

BẢNG KHẢO SÁT VỀ NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN Ý ĐỊNH MUA SẢN PHẨM XANH CỦA NGƯỜI TIÊU DÙNG Ở THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

Thân chào anh/chị, Tôi là học viên của Viện đào tạo Quốc tế thuộc trường Đại học kinh tế TP.HCM . Hiện tôi đang làm đề tài nghiên cứu về “**Những yếu tố ảnh hưởng đến ý định mua sản phẩm xanh của người tiêu dùng ở thành phố Hồ Chí Minh.**” Mục đích của bài nghiên cứu này là để có được phản hồi từ khách hàng về ý định mua Sản phẩm Xanh, nhằm cung cấp thông tin cho những doanh nghiệp có ý định phát triển tiếp thị xanh vào chiến lược của công ty hiệu quả, góp phần cải thiện môi trường và đồng thời tạo ra những Sản phẩm Xanh tốt hơn cho sức khỏe người tiêu dùng.

Ở đây không có quan điểm hay thái độ nào là đúng hay sai, mà tất cả đều là các thông tin hữu ích cho nghiên cứu. Vì vậy, tôi rất mong anh/chị dành thời gian trao đổi một số suy nghĩ của anh/chị về vấn đề này.

Liên hệ Nhóm MBA ĐH Bách Khoa HCM : Viber/zalo **0903 39 66 88** Chat
<http://facebook.com/hoidapSPSS/> Email: hotrospss@gmail.com Website:
<http://phantichspss.com/lien-he-gioi-thieu> **Để được:**

1. Tư vấn mô hình nghiên cứu/bảng câu hỏi/ training trực tiếp về các bước làm luận văn như là: phân tích hồi quy, phân tích nhân tố, Cronbach's Alpha... trong SPSS, và mô hình SEM, CFA, AMOS.
2. Cung cấp/chỉnh sửa số liệu khảo sát phù hợp với bảng câu hỏi của bạn để chạy ra kết quả có ý nghĩa thống kê.

Cảm ơn sự hợp tác của anh/chị !

PHẦN I THÔNG TIN CÁ NHÂN

1. Anh chị hiện đang sống ở:

TP.Hồ Chí Minh	<input type="radio"/>
Các tỉnh và khu vực khác	<input type="radio"/>

2. Anh/chị đã từng nghe về Sản phẩm xanh chưa?

CRITICAL FACTORS IMPACT ON CONSUMER PURCHASE INTENTION TOWARDS GREEN PRODUCTS
IN HOCHIMINH CITY

- Đã nghe
- Chưa nghe

Nếu đã nghe, anh/chị hãy vui lòng trả lời những câu hỏi sau:

3. Giới tính của anh/chị:

- Nam
- Nữ

4. Tuổi của anh/chị:

- 18 đến 24
- 25 đến 39
- 40 đến 54
- Hơn 55

5. Tình trạng hôn nhân của anh/chị:

- Độc thân
- Đã kết hôn
- Đã có con
- Khác

6. Trình độ học vấn của anh/chị:

- Tốt nghiệp THPT trở xuống
- Trung cấp/ Cao đẳng
- Đại học
- Cao học
- Tiến sĩ

7. Nghề nghiệp của anh/chị:

- Học sinh/ sinh viên
- Nhân viên văn phòng
- Công nhân
- Giáo viên
- Doanh nhân
- Bác sĩ/ kỹ sư
- Khác (ghi rõ cụ thể).....

8. Thu nhập của anh/chị (VND):

- <5 triệu
- 5 - 15 triệu
- 15 - 30 triệu
- 30 - 50 triệu
- >50 triệu

PHẦN II

**THÔNG TIN VỀ Ý ĐỊNH MUA SẢN PHẨM XANH VÀ NHỮNG NHÂN TỐ ẢNH
HƯỞNG ĐẾN Ý ĐỊNH MUA SẢN PHẨM XANH**

Có bốn tiêu chí về ý định mua sản phẩm xanh và 5 nhân tố ảnh hưởng đến ý định mua

CRITICAL FACTORS IMPACT ON CONSUMER PURCHASE INTENTION TOWARDS GREEN PRODUCTS IN HOCHIMINH CITY

sản phẩm xanh: nhãn sinh thái, đóng gói sản phẩm xanh, nhận thức xanh của doanh nghiệp, giá trị sản phẩm xanh và quảng cáo xanh.

