

Ảnh hưởng của lối sống xanh đến ý định sử dụng sản phẩm có bao bì xanh của sinh viên các trường đại học tại Thành phố Hồ Chí Minh

Nguyễn Xuân Nhi^{1,*}, Vũ Hương Giang^{2,**}, Nguyễn Văn Tân Tiến², Bùi Ngọc Kiều Linh², Lê Mộng Nghi²

¹Khoa Quản trị kinh doanh, Trường Đại học Nguyễn Tất Thành, Thành phố Hồ Chí Minh

²Viện đào tạo Quốc tế, Trường Đại học Nguyễn Tất Thành, Thành phố Hồ Chí Minh

*nxnhi@ntt.edu.vn, **huonggiangvu2912@gmail.com

Tóm tắt

Nhằm mục đích nghiên cứu mức độ ảnh hưởng của lối sống xanh đến ý định sử dụng sản phẩm có bao bì xanh của sinh viên các trường đại học tại Thành phố Hồ Chí Minh. Nghiên cứu này sử dụng phương pháp nghiên cứu hỗn hợp theo hai giai đoạn chính: (1) Nghiên cứu định tính được tiến hành qua phỏng vấn sâu với sáu sinh viên dựa trên thang đo gốc tổng hợp từ cơ sở lý thuyết; (2) Nghiên cứu định lượng qua cuộc khảo sát bằng bảng câu hỏi và tiến hành xử lý dữ liệu thu về bằng phần mềm Smart PLS. Kết quả cho thấy Chuẩn chủ quan đối với bao bì xanh có tác động mạnh nhất đến Ý định mua, tiếp theo là Thái độ và Kiểm soát hành vi cảm nhận. Từ đó, nghiên cứu đề xuất cộng đồng đặc biệt là sinh viên cần chú trọng thiết kế bao bì thân thiện môi trường, sử dụng vật liệu tái chế và tăng cường truyền thông về lợi ích môi trường nhằm thúc đẩy ý định mua của người tiêu dùng.

Nhận 19/03/2026

Được duyệt 27/03/2026

Công bố 28/03/2026

Từ khóa

Lối sống xanh; bao bì xanh; ý định sử dụng; sinh viên; đại học; Thành phố Hồ Chí Minh.

© 2026 Journal of Science and Technology - NTTU

1 Đặt vấn đề

Ô nhiễm môi trường ngày càng nghiêm trọng, làm cho con người trở nên nhạy cảm và quan tâm hơn về vấn đề này. Đặc biệt môi trường từ rác thải nhựa khó phân hủy, cụ thể như chai nhựa dùng một lần, túi ni lông, là những chất thải nguy hiểm cho môi trường [1]. Tiêu dùng xanh không chỉ tác động tích cực đến các nguồn tài nguyên lâu dài cho xã hội, mà còn là giải pháp bảo vệ thiên nhiên [2]. Trong những năm gần đây, các công trình nghiên cứu tiếp tục phát triển theo hướng này. Đặc biệt, các cuộc thảo luận về tiêu dùng xanh và lối sống xanh ngày càng trở nên quan trọng đối với các nhà nghiên cứu và nhà quản lý. Lối sống này trở nên phổ biến trong cuộc sống nhiều nhóm người tiêu dùng, đặc biệt là những người tiêu dùng trẻ như sinh

viên đại học là thế hệ người tiêu dùng chú trọng xác định rõ ràng các nghĩa vụ về môi trường [2]. Do đó, những người tiêu dùng trẻ ngày càng khắt khe hơn trong lựa chọn mua sắm, chú trọng đến các thuộc tính xanh như bao bì thân thiện với môi trường. Có rất nhiều công trình trên thế giới đã tiến hành nghiên cứu về mức độ ảnh hưởng của lối sống xanh đến ý định sử dụng sản phẩm xanh của sinh viên. Tuy nhiên nghiên cứu được thực hiện trong bối cảnh một quốc gia đang phát triển như Việt Nam, nơi nhận thức và hành vi tiêu dùng sản phẩm có bao bì xanh của giới trẻ, đặc biệt là sinh viên đại học, đang dần hình thành nhưng vẫn còn nhiều khoảng trống cần khám phá, như xác định khoảng cách xanh là một rào cản lớn, là nơi tiêu dùng xanh con người có thể hỗ trợ về cuộc sống xanh về mặt lý thuyết thì chưa chuyển hóa thành hành động mua, sử dụng

thực tế do xuất phát từ giá thành tương đối cao của các sản phẩm thân thiện với môi trường, điều này tạo ra một khoảng cách, giữa lời nói và hành động, bất tiện hoặc đây là một thói quen từ việc ưu tiên lợi ích cá nhân hơn việc bảo vệ môi trường [2].

Nghiên cứu này nhằm mục đích khảo sát mức độ ảnh hưởng của lối sống xanh đến ý định sử dụng sản phẩm có bao bì xanh của sinh viên các trường đại học tại Thành phố Hồ Chí Minh (TP HCM). Nghiên cứu vận dụng các khung lý thuyết như Lý thuyết hành động Hợp lý (TRA), Lý thuyết Hành vi hoạch định (TPB) để phân tích về sự tương tác giữa thái độ, chuẩn chủ quan, kiểm soát hành vi cảm nhận, đến việc hình thành ý định sử dụng sản phẩm có bao bì xanh.

