

CÁC NHÂN TỐ TÁC ĐỘNG ĐẾN SỰ SẴN LÒNG THAM GIA MÔ HÌNH KINH TẾ TUẦN HOÀN CỦA CÔNG CHÚNG

Bùi Bích Xuân ^{a,*}, Nguyễn Ngọc Trâm ^a,
Quách Thị Khánh Ngọc ^a, Trần Tiến Phát ^a,
Nguyễn Lê Khả Uyên ^a, Trần Thị Thu Bình ^b

TÓM TẮT

Title: Factors affecting public willingness to engage in circular economy modes

Từ khóa: kinh tế tuần hoàn, lý thuyết hành vi có kế hoạch, phát triển bền vững, sự sẵn lòng tham gia, Mã phân loại JEL: M19

Keywords: circular economy, Theory of Planned Behavior, sustainable development willingness to engage, JEL classification code: M19

Lịch sử bài báo

Ngày nhận bài: 30/11/2025

Ngày nhận kết quả bình duyệt: 03/03/2026

Ngày chấp nhận đăng bài: 09/03/2026

Tác giả:

^a Khoa Kinh tế, Trường Đại học Nha Trang

^b Khoa Kinh tế - Phân hiệu Trường Cao đẳng Nông nghiệp Nam Bộ tại thành phố Hồ Chí Minh

Tác giả liên hệ:

email: xuanbb@ntu.edu.vn

Sử dụng lý thuyết hành vi có kế hoạch (TPB) làm cơ sở, nghiên cứu đã phát triển mô hình xác định các yếu tố ảnh hưởng đến sự sẵn sàng tham gia vào mô hình kinh tế tuần hoàn (KTTH) của công chúng tại khu vực Nam Trung Bộ. Các nhân tố ảnh hưởng gồm: chuẩn chủ quan, kiểm soát hành vi, lợi ích kinh tế cảm nhận, cảm xúc tích cực mong đợi, sự sẵn lòng hy sinh vì môi trường, và ý định mua hàng xanh. Dữ liệu khảo sát được thu thập từ tháng 1 đến tháng 4 năm 2022, gồm 559 người sinh sống tại bốn thành phố: Nha Trang, Cam Ranh, Tuy Hòa và Quy Nhơn. Kết quả phân tích PLS-SEM cho thấy tất cả các giả thuyết đều có ý nghĩa thống kê, trong đó cảm xúc tích cực mong đợi có tác động mạnh nhất đến sự sẵn lòng tham gia của công chúng vào mô hình KTTH. Nghiên cứu cũng đề xuất các gợi ý chính sách nhằm khuyến khích cộng đồng tham gia vào mô hình KTTH, đóng góp vào mục tiêu phát triển bền vững.

ABSTRACT

Employing the theory of planned behavior (TPB), the study developed a model to identify factors influencing the public's willingness to engage in circular economy modes in South Central Vietnam. The factors include: subjective norms, behavioral control, economic benefits, expected positive emotions, willingness to sacrifice for the environment, and green purchase intentions. Data was collected from January to April 2022, including 559 people living in four cities: Nha Trang, Cam Ranh, Tuy Hoa, and Quy Nhon. The results of PLS-SEM analysis showed that all hypotheses were statistically significant, with expected positive emotions having the strongest impact on the public's willingness to engage in the circular economy modes. The study also proposed policy suggestions to encourage the community to participate in the CEE model, contributing to the goal of sustainable development.

1. Giới thiệu

Hiện tại, các vấn đề môi trường toàn cầu như biến đổi khí hậu, ô nhiễm, suy giảm

đa dạng sinh học, và khan hiếm tài nguyên đang gây ra mối đe dọa nghiêm trọng cho các hệ thống hỗ trợ sự sống của Trái đất (Hou & cộng sự, 2019). Điều này làm nổi bật

yêu cầu cấp thiết phải chuyển đổi sang mô hình phát triển bền vững – cân đối giữa tăng trưởng kinh tế, bảo vệ môi trường, và phúc lợi xã hội (Ngan & cộng sự, 2019). Kinh tế tuần hoàn (KTTH) được coi là một chiến lược quan trọng trong tương lai, giúp tạo ra lợi ích kép về kinh tế và môi trường, đồng thời thúc đẩy tăng trưởng xanh và tạo việc làm mới, qua đó đóng góp vào các mục tiêu phát triển bền vững (SDGs).

KTTH là một mô hình kinh tế được thiết kế có chủ đích nhằm mục đích khôi phục và tái tạo. Nó được xây dựng để thay thế cho mô hình kinh tế tuyến tính truyền thống (khai thác – sản xuất – tiêu dùng – thải loại). Mục tiêu cốt lõi của KTTH là duy trì vật chất và sản phẩm trong vòng sử dụng lâu nhất có thể, đồng thời loại bỏ hoàn toàn ô nhiễm và chất thải, và thúc đẩy sử dụng năng lượng tái tạo. KTTH thường được triển khai thông qua nguyên tắc cơ bản 3R (Reduce – giảm thiểu, Reuse – tái sử dụng, Recycle – tái chế) ở mọi cấp độ (vi mô đến vĩ mô), hướng đến mục tiêu phát triển bền vững trên cả ba khía cạnh: môi trường, kinh tế, và xã hội (D'Amato & cộng sự, 2019; Geng & Doberstein, 2008; Kirchherr & cộng sự, 2017).

