

THỰC HÀNH KINH TẾ TUẦN HOÀN VÀ LÒNG TRUNG THÀNH CỦA DU KHÁCH TẠI KHU DỰ TRỮ SINH QUYỂN CẦN GIỜ

Ths. Nguyễn Sơn Tùng* - TS. Nguyễn Thị Thu Trang**

Lấy bối cảnh khu dự trữ sinh quyển Cần Giờ, nghiên cứu này được thực hiện nhằm kiểm định vai trò của các sáng kiến thực hành kinh tế tuần hoàn (CEP) đến lòng trung thành (LOY) của du khách thông qua nhận thức về tính bền vững (PES) tại điểm đến. Dữ liệu khảo từ 471 du khách tại các lối vào/ra và các điểm cung cấp dịch vụ được phân tích bằng PLS-SEM và Bootstrap cho thấy CEP không những có tác động tích cực trực tiếp đến LOY, mà còn thông qua PES một cách đáng kể. Kiểm định Bootstrap cho thấy PES đóng vai trò là trung gian một phần (complementary partial mediation) trong mối quan hệ nhân quả được thiết lập. Các định hướng nghiên cứu và hàm ý quản trị và thảo luận được tích hợp trong nghiên cứu.

• Từ khóa: thực hành kinh tế tuần hoàn (CEP), nhận thức bền vững của điểm đến (PES), ý định trung thành của du khách (LOY), du lịch bền vững, khu dự trữ sinh quyển Cần Giờ.

Taking the Can Gio Biosphere Reserve as the research context, this study examines the role of circular economy practices (CEP) in shaping tourist loyalty (LOY) through the mediating effect of perceived environmental sustainability (PES). Survey data from 471 tourists collected at entry/exit points and service providers were analyzed using PLS-SEM and bootstrapping. The results reveal that CEP not only exert a direct positive effect on LOY but also an indirect effect via PES. Bootstrap testing confirms that PES serves as a complementary partial mediator in the established causal relationships. Research implications, managerial insights, and directions for future studies are discussed.

• Key words: circular economy practices (CEP), perceived environmental sustainability (PES), tourist loyalty (LOY), sustainable tourism, Can Gio biosphere reserve.

Ngày nhận bài: 13/5/2025

Ngày gửi phản biện: 20/6/2025

Ngày chấp nhận đăng: 15/9/2025

DOI: <https://doi.org/10.71374/jfarv.v25.i297.10>

1. Giới thiệu

Trong bối cảnh toàn cầu, phát triển du lịch xanh và thân thiện môi trường ngày càng được quan tâm bởi giới học giả và nhà quản lý điểm đến (Can et al., 2021; Huynh Mai Tram & Hoang Ngoc, 2024). Sau đại dịch Covid-19, du lịch phục hồi với nhiều tín hiệu tích cực (Trung tâm Thông tin Du lịch, 2025) nhưng vẫn đối mặt rủi ro thiếu bền vững (Sharpley, 2020). Xu hướng lựa chọn điểm đến gắn với môi trường và trải nghiệm cá nhân gia tăng, song du lịch đại trà gây quá tải (overtourism), thách thức

trực tiếp các mục tiêu phát triển bền vững (Bách, 2025). Điều đó đòi hỏi cách tiếp cận thực tiễn, dung hòa mâu thuẫn giữa tăng trưởng và bền vững.

Kinh tế tuần hoàn (Circular Economy Practices - CEP) là động lực then chốt cho sử dụng bền vững tài nguyên thiên nhiên (Khajuria et al., 2022). CEP tạo lập mô hình khép kín nhằm duy trì giá trị, tối ưu hóa tài nguyên, giảm tác động môi trường và đặt nền tảng cho tiêu dùng bền vững (da Silva et al., 2021; Velenturf & Purnell, 2021). Với đặc trưng dịch vụ, ngành du lịch phụ thuộc lớn vào quản trị tài nguyên thiên nhiên (Zheng et al., 2023). Nghiên cứu phát triển bền vững vẫn chủ yếu xoay quanh ba trụ cột kinh tế - xã hội - môi trường (Sharpley, 2020; Rasoolimanesh et al., 2023), còn nghiên cứu CEP thiên về góc nhìn doanh nghiệp (Antonoli et al., 2022; Yin et al., 2023). Cách tiếp cận từ phía hành vi du khách trong bối cảnh CEP vẫn còn hạn chế (Li, 2021; Saltik & Akova, 2024).

