



POSTER

MỐI QUAN HỆ GIỮA BAO BÌ XANH VÀ Ý ĐỊNH MUA HÀNG TRONG SIÊU THỊ CỦA SINH VIÊN TẠI TP. HỒ CHÍ MINH

Tác giả:

Nguyễn Văn Thanh Hào

Dương Phương Đan

Mai Minh Triết

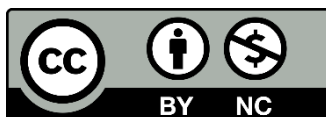
Đỗ Phú Cường

Đơn vị:

Khoa Quản trị Kinh doanh

Năm xuất bản:

2026



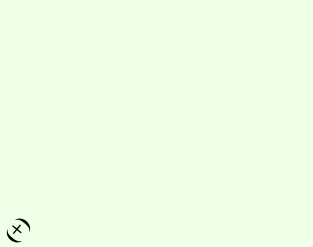
Mối quan hệ giữa bao bì xanh và ý định mua hàng trong siêu thị của sinh viên tại TP. Hồ Chí Minh © 2026 bởi **Nguyễn Văn Thanh Hào, Dương Phương Đan, Mai Minh Triết, Đỗ Phú Cường** được cấp phép theo **CC BY-NC 4.0**.

</

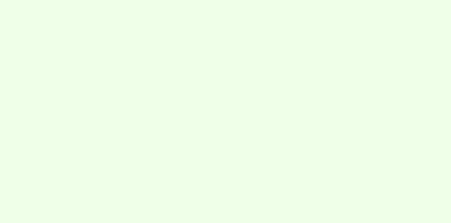
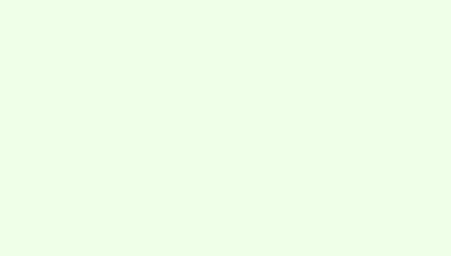
MỐI QUAN HỆ GIỮA BAO BÌ XANH VÀ Ý ĐỊNH MUA HÀNG TRONG SIÊU THỊ CỦA SINH VIÊN TẠI TP. HỒ CHÍ MINH

MÔ HÌNH NGHIÊN CỨU

MÔ HÌNH ĐỀ XUẤT: TÍCH HỢP TPB VÀ NAM TRONG BỐI CẢNH MUA SẮM TẠI SIÊU THỊ.



MÔ HÌNH NGHIÊN CỨU VÀ KẾT QUẢ PLS-SEM



Kiểm định mô hình đo lường & Đa cộng tuyến:

→ Độ tin cậy & Hội tụ: Cronbach’s α (0.738-0.796), CR (0.835 -0.867) đều > 0.7; AVE (0.558 -0.676) đều > 0.5.

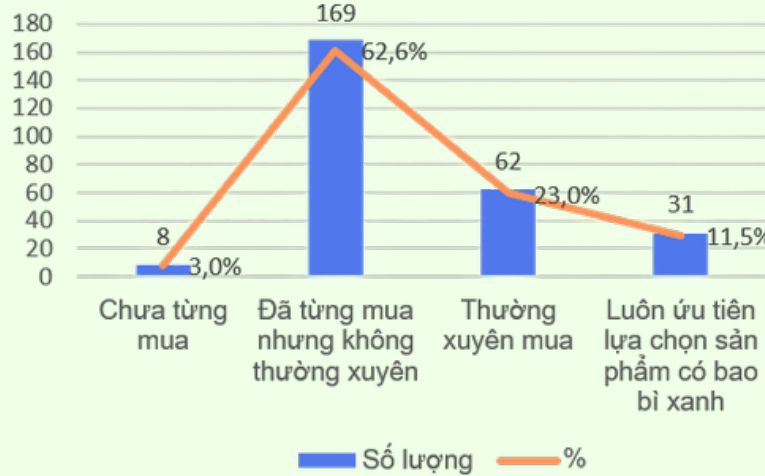
→ Giá trị phân biệt: Đạt chuẩn theo tiêu chí Fornell–Larcker và HTMT (< 0.85); riêng cặp AR–PN đạt 0.979 do tương đồng lý thuyết.

→ Đa cộng tuyến: Outer VIF (1.29-1.75) và Inner VIF (1.00 -1.69) đều an toàn (< 5.0).

Cấu trúc trên khá phù hợp: độ tin cậy → giá trị hội tụ → giá trị phân biệt → đa cộng tuyến.



KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU



70,0% Kết quả khảo sát cho thấy đa số sinh viên đã từng mua sản phẩm có bao bì xanh. Trong đó, 62,6% mua không thường xuyên, 23% thường xuyên mua và 11,5% luôn ưu tiên lựa chọn. Chỉ khoảng 3% chưa từng mua.

Nhìn chung, sinh viên đã có xu hướng tiêu dùng sản phẩm có bao bì xanh, tuy nhiên hành vi này vẫn chưa trở thành thói quen phổ biến và ổn định.

HÀM Ý QUẢN TRỊ

DOANH NGHIỆP

- Minh bạch nhãn sinh thái, in rõ chỉ số rác nhựa cắt giảm để tránh hoài nghi "tẩy xanh".
- Tối ưu hóa quy trình sản xuất để hạ giá thành về mức cạnh tranh tương đương bao bì thường. (khắc phục điểm nghẽn PBC2 = 3.82).

HỆ THỐNG SIÊU THỊ

- Quy hoạch phân khu "Green Zone" tại các lối đi chính, dễ tiếp cận, tăng mức độ nhận diện tại điểm bán.
- Tháo gỡ nút thắt tài chính: Giảm giá qua thẻ SV, tích điểm xanh,chiết khấu khi mang túi tái sử dụng.

NHÀ TRƯỜNG

- Tuyên truyền lối sống Zero Waste; phát động "Giảng đường không nhựa một lần" nhằm lan tỏa chuẩn mực xã hội thành nghĩa vụ đạo đức tự thân.

HẠN CHẾ

- Cỡ mẫu 270 sinh viên tại TP.HCM, chọn mẫu thuận tiện; dữ liệu tự báo cáo có thể xuất hiện độ lệch do mong muốn xã hội.

- Chưa xem xét sâu các biến điều tiết như thu nhập, độ nhạy cảm về giá và hoài nghi “tẩy xanh”.

HƯỚNG NGHIÊN CỨU

- Mở rộng nghiên cứu thực nghiệm tại điểm bán (kết hợp quan sát thực tế)
- Bổ sung biến điều tiết như độ nhạy cảm về giá và sự hoài nghi tẩy xanh
- Nghiên cứu so sánh đối chiếu đa quốc gia để kiểm định giá trị tổng quát của mô hình TPB - NAM.

KẾT LUẬN