DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO

Ajzen, I. (1991). *The theory of planned behavior.* Organizational behavior and human decision processes, 50(2), 179-211.

Bùi, T. T. (2020). *NGHIÊN CỨU SỰ ẢNH HƯỞNG CỦA NHẬN THỨC XANH VÀ ĐỘ TIN CẬY CỦA THƯƠNG HIỆU ĐẾN HÀNH VI MUA CỦA NGƯỜI TIÊU DÙNG VIỆT NAM: NGHIÊN CỨU ĐIỂN HÌNH ĐỐI VỚI NGƯỜI TIÊU DÙNG NỘI THÀNH HÀ NỘI.*

Cao, M. (2020). *Giáo trình Nghiệp vụ bán hàng.* Đại học Nguyễn Tất Thành.

Chaudhary, R., & Bisai, S. (2018). *Factors influencing green purchase behavior of millennials in India.* Management of Environmental Quality, vol.29(5): 798-812.

Đặng, M. H. (2021). *Quản trị nguồn nhân lực ảnh hưởng đến sự gắn bó của nhân viên tại Công ty TNHH Elite Long Thành.*

Đinh, P. (2014). *Phương pháp nghiên cứu kinh tế và viết luận văn thạc sĩ.* Nhà xuất bản Phương Đông.

Dương, T. (2020, 01 10). *Tuổi Trẻ*. Retrieved from Kinh doanh: https://tuoitre.vn/song-xanh-gu-song-chat-cua-the-he-tan-tien-202001092236194.htm

Eidi, F., & Shahbazi, A. S. (2017). *Effective Factors on Consumers' Decision to Buy Green Products*. International Journal of Economic Perspectives, 2017, Volume 11, Issue 1, 795-807.

Elkington, H., & Makower. (1988). *The green consumers*. New York: Penguin Books.

Grewal, D., Krishnan, R., Baker, J., & Borin, N. (1998). *The effect of store name, brand name and price discounts on consumers' evaluations and purchase intentions*. Journal of retailing, 74(3), 331-352.

Hà, K. N., & Đinh, K. T. (2018). *MỘT SỐ YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN HÀNH VI TIÊU DÙNG XANH TẠI THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH.* Trường Đại học Đồng Tháp, Tạp chí Khoa học số 30 (2-2018).

Hà, T. M. (2022). *Các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định mua sản phẩm xanh của sinh viên tại Thành phố Hồ Chí Minh.* HCMCOUJS-Kinh tế và Quản trị Kinh doanh, 17(2), 19-35.

Hằng, Đ. M., Thảo, N. T., Hoài, Đ. T., & Thu, N. T. (2018). *Các nhân tố tác động quyết định sử dụng dịch vụ Fintech trong hoạt động thanh toán của khách hàng cá nhân tại Việt Nam.* Tạp chí Khoa học & Đào tạo Ngân hàng Số 194 - tháng 7.2018.

Hồ, D. M., Nguyễn, H. T., Nguyễn, P. T., & Nguyễn, P. (2019). *CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN Ý ĐỊNH TIÊU DÙNG XANH CỦA NGƯỜI DÂN TẠI THÀNH PHỐ TRÀ VINH.* TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ - ĐẠI HỌC ĐÀ NẴNG.

Hồ, V. T. (2018). *Phân tích các yếu tố xúc tiến trong Marketing xanh hỗn hợp ảnh hưởng đến ý định mua rau hữu cơ tại Thành Phố Hồ Chí Minh.*

Hoàng, T., & Chu, M. N. (2008). *Phân tích dữ liệu nghiên cứu với SPSS.* Nhà xuất bản Hồng Đức 2008.

Hoàng, T., Huỳnh, T. T., & Huỳnh, N. T. (2018). *CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN HÀNH VI TIÊU DÙNG XANH CỦA NGƯỜI TIÊU DÙNG TẠI THÀNH PHỐ HUẾ.* Tạp chí Khoa học Đại học Huế: Kinh tế và Phát triển; ISSN 2588–1205 Tập 127, Số 5A, 2018, Tr. 199–212; DOI: 10.26459/hueuni-jed.v127i5A.5070.

Huỳnh, L. Đ., Dương, T., & Hà, K. N. (2022). *Các nhân tố ảnh hưởng đến ý định mua và hành vi mua sản phẩm xanh của người tiêu dùng tại Thành phố Long Xuyên.* Tạp chí Nghiên cứu khoa học và Phát triển kinh tế Trường Đại học Tây Đô.

Khorshidi, G. H., Gholizadeh, T., & Naghash, A. (n.d.). *Consumer Behavior in relation to the Decision to Buy Green Products: an investigation on Iranian*

Consumers. International Journal of Management Perspective Vol.1, No.3 pp. 61-71.

Kumar, V., Shanthinil, & Nawaz, N. (2020). *Determinants Influencing Towards the Consumption of Green Products among the Consumers: A Structural Equation Approach.* Indian Journal of Public Health Research & Development, February 2020, Vol. 11, No. 02.

Lê, B. N. (2017). *Hoàn thiện hoạt động Marketing tại Công ty TNHH MTV Sài Gòn CO.OP Tiên Hoàng.* Đại học Công nghệ TP.HCM.

Lê, H. T. (n.d.). *Các yếu tố ảnh hưởng đến ý định mua sản phẩm xanh của người tiêu dùng tại tỉnh Bình Phước.*

Lê, T. (2015). *Giáo trình quản trị bán hàng.* Hà Nội: Nhà xuất bản Lao Động Xã Hội.

Lê, T. T. (2021). *Các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định mua hàng của khách hàng tại hệ thống siêu thị Thế Giới Di Động khu vực Thành phố Hồ Chí Minh.* Thành phố Hồ Chí Minh.

Loudon, D. L., & Della Bitta, A. J. (1993). *Consumer Behaviour: Concepts and Applications (4th ed.).* New York: McGraw-Hill.

Mai, N., Nguyễn, T., & Huỳnh, C. T. (2022). *Các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn phần mềm kế toán của các doanh nghiệp nhỏ và vừa tại tỉnh An Giang.* Tạp chí Nghiên cứu khoa học và Phát triển kinh tế Trường Đại học Tây Đô Số 15 - 2022.

Makhmudov, I., Jumamuratov, D., Seytov, A., Sadiev, U., Jovliev, U., Shonazarov, J., . . . Muxtorbek. (2022). *Mathematical Models Of Typical Elements Of Water Management.* Journal of Positive School Psychology 2022, Vol. 6, No. 6, 6871-6877.

Maniatis, P. (2016). *Investigating factors influencing consumer decision-making while choosing.* Journal of Cleaner Production, 132, 215-228. doi:10.1016/j.jclepro.2015.02.067.

Moser, A. K. (2015). *Thinking green, buying green? Drivers of pro-environmental purchasing behavior.* Journal of consumer marketing.

Ngô, M., & Dương, Q. Đ. (2020). *Hành vi mua sản phẩm xanh của người tiêu dùng tại siêu thị CO.OPMART Huế.* Tạp chí Khoa học Đại học Huế: Kinh tế và Phát triển Tập 129, Số 5C, 2020, Tr. 5–17.

Nguyễn, Đ. (2011). *Phương pháp nghiên cứu khoa học trong kinh doanh.* Nhà xuất bản Lao động Xã hội.

Nguyễn, G., & Nguyễn, T. L. (2023). *Nghiên cứu ý định tiêu dùng thực phẩm xanh của người dân trên địa bàn Thành phố Hồ Chí Minh.* TẠP CHÍ KHOA HỌC ĐẠI HỌC VĂN HIẾN.

Nguyễn, H. P. (2022). *Giải pháp thúc đẩy khách hàng ra quyết định mua thiết bị cơ giới nông nghiệp của Công ty TNHH Tata International Việt Nam chi nhánh Cần Thơ.* Thành phố Hồ Chí Minh.