2 Cơ sở lý thuyết và mô hình nghiên cứu

2.1 Lý thuyết nền

Lý thuyết hành động hợp lý (Theory of Reasoned Action – TRA)

TRA là một trong những lý thuyết nền tảng được sử dụng rộng rãi nhằm giải thích và dự đoán hành vi của con người [3]. Theo TRA, hành vi của cá nhân được quyết định trực tiếp bởi thái độ về hành vi và chuẩn chủ quan liên quan đến hành vi. Đáng chú ý các nghiên cứu mở rộng của TRA, chuẩn chủ quan còn đóng vai trò quan trọng trong việc hình thành thái độ đối với hành vi [1, 3]. Mọi người xung quanh như bạn bè, gia đình,... có kiến thức, nhận thức tốt về các vấn đề môi trường và thái độ xã hội tích cực làm niềm tin cá nhân gia tăng và cũng phát triển thái độ thiện cảm của sinh viên đến các sản phẩm có bao bì xanh, sản phẩm bền vững [1]. Chuẩn chủ quan trong cơ chế này có chuyển hóa và vận hành các yếu tố trung gian từ các giá trị cộng đồng thành nhận thức cá nhân trước khi dẫn đến ý định mua. Lý thuyết hành vi hoạch định (Theory of Planned Behavior - TPB)

TPB) được mở rộng từ TRA nhằm khắc phục hạn chế của TRA trong việc giải thích các hành vi không hoàn toàn nằm trong sự kiểm soát của cá nhân [4]. Theo TPB, ý định thực hiện hành vi chịu ảnh hưởng bởi ba yếu tố gồm thái độ, chuẩn chủ quan và kiểm soát hành vi nhận thức. Hơn nữa, nhiều nhà nghiên cứu đã phát triển các mô hình lý thuyết mở rộng, bao gồm các biến

bổ sung để tăng khả năng dự đoán của nó [5]. Trong nghiên cứu này, biến trung gian chuẩn chủ quan có thể được giải thích thông qua mô hình SOR (Stimulus-Organism-Response) [6]. Trong đó, lối sống xanh có vai trò là tác nhân kích thích nội tại (Kích thích), tác động nhận thức của mỗi cá nhân về các kỳ vọng xã hội và trạng thái tâm lý (Organism - cụ thể là chuẩn chủ quan).

2.2 Khái niệm và mối quan hệ các biến mô hình

Lối sống xanh được hiểu là lối sống sử dụng năng lượng sạch để giảm thiểu khí thải nhà kính. Không chỉ dừng lại ở việc tiết kiệm tài nguyên, lối sống này còn rất thân thiện với hệ sinh thái được biểu hiện thông qua thái độ và hành vi bảo vệ môi trường trong sinh hoạt hàng ngày.

Bao bì xanh hay còn gọi là bao bì sinh thái, bao bì thân thiện, bao bì có thể tái chế được đặc trưng bởi 3 yếu tố chính gồm giảm thiểu sử dụng vật liệu khó phân hủy, tiết kiệm năng lượng trong quá trình sản xuất và dùng các vật liệu an toàn với môi trường.

Ý định mua được hình thành bởi thái độ, chuẩn chủ quan và kiểm soát hành vi nhận thức, ý định càng mạnh mẽ càng làm tăng khả năng hành vi được thực hiện. Ý định mua sản phẩm có bao bì xanh được hiểu là phản ứng tích cực của người tiêu dùng trong việc lựa chọn các sản phẩm có bao bì thân thiện với môi trường.

2.3. Các giả thuyết nghiên cứu

- Mối quan hệ giữa lối sống xanh và chuẩn chủ quan
Chuẩn mực chủ quan là cảm nhận của cá nhân về áp lực xã hội trong việc thực hiện hoặc không thực hiện một hành vi nhất định, đặc biệt là khi những người quan trọng như gia đình và bạn bè nghĩ rằng họ nên thực hiện nó [4].

Trong bối cảnh tiêu dùng xanh, chuẩn chủ quan còn gắn liền với trách nhiệm đạo đức và hình ảnh xã hội tích cực mà cá nhân mong muốn đạt được khi lựa chọn các sản phẩm thân thiện với môi trường. Các bằng chứng thực nghiệm từ nhiều nghiên cứu trước cũng cho thấy, lối sống xanh đóng vai trò là yếu tố tiền đề, ảnh hưởng tích cực đến chuẩn chủ quan trong hành vi tiêu dùng bền vững [7]. Trên cơ sở đó, nghiên cứu đề xuất giả thuyết sau:

H1: lối sống xanh có tác động đến chuẩn chủ quan của sinh viên trong việc sử dụng sản phẩm có bao bì xanh.

- Mối quan hệ giữa lối sống xanh và thái độ

Niềm tin và định hướng sống có thể là nhân tố ảnh hưởng trực tiếp đến thái độ đối với hành vi [8]. Nhận thấy rằng, cá nhân có lối sống xanh mạnh mẽ thường hình thành thái độ tích cực đối với các thương hiệu thân thiện với môi trường, điều này càng tác động đến ý định mua hàng. Dựa vào lý thuyết TPB cùng với các nghiên cứu trước, có thể kỳ vọng rằng sinh viên có lối sống xanh sẽ có thái độ tích cực với việc sử dụng các sản phẩm có bao bì xanh. Vì vậy, nghiên cứu đề xuất giả thuyết sau:

H2: lối sống xanh có tác động đến thái độ của sinh viên trong việc sử dụng sản phẩm có bao bì xanh.

