TÁC ĐỘNG CỦA CÁC YẾU TỐ BỀN VỮNG XÃ HỘI ĐẾN NHẬN THỨC CỦA NGƯỜI TIÊU DÙNG VỀ CÁC DỰ ÁN XÂY DỰNG BỀN VỮNG

ThS. Đỗ Minh Trang* - ThS. Trần Thuỷ Trang*

Nhận thức của người tiêu dùng đối với các dự án xây dựng bền vững đóng vai trò quan trọng đối với sự tăng trưởng và thành công của ngành xây dựng. Nghiên cứu này xem xét ảnh hưởng của một số yếu tố bền vững xã hội chính đến nhận thức của người tiêu dùng về các dự án xây dựng bền vững tại Việt Nam, bao gồm Sức khỏe và An toàn lao động, Sự tham gia của các bên liên quan, Phát triển nguồn nhân lực và Đánh giá tác động xã hội.

• Từ khóa: *dự án xây dựng bền vững, nhận thức của người tiêu dùng, bền vững xã hội, Việt Nam.*

The perception of consumers towards sustainable construction projects plays a critical role in the growth and success of the construction industry. This research investigates the impact of key social factors on consumer perceptions of sustainable construction projects in Vietnam, including Health and Safety, Stakeholder Involvement, Human Resource Development, and Social Impact Assessment.

• Key words: *sustainable construction projects, consumer perception, social sustainability, Vietnam .*

Ngày nhận bài: 06/01/2026
Ngày gửi phản biện: 27/02/2026
Ngày duyệt đăng: 31/3/2026
DOI: https://doi.org/10.71374/jfarv.v26.i310.58

Giới thiệu

Tại Việt Nam, đô thị hoá và tăng trưởng kinh tế nhanh chóng tạo đòn bẩy cho sự nở rộ của các công trình xây dựng; tuy nhiên, các nỗ lực hướng tới phát triển bền vững đang chủ yếu tập trung vào khía cạnh môi trường, trong khi khía cạnh bền vững xã hội chưa được chú trọng nhiều trong thực tiễn (Trần và cộng sự, 2021; Phạm và cộng sự, 2020). Cụ thể, các khía cạnh kỹ thuật trong xây dựng bền vững đã được phân tích khá đầy đủ trong nhiều nghiên cứu trước đây của Gu và cộng sự (2023). Bên cạnh đó, một số nhà nghiên cứu đã tiếp cận chủ đề phát triển bền vững từ góc nhìn của các chuyên gia trong ngành, chẳng hạn như nhà thầu và kỹ sư (Nguyễn và cộng sự, 2016; Phạm và cộng sự, 2020; Goh và cộng sự, 2013). Mặc dù những nghiên cứu này cung cấp các phát hiện có giá trị về thực hành bền vững của ngành và nhận thức của các chủ thể tham gia ngành xây dựng, chúng vẫn chưa phản ánh được góc nhìn của người tiêu dùng – nhân tố then chốt quyết định nhu cầu và là động lực cho các doanh nghiệp áp dụng các thực hành xây dựng bền vững (Okoye, 2021). Trong một nghiên cứu gần đây hơn, Nguyễn Đạt Duy (2023) đã phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định mua sản phẩm xanh của khách hàng. Nghiên cứu này nhấn mạnh sở thích chung của người tiêu dùng đối với các sản phẩm xanh, tuy nhiên chưa tập trung cụ thể vào nhận thức của người tiêu dùng đối với các dự án xây dựng bền vững, và quan trọng hơn, chỉ khía cạnh môi trường được xem xét một cách chuyên sâu. Vì vậy, nghiên cứu này được thực hiện nhằm xem xét tác động của các yếu tố An toàn và Sức khỏe lao động, Sự tham gia của các bên liên quan, Phát triển nguồn nhân lực và Đánh giá tác động xã hội đến nhận thức của người tiêu dùng về các dự án xây dựng bền vững tại Việt Nam, đưa đến góc nhìn của khách hàng để hỗ trợ doanh nghiệp xây dựng phát triển bền vững.

