

MỤC LỤC

KINH TẾ VÀ QUẢN LÝ

- 1. Nguyễn Thị Phương Liên và Nguyễn Tuấn Anh** - Hoàn thiện chính sách đối với hoạt động chuyển giá của doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài tại Việt Nam. **Mã số: 136.IIEM.12** 2
Perfecting Policies on Transfer Pricing at Foreign Invested Enterprises in Vietnam
- 2. Nguyễn Thị Phương và Nguyễn Thị Tuyết** - Ảnh hưởng của việc mua bảo hiểm y tế và ô nhiễm không khí lên chi tiêu y tế ở Việt Nam. **Mã số: 136.IGEMg.11** 11
The Influence of Health Insurance Taking and Air Pollution on Health Spending in Vietnam
- 3. Phạm Tuấn Anh, Nguyễn Thị Ngọc Lan và Nguyễn Thị Mỹ Hạnh** - Hành vi tiêu dùng bền vững trong lĩnh vực ăn uống của giới trẻ: nghiên cứu so sánh các nhóm sinh viên trên địa bàn Hà Nội. **Mã số: 136.ITrEM.11** 20
The Sustainable Consumption Behaviour of Youngsters in Eating and Drinking: a Comparison of Groups of Students in Hanoi City

QUẢN TRỊ KINH DOANH

- 4. Trần Đức Thắng** - Các yếu tố ảnh hưởng tới cơ cấu vốn của các doanh nghiệp ngành sản xuất thực phẩm niêm yết trên sàn chứng khoán Việt Nam. **Mã số: 136.2BAcc.21** 30
Factors Affecting the Capital Structure of Food Producing Enterprises Listed on Vietnam Stock Exchange
- 5. Lưu Thị Minh Ngọc và Nguyễn Thị Hương Giang** - Chất lượng dịch vụ khách hàng tại Ngân hàng TMCP Kỹ thương Việt Nam trên địa bàn Hà Nội. **Mã số: 136.2BMkt.21** 39
The Quality of Customer Service at Techcombank in Hanoi City
- 6. Marcellin Yovogan** - Predicting Business Failure: An Application of Altman's Z-Score Models to Publicity Traded Bulgarian Companies 52
 Dự đoán rủi ro kinh doanh: ứng dụng mô hình Z-score của Altman với các công ty được niêm yết của Bulgaria. **Mã số: 136.2BMkt.21**

Ý KIẾN TRAO ĐỔI

- 7. Đào Thị Thu Giang, Nguyễn Thuý Anh và Cao Đình Kiên** - Hỗ trợ tài chính để phát triển doanh nghiệp nhỏ và vừa: kinh nghiệm từ Hàn Quốc. **Mã số: 136.3BAdm.32** 63
Financial Support for SME Development: Experience from South Korea

HÀNH VI TIÊU DÙNG BỀN VỮNG TRONG LĨNH VỰC ĂN UỐNG CỦA GIỚI TRẺ: NGHIÊN CỨU SO SÁNH CÁC NHÓM SINH VIÊN TRÊN ĐỊA BÀN HÀ NỘI

Phạm Tuấn Anh

Đại học Thương mại

Email: phamtuananh@tmu.edu.vn

Nguyễn Thị Ngọc Lan

Đại học Thương mại

Email: ngoclannguyen691998@gmail.com

Nguyễn Thị Mỹ Hạnh

Đại học Thương mại

Email: nguyenmyhanh2912@gmail.com

Ngày nhận: 23/9/2019

Ngày nhận lại: 21/11/2019

Ngày duyệt đăng: 26/11/2019

Nghiên cứu này nhằm đo lường hành vi tiêu dùng bền vững của nhóm sinh viên, sau đó khám phá có hay không sự khác biệt trong lựa chọn hành vi tiêu dùng bền vững giữa các nhóm sinh viên đang theo học tại các trường đại học tại Hà Nội, được phân theo các biến kiểm soát bao gồm giới tính, năm học vấn, tôn giáo, tình trạng quan hệ, tình trạng cư trú, chỉ tiêu trung bình. Thông qua phân tích dữ liệu thu thập được từ 791 sinh viên từ những hành vi thường ngày trong tiêu dùng cho mục đích ăn uống, kết quả nghiên cứu không tìm thấy bằng chứng về sự khác biệt trong tiêu dùng bền vững cho mục đích ăn uống của các nhóm sinh viên phân theo giới tính, năm học, tôn giáo, tình trạng cư trú và mức chỉ tiêu trung bình, nhưng có sự khác biệt về lựa chọn tiêu dùng bền vững giữa các nhóm sinh viên phân theo tình trạng quan hệ gồm: (i) độc thân, (ii) có người yêu và (iii) đã kết hôn trong đó, nhóm sinh viên có người yêu có mức độ lựa chọn tiêu dùng bền vững trong ăn uống cao hơn so với các sinh viên còn độc thân, chưa có người yêu.

Từ khóa: Tiêu dùng bền vững, sinh viên, nghiên cứu so sánh, ăn uống

1. Giới thiệu nghiên cứu

Sản xuất và tiêu dùng bền vững là mục tiêu thứ mười hai trong mười bảy mục tiêu phát triển bền vững của Liên hợp quốc năm 2015 và là vấn đề được nhấn mạnh trong “Định hướng chiến lược phát triển bền vững ở Việt Nam” giai đoạn 2011-2020. Tuy nhiên đối với người tiêu dùng Việt Nam, tiêu dùng bền vững vẫn còn là khái niệm mới lạ mặc dù trong hành vi tiêu dùng hàng ngày của họ vẫn hàm chứa yếu tố tiêu dùng bền vững và mỗi nhóm người lại có một mức độ bền vững khác nhau, do đó người tiêu dùng chưa hiểu được tầm quan trọng và tạo dựng thói quen tiêu dùng lành mạnh trong cuộc sống hàng ngày.