Cần Giờ, được UNESCO công nhận là Khu dự trữ sinh quyển, là minh chứng điển hình của mô hình “Bảo tồn tài nguyên - Phát triển kinh tế - Du lịch sinh thái” dưới giám sát quốc tế. Địa phương đã triển khai nhiều sáng kiến CEP như tái chế rác nhựa, khai thác thủy sản bền vững, gắn bảo tồn với sinh kế cộng đồng. Với định hướng trở thành trung tâm du lịch sinh thái, nghỉ dưỡng chất lượng cao cùng hệ sinh thái rừng ngập mặn độc đáo, Cần Giờ là bối cảnh thích hợp để kiểm định mối quan hệ giữa CEP - nhận thức bền vững (PES) - lòng trung thành (LOY). Mặc dù mối liên hệ giữa du lịch và CEP được thảo luận (Li et al., 2024; Jain et al., 2024), vai trò trung gian của PES trong quan hệ CEP-LOY và ảnh hưởng của các đặc điểm nhân khẩu học vẫn chưa được kiểm định rõ ràng tại bối cảnh này.

Từ khoảng trống trên, nghiên cứu đặt mục tiêu: (1) kiểm định quan hệ CEP → PES của du khách tại Cần

* Trường Đại học Tài chính - Marketing; email: nstung@ufm.edu.vn

** Đại học Kinh tế và Quản trị kinh doanh - Đại học Thái Nguyên; email: thutrangqlkt@tueba.edu.vn (Tác giả liên hệ)

Giờ; (2) khám phá vai trò trung gian của PES trong quan hệ CEP-LOY; và (3) đề xuất hàm ý chính sách thúc đẩy bảo tồn và tiêu dùng xanh. Nghiên cứu áp dụng PLS-SEM với dữ liệu khảo sát 471 du khách, kỳ vọng đóng góp vào mở rộng cơ sở lý thuyết về CEP, làm rõ cơ chế tác động đến lòng trung thành, và cung cấp gợi ý thực tiễn cho quản lý điểm đến và hoạch định chính sách du lịch bền vững.

2. Tổng quan tài liệu

Trong du lịch - khách sạn, thực hành kinh tế tuần hoàn (CEP) được hiểu là tập hợp giải pháp “khép kín” theo nguyên tắc giảm - tái sử dụng - tái chế nhằm tối ưu tài nguyên, giảm phát thải và nâng hiệu quả vận hành (Ioannidis et al., 2021; Zorpas et al., 2021). Ở cấp độ điểm đến và doanh nghiệp, CEP là một quá trình chuyển đổi có hệ thống, đòi hỏi tái thiết kế quy trình, mô hình cung ứng dịch vụ và tương tác với các bên liên quan thay vì những biện pháp rời rạc (Manniche et al., 2021; Modica et al., 2020). Tuy vậy, khả năng áp dụng phụ thuộc mạnh vào nguồn lực, cấu trúc quản trị và bối cảnh thể chế—nhất là với SMEs ở nền kinh tế mới nổi, nơi các yếu tố tổ chức và vận hành quyết định kết quả bền vững (Chowdhury et al., 2022).

Tác động của CEP không chỉ mang tính môi trường - vận hành mà còn định hình hành vi du khách thông qua nhận thức bền vững được cảm nhận. Tổng quan hệ thống về hành vi thân thiện môi trường trong du lịch cho thấy các can thiệp “xanh” nâng thái độ, chuẩn mực và ý định hành vi tích cực (Lin et al., 2022; Han, 2021). Trong chuỗi này, nhận thức/bền vững cảm nhận là mắt xích cốt lõi liên kết trải nghiệm “xanh” với hài lòng, ý định quay lại và trung thành (Modica et al., 2020; Tasci et al., 2022). Bên cạnh đó, thói quen là động lực bền bỉ của hành vi bền vững khi được kích hoạt bởi trải nghiệm và tín hiệu môi trường phù hợp (MacInnes et al., 2022).

