

## Nghiên cứu các yếu tố tác động đến ý định tham gia nền kinh tế tuần hoàn của giới trẻ ở thành phố Đà Nẵng

### Research on factors affecting participation intention in the circular economy of the youth in Da Nang City

Nguyễn Thị Thu Hà<sup>1\*</sup>

<sup>1</sup>Trường Đại học Kinh tế, Đại học Đà Nẵng, Việt Nam

\*Tác giả liên hệ, Email: ha.ntt@due.edu.vn

#### THÔNG TIN

DOI:10.46223/HCMCOUJS.  
econ.vi.20.4.3798.2025

Ngày nhận: 15/10/2024

Ngày nhận lại: 14/12/2024

Duyệt đăng: 21/01/2025

Mã phân loại JEL:

O11; O44

*Từ khóa:*

giới trẻ; kinh tế tuần hoàn;  
phát triển bền vững; PLS-  
SEM; thành phố Đà Nẵng;  
ý định tham gia

*Keywords:*

the youth; circular economy;  
sustainable development;  
PLS-SEM; Da Nang City;  
participation intention

#### TÓM TẮT

Kinh tế tuần hoàn giúp giảm thiểu rác thải, tối ưu tài nguyên và giải quyết vấn đề môi trường. Nghiên cứu đánh giá tác động của các yếu tố đến ý định tham gia kinh tế tuần hoàn của giới trẻ Đà Nẵng. Dữ liệu được thu thập từ 352 người độ tuổi 18 - 40 với phương pháp chọn mẫu phi xác suất thuận tiện. Kết quả PLS-SEM cho thấy lợi ích kinh tế cá nhân, thái độ với môi trường và nhận thức kiểm soát hành vi có tác động tích cực và đáng kể, nhưng chuẩn mực chủ quan và thái độ với quyết định không có tác động đến ý định tham gia. Ngụ ý rằng thay vì chịu ảnh hưởng bởi áp lực xã hội từ những người quan trọng xung quanh, giới trẻ Đà Nẵng bị ảnh hưởng bởi nhận thức về lợi ích thực tế hoặc các chính sách hỗ trợ. Điểm mới là nghiên cứu mở rộng lý thuyết hành vi dự định và lượng hóa tác động, tập trung vào thái độ của giới trẻ trong bối cảnh chuyển đổi còn hạn chế. Hàm ý chính sách là thành phố cần kết hợp hỗ trợ khởi nghiệp, đổi mới sáng tạo, nâng cao nhận thức môi trường, cùng với đầu tư hạ tầng xanh để thúc đẩy giới trẻ tham gia vào kinh tế tuần hoàn, hướng đến phát triển bền vững.

#### ABSTRACT

The circular economy helps reduce waste, optimize resources, and address environmental issues. This study evaluates the factors influencing the intention of Da Nang's youth to participate in the circular economy. Data were collected from 352 individuals aged 18 - 40 using a convenience non-probability sampling method. PLS-SEM results indicate that personal economic benefits, attitudes toward the environment, and perceived behavioral control have significant positive impacts, while subjective norms and attitudes toward the decision do not affect their intention to participate in the circular economy. This implies that rather than being influenced by social pressure from important others; the youth are more impacted by their perception of practical benefits or supportive policies. The novelty of this research is its expansion of the theory of planned behavior and quantification of its impact, focusing on youth attitudes within a context of limited circular economy transition. Policy implications include integrating entrepreneurship support, innovation, and environmental awareness through education and communication, alongside investments in green infrastructure, to encourage youth participation in the circular economy, contributing to sustainable development.

## 1. Đặt vấn đề

Giảm phát thải khí nhà kính, giải quyết tình trạng cạn kiệt tài nguyên, ô nhiễm môi trường và tối ưu hóa quản lý chất thải đã trở thành những vấn đề nóng bỏng trên toàn cầu trong những năm gần đây (Dantas & ctg., 2021). Đồng thời, sự phát triển kinh tế nhanh chóng và quá trình đô thị hóa tăng mạnh, kết hợp với sự gia tăng dân số và mức sống, đã dẫn đến lượng chất thải rắn tăng vọt tại nhiều quốc gia trên thế giới, đặc biệt là ở các nước đang phát triển trong đó có Việt Nam (Guerrero & ctg., 2013).

Thành phố Đà Nẵng đang đối mặt với vấn đề nghiêm trọng về rác thải, đặc biệt là rác thải nhựa, với khoảng 80,000 tấn rác thải nhựa mỗi năm. Mỗi ngày, thành phố tạo ra khoảng 1,100 tấn chất thải rắn, dự báo sẽ tăng gấp đôi trong 04 - 05 năm tới. Khoảng 90% lượng rác thải này được đổ vào các bãi rác, gây áp lực lên quy hoạch đô thị và tác động tiêu cực đến môi trường và sức khỏe người dân (Anh Dung, 2023). Áp lực môi trường ngày càng gia tăng đang thách thức sự phát triển kinh tế của Đà Nẵng. Trong bối cảnh đó, kinh tế tuần hoàn được coi là giải pháp tối ưu để cân bằng giữa phát triển bền vững và bảo vệ môi trường. Thành phố đã triển khai nhiều kế hoạch, nổi bật là Đề án “Xây dựng Đà Nẵng - Thành phố Môi trường giai đoạn 2021 - 2030” theo hướng đô thị sinh thái của Nghị quyết 43-NQ/TW (Ủy ban Nhân dân thành phố Đà Nẵng, 2021). Những nỗ lực này đã mang lại thành tựu ban đầu, tạo nền tảng cho việc chuyển đổi sang kinh tế tuần hoàn.

Trong bối cảnh này, giới trẻ không chỉ đóng vai trò là đối tượng chịu tác động trực tiếp của các vấn đề môi trường mà còn là lực lượng tiên phong thúc đẩy sự thay đổi bền vững (CESCY Project, 2022). Tuy nhiên, việc chuyển đổi từ nhận thức sang hành động trong nền kinh tế tuần hoàn vẫn chưa thực sự rõ nét, đòi hỏi một sự nghiên cứu toàn diện về các yếu tố ảnh hưởng đến ý định hành vi của họ.

Một số nghiên cứu gần đây chỉ ra rằng sự tham gia của giới trẻ vào các hoạt động bền vững chịu ảnh hưởng mạnh mẽ bởi các yếu tố tâm lý, xã hội và môi trường. Chẳng hạn, thái độ tích cực đối với môi trường, cảm nhận trách nhiệm xã hội, và sự hỗ trợ từ cộng đồng có thể khuyến khích ý định tham gia kinh tế tuần hoàn (So & ctg., 2021). Đặc biệt, tại các khu vực đô thị đang phát triển như Đà Nẵng, áp lực từ ô nhiễm môi trường và sự gia tăng chất thải đòi hỏi các nghiên cứu địa phương hóa nhằm tối ưu hóa chiến lược can thiệp.

Kinh tế tuần hoàn không chỉ là vấn đề môi trường mà còn gắn liền với sự phát triển kinh tế và văn hóa cộng đồng. Việc tích hợp các yếu tố động lực cá nhân như mong muốn đóng góp vào cộng đồng, giảm thiểu chi phí sinh hoạt, hoặc tiếp cận công nghệ xanh có thể thúc đẩy ý định tham gia kinh tế tuần hoàn (Islam & ctg., 2021; Kirchherr & ctg., 2017). Lý thuyết hành vi hoạch định (Theory of Planned Behaviour - TPB) đặc biệt phù hợp trong nghiên cứu các quyết định có ý thức và dựa trên sự cân nhắc của cá nhân bởi nó cung cấp một công cụ hiệu quả (tập trung vào các yếu tố tâm lý như thái độ, chuẩn mực xã hội, hành vi) để đánh giá tác động. Bên cạnh đó, TPB rất linh hoạt, có thể tích hợp thêm các yếu tố như nhận thức về trách nhiệm xã hội, rủi ro môi trường hoặc động lực cá nhân, để đánh giá tác động của chúng đến ý định tham gia nền kinh tế tuần hoàn trong bối cảnh đặc thù (So & ctg., 2021). Do đó, nghiên cứu này dựa trên lý thuyết TPB để đánh giá mức độ ảnh hưởng của các nhân tố đến ý định tham gia kinh tế tuần hoàn của giới trẻ Đà Nẵng. Nghiên cứu đề xuất một số hàm ý chính sách cho chính quyền địa phương dưới góc độ tiếp cận hành vi và thái độ của người dân khi chuyển đổi sang nền kinh tế tuần hoàn, nhằm hỗ trợ Đà Nẵng đạt được mục tiêu trở thành thành phố môi trường vào năm 2030.

