ma trận các nhân tố được trích trong phân tích EFA

Biến quan sát	Thành phần/Nhân tố				
	Môi trường	Hiệu quả hành vi tiêu dùng xanh	Sức khỏe	Giá cả	Ảnh hưởng xã hội
MT2	0.882				
MT7	0.845				
MT1	0.836				
MT6	0.835				
MT5	0.769				
MT4	0.764				
HQTD4		0.879			
HQTD2		0.854			
HQTD3		0.808			
HQTD5		0.792			
HQTD1		0.710			
SK5			0.867		
SK2			0.809		
SK4			0.796		
SK3			0.769		
SK1			0.639		
GC4				0.857	
GC3				0.857	
GC6				0.775	
GC1				0.726	
GC2				0.654	
AHXH1					0.869
AHXH2					0.850

Nguồn: Tổng hợp từ kết quả nghiên cứu của nhóm tác giả

3.4.2. Kiểm định mức độ giải thích của mô hình

Hệ số R^2 hiệu chỉnh (Adjusted R Square) là 0.528. Như vậy có nghĩa 52.8% sự thay đổi trong Hành vi tiêu dùng xanh được giải thích bởi các biến độc lập trong mô hình. (Bảng 7)

3.4.3. Kiểm định giả thuyết

Để kiểm định giả thuyết, nghiên cứu sử dụng hệ số hồi quy ở Bảng 8. Hệ số hồi quy để kiểm định giả thuyết ở đây là hệ số hồi quy chưa chuẩn hóa (Unstandardized Coefficients).

Theo kết quả hồi quy thì có khái niệm độc lập

Bảng 6. Hệ số hồi quy

Coefficients ^a						
Mô hình		Hệ số hồi quy chưa chuẩn hóa		Hệ số hồi quy chuẩn hóa	t	Mức ý nghĩa
		B	Sai số chuẩn	Beta		
1	(Constant)	-4.999E-18	0.041	-	0.000	1.000
	MT	0.212	0.056	0.212	3.787	0.000
	HQTD	0.278	0.049	0.278	5.639	0.000
	SK	0.251	0.049	0.251	5.109	0.000
	GC	0.186	0.054	0.186	3.481	0.001
	AHXX	0.068	0.044	0.068	1.559	0.120

Nguồn: Tổng hợp từ kết quả nghiên cứu của nhóm tác giả

Bảng 7. Tóm tắt mô hình hồi quy

Model Summary ^b										
Mô hình	R	R ²	R ² điều chỉnh	Sai số chuẩn	Thống kê thay đổi					Hệ số Durbin-Watson
					R ² thay đổi	F thay đổi	Bậc tự do của tử số	Bậc tự do của mẫu số	Mức ý nghĩa F thay đổi	
1	0.732 ^a	0.536	0.528	0.68704322	0.536	64.084	5	277	0.000	1.799

Nguồn: Tổng hợp từ kết quả nghiên cứu của nhóm tác giả

Bảng 8. Các giả thuyết điều chỉnh sau Cronbach's Alpha và EFA

Biến độc lập - Biến phụ thuộc	Giả thuyết	Phát biểu	Kỳ vọng
MT - HVTD	H1	Thành phần Môi trường có quan hệ thuận chiều với Hành vi tiêu dùng xanh.	Chấp nhận
HQTD - HVTD	H2	Thành phần Hiệu quả hành vi tiêu dùng xanh có quan hệ thuận chiều với Hành vi tiêu dùng xanh.	Chấp nhận
SK - HVTD	H3	Thành phần Sức khỏe có quan hệ thuận chiều với Hành vi tiêu dùng xanh.	Chấp nhận
GC - HVTD	H4	Thành phần Giá cả có quan hệ thuận chiều với Hành vi tiêu dùng xanh.	Chấp nhận
AHXX - HVTD	H5	Thành phần Ảnh hưởng xã hội có quan hệ thuận chiều với Hành vi tiêu dùng xanh.	Từ chối

Nguồn: Tổng hợp từ kết quả nghiên cứu của nhóm tác giả

là MT, HQTD, SK, GC đều có tương quan ý nghĩa với biến phụ thuộc là Hành vi tiêu dùng xanh. Riêng biến AHXH không có mối quan hệ Hành vi tiêu dùng xanh ở độ tin cậy 95%.