- Mọi quan hệ giữa phong cách sống và kiểm soát hành vi cảm nhận

Kiểm soát hành vi cảm nhận (PBC - Perceived Behavioral Control) đề cập đến mức độ kiểm soát mà một cá nhân nhận thức được khi thực hiện hành vi và sự tự tin của cá nhân về khả năng thực hiện hành vi của mình [3].

Trong bối cảnh tiêu dùng thân thiện với môi trường, lối sống xanh phản ánh những kỳ vọng tích cực phù hợp về những gì người tiêu dùng mong đợi ở nhà cung cấp sản phẩm xanh, bằng cách giảm bớt sự không chắc chắn, lối sống xanh sẽ mang lại khả năng kiểm soát hành vi tốt hơn. Do đó, niềm tin thúc đẩy các hành vi tin tưởng, không phải bằng cách kiểm soát hành động của doanh nghiệp, mà bằng cách vượt qua các rào cản tâm lý để tham gia vào một hành vi. Các nghiên cứu trước cũng cung cấp bằng chứng hỗ trợ cho mối quan hệ tích cực giữa lối sống xanh và kiểm soát hành vi cảm nhận. Dựa vào những lập luận này, giả thuyết H3 được đề xuất:

H3: lối sống xanh có tác động đến kiểm soát hành vi cảm nhận của sinh viên trong việc sử dụng sản phẩm có bao bì xanh.

- Mọi quan hệ giữa chủ quan và ý định mua

Chuẩn chủ quan có thể được hiểu là áp lực xã hội mà một cá nhân cảm nhận được khi thực hiện một hành vi cụ thể [4]. Chuẩn chủ quan có thể được diễn tả như một dạng niềm tin rằng cá nhân đồng ý hay không đồng ý với một hành vi nhất định khi thực hiện hành vi [3]. Chuẩn chủ quan được cho là ảnh hưởng đến ý định mua một cách độc lập [9]. Chuẩn chủ quan đã được phân tích rộng rãi trong các nghiên cứu về hành vi có trách

nhiệm với môi trường. Các nghiên cứu cho rằng việc thực hiện các hành vi nhằm cải thiện môi trường như tái chế bị ảnh hưởng trực tiếp bởi mức độ áp lực xã hội hoặc chuẩn mực xã hội và hướng của mối quan hệ đó mang tính tích cực. Dựa trên những thảo luận này, giả thuyết được đặt ra như sau:

H4: chuẩn chủ quan có mối quan hệ với ý định mua của sinh viên trong việc sử dụng sản phẩm có bao bì xanh.

- Mọi quan hệ giữa thái độ và ý định mua

Thái độ phản ánh sự đánh giá của một người về một hành vi, chẳng hạn như tốt/xấu hay tích cực/tiêu cực [1]. Nếu thái độ của người nào đó càng tích cực, thì ý định hành vi theo đó càng cao. Một số nghiên cứu thực nghiệm về tiêu thụ sản phẩm xanh, bao gồm bao bì xanh cho thấy ảnh hưởng tích cực đến ý định mua hàng. Do đó, giả thuyết về thái độ trong nghiên cứu này được nêu như sau:

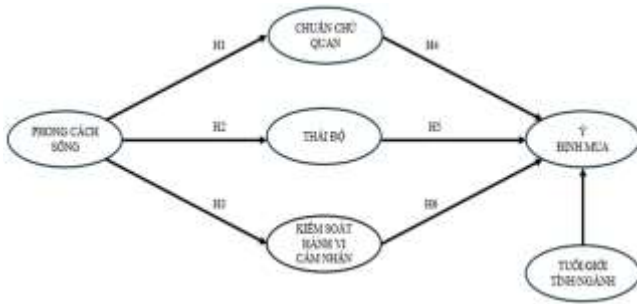
H5: thái độ có ảnh hưởng đến ý định mua của sinh viên trong việc sử dụng sản phẩm có bao bì xanh.

- Mọi quan hệ giữa kiểm soát hành vi cảm nhận và ý định mua

Kiểm soát hành vi cảm nhận có nguồn gốc từ lý thuyết về động lực thành tựu của, nhấn mạnh vào kỳ vọng thành công, tức là xác suất thành công trong bối cảnh cụ thể cũng đề cập rằng việc kiểm soát hành vi cảm nhận và ý định hành vi kết hợp có thể giúp xác định trực tiếp một hành vi cụ thể [4]. Một số nhà nghiên cứu đã kết luận rằng sự tự tin của một cá nhân vào khả năng kiểm soát và do đó thể hiện hành vi của mình có mối quan hệ tích cực với ý định mua hàng hoặc hành vi mua hàng [9]. Theo quan điểm của cuộc thảo luận này đưa ra giả thuyết rằng:

H6: kiểm soát hành vi cảm nhận ảnh hưởng đến ý định mua của sinh viên trong việc sử dụng sản phẩm có bao bì xanh.

