



ỨNG DỤNG LÝ THUYẾT HÀNH VI THEO KẾ HOẠCH PHÂN TÍCH Ý ĐỊNH HÀNH VI DU LỊCH CÓ TRÁCH NHIỆM VỀ BẢO VỆ MÔI TRƯỜNG CỦA DU KHÁCH NỘI ĐỊA TẠI THÀNH PHỐ CẦN THƠ

Hồ Lê Thu Trang^{1*} và Phan Thị Phương Thảo²

¹Khoa Kinh tế, Trường Đại học Cần Thơ

²Sinh viên ngành Quản trị Dịch vụ du lịch và lữ hành – Khóa 40, Khoa Kinh tế, Trường Đại học Cần Thơ

*Người chịu trách nhiệm về bài viết: Tác giả (email: hltrang@ctu.edu.vn)

Thông tin chung:

Ngày nhận bài: 03/05/2018

Ngày nhận bài sửa: 30/07/2018

Ngày duyệt đăng: 28/12/2018

Title:

Application of the theory of planned behavior to analyze pro-environmental behavioral intention of domestic tourists in Can Tho city

Từ khóa:

Hành vi du lịch có trách nhiệm về bảo vệ môi trường, kinh nghiệm trong quá khứ, nhận thức kiểm soát hành vi, thái độ, tiêu chuẩn chủ quan

Keywords:

Attitude, past experience, perceived behavioral control, subjective norm, tourism pro-environmental behavior

ABSTRACT

The theory of planned behavior (TPB) was applied to examine the factors (including past experience, attitude, subjective norm and perceived behavioral control) influencing on pro-environmental behavioral intention of domestic tourists in Can Tho city. Data were obtained from 131 domestic tourists in Can Tho city, who responded willingly to a questionnaire-based survey. The results of multiple regression showed all four factors significantly affect domestic tourists' pro-environmental behavioral intention. Especially, past experience was found as the most important determinant. In addition, implications are proposed for improving pro-environmental behavioral intention of domestic tourists in Can Tho city.

TÓM TẮT

Nghiên cứu ứng dụng lý thuyết hành vi theo kế hoạch (the theory of planned behavior – TPB) nhằm đánh giá sự ảnh hưởng của các nhân tố gồm kinh nghiệm trong quá khứ, thái độ, tiêu chuẩn chủ quan và nhận thức kiểm soát hành vi đến ý định hành vi du lịch có trách nhiệm về bảo vệ môi trường của khách du lịch nội địa tại thành phố Cần Thơ. Cuộc khảo sát với 131 khách du lịch nội địa tại thành phố Cần Thơ đã được thực hiện dựa trên bảng câu hỏi. Kết quả mô hình hồi quy tuyến tính cho thấy cả bốn nhân tố đều ảnh hưởng đến ý định hành vi du lịch có trách nhiệm của du khách nội địa. Đặc biệt, kinh nghiệm trong quá khứ là biến ảnh hưởng mạnh nhất. Bên cạnh đó, nghiên cứu cũng đề xuất một số giải pháp nâng cao hành vi du lịch có trách nhiệm về bảo vệ môi trường của du khách thông qua các đề xuất cải thiện các nhân tố ảnh hưởng đã xác định được trong nghiên cứu.

Trích dẫn: Hồ Lê Thu Trang và Phan Thị Phương Thảo, 2018. Ứng dụng lý thuyết hành vi theo kế hoạch phân tích ý định hành vi du lịch có trách nhiệm về bảo vệ môi trường của du khách nội địa tại thành phố Cần Thơ. Tạp chí Khoa học Trường Đại học Cần Thơ. 54(9D): 124-132.