Cơ sở lý thuyết và mô hình nghiên cứu

Cơ sở lý thuyết

Tính bền vững về mặt xã hội trong các dự án xây dựng

Tính bền vững về mặt xã hội là một trong ba trụ cột chính của khái niệm phát triển bền vững. Trong bối cảnh ngành xây dựng, tính bền vững xã hội về bản chất là việc đáp ứng nhu cầu và bảo đảm phúc lợi của các bên liên quan, từ người lao động, cư dân cho đến cộng đồng rộng lớn hơn, trong suốt vòng đời của dự án (Kordi và cộng sự, 2022; Akhtar và cộng sự, 2024). Điều này bao gồm việc bảo đảm sức khỏe và an toàn, thúc đẩy sự tham gia của cộng đồng và tăng cường công bằng xã hội (Torkayesh và cộng sự, 2021; Hutchins và cộng sự, 2019). Tính bền vững xã hội trong xây dựng cũng có thể được thể hiện thông qua việc tạo ra việc làm, nâng cao chất lượng cuộc sống và bảo đảm rằng các dự án đóng góp tích cực vào cho cộng đồng ảnh hưởng bởi dự án (Wang và Ke, 2024).

** Trường Quản trị và Kinh doanh (HSB), ĐHQGHN; email: trangdm@hsb.edu.vn - trangtt@hsb.edu.vn*

Nhận thức của người tiêu dùng về các dự án xây dựng bền vững

Nhận thức của người tiêu dùng đề cập đến quá trình mà qua đó các cá nhân diễn giải và hình thành đánh giá về sản phẩm, dịch vụ hoặc thương hiệu dựa trên trải nghiệm, kỳ vọng và những thông tin mà họ tiếp cận được. Formatting...Nhận thức của người tiêu dùng có ảnh hưởng trực tiếp đến mức độ sẵn sàng ủng hộ, đầu tư hoặc chấp nhận chi trả mức giá cao hơn cho các dự án xây dựng bền vững (Weniger và cộng sự, 2023).

Giả thuyết nghiên cứu

Sức khoẻ và An toàn lao động

An toàn và sức khỏe trong các dự án xây dựng bao gồm các quy trình, thủ tục và chính sách được thiết kế để bảo vệ người lao động trong suốt toàn bộ vòng đời của công trình (Bourahla và cộng sự, 2024; Manikandan, 2023).

Trong mô hình nghiên cứu của mình, Kordi và cộng sự (2021) và Kordi và cộng sự (2022) xếp yếu tố Sức khoẻ và an toàn lao động là yếu tố hàng đầu ảnh hưởng đến nhận thức về tính bền vững xã hội trong các dự án xây dựng. Nghiên cứu của Goel và cộng sự (2020) cũng chỉ ra điều tương tự khi nhấn mạnh tầm quan trọng của Sức khoẻ và an toàn lao động như là một thực hành có trách nhiệm xã hội cho các dự án xây dựng.

H1: Sức khoẻ và An toàn lao động trong các dự án xây dựng bền vững có ảnh hưởng tích cực lên nhận thức của người tiêu dùng về các dự án đó.

Sự tham gia của các bên liên quan

Sự tham gia của các bên liên quan trong các dự án xây dựng bền vững đòi hỏi sự tham gia tích cực của các nhóm hoặc cá nhân có thể bị ảnh hưởng hoặc có lợi ích liên quan đến kết quả dự án (Senaratne và cộng sự, 2021). Điều này bao gồm, nhưng không giới hạn ở, người lao động, cộng đồng địa phương, cơ quan chính phủ, khách hàng và các tổ chức môi trường (Li và cộng sự, 2022; Jiang và cộng sự, 2024). Sự tham gia hiệu quả của các bên liên quan đảm bảo rằng ý kiến của tất cả các bên được xem xét, giúp nhà phát triển dự án đưa ra quyết định sáng suốt hơn và sự chấp nhận của công chúng với dự án cao hơn (Kamaruddin và cộng sự, 2020; Ibrahim và Shen, 2020).