Anh/chị vui lòng cho biết mức độ đồng ý/ không đồng ý của anh/chị với những phát biểu dưới đây (Đánh dấu ✓ vào ô tròn; trong đó, 1=hoàn toàn không đồng ý, 2=không đồng ý, 3=phân vân, 4=đồng ý, 5=hoàn toàn đồng ý).

	Hoàn toàn không đồng ý ←————→ Hoàn toàn đồng ý				
	1	2	3	4	5
Ý ĐỊNH MUA SẢN PHẨM XANH					
Tôi mua sản phẩm xanh vì nó không độc hại đến môi trường.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tôi dự tính chuyển qua sử dụng sản phẩm mang đặc tính xanh.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tôi xem việc chuyển qua dùng sản phẩm mang nhãn hiệu xanh vì lý do sinh thái bảo vệ môi trường.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tôi mua sản phẩm xanh vì nó làm giảm sự ô nhiễm môi trường.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
NHÃN SINH THÁI					
Tôi thấy nội dung in trên nhãn sinh thái là chính xác.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Thông tin trên nhãn sinh thái thường dễ dàng hiểu được.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Nhãn sinh thái là điều kiện tiên quyết để xem là một sản phẩm xanh.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Quảng cáo xanh luôn luôn đáng tin cậy.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Những thông tin đầy đủ được cung cấp trên nhãn sinh thái.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ĐÓNG GÓI SẢN PHẨM XANH					
Đóng gói được làm từ vật liệu tái chế.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Đóng gói sản phẩm xanh có thể tự hủy	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

CRITICAL FACTORS IMPACT ON CONSUMER PURCHASE INTENTION TOWARDS GREEN PRODUCTS
IN HOCHIMINH CITY

Đóng gói sản phẩm xanh có thể tái chế	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Đóng gói sản phẩm xanh có thể được sử dụng lại.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Không đóng gói thừa sản phẩm xanh.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
NHẬN THỨC XANH CỦA DOANH NGHIỆP					
Doanh nghiệp nên chú trọng ưu tiên việc giảm sự ô nhiễm môi trường (chất thải từ khói, bụi, nước,...) hơn là gia tăng lợi nhuận.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Doanh nghiệp chú trọng ưu tiên việc bảo vệ môi trường hơn là gia tăng lợi nhuận.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
GIÁ TRỊ SẢN PHẨM XANH					
Tính năng của sản phẩm xanh đáp ứng kỳ vọng của tôi.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Các tính năng thuộc môi trường của sản phẩm xanh rất có giá trị với tôi.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tôi mua sản phẩm xanh vì nó có nhiều lợi ích môi trường hơn sản phẩm khác.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tôi mua sản phẩm xanh vì nó liên quan đến môi trường nhiều hơn sản phẩm khác.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tôi mua sản phẩm xanh vì nó thân thiện đến môi trường.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
QUẢNG CÁO XANH					
Quảng cáo xanh thu hút tôi một cách ấn tượng.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Nội dung của quảng cáo xanh có liên quan mật thiết đến cuộc sống thường ngày của tôi.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Quảng cáo xanh nên quảng bá những sản phẩm thân thiện với môi trường một cách đáng tin cậy	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sản phẩm xanh được quảng bá trong các quảng cáo kêu gọi bảo vệ môi trường hiện có tại TPHCM được thể hiện một cách trung thực	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Nói chung tôi hài lòng khi mua sản phẩm xanh với những thông tin sẵn có trên nhãn sinh thái.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

CRITICAL FACTORS IMPACT ON CONSUMER PURCHASE INTENTION TOWARDS GREEN PRODUCTS
IN HOCHIMINH CITY

XIN CHÂN THÀNH CẢM ƠN ANH CHỊ ĐÃ HOÀN THÀNH BẢN KHẢO SÁT !