Về nền tảng lý thuyết, khung Giá trị - Niềm tin - Chuẩn mực (VBN) và các mở rộng gần đây chỉ ra giá trị/căn tính môi trường định hình niềm tin - chuẩn mực, từ đó dự báo thái độ - ý định - hành vi bền vững (He et al., 2024). Bằng chứng liên lĩnh vực cho thấy VBN (kết hợp TPB) dự báo tốt thái độ/ý định tiết giảm lãng phí và hành vi thân thiện (Al Mamun et al., 2024). Đặt trong bối cảnh CEP, văn liệu ủng hộ cơ chế CEP → (nâng) nhận thức bền vững → (tăng) trung thành, đồng thời thừa nhận vai trò hỗ trợ của thói quen và năng lực tổ chức trong khả năng hấp thụ CEP (Ioannidis et al., 2021; Zorpas et al., 2021; Chowdhury et al., 2022).

3. Phương pháp nghiên cứu

3.1. Mô hình nghiên cứu

Dựa trên lý thuyết Giá trị - Niềm tin - Chuẩn mực (VBN) và các nghiên cứu trước, nghiên cứu này đề xuất mô hình kiểm định mối quan hệ giữa thực hành kinh tế tuần hoàn (CEP), nhận thức bền vững (PES) và lòng trung thành của du khách (LOY). Cụ thể:

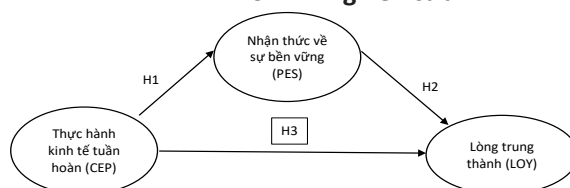
Giả thuyết H1: CEP có tác động tích cực đến PES.

Giả thuyết H2: PES tác động tích cực đến LOY.

Giả thuyết H3: PES đóng vai trò trung gian giữa CEP và LOY.

Mô hình được xây dựng nhằm giải thích cơ chế qua đó các sáng kiến CEP không chỉ trực tiếp ảnh hưởng đến hành vi quay lại và lòng trung thành của du khách, mà còn gián tiếp thông qua việc nâng cao nhận thức bền vững.

Hình 1: Mô hình nghiên cứu



3.2. Dữ liệu

Nghiên cứu sử dụng phương pháp định lượng, khảo sát du khách tại Khu dự trữ sinh quyển Cần Giờ. Bảng hỏi được thiết kế trên thang đo Likert 7 điểm, kế thừa và điều chỉnh từ các nghiên cứu trước: CEP (Ioannidis et al., 2021; Zorpas et al., 2021), PES (Erul et al., 2020; López-Sanz et al., 2021; Han, 2021), và LOY (Tölkes, 2020; Modica et al., 2020; Li, 2021).

Khảo sát chính thức được tiến hành tại các điểm ra vào (phà Bình Khánh, phà Vũng Tàu - Cần Giờ) và cơ sở dịch vụ du lịch trong địa bàn huyện. Mẫu được chọn theo phương pháp thuận tiện. Trước khi khảo sát chính thức, nghiên cứu đã tiến hành thử nghiệm với 100 mẫu để hiệu chỉnh thang đo.

Cỡ mẫu được xác định theo quy tắc 10-times rule (Hair et al., 2024) và công thức Root Square Inverse, với mức ý nghĩa 5% và công suất 80%, kết quả gợi ý tối thiểu khoảng 350 mẫu. Nghiên cứu đã thu thập được số lượng lớn hơn nhằm tăng độ tin cậy và đảm bảo yêu cầu phân tích Bootstrap trong PLS-SEM.

Dữ liệu được xử lý và phân tích bằng Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM). Phương pháp này phù hợp với nghiên cứu hành vi du khách vì không yêu cầu phân phối chuẩn, cho phép kiểm định đồng thời mối quan hệ phức tạp giữa các biến và dự báo hiện tượng khó quan sát (Sarstedt & Liu, 2024; Kono & Sato, 2023).