## 2. Cơ sở lý thuyết và giả thuyết nghiên cứu

Kinh tế tuần hoàn là hệ thống tái tạo và khôi phục dựa trên các kế hoạch và thiết kế chủ động nhằm mang lại lợi ích cho môi trường và nhân loại. Thay vì kết thúc vòng đời vật liệu, kinh

tế tuần hoàn tập trung vào khôi phục, sử dụng năng lượng tái tạo, loại bỏ hóa chất độc hại, tái sử dụng tài nguyên, và giảm thiểu chất thải thông qua thiết kế sản phẩm, hệ thống kỹ thuật và mô hình kinh doanh (Ellen MacArthur Foundation, 2015). Kinh tế tuần hoàn gồm ba yếu tố chính: Bảo tồn và phát triển vốn tự nhiên bằng cách sử dụng hợp lý tài nguyên không thể phục hồi và ưu tiên năng lượng tái tạo, tối ưu hóa giá trị tài nguyên thông qua việc tái sử dụng sản phẩm và vật liệu và nâng cao hiệu suất hệ thống bằng cách thiết kế các giải pháp giảm thiểu chất thải và ô nhiễm.

Lý thuyết TPB giải thích và dự đoán các hành vi có chủ ý của con người trong bối cảnh có sự cân nhắc và lập kế hoạch. TPB nhấn mạnh rằng ý định thực hiện hành vi là yếu tố trung tâm dẫn đến hành vi, và ý định này được hình thành từ ba yếu tố chính: Thái độ đối với hành vi phản ánh cảm nhận tích cực hay tiêu cực của một cá nhân về việc thực hiện hành vi. Nếu một cá nhân nhận thấy hành vi mang lại lợi ích lớn hơn rủi ro, ý định thực hiện hành vi sẽ cao hơn. Chuẩn mực chủ quan phản ánh áp lực xã hội mà cá nhân cảm nhận được từ những người quan trọng đối với họ, như gia đình, bạn bè, hoặc cộng đồng. Kiểm soát hành vi cảm nhận thể hiện sự nhận thức của cá nhân về khả năng thực hiện hành vi, bao gồm việc họ có đủ nguồn lực và cơ hội hay không (Ajzen, 1991).

Ý định tham gia kinh tế tuần hoàn không phải là một hành vi tự phát mà đòi hỏi sự cân nhắc dựa trên nhận thức, thái độ, và áp lực xã hội. TPB cung cấp một khung lý thuyết toàn diện để phân tích các yếu tố tâm lý và xã hội tác động đến ý định này. Nghiên cứu trước đây đã chứng minh hiệu quả của TPB trong dự đoán hành vi môi trường như tái chế chất thải, tiêu dùng bền vững, và sử dụng năng lượng tái tạo (Kumar, 2020). Bên cạnh các yếu tố cốt lõi, TPB được mở rộng bằng cách tích hợp các yếu tố đặc thù trong bối cảnh của địa phương Đà Nẵng như: Nhận thức trách nhiệm xã hội thể hiện vai trò của giới trẻ trong việc góp phần giảm áp lực môi trường tại địa phương. Rủi ro môi trường là nhận thức về mức độ nghiêm trọng của vấn đề rác thải nhựa và ô nhiễm môi trường ở Đà Nẵng. Động lực cá nhân là mong muốn cải thiện chất lượng sống và thúc đẩy hình ảnh thành phố môi trường.

Ý định hành vi là yếu tố dự báo mạnh mẽ nhất cho hành vi thực tế. Kinh tế tuần hoàn đòi hỏi sự cam kết không chỉ ở cấp độ cá nhân mà còn trong việc lan tỏa và hỗ trợ các hoạt động phát triển (Armitage & Conner, 2001). Ý định tham gia (Intention to Participate - IP) bao trùm 03 khía cạnh: Ý định cá nhân, ý định hỗ trợ cộng đồng và ý định ảnh hưởng đến người khác. Do đó, IP gồm 03 nội dung: Tôi sẽ tham gia kinh tế tuần hoàn (IP1), Tôi sẽ hỗ trợ các hoạt động phát triển kinh tế tuần hoàn (IP2), Tôi sẽ giới thiệu người khác tham gia kinh tế tuần hoàn (IP3).

Thái độ với môi trường (Attitude Towards the Environment - ATE) là khuynh hướng phản ứng thuận lợi hoặc bất lợi đối với môi trường (Nik Ramli, 2009), mà còn là tập hợp niềm tin, ảnh hưởng và ý định của người liên quan đến các vấn đề môi trường (Schultz & ctg., 2004). Giới trẻ thể hiện mối quan tâm mạnh mẽ đến môi trường và thường tích cực tham gia vào các giải pháp môi trường gồm tìm kiếm sản phẩm xanh và thay thế sản phẩm thông thường trong cuộc sống (Czajkowska & Ingaldi, 2023; Kurbanov & Prokhoda, 2019). Mua sản phẩm và dịch vụ xanh được xem là một phần quan trọng của kinh tế tuần hoàn. Do đó, thái độ tích cực đối với môi trường là động lực quan trọng đằng sau việc giới trẻ tham gia vào nền kinh tế tuần hoàn.

Lý thuyết giá trị-nhận thức-hành vi của Stern (2000) nhấn mạnh thái độ với môi trường (ATE) không chỉ đánh giá thái độ của cá nhân đối với bảo vệ môi trường mà còn phản ánh mức độ cam kết và sẵn sàng hành động của họ để bảo vệ môi trường và được đo lường bằng 06 tiêu chí. Cụ thể, 02 tiêu chí đánh giá mức độ trách nhiệm và cam kết sâu sắc của cá nhân với sự phát triển bền vững và bảo vệ môi trường (Tôi sẵn sàng bỏ sản phẩm/dịch vụ mà tôi yêu thích nếu chúng gây tổn hại đến môi trường tự nhiên (ATE1), Tôi sẵn sàng làm việc tốt cho môi trường mà không cần ai biết hay cảm ơn (ATE2)), 01 câu hỏi nhấn mạnh mức độ kiên quyết và chủ động

của cá nhân trong việc bảo vệ môi trường, bất chấp sự bất tiện (Tôi sẵn sàng làm những công việc có ích cho môi trường ngay cả khi điều đó không thuận tiện (ATE3), 02 câu hỏi liên quan đánh giá mức độ tham gia thực tế vào hành vi tiêu dùng bền vững (Tôi thường mua những sản phẩm xanh (ATE4)), Tôi sẽ sử dụng sản phẩm/dịch vụ tái chế (ATE6)) và 01 câu về nhận thức của người tiêu dùng về những sản phẩm có thể làm giảm tác động tiêu cực đối với khí hậu (Tôi sẽ mua sản phẩm/dịch vụ giúp giảm lượng khí thải CO<sub>2</sub> (ATE5)).