Nguyễn, N. T. (2016). *Giáo trình quản trị bán hàng.* Thành phố Hồ Chí Minh: Đại học Công nghiệp Thành phố Hồ Chí Minh.

Paul, J., Modi, A., & Patel, J. D. (2015). *Predicting green product consumption using theory of planned behavior and reasoned action.* Journal of Retailing and Consumer Services · December 2015.

Phạm, H. T., Lê, P. T., & Nguyễn, H. T. (2021). *Các yếu tố ảnh hưởng đến hành vi của người tiêu dùng.* Tạp chí Công Thương - Các kết quả nghiên cứu khoa học và ứng dụng công nghệ, Số 9, tháng 4 năm 2021.

Phòng, H. T., Thái, N., & Bùi, X. T. (2022). *Phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn sử dụng dịch vụ tại Công ty Cổ phần Cảng Cần Thơ.* Tạp chí Nghiên cứu khoa học và Phát triển kinh tế Trường Đại học Tây Đô Số 16 - 2022.

Ringim, K. J., & Sayedi, S. N. (2015). *EFFECT OF ENVIRONMENTAL FACTORS ON GREEN PURCHASE BEHAVIOR OF STUDENTS: EVIDENCE FROM AHMADU BELLO UNIVERSITY ZARIA.* Lapal Jour of Management Science Vol.6 Nos. 1 & 2 September, 2015.

Shamdasani, P., Chon-Lin, G. O., & Richmond, D. (1993). *EXPLORING GREEN CONSUMERS IN AN ORIENTAL CULTURE: ROLE OF PERSONAL AND MARKETING MIX FACTORS.* Advances in Consumer Research Volume 20, 1993 Pages 488-493.

Srivastava, S. K. (2007). *Green supply-chain management: A state-of-the-art literature review.* International Journal of Management Reviews, 9(1), 53-80. doi:10.1111/j.1468-2370.2007.00202.x.

Terra Choice. (2010). *The Sins of Greenwashing: Home and Family Edition.*

Wang, B., Wang, Y., Li, J., Sun, A., & Wu, D. (2019). *Residents'Green Purchasing Intentions in a Developing-Country Context: Integrating PLS-SEM and MGA Methods*.

Zeithaml, V. A. (1988). *Consumer Perceptions of Price, Quality, and Value: A Means-End Model and Synthesis of Evidence.* Journal of Marketing Vol. 52, No. 3 (Jul., 1988), pp. 2-22.

PHỤ LỤC

PHỤ LỤC 1:
DÀN BÀI THẢO LUẬN NHÓM VÀ KẾT QUẢ

I. Phần giới thiệu

Chào Anh/Chị, em là Trần Thị Tường Vi, là sinh viên trường Đại học Nguyễn Tất Thành. Hiện nay, em đang thực hiện đề tài nghiên cứu về "Các yếu tố ảnh hưởng đến hành vi mua sản phẩm xanh của người tiêu dùng tại siêu thị CO.OPMART khu vực quận Gò Vấp". Kính mong Anh/Chị dành ít thời gian để thảo luận, trao đổi một số suy nghĩ của mình. Tất cả các ý kiến đóng góp của các Anh/Chị sẽ đóng góp vào sự thành công của nghiên cứu này. Xin chân thành cảm ơn các Anh/Chị.

Mục đích của cuộc phỏng vấn của em là khám phá, điều chỉnh, bổ sung và khẳng định các yếu tố ảnh hưởng đến hành vi mua sản phẩm xanh của người tiêu dùng tại siêu thị CO.OPMART khu vực quận Gò Vấp.

II. Nội dung thảo luận

Anh/Chị vui lòng cho biết quan điểm của mình về các nội dung thông qua các câu hỏi dưới đây:

1. Những yếu tố nào ảnh hưởng đến hành vi mua sản phẩm xanh tại siêu thị CO.OPMART?

   .....

   .....

   .....

2. Khi nghĩ đến hành vi mua sản phẩm xanh của người tiêu dùng thì Anh/Chị nghĩ tới các yếu tố nào? Những yếu tố nào tác động đến hành vi mua sản phẩm xanh của người tiêu dùng?

   .....

   .....

   .....

3. Bây giờ em xin đưa ra các yếu tố sau đây và xin ý kiến đánh giá của Anh/Chị về những yếu tố anh. Theo Anh/Chị, yếu tố nào ảnh hưởng đến hành vi mua

sản phẩm xanh của người tiêu dùng tại siêu thị CO.OPMART? Vì sao? Xin các Anh/Chị vui lòng sắp xếp các yếu tố này theo trình tự từ ít quan trọng đến rất quan trọng (từ 1 – 6).

STT	YẾU TỐ	Ý KIẾN ĐÁNH GIÁ	ĐỘ QUAN TRỌNG
1	Thái độ		
2	Hỗ trợ bảo vệ môi trường		
3	Ảnh hưởng của xã hội		
4	Giá sản phẩm xanh		
5	Tính sẵn có của sản phẩm xanh		
6	Xúc tiến của doanh nghiệp		

Ngoài ra, Anh/Chị có bổ sung thêm yếu tố nào ảnh hưởng đến hành vi mua sản phẩm xanh của người tiêu dùng không, nếu có cho biết ý kiến cụ thể?

.....

.....

.....

.....

4. Tiếp theo, em liệt kê các phát biểu sau đây với tính chất là các khía cạnh (biến) đo lường các yếu tố mà Anh/Chị xác định ở trên và xin Anh/Chị cho ý kiến đánh giá của mình theo các yêu cầu sau đây:

+ Anh/Chị có hiểu những phát biểu này không?
+ Phát biểu nào Anh/Chị chưa hiểu? Tại sao?
+ Các phát biểu có thể hiện được khái niệm mà chúng ta cần đo lường chưa?
+ Cần hiệu chỉnh, bổ sung, loại bỏ những phát biểu nào? Tại sao?

STT	KHÁI NIỆM	ĐỒNG Ý	KHÔNG ĐỒNG Ý	Ý KIẾN ĐÁNH GIÁ
THÁI ĐỘ				
1	Tôi có thái độ tích cực với sản phẩm xanh của siêu thị CO.OPMART			
2	Tôi thích sản phẩm xanh của siêu thị CO.OPMART			
3	Tôi thích ý tưởng về kinh doanh sản phẩm xanh của siêu thị CO.OPMART			
HỖ TRỢ BẢO VỆ MÔI TRƯỜNG				
4	Ủng hộ việc bảo vệ môi trường là việc làm có ý nghĩa với tôi			
5	Tôi mua sản phẩm xanh để bảo vệ môi trường			
6	Thành phần và nguyên liệu dùng để sản xuất sản phẩm xanh của siêu thị CO.OPMART hoàn toàn từ thiên nhiên			
7	Các sản phẩm xanh của siêu thị CO.OPMART thải ra ít gây ô nhiễm			
8	Tôi chọn sản phẩm xanh của siêu thị CO.OPMART thay cho các sản phẩm khác khi chúng có cùng chất lượng			
ẢNH HƯỞNG CỦA XÃ HỘI				