Như vậy, việc ứng dụng mô hình KTTH sẽ mang lại nhiều lợi ích thiết thực như tận dụng hiệu quả nguồn nguyên vật liệu, giảm chi phí xã hội, tạo cơ hội việc làm mới, và cải thiện sức khỏe cộng đồng. Tuy nhiên, các nhà nghiên cứu đã nhận ra rằng thành công của mô hình KTTH không chỉ dựa vào nỗ lực của doanh nghiệp và vai trò của chính phủ, mà còn phụ thuộc rất lớn vào sự tham gia của công chúng (Ghisellini & cộng sự, 2016). Dù vai trò của công chúng là rất quan trọng, nghiên cứu về KTTH trên thế giới chủ yếu

tập trung vào các lĩnh vực sản xuất, chính sách, và công nghệ (Yuan & cộng sự, 2006; Hashimoto & cộng sự, 2010), với chỉ khoảng 19% các nghiên cứu tập trung vào lĩnh vực tiêu dùng (Kirchherr & cộng sự, 2017; Liu & cộng sự, 2017). Điều này dẫn đến sự thiếu hụt thông tin về lý do tại sao công chúng sẵn sàng hoặc không sẵn sàng tham gia vào mô hình KTTH. Thêm vào đó, tỷ lệ công chúng có kiến thức về KTTH còn rất hạn chế, đây là rào cản cho sự sẵn lòng tham gia của cộng đồng vào mô hình KTTH (Liu & cộng sự, 2009; Liu & cộng sự, 2017; Wang, 2018).

Tại Việt Nam, các công trình nghiên cứu liên quan đến KTTH còn khá hạn chế, chủ yếu xoay quanh hành vi tiêu dùng xanh (Tựu & cộng sự, 2018; Hùng & cộng sự, 2018). Đáng chú ý, chưa có nhiều nghiên cứu chính thức đánh giá sự sẵn lòng tham gia vào mô hình KTTH của công chúng, đặc biệt tại các đô thị ven biển đang trên đà phát triển mạnh. Do đó, nghiên cứu này sẽ cung cấp thông tin, dựa trên bằng chứng thực nghiệm, liên quan đến các nhân tố tác động đến sự sẵn lòng tham gia mô hình KTTH của công chúng tại các khu vực thành thị Nam Trung Bộ. Đây là cơ sở khoa học để đánh giá tiềm năng triển khai, thực hiện, và phát triển mô hình KTTH, cũng như xây dựng chính sách thúc đẩy phát triển bền vững.

2. Tổng quan nghiên cứu, cơ sở lý thuyết và phương pháp nghiên cứu

2.1. Cơ sở lý thuyết và tổng quan nghiên cứu

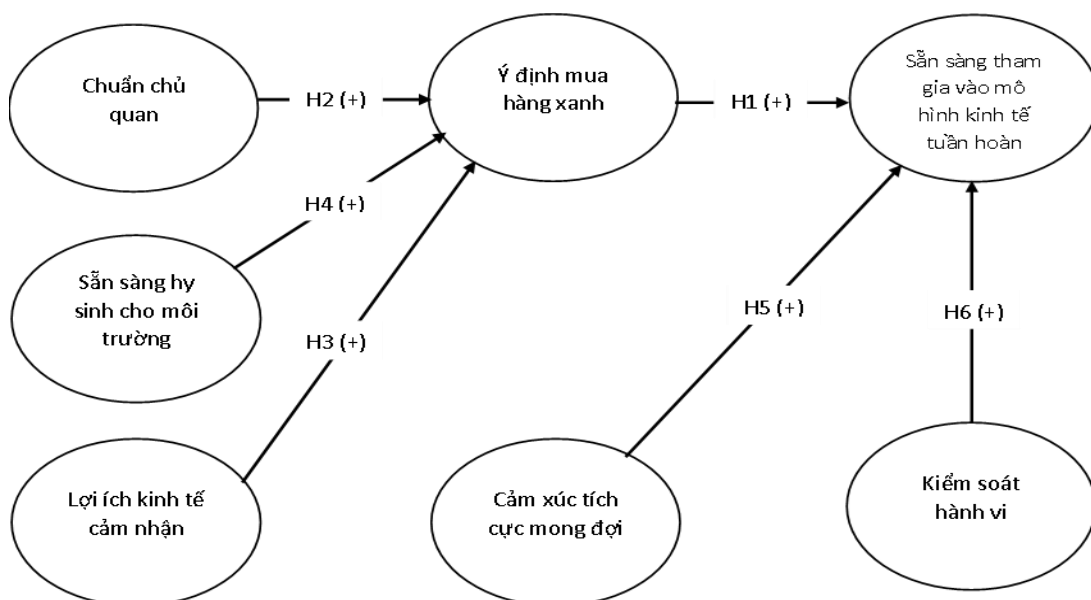
Xu hướng nghiên cứu KTTH đang dần mở rộng từ sản xuất sang tiêu dùng, tập trung khai thác các mô hình hành vi như lý thuyết hành vi có kế hoạch (Theory of Planned Behavior - TPB) của Ajzen (1991) để xác định các yếu tố ảnh hưởng đến sự sẵn lòng tham