*H1: Thái độ với môi trường tác động tích cực đến ý định tham gia nền kinh tế tuần hoàn của giới trẻ ở Đà Nẵng*

Chuẩn mực chủ quan (Subjective Norms - SJN) thể hiện mức độ ảnh hưởng của những người xung quanh khi đưa ra quyết định hoặc thực hiện các hành vi cụ thể (Singhal & ctg., 2019). Kassim và cộng sự (2023) nhấn mạnh vai trò quan trọng của ảnh hưởng xã hội với hành vi và ý định tái chế của cá nhân. SJN là yếu tố quan trọng trong việc xác định ý định tham gia vào nền kinh tế tuần hoàn của giới trẻ. Theo lý thuyết TPB, ảnh hưởng xã hội từ thành viên gia đình, bạn bè và người nổi tiếng ngăn cản hoặc khuyến khích các cá nhân mua và sử dụng công nghệ mới. Do đó, thái độ của thành viên gia đình và mọi người sẽ ảnh hưởng đến ý định mua sản phẩm xanh của cá nhân. Wu và cộng sự (2020) khẳng định SJN thúc đẩy ý định bảo vệ môi trường và ảnh hưởng mạnh mẽ đến ý định mua sản phẩm/dịch vụ xanh. Nếu những người xung quanh một cá nhân sẵn sàng mua sản phẩm của nền kinh tế tuần hoàn, thì ý định mua sản phẩm/dịch vụ của người đó cũng tăng lên. Do đó, SJN được đánh giá qua 03 câu hỏi: Tôi sẽ mua những sản phẩm xanh nếu các thành viên trong gia đình, bạn bè của tôi cũng mua những sản phẩm này (SJN1), Ý kiến của các chuyên gia và người nổi tiếng có thể ảnh hưởng đến quyết định tham gia kinh tế tuần hoàn của tôi (SJN2), Tôi sẽ mua những sản phẩm của nền kinh tế tuần hoàn nếu bạn bè tôi mua những sản phẩm này (SJN3).

*H2: Chuẩn mực chủ quan tác động tích cực đến ý định tham gia nền kinh tế tuần hoàn của giới trẻ ở Đà Nẵng*

Lợi ích kinh tế cá nhân (Benefits of personal Economics - BOE) là yếu tố quan trọng ảnh hưởng đến quyết định tiêu dùng, đặc biệt giới trẻ - nhóm tuổi thường nhạy cảm với giá cả và chi phí (Ajzen, 1991). BOE bao gồm các chi phí mua sản phẩm, vận hành, thải bỏ sản phẩm (chi phí hoặc nỗ lực cần thiết để xử lý sản phẩm khi không còn sử dụng được) và chi phí cơ hội (giá trị của những lợi ích bị mất khi người tiêu dùng chọn mua sản phẩm này thay vì sản phẩm khác) (Grewal & ctg., 1998). Chi phí mua sản phẩm (giá sản phẩm) tác động tiêu cực đến số lượng mua và sử dụng. Nhận thức về giá cả là yếu tố quan trọng ảnh hưởng đến quyết định mua hàng của người tiêu dùng trẻ với các sản phẩm xanh (Raza & ctg., 2021; Tan & ctg., 2019). Nhiều nghiên cứu (D'Souza & ctg., 2006; Gleim & ctg., 2013; Peattie, 2010; Rokka & Uusitalo, 2008) cho biết người tiêu dùng thường rất nhạy cảm với giá và thường không sẵn lòng trả thêm tiền cho các sản phẩm xanh. Giá cả của sản phẩm xanh đóng vai trò quan trọng trong quyết định mua hàng của giới trẻ. Tuy nhiên, thực tế việc sử dụng các sản phẩm xanh thường mang lại nhiều lợi ích khác bù đắp cho giá ban đầu cao như: Sản phẩm thân thiện với môi trường thường dễ dàng tái chế hoặc ít gây ô nhiễm hơn, giảm thiểu chi phí xử lý cuối vòng đời (Stahel, 2016). Tóm lại, BOE liên quan đến tài chính khách hàng (chi phí), tức là khách hàng sẵn sàng trả bao nhiêu cho sản phẩm và dịch vụ công nghệ mới. BOE lâu dài là yếu tố thúc đẩy người tiêu dùng tham gia nền kinh tế tuần hoàn, được mô tả bởi: Tôi sẽ gắn bó với sản phẩm/dịch vụ của nền kinh tế tuần hoàn nếu giá của chúng thường xuyên giảm (BOE1), Tôi sẽ mua sản phẩm/dịch vụ của nền kinh tế tuần hoàn nếu nó rẻ hơn sản phẩm/dịch vụ truyền thống (BOE2), Tôi sẽ ủng hộ nền kinh tế tuần hoàn nếu nó có thể giúp giảm chi phí và giá sản phẩm (BOE3).

*H3: Lợi ích kinh tế cá nhân tác động tích cực đến ý định tham gia kinh tế tuần hoàn của giới trẻ ở Đà Nẵng*

Thái độ đối với hành vi (Attitude Towards Individual behavior - ATI) phản ánh cảm xúc của mọi người về một hành vi cụ thể, là yếu tố quan trọng trong việc xác định ý định thực hiện hành vi đó (Albarracin & Ajzen, 2007). Cá nhân đưa ra lựa chọn dựa trên tiện ích, mà còn dựa trên kỳ vọng chủ quan và trải nghiệm cảm giác vui vẻ. ATI được đánh giá ở 03 khía cạnh: Cảm xúc tích cực, niềm tự hào cá nhân và sự hài lòng tổng thể. Việc mua các sản phẩm và dịch vụ xanh cũng được coi là nhận thức về nền kinh tế tuần hoàn (Wang & ctg., 2009). Theo đó, ATI thể hiện qua 03 câu hỏi: Tôi rất vui khi mua sản phẩm/dịch vụ của nền kinh tế tuần hoàn (ATI1), Tôi rất hãnh diện khi mua sản phẩm/dịch vụ của nền kinh tế tuần hoàn (ATI2), Tôi cảm thấy hài lòng khi mua sản phẩm/dịch vụ của nền kinh tế tuần hoàn (ATI3).

*H4: Thái độ với quyết định tác động tích cực đến ý định tham gia kinh tế tuần hoàn của giới trẻ ở Đà Nẵng*

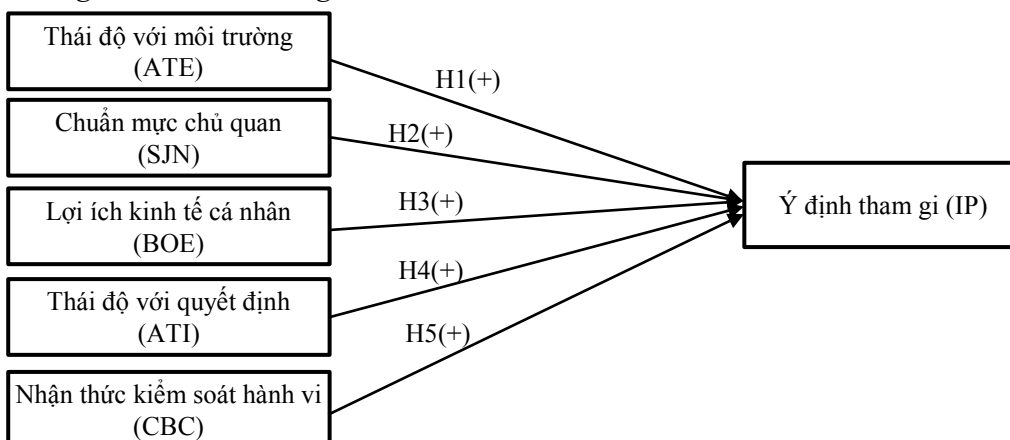
Nhận thức kiểm soát hành vi (Perceived Behavioral Control - CBC) được tiếp cận ở nhiều góc độ. CBC là phản ứng của cá nhân trước các yếu tố hoặc sự kiện có thể cản trở hành động mà họ dự định thực hiện (Bateson, 2000). Fishbein và Ajzen (2010) cho rằng CBC là mức độ khó khăn mà cá nhân cảm nhận được khi thực hiện một hành vi cụ thể. Cá nhân có nhận thức kiểm soát hành vi cao hơn thường tham gia tích cực vào các hành vi tái chế và tiết kiệm năng lượng (Liu & ctg., 2021). Baumgartner và Wiradhany (2021) khẳng định CBC đánh giá chủ quan mức độ chấp nhận của cá nhân khi thực hiện một hành vi cụ thể. Các yếu tố như nguồn lực hoặc cơ hội ảnh hưởng đến hành vi của cá nhân. CBC ảnh hưởng đáng kể đến ý nguyện mua sản phẩm tái sử dụng. Khi cá nhân có quan điểm tích cực về hành vi, mức độ sẵn sàng chấp nhận hành vi bị ảnh hưởng bởi khả năng kiểm soát hành vi được nhận thức. Theo đó, CBC được đánh giá qua 03 tiêu chí: Tôi có đủ tiền để sử dụng những sản phẩm của nền kinh tế tuần hoàn (CBC1), Tôi có đủ hiểu biết để tham gia nền kinh tế tuần hoàn (CBC2), Tôi ưu tiên sử dụng những sản phẩm của nền kinh tế tuần hoàn (CBC3).

