

## MỤC LỤC

### KINH TẾ VÀ QUẢN LÝ

- 1. Lưu Thị Thùy Dương và Nguyễn Hoàng Long** - Tác động của các yếu tố cấu thành năng lực cạnh tranh dịch vụ ngân hàng bán lẻ tại Việt Nam. **Mã số: 131.1BMkt.11** 2  
*The Impact of Factors Constituting Retail Banking Service Competitiveness in Vietnam*
- 2. Vũ Thị Thu Hương và Lê Thị Việt Nga** - Ảnh hưởng của rào cản kỹ thuật đến hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp: một kết quả nghiên cứu khảo sát. **Mã số: 131.IIEM.11** 11  
*The Influence of Technical Barriers on Enterprises' Production and Trading: a Research Survey Result*
- 3. Phạm Tuấn Anh và Nguyễn Thị Thu Hồng** - 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. **Mã số: 131.1BMkt.11** 23  
*Factors affecting sustainable consumption choices in the dining sector: a study of university students in Hanoi*

### QUẢN TRỊ KINH DOANH

- 4. Hồ Như Hải** - Đánh giá đội ngũ lãnh đạo cấp cao doanh nghiệp ngoài quốc doanh: một số vấn đề lý luận và thực tiễn. **Mã số: 131.2HRMg.21** 32  
*The Evaluation of Senior Leaders Working in Non-state Enterprises: Theoretical and Practical Issues*
- 5. Ngô Thị Ngọc, Ngô Thùy Dung và Đặng Thu Trang** - Mối quan hệ giữa cấu trúc vốn và hiệu quả hoạt động của các công ty cổ phần ngành thủy sản niêm yết trên thị trường chứng khoán Việt Nam. **Mã số: 131.2Fiba.21** 43  
*The Relationship between Capital Structure and the Performance of Listed Seafood Companies in Vietnamese Stock Market*
- 6. Đỗ Năng Thắng và Nguyễn Văn Huân** - Đề xuất cảnh báo rủi ro tín dụng trong cho vay khách hàng doanh nghiệp của ngân hàng thương mại ở Việt Nam. **Mã số: 131.2Fiba.21** 55  
*Proposing Credit Risk Warning for Commercial Banks' Corporate Lending in Vietnam*

### Ý KIẾN TRAO ĐỔI

- 7. Quách Dương Tử và Nguyễn Thanh Giang** - Sự khác biệt trong đầu tư cho giáo dục của hộ gia đình ở Việt Nam. **Mã số: 131.3OMIs.31** 64  
*Differences in Education Investment of Households in Vietnam*

# 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

**Phạm Tuấn Anh**

Trường Đại học Thương mại

Email: phamtuananh@tmu.edu.vn

**Nguyễn Thị Thu Hồng**

Trường Đại học Thương mại

Email: thuhong.ntt.vn@gmail.com

Ngày nhận: 26/03/2019

Ngày nhận lại: 22/04/2019

Ngày duyệt đăng: 26/04/2019

**N**ghiên cứu này nhằm khám phá các yếu tố ảnh hưởng đến việc lựa chọn tiêu dùng bền vững trong lĩnh vực ăn uống của sinh viên các trường đại học tại khu vực Hà Nội. Thông qua phân tích dữ liệu thu thập được từ 791 sinh viên, kết quả nghiên cứu cho thấy có ba yếu tố ảnh hưởng tích cực đến việc lựa chọn tiêu dùng bền vững cho mục đích ăn uống bao gồm: (i) Lựa chọn mua bền vững; (ii) lựa chọn tiết kiệm và hiệu quả; (iii) ý thức và hành động bảo vệ môi trường. Dựa trên kết quả nghiên cứu đó, nhóm nghiên cứu đề xuất các giải pháp nhằm khuyến khích hành vi tiêu dùng bền vững trong sinh viên nói riêng và người tiêu dùng trẻ nói chung.

**Từ khóa:** Tiêu dùng bền vững, sinh viên, ăn uống, lựa chọn tiêu dùng.

## 1. Giới thiệu nghiên cứu

Khái niệm “Tiêu dùng bền vững” đã được nhắc tới từ những thập niên 90 của thế kỷ XX. Năm 1992 tại Hội nghị Thượng đỉnh Rio Earth, trong chương 4 cả Chương trình Nghị sự 21, một định hướng về thay đổi mô hình tiêu dùng theo hướng bền vững hơn đã được đề xuất. Theo đó, các hoạt động được đưa ra là sử dụng một cách có hiệu quả năng lượng và tài nguyên thiên nhiên (giảm sử dụng hoặc sử dụng các nguồn nguyên liệu có thể tái tạo để thay thế); giảm lượng rác thải ra môi trường bằng các biện pháp tái chế và hạn chế việc gói các sản phẩm; giúp các cá nhân và hộ gia đình có các quyết định mua hàng thân thiện với môi trường; Chính phủ thực hiện vai trò lãnh đạo thông qua hoạt động mua sắm công; làm rõ chi phí cho việc sản xuất và tiêu dùng các năng lượng, tài nguyên thiên nhiên, tạo ra rác thải...

