



POSTER

CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN Ý ĐỊNH SỬ DỤNG MỸ PHẨM XANH TỪ VI TẢO CỦA NGƯỜI TIÊU DÙNG TẠI THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

Tác giả:

Bùi Ngọc Hiếu Thảo

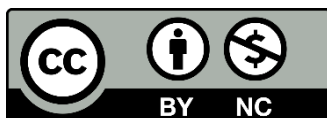
Trần Đông Sun

Đơn vị:

Khoa Quản trị Kinh doanh

Năm xuất bản:

2026



Các yếu tố ảnh hưởng đến ý định sử dụng mỹ phẩm xanh từ vi tảo của người tiêu dùng tại thành phố Hồ Chí Minh © 2026 bởi **Bùi Ngọc Hiếu Thảo, Trần Đông Sun** được cấp phép theo **CC BY-NC 4.0**.

CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN Ý ĐỊNH SỬ DỤNG MỸ PHẨM XANH TỪ VI TẢO CỦA NGƯỜI TIÊU DÙNG TẠI THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH



Tác giả: Bùi Ngọc Hiếu Thảo, Trần Đông Sun



GVHD: TS. Trần Thành



Trường Đại học Nguyễn Tất Thành
Khoa Quản trị Kinh doanh



A BỐI CẢNH & KHOẢNG TRỐNG



Vi tảo có tiềm năng ứng dụng trong mỹ phẩm xanh, nhưng việc sản phẩm có thực sự được người tiêu dùng chấp nhận hay không còn phụ thuộc vào cách họ đánh giá giá trị, thông tin, rủi ro và ảnh hưởng xã hội.



Các nghiên cứu trước tại Việt Nam chủ yếu tập trung vào mỹ phẩm xanh nói chung, trong khi bằng chứng thực nghiệm về mỹ phẩm xanh từ vi tảo còn hạn chế.



Khoảng trống nghiên cứu: cần một mô hình tích hợp để xem xét đồng thời các yếu tố môi trường, xã hội, thông tin, sản phẩm, rủi ro và đối mối, đồng thời làm rõ quá trình chấp nhận $\rightarrow$ thái độ $\rightarrow$ hành vi sử dụng.

B MỤC TIÊU NGHIÊN CỨU

01



Xác định các yếu tố ảnh hưởng

02



Kiểm định mức độ và chiều tác động

03



Đề xuất hàm ý quản trị

C PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU



N = 441
quan sát hợp lệ



05 - 07/2026
thời gian khảo sát



Người tiêu dùng ≥ 18 tuổi
tại TP.HCM và một số tỉnh phía Nam



Lấy mẫu:
Phi xác suất - thuận tiện



Phân tích:
Cronbach's Alpha $\rightarrow$ EFA $\rightarrow$ PLS-SEM
 $\rightarrow$ Bootstrapping 5.000 mẫu



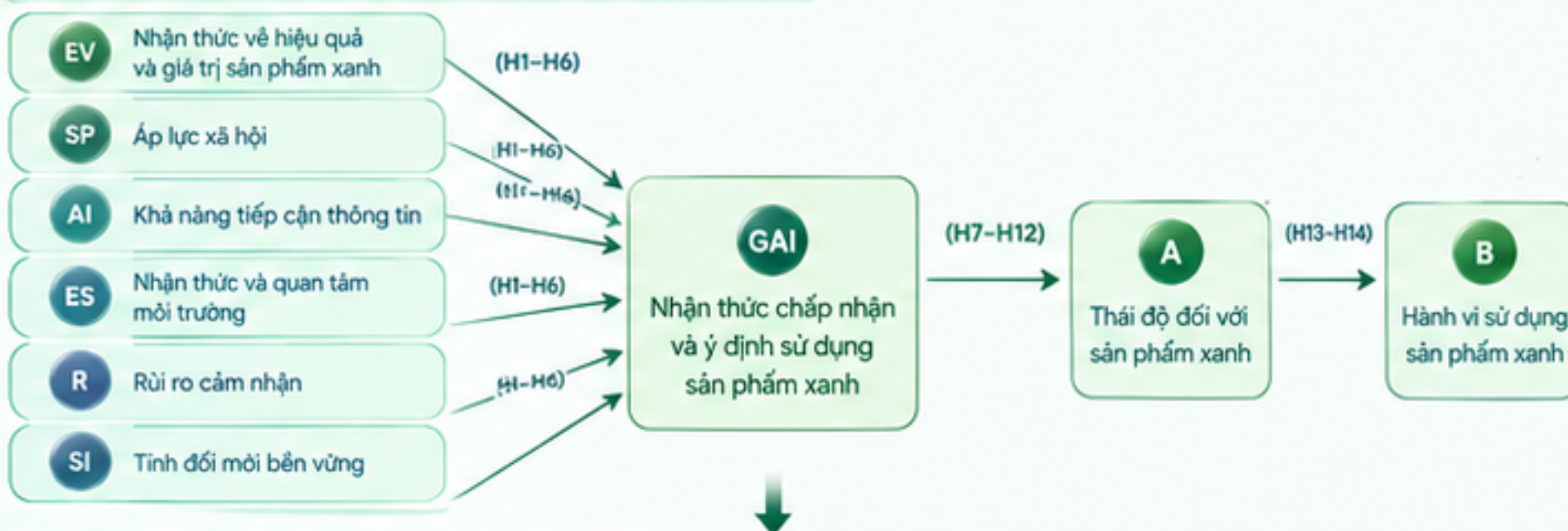
Dữ liệu được xử lý bằng SPSS cho thống kê mô tả, độ tin cậy và EFA; sau đó sử dụng SmartPLS để đánh giá mô hình đo lường, mô hình cấu trúc và kiểm định quan hệ giả thuyết.