*H5: Nhận thức kiểm soát hành vi tác động tích cực đến ý định tham gia kinh tế tuần hoàn của giới trẻ ở Đà Nẵng*

Từ các giả thuyết được xây dựng, khung phân tích được mô tả ở Hình 1 với các biến độc lập (Thái độ với môi trường, chuẩn mực chủ quan, lợi ích kinh tế cá nhân, thái độ với quyết định, nhận thức kiểm soát hành vi).

## Hình 1

### Khung Phân Tích của Nghiên Cứu



Nguồn: Tác giả tổng hợp và xây dựng

### 3. Phương pháp nghiên cứu

#### 3.1. Dữ liệu nghiên cứu và phương pháp chọn mẫu

Dữ liệu thu thập thông qua phương pháp phi xác suất với kỹ thuật lấy mẫu thuận tiện. Mặc dù phương pháp này chưa đảm bảo được tính đại diện, dễ bị sai lệch, nhưng trong nghiên cứu khám phá, phương pháp này rất hữu ích, giúp nhanh chóng thu thập dữ liệu từ nhóm đối tượng có sẵn (Bryman & Bell, 2015).

Khảo sát tiến hành bằng cách gửi phiếu trực tuyến và khảo sát trực tiếp người dân từ 18 đến 40 tuổi tại 08 quận, huyện của Đà Nẵng. Tổng cộng có 359 phiếu khảo sát phát ra, trong đó 352 phiếu hợp lệ. Bảng câu hỏi gồm 02 phần: Phần đầu thu thập thông tin cá nhân; phần thứ hai đánh giá ý định tham gia kinh tế tuần hoàn, sử dụng thang đo Likert 5 điểm từ 1 - “rất không đồng ý” đến 5 - “rất đồng ý” (Bryman, 2003).

Trong PLS-SEM, phương pháp phổ biến để ước tính kích thước mẫu tối thiểu là “quy tắc 10 lần” (Hair & ctg., 2011). Kích thước mẫu phải lớn hơn 10 lần số lượng tối đa các liên kết bên trong hoặc bên ngoài mô hình. Do đó, 352 phiếu khảo sát thu thập được đảm bảo dữ liệu tin cậy cho việc kiểm định và phân tích mô hình.

#### 3.2. Phương pháp nghiên cứu thực nghiệm

Nghiên cứu sử dụng kỹ thuật mô hình cấu trúc bình phương nhỏ nhất từng phần (PLS-SEM) và phần mềm SmartPLS4 để xử lý dữ liệu nhằm đánh giá mức độ tác động của các biến tiềm ẩn đến biến phụ thuộc. PLS-SEM được sử dụng để tối ưu hóa việc giải thích phương sai của các cấu trúc nội sinh, là lựa chọn phù hợp nhất cho các nghiên cứu khám phá, với khả năng hoạt động tương tự như kỹ thuật hồi quy bội.

PLS-SEM gồm mô hình đo lường nguyên nhân (formative) và mô hình đo lường kết quả (reflective). Mô hình nguyên nhân phù hợp để nghiên cứu các yếu tố tác động trực tiếp đến khái niệm, như “lợi ích kinh tế” hay “thái độ môi trường” ảnh hưởng đến hành vi (Diamantopoulos & Winklhofer, 2001). Trong khi đó, mô hình kết quả được áp dụng khi các chỉ số là biểu hiện của một khái niệm chính. Nghiên cứu về ý định tham gia kinh tế tuần hoàn của giới trẻ Đà Nẵng sử dụng mô hình kết quả, với ý định tham gia là khái niệm trừu tượng, được phản ánh qua các chỉ số như mức độ đồng thuận, mong muốn hành động, hoặc cam kết. Các chỉ số này có quan hệ tương đồng, tức thay đổi của một chỉ số thường kéo theo thay đổi của các chỉ số khác, thể hiện bản chất của mô hình kết quả (Jarvis & ctg., 2003).

Việc đánh giá mô hình đo lường dựa trên tính nhất quán và độ chuẩn xác, được đánh giá qua hệ số tải của các tiêu chí (item loading), độ tin cậy tổng hợp (CR), và giá trị trung bình của phương sai (AVE). Hệ số tải lớn hơn 0.70 là hợp lý để xác nhận biến nằm trong cấu trúc của nó, trong khi CR lớn hơn 0.70 nghĩa là mô hình chuẩn xác.

Phương sai trích (AVE) xác định lượng phương sai được giải thích bởi cấu trúc từ mỗi biến do lỗi đo lường. AVE nên đạt ít nhất 0.50, ngụ ý rằng cấu trúc cần nắm bắt ít nhất 50% phương sai (Fornell & Lacker, 1981). Kiểm tra tính phân biệt được thực hiện thông qua chỉ số HTMT, với ngưỡng tiêu chuẩn là 0.85 (Kline, 2015).

Trong mô hình cấu trúc, hiện tượng đa cộng tuyến (mối quan hệ giữa các biến độc lập trong mô hình để đảm bảo các dự báo là đáng tin cậy) được kiểm tra dựa vào chỉ số hệ số phóng đại phương sai (VIF). Chỉ số này đánh giá mối quan hệ giữa các biến độc lập trong mô hình để đảm bảo các dự báo là đáng tin cậy. Nếu  $VIF < 5$  mô hình không có vấn đề đa cộng tuyến nghiêm trọng (Hair & ctg., 2011). Đồng thời, mô hình cấu trúc được xem xét thông qua giá trị hệ số đường dẫn ở mức ý nghĩa 5% để thể hiện mối quan hệ giữa các cấu trúc. Kiểm tra chẩn đoán

được thực hiện để xác thực tính hợp lệ và độ mạnh của mô hình, dựa trên giá trị của R2. Giá trị f2 cho biết kích thước hiệu ứng - hay đóng góp tổng thể của nghiên cứu, với 0.02 biểu thị hiệu ứng nhỏ, 0.15 biểu thị hiệu ứng trung bình, và trên 0.35 biểu thị hiệu ứng lớn (Cohen, 1988).

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

##### 4.1. Thống kê mô tả

Kết quả khảo sát cho thấy đa số người tham gia khảo sát là nữ (62.6%), nhóm tuổi 18 - 22 (33.1%) và 23 - 30 (51.59%), phần lớn sinh sống ở quận Ngũ Hành Sơn, Hải Châu và Liên Chiểu (54.7%, 13.3% và 16.2%), có trình độ cao đẳng/đại học (67.3%).

##### 4.2. Kết quả của mô hình phương trình cấu trúc

###### 4.2.1. Mô hình đo lường

Kiểm định mô hình bên ngoài dựa trên giá trị hội tụ (AVE) và giá trị phân biệt (HTMT). Kết quả nghiên cứu đáng tin cậy khi giá trị Cronbach's Alpha lớn hơn 0.60 và độ ổn định tổng hợp (composite reliability) trên các tiêu chí cho mỗi biến lớn hơn 0.70.