Đến năm 1994, định nghĩa đầu tiên về tiêu dùng bền vững đã được đưa ra trong Hội nghị Oslo về sản

xuất và tiêu dùng bền vững, đề cập đến việc sử dụng hàng hóa và dịch vụ đáp ứng nhu cầu cơ bản và mang lại chất lượng cuộc sống tốt hơn, đồng thời giảm thiểu việc sử dụng tài nguyên thiên nhiên, vật liệu độc hại, phát thải, chất thải và chất gây ô nhiễm trong chu kỳ sống, để không gây nguy hại cho các thế hệ tương lai. Năm 2002, định nghĩa về tiêu dùng bền vững một lần nữa được nhắc tới trong Tổ chức hợp tác và phát triển kinh tế OECD, theo đó, tiêu dùng bền vững bao gồm những thay đổi trong hành vi tiêu dùng, ví dụ như việc sử dụng hiệu quả nguồn năng lượng, nguồn lực trong gia đình, giảm thiểu chất thải và có thói quen mua sắm quan tâm đến môi trường của các hộ gia đình. Robins and Roberts (2006) định nghĩa tiêu dùng bền vững là mức tiêu dùng cân bằng giữa thời gian và phí tổn nhà nước bằng tiền, đồng thời đáp ứng được nhu cầu trong cuộc sống hiện tại và tương lai. Sau đó, năm 2015, trung tâm nghiên cứu và phát triển toàn cầu GDRC (The Global Development Research Center) đã tổng

hợp và đưa ra định nghĩa về tiêu dùng bền vững: “*Tiêu dùng bền vững là việc tiêu dùng gây ra tác động nhỏ nhất tới môi trường, đảm bảo công bằng xã hội và khả thi về kinh tế trong việc đáp ứng nhu cầu cơ bản của con người và trên toàn cầu. Mục tiêu mà tiêu dùng bền vững hướng tới là tất cả mọi người, trên tất cả các lĩnh vực và tất cả các quốc gia, từ cá nhân đến chính phủ và các tập đoàn đa quốc gia*”. Tại Việt Nam, sản xuất và tiêu dùng bền vững là một trong 17 mục tiêu phát triển bền vững do Liên hợp quốc đề xuất năm 2015 và được nhấn mạnh trong “*Định hướng chiến lược phát triển bền vững ở Việt Nam*” giai đoạn 2011-2020. Theo đó, “*Tiêu dùng bền vững được hiểu là việc sử dụng các sản phẩm và dịch vụ một cách có hiệu quả, đáp ứng được các nhu cầu thiết yếu trong cuộc sống mà vẫn giảm thiểu tối đa việc sử dụng các nguồn tài nguyên thiên nhiên và nguyên liệu độc hại; đồng thời hạn chế phát thải các chất ô nhiễm trong suốt vòng đời của sản phẩm với mục tiêu không gây ảnh hưởng đến nhu cầu thế hệ sau*.”

Tuy nhiên đối với người tiêu dùng Việt Nam, tiêu dùng bền vững vẫn còn là một khái niệm khá mới đặc biệt là đối với người tiêu dùng trẻ. Nghiên cứu của Olsson và Gericke (2015) chỉ ra rằng giai đoạn tuổi vị thành niên có liên quan đến sự quan tâm giảm dần trong các vấn đề về môi trường và bền vững. Bên cạnh đó, người tiêu dùng trẻ được coi là mục tiêu chính của nhóm các nhà nghiên cứu, các nhà hoạch định chính sách và các nhà giáo dục, vì họ được coi là phần tử quan trọng để can thiệp trong việc hình thành và định hướng thực hiện hành vi tiêu dùng không bền vững (Fien và cộng sự, 2008; Heiss và Marras, 2009).

Từ thực tế đó, nghiên cứu khám phá các nhân tố ảnh hưởng đến việc đo lường hành vi tiêu dùng bền vững của sinh viên đối với hạng mục tiêu dùng phổ biến nhất là ăn uống. 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

Để tổng quát việc đo lường hành vi tiêu dùng bền vững, Geiger và cộng sự (2017) đã đưa ra mô hình khối lập phương SCB (Sustainable consumption behaviors) - một mô hình đo lường một cách toàn

diện về hành vi tiêu dùng bền vững của người tiêu dùng gồm 3 chiều về: các giai đoạn tiêu dùng (mua, sử dụng, xử lý), các lĩnh vực tiêu dùng (thực phẩm, trang phục, di chuyển...) và các chiều bền vững (kinh tế, xã hội, môi trường), tuy nhiên mô hình này mới chỉ dừng lại ở mô hình lý thuyết.