Từ thực tế đó, nhóm tác giả đã thực hiện nghiên cứu về chủ đề “Đo lường hành vi tiêu dùng bền

vững của sinh viên khu vực Hà Nội” với nhiều khía cạnh khác nhau như kết quả thống kê mô tả, phân tích nhân tố khám phá, phân tích khẳng định nhân tố, phân tích tương quan, phân tích bằng mô hình cấu trúc tuyến tính,... Tuy nhiên bài báo này tập trung vào việc trình bày kết quả nghiên cứu thống kê mô tả, phương sai một yếu tố và giá trị trung bình của biến, nhằm khám phá sự khác biệt giữa các nhóm người tiêu dùng khác nhau được phân theo biến nhân khẩu học để đưa ra những hàm ý chính sách phù hợp. Đề tài nghiên cứu là tài liệu có giá trị tham khảo cho các nhà nghiên cứu, các nhà hoạch định chính sách và các nhà giáo dục trong việc can thiệp hình thành và định hướng thực hiện hành vi tiêu dùng bền vững của giới trẻ nói riêng và người tiêu dùng nói chung.

2. Tổng quan nghiên cứu

Trung tâm nghiên cứu và phát triển toàn cầu GDRC (The Global Development Research Center) đã đưa ra định nghĩa đầy đủ về tiêu dùng bền vững. Theo đó, mục tiêu mà tiêu dùng bền vững hướng tới là hạn chế các tác động đến môi trường, công bằng xã hội và phát triển kinh tế trong việc đáp ứng nhu cầu cơ bản của con người. Những người có sự khác biệt về giới tính, tôn giáo, độ tuổi, tình trạng mối quan hệ, nơi ở,... có nhận thức khác nhau, nhu cầu khác nhau, do đó mỗi quan tâm của họ tới các vấn đề về môi trường và kinh tế - xã hội có thể không giống nhau. Một số nhà nghiên cứu hiện hành đã chỉ ra sự khác biệt trong mối quan tâm tới môi trường và các vấn đề xã hội ở những nhóm người có sự khác biệt về giới tính, tôn giáo, độ tuổi, tình trạng cư trú, tình trạng mối quan hệ.

Giới tính

Các bài nghiên cứu tiền nghiệm đã chỉ ra rằng nữ giới có xu hướng quan tâm đến môi trường hơn nam giới (Blocker và Eckberg, 1997; Hunter, et al., 2004; Lee, 2009). Nhưng trong một nghiên cứu ở Trung Quốc lại tiết lộ rằng phụ nữ ít quan tâm đến môi trường hơn nam giới (Shen và Saijo, 2008). Tuy nhiên những phát hiện này lại trái ngược với nghiên cứu của (Sonika Raj và cộng sự, 2012), nơi dấu chân sinh thái đối với nam và nữ không khác nhau đối với bất kỳ thành phần nào trong bốn thành phần: thực phẩm, di động, nơi trú ẩn, hàng hóa và dịch vụ. Một số nghiên cứu cũng không tìm thấy sự khác biệt trong hành vi môi trường dựa trên giới tính (Chen và Chai, 2010), phát hiện của (Solar, 2011) cũng cho thấy nam và nữ có nhu cầu tương tự về tài nguyên thiên nhiên.

Tôn giáo

Một trong những học giả tôn giáo sớm nhất đã xác định một số khác biệt khác nhau giữa học thuyết tôn giáo phương Tây (ví dụ: Kitô giáo và Kinh thánh, Do Thái giáo và Ngũ thư, Hồi giáo và Thiên kinh Qur'an) và học thuyết tôn giáo phương Đông (ví dụ, Ấn Độ giáo và Vedas, Phật giáo và Tam tạng và Jataka) bao gồm các quan điểm khác nhau về tính bền vững (James, 1902/2004). Các tôn giáo phương Tây tin rằng Thiên Chúa tạo ra thiên nhiên, còn các tôn giáo phương Đông lại có quan điểm rằng Thiên Chúa là một với thiên nhiên (James, 1902/2004, Sarre, 1995). Do đó, những sự phân biệt này cung cấp hỗ trợ về mặt lý thuyết rằng các tín đồ tôn giáo phương Đông nên tham gia vào các tiêu chí bền

vững hơn vì chăm sóc thiên nhiên tương đương với việc chăm sóc Thiên Chúa, so với các tín đồ tôn giáo phương Tây, họ tin rằng thế giới chỉ là nơi tạm thời trên đường đến cuộc sống thiên đường (Elizabeth Minton, 2013). Nghiên cứu của Elizabeth Minton tập trung cụ thể vào các giáo phái Kitô giáo do có sẵn dữ liệu với đủ mẫu và kết quả thu được cho thấy rằng người tiêu dùng phi tôn giáo tham gia vào các hoạt động tiêu dùng bền vững hơn so với người tiêu dùng tuân theo giáo phái Kitô giáo.

Độ tuổi

Trong nghiên cứu của Sonika Raj và cộng sự (2009) ở Ấn Độ đã chỉ ra rằng sinh viên từ 17-19 tuổi có tổng điểm trung bình cao nhất về dấu chân sinh thái so với những người ở độ tuổi cao hơn. Những phát hiện này trái ngược với nghiên cứu của Solar ở Philippines vào năm 2010 và 2011 trên mẫu là 100 sinh viên đại học và một lần nữa trên 200 sinh viên, và người ta thấy rằng dấu chân sinh thái không có mối tương quan với tuổi.