4. Kết luận

Nghiên cứu chính thức rút trích được 5 nhân tố với phương sai trích là 68.117%, nghĩa là các thành phần thang đo trong mô hình sau khi được trích giải thích được 68.117% sự thay đổi về xu hướng tiêu dùng xanh của sinh viên trên địa bàn tỉnh Bình Dương. Sáu biến độc lập hay 6 thành phần trong mô hình được sắp xếp lại theo thứ tự lần lượt là Môi trường, Giá cả sản phẩm, Ảnh hưởng xã hội, Hành vi tiêu dùng xanh, Sức khỏe, Hiệu quả của hành vi tiêu dùng xanh. Kết quả trích đạt 68.117% lớn hơn rất nhiều so với mức 50% (yêu cầu tối thiểu) cho thấy kết quả nghiên cứu khá tin cậy về mặt số liệu, bên cạnh đó các nhân tố trong mô hình cho thấy tính khá đầy đủ trong việc giải thích chất lượng dịch vụ. Các sai số cũng như nhiều biến ngoại lai khác vẫn còn chưa được đề cập hết nhưng mức độ giải thích cao này cho thấy tính tương đồng với nhiều nghiên cứu

trước đây đã đề cập.

Kiểm định mô hình thông qua phân tích hồi quy đa biến. Kết quả phân tích cho thấy hệ số R² hiệu chỉnh là 0.528 (52.8%), điều này cho biết 52.8% sự thay đổi trong tiêu dùng xanh của sinh viên trên địa bàn tỉnh Bình Dương giải thích bởi các biến độc lập trong mô hình sau khi được rút trích thành mô hình mới.

Trong 5 giả thuyết trong mô hình, có 4 giả thuyết được chấp nhận và 1 giả thuyết bị từ chối. Bốn giả thuyết của các thành phần được chấp nhận gồm Môi trường, Hiệu quả tiêu dùng, Sức khỏe, Giá cả, điều này là các thành phần này có tác động lên tiêu dùng xanh của sinh viên trên địa bàn tỉnh Bình.

Trong thành phần gồm Môi trường, Hiệu quả tiêu dùng, Sức khỏe, Giá cả thì căn cứ vào hệ số hồi quy chuẩn hóa (Standardized Coefficients) cho thấy thành phần Hiệu quả tiêu dùng có vị trí tác động mạnh nhất lên hành vi tiêu dùng xanh khi hệ số Beta là 0.278, đứng thứ hai là thành phần Sức khỏe (Beta = 0.251), thứ ba là Môi trường (Beta = 0.212) và cuối cùng là Giá cả (Beta = 0.186)■

Lời cảm ơn:

Nhóm tác giả xin trân trọng gửi lời cảm ơn đến Trường Đại học Kinh tế - Kỹ thuật Bình Dương đã hỗ trợ kinh phí thực hiện nghiên cứu và công bố bài báo này. Sự tài trợ quý báu từ Nhà trường là nguồn động viên to lớn, góp phần quan trọng vào việc hoàn thành nghiên cứu cũng như chia sẻ kết quả đến cộng đồng học thuật.