1 GIỚI THIỆU

Cùng với sự phát triển của ngành du lịch toàn cầu, du lịch Việt Nam đang có những bước tiến khá rõ rệt, lượng khách du lịch trong và ngoài nước ngày

càng gia tăng. Điển hình, năm 2017 lượng khách nội địa ước tính đạt 73.200 nghìn lượt khách, tăng 18,1% so với năm 2016 và lượng khách quốc tế đến với Việt Nam đạt 12.922 nghìn lượt khách, tăng 29,1% so với năm 2016. Ngành đã đóng góp rất lớn

trong cải thiện đời sống nhân dân và trở thành nền kinh tế mũi nhọn. Tổng thu của ngành du lịch năm 2017 là 510 nghìn tỷ đồng, tốc độ tăng trưởng so với năm 2016 là 27,7%. Lần đầu tiên Việt Nam được Tổ chức Du lịch thế giới xếp thứ 6 trong 10 điểm đến du lịch có tốc độ phát triển nhanh nhất thế giới và đứng đầu châu Á (Tổng cục Du lịch Việt Nam, 2018). Với sự phát triển đó, Việt Nam ngày càng phát triển nhiều điểm du lịch thu hút du khách, nhưng bên cạnh đó vẫn có những yếu tố tiêu cực ảnh hưởng đến sự phát triển của ngành du lịch.

Với vị trí thuận lợi là trung tâm của các tỉnh Đồng bằng sông Cửu Long, giữa mạng lưới sông ngòi kênh rạch nằm bên bờ sông Hậu, Cần Thơ được mệnh danh là “Tây Đô”, thủ phủ của miền Tây Nam Bộ. Với nhiều tiềm năng phát triển du lịch, thành phố Cần Thơ (TPCT) trở thành điểm đến thú vị cho du khách trong và ngoài nước. Lượng khách du lịch đến TPCT ngày càng tăng, cụ thể năm 2016, TPCT đón 7,5 triệu lượt du khách, tăng 41% so với cùng kỳ năm 2016 (Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch TPCT, 2018). Sự phát triển của ngành du lịch đã góp phần vào sự tăng trưởng nền kinh tế theo hướng tích cực, tạo nhiều cơ hội việc làm nâng cao chất lượng đời sống của người dân TPCT.

Tuy nhiên, ngoài những đóng góp cho nền kinh tế thì du lịch TPCT vẫn còn đang gặp khá nhiều hạn chế như hiệu quả kinh doanh chưa cao, chưa phát huy hết tiềm năng và vị thế du lịch hiện có, thiếu sự đa dạng trong sản phẩm du lịch, hình ảnh và thương hiệu vẫn chưa phổ biến, việc gắn kết địa danh du lịch Cần Thơ với các du khách còn nhiều hạn chế. Thêm vào đó là những tác động tiêu cực tới môi trường và xã hội, điển hình là thực trạng đáng chú ý tại chợ nổi Cái Răng với hoạt động kinh doanh tự phát, thiếu ý thức về môi trường. Chợ nổi Cái Răng với tỉ lệ hư thối hàng hóa bình quân trong năm là 2,27% (do nhiều ngày neo đậu chờ bán hàng hóa và gặp những lúc mưa bão) thì khối lượng thải từ chợ nổi Cái Răng được ước tính hằng năm là 4.410,91 tấn và trung bình mỗi ngày là 12,25 tấn (Trịnh Xuân Thắng và Hà Thị Thùy Dương, 2015). Có thể thấy rằng, vấn đề về bảo vệ môi trường song song việc phát triển du lịch vẫn chưa được quan tâm thích đáng.

Trong những năm gần đây, “du lịch có trách nhiệm” đang được rất nhiều các điểm đến trên toàn thế giới quan tâm phát triển trở thành sản phẩm chủ lực vừa tạo ra lợi thế cạnh tranh vừa đảm bảo được xu hướng phát triển bền vững chung của ngành. Thuật ngữ “du lịch có trách nhiệm” được định nghĩa là hình thức du lịch tối đa hóa các tác động tích cực và giảm thiểu các tác động tiêu cực cho tất cả các bên liên quan đến du lịch (Responsible Tourism Partnership, 2008). Hiện nay, trong số những hiểu