Tình trạng cư trú

Đa số các nghiên cứu hiện hành đều chỉ ra rằng hộ gia đình có quy mô càng lớn thì càng ít gây tác động đến môi trường thông qua việc giảm tiêu thụ. Theo kết quả nghiên cứu Lukáš Kala (2015) và của Williams (2005), những người sống một mình có mức tiêu thụ điện năng nhiều hơn các hộ gia đình có nhiều người. Đồng thời Lukáš Kala cũng chỉ ra một bộ phận người sống độc thân với khối lượng công việc lớn, sống ở các trung tâm thành phố và không có xe riêng có lối sống thân thiện với môi trường hơn bằng việc giảm tiêu thụ đối với các hàng hóa và năng lượng vì họ dành phần lớn thời gian cho công việc và các hoạt động bên ngoài nên sẽ giảm được lượng tiêu thụ. Ngoài ra, Roy và cộng sự (2001) cũng đề cập đến sự sụt giảm về dấu chân sinh thái của mỗi người khi quy mô hộ gia đình tăng lên, nghĩa là nhu cầu của mỗi người đối với thiên nhiên sẽ giảm xuống.

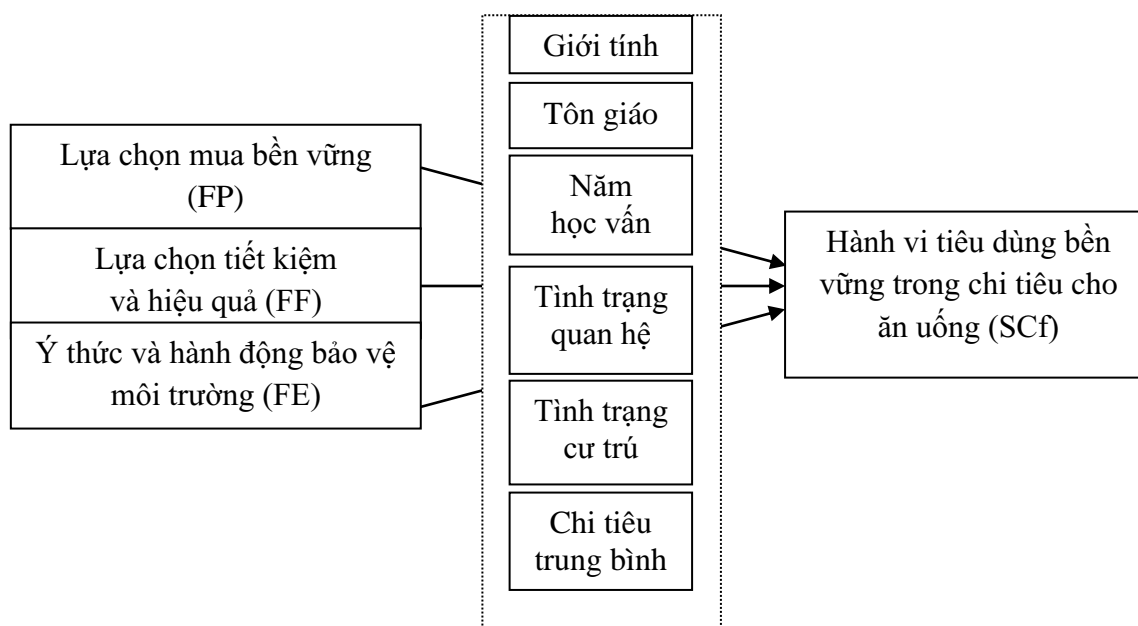
Tình trạng mối quan hệ

Về sự khác biệt trong mối quan tâm đến môi trường, Natalia Melgar và cộng sự (2013) đã chỉ ra rằng những người đã kết hôn thường quan tâm nhiều hơn đến vấn đề môi trường và có những hành động tích cực đến môi trường hơn, họ có sự sẵn sàng cao hơn trong việc tham gia các hoạt động xã hội và họ cũng quan tâm hơn đến nhu cầu của những người khác và các thể hệ tương lai.

Nhìn chung, các bài nghiên cứu về sự khác biệt giữa các nhóm người khác nhau trong sự quan tâm đối với môi trường và các vấn đề xã hội tương đối phổ biến, tuy nhiên sự khác biệt đó được thể hiện trong hành vi tiêu dùng bền vững như thế nào còn tương đối hạn chế. Do đó, đây sẽ tiếp tục là một đề tài

consumption behaviour - SCB (Geiger và cộng sự 2017) và Young Consumers's Sustainable consumption behaviour - YCSCB (Fisher và cộng sự 2017), đồng thời dựa vào nghiên cứu định tính và nghiên cứu sơ bộ đối với đối tượng nghiên cứu là các bạn sinh viên, nhóm tác giả đề xuất mô hình nghiên cứu:

Hình 1: Mô hình nghiên cứu



Nguồn: Thiết kế nghiên cứu của nhóm tác giả

cần được nghiên cứu nhằm bổ sung thêm những nhận định và giả thuyết trong hành vi tiêu dùng bền vững.

Các nghiên cứu về tiêu dùng bền vững tại Việt Nam đa số tập trung chủ yếu vào các yếu tố trước hành vi mà chưa đo lường hành vi tiêu dùng bền vững một cách cụ thể, đặc biệt là sự khác nhau giữa các nhóm phân theo biến nhân khẩu học.

Trên cơ sở đã xác định được các yếu tố ảnh hưởng đến lựa chọn hành vi tiêu dùng bền vững của giới trẻ (sinh viên khu vực Hà Nội), nghiên cứu này và tiến hành so sánh tìm ra sự khác biệt giữa các nhóm của sáu biến kiểm soát bao gồm: giới tính, tôn giáo, sinh viên năm, nơi ở, tình trạng quan hệ, chi tiêu trung bình.

Mô hình nghiên cứu

Mô hình nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến hành vi tiêu dùng bền vững của sinh viên được xây dựng trên cơ sở tham khảo mô hình Sustainable

Với mô hình nghiên cứu trên, các giả thuyết nghiên cứu bao gồm:

H1: Có sự khác biệt có ý nghĩa thống kê về giá trị trung bình của SCf giữa các nhóm sinh viên phân theo Giới tính.