9	Tôi tìm hiểu về sản phẩm xanh tại siêu thị CO.OPMART từ bạn bè của tôi			
10	Tôi thảo luận với bạn bè của tôi về vấn đề môi trường			
11	Tôi thường chia sẻ thông tin về các sản phẩm xanh tại siêu thị CO.OPMART với bạn bè của tôi			
12	Tôi tìm hiểu sản phẩm xanh tại siêu thị CO.OPMART trên các trang mạng xã hội, website, tờ rơi…			
13	Việc ủng hộ bảo vệ môi trường khiến tôi trông tuyệt hơn trong mắt mọi người			
GIÁ SẢN PHẨM XANH				
14	Giá sản phẩm xanh tại siêu thị CO.OPMART được niêm yết rõ ràng			
15	Mức giá sản phẩm xanh tại siêu thị CO.OPMART phù hợp với chất lượng			
16	Giá sản phẩm xanh tại siêu thị CO.OPMART cao vì chi phí sản xuất kinh doanh cao.			
17	Tôi sẵn sàng trả nhiều tiền hơn cho sản phẩm xanh tại siêu thị CO.OPMART.			
TÍNH SẴN CÓ CỦA SẢN PHẨM XANH				

18	Các sản phẩm xanh thường có sẵn tại các siêu thị CO.OPMART			
19	Tôi cảm thấy tiện lợi khi có nhiều chủng loại sản phẩm xanh tại siêu thị CO.OPMART để tôi lựa chọn			
20	Tính sẵn có của sản phẩm xanh tại siêu thị CO.OPMART kích thích sự hứng thú mua hàng			
XÚC TIẾN CỦA DOANH NGHIỆP				
21	Hoạt động tuyên truyền về tiêu dùng sản phẩm xanh của siêu thị CO.OPMART thu hút tôi			
22	Sản phẩm xanh tại siêu thị CO.OPMART luôn có các ưu đãi, khuyến mãi			
23	Xúc tiến của siêu thị CO.OPMART kích thích tôi mua sản phẩm xanh			
HÀNH VI MUA SẢN PHẨM XANH TẠI SIÊU THỊ CO.OPMART				
24	Tôi sản phẩm xanh tại siêu thị CO.OPMART vì chúng ít gây ô nhiễm môi trường.			
25	Tôi mua sản phẩm xanh tại siêu thị CO.OPMART một cách thường xuyên.			
26	Tôi luôn cố gắng mua sản phẩm có gắn nhãn xanh (nhãn chứng nhận sản phẩm thân thiện với môi trường)			

27	Khi lựa chọn giữa hai sản phẩm, tôi thường mua sản phẩm ít có hại đến môi trường và xã hội			
28	Tôi hạn chế mua sản phẩm làm từ nguyên liệu có thể gây hại cho môi trường (nhựa, chất hóa học,..)			

Kết quả thảo luận nhóm:

STT	Người tham gia thảo luận
1	Nguyễn Ngọc Bảo Vy
2	Hồ Ngọc Hải
3	Nguyễn Bá Cường
4	Nguyễn Hà Phương An
5	Trần Lai Kim Ánh
6	Trần Thụy Trúc Đào
7	Bùi Thị Vy
8	Đặng Thị Tùng
9	Phan Phú Bình
10	Trần Quốc Toản

Yếu tố	Rất quan trọng	Quan trọng	Ít quan trọng	Ghi chú
Thái độ	5	5		
Hỗ trợ bảo vệ môi trường	9	1		
Ảnh hưởng của xã hội	4	6		
Giá sản phẩm xanh	9	1		
Tính sẵn có của sản phẩm xanh	8	2		
Xúc tiến của doanh nghiệp	5	5		

STT	Khái niệm	Đồng ý	Không đồng ý	Ý kiến đánh giá
THÁI ĐỘ				
1	Tôi có thái độ tích cực với sản phẩm xanh của siêu thị CO.OPMART	10	0	
2	Tôi thích sản phẩm xanh của siêu thị CO.OPMART	10	0	
3	Tôi thích ý tưởng về kinh doanh sản phẩm xanh của siêu thị CO.OPMART	9	1	
HỖ TRỢ BẢO VỆ MÔI TRƯỜNG				
4	Ủng hộ việc bảo vệ môi trường là việc làm có ý nghĩa với tôi	9	1	
5	Tôi mua sản phẩm xanh để bảo vệ môi trường	9	1	

6	Thành phần và nguyên liệu dùng để sản xuất sản phẩm xanh của siêu thị CO.OPMART hoàn toàn từ thiên nhiên	5	5	
7	Các sản phẩm xanh của siêu thị CO.OPMART thải ra ít gây ô nhiễm	5	5	
8	Tôi chọn sản phẩm xanh của siêu thị CO.OPMART thay cho các sản phẩm khác khi chúng có cùng chất lượng	6	4	
ẢNH HƯỞNG CỦA XÃ HỘI				
9	Tôi tìm hiểu về sản phẩm xanh tại siêu thị CO.OPMART từ bạn bè của tôi	7	3	
10	Tôi thảo luận với bạn bè của tôi về vấn đề môi trường	6	4	
11	Tôi thường chia sẻ thông tin về các sản phẩm xanh tại siêu thị CO.OPMART với bạn bè của tôi	4	6	
12	Tôi tìm hiểu sản phẩm xanh tại siêu thị CO.OPMART trên các trang mạng xã hội, website, tờ rơi…	6	4	
13	Việc ủng hộ bảo vệ môi trường khiến tôi trông tuyệt hơn trong mắt mọi người	4	6	
GIÁ SẢN PHẨM XANH				

14	Giá sản phẩm xanh tại siêu thị CO.OPMART được niêm yết rõ ràng	10	0	
15	Mức giá sản phẩm xanh tại siêu thị CO.OPMART phù hợp với chất lượng	8	2	
16	Giá sản phẩm xanh tại siêu thị CO.OPMART cao vì chi phí sản xuất kinh doanh cao.	4	6	
17	Tôi sẵn sàng trả nhiều tiền hơn cho sản phẩm xanh tại siêu thị CO.OPMART.	5	5	
TÍNH SẴN CÓ CỦA SẢN PHẨM XANH				
18	Các sản phẩm xanh thường có sẵn tại các siêu thị CO.OPMART	8	2	
19	Tôi cảm thấy tiện lợi khi có nhiều chủng loại sản phẩm xanh tại siêu thị CO.OPMART để tôi lựa chọn	10	0	
20	Tính sẵn có của sản phẩm xanh tại siêu thị CO.OPMART kích thích sự hứng thú mua hàng	6	4	
XÚC TIẾN CỦA DOANH NGHIỆP				
21	Hoạt động tuyên truyền về tiêu dùng sản phẩm xanh của siêu thị CO.OPMART thu hút tôi	6	4	
22	Sản phẩm xanh tại siêu thị CO.OPMART luôn có các ưu đãi, khuyến mãi	7	3	

23	Xúc tiến của siêu thị CO.OPMART kích thích tôi mua sản phẩm xanh	7	3	
HÀNH VI MUA SẢN PHẨM XANH TẠI SIÊU THỊ CO.OPMART				
24	Tôi mua sản phẩm xanh tại siêu thị CO.OPMART vì chúng ít gây ô nhiễm môi trường.	5	5	
25	Tôi mua sản phẩm xanh tại siêu thị CO.OPMART một cách thường xuyên.	4	6	
26	Tôi luôn cố gắng mua sản phẩm có gắn nhãn xanh (nhãn chứng nhận sản phẩm thân thiện với môi trường)	7	3	
27	Khi lựa chọn giữa hai sản phẩm, tôi thường mua sản phẩm ít có hại đến môi trường và xã hội	7	3	
28	Tôi hạn chế mua sản phẩm làm từ nguyên liệu có thể gây hại cho môi trường (nhựa, chất hóa học,..)	8	2	

PHỤ LỤC 2:
BẢNG KHẢO SÁT CHÍNH THỨC

Xin chào Anh/Chị,

Em tên là Trần Thị Tường Vi, là sinh viên trường Đại học Nguyễn Tất Thành. Hiện nay em đang thực hiện đề tài "Các yếu tố ảnh hưởng đến hành vi mua sản phẩm xanh của người tiêu dùng tại siêu thị CO.OPMART khu vực quận Gò Vấp". Rất mong các Anh/Chị dành ít phút để giúp em trả lời những câu hỏi dưới đây. Tất cả mọi thông tin sẽ được giữ bí mật và phục vụ duy nhất cho mục đích nghiên cứu. Ý kiến của Anh/Chị là nguồn thông tin quý giá đối với em.