H2: Sự tham gia của các bên liên quan trong các dự án xây dựng bền vững có ảnh hưởng tích cực lên nhận thức của người tiêu dùng về các dự án đó.

Phát triển nguồn nhân lực

Theo Amrutha và Geetha (2020), phát triển nguồn nhân lực về cơ bản là đầu tư vào con người. Mối liên hệ giữa phát triển nguồn nhân lực và nhận thức của người tiêu dùng trong các dự án xây dựng bền vững ngày càng được công nhận rộng rãi trong nghiên cứu học thuật. Goel và cộng sự (2020); Hendiani và Bagherpour (2019); Rostamnezhad và cộng sự (2020) nhấn mạnh rằng các dự án được cho là đối xử công bằng với lực lượng lao động của họ và cung cấp các con đường phát triển nghề nghiệp có nhiều khả năng nhận được sự tin tưởng và ủng hộ lâu dài của người tiêu dùng hơn.

H3: Phát triển nguồn nhân lực trong các dự án xây dựng bền vững có ảnh hưởng tích cực lên nhận thức của người tiêu dùng về các dự án đó.

Đánh giá tác động xã hội

Đánh giá tác động xã hội là quá trình đánh giá có hệ thống các hậu quả xã hội tiềm tàng của các can thiệp có kế hoạch, chẳng hạn như các dự án xây dựng, đối với cộng đồng và các bên liên quan (Alomoto và cộng sự, 2022).

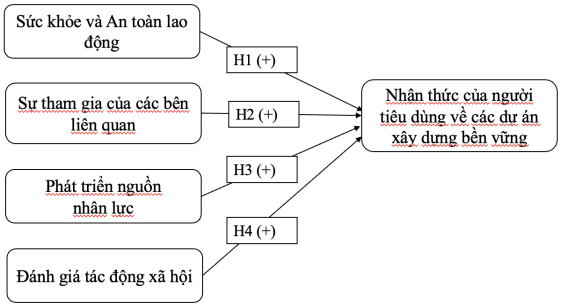
Các dự án trải qua quá trình đánh giá tác động xã hội nghiêm ngặt và thể hiện cam kết giải quyết các vấn đề xã hội có xu hướng được người tiêu dùng nhìn nhận tích cực hơn (Rostamnezhad và Thaheem, 2022). Karji và cộng sự (2019) cho rằng bảo tồn bản sắc và văn hóa địa phương trong thiết kế dự án được coi là có trách nhiệm xã hội.

H4: Đánh giá tác động xã hội trong các dự án xây dựng bền vững có ảnh hưởng tích cực lên nhận thức của người tiêu dùng về các dự án đó.

Mô hình nghiên cứu

Dựa trên các giả thuyết nêu trên, tác giả đề xuất mô hình nghiên cứu như Hình dưới đây về các yếu tố xã hội theo ESG ảnh hưởng tới nhận thức của người tiêu dùng về các dự án xây dựng bền vững.

Hình 1. Mô hình nghiên cứu đề xuất



Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu áp dụng phương pháp định lượng, dữ liệu được thu thập thông qua bảng hỏi với cấu trúc chuẩn hóa, sử dụng thang đo Likert 5 mức độ để lượng hóa mức độ ảnh hưởng của các yếu tố xã hội (1 – hoàn toàn không đồng ý đến 5 - hoàn toàn đồng ý).

Trước khi triển khai chính thức, bảng hỏi được phát thử nghiệm với một nhóm nhỏ nhằm đảm bảo tính rõ ràng, phù hợp ngôn ngữ và độ tin cậy của công cụ đo lường. Mẫu nghiên cứu được lựa chọn theo phương pháp lấy mẫu thuận tiện, hướng tới các đối tượng từ 22 tuổi trở lên đang sinh sống tại Hà Nội. Nghiên cứu thu

được 239 phản hồi, trong đó có 231 bản hợp lệ sử dụng cho phân tích dữ liệu.