H2: Có sự khác biệt có ý nghĩa thống kê về giá trị trung bình của SCf giữa các nhóm sinh viên phân theo Tôn giáo.

H3: Có sự khác biệt có ý nghĩa thống kê về giá trị trung bình của SCf giữa các nhóm sinh viên phân theo Năm học vấn.

H4: Có sự khác biệt có ý nghĩa thống kê về giá trị trung bình của SCf giữa các nhóm sinh viên phân theo Tình trạng quan hệ.

H5: Có sự khác biệt có ý nghĩa thống kê về giá trị trung bình của SCf giữa các nhóm sinh viên phân theo Tình trạng cư trú.

H6: Có sự khác biệt có ý nghĩa thống kê về giá

trị trung bình của SCf giữa các nhóm sinh viên phân theo Mức chi tiêu trung bình.

Thang đo các biến độc lập và biến phụ thuộc trong mô hình nghiên cứu được mã hóa như dưới đây:

đến các trường đại học trên địa bàn Hà Nội để phát phiếu với quy mô 1000 phiếu và thu về được 791 phiếu hợp lệ. Bảng câu hỏi có 18 câu hỏi giải quyết vấn đề về thực phẩm từ quá trình mua vào - sử dụng

Bảng 1: Mã hóa các thang đo

Nhóm nhân tố	Mã biến	Diễn giải chi tiết
Lựa chọn mua bền vững	FP1	Tôi ưu tiên mua thực phẩm có nguồn gốc rõ ràng, chứng nhận sạch/hữu cơ
	FP2	Tôi chế biến các món ăn từ thực phẩm tươi, sống
	FP3	Tôi có chế độ ăn uống lành mạnh (hạn chế đồ uống có cồn,...)
	FP4	Tôi mang đồ do nhà nuôi, trồng được từ quê lên để sử dụng
	FP5	Tôi mua các sản phẩm có HSD vừa đủ (gần hết HSD) vì giá giảm
Lựa chọn tiết kiệm và hiệu quả	FF1	Tôi ưu tiên hơn việc tự nấu ăn
	FF2	Tôi mua đủ lượng thực phẩm cần thiết cho bữa ăn để tránh lãng phí
	FF3	Tôi xử lý thực phẩm trước khi nấu (rã đông,...)
	FF4	Tôi để thức ăn nguội trước khi bỏ vào tủ lạnh
	FF5	Tôi để lại thức ăn không ăn hết bữa này và dùng cho bữa tiếp theo
Ý thức và hành động bảo vệ môi trường	FE1	Tôi nấu ăn theo cách tiết kiệm năng lượng (gas, nước, điện,...)
	FE2	Tôi tránh sử dụng đồ ăn sẵn mà sau đó để lại rác thải nhựa
	FE3	Tôi sử dụng hộp đựng thay vì màng bọc thực phẩm/túi ni lông
	FE4	Tôi phân loại rác thải vô cơ và hữu cơ trước khi đem vứt
Hành vi tiêu dùng bền vững trong ăn uống	SCf 1	Tôi mua thực phẩm đảm bảo về mặt an toàn và dinh dưỡng
	SCf 2	Tôi lựa chọn tiêu dùng tiết kiệm và hiệu quả cho mục đích ăn uống
	SCf 3	Tôi tiêu dùng có ý thức bảo vệ môi trường cho mục đích ăn uống
	SCf 4	Tôi quan tâm và hướng theo xu hướng tiêu dùng bền vững cho mục đích ăn uống

Nguồn: Thiết kế nghiên cứu của nhóm tác giả

3. Phương pháp nghiên cứu

Dữ liệu nghiên cứu được thu thập bằng kỹ thuật khảo sát sử dụng bảng hỏi bán cấu trúc. Nhóm nghiên cứu sử dụng kỹ thuật chọn mẫu phi ngẫu nhiên thuận tiện. Dữ liệu được thu thập bằng cả hai phương pháp: (1) điều tra trực tiếp và (2) điều tra qua internet. Để đánh giá sơ bộ thang đo, nhóm nghiên cứu đã phát ra 450 phiếu điều tra tại Đại học Thương mại, Đại học Công nghiệp, Đại học Bách Khoa, Học viện Tài chính, Học viện Ngân hàng. Kết quả nhóm đã thu về được 387 phiếu điều tra hợp lệ. Sau khi đánh giá sơ bộ thang đo với 387 phiếu hợp lệ này, nhóm tác giả đã thiết kế lại bảng câu hỏi và điều tra trực tuyến qua internet được thực hiện thông qua công cụ docsgoogle bằng cách phát triển mẫu cỡ mẫu (Nguyễn Đình Thọ, 2011) kết hợp với việc

- tái sử dụng. Dữ liệu được phân tích thống kê mô tả, hồi quy đa biến và phương sai một yếu tố (Oneway ANOVA).

4. Kết quả nghiên cứu và thảo luận

4.1. Phân tích thống kê mô tả các biến nghiên cứu

Nghiên cứu cho thấy mức độ chi tiêu bền vững trong ăn uống của sinh viên ở mức thịnh vượng với giá trị trung bình nằm trong khoảng từ 2.5 đến nhỏ hơn 4. Trong đó:

Kết quả khảo sát cho thấy điểm trung bình chung đối với nhân tố “Lựa chọn mua bền vững” của sinh viên ở mức trung bình là (Mean = 3.55, SD = 1.199). Trong đó chỉ tiêu được đánh giá nhiều nhất là “Tôi chế biến món ăn từ thực phẩm tươi, sống” (Mean = 3.65, SD = 1.191) và đánh giá thấp nhất ở chỉ tiêu