G. KẾT LUẬN CHÍNH

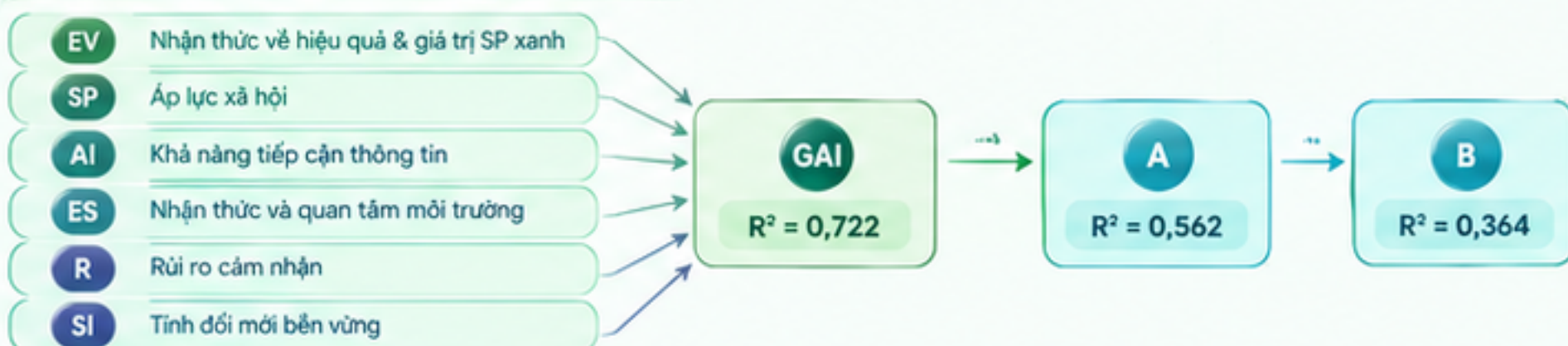
- Nghiên cứu cho thấy sự chấp nhận mỹ phẩm xanh từ vi tảo trong mẫu khảo sát gắn với giá trị/hiệu quả cảm nhận, thông tin và ảnh hưởng xã hội.
- Mô hình hệ $GAI \rightarrow A \rightarrow B$ được hỗ trợ rõ ràng trong mô hình thực nghiệm.
- Kết quả cung cấp cơ sở tham khảo cho doanh nghiệp khi phát triển và thương mại hóa mỹ phẩm xanh từ vi tảo.

D TỪ MÔ HÌNH ĐỀ XUẤT ĐẾN KẾT QUẢ KIỂM ĐỊNH

1. MÔ HÌNH NGHIÊN CỨU ĐỀ XUẤT (14 giả thuyết)



2. MÔ HÌNH ĐIỀU CHỈNH SAU EFA (6 yếu tố)



3. KẾT QUẢ BOOTSTRAPPING (SEM-PLS)

Mối quan hệ có ý nghĩa thống kê ($p < 0,05$)

Quan hệ	β	p-value
EV $\rightarrow$ GAI	0,352	$< 0,001$
SP $\rightarrow$ GAI	0,313	$< 0,001$
AI $\rightarrow$ GAI	0,301	$< 0,001$
GAJ $\rightarrow$ A	0,750	$< 0,001$
A $\rightarrow$ B	0,603	$< 0,001$

Mối quan hệ không có ý nghĩa thống kê

Quan hệ	β	p-value
ES $\rightarrow$ GAI	0,000	0,996
R $\rightarrow$ GAI	-0,046	0,056
SI $\rightarrow$ GAI	-0,044	0,088

✓ 5/8 mối quan hệ trực tiếp có ý nghĩa thống kê ($p < 0,05$) trong mô hình thực nghiệm sau EFA.

E KẾT QUẢ NỔI BẬT



72,2%

R^2 của GAI
được giải thích



56,2%

R^2 của thái độ A
được giải thích



36,4%

R^2 của hành vi B
được giải thích

★ CƠ CHẾ NỔI BẬT

EV, SP và AI $\rightarrow$ GAI $\rightarrow$ A $\rightarrow$ B

Trong đó, ba yếu tố nhận thức về hiệu quả & giá trị sản phẩm, áp lực xã hội và khả năng tiếp cận thông tin đều có quan hệ dương có ý nghĩa thống kê với GAI.

F HÀM Ý QUẢN TRỊ



01 HIỆU QUẢ - GIÁ TRỊ

Chứng minh công dụng, độ an toàn, lợi ích chăm sóc da và giá trị tương xứng của mỹ phẩm từ vi tảo.



02 THÔNG TIN MINH BẠCH

Cung cấp thông tin để tiếp cận về thành phần, nguồn gốc vi tảo, công dụng và cách sử dụng.



03 XÁC NHẬN XÃ HỘI

Khai thác đánh giá người dùng, cộng đồng và các nguồn tham chiếu đáng tin cậy.

Vi tảo
vì một tương lai xanh