Nghiên cứu được kế thừa từ TRA và TPB [3, 4]. Theo đó TPB được xem là lý thuyết nền tảng cho rằng ý định mua chịu sự ảnh hưởng của 3 yếu tố chính gồm: thái độ, chuẩn chủ quan và kiểm soát hành vi cảm nhận. Từ đó đề xuất mô hình nghiên cứu gồm 5 biến chính: Lối sống xanh, Chuẩn chủ quan, Thái độ, kiểm soát hành vi cảm nhận và Ý định mua sản phẩm có bao bì xanh



Hình 1 Mô hình nghiên cứu đề xuất

3 Phương pháp nghiên cứu

3.1 Xác định cỡ mẫu quan sát

Kích thước hiệu ứng dự kiến:

Mức sức mạnh thống kê mong muốn:

Số lượng biến tiềm ẩn:

Số lượng biến quan sát được:

Mức xác suất:

Tính toán!

Kích thước mẫu tối thiểu để phát hiện hiệu quả: 150

Kích thước mẫu tối thiểu cho cấu trúc mô hình: 128

Kích thước mẫu tối thiểu được đề xuất: 150

Hình 2 Kết quả ước lượng cỡ mẫu trên ứng dụng Soper (2024)

Để tính toán ước lượng quy mô mẫu cần thiết, nhóm tác giả sử dụng ứng dụng A-priori trong các mô hình phương trình cấu trúc [10]. Để ước tính quy mô mẫu, cần phải biết mức độ ảnh hưởng để đạt được sức mạnh thống kê là 80 % trở lên. Quy mô hiệu ứng được báo cáo trong các nghiên cứu trước đó về các chủ đề tương tự có thể hữu ích để thiết lập một chuẩn mực. Theo hướng dẫn chung, đề xuất rằng các giá trị 0,02; 0,15 và 0,35 được hiểu tương ứng là hiệu ứng nhỏ, trung bình và lớn [11]. Mức độ ý nghĩa liên quan đến xác suất bác bỏ giả thuyết vô hiệu. Trong nghiên cứu khoa học xã hội và hành vi, ý nghĩa thống kê thường được chấp nhận ở mức 0,05 (5 %) [12]. Dựa trên các tiêu chuẩn phân loại [11], bài nghiên cứu lựa chọn con số 0,3 cho kích thước hiệu ứng dự kiến vì đây là lựa chọn an toàn cho rằng các mối quan hệ trong mô hình có tác động ở mức trung bình.

3.2 Quy trình nghiên cứu

Để giải quyết các mục tiêu đã đề ra, nghiên cứu này áp dụng phương pháp nghiên cứu hỗn hợp, được triển khai tuần tự theo hai giai đoạn chính.

Giai đoạn đầu là nghiên cứu định tính dựa trên các thang đo gốc đã được tổng hợp từ cơ sở lý thuyết, nghiên cứu tiến hành phỏng vấn sâu bán cấu trúc với sáu sinh viên có kinh nghiệm và thảo luận nhóm với năm chuyên gia. Điều này cũng đảm bảo rằng các khái niệm nghiên cứu được xây dựng phù hợp với bối cảnh tiêu dùng sản phẩm có bao bì xanh của sinh viên các trường đại học tại TP HCM, qua đó phản ánh đúng những vấn đề thực tiễn mà nhóm đối tượng nghiên cứu đối mặt. Bảng câu hỏi sau đó được hoàn thiện thông qua một bảng khảo sát sơ bộ với sáu sinh viên để kiểm tra độ rõ ràng của ngôn từ.

Giai đoạn 2 là nghiên cứu định lượng. Một cuộc khảo sát chính thức bằng bảng câu hỏi đã được thực hiện và thu về 1 073 phiếu khảo sát, sau khi sàng lọc có 1 029 phiếu hợp lệ được sử dụng cho phân tích chính thức. Dữ liệu thu thập xử lý bằng phần mềm SmartPLS và tuân thủ quy trình phân tích 2 bước: (1) Đánh giá mô hình đo lường thông qua các kiểm định độ tin cậy thang đo với hệ số Cronbach's alpha và hội tụ với hệ số AVE, tính phân biệt với kiểm định Fornell Larcker Criterion và HTMT (Heterotrait Monotrait Ratio); (2) Đánh giá mô hình cấu trúc kiểm định các giả thuyết đã đề ra, đồng thời đánh giá mức độ giải thích R², đa cộng tuyến với hệ số VIF, hệ số f² giúp xác định mức độ ảnh hưởng của mỗi biến độc lập đến biến phụ thuộc và khả năng dự đoán Q2 của mô hình.

4 Kết quả và thảo luận

4.1 Thống kê mô tả các nhân tố trong mô hình nghiên cứu

Dựa vào kết quả phân tích các phiếu khảo sát đã được làm sạch có 1.029 sinh viên tại TP HCM, kết quả cho thấy sinh viên nam chiếm 61,9 % và nữ 38,1 %. Về độ tuổi, độ tuổi từ 18 tuổi đến 22 tuổi chiếm 60,4 % có tỷ lệ cao nhất, độ tuổi dưới 18 có 13 sinh viên chiếm tỷ lệ thấp nhất là 1,3 %, kế tiếp là nhóm tuổi từ 23 đến 25 có 350 sinh viên chiếm 34,0 %, nhóm trên 25 tuổi có 44 sinh viên chiếm 4,3 %. Ngành học được sàng lọc dựa trên các nhóm ngành. Nhóm ngành Kinh doanh chiếm số lượng cao nhất với 42,5 % trên tổng số. Nhóm ngành Luật - Nhân văn, nhóm ngành Công nghệ Thông tin, nhóm ngành Kỹ thuật có tỷ lệ khảo sát lần lượt là

14,3 %, 11,8 % và 9,2 %. Các nhóm ngành còn lại có tỷ lệ sinh viên khảo sát khoảng từ 0,3 % đến 6,2 %.