Giải thích thuật ngữ:

***Sản phẩm xanh:** là sản phẩm được tạo ra từ các vật liệu thân thiện với môi trường, ít ảnh hưởng đến môi trường tự nhiên và có vòng đời xanh. Là sản phẩm đem đến giải pháp an toàn đến sức khỏe con người và môi trường thay cho các sản phẩm truyền thống.*

*****Vui lòng đánh dấu vào ô Anh/Chị lựa chọn.***

PHẦN 1: THÔNG TIN SÀNG LỌC

Anh/Chị đã từng mua sản phẩm xanh tại siêu thị CO.OPMART chưa?

☐ Đã từng ☐ Chưa bao giờ (ngừng khảo sát)

PHẦN 2: KHẢO SÁT VỀ HÀNH VI MUA SẢN PHẨM XANH TẠI SIÊU THỊ CO.OPMART KHU VỰC QUẬN GÒ VẤP

Xin Anh/Chị cho biết mức độ đồng ý của Anh/Chị với các phát biểu dưới đây bằng cách đánh dấu (X) vào ô trống thích hợp theo quy ước như sau:

Hoàn toàn không đồng ý	Không đồng ý	Bình thường	Đồng ý	Hoàn toàn đồng ý
1	**2**	**3**	**4**	**5**

Ký hiệu	Các phát biểu	Đánh giá ý kiến				
		Hoàn toàn không đồng ý	Không đồng ý	Bình thường	Đồng ý	Hoàn toàn đồng ý
THÁI ĐỘ						
TD1	Tôi có thái độ tích cực với sản phẩm xanh của siêu thị CO.OPMART	☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5
TD2	Tôi thích sản phẩm xanh của siêu thị CO.OPMART	☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5
TD3	Tôi thích ý tưởng về kinh doanh sản phẩm xanh của siêu thị CO.OPMART	☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5
HỖ TRỢ BẢO VỆ MÔI TRƯỜNG						
MT1	Ủng hộ việc bảo vệ môi trường là việc làm có ý nghĩa với tôi	☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5
MT2	Tôi mua sản phẩm xanh tại siêu thị CO.OPMART để bảo vệ môi trường	☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5
MT3	Thành phần và nguyên liệu dùng để sản xuất sản phẩm xanh của siêu thị CO.OPMART	☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5

	hoàn toàn từ thiên nhiên					
MT4	Các sản phẩm xanh của siêu thị CO.OPMART thải ra ít gây ô nhiễm	☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5
MT5	Tôi chọn sản phẩm xanh của siêu thị CO.OPMART thay cho các sản phẩm khác khi chúng có cùng chất lượng	☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5
ẢNH HƯỞNG CỦA XÃ HỘI						
XH1	Tôi tìm hiểu về sản phẩm xanh tại siêu thị CO.OPMART từ bạn bè của tôi	☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5
XH2	Tôi thảo luận với bạn bè của tôi về vấn đề môi trường	☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5
XH3	Tôi thường chia sẻ thông tin về các sản phẩm xanh tại siêu thị CO.OPMART với bạn bè của tôi	☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5
XH4	Tôi tìm hiểu sản phẩm xanh tại siêu thị CO.OPMART trên các trang mạng xã hội, website, tờ rơi…	☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5

XH5	Việc ủng hộ bảo vệ môi trường khiến tôi trông tuyệt hơn trong mắt mọi người	☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5
GIÁ SẢN PHẨM XANH						
G1	Giá sản phẩm xanh tại siêu thị CO.OPMART được niêm yết rõ ràng	☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5
G2	Mức giá sản phẩm xanh tại siêu thị CO.OPMART phù hợp với chất lượng	☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5
G3	Giá sản phẩm xanh tại siêu thị CO.OPMART cao vì chi phí sản xuất kinh doanh cao.	☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5
G4	Tôi sẵn sàng trả nhiều tiền hơn cho sản phẩm xanh tại siêu thị CO.OPMART.	☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5
TÍNH SẴN CÓ CỦA SẢN PHẨM XANH						
SC1	Các sản phẩm xanh thường có sẵn tại siêu thị CO.OPMART	☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5
SC2	Tôi cảm thấy tiện lợi khi có nhiều chủng loại sản phẩm xanh tại siêu thị CO.OPMART để tôi lựa chọn	☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5

SC3	Tính sẵn có của sản phẩm xanh tại siêu thị CO.OPMART kích thích sự hứng thú mua hàng	☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5
XÚC TIẾN CỦA DOANH NGHIỆP						
XT1	Hoạt động tuyên truyền về tiêu dùng sản phẩm xanh của siêu thị CO.OPMART thu hút tôi	☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5
XT2	Sản phẩm xanh tại siêu thị CO.OPMART luôn có các ưu đãi, khuyến mãi	☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5
XT3	Xúc tiến của siêu thị CO.OPMART kích thích tôi mua sản phẩm xanh	☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5
HÀNH VI MUA SẢN PHẨM XANH TẠI SIÊU THỊ CO.OPMART						
HV1	Tôi mua sản phẩm xanh tại siêu thị CO.OPMART vì chúng ít gây ô nhiễm môi trường.	☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5
HV2	Tôi mua sản phẩm xanh tại siêu thị CO.OPMART một cách thường xuyên.	☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5
HV3	Tôi luôn cố gắng mua sản phẩm có gắn nhãn	☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5

	xanh (nhãn chứng nhận sản phẩm thân thiện với môi trường)					
HV4	Khi lựa chọn giữa hai sản phẩm, tôi thường mua sản phẩm ít có hại đến môi trường và xã hội	☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5
HV5	Tôi hạn chế mua sản phẩm làm từ nguyên liệu có thể gây hại cho môi trường (nhựa, chất hóa học,..)	☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5

PHẦN 3: THÔNG TIN CÁ NHÂN

Giới tính: ☐ Nam ☐ Nữ ☐ Khác

Độ tuổi: ☐ Dưới 18 ☐ Từ 18-32 ☐ Từ 33 – 50 ☐ Trên 50

Nghề nghiệp:

☐ Học sinh, sinh viên

☐ Cán bộ viên chức

☐ Công nhân

☐ Nội trợ

☐ Kinh doanh, buôn bán

☐ Khác:

Thu nhập trung bình tháng:

☐ Dưới 5 triệu đồng

☐ Từ 5 – 10 triệu đồng

☐ Từ 10 – 15 triệu đồng

☐ Từ 15 – 20 triệu đồng

☐ Trên 20 triệu đồng

Bạn thường mua sản phẩm xanh tại siêu thị CO.OPMART nào tại khu vực quận Gò Vấp:

☐ CO.OPMART Phan Văn Trị (543/1 Phan Văn Trị, P.7, Q.Gò Vấp, TP.HCM)

☐ CO.OPMART Foodcosa (304A Quang Trung, P.11, Q.Gò Vấp, TP.HCM)

☐ CO.OPMART SCA Phạm Văn Chiêu (359 Phạm Văn Chiêu, P.14, Q.Gò Vấp, TP.HCM)

Sản phẩm tiêu dùng xanh mà bạn thường mua tại siêu thị CO.OPMART:

☐ Thực phẩm

☐ Thức uống

☐ Chế phẩm vệ sinh (kem đánh răng, sữa tắm, dầu gội, nước giặt…)

☐ Quần áo

☐ Khác:

Tần suất mua sản phẩm xanh của bạn tại siêu thị CO.OPMART:

☐ 1 lần/tháng

☐ 2-3 lần/tháng

☐ 4-5 lần/tháng

☐ Trên 5 lần/tháng

Xin chân thành cảm ơn Anh/Chị!!!

