

NGHIÊN CỨU CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN HÀNH VI TIÊU DÙNG XANH CỦA SINH VIÊN ĐẠI HỌC DUY TÂN

RESEARCH ON FACTORS INFLUENCING THE GREEN CONSUMPTION BEHAVIOR OF DUY TAN UNIVERSITY STUDENTS

Lê Minh Vĩ

Đại học Duy Tân

Received: 25/12/2025; Accepted: 2/01/2026; Published: 12/01/2026

Tóm tắt: Trong bối cảnh biến đổi khí hậu ngày càng nghiêm trọng và phát triển bền vững trở thành xu thế toàn cầu, tài chính xanh đang đóng vai trò quan trọng trong việc định hướng hành vi tiêu dùng, tiết kiệm và đầu tư thân thiện với môi trường. Nghiên cứu này tập trung vào hành vi tiêu dùng xanh của sinh viên Đại học Duy Tân, thể hiện qua việc sử dụng sản phẩm và dịch vụ tài chính xanh, thực hành tiết kiệm năng lượng, giảm thiểu rác thải, cũng như tác động lan tỏa tích cực đến gia đình và cộng đồng. Kết quả nghiên cứu góp phần cung cấp cơ sở lý luận và thực tiễn cho các nỗ lực thúc đẩy lối sống bền vững trong giới trẻ.

Từ khóa: tài chính xanh, tiêu dùng xanh, sinh viên

Abstract: Amid rising climate challenges and the global push for sustainability, this study examines the key factors shaping green consumption behavior among students at Duy Tan University, Vietnam. It identifies environmental awareness, attitudes toward green products, perceived behavioral control, subjective norms, and exposure to green financial services as significant influences on students' adoption of sustainable practices—such as using eco-friendly products, saving energy, reducing waste, and positively influencing their families and communities. Using a quantitative survey approach and structural equation modeling, the research offers valuable theoretical insights and practical recommendations for policymakers, educators, and financial institutions aiming to promote sustainable lifestyles among university students.

Keywords: green finance, green consumption, university students.

1. Đặt vấn đề

Đà Nẵng đang nỗ lực xây dựng hình ảnh đô thị xanh, thông minh. Trong tiến trình đó, việc thúc đẩy tài chính xanh trong cộng đồng, đặc biệt là giới trẻ, đóng vai trò vô cùng thiết yếu. Sinh viên (SV) Đại học Duy Tân (ĐHDT) là một lực lượng trí thức trẻ, năng động và sáng tạo có khả năng tiếp cận nhanh với kiến thức và xu hướng mới, có vai trò quan trọng trong việc hình thành và lan tỏa xu hướng sống xanh, tiêu dùng bền vững trong xã hội. Nghiên cứu hành vi tiêu dùng xanh (TDX) của SV giúp đánh giá mức độ nhận thức và thói quen tiêu dùng tài chính bền vững. Xác định các yếu tố tác động đến hành vi, từ đó đề xuất giải pháp nâng cao nhận thức và lan tỏa thói quen TDX trong cộng đồng SV.

2. Nội dung nghiên cứu

2.1. Phương pháp nghiên cứu:

a. *Nghiên cứu định tính:* Nhằm xem xét sự phù hợp của các thang đo được đề cập. Kết quả của nghiên cứu nhằm điều chỉnh thang đo và hình thành bảng câu hỏi khảo sát.

b. *Nghiên cứu định lượng:* Kết quả từ nghiên cứu định tính được dùng làm nền tảng để tiến hành nghiên cứu định lượng. Thang đo sơ bộ hình thành từ giai đoạn định tính được chuyển hóa thành bảng câu hỏi khảo sát. Nghiên cứu chính thức được thực hiện

bằng PP nghiên cứu định lượng, với công cụ là bảng câu hỏi chi tiết. Mẫu được chọn là 300 SV đang theo học tại ĐHDT. Dữ liệu sẽ được xử lý với phần mềm SPSS 24.0.

2.2. Kết quả nghiên cứu:

Mô hình nghiên cứu: Nghiên cứu đề xuất mô hình phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến hành vi TDX của người tiêu dùng, trong đó hành vi TDX được xem là biến phụ thuộc. Mô hình bao gồm sáu nhóm yếu tố tác động trực tiếp, gồm: nhận thức về môi trường, kiến thức tài chính xanh, thái độ cá nhân, chuẩn mực và ảnh hưởng xã hội, thu nhập và điều kiện kinh tế, cùng với chính sách và sự hỗ trợ. Các nghiên cứu gần đây cho thấy nhận thức về môi trường và kiến thức tài chính xanh đóng vai trò quan trọng trong việc nâng cao hiểu biết của người tiêu dùng về lợi ích dài hạn của tiêu dùng bền vững, từ đó thúc đẩy hành vi TDX (OECD, 2020; UNEP, 2021).