gia của người dân vào mô hình KTTH. Trong mô hình TPB, ý định thực hiện một hành vi của cá nhân được hình thành từ sự tương tác của ba yếu tố chính: (1) thái độ đối với hành vi, đây là sự đánh giá và niềm tin chủ quan của cá nhân về kết quả mong đợi từ hành vi đó; (2) chuẩn chủ quan – yếu tố này phản ánh nhận thức của cá nhân về áp lực xã hội để thực hiện (hoặc không thực hiện) hành vi; và (3) kiểm soát hành vi cảm nhận – yếu tố này thể hiện sự đánh giá chủ quan về mức độ dễ dàng hoặc khó khăn trong việc thành công thực hiện một hành vi cụ thể.

Hao và cộng sự (2020) đã vận dụng mô hình TPB mở rộng để xác định các nhân tố ảnh hưởng đến hành vi tiêu dùng xanh và sự sẵn sàng tham gia KTTH. Các tác giả đã chỉ ra rằng các yếu tố xã hội (chuẩn chủ quan), cảm nhận về lợi ích kinh tế, sự mong đợi có được cảm xúc tích cực khi tiêu dùng sản phẩm xanh, và cảm nhận về khả năng kiểm soát hành vi là những động lực chính thúc đẩy sự sẵn sàng tham gia vào mô hình KTTH. Đặc biệt, nghiên cứu đã tìm thấy

bằng chứng về ý định mua hàng xanh đóng vai trò là biến trung gian, biến này ảnh hưởng tích cực đến sự sẵn lòng tham gia mô hình KTTH.

Nghiên cứu này cũng được phát triển dựa trên mô hình TPB (Ajzen 1991), mở rộng với một số biến mới như đã được đề cập bởi Hao và cộng sự (2020), đặc biệt bổ sung thêm biến sự sẵn lòng hy sinh vì môi trường (Agag, 2019) nhằm xác định các yếu tố ảnh hưởng đến sự sẵn lòng tham gia mô hình KTTH (WE) của công chúng tại khu vực Nam Trung Bộ. Hình 1 trình bày mô hình nghiên cứu được đề xuất. Ba biến số được xác định là có tác động trực tiếp đến WE gồm: sự mong đợi có được cảm xúc tích cực khi tham gia mô hình KTTH (PAE), ý định mua hàng xanh (GPI), và cảm nhận về khả năng kiểm soát hành vi (PBC). Biến GPI (được coi là một chỉ số đại diện cho hành vi tham gia) lại chịu ảnh hưởng từ ba nhân tố tiền đề khác, bao gồm: chuẩn chủ quan (SN), cảm nhận về lợi ích kinh tế (PEB), và sự sẵn lòng hy sinh vì môi trường (WSE).



Hình 1. Mô hình nghiên cứu đề xuất**2.2. Phương pháp nghiên cứu**

Nghiên cứu áp dụng mô hình cấu trúc bình phương bé nhất bán phần (PLS-SEM) để đánh giá các biến số và kiểm định mô hình nghiên cứu. Việc phân tích được thực hiện bằng phần mềm SmartPLS 3.3.2. Các thang đo được phát triển dựa trên cơ sở lý thuyết TPB và các nghiên cứu khoa học liên quan trước đây. Tổng cộng có bảy biến được đưa vào mô hình gồm: SN, PEB, PAE, PBC, WSE, GPI, và WE. Tất cả các biến này được đo lường bằng thang đo Likert 5 điểm, với mức đánh giá từ 1 (hoàn toàn không đồng ý) đến 5 (hoàn toàn đồng ý).

Nghiên cứu sử dụng phương pháp thu mẫu phi xác suất thông qua hình thức khảo sát trực tuyến. Việc thu thập dữ liệu diễn ra trong bốn tháng, từ tháng 1 đến tháng 4 năm 2022. Có tất cả 559 mẫu hợp lệ từ công chúng (18 tuổi trở lên) được sử dụng để phân tích. Đối tượng khảo sát được chọn tại khu vực Nam Trung Bộ là: Nha Trang, Cam Ranh, Tuy Hòa, và Quy Nhơn. Bảng câu hỏi khảo sát gồm ba nhóm nội dung chính: thông tin nhân khẩu học, nhận thức và thái độ chung về KTTH, và các câu hỏi cụ thể liên quan đến các nhân tố có khả năng ảnh hưởng đến sự sẵn lòng tham gia của công chúng vào mô hình KHTH.