Bảng 2: Thống kê mô tả các biến độc lập và phụ thuộc trong hạng mục ăn uống

	Giá trị trung bình (Mean)	Sai số chuẩn (S.E. Mean)	Trung vị (Median)	Yếu vị (Mode)	Độ lệch chuẩn (Std.Deviation)
FP1	3.53	0.046	4	5	1.297
FP2	3.65	0.042	4	5	1.191
FP3	3.60	0.042	4	5	1.178
FP4	3.41	0.040	3	3	1.130
FF1	3.72	0.041	4	5	1.153
FF2	3.84	0.040	4	5	1.135
FF3	3.84	0.039	4	5	1.096
FF4	3.82	0.040	4	5	1.128
FF5	3.61	0.041	4	3	1.158
FE1	2.70	0.051	3	1	1.436
FE2	2.56	0.048	3	1	1.352
FE3	2.76	0.044	3	3	1.241
FE4	2.99	0.049	3	3	1.377
SCf1	3.16	0.043	3	3	1.217
SCf2	3.70	0.037	4	4	1.051
SCf3	3.42	0.050	4	5	1.403
SCf4	3.19	0.040	3	3	1.116

Nguồn: Kết quả xử lý dữ liệu khảo sát của nhóm tác giả

“Tôi mang đồ do nhà nuôi, trồng được từ quê lên để sử dụng” (Mean = 3.41, SD = 1.130).

Kết quả đối với nhân tố “Lựa chọn tiết kiệm và hiệu quả” cho thấy điểm trung bình chung của sinh viên ở mức khá cao là (Mean = 3.766, SD = 1.134). Trong đó, những chỉ tiêu được đánh giá nhiều nhất là “Tôi mua đủ lượng thực phẩm cần thiết cho bữa ăn để tránh lãng phí”, “Tôi cố gắng xử lý thực phẩm trước khi nấu (rã đông,.....)” (Mean = 3.84) và chỉ tiêu được đánh giá thấp nhất là “Tôi để lại thức ăn không ăn hết bữa này và dùng cho bữa tiếp theo” (Mean = 3.61, SD = 1.158).

Kết quả đối với nhân tố “Ý thức và hành động bảo vệ môi trường” cho thấy điểm trung bình chung của sinh viên là 2.75 (SD = 1.3515). Trong đó chỉ tiêu được đánh giá nhiều nhất là “Tôi phân loại rác thải vô cơ và hữu cơ trước khi đem vứt” (Mean = 2.99, SD = 1.377) và đánh giá thấp nhất ở chỉ tiêu “Tôi tránh sử dụng đồ ăn sẵn mà sau đó để lại rác thải nhựa” (Mean = 2.56, SD = 1.352).

Nghiên cứu cũng ghi nhận kết quả yếu tố lựa chọn mua bền vững và yếu tố sử dụng tiết kiệm và hiệu quả có khoảng 396 sinh viên thực hiện ở mức độ không bao giờ, hiếm khi, thỉnh thoảng hoặc thường xuyên; 395 sinh viên còn lại thực hiện ở mức thường xuyên hoặc luôn luôn (với trung vị = 4). Yếu tố ý thức và hành động bảo vệ môi trường có khoảng 396 sinh viên thực hiện ở mức độ không bao giờ, hiếm khi hoặc thỉnh thoảng; 395 sinh viên còn lại thực hiện ở mức thỉnh thoảng hoặc thường xuyên, luôn luôn (với trung vị = 3). Sinh viên chủ yếu chỉ tiêu bền vững cho việc mua thực phẩm có nguồn gốc rõ ràng, chế biến món ăn từ thực phẩm tươi/sống, chế độ ăn uống lành mạnh và sử dụng thực phẩm tiết kiệm, hiệu quả. Họ luôn luôn có thói quen sử dụng đồ ăn sẵn khiến cho việc rác thải nhựa thải ra ngày càng nhiều.

4.2. Phân tích hồi quy

Kết quả đánh giá sơ bộ thang đo, phân tích nhân tố khám phá EFA, phân tích khẳng định nhân tố CFA và mô hình cấu trúc tuyến tính của hạng mục ăn uống.

Nghiên cứu này kế thừa các kết quả phân tích nhân tố khám phá, phân tích khẳng định nhân tố và kết quả mô hình cấu trúc tuyến tính của bài nghiên cứu: “Các yếu tố ảnh hưởng đến lựa chọn tiêu dùng bền vững trong lĩnh vực ăn uống: Nghiên cứu trường hợp sinh viên các trường đại học tại khu vực

Hà Nội”, do nhóm tác giả thực hiện (9/2018-3/2019).

Kết quả mô hình hồi quy tuyến tính sau khi đã loại bỏ các biến quan sát FP5, FP4, SCf4 do không thỏa mãn các điều kiện khi chạy kiểm định Cronbach alpha, EFA, CFA. Phương trình hồi quy sau khi loại bỏ các biến trên được viết như sau:

$$SCf = 0.465*FE + 0.267*FF + 0.208*FP$$

4.3. Phân tích sự khác biệt giữa các nhóm sinh viên về tiêu dùng bền vững trong lĩnh vực ăn uống

Phân tích phương sai một yếu tố nhằm kiểm định sự khác biệt giữa các biến kiểm soát bao gồm giới tính, sinh viên năm, tôn giáo, tình trạng, nơi ở, chỉ tiêu trung bình.