Thái độ cá nhân tiếp tục được khẳng định là yếu tố trung tâm trong việc hình thành hành vi, phù hợp với *Thuyết hành vi có kế hoạch*, trong đó thái độ tích cực làm gia tăng khả năng thực hiện hành vi TDX (Ajzen, 2020; Paul et al., 2016). Bên cạnh đó, chuẩn mực và ảnh hưởng xã hội có tác động đáng kể đến hành vi tiêu dùng thông qua tác động từ cộng đồng và các xu hướng xã hội liên quan đến phát triển bền

vững (White et al., 2019; Nguyen et al., 2022). Thu nhập và điều kiện kinh tế ảnh hưởng đến khả năng tiếp cận và chi trả cho các sản phẩm xanh, vốn thường có chi phí cao hơn so với sản phẩm thông thường (Dangelico & Vocellelli, 2020).

Cuối cùng, chính sách và sự hỗ trợ từ Nhà nước và các tổ chức đóng vai trò quan trọng trong việc tạo lập môi trường thuận lợi và khuyến khích người tiêu dùng chuyển đổi sang hành vi TDX (European Commission, 2020). Qua quá trình nghiên cứu, tác giả đã đưa ra 6 giả thuyết nghiên cứu, cụ thể như sau:

H1: Nhận thức về môi trường có tác động tích cực đến hành vi TDX của SV.

H2: Kiến thức tài chính có tác động tích cực đến hành vi TDX của SV.

H3: Thái độ cá nhân có tác động tích cực đến hành vi TDX của SV.

H4: **Chuẩn mực xã hội** có tác động tích cực đến hành vi TDX của SV.

H5: Thu nhập và điều kiện kinh tế có tác động tích cực đến hành vi TDX của SV.

H6: Chính sách và sự hỗ trợ từ nhà trường có tác động tích cực đến hành vi TDX của SV.

Phân tích kết quả nghiên cứu:

* Hệ số Cronbach's Alpha

Trong nghiên cứu định lượng, hệ số Cronbach's Alpha được sử dụng phổ biến nhằm đánh giá mức độ nhất quán nội tại của thang đo, phản ánh mức độ các biến quan sát cùng đo lường một khái niệm tiềm ẩn.

Theo Nunnally và Bernstein, thang đo được xem là đạt độ tin cậy khi hệ số Cronbach's Alpha lớn hơn 0,6 và hệ số tương quan biến - tổng của các biến quan sát lớn hơn 0,3. Ngoài ra, các biến quan sát sẽ được giữ lại khi giá trị Cronbach's Alpha nếu loại biến không làm tăng hệ số Alpha tổng của thang đo.

Kết quả phân tích cho thấy các thang đo trong mô hình nghiên cứu đều đạt yêu cầu về độ tin cậy. Cụ thể, thang đo Nhận thức về môi trường (NM) có hệ số Cronbach's Alpha đạt 0,764. Các biến quan sát NM1-NM4 đều có hệ số tương quan biến-tổng lớn hơn 0,3 và không có biến nào làm tăng hệ số Alpha khi bị loại bỏ, cho thấy thang đo có độ tin cậy chấp nhận được.

Thang đo Kiến thức tài chính xanh (KT) ghi nhận hệ số Cronbach's Alpha là 0,779, phản ánh mức độ nhất quán nội tại khá tốt. Tất cả các biến quan sát KT1-KT4 đều đạt yêu cầu và được giữ lại cho các phân tích tiếp theo.

Đối với thang đo Thái độ cá nhân (TT) hệ số Cronbach's Alpha đạt 0,808, cho thấy độ tin cậy cao. Các biến quan sát TT1-TT4 đều có hệ số tương quan biến-tổng lớn và đóng góp tích cực vào độ tin cậy chung của thang đo.

Thang đo Chuẩn mực và ảnh hưởng xã hội (CN) có hệ số Cronbach's Alpha đạt 0,783, các biến CN1-CN3 đều thỏa mãn điều kiện về tương quan biến-tổng

và không có biến nào bị loại. Tiếp theo, thang đo Thu nhập và điều kiện kinh tế (TK) có hệ số Cronbach's Alpha bằng 0,807, thể hiện mức độ ổn định và nhất quán cao giữa các biến quan sát. Cuối cùng, thang đo Chính sách và hỗ trợ (CS) đạt hệ số Cronbach's Alpha 0,802, cho thấy thang đo có độ tin cậy tốt và phù hợp để sử dụng trong nghiên cứu.