#### Bảng 1

Kết Quả Kiểm Tra Độ Tin Cậy và Giá Trị Hội Tụ

Biến	Các tiêu chí đánh giá	Hệ số tải	Độ tin cậy tổng hợp	Cronbach's Alpha	AVE
Thái độ với môi trường (ATE)	ATE1	0.866	0.926	0.904	0.678
	ATE2	0.812			
	ATE3	0.741			
	ATE4	0.741			
	ATE5	0.883			
	ATE6	0.884			
Thái độ với hành vi (ATI)	ATI1	0.929	0.937	0.902	0.833
	ATI2	0.904			
	ATI3	0.905			
Lợi ích kinh tế cá nhân (BOE)	BOE1	0.929	0.931	0.889	0.818
	BOE2	0.912			
	BOE3	0.872			
Nhận thức kiểm soát hành vi (CBC)	CBC1	0.829	0.896	0.827	0.741
	CBC2	0.908			
	CBC3	0.844			
Sự tham gia (IP)	IP1	0.906	0.933	0.893	0.824
	IP2	0.890			
	IP3	0.927			
Chuẩn mực chủ quan	SJN1	0.812	0.894	0.823	0.737
	SJN2	0.847			
	SJN3	0.913			

Nguồn: Tính toán bằng phần mềm SmartPLS4

Biến tiềm ẩn có ý nghĩa khi hệ số tải lớn hơn hoặc bằng 0.7, vì  $[0.7]^2 = 0.5$ , cho thấy biến tiềm ẩn đó giải thích ít nhất 50% sự biến thiên của biến quan sát. Tất cả biến ở Bảng 1 đều có hệ số tải vượt ngưỡng 0.7, đảm bảo tính phân biệt.

**Bảng 2**

*Tính Phân Biệt Theo Fornell-Larcker và HTMT*

Biến	ATE	ATI	BOE	CBC	IP
ATE					
ATI	0.648				
BOE	0.685	0.648			
CBC	0.816	0.645	0.715		
IP	0.620	0.430	0.696	0.625	
SJN	0.527	0.521	0.567	0.500	0.421

Nguồn: Tính toán bằng phần mềm SmartPLS4

*4.2.2. Mô hình cấu trúc và kiểm định giả thuyết*

Kết quả cho thấy mô hình dự đoán gần như hoàn toàn phù hợp với dữ liệu thực tế, với chỉ số SRMR đạt 0.067 (< 0.08). Không có hiện tượng đa cộng tuyến, khi tất cả hệ số VIF đều dưới 3. Hệ số R2, đo lường khả năng giải thích tổng thể của các biến độc lập đối với biến phụ thuộc “ý định tham gia,” đạt mức tối thiểu 0.26. Điều này cho thấy mô hình có khả năng giải thích một phần đáng kể của biến phụ thuộc.

Giá trị R2 là 0.519, nghĩa là 51.9% phương sai của biến phụ thuộc được giải thích bởi các biến độc lập. Giá trị f2 từ 0.002 đến 0.15 cho thấy các biến độc lập đều có tác động ở mức độ nhỏ đến biến phụ thuộc “Ý định tham gia”.

Để xác định tính chấp nhận của mô hình và kiểm tra các giả thuyết, nghiên cứu đã tiến hành phân tích hệ số đường dẫn cùng với ý nghĩa thống kê của chúng. Kết quả bootstrapping được mô tả ở Bảng 3 và Hình 2.

**Bảng 3**

*Kiểm Định Giả Thuyết của Mô Hình*

Biến	Hệ số đường dẫn	Giá trị t	Giá trị p	Kết luận
ATE -> IP	0.228	3.508	0.000	Giả thuyết H1 được chấp nhận
ATI -> IP	-0.087	1.839	0.066	Giả thuyết H4 không được chấp nhận
BOE -> IP	0.412	6.752	0.000	Giả thuyết H3 được chấp nhận
CBC -> IP	0.164	2.865	0.004	Giả thuyết H5 được chấp nhận
SJN -> IP	0.038	0.785	0.433	Giả thuyết H2 không được chấp nhận

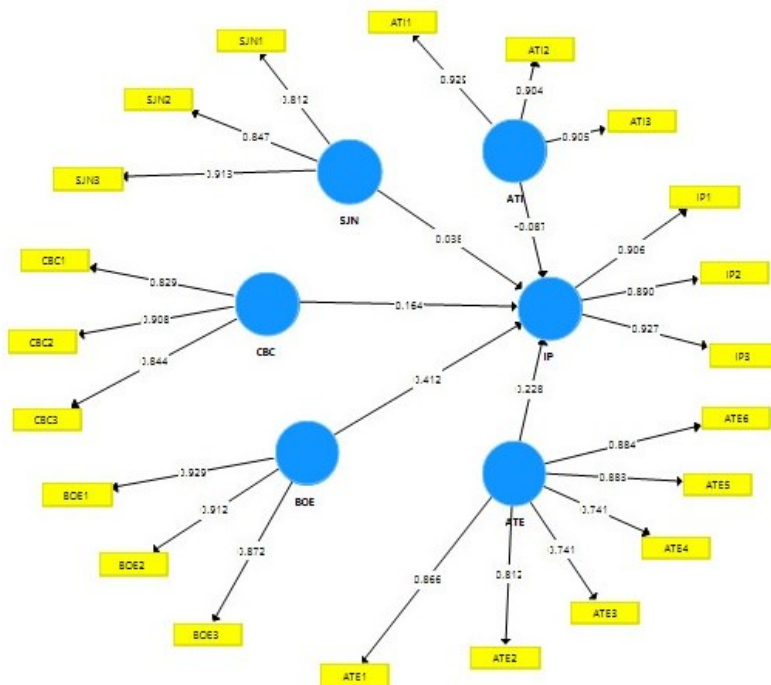
Nguồn: Tính toán bằng phần mềm SmartPLS4

Bảng 3 cho thấy lợi ích kinh tế cá nhân (BOE) có tác động tích cực và đáng kể đến ý định tham gia kinh tế tuần hoàn của giới trẻ Đà Nẵng với mức ý nghĩa 5% vì giá trị thống kê t là 6.752 (lớn hơn 1.96), giá trị p là 0.000 (nhỏ hơn 5%). Do đó, giả thuyết H3 được chấp nhận, nghĩa là lợi ích kinh tế có ảnh hưởng mạnh nhất đến ý định tham gia kinh tế tuần hoàn của giới trẻ Đà

Năng. Kết quả này giống hầu hết các nghiên cứu trước đây (D'Souza & ctg., 2006; Gleim & ctg., 2013; Lee & ChenYu, 2018; Peattie, 2010; Rokka & Uusitalo, 2008; Stahel, 2016). Ở đây, các cá nhân luôn tìm cách tối đa hóa lợi ích trong việc so sánh giữa lợi ích và giá khi quyết định tiêu dùng. Nếu giá sản phẩm xanh thấp hơn so với sản phẩm truyền thống có cùng công dụng sử dụng thì người trẻ sẽ lựa chọn sản phẩm của nền kinh tế tuần hoàn (Lee & ChenYu, 2018). Mặt khác, các lợi ích như chiết khấu và hình ảnh thương hiệu cũng ảnh hưởng tích cực đến ý định mua hàng tiêu dùng xanh (Alford & Biswas, 2002; Martin-Consuegea & ctg., 2010; Razy & Lajevardi, 2015).

## Hình 2

Giá Trị các Hệ Số Đường Dẫn



Nguồn: Tính toán bằng phần mềm PLS-SEM 4

Bên cạnh đó, kết quả giá trị lớn hơn các hệ số đường dẫn trong mô hình cấu trúc chỉ ra rằng các tiêu chí Tôi sẽ gắn bó với sản phẩm/dịch vụ tái chế nếu họ thường xuyên giảm giá (BOE1) (0.929) và Tôi sẽ mua sản phẩm/dịch vụ tái chế nếu rẻ hơn sản phẩm/dịch vụ truyền thống (BOE2) (0.912) giải thích rõ nhất biến lợi ích cá nhân. Việc giảm giá và giá thấp của sản phẩm xanh khi so sánh với sản phẩm truyền thống tác động tích cực và lớn nhất đến ý định tham gia kinh tế tuần hoàn của cá nhân trẻ tuổi. Nói cách khác, cách tốt nhất để thúc đẩy ý định tham gia kinh tế tuần hoàn của giới trẻ Đà Nẵng là hướng chiến lược kinh doanh của doanh nghiệp tập trung vào việc điều chỉnh giá cả của sản phẩm của nền kinh tế tuần hoàn thông qua hỗ trợ các chính sách như giảm thuế và chi phí sản xuất.