Dữ liệu được xử lý bằng các bước: (i) kiểm định độ tin cậy thang đo thông qua Cronbach's Alpha; (ii) phân tích tương quan giữa các biến bằng hệ số Kendall's tau-b do dữ liệu không tuân theo phân phối chuẩn (kiểm định Kolmogorov–Smirnov, $p < 0,05$); và (iii) phân tích hồi quy tuyến tính đa biến để đánh giá mức độ ảnh hưởng của các biến độc lập (HS, SI, HD, SA) đến biến phụ thuộc (CP). Các giả định của mô hình hồi quy như đa cộng tuyến (VIF), tự tương quan (Durbin–Watson) và ý nghĩa tổng thể của mô hình (kiểm định F) cũng được kiểm tra nhằm đảm bảo độ tin cậy của kết quả.

Kết quả nghiên cứu

Kết quả tác động của các yếu tố bền vững xã hội lên nhận thức của người tiêu dùng về các dự án xây dựng bền vững

Kết quả trong Bảng 1 cho thấy mức độ quan trọng của các yếu tố bền vững xã hội trong nhận thức của người tiêu dùng đối với các dự án xây dựng bền vững. Yếu tố "Sức khoẻ và an toàn lao động" được đánh giá cao nhất (4,3582), tiếp theo là "Phát triển nguồn nhân lực" và **"**Đánh giá tác động xã hội". "Sự tham gia của các bên liên quan" là yếu tố có mức đánh giá thấp nhất, nhưng vẫn đạt mức 4,3582/5. Nhìn chung, tất cả các yếu tố đều đạt điểm trung bình cao, phản ánh nhận thức tích cực của người tiêu dùng đối với các khía cạnh xã hội trong xây dựng bền vững.

Bảng 1. Tác động của các yếu tố bền vững xã hội lên nhận thức của người tiêu dùng về các dự án xây dựng bền vững

		Sức khoẻ và an toàn lao động (HS)	Sự tham gia của các bên liên quan (SI)	Phát triển nguồn nhân lực (HD)	Đánh giá tác động xã hội (SA)	Nhận thức của người tiêu dùng (CP)
N	Valid	231	231	231	231	231
	Missing	0	0	0	0	0
Mean		4,3582	4,1328	4,2338	4,2309	4,1526
Median		4,5000	4,3333	4,3333	4,3333	4,2500
Mode		5,00	5,00	5,00	5,00	5,00
Std. Deviation		0,75806	0,74774	0,73766	0,73267	0,68464
Variance		0,575	0,559	0,544	0,537	0,469
Minimum		1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
Maximum		5,00	5,00	5,00	5,00	5,00

Kết quả kiểm định Cronbach's Alpha

Kết quả kiểm định cho thấy, tất cả các thang đo đều đạt độ tin cậy tốt đến rất tốt, với giá trị Cronbach's alpha dao động từ 0,786 đến 0,889. Bên cạnh đó, các giá trị "Cronbach's alpha nếu loại biến" của từng mục đều thấp hơn hệ số Cronbach's alpha chung của mỗi thang đo. Kết quả này khẳng định các thang đo được sử dụng là đáng tin cậy và phù hợp để phân tích nhận thức của người tiêu dùng đối với các thực hành xây dựng bền vững.

Phân tích tương quan

Để lựa chọn hệ số tương quan phù hợp, nghiên cứu tiến hành kiểm định phân phối chuẩn bằng Kolmogorov–Smirnov cho mẫu lớn ($n > 50$), cho thấy tất cả các biến đều có $p < 0,05$, do đó dữ liệu không tuân theo phân phối chuẩn. Vì vậy, hệ số tương quan Kendall's tau-b được sử dụng thay cho Pearson. Kết quả cho thấy tất cả các yếu tố xã hội đều có mối tương quan dương có ý nghĩa thống kê với nhận thức tổng thể của người tiêu dùng ở mức 0,01, và đều có mức tương quan trung bình, thể hiện rằng tất cả các biến đều phù hợp để đưa vào mô hình hồi quy nhằm phân tích mức độ ảnh hưởng của các yếu tố xã hội đến nhận thức của người tiêu dùng.