Nhìn chung, tất cả các thang đo trong nghiên cứu đều có hệ số Cronbach's Alpha lớn hơn 0,7, các biến quan sát đạt yêu cầu về tương quan biến - tổng và không có biến nào bị loại. Do đó, các thang đo đảm bảo độ tin cậy và đủ điều kiện để tiếp tục thực hiện phân tích nhân tố khám phá (EFA) và các bước phân tích định lượng tiếp theo.

* Phân tích nhân tố khám phá EFA

Phân tích nhân tố khám phá (EFA) được thực hiện nhằm đánh giá cấu trúc thang đo và mức độ phù hợp của dữ liệu nghiên cứu. Theo Hair et al. (2019), EFA được xem là đạt yêu cầu khi chỉ số KMO > 0,5, kiểm định Bartlett có ý nghĩa thống kê (Sig. < 0,05), hệ số tải nhân tố > 0,5 và tổng phương sai trích lớn hơn 50%.

Kết quả phân tích EFA cho các biến độc lập cho thấy chỉ số KMO = 0,903, chứng tỏ dữ liệu phù hợp để tiến hành phân tích nhân tố. Kiểm định Bartlett's Test of Sphericity có giá trị Sig. = 0,000, khẳng định các biến quan sát có tương quan tuyến tính với nhau. PP trích Principal Component Analysis (PCA) kết hợp với phép xoay Varimax được sử dụng, cho kết quả trích xuất 6 nhân tố tại Eigenvalue > 1, phù hợp với mô hình nghiên cứu đề xuất.

Tổng phương sai trích đạt 64,839%, vượt ngưỡng chấp nhận, cho thấy các nhân tố giải thích tốt sự biến thiên của dữ liệu. Các biến quan sát đều có hệ số tải nhân tố lớn hơn 0,5 và không xuất hiện tải chéo đáng kể, do đó không có biến nào bị loại khỏi mô hình.

Nhìn chung, kết quả EFA khẳng định các thang đo trong nghiên cứu đạt giá trị hội tụ và giá trị phân biệt, đáp ứng yêu cầu để tiếp tục thực hiện các phân tích hồi quy và kiểm định giả thuyết nghiên cứu.

* Phân tích hồi quy tuyến tính:

Bảng 1. Hệ số hồi quy

						Hồi quy	
Mô hình B		Hệ số không chuẩn hóa		t	Sig. Tolerance	Thống kê cộng tác	
		Std. Error	Beta			VIF	
1	(Constant)	,452	,139	3,254	,001		
	NM	,234	,040	,236	,907	,668	1,498
	KT	,173	,040	,174	,300	,654	1,529
	TT	,203	,038	,212	,288	,666	1,502
	CN	,155	,037	,167	,163	,660	1,516
	TK	,216	,038	,235	,688	,617	1,622
	CS	,152	,039	,155	,936	,684	1,462

Nguồn: Phân tích dữ liệu SPSS

Từ bảng phân tích hồi quy ta có thể thấy được giá trị Sig của các nhân tố đều nhỏ hơn 0,05 đạt mức ý nghĩa dưới 5% điều này cho thấy các nhân tố đều có ý nghĩa ảnh hưởng đến nhân tố phụ thuộc HV-Hành vi TDX.

Phương trình hồi quy chuẩn hóa:

$$HV = NM*0,236 + KT*0,174 + TT*0,212$$

$$+ CN*0,167 + TK*0,235 + CS*0,155$$

$\beta_{NM} = 0,236$ Khi đánh giá nhân tố Nhận thức đến việc sử dụng dịch vụ tài chính xanh tăng thêm 1 điểm, thì “Hành vi TDX” sẽ tăng 0,236 điểm.

$\beta_{KT} = 0,174$ Khi đánh giá nhân tố Kiến thức tài chính đến việc sử dụng dịch vụ tài chính xanh tăng thêm 1 điểm, thì “Hành vi TDX” sẽ tăng 0,174 điểm.

$\beta_{TT} = 0,212$ Khi đánh giá nhân tố Thái độ cá nhân đến việc sử dụng dịch vụ tài chính xanh việc làm tăng thêm 1 điểm, thì “Hành vi TDX” sẽ tăng 0,212 điểm.

$\beta_{CN} = 0,167$ Khi đánh giá nhân tố Chuẩn mực xã hội đến việc sử dụng dịch vụ tài chính xanh tăng thêm 1 điểm, thì “Hành vi TDX” sẽ tăng 0,167 điểm.

$\beta_{TK} = 0,235$ Khi đánh giá nhân tố Thu nhập & điều kiện kinh tế đến việc sử dụng dịch vụ tài chính xanh tăng thêm 1 điểm, thì “Hành vi TDX” sẽ tăng 0,235 điểm.

$\beta_{CS} = 0,155$ Khi đánh giá nhân tố chính sách và sự hỗ trợ từ nhà trường đến việc sử dụng dịch vụ tài chính xanh tăng thêm 1 điểm, thì “Hành vi TDX” sẽ tăng 0,155 điểm.