Bảng 1 Bảng thông tin chung khảo sát

Giới Tính		Số lượng đáp viên	Tỷ lệ (%)
Giới Tính	Nam	637	61,9
	Nữ	392	38,1
Độ Tuổi			
Dưới 18		13	1,3
Từ 18-22		622	60,4
Từ 23-25		350	34,0
Trên 25		44	4,3
Ngành (Nhóm ngành)			
Nhóm ngành Công nghệ Thông tin		121	11,8
Nhóm ngành Kinh doanh		437	42,5
Nhóm ngành Kiến trúc và Xây dựng		39	3,8
Nhóm ngành Luật – Nhân văn		147	14,3
Nhóm ngành Báo chí		25	2,4
Nhóm ngành Khoa học Cơ bản		12	1,2
Nhóm ngành Sư phạm		21	2,0
Nhóm ngành Nông – Lâm – Ngư nghiệp		3	0,3
Nhóm ngành Sản xuất và chế biến		9	0,9
Nhóm ngành Sức khỏe		56	5,4
Nhóm ngành Kỹ thuật		95	9,2
Nhóm ngành Nghệ thuật thiết kế		64	6,2

4.2 Kết quả phân tích mô hình đo lường

Sau khi xem xét kỹ lưỡng các hệ số tải bên ngoài, các mục sau: một yếu tố về chuẩn chủ quan (CCQ6), một về lối sống xanh (LSX6), đã bị loại bỏ vì chúng có hệ số tải ngoài thấp, không đạt được ngưỡng yêu cầu. Các biến quan sát có giá trị tải ngoài < 0,40 thì cần phải loại bỏ, xem xét quyết định loại bỏ hoặc giữ lại và Outer Loading phải > 0,70 biến quan sát mới đạt ngưỡng thỏa điều kiện [13]. Sau khi loại bỏ những hệ số tải ngoài thấp, đều dao động từ 0,731 đến 0,892 cho thấy các hệ số tải ngoài $\geq 0,708$. Điều đó đã giải thích tất cả các biến quan sát ít nhất 50 % phương sai của biến tiềm ẩn

mà chúng đo lường (vì 0,7082 không khác nhiều 0,50). Điều này chứng minh được chất lượng của thang đo. Kết quả cho thấy AVE cả năm yếu tố đều đạt giá trị dao động từ 0,637 đến 0,787 đáp ứng tiêu chí về tính hợp lệ hội tụ. Như được hiển thị trong Bảng 2, các giá trị hệ số tải ngoài, giá trị AVE phải đạt $\geq 0,50$, trong khi CR là ($> 0,70$) [13].

Bảng 2 Kết quả tóm tắt các hệ số tải trong mô hình PLS-SEM

Chỉ số	Hệ số tải ngoài của các chỉ số	Cronbach's alpha	Độ tin cậy tổng hợp (CR)	AVE
CCQ1	0,842	0,906	0,928	0,682
CCQ2	0,847			
CCQ3	0,846			
CCQ4	0,837			
CCQ5	0,731			
CCQ7	0,846	0,805	0,885	0,720
KSHVCN1	0,842			
KSHVCN2	0,857			
KSHVCN3	0,847	0,858	0,898	0,637
PCS1	0,817			
PCS2	0,786			
PCS3	0,788			
PCS4	0,811			
PCS5	0,789	0,774	0,869	0,688
TD1	0,829			
TD2	0,819			
TD3	0,841	0,865	0,917	0,787
YDMSPCBBX1	0,885			
YDMSPCBBX2	0,892			
YDMSPCBBX3	0,885			

(Trong đó: CCQ là Chuẩn chủ quan, KSHVCN là Kiểm soát hành vi cảm nhận, PCS là Phong cách sống, TD là Thái độ, YDMSPCBBX là Ý định mua sản phẩm có bao bì xanh)

4.2.1 Đánh giá độ tin cậy nhất quán nội tại, độ hợp lệ hội tụ
Kết quả như trong bảng đã chỉ ra, căn bậc hai của các giá trị AVE (tất cả các giá trị trên đường chéo), đều lớn hơn các giá trị tương quan giữa các biến tiềm ẩn. Điều này chứng tỏ rằng mức độ tương quan giữa các biến là phù hợp và các thang đo trong nghiên cứu đều đáp ứng độ hợp lệ phân biệt.