Bảng 2. Phân tích tương quan các yếu tố bền vững xã hội ảnh hưởng đến nhận thức của người tiêu dùng về các dự án xây dựng bền vững

			HS	SI	HD	SA	CP
Kendall's tau_b	HS	Correlation Coefficient	1,000	0,598**	0,547**	0,533**	0,388**
		Sig. (2-tailed)	.	<0,001	<0,001	<0,001	<0,001
		N	231	231	231	231	231
	SI	Correlation Coefficient	0,598**	1,000	0,588**	0,534**	0,485**
		Sig. (2-tailed)	<0,001	.	<0,001	<0,001	<0,001
		N	231	231	231	231	231
	HD	Correlation Coefficient	0,547**	0,588**	1,000	0,516**	0,496**
		Sig. (2-tailed)	<0,001	<0,001	.	<0,001	<0,001
		N	231	231	231	231	231
	SA	Correlation Coefficient	0,533**	0,534**	0,516**	1,000	0,468**
		Sig. (2-tailed)	<0,001	<0,001	<0,001	.	<0,001
		N	231	231	231	231	231
	CP	Correlation Coefficient	0,388**	0,485**	0,496**	0,468**	1,000
		Sig. (2-tailed)	<0,001	<0,001	<0,001	<0,001	.
		N	231	231	231	231	231

*** p<0,01. N = 231*

Phân tích hồi quy đa biến

Giá trị R bình phương hiệu chỉnh bằng 0,486 cho thấy khoảng 48,6% sự biến thiên trong nhận thức tổng thể của người tiêu dùng đối với các dự án xây dựng bền vững được giải thích bởi bốn biến độc lập nêu trên.

Kết quả kiểm định F trong *Bảng 3* cho thấy mô hình hồi quy có ý nghĩa thống kê ($F = 55,462$; $p < 0,001$), khẳng định rằng ít nhất một biến độc lập có ảnh hưởng đáng kể đến biến phụ thuộc.

Tất cả các biến độc lập đều có giá trị VIF dưới 3 (từ 2,360 đến 2,723), cho thấy mô hình không gặp vấn đề đa cộng tuyến và đảm bảo độ tin cậy của kết quả hồi quy.

Bảng 3. Kết quả phân tích hồi quy

Model	Unstandardised Coefficients		Standardised Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	1,121	0,213		5,258	<0,001		
SI	0,267	0,071	0,292	3,741	<0,001	0,367	2,723
HS	-0,035	0,067	-0,038	-0,515	0,607	0,405	2,468
SA	0,223	0,068	0,239	3,288	0,001	0,424	2,360
HD	0,268	0,071	0,289	3,773	<0,001	0,381	2,623

a. Biến phụ thuộc: Nhận thức của người tiêu dùng (CP)

Ghi chú: Adjusted $R^2 = 0,486$; $F = 55,462$ ($p < 0,001$); Durbin–Watson = 2,054;

N = 231.

Kết quả phân tích hồi quy cho thấy ba yếu tố xã hội SI, HD và SA có ảnh hưởng đáng kể đến nhận thức của người tiêu dùng đối với các dự án xây dựng bền vững. Trong đó, SI và SD có tác động mạnh nhất và gần như tương đương, phản ánh vai trò quan trọng của sự gắn kết cộng đồng và chính sách lao động trong việc hình thành thái độ của người tiêu dùng. SA cũng có ảnh hưởng tích cực nhưng ở mức thấp hơn (β = 0,223). Ngược lại, HS không thể hiện ảnh hưởng có ý nghĩa thống kê (β = −0,035), có thể do người tiêu dùng xem đây là yêu cầu bắt buộc theo quy định hơn là một đặc điểm khác biệt của xây dựng bền vững.