Tương tự, giả thuyết H1 cũng được chấp nhận với  $t$  là 3.508 và mức ý nghĩa 5% và khẳng định có tác động tích cực và đáng kể của thái độ với môi trường (ATE) đến ý định tham gia kinh tế tuần hoàn của giới trẻ Đà Nẵng. Kết quả nghiên cứu này là hoàn toàn phù hợp với các nghiên cứu trước đây (Czajkowska & Ingaldi, 2023; Hershfield & ctg., 2014; Kurbanov & Prokhoda, 2019). Kurbanov và Prokhoda (2019) cho rằng thái độ tích cực với môi trường thúc đẩy cá nhân tìm kiếm sản phẩm thân thiện với môi trường. Hershfield và cộng sự (2014) khẳng định những người có khả năng chi trả và sẵn sàng đóng thuế để bảo vệ môi trường sẽ sẵn lòng thay thế sản phẩm truyền thống bằng sản phẩm của nền kinh tế tuần hoàn.

Kết quả giá trị hệ số đường dẫn ở Hình 2 chỉ ra rằng các tiêu chí Tôi sẽ sử dụng sản phẩm/dịch vụ tái chế (ATE6) (0.884) và Tôi sẽ mua sản phẩm/dịch vụ giúp giảm lượng khí thải CO<sub>2</sub> (ATE5) (0.883) có tác động tích cực và mạnh nhất đến ý định tham gia kinh tế tuần hoàn của giới trẻ. Đề thúc đẩy quá trình chuyển đổi sang nền kinh tế tuần hoàn, cần tạo động lực cho giới trẻ tham gia tích cực vào mô hình này qua việc khuyến khích họ mua và sử dụng các sản phẩm từ nền kinh tế tuần hoàn, đồng thời nâng cao nhận thức về môi trường và tác động của sản phẩm/dịch vụ lên hệ sinh thái. Tiêu thụ sản phẩm từ nền kinh tế tuần hoàn là chỉ báo chính để đánh giá mức độ sẵn sàng tham gia của giới trẻ vào mô hình này. Mục tiêu chính của mô hình kinh tế này là khuyến khích sử dụng sản phẩm/dịch vụ tái tạo và tái chế chất thải thành nguyên liệu đầu vào cho các sản phẩm khác. Hành vi mua sắm sản phẩm xanh của người tiêu dùng chính là yếu tố then chốt cho sự thành công của nền kinh tế tuần hoàn (Muranko & ctg., 2018). Lựa chọn tiêu dùng của cá nhân góp phần quan trọng vào việc hình thành sự tham gia của họ vào mô hình kinh tế này. Do đó, tăng tỷ lệ mua sắm sản phẩm xanh sẽ tăng cơ hội tham gia vào nền kinh tế tuần hoàn.

Kết quả kiểm định giả thuyết H5 với giá trị thống kê  $t$  là 2.865,  $p$  là 0.004 khẳng định nhận thức kiểm soát hành vi (CBC) tác động tích cực và đáng kể đến ý định tham gia kinh tế tuần hoàn của giới trẻ Đà Nẵng. Kết quả nghiên cứu này giống với các nghiên cứu (Aksoy & ctg., 2023; Liu & ctg., 2021). Aksoy và cộng sự (2023) cho thấy nhận thức kiểm soát hành vi ảnh hưởng đến hành vi tái chế của người trẻ, và Liu và cộng sự (2021) cho rằng những người có nhận thức kiểm soát hành vi cao tham gia nhiều hơn vào tái chế và tiết kiệm năng lượng. Hiểu biết về việc sử dụng các sản phẩm/dịch vụ của nền kinh tế tuần hoàn (CBC2 - 0.908) và ưu tiên sử dụng các sản phẩm/dịch vụ của nền kinh tế tuần hoàn (CBC3 - 0.844) ảnh hưởng tích cực và mạnh nhất đến ý định tham gia kinh tế tuần hoàn của giới trẻ Đà Nẵng.

Ngược lại, giả thuyết H2 bị bác bỏ vì có giá trị  $p$  là 0.433 ( $> 0.05$ ), nghĩa là chuẩn mực chủ quan không tác động đến ý định tham gia kinh tế tuần hoàn của giới trẻ. Điều này có nghĩa là các yếu tố xã hội như gia đình, bạn bè, người nổi tiếng, và chuyên gia không ảnh hưởng đến quyết định tham gia kinh tế tuần hoàn của giới trẻ tại Đà Nẵng. Kết quả này trái ngược với nhiều nghiên cứu trước đây, trong đó chuẩn mực chủ quan được coi là yếu tố quan trọng thúc đẩy hành vi mua sản phẩm thân thiện với môi trường hoặc tham gia vào các hoạt động tái chế. Tuy nhiên, phát hiện trong nghiên cứu này lại phù hợp với Kumar (2012), cho rằng giới trẻ có xu hướng ít bị ảnh hưởng bởi các tiêu chuẩn xã hội hoặc ý kiến từ những người xung quanh, đặc biệt trong bối cảnh các hành vi liên quan đến kinh tế tuần hoàn. Điều này ngụ ý rằng giới trẻ Đà Nẵng chủ yếu quyết định hành động của mình dựa trên yếu tố cá nhân hoặc nhận thức về lợi ích thực tế hơn là áp lực từ xã hội.

Tương tự, giả thuyết H4 bị bác bỏ với  $p$  là 0.066 ( $> 0.05$ ) hay thái độ với quyết định không tác động đến ý định tham gia nền kinh tế tuần hoàn của giới trẻ. Điều này có thể giải thích rằng, mặc dù thế hệ Gen Z có ý thức về bảo vệ môi trường và cảm thấy hạnh phúc khi đóng góp vào việc này, họ không chỉ ra quyết định tham gia nền kinh tế tuần hoàn dựa trên cảm xúc tích cực hay thái độ với sản phẩm thân thiện môi trường. Thay vào đó, họ có thể bị ảnh hưởng bởi các yếu tố khác, như nhận thức về lợi ích thực tế, sự tiện lợi và chính sách hỗ trợ từ môi trường xã hội và kinh tế. Điều này phù hợp với nghiên cứu của Intage Việt Nam năm 2019, trong đó 15% Gen Z trả lời họ sẽ tiêu thụ nhiều thực phẩm địa phương hơn và 19% mong muốn mua các sản phẩm từ những doanh nghiệp xanh bền vững, 18% ưu tiên sử dụng các sản phẩm ồng hút thân thiện với môi trường. Rất ít người trẻ thay đổi thói quen tiêu dùng theo hướng bảo vệ môi trường, cho thấy mặc dù có ý thức môi trường, nhưng giới trẻ vẫn chưa hoàn toàn quyết định tham gia vào kinh tế tuần hoàn chỉ dựa vào thái độ tích cực (Tổ quốc eMagazine, 2022).

## 5. Kết luận và hàm ý chính sách

Lợi ích kinh tế cá nhân có ảnh hưởng tích cực và đáng kể nhất đến ý định tham gia kinh tế tuần hoàn của giới trẻ Đà Nẵng, bên cạnh thái độ với môi trường và nhận thức kiểm soát hành vi. Sự liên kết giữa lợi ích kinh tế cá nhân và lợi ích môi trường khiến cho việc mua sắm các sản phẩm từ kinh tế tuần hoàn trở nên ổn định và bền vững hơn. Thái độ tích cực với môi trường tương ứng với mức độ tham gia cao hơn vào kinh tế tuần hoàn. Cuối cùng, nhận thức kiểm soát hành vi tích cực sẽ thúc đẩy sự tham gia của giới trẻ vào kinh tế tuần hoàn một cách thông thái và chủ động hơn. Tuy nhiên, chuẩn mực chủ quan và thái độ với quyết định không tác động đến ý định tham gia vào kinh tế tuần hoàn của giới trẻ. Điều này ngụ ý rằng giới trẻ Đà Nẵng chủ yếu quyết định hành động của mình dựa trên yếu tố cá nhân hoặc nhận thức về lợi ích thực tế hơn là áp lực từ xã hội. Các yếu tố khác ngoài thái độ, như nhận thức về lợi ích thực tế, sự tiện lợi và chính sách hỗ trợ, đang đóng vai trò quan trọng hơn trong việc thúc đẩy ý định tham gia kinh tế tuần hoàn. Dù giới trẻ có thái độ tích cực đối với sản phẩm thân thiện môi trường hay kinh tế tuần hoàn, nhưng nếu thiếu động lực từ các yếu tố như giá trị vật chất, sự thuận tiện, hay thiếu thông tin về các lợi ích lâu dài của mô hình này, họ vẫn có thể không tham gia. Do đó, ngoài việc thay đổi thái độ, cần có thêm những chính sách, chương trình giáo dục, hay thay đổi trong các yếu tố cấu trúc xã hội và kinh tế để thúc đẩy sự tham gia của giới trẻ vào nền kinh tế tuần hoàn.