Độ hợp lệ phân biệt của mô hình nghiên cứu tiếp tục đánh giá thông qua chỉ số Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT) đều nhỏ hơn 0,85 được thể hiện ở Bảng 4 qua đó khẳng định rằng các biến tiềm ẩn trong mô hình nghiên cứu có sự phân biệt rõ ràng. Phương pháp HTMT này là một kiểu kiểm tra độ hợp lệ phân biệt bằng cách so sánh tỷ lệ giữa các tương quan giữa các

biến tiềm ẩn với nhau (Heterotrait) và tương quan giữa các biến tiềm ẩn khác cùng một cấu trúc (Monotrait). Chỉ số HTMT dưới mức 0,85 cho thấy các biến tiềm ẩn có độ phân biệt. Kết quả các chỉ số đã cho thấy được tất cả các HTMT đều nhỏ hơn 0,85, điều này cũng đã khẳng định các biến trong mô hình nghiên cứu đều có độ phân biệt hợp lý.

Bảng 3 Giá trị phân biệt (Fornell-Larcker criterion)

CODE	CCQ	KSHVCN	PCS	TD	YDMSPCBBX
CCQ	0,826				
KSHVCN	0,286	0,848			
PCS	0,565	0,417	0,798		
TD	0,123	0,076	0,159	0,830	
YDMSPCBBX	0,666	0,373	0,495	0,401	0,887

Bảng 4 Tỷ lệ tương quan Heterotrait-Monotrait (Heterotrait-Monotrait Ratio)

CODE	CCQ	KSHVCN	PCS	TD	YDMSPCBBX
CCQ					
KSHVCN	0,335				
PCS	0,639	0,500			
TD	0,145	0,097	0,193		
YDMSPCBBX	0,752	0,445	0,574	0,489	

4.2.2 Đánh giá mô hình cấu trúc

4.2.2.1 Đa cộng tuyến trong mô hình PLS-SEM

Đánh giá mô hình đa cộng tuyến là bước kiểm định thiết yếu đầu tiên trong phân tích mô hình cấu trúc PLS-SEM. Hiện tượng này xảy ra khi các biến độc lập có mối quan hệ chặt chẽ với nhau dẫn đến sự gây nhiễu

tính chính xác của các ước lượng và nguy cơ sai lệch của độ tin cậy. Để kiểm soát các vấn đề này, các nhà nghiên cứu sử dụng hệ số phóng đại phương sai (VIF). Kết quả hệ số ở Bảng 5 cho thấy VIF đều nằm trong giới hạn cho phép < 5. Cho thấy mô hình không bị ảnh hưởng bởi sự đa cộng tuyến.

Bảng 5 Hệ số phương sai phóng đại (VIF)

Code	VIF	CODE	VIF	CODE	VIF	CODE	VIF
CCQ1	2,426	KSHVCN1	1,753	PCS3	1,795	TD3	1,569
CCQ2	2,472	KSHVCN2	1,775	PCS4	1,896	YDMSPCBBX1	2,195
CCQ3	2,432	KSHVCN3	1,701	PCS5	1,814	YDMSPCBBX2	2,300
CCQ4	2,370	PCS1	1,918	TD1	1,602	YDMSPCBBX3	2,204
CCQ5	1,664	PCS2	1,772	TD2	1,598		

4.2.2.2 Đánh giá hệ số xác định R²

Chỉ số R² là chỉ số quan trọng nhằm đánh giá khả năng giải thích của mô hình đối với sự thay đổi của biến phụ thuộc. Theo giá trị của R² và R² điều chỉnh dao động các giá trị trong khoảng từ 0 đến 1 với giá trị càng cao

cho thấy mô hình có khả năng dự báo tốt hơn. Kết quả nghiên cứu này cho thấy được, biến YDMSPCBBX (Ý định mua sản phẩm có bao bì xanh) có hệ số R² là 0,581 có thể giải thích được mô hình chiếm 58,1 % sự biến động của biến này. Tuy nhiên không đạt được mức kỳ



vọng tối đa, nhưng giá trị này vẫn được coi là hợp lý, đặc biệt trong các nghiên cứu phức tạp, nơi các yếu tố nhận thức và tâm lý của người tiêu dùng khó đo lường chính xác.

Bảng 6 Chỉ số R² hiệu chỉnh

R ² hiệu chỉnh	
CCQ	0,318
KSHVCN	0,173
TD	0,024
YDMSPCBBX	0,579

4.2.2.3 Đánh giá mô hình và giả thuyết nghiên cứu

Để kiểm tra 1.029 mẫu hợp lệ của các giả thuyết trong mô hình nghiên cứu này, một phân tích hồi quy bội được thực hiện bằng kỹ thuật Bootstrapping để đánh giá mô hình cấu trúc. Quá trình bootstrapping được

thực hiện sử dụng (với số lượng mẫu là 5.000 mẫu con) như được khuyến nghị trong tài liệu. Cơ sở được sử dụng để kiểm định giả thuyết trực tiếp mức độ ý nghĩa thống kê của các giả thuyết. Cơ sở được sử dụng để kiểm định giả thuyết trực tiếp là nếu giá trị độ tin cậy thống kê $p < 0,05$ (mức ý nghĩa = 5 %), thì giả thuyết được chấp nhận mối quan hệ giữa các biến có ý nghĩa. Ngược lại, nếu $p > 0,05$, kiểm định giả thuyết này không được chấp nhận. Sau đây là giải thích đầy đủ về kiểm định giả định. Quá trình phân tích Bootstrapping cho thấy kết quả chi tiết được tổng hợp ở Bảng 7, mô hình cấu trúc đề xuất đã trình bày các chỉ số thống kê chính liên quan đến hệ số đường dẫn. Từ phân tích kết quả của Bootstrapping thấy rằng các giả thuyết từ H1 đến H6 đều được chấp nhận và có ý nghĩa về mặt thống kê.