biết khác nhau về du lịch có trách nhiệm, quan điểm dựa vào hành vi hoặc hành động đã được đưa vào xu thế chủ đạo (Grimwood et al., 2015; Mihalic, 2016), xem “du lịch có trách nhiệm” như một mô hình và một phương thức hành nghề có trách nhiệm (Mody et al., 2014). Nếu sự phát triển bền vững của du lịch là một quá trình, thì “du lịch có trách nhiệm” là một cách hiệu quả để thực hiện quá trình đó (Goodwin và Francis, 2003; Stanford, 2006). Phần lớn các nghiên cứu và thực tiễn hiện tại đều có xu hướng áp dụng cách tiếp cận từ trên xuống để chú ý đến phía cung của du lịch: các doanh nghiệp kinh doanh du lịch, chính phủ, người dân địa phương.... Mặc dù khách du lịch vừa là đối tượng lựa chọn các sản phẩm du lịch vừa là tác nhân rất quan trọng trong các chương trình hành động có trách nhiệm (Caruana et al, 2014), khách du lịch hầu như chưa được chú ý đúng mức trong nghiên cứu về du lịch có trách nhiệm (Mody et al., 2014). Đặc biệt, lý thuyết hành vi theo kế hoạch của Ajzen (1991) được nhiều nghiên cứu ứng dụng để phân tích ý định hành vi (Stanford, 2006; Han et al., 2010; Pipitvanichtham, 2013). Chính vì vậy, nghiên cứu này được thực hiện nhằm mục tiêu ứng dụng lý thuyết hành vi theo kế hoạch phân tích ý định hành vi du lịch có trách nhiệm của khách du lịch nội địa tại TPCT.

Trong bộ công cụ du lịch có trách nhiệm của Việt Nam đã trình bày lại các nguyên tắc chủ đạo cho việc thực hiện du lịch có trách nhiệm tại các điểm đến bao gồm: trách nhiệm xã hội, trách nhiệm môi trường và trách nhiệm về kinh tế (ESRT, 2013). Tuy nhiên, nghiên cứu này chỉ tập trung đánh giá các yếu tố ảnh hưởng đến ý định hành vi du lịch có trách nhiệm về vấn đề bảo vệ môi trường khi đi du lịch tại TPCT. Hy vọng nghiên cứu này sẽ đề xuất những giải pháp thiết thực giúp nâng cao nhận thức và hành vi du lịch có trách nhiệm của du khách liên quan đến các hoạt động bảo vệ môi trường.

2 CƠ SỞ LÝ THUYẾT

2.1 Các lý thuyết cổ điển

Hiện nay, đã có hai mô hình cổ điển được dùng đo lường ý định thực hiện hành vi như sau:

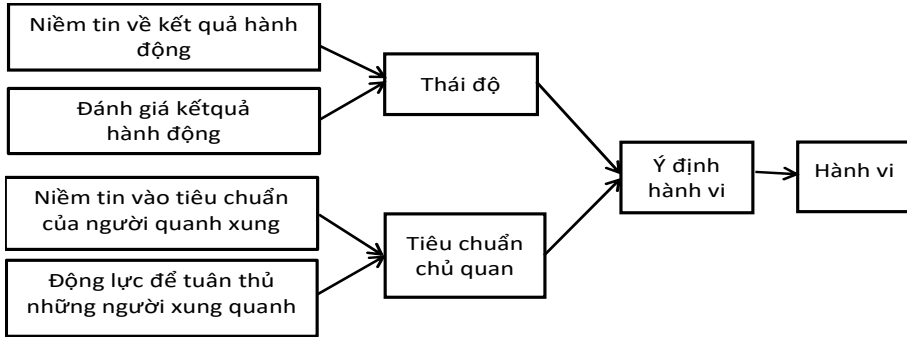
(1) Lý thuyết hành vi hợp lý (Theory of Reasoned Action - TRA)