Điểm mới của nghiên cứu là xem xét tác động của các biến khác ngoài các biến trong Lý thuyết TPB (thái độ với môi trường, lợi ích kinh tế cá nhân) đến ý định tham gia kinh tế tuần hoàn và lượng hoá mức độ ảnh hưởng đến ý định tham gia. Ngoài ra, tiếp cận dưới góc độ quan điểm, thái độ của người dân - đặc biệt giới trẻ trong việc chuyển đổi sang kinh tế tuần hoàn là phù hợp, cấp thiết trong bối cảnh hiện tại khi ý thức, sự sẵn sàng của người dân cho chuyển đổi sang nền kinh tế tuần hoàn còn hạn chế.

Nghiên cứu định hướng các nhà hoạch định chính sách và cơ quan quản lý đưa ra chiến lược thúc đẩy sự tham gia kinh tế tuần hoàn của giới trẻ. Thành phố cần hỗ trợ khởi nghiệp cho doanh nghiệp trẻ qua vay vốn ưu đãi, giảm thuế, và môi trường pháp lý thuận lợi. Đồng thời, xây dựng trung tâm đổi mới sáng tạo, hỗ trợ kỹ thuật để giới trẻ tiếp cận công nghệ và sản xuất bền vững. Ngoài ra, khuyến khích hợp tác giữa doanh nghiệp, tổ chức nghiên cứu và giới trẻ nhằm thúc đẩy dự án kinh tế tuần hoàn, tạo hệ sinh thái kinh doanh bền vững.

Chính quyền thành phố cần triển khai các giải pháp để nâng cao nhận thức về môi trường và kinh tế tuần hoàn cho giới trẻ qua chiến dịch truyền thông, giáo dục tại trường học, và tổ chức xã hội. Đầu tư vào hạ tầng xanh như khu tái chế, công viên sinh thái, và trung tâm học tập môi trường là cần thiết. Đồng thời, cần tạo cơ hội cho giới trẻ tham gia các hoạt động bảo vệ môi trường để nâng cao nhận thức và thúc đẩy hành động.

Thành phố nên tổ chức các chương trình tập huấn, hướng dẫn về tái chế, giảm rác thải, và sử dụng tài nguyên bền vững. Việc đẩy mạnh truyền thông và quảng bá lối sống xanh, cùng với tổ chức sự kiện cộng đồng và xây dựng nền tảng trực tuyến, sẽ tạo cơ hội để giới trẻ trao đổi và học hỏi. Bằng cách này, thành phố sẽ khuyến khích giới trẻ chủ động, tự tin áp dụng các nguyên tắc kinh tế tuần hoàn vào cuộc sống.

Các giải pháp trên sẽ tạo ra môi trường lý tưởng để người dân tham gia chuyển đổi sang nền kinh tế tuần hoàn, thúc đẩy sự phát triển bền vững địa phương. Bằng cách triển khai đồng bộ, Đà Nẵng sẽ xây dựng nền tảng vững chắc cho giới trẻ đóng góp vào nền kinh tế tuần hoàn, đồng thời xây dựng thành phố xanh - sạch - đẹp. Nâng cao ý thức của giới trẻ không chỉ mang lại lợi ích môi trường, hướng tới mục tiêu thành phố môi trường và phát triển bền vững, mà còn phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao, tạo động lực cho đổi mới sáng tạo, khẳng định vị thế của thành phố trong nền kinh tế tuần hoàn khu vực và quốc tế.

**Tài liệu tham khảo**

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211.
- Aksoy, S. A., Öktem, A. G., & Öztürk, S. (2023). Investigating the determinants of university students' recycling behaviour. *Sosyoekonomi*, 31(1), 129-149. <https://doi.org/10.17233/sosyoekonomi.2023.02.06>
- Albarracin, D., & Ajzen, I. (2007). *Predicting and changing behavior: A reasoned action approach*. In I. Ajzen, D. Albarracin, & R. Hornik (1st Eds.), *Prediction and change of health behavior: Applying the reasoned action approach* (pp. 3-21). Psychology Press.
- Alford, B. L., & Biswas, A. (2002). The effects of discount level, price consciousness and sale proneness on consumers' price perception and behavioral intention. *Journal of Business Research*, 55(9), 775-783.
- Anh Dung (2023). *Đà Nẵng thúc đẩy giảm thiểu rác thải nhựa hướng đến cuộc sống phát triển bền vững* [Da Nang promotes plastic waste reduction towards sustainable development]. <https://baotainguyenmoitruong.vn/da-nang-thuc-day-giam-thieu-rac-thai-nhua-huong-den-cuoc-song-phat-trien-ben-vung-351946.html>
- Armitage, C. J., & Conner, M. (2001). Efficacy of the theory of planned behaviour: A meta-analytic review. *British Journal of Social Psychology*, 40(4), 471-499.
- Arndt, C. F. T., & Thurlow, J. (2015). The economic costs of climate change: A multi-sector impact assessment for Vietnam. *Sustainability*, 7(4), 4131-4145.
- Bateson, G. (2000). *Steps to an ecology of mind: Collected essays in anthropology, psychiatry, evolution, and epistemology*. University of Chicago Press.
- Baumgartner, S. E., & Wiradhany, W. (2021). Not all media multitasking is the same: The frequency of media multitasking depends on cognitive and affective characteristics of media combinations. *Psychology of Popular Media*, 11(1), 1-12.
- Bộ Tài nguyên và Môi trường. (2017). *Báo cáo môi trường quốc gia: Chuyên đề quản lý chất thải rắn* [National environmental report: Solid waste management]. NXB Tài nguyên Môi Trường và Bản đồ Việt Nam.
- Bryman, A. (2003). *Quantity and quality in social research (contemporary social research)*. Routledge.
- Bryman, A., & Bell, E. (2015). *Business research methods*. Oxford University Press.
- CESCY Project. (2022). *Youth competencies in the circular economy labour market: A taxonomy of competencies, Circular Economy - Sustainable Competencies for Youth (CESCY) - Intellectual output two*. <https://circulareconomy.europa.eu/platform/en/knowledge/youth-competencies-circular-economy-labour-market-taxonomy-competencies>
- Cohen, J. (1988). *Statistical power analysis for the behavioral sciences* (2nd ed.). Lawrence Erlbaum Associates Publishers.
- Czajkowska, A., & Ingaldi, M. (2023). Analysis of the survey results on the pro-ecological awareness of young people in the aspect of sustainable development. *Management Systems in Production Engineering*, 31(3), 312-321.
- D'Souza, C., Taghian, M., & Lamb, P. (2006). An empirical study on the influence of environmental labels on consumers. *Corporate Communications: An International Journal*, 11(2), 162-173.