3. Kết quả và thảo luận**3.1. Đặc điểm mẫu nghiên cứu**

Phần này mô tả các đặc điểm nhân khẩu học chính của 559 người tham gia vào nghiên cứu. Cụ thể, nữ giới tham gia khảo sát nhiều hơn so với nam giới (57% là nữ và 43% là nam), phần lớn thuộc nhóm tuổi trẻ từ 18 đến 30 (70%), độc thân (61%), có

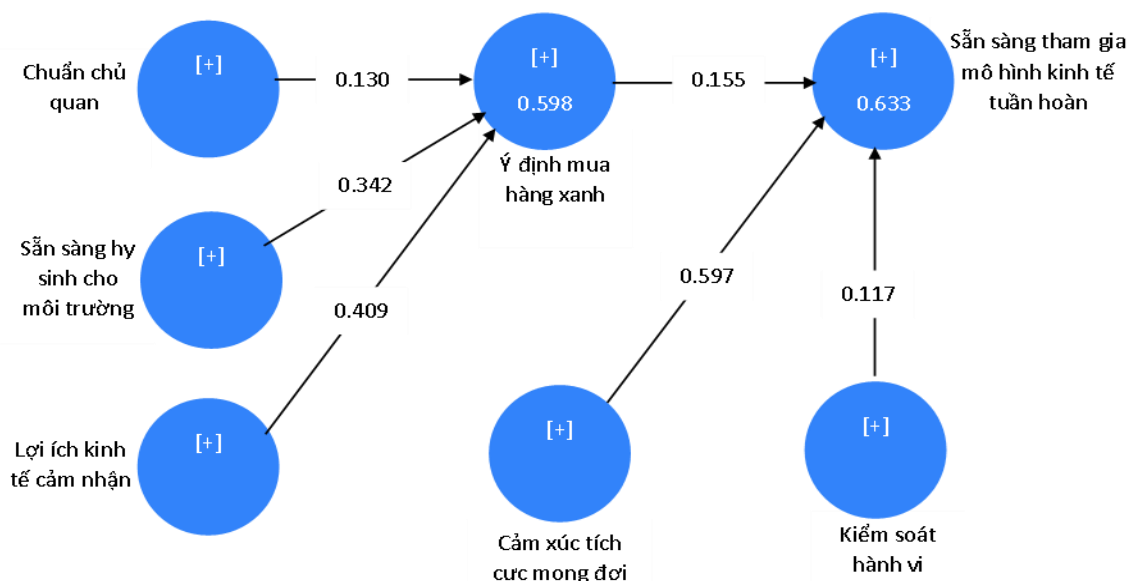
trình độ học vấn cao (62,1% có trình độ cao đẳng và đại học), với thu nhập bình quân hàng tháng dưới 3 triệu đồng (chiếm 40%) và trên 5 triệu đồng (chiếm 47%). Sinh viên và người có việc làm toàn thời gian chiếm tỷ trọng cao nhất, tương ứng với 41% và 37%. Khoảng một phần năm số người được khảo sát là thành viên của ít nhất một tổ chức môi trường (chiếm 22%).

3.2. Kết quả phân tích mô hình và thảo luận

Kết quả phân tích về độ tin cậy và độ giá trị hội tụ chỉ ra rằng tất cả các thang đo đều đạt yêu cầu tiêu chuẩn về độ tin cậy và độ giá trị (các chỉ số hệ số tải nhân tố, CR – độ tin cậy tổng hợp, và AVE – phương sai trích trung bình đều nằm trong ngưỡng chấp nhận) (xem chi tiết tại Phụ lục – Bảng 1). Độ giá trị phân biệt của các cấu trúc khái niệm cũng được xác nhận thông qua ma trận tương quan Heterotrait-Monotrait (HTMT), đảm bảo rằng mỗi thang đo đo lường một khái niệm riêng biệt (xem chi tiết ở Phụ lục – Bảng 2). Những kết quả này khẳng định rằng các thang đo được xây dựng là đáng tin cậy và hợp lệ để tiến hành kiểm định các giả thuyết nghiên cứu.

Dựa trên kết quả phân tích sử dụng phương pháp PLS-SEM, nghiên cứu đã xác nhận tất cả sáu giả thuyết (H1-H6), đều có mối quan hệ tích cực và đạt mức ý nghĩa thống kê $p < 0.05$ (xem chi tiết ở Phụ lục – Bảng 3). Điều này tái khẳng định vai trò thiết yếu của các yếu tố nhận thức xã hội, lợi ích kinh tế, cảm xúc, và kiểm soát hành vi trong việc thúc đẩy cả ý định mua hàng xanh và sự sẵn lòng tham gia vào mô hình KTTH của công chúng tại khu vực thành thị Nam

Trung Bộ. Kết quả kiểm định giả thuyết nghiên cứu được trình bày ở Hình 2.



