

## DANH MỤC TỪ VIẾT TẮT

<b>Từ viết tắt, ký hiệu</b>	<b>Giải thích từ viết tắt, ký hiệu</b>
ANOVA	Phương sai
EFA	Phân tích nhân tố khám phá
HTX	Hợp tác xã
KMO	Hệ số Kaiser Meyer Olkin
MGA	Phân tích cấu trúc đa nhóm
PLS-SEM	Mô hình cấu trúc bình phương nhỏ nhất từng phần
Sig.	Mức ý nghĩa quan sát
SPSS	Phần mềm thống kê cho khoa học xã hội
TP.HCM	Thành phố Hồ Chí Minh
TPB	Thuyết hành vi dự định
TRA	Thuyết hành vi hợp lý
UBND	Ủy ban nhân dân
VIF	Hệ số nhân tố phóng đại phương sai

## DANH MỤC BẢNG BIỂU

Bảng 1.1 Tổng hợp các nghiên cứu trên thế giới.....	19
Bảng 1.2 Tổng hợp các nghiên cứu trong nước.....	24
Bảng 1.3 Thang đo nghiên cứu sơ bộ.....	33
Bảng 1.4 Thang đo hiệu chỉnh và mã hóa.....	37
Bảng 1.5 Kết quả Pilot Test .....	38
Bảng 2.1 Kết quả hoạt động kinh doanh của siêu thị CO.OPMART trong 3 năm 2020 - 2022.....	47
Bảng 2.2 Thống kê mô tả yếu tố Giới tính.....	51
Bảng 2.3 Thống kê mô tả yếu tố Độ tuổi.....	52
Bảng 2.4 Thống kê mô tả yếu tố Nghề nghiệp .....	53
Bảng 2.5 Thống kê mô tả yếu tố Thu nhập trung bình tháng .....	54
Bảng 2.6 Thống kê mô tả yếu tố Siêu thị CO.OPMART thường mua .....	55
Bảng 2.7 Thống kê mô tả yếu tố Sản phẩm xanh thường mua .....	56
Bảng 2.8 Thống kê mô tả yếu tố Tần suất mua sản phẩm xanh.....	57
Bảng 2.9 Thống kê mô tả yếu tố ảnh hưởng đến Hành vi mua sản phẩm xanh tại siêu thị CO.OPMART khu vực quận Gò Vấp .....	60
Bảng 2.10 Giá trị Cronbach's Alpha của các yếu tố.....	64
Bảng 2.11 Kết quả kiểm định KMO và Bartlett .....	67
Bảng 2.12 Eigenvalues và phương sai trích.....	68
Bảng 2.13 Kết quả phân tích nhân tố của các biến độc lập.....	70
Bảng 2.14 Kết quả phân tích nhân tố lần 2 của các biến độc lập.....	72
Bảng 2.15 Kết quả phân tích nhân tố lần 3 của các biến độc lập.....	74
Bảng 2.16 Kết quả phân tích nhân tố lần 4 của các biến độc lập.....	76
Bảng 2.17 Giá trị Cronbach's Alpha của 5 yếu tố.....	78
Bảng 2.18 Ma trận tương quan.....	80
Bảng 2.19 Model Summary .....	81
Bảng 2.20 ANOVA.....	82
Bảng 2.21 Coefficients.....	82

Bảng 2.22 Kết quả kiểm định sự khác biệt hành vi mua sản phẩm xanh tại CO.OPMART khu vực quận Gò Vấp theo giới tính .....	85
Bảng 2.23 Trung bình hành vi mua sản phẩm xanh tại CO.OPMART theo giới tính .....	85
Bảng 2.24 Kiểm định Levene theo độ tuổi .....	86
Bảng 2.25 Kiểm định ANOVA theo độ tuổi.....	86
Bảng 2.26 Trung bình hành vi mua sản phẩm xanh tại CO.OPMART theo độ tuổi .....	87
Bảng 2.27 Kiểm định Levene theo nghề nghiệp.....	87
Bảng 2.28 Kiểm định ANOVA theo nghề nghiệp .....	88
Bảng 2.29 Trung bình hành vi mua sản phẩm xanh tại CO.OPMART theo thu nhập trung bình tháng .....	88
Bảng 2.30 Kiểm định Levene theo thu nhập trung bình tháng .....	89
Bảng 2.31 Kiểm định ANOVA theo thu nhập trung bình tháng.....	89
Bảng 2.32 Trung bình hành vi mua sản phẩm xanh tại CO.OPMART theo thu nhập trung bình tháng .....	90
Bảng 2.33 Kiểm định Levene theo siêu thị CO.OPMART thường mua .....	90
Bảng 2.34 Kiểm định ANOVA theo siêu thị CO.OPMART thường mua .....	91
Bảng 2.35 Trung bình hành vi mua sản phẩm xanh tại CO.OPMART theo siêu thị CO.OPMART thường mua .....	91
Bảng 2.36 Kiểm định Levene theo tần suất mua sản phẩm xanh.....	92
Bảng 2.37 Kiểm định Kruskal-Wallis Test theo tần suất mua sản phẩm xanh....	92
Bảng 2.38 Trung bình hành vi mua sản phẩm xanh tại CO.OPMART theo tần suất mua sản phẩm xanh .....	93

## DANH MỤC HÌNH ẢNH

Hình 1.1. Mô hình chi tiết các yếu tố ảnh hưởng đến hành vi tiêu dùng .....	4
Hình 1.2 Tháp nhu cầu của con người.....	8
Hình 1.3 Tiến trình ra quyết định mua của người tiêu dùng.....	10
Hình 1.4 Mô hình TRA .....	13
Hình 1.5 Mô hình TPB.....	14
Hình 1.6 Mô hình nghiên cứu đề xuất.....	29
Hình 2.1 Logo Sài Gòn CO.OP.....	43
Hình 2.2 Logo siêu thị CO.OPMART .....	43
Hình 2.3 Sơ đồ tổ chức siêu thị CO.OPMART .....	45
Hình 2.4 Sơ đồ nhánh cây mô hình Xúc tiến sản phẩm xanh, Ảnh hưởng của xã hội, Thúc đẩy niềm tin, Giá sản phẩm xanh đối với Hành vi mua sản phẩm xanh tại siêu thị CO.OPMART .....	83

## DANH MỤC SƠ ĐỒ

Sơ đồ 1.1 Quy trình nghiên cứu .....	30
--------------------------------------	----

## DANH MỤC BIỂU ĐỒ

Biểu đồ 2.1 Biểu đồ kết quả hoạt động kinh doanh của siêu thị CO.OPMART trong 3 năm gần đây 2020 - 2022.....	47
Biểu đồ 2.2 Giới tính của đối tượng khảo sát.....	51
Biểu đồ 2.3 Độ tuổi của đối tượng khảo sát.....	52
Biểu đồ 2.4 Nghề nghiệp của đối tượng khảo sát.....	53
Biểu đồ 2.5 Thu nhập trung bình tháng của đối tượng khảo sát .....	54
Biểu đồ 2.6 Siêu thị CO.OPMART thường mua sản phẩm xanh của đối tượng khảo sát.....	55
Biểu đồ 2.7 Sản phẩm xanh thường mua của đối tượng khảo sát .....	56
Biểu đồ 2.8 Tần suất mua sản phẩm xanh của đối tượng khảo sát.....	57
Biểu đồ 2.9 Biểu đồ Histogram.....	84
Biểu đồ 2.10 Biểu đồ P-P Plots .....	84