PHỤC LỤC 3:
KẾT QUẢ PHÂN TÍCH THỐNG KÊ MÔ TẢ

1. Thống kê mô tả đối tượng khảo sát

Gioitinh

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Nam	52	34.7	34.7	34.7
	Nu	98	65.3	65.3	100.0
	Total	150	100.0	100.0	

Dotuoi

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Duoi 18	2	1.3	1.3	1.3
	Tu 18-32	115	76.7	76.7	78.0
	Tu 33-50	26	17.3	17.3	95.3
	Tren 50	7	4.7	4.7	100.0
	Total	150	100.0	100.0	

Nghenghiep

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Hoc sinh sinh vien	22	14.7	14.7	14.7
	Can bo vien chuc	44	29.3	29.3	44.0
	Cong nhan	19	12.7	12.7	56.7
	Noi tro	24	16.0	16.0	72.7
	Kinh doanh buon ban	41	27.3	27.3	100.0
	Total	150	100.0	100.0	

Thunhap

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Duoi 5 trieu	14	9.3	9.3	9.3
	Tu 5-10 trieu	40	26.7	26.7	36.0
	Tu 10-15 trieu	66	44.0	44.0	80.0
	Tu 15-20 trieu	17	11.3	11.3	91.3
	Tren 20 trieu	13	8.7	8.7	100.0
	Total	150	100.0	100.0	

Sieuthi

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Coopmart Phan Van Tri	70	46.7	46.7	46.7
	Coopmart Foodcosa	42	28.0	28.0	74.7
	Coopmart SCA Pham Van Chieu	38	25.3	25.3	100.0
	Total	150	100.0	100.0	

$SPXthuongmua Frequencies

		Responses		Percent of Cases
		N	Percent	
$SPXthuongmua[a]	Thuc pham	138	40.8%	97.2%
	Thuc uong	88	26.0%	62.0%
	Che pham ve sinh	71	21.0%	50.0%
	Quan ao	40	11.8%	28.2%
	Khac	1	0.3%	0.7%
Total		338	100.0%	238.0%

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

Tansuat

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 lan/thang	44	29.3	29.3	29.3
	2-3 lan/thang	69	46.0	46.0	75.3
	4-5 lan/thang	21	14.0	14.0	89.3
	Tren 5 lan/thang	16	10.7	10.7	100.0
	Total	150	100.0	100.0	

2. Thống kê mô tả các yếu tố

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
TD1	150	3.00	5.00	4.0467	.75384
TD2	150	1.00	5.00	3.9400	.83730
TD3	150	2.00	5.00	4.0133	.75961
Valid N (listwise)	150				

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
MT1	150	1.00	5.00	4.1133	.80715
MT2	150	1.00	5.00	3.8533	.88528
MT3	150	1.00	5.00	3.6400	.92163
MT4	150	1.00	5.00	3.6400	.92888
MT5	150	1.00	5.00	4.0133	.87460
Valid N (listwise)	150				

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
XH1	150	1.00	5.00	3.4267	.99897
XH2	150	1.00	5.00	3.4867	1.06649
XH3	150	1.00	5.00	3.3067	.98952
XH4	150	1.00	5.00	3.7600	.96711
XH5	150	1.00	5.00	3.9200	.91608
Valid N (listwise)	150				

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
G1	150	1.00	5.00	3.9400	.89165
G2	150	1.00	5.00	3.6200	1.02105
G3	150	2.00	5.00	3.5533	.87114
G4	150	1.00	5.00	3.6600	.97506
Valid N (listwise)	150				

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
SC1	150	1.00	5.00	4.0533	.76664
SC2	150	1.00	5.00	4.0133	.94113
SC3	150	2.00	5.00	3.8333	.90053
Valid N (listwise)	150				

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
XT1	150	1.00	5.00	3.9133	.93361
XT2	150	1.00	5.00	3.7867	.95247
XT3	150	1.00	5.00	3.7467	.93541
Valid N (listwise)	150				

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
HV1	150	2.00	5.00	4.1267	.77975
HV2	150	1.00	5.00	3.4533	.94540
HV3	150	1.00	5.00	4.0667	.85661
HV4	150	2.00	5.00	4.1800	.79487
HV5	150	1.00	5.00	4.2067	.85371
Valid N (listwise)	150				

PHỤC LỤC 4:
KẾT QUẢ PHÂN TÍCH CRONBACH'S ALPHA

1. Thang đo Thái độ (TĐ)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	150	100.0
	Excluded[a]	0	.0
	Total	150	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.691	.689	3

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
TD1	4.0467	.75384	150
TD2	3.9400	.83730	150
TD3	4.0133	.75961	150

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
TD1	7.9533	1.763	.545	.345	.550
TD2	8.0600	1.506	.591	.379	.479
TD3	7.9867	2.000	.394	.159	.731

2. Thang đo Hỗ trợ bảo vệ môi trường (MT)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	150	100.0
	Excluded[a]	0	.0
	Total	150	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.701	.698	5

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
MT1	4.1133	.80715	150
MT2	3.8533	.88528	150
MT3	3.6400	.92163	150
MT4	3.6400	.92888	150
MT5	4.0133	.87460	150

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
MT1	15.1467	6.931	.311	.189	.706
MT2	15.4067	5.840	.533	.325	.619
MT3	15.6200	5.955	.467	.392	.648
MT4	15.6200	5.781	.506	.373	.630
MT5	15.2467	6.120	.467	.247	.648

3. Thang đo Ảnh hưởng của xã hội (XH)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	150	100.0
	Excluded[a]	0	.0
	Total	150	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.729	.726	5

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
XH1	3.4267	.99897	150
XH2	3.4867	1.06649	150
XH3	3.3067	.98952	150
XH4	3.7600	.96711	150
XH5	3.9200	.91608	150

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
XH1	14.4733	8.197	.443	.201	.700
XH2	14.4133	7.090	.616	.409	.628
XH3	14.5933	7.907	.511	.319	.674
XH4	14.1400	7.987	.513	.291	.673
XH5	13.9800	8.892	.365	.202	.726

4. Thang đo Giá sản phẩm xanh (G)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	150	100.0
	Excluded[a]	0	.0
	Total	150	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.601	.598	4

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
G1	3.9400	.89165	150
G2	3.6200	1.02105	150
G3	3.5533	.87114	150
G4	3.6600	.97506	150

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
G1	10.8333	4.113	.429	.233	.496
G2	11.1533	3.647	.453	.252	.470
G3	11.2200	4.669	.274	.083	.604
G4	11.1133	4.034	.376	.143	.535

5. Điều chỉnh thang đo Giá sản phẩm xanh (G)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	150	100.0
	Excluded[a]	0	.0
	Total	150	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.604	.606	3

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
G1	3.9400	.89165	150
G2	3.6200	1.02105	150
G4	3.6600	.97506	150

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
G1	7.2800	2.579	.452	.230	.454
G2	7.6000	2.201	.470	.245	.414
G4	7.5600	2.678	.326	.107	.627

6. Thang đo Tính sẵn có của sản phẩm (SC)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	150	100.0
	Excluded[a]	0	.0
	Total	150	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.616	.616	3

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
SC1	4.0533	.76664	150
SC2	4.0133	.94113	150
SC3	3.8333	.90053	150

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
SC1	7.8467	2.345	.401	.194	.553
SC2	7.8867	1.712	.519	.275	.366
SC3	8.0667	2.103	.368	.151	.599

7. Thang đo Xúc tiến của doanh nghiệp (XT)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	150	100.0
	Excluded[a]	0	.0
	Total	150	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.673	.673	3