Để ứng dụng mô hình SCB vào thực tế, Fischer và cộng sự (2017) đã tiến hành nghiên cứu về hành vi tiêu dùng bền vững của thanh thiếu niên trong việc tiêu dùng hai mặt hàng là quần áo và thực phẩm. Tác giả đã sử dụng mô hình YCSCB (Young consumers' sustainable consumption behavior): Mô hình đánh giá hành vi tiêu dùng bền vững của giới trẻ (Fischer và cộng sự, 2017) nghiên cứu đối tượng thanh thiếu niên có độ tuổi từ 14 đến 17 tại một trường trung học ở Đức. Kết quả nghiên cứu trên 155 đối tượng cho thấy có hai nhân tố tác động tới đo lường tiêu dùng bền vững cho ăn uống là “*Lựa chọn dinh dưỡng*” và “*Lựa chọn mua bền vững*”. Tuy nhiên khung YCSCB mới chỉ lựa chọn hai lĩnh vực trong tiêu dùng là thực phẩm và trang phục để đo lường hành vi tiêu dùng bền vững của giới trẻ.

Tại Việt Nam, hầu hết các bài nghiên cứu tập trung vào các yếu tố trước hành vi như: mối quan hệ giữa ý định và hành vi tiêu dùng bền vững của người tiêu dùng Việt Nam (Hoàng Thị Bảo Thoa, 2017), ý định tiêu dùng bền vững của người tiêu dùng Thành phố Hồ Chí Minh (Nguyễn Thế Khải, Nguyễn Thị Lan Anh, 2015), ý định tiêu dùng xanh của giới trẻ (Lan Hương, 2014) chứ không đo lường cụ thể mức tiêu thụ bền vững (Bảng 1).

#### *Khoảng trống nghiên cứu*

Hiện tại các nghiên cứu về tiêu dùng bền vững tại Việt Nam còn tương đối hạn chế, đa số nghiên cứu tập trung chủ yếu vào ý định tiêu dùng xanh và chưa có nghiên cứu nào về lựa chọn hành vi tiêu dùng bền vững, nhất là trong giới trẻ.

Nghiên cứu này được thực hiện nhằm đưa ra thang đo phù hợp với đối tượng là người tiêu dùng trẻ (sinh viên khu vực Hà Nội) và khám phá các yếu tố ảnh hưởng tới lựa chọn tiêu dùng bền vững của đối tượng này.

#### *Mô hình nghiên cứu*

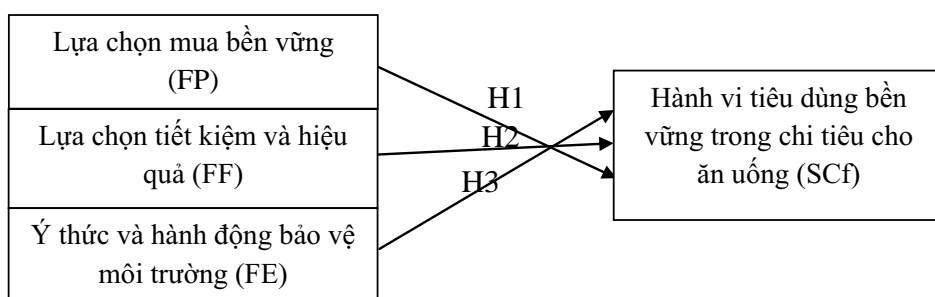
Mô hình nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến hành vi tiêu dùng bền vững của sinh viên được xây dựng trên cơ sở tham khảo mô hình Sustainable consumption behaviour – SCB (Geiger và cộng sự 2017) và Young Consumers's Sustainable consump-

**Bảng 1:** Tổng quan các biến quan sát được sử dụng trong các nghiên cứu tiền nghiệm về hành vi tiêu dùng bền vững

Quan sát	Tác giả, năm
1. Tôi ưu tiên mua thực phẩm organic 2. Tôi sử dụng các nguyên liệu tươi, sống để chuẩn bị bữa ăn 3. Tôi có chế độ ăn uống lành mạnh 4. Tôi mua thực phẩm có dán nhãn sinh thái	Geiger và Fischer (2017), Kasser và Brown (2005), Kaiser và cộng sự (2007)
1. Tôi sử dụng thực phẩm đông lạnh để chuẩn bị cho bữa ăn 2. Tôi chọn mua các sản phẩm dù biết thời hạn sử dụng còn ngắn để tránh lãng phí 3. Tôi để lại thức ăn không ăn hết bữa này và dùng cho bữa tiếp theo 4. Tôi chuẩn bị và nấu ăn theo cách tiết kiệm năng lượng 5. Tôi tránh mua thực phẩm và nước uống có vỏ bọc không thể tái chế (nhựa, hộp xốp...) 6. Tôi mua thực phẩm trồng tại địa phương để sử dụng	Geiger và Fischer (2017)
1. Tôi mua thực phẩm có dán nhãn công bằng thương mại	Geiger và Fischer (2017), Pepper và cộng sự (2009)
1. Tôi tái sử dụng túi nilon để đi mua thực phẩm 2. Tôi phân loại rác trước khi bỏ vào thùng 3. Tôi mua thực phẩm theo mùa 4. Tôi khuyên mọi người xung quanh tiêu dùng tiết kiệm và hiệu quả 5. Tôi đọc sách báo và tham gia các hoạt động bảo vệ môi trường	Kaiser và cộng sự (2007)