Lý thuyết hành vi hợp lý được phát triển lần đầu vào năm 1967 bởi Fishbein, sau đó đã được sửa đổi và mở rộng bởi Ajzen và Fishbein (1975). Theo lý thuyết này, các cá nhân có cơ sở và động lực trong quá trình ra quyết định của họ và đưa ra một sự lựa chọn hợp lý giữa các giải pháp, công cụ tốt nhất để phán đoán hành vi là ý định và hành vi được xác định bởi ý định thực hiện hành vi (BI) của một

người. Theo Ajzen và Fishbein (1975), ý định hành vi sẽ chịu ảnh hưởng bởi thái độ đối với hành vi và tiêu chuẩn chủ quan hành vi.

(2) Lý thuyết hành vi có kế hoạch (Theory of Planned Behaviour - TPB)

Thuyết hành vi dự định (TPB) của Ajzen (1991)

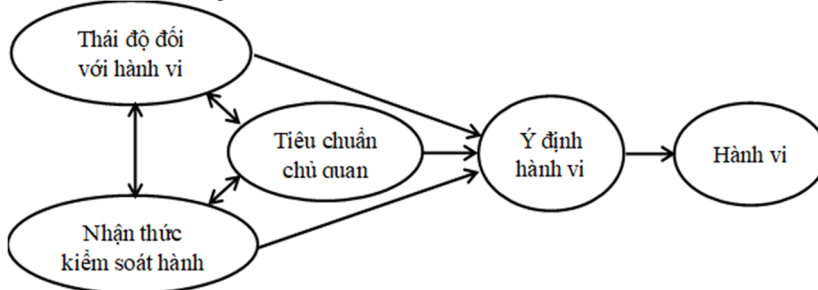


Hình 1: Mô hình Lý thuyết hành vi hợp lý (TRA) (Ajzen và Fishbein, 1975)

được phát triển từ lý thuyết hành vi hợp lý (Ajzen và Fishbein, 1975), lý thuyết này được tạo ra do sự hạn chế của lý thuyết trước về việc cho rằng hành vi của con người là hoàn toàn do kiểm soát lý trí. Tương tự như lý thuyết TRA, nhân tố trung tâm trong lý thuyết hành vi có kế hoạch là ý định của cá nhân trong việc thực hiện một hành vi nhất định.

Trong lý thuyết mới này, tác giả cho rằng ý định thực hiện hành vi sẽ chịu ảnh hưởng bởi ba nhân tố

như thái độ đối với hành vi, tiêu chuẩn chủ quan và nhận thức về kiểm soát hành vi.

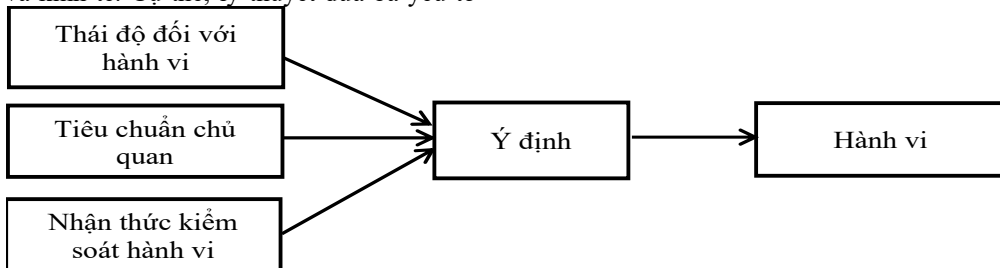


Hình 2: Mô hình Lý thuyết hành vi có kế hoạch (TPB) (Ajzen, 1991)

2.2 Các nghiên cứu thực nghiệm

Nghiên cứu của Stanford (2006) đã xác định được các năm hành vi cụ thể của du lịch có trách nhiệm theo bốn khía cạnh xã hội, văn hóa, môi trường và kinh tế. Cụ thể, lý thuyết đưa ba yếu tố