4. Kết quả nghiên cứu

4.1. Khái quát về mẫu khảo sát

Khảo sát thu được 471 mẫu hợp lệ. Cơ cấu giới tính tương đối cân đối với nữ chiếm 55,8%, nam 36,7% và nhóm khác 7,4%. Về độ tuổi, nhóm 18-24 chiếm ưu thế (74,1%), tiếp đến là 25-34 (18,9%), còn các nhóm khác chiếm tỷ trọng nhỏ, cho thấy mẫu thiên lệch về giới trẻ.

Trình độ học vấn tập trung ở CĐ/ĐH (63,9%), THPT (34,2%) và sau đại học chiếm tỷ lệ thấp. Tần

suất du lịch chủ yếu từ 1-3 lần/năm (hơn 94%), trong khi trên 4 lần/năm chỉ 5,5%, với mức không chắc chắn cao khi ngoại suy. Độ dài chuyến đi phổ biến là 1 ngày (60,6%), kể đến 2 ngày (30,5%) và 3 ngày (8,8%).

Đa số người tham gia chưa từng có trải nghiệm du lịch bền vững (81,3%), song mức độ “có phần quen thuộc” và “khá quen thuộc” với khái niệm này đạt gần 90%, phản ánh sự khác biệt giữa nhận thức và trải nghiệm thực tế.

Về động cơ du lịch, ba yếu tố nổi trội gồm: khám phá thiên nhiên (33,1%), môi trường (24,0%) và thư giãn (23,6%). Các động cơ văn hóa (5,5%) và du lịch nói chung (3,6%) chiếm tỷ lệ thấp, phản ánh đây là nhóm ngách trong mẫu khảo sát.

Nhìn chung, mẫu khảo sát cho thấy sự thiên lệch về độ tuổi và trải nghiệm thực tế còn hạn chế, do đó các kết quả nghiên cứu cần được diễn giải một cách thận trọng.

4.2. Kết quả phân tích mô hình đo lường

Phân tích (bootstrap) tải trọng ngoài (bảng 2) cho thấy CEP: 0,775-0,887; LOY: 0,801-0,843; và PES: 0,725-0,875 tất cả đều có $p < 0,001$.

Bảng 1 - Tải trọng ngoài (bootstrap)

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values
CEP1 ← CEP	0.815	0.815	0.017	48.608	0.000
CEP2 ← CEP	0.887	0.887	0.009	94.074	0.000
CEP3 ← CEP	0.809	0.808	0.015	53.721	0.000
CEP4 ← CEP	0.858	0.858	0.009	94.849	0.000
CEP5 ← CEP	0.868	0.867	0.010	82.662	0.000
CEP6 ← CEP	0.775	0.775	0.016	48.092	0.000
LOY2 ← LOY	0.829	0.828	0.014	59.051	0.000
LOY3 ← LOY	0.801	0.801	0.017	47.537	0.000
LOY4 ← LOY	0.812	0.811	0.019	43.750	0.000
LOY5 ← LOY	0.843	0.842	0.015	54.910	0.000
PES1 ← PES	0.875	0.875	0.008	108.006	0.000
PES2 ← PES	0.725	0.725	0.018	39.567	0.000
PES3 ← PES	0.852	0.851	0.014	62.345	0.000
PES4 ← PES	0.787	0.785	0.021	38.270	0.000
PES5 ← PES	0.817	0.816	0.020	40.858	0.000

Nguồn: Tác giả tổng hợp từ kết quả nghiên cứu

Trong khi đó độ tin cậy và giá trị hội tụ (bảng 2) cho thấy Cronbach's α / rho_A / CR / AVE của CEP: 0,914 / 0,921 / 0,933 / 0,699; LOY: 0,839 / 0,841 / 0,892 / 0,675; PES: 0,870 / 0,876 / 0,907 / 0,661 → Tất cả $\geq$ ngưỡng khuyến nghị (α , CR $\geq 0,70$; AVE $\geq 0,50$).

Bảng 2: Độ tin cậy & giá trị hội tụ

	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_a)	Composite reliability (rho_c)	Average variance extracted (AVE)
CEP	0.914	0.921	0.933	0.699
LOY	0.839	0.841	0.892	0.675
PES	0.870	0.876	0.907	0.661

Nguồn: Tác giả tổng hợp từ kết quả nghiên cứu

Giá trị phân biệt (HTMT) - bảng 3 - cho thấy đạt đủ 2 cặp liên quan có giá trị sát ngưỡng: CEP-LOY=0,739; CEP-PES=0,897; PES-LOY=0,895 → <0,90.