Thảo luận và hàm ý nghiên cứu

Kết quả nghiên cứu cho thấy các yếu tố xã hội đóng vai trò quan trọng trong việc hình thành nhận thức của người tiêu dùng đối với các dự án xây dựng bền vững tại Việt Nam, tuy nhiên mức độ ảnh hưởng giữa các yếu tố có sự khác biệt rõ rệt. "Sự tham gia của các bên liên quan" là yếu tố có tác động mạnh nhất, phản ánh tầm quan trọng của tương tác, lắng nghe và phản hồi từ cộng đồng trong bối cảnh văn hóa đề cao tính tập thể như Việt Nam. "Phát triển nguồn nhân lực" có mức độ ảnh hưởng gần tương đương, cho thấy người tiêu dùng ngày càng quan tâm đến đào tạo, điều kiện làm việc và đãi ngộ công bằng trong bối cảnh ngành xây dựng tăng trưởng nhanh. "Đánh giá tác động xã hội" cũng có ảnh hưởng tích cực, song thấp hơn, hàm ý rằng các tác động xã hội dài hạn tuy được coi trọng nhưng kém nổi bật hơn so với các yếu tố trực quan và dễ truyền thông.

Một phát hiện đáng chú ý là yếu tố "Sức khỏe và an toàn lao động" không có ảnh hưởng có ý nghĩa thống kê đến nhận thức của người tiêu dùng. Kết quả này đi ngược lại với nhiều nghiên cứu trước đây nhấn mạnh vai trò trung tâm của sức khoẻ và an toàn lao động trong xây dựng bền vững. Tuy nhiên, trong bối cảnh nghiên cứu này, điều đó có thể được giải thích bởi việc người tiêu dùng xem sức khoẻ và an toàn lao động như một yêu cầu bắt buộc theo quy định, thay vì một yếu tố tạo nên sự khác biệt về tính bền vững. Ngoài ra, các biện pháp an toàn và sức khỏe thường ít được công chúng nhìn thấy trực tiếp, trừ khi xảy ra sự cố nghiêm trọng. Do đó, mặc dù yếu tố này rất quan trọng đối với ngành xây dựng và người lao động trong ngành, nó lại không đóng vai trò nổi bật trong việc hình thành nhận thức của người tiêu dùng so với các lợi ích xã hội rộng lớn hơn như chất lượng cuộc sống, việc làm và phúc lợi cộng đồng.

Kết luận và kiến nghị

Nghiên cứu này đã cung cấp bằng chứng thực nghiệm về vai trò của các yếu tố bền vững xã hội trong việc hình thành nhận thức của người tiêu dùng đối với các dự án xây dựng bền vững trong bối cảnh Việt Nam, góp phần mở rộng hiểu biết về tính bền vững xã hội trong xây dựng từ góc nhìn người tiêu dùng – một khía cạnh còn tương đối hạn chế trong các nghiên cứu trước tại Việt Nam.

Về mặt học thuật, nghiên cứu cho thấy các yếu tố bền vững xã hội không có mức độ ảnh hưởng đồng đều, và những yếu tố mang tính tương tác trực tiếp, dễ quan sát và dễ diễn giải đối với người tiêu dùng có xu hướng đóng vai trò nổi bật hơn trong việc hình thành nhận thức. Kết quả này gợi ý rằng các khung đánh giá bền vững xã hội trong xây dựng cần được điều chỉnh linh hoạt theo bối cảnh văn hóa và đối tượng đánh giá, thay vì giả định tính phổ quát của tất cả các yếu tố xã hội.