Hình 2. Kết quả kiểm định giả thuyết nghiên cứu

Liên quan đến các yếu tố tác động trực tiếp đến WE, PAE là động lực mạnh mẽ nhất tác động đến WE, với hệ số đường dẫn cao nhất ($\beta = 0.597$). Phát hiện này nhấn mạnh rằng, bên cạnh tính tiện ích, mức độ hạnh phúc chủ quan mong đợi là yếu tố quan trọng khiến công chúng quyết định tham gia KTTH. Điều này củng cố tầm quan trọng của các chiến lược truyền thông nhằm tạo ra sự gắn kết về mặt cảm xúc, một khía cạnh mà nhiều nghiên cứu về hành vi tiêu dùng bền vững gần đây đã nhấn mạnh (Chen và cộng sự, 2012; Liu và cộng sự, 2017; Manca & Fornara, 2019). Cả ý định mua hàng xanh (GPI) và kiểm soát hành vi (PBC) đều thể hiện tác động tích cực có ý nghĩa thống kê đến WE, với hệ số đường dẫn beta lần lượt là 0.155 và 0.117. GPI được coi là chỉ số đại diện cho hành vi tham gia và có tác động tích cực đến WE, kết quả này nhất quán với

lý thuyết TPB của Ajzen (1991) cho rằng ý định là yếu tố dự báo mạnh mẽ nhất cho hành vi thực tế (trong nghiên cứu này là sự sẵn sàng tham gia). Tác động của PBC cho thấy sự dễ dàng trong việc thực hiện hành vi là điều kiện tiên quyết để chuyển hóa ý định sang sự sẵn sàng tham gia thực tế. Ví dụ, nếu công chúng cảm thấy họ có đủ nguồn lực (thời gian, kiến thức, không gian lưu trữ) để tham gia KTTH (như phân loại, tái chế rác thải nhựa) thì họ sẽ sẵn lòng tham gia hơn.

Liên quan đến các nhân tố ảnh hưởng đến GPI, PEB là nhân tố tác động mạnh nhất ($\beta = 0.409$). Kết quả này phản ánh xu hướng công chúng đặc biệt cân nhắc về chi phí đầu tư và lợi ích thực tế nhận được (ví dụ: tiết kiệm chi phí xử lý chất thải hoặc vật liệu). Điều này hoàn toàn hợp lý trong bối cảnh công chúng sinh sống ở thành thị, nơi

chi phí sinh hoạt cao, và nhu cầu về giá trị sản phẩm được ưu tiên, củng cố vai trò của yếu tố kinh tế trong hành vi tiêu dùng xanh, tương tự như các nghiên cứu về lợi ích cảm nhận trong việc áp dụng công nghệ xanh hoặc hành vi thân thiện với môi trường (Govindan và cộng sự, 2016; Park, 2019; Singhal và cộng sự, 2019; Zhao và cộng sự, 2018). WSE cũng có ảnh hưởng tích cực đáng kể đến GPI ($\beta = 0.342$). Kết quả này cho thấy cộng đồng ngày càng có trách nhiệm xã hội cao hơn và sẵn lòng chấp nhận sự đánh đổi (thời gian, tiền bạc, sự tiện lợi) vì mục tiêu môi trường, ngụ ý sự gia tăng của nhận thức và thái độ tích cực của công chúng đối với môi trường – vốn là điều kiện tiên quyết để thúc đẩy hành vi bền vững (Agag, 2019). Chuẩn chủ quan (SN) cũng tác động tích cực đến GPI ($\beta = 0.130$). Kết quả này xác nhận vai trò định hướng của áp lực xã hội (từ người thân, bạn bè, hoặc tổ chức) đối với hành vi tiêu dùng xanh. Kết quả này hoàn toàn tương đồng với nghiên cứu của Xue và cộng sự (2010), vốn cũng chỉ ra rằng nhận thức và đánh giá về hành vi và lối sống của cộng đồng đóng vai trò then chốt trong việc xây dựng và phát triển mô hình KTTH bền vững.

Để làm rõ hơn ý nghĩa thực tiễn của các kết quả nghiên cứu, có thể xem xét một số hành vi cụ thể phản ánh sự tham gia của công chúng vào mô hình KTTH trong đời sống hằng ngày. Chẳng hạn như hành vi phân loại rác tại nguồn ở hộ gia đình là một biểu hiện trực tiếp của sự sẵn sàng tham gia mô hình KTTH. Khi công chúng cảm nhận được rằng việc phân loại rác là dễ thực hiện (PBC cao), có sự khuyến khích từ gia đình và cộng đồng (SN), đồng thời tin rằng hành vi này mang lại lợi ích thiết thực như giảm chi phí xử lý rác hoặc góp phần bảo vệ môi