Bảng 3. Giá trị phân biệt (HTMT)

	CEP	LOY	PES
CEP			
LOY	0.739		
PES	0.897	0.895	

Nguồn: Tác giả tổng hợp từ kết quả nghiên cứu

Giá trị Fornell-Larcker (bảng 4) cho thấy căn bậc hai AVE (đường chéo) CEP=0,836; LOY=0,821; PES=0,813 lớn hơn các tương quan ngoài đường chéo (CEP-LOY=0,663; CEP-PES=0,810; PES-LOY=0,766) → đạt giá trị phân biệt.

Bảng 4. Chỉ số Fornell-Larcker

	CEP	LOY	PES
CEP	0.836		
LOY	0.663	0.821	
PES	0.810	0.766	0.813

Nguồn: Tác giả tổng hợp từ kết quả nghiên cứu

Do đó, tất cả các thang đo đáng tin cậy, hội tụ tốt, và phân biệt đạt chuẩn; không cần loại biến quan sát.

Kết quả phân tích mô hình cấu trúc

Phân tích bootstrap (Bảng 5) cho thấy CEP → PES: $\beta=0,810$; $t=51,116$; $p=0,000$ → Giả thuyết H1 được chấp nhận. Tương tự, PES → LOY: $\beta=0,668$; $t=12,831$; $p=0,000$ → Giả thuyết H2 được chấp nhận. Tương tự, CEP → LOY: $\beta=0,122$; $t=2,127$; $p=0,033$ → tác động nhỏ nhưng có ý nghĩa, giả thuyết H3 được chấp nhận.

Bảng 5. Hệ số đường dẫn (Bootstrap)

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values
CEP → LOY	0.122	0.122	0.057	2.127	0.033
CEP → PES	0.810	0.810	0.016	51.116	0.000
PES → LOY	0.668	0.667	0.052	12.831	0.000

Nguồn: Tác giả tổng hợp từ kết quả nghiên cứu

Trong khi đó, để kiểm định vai trò trung gian của PES giữa CEP và LOY, nghiên cứu thực hiện phân tích gián tiếp bằng bootstrap (post-hoc). Kết quả (bảng 7) cho thấy hiệu ứng gián tiếp cụ thể CEP → PES → LOY đạt 0,541 ($SE=0,046$; $t=11,881$; $p<0,001$), chứng tỏ đường truyền qua PES có ý nghĩa thống kê rất cao. Đồng thời, tổng hiệu ứng CEP → LOY bằng 0,663 ($t=25,405$; $p<0,001$), lớn hơn nhiều so với hiệu ứng trực tiếp CEP → LOY ($\beta=0,122$; $t=2,127$; $p=0,033$). Hiệu ứng tổng & gián tiếp (Bảng 6) cho thấy tổng hiệu ứng CEP → LOY: 0,663; $t=25,405$; $p=0,000$. Trong khi đó, hiệu ứng gián tiếp cụ thể (CEP → PES → LOY): 0,541; $SE=0,046$; $t=11,881$; $p=0,000$.

Bảng 6. Tổng hiệu ứng (bootstrap)

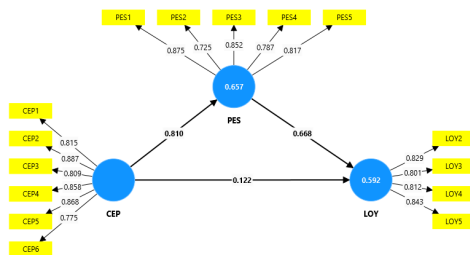
	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values
CEP → LOY	0.663	0.663	0.026	25.405	0.000
CEP → PES	0.810	0.810	0.016	51.116	0.000
PES → LOY	0.668	0.667	0.052	12.831	0.000

Nguồn: Tác giả tổng hợp từ kết quả nghiên cứu

Từ đó, $VAF = 0,541/0,663 \approx 81,6\%$, hàm ý phần lớn ảnh hưởng của CEP lên LOY đi qua PES (nhưng do đường trực tiếp vẫn có ý nghĩa, đây là trung gian bổ sung

một phần - complementary partial mediation). Đây được xem là một phát hiện thú vị của nghiên cứu này.