Đối với các biến kiểm soát giới tính, sinh viên năm, tôn giáo, nơi ở, chỉ tiêu trung bình đều có giá trị Sig của phân tích ANOVA lớn hơn 0.5 nên có thể kết luận phương sai giữa các nhóm là không khác nhau. Sự không khác biệt giữa các nhóm phân theo các biến kiểm soát nói trên có thể được lý giải như sau:

Đồng thuận với kết quả nghiên cứu của Sonika Raj và cộng sự (2012), Chen và Chai (2010), Solar (2011), nghiên cứu không tìm thấy sự khác biệt trong hành vi tiêu dùng bền vững dựa trên giới tính. Điều này có thể là do phụ nữ có nhiều nhu cầu chi tiêu hơn như sắm quần áo thời trang, làm đẹp, chăm sóc sức khỏe,... Chính vì vậy, họ tính toán hơn, cân nhắc kỹ hơn, lựa chọn lâu hơn trong việc tiêu dùng. Họ còn là những người nội trợ chính trong gia đình, vì thế để bảo vệ sức khỏe cho mình và người thân họ sẽ mua sắm và tiêu dùng sản phẩm thân thiện với môi trường. Trong một báo cáo từ Fidelity - tập đoàn tài chính hàng đầu tại Mỹ, nữ giới có xu hướng tiếp nhận thông tin và sự tư vấn từ các chuyên gia tài chính hơn nam giới (nữ giới: 55%; nam giới: 44%). Điều đó có thể thấy họ rất cẩn trọng và suy nghĩ thấu suốt vấn đề trước khi đưa ra quyết định cả trong kinh doanh lẫn việc quản lý ngân quỹ của mình. Cũng theo các kết quả nghiên cứu, nữ giới thường tỉ mỉ, cẩn trọng và cầu toàn hơn nam giới. Điểm cộng lớn cho hoạt động quản lý chi tiêu thường được thấy ở nữ giới hơn đó là thói quen đề ra các mục tiêu tài chính thông qua danh sách những món hàng cần mua mà họ liệt kê trước khi mua sắm. Còn đối với nam giới, do thiếu kinh nghiệm mua hàng, thiếu hiểu biết về món hàng, nên họ phụ thuộc và tiếp thu những lời khuyên của người bán nhiều hơn nữ giới. Nhưng tâm lý của nam giới thường là đã mua thì

Bảng 3: Kết quả tổng hợp phân tích phương sai một yếu tố của hạng mục ăn uống

STT	Yếu tố	Các nhóm quan sát	Số lượng mẫu của mỗi nhóm	Giá trị Sig. của thống kê Levene	Giá trị Sig. của phân tích ANOVA giữa các nhóm	Kết luận
1	Giới tính	Nam	324	.918	.281	Không có sự khác biệt
		Nữ	467			
2	Sinh viên năm	Năm nhất	184	.260	.369	Không có sự khác biệt
		Năm hai	228			
		Năm ba	297			
		Năm bốn	68			
		Khác	14			
3	Tôn giáo	Đạo Phật	57	.616	.316	Không có sự khác biệt
		Đạo Tin lành	23			
		Công giáo	17			
		Khác	24			
		Không	670			
4	Tình trạng mối quan hệ	Độc thân	443	.512	0.041	Có sự khác biệt
		Có người yêu	336			
		Đã kết hôn	12			
5	Tình trạng cư trú	Ở cùng gia đình/người thân	174	.266	.923	Không có sự khác biệt
		Ở trọ một mình	94			
		Ở trọ cùng bạn bè	433			
		Ở ký túc xá	90			
6	Chi tiêu trung bình	<1 triệu đồng	86	.343	.884	Không có sự khác biệt
		1-<2 triệu đồng	273			
		2-<3 triệu đồng	322			
		3-<5 triệu đồng	78			
		>5 triệu đồng	32			

Nguồn: Tổng hợp kết quả xử lý dữ liệu của nhóm tác giả

phải mua hàng tốt, hàng xịn và họ đề ý đến chất lượng hơn giá cả. Bởi vậy giữa nam giới và phụ nữ tuy có sự khác nhau giữa tâm lý mua hàng nhưng hành vi mua hàng của họ đều thể hiện sự bền vững - hành vi giữa một người mua hàng tỉ mỉ, thận trọng với một người mua hàng tốt, chất lượng.

Nghiên cứu cũng ghi nhận kết quả năm học vẫn giữa các nhóm sinh viên không có sự khác biệt về hành vi tiêu dùng bền vững vì họ đều là những

người đang sống tự lập, tự chịu trách nhiệm về cuộc sống của mình, rời khỏi gia đình lần đầu tiên để học đại học và đang ở giai đoạn phản ánh xã hội hóa người tiêu dùng. Vì vậy, họ lựa chọn ăn uống, chế biến thực phẩm, đi chơi và tụ tập nhiều hơn với bạn bè. Kết quả này tương đồng với nghiên cứu của Solar ở Philippines vào năm 2010 và 2011 trên mẫu 200 sinh viên đại học.

Trái ngược với kết quả nghiên cứu của Elizabeth Minton (2013), nghiên cứu không có sự khác biệt về hành vi tiêu dùng bền vững giữa các tôn giáo, tuy nhiên do số lượng sinh viên giữa các tôn giáo có sự khác biệt lớn nên ta không thể đưa ra một kết luận vội vàng cho vấn đề này.

Theo kết quả nghiên cứu Lukáš Kala (2015) và của Williams (2005), những người sống một mình có mức tiêu thụ điện năng nhiều hơn các hộ gia đình có nhiều người. Tuy nhiên trái ngược với nghiên cứu này, kết quả nghiên cứu của nhóm cho thấy không có sự khác biệt về tình trạng cư trú giữa các nhóm sinh viên đối với hành vi tiêu dùng bền vững. Điều này có thể là do nghiên cứu của Lukáš Kala (2015) và của Williams (2005) chỉ nhằm đo lường mức tiêu

đồng/tháng đa số là những người biết tính toán chi tiêu sao cho hợp lý nên họ thường có xu hướng mua đồ ăn một cách tiết kiệm và đủ dùng. Nhóm sinh viên có mức chi tiêu trung bình >3 triệu đồng/tháng là nhóm có gia cảnh khá hơn các nhóm khác một chút, vì vậy họ sẽ chi tiêu cho những thực phẩm đắt tiền và tốt hơn. Nhìn chung hành vi tiêu dùng của các nhóm sinh viên đều hướng tới một trong các việc phản ánh bền vững đó là tiết kiệm và an toàn.