Về mặt thực tiễn, nghiên cứu đưa ra một số hàm ý quan trọng cho các chủ đầu tư và nhà quản lý dự án xây dựng bền vững. Thứ nhất, cần ưu tiên thiết lập và duy trì cơ chế tham gia hiệu quả của các bên liên quan thông qua các hoạt động như tham vấn cộng đồng định kỳ, công bố thông tin minh bạch và xây dựng các kênh phản hồi hai chiều. Việc này không chỉ giúp giảm thiểu xung đột mà còn gia tăng mức độ chấp nhận xã hội và củng cố niềm tin của người tiêu dùng đối với dự án. Thứ hai, các doanh nghiệp cần chú trọng đầu tư vào phát triển nguồn nhân lực thông qua đào tạo kỹ năng, nâng cao điều kiện làm việc và đảm bảo chính sách đãi ngộ công bằng. Những yếu tố này không chỉ nâng cao hiệu quả vận hành nội tại mà còn góp phần xây dựng hình ảnh tích cực của dự án trong mắt người tiêu dùng. Thứ ba, các kết quả đánh giá tác động xã hội cần được chuẩn hóa và truyền thông một cách rõ ràng, dễ tiếp cận, chẳng hạn thông qua các báo cáo tóm tắt, nền tảng số hoặc các công cụ trực quan hóa thông tin, nhằm giúp người tiêu dùng nhận diện đầy đủ các lợi ích xã hội dài hạn mà dự án mang lại.

Tài liệu tham khảo:

Akhtar, J., Khan, K. I. A., Tahir, M. B., Ullah, F. and Waheed, A. (2024). Decoding Social Sustainability in Construction Projects: Analysis of Project Dynamics and Impact, Buildings (Basel), 14(3), p. 682.

Alomoto, W., Niñerola, A. and Pié, L. (2022). Social Impact Assessment: A Systematic Review of Literature, Social Indicators Research, 161(1), pp. 225–250.

Amrutha, V. N. and Geetha, S. N. (2020). A systematic review on green human resource management: Implications for social sustainability, Journal of Cleaner Production, 247, pp. 119131.

Bourahla, A., Fernandes, G. and Ferreira, L. M. D. F. (2024). Managing Occupational Health and Safety Risks in Construction Projects to Achieve Social Sustainability – A Review of Literature, Procedia computer science, 239, pp. 10531061.

Goel, A., Ganesh, L. S. and Kaur, A. (2020). Social sustainability considerations in construction project feasibility study: a stakeholder salience perspective, Engineering, construction, and architectural management, 27(7), pp. 1429–1459.

Goh, C. S., Rowlinson, S. and Yip, B. (2013). An Exploration of Stakeholders' Perceptions of Sustainable Construction, In: International Conference in Sustainable Development in Building and Environment 2023, 25 October, 2013 - 28 October 2013.

Gu, J., Guo, F., Peng, X. and Wang, B. (2023) Green and Sustainable Construction Industry: A Systematic Literature Review of the Contractor's Green Construction Capability. Buildings, 13(2), p. 470

Ibrahim, Y. W. and Shen, G. Q. (2020). Stakeholder management in prefabricated prefinished volumetric construction projects: benchmarking the key result areas, Built environment project and asset management, 10(3), pp. 407–421.

Jiang, X., Zhou, H., Li, M., Lu, K., Lyu, S., Omrani, S. and Skitmore, M. (2024). Sustainable construction projects management in the AEC industry: analysis and visualization, International Journal of Construction Management, 24(4), pp. 384–399.

Kamaruddin, T., Adul Hamid, R. and Abd Ghani, S. (2020). Social aspect implementation in sustainable construction, IOP conference series.Materials Science and Engineering, 849(1), pp. 12036.

Nguyen, D. D. (2023). Evaluating the Consumer Attitude and Behavioral Consumption of Green Products in Vietnam, Sustainability (Basel, Switzerland), 15(9), pp. 7612.

Okoye, P. U. (2021). Factors Influencing Clients' Commitment to Sustainable Construction Practices, International journal of sustainable development and planning, 16(1), pp. 39–48.

Pham, H., Kim, S. and Luu, T. (2020). Managerial perceptions on barriers to sustainable construction in developing countries: Vietnam case, Environment, Development and Sustainability, 22(4), pp. 2979–3003.

Weniger, A., Del Rosario, P., Backes, J. G. and Traverso, M. (2023). Consumer Behavior and Sustainability in the Construction Industry—Relevance of Sustainability-Related Criteria in Purchasing Decision, Buildings (Basel), 13(3), pp. 638.