trường sống địa phương (PEB), họ sẽ hình thành ý định và sẵn sàng duy trì hành vi này thường xuyên hơn. Đặc biệt, nếu họ cảm thấy tự hào, hài lòng hoặc vui vẻ khi thấy khu dân cư sạch đẹp hơn nhờ hoạt động phân loại và tái chế (PAE), mức độ cam kết tham gia mô hình KTTH sẽ càng bền vững. Tương tự, việc ưu tiên sử dụng sản phẩm tái chế hoặc sản phẩm thân thiện với môi trường (như túi vải thay cho túi nylon, chai nước tái sử dụng, đồ dùng làm từ nhựa tái chế) là minh chứng cụ thể cho vai trò trung gian của ý định mua hàng xanh (GPI). Khi công chúng nhận thấy sản phẩm tái chế có giá cả hợp lý, chất lượng đảm bảo và mang lại lợi ích kinh tế lâu dài (PEB), họ sẽ sẵn sàng chi trả và thậm chí chấp nhận một mức giá cao hơn như một sự hy sinh vì môi trường (WSE). Hành vi này không chỉ thể hiện quyết định tiêu dùng cá nhân mà còn tạo ra tín hiệu thị trường, thúc đẩy doanh nghiệp mở rộng sản xuất theo mô hình KTTH.

Tóm lại, kết quả nghiên cứu không chỉ xác nhận vai trò tích cực của các biến GPI và PBC trong mối tương quan với WE mà còn bổ sung bằng chứng mạnh mẽ về vai trò của PAE như là yếu tố xúc tác quan trọng nhất trong việc thúc đẩy sự sẵn sàng tham gia KTTH của công chúng tại các đô thị ven biển Việt Nam.

4. Kết luận và khuyến nghị giải pháp

Nghiên cứu đã chứng minh mối quan hệ tích cực giữa sáu yếu tố (chuẩn chủ quan, cảm nhận về lợi ích kinh tế, và sự sẵn lòng hy sinh vì môi trường, sự mong đợi có được cảm xúc tích cực khi tham gia mô hình KTTH, ý định mua hàng xanh, và cảm nhận về khả năng kiểm soát hành vi) và sự sẵn sàng tham gia vào mô hình KTTH của công chúng tại

khu vực Nam Trung Bộ. Kết quả này cung cấp cơ sở luận cứ khoa học quan trọng cho việc định hình và xây dựng các chính sách để tăng cường sự sẵn lòng tham gia và sự ủng hộ của cộng đồng đối với mô hình KTTH tại Việt Nam. Các khuyến nghị chính sách có thể được chia thành 3 nhóm chính.

Một là, nhóm giải pháp nâng cao nhận thức và tạo động lực hành vi. Cần tăng cường truyền thông và giáo dục cộng đồng về KTTH theo hướng nhấn mạnh cả lợi ích kinh tế lẫn cảm xúc tích cực mà cá nhân nhận được khi tham gia (như sự hài lòng, tự hào, đóng góp cho cộng đồng). Các chiến dịch truyền thông nên đơn giản, trực quan và gắn với hành vi cụ thể như phân loại rác tại nguồn, sử dụng sản phẩm tái chế, giảm tiêu dùng nhựa dùng một lần. Đồng thời, tích hợp kiến thức về KTTH vào chương trình giáo dục chính thức và các hoạt động ngoại khóa nhằm hình thành nhận thức và thói quen bền vững từ sớm. Hai là, nhóm giải pháp tạo điều kiện thuận lợi và củng cố niềm tin thị trường. Để chuyển hóa ý định thành hành động thực tế, cần cải thiện điều kiện thực thi như đầu tư hạ tầng phân loại – thu gom – tái chế rác, bố trí điểm thu gom thuận tiện, và cung cấp hướng dẫn rõ ràng cho người dân. Song song đó, xây dựng hệ thống kiểm định và chứng nhận chất lượng sản phẩm tái chế nhằm đảm bảo an toàn và minh bạch, qua đó gia tăng niềm tin và khuyến khích tiêu dùng sản phẩm thuộc mô

hình KTTH. Ba là, nhóm giải pháp khuyến khích kinh tế và thúc đẩy sự tham gia của doanh nghiệp và cộng đồng. Nhà nước cần triển khai các chính sách ưu đãi tài chính cho doanh nghiệp đầu tư vào công nghệ tái chế và sản xuất bền vững (ưu đãi thuế, hỗ trợ vốn, trợ giá thiết bị). Đồng thời, khuyến khích các mô hình hợp tác công – tư và các hoạt động cộng đồng như chương trình đổi rác lấy quà, ngày hội tiêu dùng xanh, hội thi tái chế sáng tạo. Những cơ chế này không chỉ tạo lợi ích kinh tế trực tiếp mà còn tăng cường áp lực xã hội tích cực và sự lan tỏa hành vi trong cộng đồng.