Bảng 7 Kết quả của mối quan hệ giữa các cấu trúc trong mô hình

Giả thuyết	Cấu trúc	Mẫu gốc	Giá trị mẫu trung bình	Độ lệch chuẩn	Thống kê T	Giá trị P	Kết quả
H1	PCS → CCQ	0,565	0,565	0,022	25,653	0,000	Chấp nhận
H2	PCS → TD	0,159	0,160	0,030	5,336	0,000	Chấp nhận
H3	PCS → KSHVCN	0,417	0,418	0,025	16,450	0,000	Chấp nhận
H4	CCQ → YDMSPCBBX	0,575	0,575	0,019	29,741	0,000	Chấp nhận
H5	TD → YDMSPCBBX	0,315	0,315	0,021	15,154	0,000	Chấp nhận
H6	KSHVCN → YDMSPCBBX	0,186	0,186	0,022	8,603	0,000	Chấp nhận
Kiểm soát	Tuổi → YDMSPCBBX	0,017	0,017	0,021	0,837	0,403	Không chấp nhận
Kiểm soát	Giới tính → YDMSPCBBX	0,034	0,034	0,020	1,697	0,090	Không chấp nhận
Kiểm soát	Ngành → YDMSPCBBX	0,039	0,038	0,021	1,872	0,061	Không chấp nhận

4.3 Thảo luận

Kết quả phân tích SMART PLS chỉ ra 3 yếu tố tác động đáng kể đến Ý định mua sản phẩm có bao bì xanh của sinh viên các trường đại học tại TP HCM. Chuẩn chủ quan có tác động mạnh nhất ($\beta = 0,075, p < 0,001$), tiếp theo là Thái độ ($\beta = 0,315, p < 0,001$). Về các yếu tố bị tác động bởi Lối sống xanh, Chuẩn chủ quan bị ảnh hưởng mạnh nhất ($\beta = 0,565, p < 0,001$), sau đó là Kiểm soát hành vi cảm nhận ($\beta = 0,417, p < 0,001$). Yếu tố Tuổi, Giới tính, Ngành không có tác động đáng kể ($p > 0,05$), phản ánh Ý định mua không bị ảnh hưởng bởi các yếu tố nhân khẩu học. Thông qua kết quả của chuẩn chủ quan có sự khác biệt với công trình nghiên cứu tại Bồ Đào Nha hoặc chuẩn chủ quan của một số nghiên cứu khác thường không có ý nghĩa tại phương Tây [12]. Điều

này có thể giải quyết những điều khác biệt này bằng văn hóa tập thể tại Việt Nam, tuy nhiên đối với các quốc gia đề cao chủ nghĩa cá nhân, nhưng ở Việt Nam là nơi các mối quan hệ xã hội đóng vai trò dẫn hành vi cá nhân mạnh mẽ. Tuy vậy, kết quả này lại tương đồng với các nghiên cứu tại các thị trường như Trung Quốc và Ấn Độ, rất phổ biến ở sinh viên vì đây là nơi có sức ép từ xu hướng và theo đám đông.

Về mặt lý thuyết: công trình nghiên cứu được củng cố giá trị lý thuyết TPB bằng cách tích hợp thêm lối sống xanh như một biến tiền đề, để góp phần làm sáng tỏ cơ chế hình thành các yếu tố tâm lý nội tại, thay vì xem chúng chỉ là những biến độc lập bị tách biệt. Ứng dụng mô hình SOR trong việc chuyên hóa và giải thích các giá

trị cần thiết liên quan đến kích thích - chuẩn mực -phản hồi của bối cảnh bao bì xanh.

Về mặt thực tiễn: chiến lược bao bì xanh cho các doanh nghiệp nên tập trung vào sức khỏe con người, thiết kế bắt mắt vì đây là một trong những yếu tố quan trọng nhất khi sinh viên Việt Nam nhận thức.

Chính phủ nên thúc đẩy việc sử dụng bao bì xanh có hiệu quả bằng cách cấm sử dụng bao bì không phân hủy sinh học. Một vấn đề quan trọng trong bao bì xanh là làm thế nào để in thông tin trên hộp đựng, nhãn và cải tiến để tránh sử dụng nhãn giấy. Bên cạnh đó đề xuất việc đưa các chiến dịch quảng cáo xanh vào chương trình giảng dạy của các cơ sở giáo dục đại học. Việc đưa giáo dục xanh vào chương trình giảng dạy của sinh viên đại học có tác động tích cực đến mức độ nhận thức của họ liên quan đến chủ nghĩa tiêu dùng xanh.

5 Kết luận

Nghiên cứu đã xác định rằng các yếu tố ảnh hưởng đến ý định mua sản phẩm có bao bì xanh của sinh viên các trường đại học tại TP HCM. Được tác động mạnh mẽ bởi chuẩn chủ quan đến ý định mua và thái độ cũng có điều kiện thuận lợi để tác động tích cực đến ý định mua. Trong khi đó kiểm soát hành vi cảm nhận cũng có tác động đến ý định mua nhưng còn hạn chế.