(Nguồn: Tổng quan nghiên cứu của nhóm tác giả)

tion 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:



(Nguồn: Thiết kế nghiên cứu của nhóm tác giả)

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

H1: Lựa chọn mua bền vững trong ăn uống (FP) có ảnh hưởng tích cực đến đo lường hành vi tiêu dùng bền vững cho mục đích ăn uống (SCf)

H2: Lựa chọn tiết kiệm và hiệu quả (FF) có ảnh

hưởng tích cực đến đo lường hành vi tiêu dùng bền vững cho mục đích ăn uống ( SCf)

H3: Ý thức và hành động bảo vệ môi trường (FE) có ảnh hưởng tích cực đến đo lường hành vi tiêu dùng bền vững cho mục đích ăn uống (SCf)

Các thang đo được mã hóa như trong bảng dưới đây

### 3. Phương pháp nghiên cứu

Nhóm nghiên cứu sử dụng hai phương pháp nghiên cứu chính, đó là nghiên

cứ định tính và nghiên cứu định lượng:

(1) Nghiên cứu định tính được thực hiện để xác định hành vi thực tế nào người tiêu dùng trẻ (sinh viên) quan tâm liên quan đến việc mua, sử dụng và xử lý hàng tiêu dùng trong hạng mục chi tiêu ăn uống để từ đó xây dựng thang đo phù hợp

**Bảng 2:** 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	SCf1	Tôi mua thực phẩm đảm bảo về mặt an toàn và dinh dưỡng
	SCf2	Tôi lựa chọn tiêu dùng tiết kiệm và hiệu quả cho mục đích ăn uống
	SCf3	Tôi tiêu dùng có ý thức bảo vệ môi trường cho mục đích ăn uống
	SCf4	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) nhất đôi với đôi tượng nghiên cứu là sinh viên khu vực Hà Nội

(2) Nghiên cứu định lượng nhằm kiểm định mô hình giả thuyết nhóm tác giả đưa ra, từ nghiên cứu sơ bộ đến nghiên cứu chính thức, thông qua phương pháp lấy mẫu phi ngẫu nhiên thuận tiện. Dữ liệu sơ cấp thu thập thông qua một bảng câu hỏi bán cấu trúc, trong đó các biến quan sát được đánh giá qua thang đo cấp bậc Likert 5 điểm và mức độ thực hiện tăng dần từ 1 đến 5. Dữ liệu thu thập từ tháng cuối 11/2018 đến hết tháng 1/2019, số phiếu phát ra 1050, số phiếu thu về 831, số phiếu hợp lệ để phân tích là 791.

Dữ liệu sau khi được thu thập sẽ được xử lý bằng các kỹ thuật: Phân tích mô tả, kiểm định Cronbach's Alpha, phân tích nhân tố khám phá (EFA), phân tích khẳng định nhân tố (CFA), phân tích tương quan, mô hình cấu trúc tuyến tính (SEM) và phương pháp ước lượng Bootstrap, phân tích phương sai một yếu tố (Oneway ANOVA).

**4. Kết quả nghiên cứu và thảo luận**

**Thống kê mô tả mẫu**

Nghiên cứu cho thấy giá trị trung bình của các biến quan sát khoản mục chỉ tiêu ăn uống nằm trong khoảng 2.5 - < 4, có thể nói mức độ chỉ tiêu bền vững trong ăn uống của sinh viên chỉ ở mức bình thường. Tuy nhiên có thể thấy rõ độ lệch chuẩn của tất cả các biến quan sát đều lớn hơn 1, trong đó FE1 và SCf3 lên tới hơn 1.4, điều này cho thấy xu hướng lựa chọn tiêu dùng có sự khác biệt lớn giữa các bạn sinh viên trong mỗi hành vi lựa chọn.