- Dantas, T. E. T., de-Souza, E. D., Destro, I. R., Hammes, G., Rodriguez, C. M. T., & Soares, S. R. (2021). How the combination of circular economy and industry 4.0 can contribute towards achieving the sustainable development goals. *Sustainable Production and Consumption*, 26, 213-227.
- Diamantopoulos, A., & Winklhofer, H. (2001). Index construction with formative indicators: An alternative to scale development. *Journal of Marketing Research*, 38(2), 269-277.
- Ellen MacArthur Foundation. (2015). *Towards the circular economy: Economic and business rationale for an accelerated transition*. [https://emf.thirdlight.com/file/24/\\_A-BkCs\\_h7gfln\\_Am1g\\_JKe2t9/Towards%20a%20circular%20economy%3A%20Business%20rationale%20for%20an%20accelerated%20transition.pdf](https://emf.thirdlight.com/file/24/_A-BkCs_h7gfln_Am1g_JKe2t9/Towards%20a%20circular%20economy%3A%20Business%20rationale%20for%20an%20accelerated%20transition.pdf)
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (2010) *Predicting and changing behavior: The reasoned action approach*. Psychology Press (Taylor & Francis).
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Structural equation models with unobservable variables and measurement error: Algebra and statistics. *Journal of Marketing Research*, 18(3), 382-388. <https://doi.org/10.2307/3150980>
- Gleim, M. R., Smith, J. S., Andrews, D., & Cronin, J. J. (2013). Against the green: A multi-method examination of the barriers to green consumption. *Journal of Retailing*, 89(1), 44-61.
- Grewal, D., Monroe, K. B., & Krishnan, R. (1998). The effects of price comparison advertising on buyers' perceptions of acquisition value, transaction value, and behavioral intentions. *Journal of Marketing*, 62(2), 46-59.
- Guerrero, L. A., Maas, G., & Hogland, W. (2013). Solid waste management challenges for cities in developing countries. *Waste Management*, 33(1), 220-232. <https://doi.org/10.1016/j.wasman.2012.09.008>
- Hair, J. F., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2011). PLS-SEM: Indeed a silver bullet. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 19(2), 139-152.
- Hershfield, H. E., Bang, H. M., & Weber, E. U. (2014). National differences in environmental concern and performance are predicted by country age. *Psychological Science*, 25(1), 152-160.
- Islam, M. S., Choi, J., & Managi, S. (2021). Circular economy practices and environmental performance: The role of eco-innovation. *Journal of Environmental Management*, 296(2), Article 113104.
- Jarvis, C. B., MacKenzie, S. B., & Podsakoff, P. M. (2003). A critical review of construct indicators and measurement model misspecification in marketing and consumer research. *Journal of Consumer Research*, 30(2), 199-218.
- Kassim, E. S., Hassan, M. F., Nor, F. M., & Lee, T. R. (2023). To recycle e-waste or not: Understanding consumers' intention from the lens of behavioral theories. *Information Management and Business Review*, 15(1(I)SI), 72-85.
- Kirchherr, J., Reike, D., & Hekkert, M. (2017). Conceptualizing the circular economy: An analysis of 114 definitions. *Resources, Conservation and Recycling*, 127, 221-232.
- Kline, R. B. (2015). *Principles and practice of structural equation modeling* (4th ed.). The Guilford Press.

- Kumar, B. (2012). *Theory of planned behaviour approach to understand the purchasing behaviour for environmentally sustainable products* (IIMA Working Papers WP2012-12-08). Indian Institute of Management Ahmedabad, Research and Publication Department.
- Kumar, P. (2020). Application of the theory of planned behavior to predict the sustainable consumption of fast fashion. *Journal of Consumer Marketing*, 37(1), 44-54.
- Kurbanov, A. R., & Prokhoda, V. A. (2019). Ecological culture: An empirical projection (attitudes of Russians towards climate change). *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*, 4(3), 347-370.
- Lee, J. E., & ChenYu, J. H. (2018). Effects of price discount on consumers' perceptions of savings, quality, and value for apparel products: Mediating effect of price discount affect, *Fashion and Textiles*, 5(13), 1-21.
- Liu, Z., Yang, J. Z., Clark, S. S., & Shelly, M. A. (2021). Recycling as a planned behavior: The moderating role of perceived behavioral control. *Environment, Development and Sustainability*, 24(2), 1-16.
- Martin-Consuegea, D., Millan, A., Diaz, E., & Ko, E. (2010). The effects of price salience on consumer perception and purchase intentions. *Journal of Global Academy of Marketing Science*, 20(2), 149-163.
- Muranko, Z., Andrews, D., Newton, E. J., Chaer, I., & Proudman, P. (2018). The Pro-Circular Change Model (P-CCM): Proposing a framework facilitating behavioural change towards a circular economy. *Resources, Conservation and Recycling*, 135, 132-140.
- Nik Ramli, N. R. (2009). Awareness of eco-label in Malaysia's green marketing initiative. *International Journal of Business and Management*, 4(8), 132-141.
- Peattie, K. (2010). Green consumption: Behavior and norms. *Annual Review of Environment and Resources*, 35, 195-228. <https://doi.org/10.1146/annurev-environ-032609-094328>
- Raza, C. T., Awan, T. M., Malik, H. A., & Fatima, T. (2021). Unboxing the green box: An empirical assessment of buying behavior of green product. *World Journal of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development*, 17(4), 690-710.
- Razy, F. F., & Lajevardi, M. (2015). Investigating relationship between brand image, price discount and purchase intention. *Journal of Marketing and Consumer Research*, 17, 49-56.
- Rokka, J., & Uusitalo, L. (2008). Preference for green packaging in consumer product choices - Do consumers care? *International Journal of Consumer Studies*, 32(5), 516-525.
- Schultz, P. W., Shriver, C., Tabanico, J. J., & Khazian, A. M. (2004). Implicit connections with nature. *Journal of Environmental Psychology*, 24(1), 31-42. [https://doi.org/10.1016/S0272-4944\(03\)00022-7](https://doi.org/10.1016/S0272-4944(03)00022-7)
- Singhal, D., Tripathy, S., & Jena, S. K. (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. <https://doi.org/10.1080/00207543.2019.1598590>
- So, W. M. W., Chow, C. F., & Leung, K. C. (2021). Circular economy practices in education for sustainable development: A review of the literature. *Sustainability*, 13(2), Article 583.
- Stahel, W. R. (2016). The circular economy. *Nature*, 531(7595), 435-438.

- Stern, P. C. (2000). Toward a coherent theory of environmentally significant behavior. *Journal of Social Issues*, 56(3), 407-424. <https://doi.org/10.1111/0022-4537.00175>
- Tan, C. N. L., Ojo, A. O., & Thurasamy, R. (2019). Determinants of green product buying decision among young consumers in Malaysia. *Young Consumers*, 20(2), 121-137.
- Tổ Quốc eMagazine. (2022). *Bắt mood healthy, chọn sống balance: Gen Y và Gen Z bắt tay thay đổi cả thế giới* [Getting into a healthy mood, choosing a balanced life: Gen Y and Gen Z join hands to change the world]. <https://ttvn.toquoc.vn/bat-mood-healthy-chon-song-balance-gen-y-va-gen-z-bat-tay-thay-doi-ca-the-gioi-22021311213407289.htm>
- Ủy ban Nhân dân thành phố Đà Nẵng. (2021). *Quyết định số 1099/QĐ-UBND ngày 02/4/2021 về việc phê duyệt Đề án “Xây dựng Đà Nẵng - Thành phố Môi trường giai đoạn 2021 - 2030”* [Decision No. 1099/QĐ-UBND dated April 02, 2021 on approving the Project “Building Da Nang - Environmental City for the period 2021 - 2030”]. <https://thuvienphapluat.vn/van-ban/Xay-dung-Do-thi/Quyet-dinh-1099-QD-UBND-2021-De-an-Xay-dung-thanh-pho-moi-truong-Da-Nang-2021-2030-477239.aspx>
- Wang, M. L., Kuo, T. C., & Liu, J. W. (2009). Identifying target green 3C customers in Taiwan using multiattribute utility theory. *Expert Systems with Applications*, 36(10), 12562-12569.
- Wu, Z., Chen, Y., Geng, L., Zhou, L., & Zhou, K. (2020). Greening in nostalgia? How nostalgic traveling enhances tourists’ proenvironmental behaviour. *Sustainable Development*, 28(4), 634-645.