Mặc dù đã đạt được kết quả có giá trị, nhưng nghiên cứu còn một số hạn chế: Mẫu chỉ tập chung chủ yếu phần nhỏ sinh viên của các trường đại học tại TP HCM.

Hướng nghiên cứu trong tương lai cần mở rộng phạm vi địa lý đặc biệt là khu vực nông thôn và tăng số lượng sinh viên tham gia khảo sát để có cái nhìn tổng quan về hành vi sử dụng sản phẩm có bao bì xanh.

Tài liệu tham khảo

1. Yulianingsih, Y., Laela, L., & Sardju, H. (2025). The Influence of Green Knowledge and Green Perceived Value on Purchase Intention Mediated by Green Lifestyle. *International Journal of Business, Law, and Education*, 6(1), 682-691. <https://doi.org/10.56442/ijble.v6i1.108>.
2. Purwianti, L., Ariyanto, hepy H., Winata, K., & Changbo, L. (2025a). Reinforcing Green Consumption Intentions: Attitudes as a Mediator and the Role of Environmental Concerns, Lifestyles, Social Media, and Subjective Norms. *IJBE (Integrated Journal of Business and Economics)*, 9(4), 681-699. <https://doi.org/10.33019/ijbe.v9i4.1275>.
3. Ajzen, I., & Fishbein, M. (1975). A Bayesian analysis of attribution processes. *Psychological Bulletin*, 82(2), 261-277. <https://doi.org/10.1037/h0076477>.
4. Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes. Theories of Cognitive Self-Regulation*, 50(2), 179-211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T).
5. Sousa, R. D., Gouveia, M., Nunes da Silva, C., Rodrigues, A. M., Cardoso, G., Antunes, A. F., Canhao, H., & de Almeida, J. M. C. (2022). *Treatment-resistant depression and major depression with suicide risk-The cost of illness and burden of disease*. *Frontiers in Public Health*, 10, 898491. <https://doi.org/10.3389/fpubh.2022.898491>.
6. Mehrabian, A., & Russell, J. (1974). *An approach to environmental psychology*. <https://www.semanticscholar.org/paper/An-approach-to-environmental-psychology-Mehrabian-Russell/0475cbcd8c8fa313f69d6c673502308cde35c9d1>.
7. Kennedy, R. F., Susainathan, S., George, H. J., & Parayitam, S. (2024). Green Consumption and Sustainable Lifestyle: Evidence from India. *Administrative Sciences*, 14(10), 262. <https://doi.org/10.3390/admsci14100262>.
8. Ljubičić, M., Sorić, T., Gusar, I., Vidaković Samaržija, D., Ivković, G., Pejdo, A., Vučak Lončar, J., Klarin, M., Šarić, N., & Kolčić, I. (2026). Association Between Attitude Toward a Healthy Lifestyle, Lifestyle Behaviors, Sociodemographic Characteristics, and Body Mass Index: A Cross-Sectional Study. *Nutrients*, 18(3), 500. <https://doi.org/10.3390/nu18030500>.

9. Jia, H., & Liu, S. (2025). Sociopsychological determinants of functional foods consumption in China: Based on the theory of the planned behavior expansion model. *Frontiers in Nutrition*, 12, 1624390. <https://doi.org/10.3389/fnut.2025.1624390>.
10. Soper. (2024). Máy tính kích thước mẫu A-priori miễn phí cho các mô hình phương trình cấu trúc - Máy tính thống kê miễn phí. <https://www.danielsoper.com/statcalc/calculator.aspx?id=89>.
11. Cohen, J. (với Internet Archive). (1988). Statistical power analysis for the behavioral sciences. *Hillsdale, N.J. : L. Erlbaum Associates*. http://archive.org/details/statisticalpower0000cohe_j013.
12. Hair, J., Black, W., Babin, B., & Anderson, R. (2010a). *Multivariate Data Analysis: A Global Perspective*. Pearson Education (Pearson Prentice Hall).
13. Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2017). A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) (Second edition). *SAGE*.

The influence of green lifestyle on the intention to use products with green packaging of university students in Ho Chi Minh City

Nguyen Xuan Nhi^{1,*}, Vu Huong Giang^{2,**}, Nguyen Van Tan Tien², Bui Ngoc Kieu Linh², Le Mong Nghi²

¹Faculty of Business Administration – Nguyen Tat Thanh University, Ho Chi Minh City, Viet Nam

²Student of the Institute of International Education – Nguyen Tat Thanh University, Ho Chi Minh City, Viet Nam

*nxnhi@ntt.edu.vn, **huonggiangvu2912@gmail.com

Abstract The purpose of the study was to study the impact of green lifestyle on the intention to use products with green packaging of university students in Ho Chi Minh City. This study uses a mixed research approach in two main phases: (1) Qualitative research conducted through in-depth interviews with six students based on the original scale synthesized from the theoretical basis; (2) Quantitative research through a questionnaire survey and data processing using Smart PLS software. The results showed that the Subjective Standard for green packaging had the strongest impact on Purchase Intent, followed by Attitude and Perceived Behavior Control. From there, the research suggests that the community, especially students, should focus on designing environmentally friendly packaging, using recycled materials and strengthening communication about environmental benefits to promote consumers' intention to buy.

Keywords Green lifestyle; green packaging; intent to use; students; universities; Ho Chi Minh City