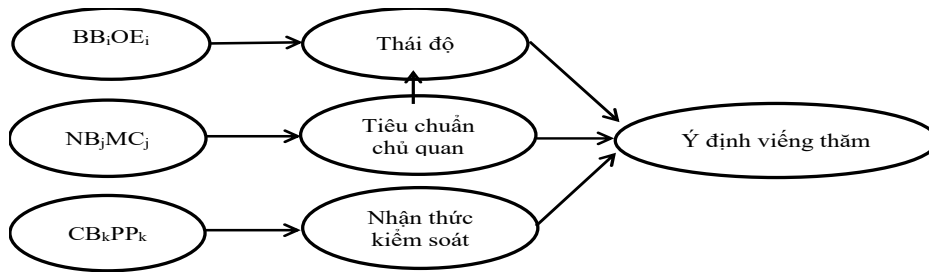
ảnh hưởng ý định hành vi: thái độ, tiêu chuẩn chủ quan, nhận thức kiểm soát hành vi, trong đó nhận thức kiểm soát hành vi là yếu tố thứ ba được bổ sung để chứa những trở ngại và sự can thiệp từ bên ngoài có thể ảnh hưởng đến hai yếu tố đầu tiên.



Hình 3: Mô hình nghiên cứu của Stanford (2006) (Mô phỏng theo Ajzen, 1988)

Han et al., (2010) đã đưa ra một nghiên cứu với tên đề tài là “áp dụng lý thuyết hành vi có kế hoạch để lựa chọn khách sạn xanh”. Nghiên cứu này đã đề

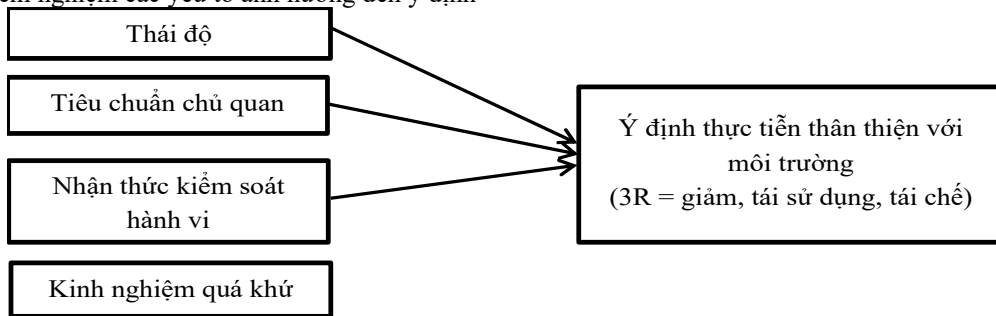
xuất và thử nghiệm mô hình lý thuyết (TPB) của Ajzen để giải thích sự hình thành ý định khách hàng đến thăm một khách sạn xanh thông qua 9 giả thuyết mà tác giả trình bày trong nghiên cứu.



Hình 4: Mô hình nghiên cứu của Han et al. (2010)

Một nghiên cứu của Pipitvanichtham (2013) được thực hiện ở Thái Lan là “ý định áp dụng thực tiễn thân thiện với môi trường ở Thái Lan” với mục đích kiểm nghiệm các yếu tố ảnh hưởng đến ý định

áp dụng thực tiễn thân thiện với môi trường của người dân tại đây bằng cách áp dụng Lý thuyết hành vi có kế hoạch (TPB) được bổ sung thêm biến kinh nghiệm trong quá khứ.