Kết quả khảo sát cho thấy, điểm trung bình chung đối với nhân tố “Lựa chọn mua bền vững” và “Lựa chọn tiết kiệm và hiệu quả” của sinh viên có mức trung bình chung lần lượt là 3.55 và 3.766; trong khi đó điểm trung bình chung đối với nhân tố “Ý thức và hành động bảo vệ môi trường” tương đối thấp là 2.75 (SD = 1.3515), nhân tố này có điểm trung bình thấp nhất trong 3 nhân tố, nguyên nhân

**Bảng 3:** Thống kê mô tả các biến độc lập và phụ thuộc

	Số quan sát	Giá trị trung bình (Mean)	Sai số chuẩn (S.E. Mean)	Trung vị (Median)	Yếu vị (Mode)	Độ lệch chuẩn (Std.Deviation)
FP1	791	3.53	0.046	4	5	1.297
FP2	791	3.65	0.042	4	5	1.191
FP3	791	3.60	0.042	4	5	1.178
FP4	791	3.41	0.040	3	3	1.130
FF1	791	3.72	0.041	4	5	1.153
FF2	791	3.84	0.040	4	5	1.135
FF3	791	3.84	0.039	4	5	1.096
FF4	791	3.82	0.040	4	5	1.128
FF5	791	3.61	0.041	4	3	1.158
FE1	791	2.70	0.051	3	1	1.436
FE2	791	2.56	0.048	3	1	1.352
FE3	791	2.76	0.044	3	3	1.241
FE4	791	2.99	0.049	3	3	1.377
SCf1	791	3.16	0.043	3	3	1.217
SCf2	791	3.70	0.037	4	4	1.051
SCf3	791	3.42	0.050	4	5	1.403
SCf4	791	3.19	0.040	3	3	1.116

(Nguồn: Kết quả xử lý dữ liệu khảo sát của nhóm tác giả)  
 có thể là do sinh viên chưa nhận thức nhiều về vấn đề môi trường khi tiêu dùng cho mục đích ăn uống.

**Bảng 4:** Kết quả kiểm định thang đo bằng hệ số Cronbach's Alpha

Nhân tố	Viết tắt	Số biến	Cronbach's Alpha
Lựa chọn mua bền vững (sau khi loại FP5)	FP	4	0.644
Lựa chọn tiết kiệm và hiệu quả	FF	5	0.776
Ý thức và hành động bảo vệ môi trường	FE	4	0.723
Đo lường hành vi tiêu dùng bền vững trong ăn uống	SCf	4	0.644

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

**Đánh giá sơ bộ thang đo và phân tích nhân tố khám phá**

Trong đó, biến FP5 có hệ số tương quan biến tổng nhỏ hơn 0.3 nên bị loại, sau khi loại bỏ FP5 có hệ số Cronbach's Alpha là 0.644. Từ các kết quả trên cho thấy các biến quan sát được thiết lập để đo lường các nhân tố đạt tính nhất quán nội tại theo từng nhóm như trên.

Kết quả phân tích nhân tố khám phá bằng phương pháp rút trích nhân tố Principal Component Analysis và Varimax cho thấy hệ số KMO là lớn hơn 0.5, p-value nhỏ hơn 0.05, phương sai giải thích lớn hơn 50% (53.235%) và tất cả các hệ số tải nhân tố đều lớn hơn 0.3. Điều này cho thấy thang đo của các nhân tố trong hạng mục ăn uống đạt tính tin cậy cần thiết và thang đo của mỗi nhân tố đều có tính đơn hướng.

**Bảng 5:** Kết quả kiểm định KMO và Bartlett

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.799
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	1556.850
	Df	136
	Sig.	.000

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

**Bảng 6:** Kết quả kiểm định hệ số tải nhân tố

Biến quan sát	Thành phần			
	1	2	3	4
FF2	.797			
FF3	.703			
FF4	.702			
FF5	.689			
FF1	.637			
FE2		.830		
FE1		.776		
FE3		.679		
FE4		.612		
SCf2			.701	
SCf4			.695	
SCf1			.690	
SCf3			.601	
FP3				.721
FP1				.712
FP2			.349	.689
FP4				.522

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

**Bảng 7:** Hệ số tin cậy tổng hợp và phương sai trích các nhân tố trong mô hình

Nhân tố	Viết tắt	Số biến quan sát	Độ tin cậy tổng hợp	Phương sai trích (%)
Lựa chọn mua bền vững	FP	3	0.699	40.4%
Lựa chọn tiết kiệm và hiệu quả	FF	5	0.744	36.9%
Ý thức và hành động bảo vệ môi trường	FE	4	0.842	<b>57.2%</b>
Đo lường hành vi tiêu dùng bền vững trong ăn uống	SCf	3	0.610	34.3%

(Nguồn: Tính toán từ kết quả xử lý dữ liệu của nhóm tác giả)

### Phân tích khẳng định nhân tố

Sau khi phân tích CFA lần một, trọng số chuẩn hóa của biến quan sát SCf4 là  $0.340 < 0.5$  và FP4 là  $0.482 < 0.5$  do đó loại hai biến này ra khỏi mô hình

và chạy lại. Tiến hành phân tích CFA lần hai, thu được kết quả sau: Hệ số chuẩn hóa của các biến quan sát đều lớn hơn 0.5 và tất cả các hệ số ước lượng đều có ý nghĩa thống kê ( $p=0.000$ ).