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
XT1	3.9133	.93361	150
XT2	3.7867	.95247	150
XT3	3.7467	.93541	150

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
XT1	7.5333	2.425	.521	.272	.530
XT2	7.6600	2.481	.475	.231	.592
XT3	7.7000	2.560	.460	.215	.611

8. Thang đo Hành vi mua sản phẩm xanh tại siêu thị CO.OPMART (HV)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	150	100.0
	Excluded[a]	0	.0
	Total	150	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.724	.728	5

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
HV1	4.1267	.77975	150
HV2	3.4533	.94540	150
HV3	4.0667	.85661	150
HV4	4.1800	.79487	150
HV5	4.2067	.85371	150

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
HV1	15.9067	6.179	.453	.219	.689
HV2	16.5800	5.869	.388	.172	.719
HV3	15.9667	5.415	.600	.404	.629
HV4	15.8533	5.777	.558	.383	.649
HV5	15.8267	5.983	.438	.200	.694

9. Kiểm định Cronbach's Alpha 5 yếu tố mới

9.1 Yếu tố Ảnh hưởng của xã hội (XH)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	150	100.0
	Excluded[a]	0	.0
	Total	150	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.726	.726	4

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
XH3	3.3067	.98952	150
XH4	3.7600	.96711	150
XH1	3.4267	.99897	150
XH2	3.4867	1.06649	150

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
XH3	10.6733	5.389	.549	.315	.645
XH4	10.2200	5.515	.538	.291	.653
XH1	10.5533	5.846	.424	.182	.717
XH2	10.4933	5.084	.555	.324	.641

9.2 Yếu tố Thái độ bảo vệ môi trường (TDMT)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	150	100.0
	Excluded[a]	0	.0
	Total	150	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.771	.774	4

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
TD1	4.0467	.75384	150
TD2	3.9400	.83730	150
MT3	3.6400	.92163	150
MT4	3.6400	.92888	150

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
TD1	11.2200	4.602	.587	.395	.713
TD2	11.3267	4.436	.548	.370	.729
MT3	11.6267	3.994	.604	.397	.699
MT4	11.6267	4.088	.564	.365	.723

9.3 Yếu tố Xúc tiến sản phẩm xanh (XTSPX)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	150	100.0
	Excluded[a]	0	.0
	Total	150	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.674	.674	4

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
XT1	3.9133	.93361	150
SC1	4.0533	.76664	150
XT2	3.7867	.95247	150
MT1	4.1133	.80715	150

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
XT1	11.9533	3.602	.460	.244	.606
SC1	11.8133	3.978	.503	.256	.584
XT2	12.0800	3.309	.544	.301	.543
MT1	11.7533	4.335	.332	.125	.681

9.4 Yếu tố Giá sản phẩm xanh (G)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	150	100.0
	Excluded[a]	0	.0
	Total	150	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.604	.606	3

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
G1	3.9400	.89165	150
G2	3.6200	1.02105	150
G4	3.6600	.97506	150

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
G1	7.2800	2.579	.452	.230	.454
G2	7.6000	2.201	.470	.245	.414
G4	7.5600	2.678	.326	.107	.627

9.5 Yếu tố Thúc đẩy niềm tin (NT)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	150	100.0
	Excluded[a]	0	.0
	Total	150	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.694	.693	4

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
SC3	3.8333	.90053	150
SC2	4.0133	.94113	150
XT3	3.7467	.93541	150
XH5	3.9200	.91608	150

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
SC3	11.6800	4.568	.450	.210	.646
SC2	11.5000	4.185	.530	.284	.595
XT3	11.7667	4.381	.473	.225	.632
XH5	11.5933	4.498	.456	.222	.642

PHỤC LỤC 5:
KẾT QUẢ PHÂN TÍCH NHÂN TỐ KHÁM PHÁ

1. Kết quả EFA đối với các yếu tố độc lập lần 1

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.839
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	1126.605
	df	231
	Sig.	.000

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	6.513	29.604	29.604	6.513	29.604	29.604	2.731	12.415	12.415
2	1.964	8.925	38.529	1.964	8.925	38.529	2.613	11.875	24.290
3	1.536	6.982	45.512	1.536	6.982	45.512	2.543	11.558	35.848
4	1.289	5.861	51.373	1.289	5.861	51.373	2.504	11.384	47.232
5	1.205	5.477	56.849	1.205	5.477	56.849	2.116	9.618	56.849
6	.984	4.473	61.322						
7	.936	4.254	65.576						
8	.867	3.941	69.518						
9	.810	3.681	73.198						
10	.728	3.311	76.509						
11	.682	3.102	79.611						
12	.610	2.771	82.382						
13	.544	2.474	84.856						
14	.505	2.296	87.152						
15	.467	2.122	89.274						
16	.425	1.932	91.206						
17	.403	1.830	93.036						
18	.366	1.664	94.700						
19	.331	1.506	96.206						
20	.316	1.436	97.642						
21	.284	1.289	98.931						
22	.235	1.069	100.000						

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotated Component Matrix[a]

	Component				
	1	2	3	4	5
TD1	.774				
MT3	.696				
TD2	.679				
MT4	.627				
TD3					
SC1		.697			
XT1		.652			
XT2		.626			
MT1		.534			
XH3			.745		
XH4			.616		
XH1			.598		
XH2			.565		
G1				.821	
G2				.694	
G4				.523	
MT2				.513	
MT5					
SC3					.734
SC2					.662
XT3					.575
XH5					.512

Extraction Method: Principal Component Analysis.
Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 7 iterations.

2. Kết quả EFA đối với các yếu tố độc lập lần 2

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.825
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	1051.690
	df	210
	Sig.	.000

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	6.154	29.304	29.304	6.154	29.304	29.304	2.691	12.814	12.814
2	1.924	9.164	38.468	1.924	9.164	38.468	2.565	12.213	25.027
3	1.535	7.309	45.776	1.535	7.309	45.776	2.554	12.160	37.187
4	1.287	6.131	51.907	1.287	6.131	51.907	2.317	11.035	48.223
5	1.193	5.679	57.586	1.193	5.679	57.586	1.966	9.363	57.586
6	.978	4.659	62.244						
7	.870	4.143	66.388						
8	.852	4.058	70.446						
9	.809	3.850	74.296						
10	.728	3.466	77.762						
11	.681	3.243	81.005						
12	.581	2.768	83.773						
13	.507	2.416	86.189						
14	.485	2.312	88.501						
15	.465	2.214	90.715						
16	.409	1.945	92.660						
17	.369	1.757	94.417						
18	.333	1.586	96.003						
19	.316	1.505	97.508						
20	.286	1.363	98.871						
21	.237	1.129	100.000						

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotated Component Matrix[a]

	Component				
	1	2	3	4	5
TD1	.782				
MT3	.693				
TD2	.683				
MT4	.626				
TD3					
SC1		.703			
XT1		.648			
XT2		.627			
MT1		.534			
XH3			.741		
XH4			.627		
XH1			.591		
XH2			.547		
G1				.829	
G2				.692	
G4				.514	
MT2					
SC3					.737
SC2					.650
XH5					.551
XT3					.547

Extraction Method: Principal Component Analysis.
Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 7 iterations.