Chỉ duy nhất biến kiểm soát về tình trạng quan hệ gồm ba nhóm đối tượng: “Độc thân”, “Có người yêu”, “Đã kết hôn” là có giá trị Sig của ANOVA <0.05 (0.041), do đó kết luận có sự khác biệt giữa các nhóm này trong hành vi tiêu dùng bền vững cho mục đích ăn uống.

Bảng 4: Kết quả phân tích ANOVA của biến tình trạng quan hệ trong hạng mục ăn uống

	Số lượng	Giá trị trung bình	Độ lệch chuẩn	Sai số chuẩn	Độ tin cậy 95% cho giá trị trung bình		Giá trị nhỏ nhất	Giá trị lớn nhất
					Giới hạn dưới	Giới hạn trên		
1	443	3.36	.890	.042	3.28	3.44	1	5
2	336	3.52	.956	.052	3.42	3.63	1	5
3	12	3.28	.839	.242	2.74	3.81	2	5
Tổng	791	3.43	.921	.033	3.36	3.49	1	5

Nguồn: Kết quả xử lý dữ liệu của nhóm tác giả

thụ điện năng, còn nghiên cứu của nhóm tác giả nhằm đo lường hành vi tiêu dùng bền vững trong ăn uống. Theo đó, hành vi được coi là bền vững trong ăn uống bao gồm rất nhiều giai đoạn từ việc mua sản phẩm vào đến việc sử dụng, chế biến sản phẩm và cuối cùng là xử lý, tái chế sản phẩm như nào. Hành vi tiêu thụ điện năng hợp lý chỉ là một phần nhỏ trong toàn thể hành vi tiêu dùng bền vững.

Kết quả nghiên cứu cũng cho thấy hành vi tiêu dùng bền vững giữa các nhóm sinh viên ứng với các mức chi tiêu trung bình cũng không có sự khác biệt. Theo khảo sát của nhóm tác giả thì nhóm sinh viên có mức chi tiêu dưới 1 triệu đồng/tháng thường là sinh viên ở với gia đình và người thân nên việc lựa chọn lương thực, thực phẩm thường được người thân thực hiện. Đối với sinh viên có mức chi tiêu trung bình từ 1-<2 triệu đồng/tháng và 2-<3 triệu

Sau khi xác định được có sự khác biệt trung bình biến định lượng đối với giá trị của nhóm định tính, kiểm định sâu One-way Anova được thực hiện để tìm ra cặp giá trị nào có sự khác biệt.

Phân tích sâu Anova được thực hiện khi đã hoàn thành phân tích cơ bản và xác định rằng có sự khác biệt biến định lượng đối với những giá trị khác nhau của biến kiểm soát. Biến Tình trạng mối quan hệ bao gồm ba nhóm: (1) Độc thân, (2) Có người yêu, (3) Đã kết hôn

Kết quả bằng phân tích sâu ANOVA dựa trên bảng Post Hoc Tests Multiple Comparisons cho thấy giá trị sig. khi so sánh giữa hai nhóm: (1) Độc thân và (2) Có người yêu có giá trị là 0.014 < 0.05. Điều này chứng tỏ trong 3 nhóm, chỉ có hai nhóm này có sự khác biệt về hành vi tiêu dùng bền vững, điều này cũng có thể giải thích là vì số lượng người trả lời ở nhóm thứ ba tương đối thấp so với hai nhóm còn lại.

Bảng 5: So sánh đa chiều (Multiple Comparisons)

Dependent Variable: SCf
LSD

(I) Tinhtrang	(J) Tinhtrang	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
1	2	-.164*	.066	.014	-.29	-.03
	3	.082	.269	.761	-.45	.61
2	1	.164*	.066	.014	.03	.29
	3	.246	.270	.362	-.28	.78
3	1	-.082	.269	.761	-.61	.45
	2	-.246	.270	.362	-.78	.28

*. The mean difference is significant at the 0.05 level.

Nguồn: Tổng hợp từ kết quả xử lý dữ liệu của nhóm tác giả

Cột Mean Difference (I-J) của hàng này là -0.164, chứng tỏ mean Hành vi tiêu dùng bền vững của nhóm thứ nhất (Single) thấp hơn nhóm thứ hai (Couple). Nói cách khác nhóm Couple có sự khác biệt có ý nghĩa thống kê so với nhóm Single trong việc chi tiêu tiêu dùng bền vững trong lĩnh vực ăn uống.

Kết quả phân tích Anova của biến kiểm soát tình trạng mối quan hệ trong hạng mục ăn uống cho thấy giá trị trung bình của đối tượng có người yêu cao nhất (mean = 3.52). Trong một nghiên cứu về sự khác biệt giữa nhóm tiêu dùng nam và nữ được thực hiện trên 600 người có chỉ ra rằng hoạt động và hình thức giải trí thường xuyên nhất của nam và nữ đó là ăn uống (chiếm 40%). Vì vậy lựa chọn ăn uống là lựa chọn hàng đầu trong lần hẹn hò của các cặp đôi. Ngoài ra tại Đại học Bắc Carolina, có một nghiên cứu về quan hệ tình cảm và trọng lượng đã được thực hiện, ngoài việc tăng cân là điều hiển nhiên trong các mối quan hệ tình cảm lâu dài, thì người ta còn nhận thấy trong thời gian chung sống và hẹn hò, số lượng thuốc và rượu họ sử dụng giảm đáng kể để làm hài lòng nửa kia nên họ có lối sống lành mạnh hơn.

Nghiên cứu cũng ghi nhận kết quả giá trị trung bình của đối tượng đã kết hôn là thấp nhất (mean = 3.28). Điều này có thể là do đối tượng mà nhóm tác giả nghiên cứu là sinh viên nên tỷ lệ sinh viên đã kết

hôn là rất thấp. Trong đó nhóm tác giả thu được 12 phiếu trên tổng số 791 phiếu là số sinh viên đã kết hôn (chiếm 1.52%). Bởi vậy mức độ phản ánh tiêu dùng bền vững của đối tượng đã kết hôn thấp hơn so với các đối tượng khác.