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

- Hồ Mỹ Dung, Nguyễn Thanh Hùng, Nguyễn Thị Phương Uyên, Nguyễn Thị Phụng. (2019). Các nhân tố ảnh hưởng đến ý định tiêu dùng xanh của người dân tại Thành phố Trà Vinh. *Tạp chí Khoa học Kinh tế*, 7(03), 44-56.
- Lê Thị Thanh Loan (2023). Các yếu tố ảnh hưởng đến hành vi tiêu dùng xanh tại thành phố Thủ Đức. *Tạp chí Công Thương*, 18(8).
- Nguyễn Bá Phước (2015). Các nhân tố ảnh hưởng đến ý định mua sản phẩm xanh của người tiêu dùng trẻ - Nghiên cứu tại các tỉnh Nam Trung Bộ, Luận văn, Trường Đại học Kinh tế TP. Hồ Chí Minh.
- Nguyễn Thế Khải, Nguyễn Thị Lan Anh (2016). Nghiên cứu ý định tiêu dùng xanh của người tiêu dùng tại thành phố Hồ Chí Minh. *Tạp chí khoa học đại học mở thành phố Hồ Chí Minh - Kinh tế và Quản trị kinh doanh*, 1(11), 127-138.
- Phan Thi Tiêm, Phạm Minh Triết, Võ Thị Thị Thuỳ Linh (2023). Nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến hành vi tiêu dùng xanh của sinh viên các trường đại học tại thành phố Cần Thơ. *Tạp chí Công Thương - Các kết quả nghiên cứu khoa học và ứng dụng công nghệ*, 17(8).
- Alfredsson E. C. (2004). "Green" consumption no solution for climate change. *Energy*, 29(4), 513-524. <https://doi.org/10.1016/j.energy.2003.10.013>
- Chan R.Y.K. (2001). Determinants of Chinese consumers' green purchase behavior. *Psychology & Marketing*, 18(4), 389-413. <https://doi.org/10.1002/mar.1013>
- Dimitrova T., Ilieva I., & Angelova M. (2022). Exploring factors affecting sustainable consumption behaviour. *Administrative Sciences*, 12(4), 155. <https://doi.org/10.3390/admsci12040155>

Follows S. B., & Jobber D. (2000). Environmentally responsible purchase behaviour: a test of a consumer model. *European journal of Marketing*, 34(5/6), 723-746.

<https://doi.org/10.1108/03090560010322009>

Lee K. (2010). The green purchase behavior of Hong Kong young consumers: the role of peer influence, local environmental involvement, and concrete environmental knowledge. *Journal of International Consumer Marketing*, 23(1), 21-44. <https://doi.org/10.1080/08961530.2011.524575>

Maichum K., Parichatnon S., & Peng K. C. (2017). Factors affecting on purchase intention towards green products: A case study of young consumers in Thailand. *IRA-International Journal of Management & Social Sciences*, 6(3), 354-364. <http://dx.doi.org/10.21013/jmss.v6.n3.p3>

Peattie K. (2010). Green consumption: Behavior and norms. *Annual review of environment and resources*, 35(1), 195-228. <https://doi.org/10.1146/annurev-environ-032609-094328>

Sisira N. (2011). Social media and its role in marketing. *International journal of enterprise computing and business systems*, 1(2), 1-16.

Webster Jr, F. E. (1975). Determining the characteristics of the socially conscious consumer. *Journal of consumer research*, 2(3), 188-196. <https://doi.org/10.1086/208631>

Zeynalova Z., & Namazova N. (2022). Revealing consumer behavior toward green consumption. *Sustainability*, 14(10), 5806. <https://doi.org/10.3390/su14105806>

Ngày nhận bài: 5/2/2025

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 16/2/2025

Ngày chấp nhận đăng bài: 7/3/2025

EXPLORING GREEN CONSUMPTION TRENDS AMONG STUDENTS IN BINH DUONG PROVINCE

● HUYNH KIM TRONG¹
● HUYNH VO THANH THONG¹
● VO THI ANH THU¹
● NGUYEN TUONG VY¹

¹Binh Duong Economics and Technology University

ABSTRACT:

This study investigates the factors influencing green consumption trends among students and proposes strategies to encourage such behavior. Drawing on global theories of green consumption, the research develops a theoretical model comprising five key factors expected to impact students' green consumption in Binh Duong. Using qualitative methods, including focus group discussions and a survey of 283 students, the study tests the proposed model. The findings identify four main factors that significantly influence students' green consumption trends: environmental concern, consumption efficiency, health considerations, and price sensitivity. Based on these insights, the study offers practical recommendations to foster greener consumption habits among students.

Keywords: trends, green consumption, students, Binh Duong province.