3. Kết quả EFA đối với các yếu tố độc lập lần 3

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.830
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	977.369
	df	190
	Sig.	.000

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	5.899	29.493	29.493	5.899	29.493	29.493	2.561	12.805	12.805
2	1.895	9.474	38.967	1.895	9.474	38.967	2.533	12.666	25.471
3	1.468	7.338	46.305	1.468	7.338	46.305	2.469	12.343	37.814
4	1.273	6.363	52.667	1.273	6.363	52.667	2.226	11.132	48.946
5	1.192	5.959	58.627	1.192	5.959	58.627	1.936	9.681	58.627
6	.941	4.706	63.333						
7	.857	4.283	67.616						
8	.851	4.255	71.871						
9	.753	3.763	75.634						
10	.682	3.410	79.044						
11	.668	3.339	82.383						
12	.514	2.571	84.954						
13	.507	2.536	87.490						
14	.476	2.379	89.869						
15	.412	2.060	91.928						
16	.384	1.918	93.846						
17	.350	1.748	95.593						
18	.333	1.664	97.257						
19	.289	1.443	98.701						
20	.260	1.299	100.000						

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotated Component Matrix[a]

	Component				
	1	2	3	4	5
XH3	.739				
XH4	.639				
XH1	.598				
XH2	.555				
TD1		.793			
TD2		.694			
MT3		.691			
MT4		.627			
XT1			.682		
SC1			.674		
XT2			.669		
MT1			.516		
G1				.841	
G2				.672	
G4				.513	
MT2					
SC3					.744
SC2					.645
XH5					.558
XT3					.527

Extraction Method: Principal Component Analysis.
Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 7 iterations.

4. Kết quả EFA đối với các yếu tố độc lập lần 4

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.817
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	910.928
	df	171
	Sig.	.000

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	5.587	29.404	29.404	5.587	29.404	29.404	2.546	13.402	13.402
2	1.843	9.700	39.103	1.843	9.700	39.103	2.432	12.801	26.203
3	1.456	7.663	46.767	1.456	7.663	46.767	2.409	12.676	38.879
4	1.265	6.659	53.426	1.265	6.659	53.426	2.017	10.614	49.493
5	1.187	6.246	59.672	1.187	6.246	59.672	1.934	10.179	59.672
6	.941	4.953	64.625						
7	.857	4.509	69.133						
8	.806	4.242	73.375						
9	.752	3.959	77.334						
10	.677	3.563	80.897						
11	.559	2.942	83.839						
12	.510	2.682	86.521						
13	.479	2.523	89.045						
14	.426	2.241	91.286						
15	.397	2.092	93.378						
16	.372	1.957	95.335						
17	.335	1.765	97.100						
18	.290	1.528	98.629						
19	.261	1.371	100.000						

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotated Component Matrix[a]

	Component				
	1	2	3	4	5
XH3	.743				
XH4	.644				
XH1	.598				
XH2	.551				
TD1		.797			
TD2		.696			
MT3		.690			
MT4		.639			
XT1			.680		
SC1			.675		
XT2			.674		
MT1			.538		
G1				.839	
G2				.685	
G4				.513	
SC3					.746
SC2					.659
XT3					.542
XH5					.537

Extraction Method: Principal Component Analysis.
Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 7 iterations.

10. Kết quả EFA đối với biến phụ thuộc

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.758
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	145.334
	df	10
	Sig.	.000

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	2.419	48.387	48.387	2.419	48.387	48.387
2	.805	16.096	64.482			
3	.725	14.507	78.989			
4	.641	12.816	91.805			
5	.410	8.195	100.000			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Component Matrix[a]

	Component
	1
HV3	.797
HV4	.771
HV1	.665
HV5	.640
HV2	.581

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 1 components extracted.

11. Ma trận tương quan giữa các biến

Correlations

		XH	TDMT	XTSPX	G	NT	HV
XH	Pearson Correlation	1	.474**	.414**	.269**	.489**	.554**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.001	.000	.000
	N	150	150	150	150	150	150
TDMT	Pearson Correlation	.474**	1	.459**	.267**	.425**	.474**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.001	.000	.000
	N	150	150	150	150	150	150
XTSPX	Pearson Correlation	.414**	.459**	1	.385**	.441**	.600**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	150	150	150	150	150	150
G	Pearson Correlation	.269**	.267**	.385**	1	.382**	.447**
	Sig. (2-tailed)	.001	.001	.000		.000	.000
	N	150	150	150	150	150	150
NT	Pearson Correlation	.489**	.425**	.441**	.382**	1	.567**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	150	150	150	150	150	150
HV	Pearson Correlation	.554**	.474**	.600**	.447**	.567**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	150	150	150	150	150	150

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

PHỤC LỤC 6:
KẾT QUẢ PHÂN TÍCH HỒI QUY TUYẾN TÍNH ĐA BIẾN

Variables Entered/Removed[a]

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	NT, G, TDMT, XTSPX, XHb	.	Enter

a. Dependent Variable: HV

b. All requested variables entered.

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.742a	.550	.535	.39878	.550	35.233	5	144	.000

a. Predictors: (Constant), NT, G, TDMT, XTSPX, XH

b. Dependent Variable: HV

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	28.014	5	5.603	35.233	.000b
	Residual	22.899	144	.159		
	Total	50.913	149			