5. Kết luận và khuyến nghị

Mục đích của nghiên cứu này nhằm đo lường hành vi tiêu dùng bền vững của nhóm sinh viên, sau đó khám phá có hay không sự khác biệt giữa các nhóm sinh viên được phân theo các biến kiểm soát bao gồm: giới tính, năm học vấn, tôn giáo, tình trạng mối quan hệ, tình trạng cư trú và chi tiêu trung bình một tháng. Thông qua kết quả phân tích ANOVA cho thấy chỉ duy nhất biến kiểm soát về tình trạng quan hệ gồm ba nhóm đối tượng: “Độc thân”, “Có người yêu”, “Đã kết hôn” có sự khác biệt trong hành vi tiêu dùng bền vững cho ăn uống. Từ kết quả trên, nhóm nghiên cứu đề xuất một số giải pháp cho việc thúc đẩy hành vi tiêu dùng bền vững cho mục đích ăn uống như sau:

Kết quả nghiên cứu cho thấy “Ý thức và hành động bảo vệ môi trường” có tác động lớn nhất tới việc đo lường hành vi tiêu dùng bền vững của sinh viên. Do vậy, đối với học sinh, sinh viên là đối tượng có học vấn, trong tương lai sẽ tự quyết định việc tiêu dùng của mình, việc giáo dục về tiêu dùng bền vững là hết sức cần thiết. Các nghiên cứu trước đây đã chỉ ra rằng sinh viên có tác động lớn hơn so

với các độ tuổi khác về lượng khí thải carbon, và chất thải ra ngoài môi trường (Sonika Raj và cộng sự, 2012; Olsson và Gericke, 2015; M.A.P. Medina* và cộng sự, 2016). Sinh viên cần hành động từ những việc nhỏ nhất như phân loại rác thải; cân nhắc giữa việc tiêu dùng và sử dụng để tránh lãng phí, dư thừa; hạn chế sử dụng những đồ nhựa, túi nilon sử dụng một lần; sinh viên nên tham gia vào các trào lưu sử dụng ống hút thân thiện với môi trường, sử dụng bộ dụng cụ thìa đĩa riêng, mang cốc đi mua trà sữa, cà phê, dùng quai vải đựng đồ uống thay vì túi nilon; đổi sản phẩm cũ lấy sản phẩm mới; thu gom rác thải,...

Kết quả nghiên cứu cũng cho thấy giữa hai nhóm “Độc thân” và “Có người yêu” có sự khác biệt trong hành vi tiêu dùng bền vững. Do vậy để người tiêu dùng và đặc biệt là nhóm sinh viên độc thân có cách tiêu dùng bền vững hơn, cần tăng cường giáo dục, nâng cao ý thức bảo vệ môi trường thông qua các buổi tuyên truyền hoặc các hội thảo để nhóm “Độc thân” và nhóm “Có người yêu” có thể trao đổi, học hỏi lối sống lành mạnh và tiêu dùng bền vững.

Bên cạnh những phát hiện và đóng góp của đề tài, nghiên cứu vẫn còn có những hạn chế nhất định. Thứ nhất, bài nghiên cứu chỉ khai thác giới tính ở góc độ nam và nữ và chưa đề cập đến các nhóm giới tính khác. Thứ hai, dữ liệu và mẫu về tôn giáo còn hạn chế nên chưa thể đưa ra một kết luận chính xác về sự khác biệt trong tiêu dùng bền vững giữa các tôn giáo. Hy vọng, các nghiên cứu trong tương lai có thể khai thác sâu hơn về tôn giáo và giới tính. Bởi các vấn đề tôn giáo trên thế giới, sự chấp thuận đa dạng giới tính đang ngày càng được mọi người quan tâm nhưng lại tương đối ít nghiên cứu đã được thực hiện để đánh giá tôn giáo hay giới tính hưởng đến hành vi tiêu dùng bền vững của sinh viên nói riêng và giới trẻ nói chung. ♦

Tài liệu tham khảo:

1. Lukáš Kala (2015), *The Environmental Impact of Singles' Consumer Behaviour: Is the Lifestyle of Singles Inevitably Environmentally*

More Damaging?”, Sociální studia. Department of Sociology FSS MU, 3/2015. S. 53–69. ISSN 1214-813.

2. M.A.P. Medina, A.G. Toledo-Bruno, *Ecological footprint of university students: Does gender matter?*, *Global J. Environ. Sci. Manage.*, 2(4): 339-344, 8/2016.

3. Natalia Melgar, Irene Mussio và Maximo Rossi (2/2013), *Environmental Concern and Behavior: Do Personal Attributes Matter?*, Universidad de la República. Documento No. 01/13. ISSN: 0797-7484.

4. Sonika Raj, Sonu Goel, Manoj Sharma, Amarjeet Singh, *Ecological footprint score in university students of an Indian city*, *J Environ Occup Sci* 2012; 1(1):23-26. ISSN: 2146-8311.

5. Venus A. Solar, *Gender and Natural Resource Consumption*, *International Journal of Environmental Science and Development*.2011; 2(5):399-40.

Summary

The study aims to measure the sustainable consumption behavior of student groups, thus identifying if there are differences in the sustainable consumption behavior of the groups of students studying at universities in Hanoi which is classified by controllable variables including gender, education, religion, marital status, residence status, and average spending. On an analysis of the data collected from 791 students on their daily spending on eating and drinking, the study finds no evidence of the differences in the sustainable spending on eating and drinking by students in terms of their gender, education, religion, residence status, and average spending, but there are differences on the sustainable consumption among the groups of students differing in marital status including (i) single, (ii) already in love, and (iii) married. In comparison, the students who are already in love have higher rate of sustainable consumption in eating and drinking than single ones.