Tóm lại, việc thúc đẩy sự tham gia của công chúng vào mô hình KTTH cần được tiếp cận một cách đồng bộ, kết hợp giữa nâng cao nhận thức, cải thiện điều kiện thực hiện và tạo động lực kinh tế – xã hội. Chỉ khi các yếu tố này được triển khai song hành, mô hình KTTH mới có thể được phổ biến rộng rãi và đóng góp hiệu quả vào mục tiêu phát triển bền vững tại Việt Nam. Bên cạnh những đóng góp quan trọng, nghiên cứu vẫn tồn tại một số hạn chế như phạm vi khảo sát chưa bao phủ toàn bộ khu vực Nam Trung Bộ và dữ liệu được thu thập tại một thời điểm nhất định. Do đó, các nghiên cứu trong tương lai nên mở rộng phạm vi địa lý và thực hiện khảo sát theo chuỗi thời gian để đánh giá sự thay đổi trong mức độ sẵn sàng tham gia của công chúng.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- Agag, G. (2019). Understanding the determinants of guests' behaviour to use green P2P accommodation. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 31(9), 3417-3446.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational behavior and human decision processes*, 50(2), 179-211.
- Chen, Y. S., & Chang, C. H. (2012). Enhance green purchase intentions: The roles of green perceived value, green perceived risk, and green trust. *Management decision*, 50(3), 502-520.
- D'amato, D., Droste, N., Winkler, K. J., & Toppinen, A. (2019). Thinking green, circular or bio: Eliciting researchers' perspectives on a sustainable economy with Q method. *Journal of Cleaner Production*, 230, 460-476.
- Geng, Y., & Doberstein, B. (2008). Developing the circular economy in China: Challenges and opportunities for achieving 'leapfrog development'. *The International Journal of Sustainable Development & World Ecology*, 15(3), 231-239.
- Ghisellini, P., Cialani, C., & Ulgiati, S. (2016). A review on circular economy: the expected transition to a balanced interplay of environmental and economic systems. *Journal of Cleaner production*, 114, 11-32.
- Govindan, K., Shankar, K. M., & Kannan, D. (2016). Application of fuzzy analytic network process for barrier evaluation in automotive parts remanufacturing towards cleaner production—a study in an Indian scenario. *Journal of Cleaner Production*, 114, 199-213.
- Hashimoto, S., Fujita, T., Geng, Y., & Nagasawa, E. (2010). Realizing CO2 emission reduction through industrial symbiosis: A cement production case study for Kawasaki. *Resources, Conservation and Recycling*, 54(10), 704-710.
- Hao, Y., Wang, Y., Wu, Q., Sun, S., Wang, W., & Cui, M. (2020). What affects residents' participation in the circular economy for sustainable development? Evidence from China. *Sustainable Development*, 28(5), 1251-1268.
- Hou, X., Liu, J., & Zhang, D. (2019). Regional sustainable development: The relationship between natural capital utilization and economic development. *Sustainable Development*, 27(1), 183-195.
- Hung, H. T., Quyên, H. T. T., & Nhi, H. T. (2018). Các yếu tố ảnh hưởng đến hành vi tiêu dùng xanh của người tiêu dùng tại thành phố Huế. *Hue University Journal of Science: Economics and Development*, 127 (5A).
- Kirchherr, J., Reike, D., & Hekkert, M. (2017). Conceptualizing the circular economy: An analysis of 114 definitions. *Resources, conservation and recycling*, 127, 221-232.

- Liu, Q., Li, H. M., Zuo, X. L., Zhang, F. F., & Wang, L. (2009). A survey and analysis on public awareness and performance for promoting circular economy in China: A case study from Tianjin. *Journal of Cleaner Production*, 17(2), 265-270.
- Liu, Y., Segev, S., & Villar, M. E. (2017). Comparing two mechanisms for green consumption: cognitive-affect behavior vs theory of reasoned action. *Journal of Consumer Marketing*, 34(5), 442-454.
- Manca, S., & Fornara, F. (2019). Attitude toward sustainable transport as a function of source and argument reliability and anticipated emotions. *Sustainability*, 11(12), 3288.
- Ngan, S. L., How, B. S., Teng, S. Y., Promentilla, M. A. B., Yatim, P., Er, A. C., & Lam, H. L. (2019). Prioritization of sustainability indicators for promoting the circular economy: The case of developing countries. *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, 111, 314-331.
- Park, E. (2019). Social acceptance of green electricity: Evidence from the structural equation modeling method. *Journal of Cleaner Production*, 215, 796-805.
- Singhal, D., Jena, S. K., & Tripathy, S. (2019). Factors influencing the purchase intention of consumers towards remanufactured products: a systematic review and meta-analysis. *International Journal of Production Research*, 57(23), 7289-7299.
- Tựu, H. H., Ngọc, N. V., & Linh, Đ. P. (2018). Các nhân tố ảnh hưởng đến hành vi tiêu dùng xanh của người dân Nha Trang. *Tạp chí Quản lý và Kinh tế quốc tế*, 103(Số 103), 1-19.
- Wang, Y., Hazen, B. T., & Mollenkopf, D. A. (2018). Consumer value considerations and adoption of remanufactured products in closed-loop supply chains. *Industrial Management & Data Systems*, 118(2), 480-498.
- Xue, B., Chen, X. P., Geng, Y., Guo, X. J., Lu, C. P., Zhang, Z. L., & Lu, C. Y. (2010). Survey of officials' awareness on circular economy development in China: Based on municipal and county level. *Resources, Conservation and Recycling*, 54(12), 1296-1302.
- Yuan, Z., & Bi, J. (2006). The circular economy: A new development strategy in China. *Journal of industrial ecology*, 10.
- Zhao, X., Pan, W., & Chen, L. (2018). Disentangling the relationships between business model innovation for low or zero carbon buildings and its influencing factors using structural equation modelling. *Journal of Cleaner Production*, 178, 154-165.