Hình 2. Mô hình cấu trúc PLS-SEM



Theo mô hình cấu trúc (hình 1), CEP là tiền đề then chốt: tác động rất mạnh lên PES ($\beta=0,810$). Khi trải nghiệm tổng thể (PES) được nâng cao, sẽ tạo nền cho trung thành (LOY). PES là cơ chế truyền dẫn chính tới LOY ($\beta=0,668$). Trong khi, CEP $\rightarrow$ LOY trực tiếp tồn tại nhưng yếu; do đó kênh gián tiếp qua PES mới là đường tác động chủ đạo (indirect=0,541 lớn hơn direct=0,122). Điều này cho thấy PES có một vai trò đặc biệt trong việc làm gia tăng LOY.

5. Thảo luận và hàm ý chính sách

5.1. Thảo luận

Khác với nhiều nghiên cứu trước tập trung vào CEP như công cụ nâng cao hiệu quả vận hành doanh nghiệp hoặc thúc đẩy phát triển bền vững (Neri et al., 2023; Antonioli et al., 2022; Ioannidis et al., 2021), nghiên cứu này tiếp cận CEP như yếu tố tác động đến nhận thức bền vững (PES) và lòng trung thành du khách (LOY). Kết quả khẳng định các sáng kiến CEP có vai trò quan trọng trong việc nâng cao PES, từ đó ảnh hưởng đến hành vi gắn bó.

Các sáng kiến CEP trực quan tại điểm đến (như sử dụng năng lượng tái tạo, thiết bị tiết kiệm nước, biển chỉ dẫn thân thiện môi trường) giúp du khách dễ dàng nhận biết và gia tăng nhận thức tích cực. Ngay cả các hoạt động CEP ít thấy hơn, như xử lý chất thải hữu cơ, nếu được minh bạch thông tin (qua QR code, bảng thông tin), cũng tạo ra tác động đáng kể. Ngoài ra, CEP còn ảnh hưởng trực tiếp đến LOY thông qua các chương trình gắn kết như “đổi rác lấy quà”, hoạt động dọn rác, giúp du khách vừa trải nghiệm vừa tạo ra giá trị hiện hữu.

Phân tích Bootstrap chỉ ra rằng PES đóng vai trò trung gian phần, là cơ chế chuyển hóa trải nghiệm CEP thành lòng trung thành. Nói cách khác, CEP vừa tác động trực tiếp đến LOY, vừa gián tiếp thông qua PES. Điều này làm sáng tỏ thêm vai trò của nhận thức dịch vụ/chất lượng cảm nhận như một “khớp nối” giữa trải nghiệm và hành vi.

5.2. Hàm ý chính sách

Thứ nhất, cần trực quan hóa thông tin về CEP tại các điểm tiếp xúc như biển phà, cơ sở dịch vụ bằng biển chỉ dẫn và QR code để cung cấp thông tin minh bạch, cập nhật.

Thứ hai, các chương trình CEP nên được triển khai liên tục và có tính tương tác, khuyến khích du khách tham gia, ví dụ: cộng điểm trung thành cho hoạt động bảo vệ môi trường, đổi rác lấy sản phẩm địa phương thân thiện sinh thái.

Thứ ba, cần tăng cường công khai số liệu và kết quả CEP, đồng thời đào tạo doanh nghiệp, nhân viên để nâng cao nhận thức và tạo ra trải nghiệm đáng nhớ cho du khách. Cuối cùng, chuyển đổi số toàn diện là điều kiện cần để kết nối, minh bạch và tối ưu hóa hiệu quả CEP.

5.3. Hạn chế và định hướng nghiên cứu

Nghiên cứu còn một số hạn chế: (1) mẫu bị lệch về nhóm tuổi 18-24, ảnh hưởng đến khả năng khái quát; (2) dữ liệu cắt ngang và tự báo cáo nên khó khẳng định quan hệ nhân quả; (3) giá trị phân biệt giữa CEP và PES còn hạn chế; (4) phương pháp lấy mẫu thuận tiện tiềm ẩn thiên lệch.