Kết quả phân tích CFA sau khi đã điều chỉnh các mối quan hệ khả dĩ giữa các biến quan sát trong mô hình qua chỉ báo của hệ số MI cho thấy Chi-square/df =  $2.483 < 3$ , CFI = 0.960, GFI = 0.965, AGFI = 0.949, đều lớn hơn 0.9. Giá trị p-value =  $0.000 < 0.05$ , RMSEA = 0.043 nhỏ hơn 0.08. Do đó có thể kết luận mô hình phù hợp với dữ liệu khảo sát (Hair et al (2006)), Byrne (2001), Vakata et al (2006)).

Kết quả phân tích độ tin cậy tổng hợp và phương sai trích tính toán dựa vào hệ số chuẩn hóa của CFA cho thấy các nhân tố là thang đo đơn hướng và thành phần của nhân tố là thang đo đa hướng đều đạt yêu cầu về độ tin cậy tổng hợp ( $\geq 0.6$ ). Chỉ có phương sai trích của FE là 57,2%; các biến còn lại có phương sai trích nhỏ hơn 50%. Tuy nhiên, độ tin cậy tổng hợp của biến này lớn hơn 0,6 thì vẫn được chấp nhận vì giá trị hội tụ của thang đo vẫn được đảm bảo (C. Fornell và D. F. Larcker, 1981).

### Phân tích tương quan

Kết quả cho thấy các hệ số trong ma trận hệ số tương quan của các biến quan sát trong 4 nhân tố đều dương và tương đối đồng đều, hệ số tương quan

trung bình của nhân tố “Lựa chọn mua bền vững” (FP) là 0.402, của “Lựa chọn tiết kiệm và hiệu quả” (FF) là 0.357, “Ý thức và hành động bảo vệ môi trường” (FE) có hệ số tương quan trung bình là 0.590 và của nhân tố “Đo lường hành vi tiêu dùng bền vững trong ăn uống” (SCf) là 0.343.

Ma trận hệ số tương quan giữa biến phụ thuộc SCf và các biến độc lập có hệ số trong khoảng 0.19 đến 0.34, biến độc lập FE và FP có mối tương quan nghịch chiều nhưng tương đối nhỏ là 0.034, mặt khác hai biến độc lập FF và FP có mối quan hệ tương quan thuận chiều lớn hơn 0.

**Correlation Matrix**

		FP	FF	FE	SCf
Correlation	FP	1.000			
	FF	.339	1.000		
	FE	-.034	.055	1.000	
	SCf	.191	.266	.338	1.000

(Nguồn: Kết quả xử lý dữ liệu nghiên cứu)

**Phân tích mô hình cấu trúc tuyến tính**

Kết quả phân tích bằng mô hình cấu trúc tuyến tính sau khi đã điều chỉnh một số mối quan hệ khả dĩ giữa các sai số của các biến quan sát trong các nhân tố cho thấy: Chi-square/df = 2.483 < 3, CFI = 0.960, GFI = 0.965, AGFI = 0.949, đều lớn hơn 0.9. Giá trị p-value = 0.000 < 0.05, RMSEA = 0.043 < 0.08. Điều đó cho thấy mô hình lý thuyết tương thích với dữ liệu khảo sát.

Cả 3 biến độc lập FE, FF, FP đều có ý nghĩa thống kê với giá trị p-value < 0.05, vì vậy cả 3 biến độc lập này đều có ảnh hưởng đến việc đo lường hành vi tiêu dùng bền vững trong ăn uống của sinh viên và ảnh hưởng theo chiều tỉ lệ thuận.

Ý thức và hành động bảo vệ môi trường (FE) tác động mạnh nhất đến việc đo lường hành vi tiêu dùng bền vững cho mục đích ăn uống của sinh viên (SCf). Các giả thuyết H1, H2, H3 được chấp nhận. Phương trình hồi quy được viết lại như sau:

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

Để kiểm định tính vững của mô hình ước lượng được tác giả sử dụng kiểm định Bootstrap với mẫu

**Bảng 8:** Trọng số hồi quy chuẩn hóa và chưa chuẩn hóa mô hình SEM

			Trọng số hồi quy chưa chuẩn hóa	Trọng số hồi quy đã chuẩn hóa	S.E.	C.R.	P
SCf	<---	FE	.271	.465	.033	8.138	***
SCf	<---	FF	.204	.267	.047	4.321	***
SCf	<---	FP	.148	.208	.045	3.297	***

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

**Bảng 9:** Kết quả ước lượng bằng Bootstrap hạng mục ăn uống với cỡ mẫu 1500

Quan hệ			Ước lượng	SE	SE-SE	Mean	Bias	SE-Bias	CR
SCf	<---	FE	.464	.050	.001	.466	.000	.001	.000
SCf	<---	FF	.267	.068	.001	.264	-.003	.002	-1.5
SCf	<---	FP	.208	.074	.001	.210	.002	.002	-1