PHỤ LỤC

Bảng 1. Kết quả phân tích độ tin cậy và độ giá trị hội tụ của thang đo

Biến số và chỉ báo	Hệ số tải	Alpha	CR	AVE
<i>Chuẩn chủ quan (SN)</i>		0,91	0,92	0,60
1. SN1	0,74			
2. SN2	0,73			
3. SN3	0,79			
4. SN4	0,80			
5. SN5	0,78			
6. SN6	0,81			
7. SN7	0,76			
8. SN8	0,82			
<i>Kiểm soát hành vi (PBC)</i>		0,90	0,93	0,67
1. PBC1	0,79			
2. PBC2	0,76			
3. PBC3	0,84			
4. PBC4	0,85			
5. PBC5	0,82			
6. PBC6	0,85			
<i>Sự sẵn sàng hy sinh cho môi trường (WSE)</i>		0,94	0,95	0,72
1. WSE1	0,82			
2. WSE2	0,82			
3. WSE3	0,88			
4. WSE4	0,83			
5. WSE5	0,86			
6. WSE6	0,86			
7. WSE7	0,87			
8. WSE8	0,83			
<i>Cảm xúc tích cực mong đợi (PAE)</i>		0,94	0,95	0,80
1. PAE1	0,86			
2. PAE2	0,91			
3. PAE3	0,90			
4. PAE4	0,92			
5. PAE5	0,88			

Lợi ích kinh tế cảm nhận (PEB)		0,93	0,95	0,75
1. PEB1	0,86			
2. PEB2	0,88			
3. PEB3	0,86			
4. PEB4	0,89			
5. PEB5	0,86			
6. PEB6	0,84			
Ý định mua hàng xanh (GPI)		0,84	0,88	0,61
1. GPI1	0,87			
2. GPI2	0,71			
3. GPI3	0,75			
4. GPI4	0,76			
5. GPI5	0,79			
Sự sẵn sàng tham gia (WE)		0,91	0,93	0,73
1. WE1	0,87			
2. WE2	0,87			
3. WE3	0,83			
4. WE4	0,84			
5. WE5	0,85			

Ghi chú: CR: độ tin cậy tổng hợp; AVE: Phương sai trích.

Nguồn: Nhóm tác giả (2025)

Bảng 2. Độ giá trị phân biệt của thang đo theo ma trận HTMT

Khái niệm	1	2	3	4	5	6	7
1. GPI							
2. PAE	0.811						
3. PBC	0.521	0.669					
4. PEB	0.801	0.701	0.488				
5. SN	0.681	0.602	0.574	0.734			
6. WE	0.734	0.848	0.596	0.692	0.525		
7. WSE	0.745	0.829	0.740	0.659	0.612	0.712	

Nguồn: Nhóm tác giả (2025)

Bảng 3. Kết quả ước lượng mô hình cấu trúc

Đường dẫn	Giá thuyết	Mô hình nghiên cứu			VIF	Kết luận
		β	t-value	Bootstrap		
GPI \rightarrow WE	H1	0,155	3,896	[0,077;0,233]	2,077	Ủng hộ
SN \rightarrow GPI	H2	0,130	2,809	[0,044;0,226]	1,984	Ủng hộ
WSE \rightarrow GPI	H3	0,342	5,956	[0,229;0,451]	1,743	Ủng hộ
PEB \rightarrow GPI	H4	0,409	8,011	[0,309;0,514]	2,193	Ủng hộ
PAE \rightarrow WE	H5	0,597	13,519	[0,509;0,681]	2,680	Ủng hộ
PBC \rightarrow WE	H6	0,117	3,302	[0,049;0,189]	1,656	Ủng hộ
R ²	R ² _{WE} = 0,633					
Độ lớn tác động (f ²)	f ² _{SN \rightarrow GPI} = 0,021					
	f ² _{WSE \rightarrow GPI} = 0,167					
	f ² _{PEB \rightarrow GPI} = 0,190					
	f ² _{PAE \rightarrow WE} = 0,362					
	f ² _{PBC \rightarrow WE} = 0,023					
	f ² _{GPI \rightarrow WE} = 0,032					
Stone-Geisser's Q ²	Q ² _{WE} = 0,454					

Nguồn: Nhóm tác giả (2025)