Từ đó, ba hướng nghiên cứu được đề xuất: (i) thực nghiệm hiện trường tại các “nudge” CEP (phân loại rác, QR code minh bạch, đổi rác lấy quà) để kiểm định quan hệ nhân quả; (ii) áp dụng mô hình đa cấp nhằm nâng cao tính khái quát; (iii) nghiên cứu dọc đo lường PES và LOY tại nhiều thời điểm để dự báo chính xác hơn hành vi du khách.

Kết luận: Nghiên cứu đã mở rộng ứng dụng thuyết VBN trong bối cảnh CEP và du lịch sinh quyền, chỉ ra rằng CEP vừa tác động trực tiếp, vừa gián tiếp qua PES đến lòng trung thành du khách. Kết quả mang ý nghĩa lý thuyết khi bổ sung bằng chứng thực nghiệm vào mối quan hệ CEP-LOY, đồng thời mang giá trị thực tiễn khi gợi ý giải pháp nâng cao trải nghiệm, gia tăng gắn bó của du khách với Cần Giờ - “lá phổi xanh” của TP. Hồ Chí Minh.

Tài liệu tham khảo:

- Lin, M. T. (Brian), Zhu, D., Liu, C., & Kim, P. B. (2022). A systematic review of empirical studies of pro-environmental behavior in hospitality and tourism contexts. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 34(11), 3982-4006. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-12-2021-1478>
- Al Mamun, A., Ma, Y., Reza, M. N. H., Ahmad, J., Wan, H. M. H., & Lili, Z. (2024). Predicting attitude and intention to reduce food waste using the environmental values-beliefs-norms model and the theory of planned behavior. *Food Quality and Preference*, 120, 105247. <https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2024.105247>
- Ioannidis, A., Chaitzakis, K. J., Leonidou, L. C., & Feng, Z. (2021). Applying the reduce, reuse, and recycle principle in the hospitality sector: Its antecedents and performance implications. *Business Strategy and the Environment*, 30(7), 3394-3410. <https://doi.org/10.1002/bse.2809>
- Manniche, J., Larsen, K. T., & Brogaard, R. B. (2021). The circular economy in tourism: Transition perspectives for business and research. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 21(3), 247-264. <https://doi.org/10.1080/15022250.2021.1921020>
- Chowdhury, S., Dey, P. K., Rodriguez-Espindola, O., Parkes, G., Tuyet, N. T. A., Long, D. D., & Ha, T. P. (2022). Impact of organisational factors on the circular economy practices and sustainable performance of SMEs in Vietnam. *Journal of Business Research*, 147, 362-378. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.03.077>
- Han, H. (2021). Consumer behavior and environmental sustainability in tourism and hospitality: A review of theories, concepts, and latest research. *Journal of Sustainable Tourism*, 29(7), 1021-1042. <https://doi.org/10.1080/09669582.2021.1903019>
- He, Y., Xu, F., Wang, L., & Nguyen, H. (2024). Modeling tourists' pro-environmental behavior: A combination of the value-belief-norm theory and environmental identity theory. *Journal of Environmental Planning and Management*, 67(14), 3694-3717. <https://doi.org/10.1080/09640568.2023.2232944>
- MacInnes, S., Grün, B., & Dolnicar, S. (2022). Habit drives sustainable tourist behaviour. *Annals of Tourism Research*, 92, 103329. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2021.103329>
- Modica, P. D., Altinay, L., Farmaki, A., Gursoy, D., & Zeng, M. (2020). Consumer perceptions towards sustainable supply chain practices in the hospitality industry: Current Issues in Tourism, 23(3), 358-375. <https://doi.org/10.1080/13683500.2018.1526258>
- Tasci, A. D. A., Fyall, A., & Woosnam, K. M. (2022). Sustainable tourism consumer: Socio-demographic, psychographic and behavioral characteristics. *Tourism Review*, 77(2), 341-375. <https://doi.org/10.1108/TR-09-2020-0435>
- Zorpas, A. A., Navarro-Pedreño, J., Panagiotakis, I., & Dermatas, D. (2021). Steps forward to adopt a circular economy strategy by the tourism industry. *Waste Management & Research*, 39(7), 889-891. <https://doi.org/10.1177/0734242X211029087>