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

Trong đó: Mean là kết quả ước lượng trung bình hệ số hồi quy bằng Bootstrap, Bias là độ chệch, SE-Bias là sai số chuẩn cho độ chệch, CR là giá trị tới hạn.



hoàn lại là 1500 để so sánh với kết quả ước lượng từ mẫu thu được. Kết quả cho thấy độ chệch giữa ước lượng mẫu và ước lượng bootstrap rất nhỏ, trị tuyệt đối giá trị tới hạn (CR) đều nhỏ hơn 2 cho thấy trong thực tế ước lượng mẫu có thể suy rộng ra tổng thể. Như vậy mô hình ước lượng có thể được coi là vững và đáng tin cậy.

Qua kết quả cho thấy, chấp nhận các giả thuyết H1, H2, H3. Các hệ số hồi quy  $\beta$  đều dương phản ánh mối liên hệ tác động tỷ lệ thuận của các biến độc lập đến biến phụ thuộc, nghĩa là khi các yếu tố này tăng lên thì mức độ tiêu dùng bền vững cũng tăng lên. Yếu tố đầu tiên bao gồm các lựa chọn mua bền vững hàm ý về cách thức lựa chọn tiêu dùng của người tiêu dùng, lựa chọn mua thực phẩm đảm bảo vệ sinh an toàn thực phẩm và đảm bảo đầy đủ chất dinh dưỡng. Yếu tố thứ hai bao gồm hành vi lựa chọn tiết kiệm và hiệu quả bền vững trong tiêu dùng cho mục đích ăn uống vừa mang lại hiệu quả cho tài chính cá nhân vừa góp phần sử dụng hiệu quả nguồn lực hữu hạn. Yếu tố thứ ba là ý thức và hành động bảo vệ môi trường trong đó các chỉ tiêu phản ánh của việc mua sinh thái và xã hội như thực phẩm sạch/hữu cơ, vùng sản phẩm được sản xuất. Kết quả này cũng khá tương đồng với Geiger và cộng sự (2017) nghiên cứu đối với thanh thiếu niên độ tuổi từ 14 -17 tại Đức.

### Kết luận và khuyến nghị

Kết quả nghiên cứu đã chỉ ra ba nhân tố có ảnh hưởng tích cực tới lựa chọn tiêu dùng bền vững của sinh viên các trường đại học tại khu vực Hà Nội bao gồm: (1) Lựa chọn mua bền vững, (2) Lựa chọn tiết kiệm và hiệu quả, (3) Ý thức và hành động bảo vệ môi trường. Trên cơ sở này, nhóm tác giả đề xuất một số giải pháp cho việc thúc đẩy tiêu dùng bền vững cho mục đích ăn uống của giới trẻ, đặc biệt là đối với sinh viên bao gồm:

*Thứ nhất*, đối với sinh viên, cần tiếp tục phát huy hành vi lựa chọn mua thực phẩm bền vững để bảo vệ sức khỏe cho mình và người thân bằng việc mua

thực phẩm tại các địa điểm đáng tin cậy để có thể xác thực sản phẩm và tìm hiểu thông tin của nhãn hiệu quan tâm. Mỗi bạn sinh viên cần cân nhắc trong việc tiêu dùng và sử dụng để tránh lãng phí, dư thừa. Cần phải biết sử dụng một cách tiết kiệm các tài nguyên khó có thể tái tạo như khí gas và nước. Đồng thời, cần hạn chế sử dụng túi nilon và các sản phẩm từ nhựa để giảm thiểu lượng rác thải ra môi trường, thay vào đó là sử dụng các sản phẩm có thể dùng nhiều lần như túi vải hay túi sinh học. Ngoài việc nâng cao ý thức về tiêu dùng bền vững của bản thân, có thể tham gia các chương trình tình nguyện vì môi trường. Các bạn sinh viên có thể bắt đầu thay đổi hành vi bằng các lựa chọn ứng xử thông minh và có ý thức về sự bền vững từ quá trình chọn mua sản phẩm, cho tới quá trình sử dụng tiết kiệm, tăng cường các hoạt động giao lưu, trao đổi đồ đã sử dụng, các hoạt động tái chế, tái sử dụng sản phẩm; chuyển từ sử dụng mỗi lần các vật phẩm nhựa, khó phân hủy sang sử dụng các sản phẩm thay thế (ví dụ như túi chứa đồ có thể tự phân hủy, ống hút làm từ sậy, tre...)