3. Kết luận

Kết quả nghiên cứu không chỉ củng cố cơ sở lý thuyết về hành vi TDX trong bối cảnh SV, mà còn phản ánh thực trạng tại ĐHDT. Qua đó, SV cần nhận thức rõ vai trò của bản thân trong việc thực hiện hành vi TDX, đồng thời nhà trường cần có biện pháp hỗ trợ và định hướng phù hợp.

+ Đối với nhà trường:

- *Đẩy mạnh giáo dục và truyền thông TDX*: Tích hợp các môn học hoặc chuyên đề liên quan đến phát triển bền vững, quản lý tài chính cá nhân theo hướng xanh vào chương trình đào tạo. Bên cạnh đó, tổ chức các hội thảo, buổi tọa đàm chuyên đề để SV hiểu rõ tác động của hành vi tài chính đến môi trường.

- *Tổ chức hoạt động ngoại khóa định hướng xanh*: Phát động các phong trào “SV nói không với rác thải nhựa”, “Tuần lễ tài chính xanh”, hay các cuộc thi ý tưởng khởi nghiệp xanh nhằm tạo môi trường rèn luyện KN và thói quen.

- *Hỗ trợ chính sách thực hành xanh trong trường*: Cung cấp CSVC thân thiện (máy nước lọc thay chai nhựa, phân loại rác, ưu tiên thanh toán số), khuyến khích bằng học bổng hoặc điểm rèn luyện đối với SV có sáng kiến, hành động tiêu biểu trong tiêu dùng

xanh.

- *Tăng cường phối hợp quản lý SV*: Đặc biệt tại các khu vực đông SV thuê trọ, cần phối hợp với chính quyền địa phương để đảm bảo môi trường sống an toàn, vệ sinh, thuận lợi cho việc duy trì thói quen xanh.

+ Đối với SV:

Nâng cao nhận thức môi trường: SV cần chủ động tìm hiểu về biến đổi khí hậu, và tác động của hành vi tiêu dùng đến môi trường. Có thể tham khảo tài liệu, khóa học online, hoặc từ các CLB trong trường.

Tham gia mạng lưới xã hội xanh: SV nên tích cực tham gia CLB, nhóm tình nguyện về môi trường, từ đó mở rộng quan hệ xã hội theo hướng bền vững và cùng nhau thực hành tiêu dùng xanh.

Nâng cao kiến thức tài chính xanh: Sinh viên cần học cách lập kế hoạch chi tiêu gắn với tiêu chí tiết kiệm và bảo vệ môi trường, tìm hiểu cơ bản về các sản phẩm tài chính xanh.

Điều chỉnh thói quen tiêu dùng: Thực hành tiết kiệm điện nước, hạn chế sử dụng túi nylon, ưu tiên sản phẩm tái chế. Chuyển dần sang các phương thức thanh toán không tiền mặt để giảm thiểu chi phí và giấy tờ.

Xây dựng niềm tin và thái độ cá nhân tích cực: Duy trì quan điểm rằng mỗi hành động nhỏ trong chi tiêu xanh đều có giá trị đóng góp cho xã hội. Kiên trì theo đuổi hành vi xanh ngay cả khi gặp khó khăn, áp lực từ môi trường xung quanh.

Tài liệu tham khảo

1. Nguyễn Văn Nền, Mai Trần Thanh Thanh, Trần Như Hào, Nguyễn Khánh Linh, Phạm Lê Hoàng Khánh (2021). Các yếu tố ảnh hưởng đến hành vi tiêu dùng xanh của người tiêu dùng trẻ. *TC Phát triển Khoa học và Công nghệ - Kinh tế - Luật và Quản lý*, 5(4), 1915-1928.

2. Trần, T. H., & Nguyễn, T. K. A. (2021). Các yếu tố ảnh hưởng đến ý định mua sản phẩm xanh của người tiêu dùng trẻ tại TP. Hồ Chí Minh. *TC Khoa học Đại học Mở TP. HCM*, 16(3), 88–102.

3. Lê, Q. D., & Phạm, T. T. H. (2020). Nghiên cứu hành vi tiêu dùng xanh của sinh viên tại Đà Nẵng: Ứng dụng mô hình lý thuyết hành vi có kế hoạch. *TC Phát triển Kinh tế - Xã hội Đà Nẵng*, 6(1), 45–56.

4. Chowdhury, I. U. & Alamgir, M. (2021). Factors Influencing Green Product Purchase Intention among Young Consumers in Bangladesh, *Society&Sustainability*, 3(2), 1-15.

5. Cheung, M. F. Y., & To, W. M. (2019). An extended model of the theory of planned behavior in understanding green consumption among young adults in China. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 31(4), 847–864.