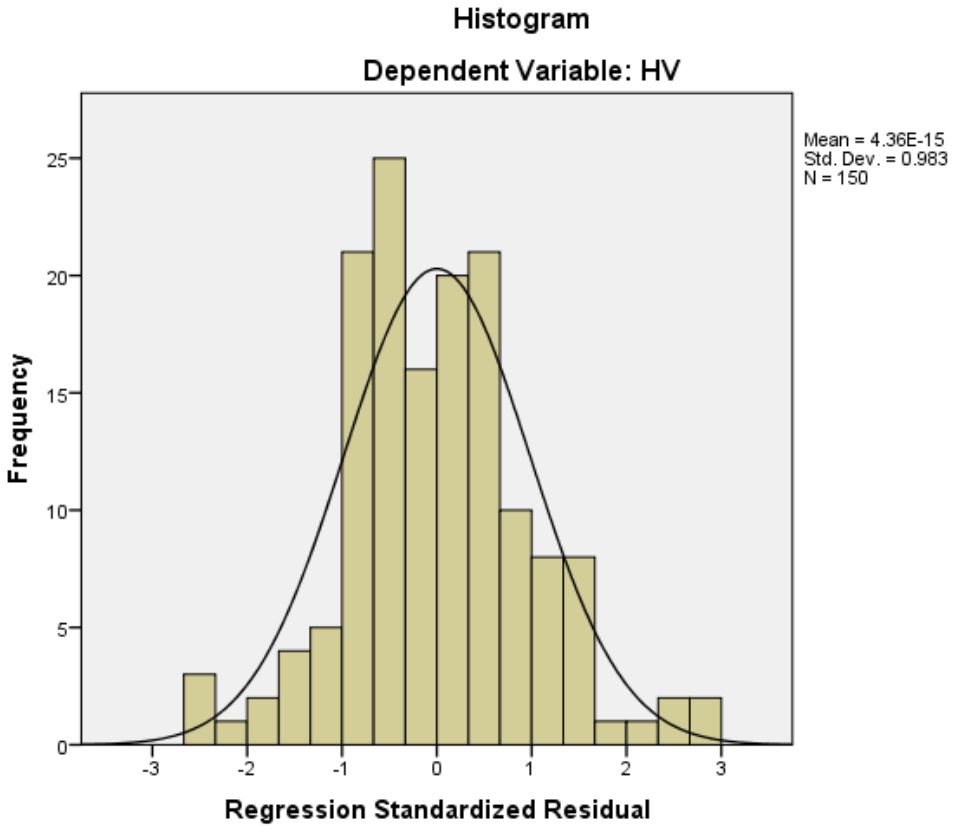
a. Dependent Variable: HV

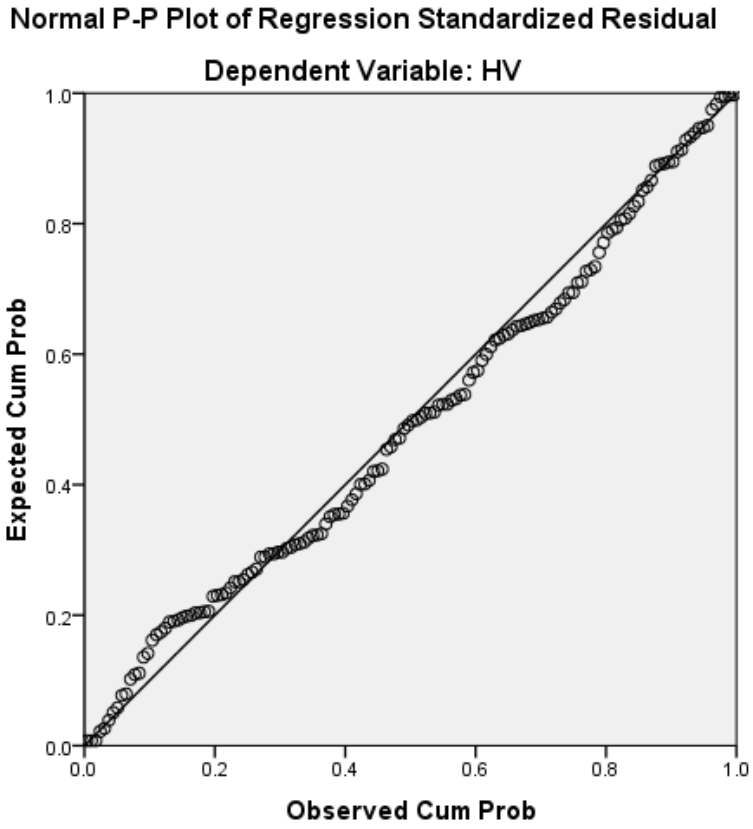
b. Predictors: (Constant), NT, G, TDMT, XTSPX, XH

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.696	.259		2.683	.008		
	XH	.185	.054	.236	3.429	.001	.657	1.522
	TDMT	.076	.060	.086	1.268	.207	.672	1.489
	XTSPX	.288	.065	.304	4.426	.000	.661	1.513
	G	.129	.051	.159	2.542	.012	.794	1.260
	NT	.192	.061	.219	3.141	.002	.640	1.562

a. Dependent Variable: HV




Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual
Dependent Variable: HV
Expected Cum Prob
Observed Cum Prob
0.0
0.2
0.4
0.6
0.8
1.0

PHỤ LỤC 7:
KIỂM ĐỊNH SỰ KHÁC BIỆT VỀ HÀNH VI MUA SẢN PHẨM XANH THEO ĐẶC ĐIỂM NHÂN KHẨU HỌC

1. Theo giới tính

Group Statistics

	Gioitinh	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
HV	Nam	52	3.8692	.61725	.08560
	Nu	98	4.0796	.55594	.05616

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
HV	Equal variances assumed	1.333	.250	-2.122	148	.035	-.21036	.09913	-.40626	-.01447
	Equal variances not assumed			-2.055	95.090	.043	-.21036	.10237	-.41360	-.00712

2. Theo độ tuổi

Descriptives

HV

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
Duoi 18	2	4.5000	.14142	.10000	3.2294	5.7706	4.40	4.60
Tu 18-32	115	4.0035	.57246	.05338	3.8977	4.1092	2.20	5.00
Tu 33-50	26	3.9000	.63056	.12366	3.6453	4.1547	2.20	4.80
Tren 50	7	4.3143	.59841	.22618	3.7608	4.8677	3.40	5.00
Total	150	4.0067	.58455	.04773	3.9124	4.1010	2.20	5.00

Test of Homogeneity of Variances

HV

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
.758	3	146	.519

ANOVA

HV

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	1.446	3	.482	1.423	.239
Within Groups	49.467	146	.339		
Total	50.913	149			

3. Theo nghề nghiệp

Descriptives

HV

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
Hoc sinh sinh vien	22	4.0091	.61560	.13125	3.7361	4.2820	2.60	5.00
Can bo vien chuc	44	3.9136	.57125	.08612	3.7400	4.0873	2.20	5.00
Cong nhan	19	3.9684	.67746	.15542	3.6419	4.2949	2.20	5.00
Noi tro	24	4.0667	.58285	.11897	3.8206	4.3128	2.60	5.00
Kinh doanh buon ban	41	4.0878	.54963	.08584	3.9143	4.2613	2.60	5.00
Total	150	4.0067	.58455	.04773	3.9124	4.1010	2.20	5.00

Test of Homogeneity of Variances

HV

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
.375	4	145	.826

ANOVA

HV

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	.765	4	.191	.553	.697
Within Groups	50.148	145	.346		
Total	50.913	149			

4. Theo thu nhập trung bình tháng

Descriptives

HV

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
Duoi 5 trieu	14	4.0571	.59963	.16026	3.7109	4.4034	2.60	5.00
Tu 5-10 trieu	40	3.9750	.60964	.09639	3.7800	4.1700	2.20	5.00
Tu 10-15 trieu	66	4.1000	.54603	.06721	3.9658	4.2342	2.60	5.00
Tu 15-20 trieu	17	3.9412	.48355	.11728	3.6926	4.1898	2.80	4.80
Tren 20 trieu	13	3.6615	.72748	.20177	3.2219	4.1012	2.20	4.60
Total	150	4.0067	.58455	.04773	3.9124	4.1010	2.20	5.00

Test of Homogeneity of Variances

HV

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
1.031	4	145	.394

ANOVA

HV

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	2.272	4	.568	1.693	.155
Within Groups	48.641	145	.335		
Total	50.913	149			

5. Theo siêu thị CO.OPMART thường mua sản phẩm xanh

Descriptives

HV

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
Coopmart Phan Van Tri	70	3.9200	.63739	.07618	3.7680	4.0720	2.20	5.00
Coopmart Foodcosa	42	4.0762	.46946	.07244	3.9299	4.2225	2.60	5.00
Coopmart SCA Pham Van Chieu	38	4.0895	.58945	.09562	3.8957	4.2832	2.60	5.00
Total	150	4.0067	.58455	.04773	3.9124	4.1010	2.20	5.00

Test of Homogeneity of Variances

HV

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
2.823	2	147	.063

ANOVA

HV

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	.989	2	.495	1.457	.236
Within Groups	49.924	147	.340		
Total	50.913	149			

6. Theo tần suất mua sản phẩm xanh

7. **Descriptives**

HV

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
1 lan/thang	44	3.9545	.56874	.08574	3.7816	4.1275	2.60	5.00
2-3 lan/thang	69	3.9565	.66321	.07984	3.7972	4.1158	2.20	5.00
4-5 lan/thang	21	4.2000	.30984	.06761	4.0590	4.3410	3.60	5.00
Tren 5 lan/thang	16	4.1125	.51104	.12776	3.8402	4.3848	2.60	4.60
Total	150	4.0067	.58455	.04773	3.9124	4.1010	2.20	5.00

Test of Homogeneity of Variances

HV

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
2.823	2	147	.063

ANOVA

HV

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	.989	2	.495	1.457	.236
Within Groups	49.924	147	.340		
Total	50.913	149			

Test of Homogeneity of Variances

HV

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
4.082	3	146	.008

ANOVA

HV

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	1.257	3	.419	1.232	.300
Within Groups	49.656	146	.340		
Total	50.913	149			

Kruskal-Wallis Test

Ranks

	Tansuat	N	Mean Rank
HV	1 lan/thang	44	71.07
	2-3 lan/thang	69	72.32
	4-5 lan/thang	21	87.31
	Tren 5 lan/thang	16	85.91
	Total	150	

Test Statistics[a,b]

	HV
Chi-Square	3.358
df	3
Asymp. Sig.	.340

a. Kruskal Wallis Test

b. Grouping Variable: Tansuat