*Thứ hai*, đối với người bán và nhà cung cấp, cần cung cấp những thông tin chính xác, đảm bảo chất lượng, có nguồn gốc xuất xứ rõ ràng, minh bạch trong khâu nhập hàng và bảo quản cho người tiêu dùng. Nhà cung cấp cũng có thể truyền đạt hành vi tiêu dùng bền vững đến cho người tiêu dùng bằng các hoạt động, chương trình mang yếu tố bảo vệ môi trường, đẩy mạnh sản xuất, kinh doanh các sản phẩm thân thiện với môi trường ví dụ như việc sử dụng thìa gỗ và hộp cơm bằng bã mía thay vì hộp xốp và đồ nhựa dùng một lần; thực hiện chương trình “đổi cũ lấy mới” có thể sẽ làm giảm lượng rác thải thải ra môi trường, các sản phẩm cũ sẽ được tái chế và sử dụng tiếp. Đồng thời, nhà cung cấp cũng có thể tác động đến ý thức của người tiêu dùng bằng cách gắn những nhãn mác khuyến khích bảo vệ môi trường lên các sản phẩm của mình...

*Thứ ba*, đối với Nhà nước và các cơ quan chức năng, cần kiểm soát chặt chẽ hoạt động nhập khẩu hàng hóa, tăng cường kiểm tra những mặt hàng thực phẩm tại các chợ đầu mối, xử lý nghiêm minh những hành vi vi phạm pháp luật đối với các tổ chức, cá nhân có hành vi sản xuất, kinh doanh các sản phẩm có thể dẫn tới nguy hại cho sức khỏe người tiêu dùng, phát thải các chất độc hại phá hoại môi trường, ảnh hưởng tới cuộc sống của người dân. Đồng thời, nhà nước và các cơ quan hữu quan cần tiếp tục tăng cường giáo dục, nâng cao ý thức bảo vệ môi trường cho người dân bằng nhiều hình thức tuyên truyền, đặc biệt đối tượng là học sinh, sinh viên cần đưa vào chương trình chính khóa kiến thức cơ bản về bảo vệ môi trường và tiêu dùng bền vững. Nhà nước cần triển khai thực hiện việc đánh thuế cao túi nilon để hình thành thói quen tái sử dụng túi nilon và sử dụng các loại túi đựng khác (túi vải, túi sinh học) khi đi mua hàng. Cụ thể, trong công văn số 6545/BTC-CST, Bộ Tài chính kiến nghị đối tượng thu thuế bảo vệ môi trường là các loại túi, bao bì có hình dạng túi (có miệng túi, có đáy túi, có thành túi và có thể đựng sản phẩm trong đó) được làm từ màng nhựa đơn HDPE, LDPE, LLDPE; đó có thể coi là một sáng kiến cần nhân rộng. Bên cạnh đó, nhà nước cần có những chính sách khuyến khích đối với các nhà sản xuất có ý thức bảo vệ sức khỏe người tiêu dùng, hạn chế tiêu thụ năng lượng, hạn chế phát thải và bảo vệ môi trường, tạo điều kiện cho các doanh nghiệp khởi nghiệp trong đầu tư vào công nghệ sản xuất và tiêu dùng có tính bền vững. ♦

#### **Tài liệu tham khảo:**

1. Hoàng Thị Bảo Thoa (2016), “Xu hướng tiêu dùng xanh trên thế giới và hàm ý đối với Việt Nam”, Tạp chí Khoa học Đại học quốc gia Hà Nội: Kinh tế và Kinh doanh, 32(1): 66-72

2. Nguyễn Thế Khải, Nguyễn Thị Lan Anh (2015), “Nghiên cứu ý định tiêu dùng xanh của người tiêu dùng tại Thành phố Hồ Chí Minh”, Tạp chí Khoa học Trường Đại học Mở Thành phố Hồ Chí Minh, số 2(47): 42-53.

3. Fischer, D., Bohme, T & Geige, S.M (2017), “Measuring young consumer’s sustainable consumption behavior: Development and validation YCSCB scale”, Young Consumer, 18(3): 312-326.

4. Geiger, S., Fischer, D. and Schrader, U. (2017), “Measuring what matters in sustainable consumption: an integrative framework for the selection of relevant behaviors”, Sustainable Development.

5. Kasser, Brown (2005), “Ecologically responsible behavior”, International Journal of Consumer Studies”, 29(2): 114-126.

6. Kaiser, Oerke, Bogner (2007), “Behaviour-based environmental attitude: Development of an instrument for adolescents”, Journal of Environmental Psychology, 27, 242 – 251.

7. Pepper M, Jackson T, Uzzell D. (2009), “An examination of the values that motivate socially conscious and frugal consumer behaviours”, International Journal of Consumer Studies, 33(2): 126–136.

#### **Summary**

The research examines the key factors influencing sustainable consumption choices in food of students in Hanoi area. By analysing data collected from 791 students, the result shows that sustainable consumption choices are positively influenced from three factors include: (i) sustainable purchase choices, (ii) sufficient and frugal consumption and (iii) awareness and action to protect environment. From there, some solutions are proposed to encourage sustainable consumption behaviour for students in particular and for young consumers in general.