Hình 5: Mô hình nghiên cứu của Pipitvanichtham (2013)

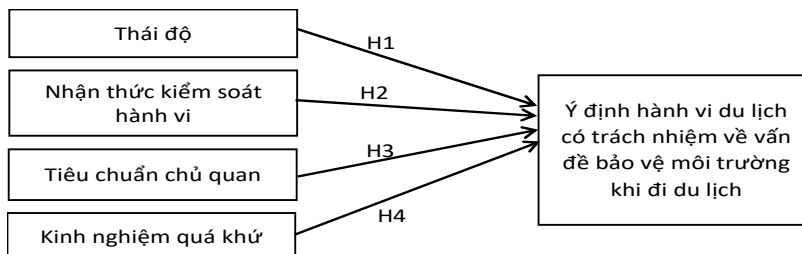
(Pipitvanichtham, 2013)

2.3 Mô hình nghiên cứu đề xuất

Ý tưởng về du lịch có trách nhiệm đã được giải quyết rộng rãi trong lĩnh vực du lịch tự nhiên (Mody et al., 2014), điều này lý giải cho lý do tại sao các nhà nghiên cứu du lịch thường tập trung vào một vấn đề, đặc biệt là khía cạnh trách nhiệm về môi trường (Weeden, 2011). Điển hình như các nghiên cứu của Chiu et al. (2014), Lee et al. (2013) là nghiên cứu về hành vi du lịch có trách nhiệm về vấn đề bảo vệ môi trường, nhấn mạnh vào các mối quan tâm về môi trường bị giảm sút trên thực tế hơn thể hiện nhiều mối quan tâm khác như bày tỏ sự tôn trọng đối với cộng đồng địa phương hay là chia sẻ lợi ích kinh tế của du lịch trực tiếp đối với người dân địa phương,... Nghiên cứu của Stanford (2006) đã xem xét các yếu tố ảnh hưởng đến việc nhận thức của khách du lịch

về trách nhiệm trong bối cảnh du lịch cũng được khái quát hóa từ các nghiên cứu về hành vi du lịch có trách nhiệm với môi trường, bởi vì ông xem nó là một khía cạnh quan trọng. Trên cơ sở những nghiên cứu trên, nghiên cứu chỉ tập trung vào các hành vi du lịch có trách nhiệm về vấn đề bảo vệ môi trường khi đi du lịch.

Dựa trên các mô hình nghiên cứu trước đây, mô hình sau đây (Hình 6) được đề xuất thực hiện trong nghiên cứu này. Các biến độc lập trong nghiên cứu này sẽ bao gồm *biến thái độ*, *tiêu chuẩn chủ quan*, *nhận thức kiểm soát hành vi* và *kinh nghiệm quá khứ*, trong khi biến phụ thuộc là *ý định hành vi du lịch có trách nhiệm về vấn đề bảo vệ môi trường khi đi du lịch*. Mô hình nghiên cứu sử dụng trong nghiên cứu này dựa trên mô hình TPB.



Hình 6: Mô hình nghiên cứu đề xuất

(Ứng dụng từ mô hình lý thuyết hành vi theo kế hoạch_TPB của Ajzen, 1991)

3 PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

3.1 Phương pháp thu thập số liệu

Dữ liệu thứ cấp dùng trong nghiên cứu được thu thập từ nhiều nguồn khác nhau như thống kê của Tổng cục Du lịch Việt Nam, Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch Cần Thơ, các nghiên cứu liên quan,... có liên quan đến bài nghiên cứu. Bên cạnh đó, nghiên cứu đã thu thập số liệu sơ cấp qua phỏng vấn trực tiếp bằng bảng câu hỏi đối với khách du lịch tại các điểm du lịch của TPCT như bến Ninh Kiều, chợ nổi Cái Răng, làng du lịch Mỹ Khánh, Thiền viện Trúc Lâm,... theo phương pháp chọn mẫu thuận tiện. Đề tài đã dựa trên phương pháp tính cỡ mẫu của Nguyễn Đình Thọ (2011) khi sử dụng phương pháp phân tích nhân tố EFA và Hồi quy tuyến tính. Đối với đề tài này, cỡ mẫu 125 mẫu sẽ đảm bảo yêu cầu của hai phương pháp trên. Thực tế, đề tài đã thu về 131 mẫu đạt yêu cầu.

Dữ liệu thứ cấp dùng trong nghiên cứu được thu thập từ nhiều nguồn khác nhau như thống kê của Tổng cục Du lịch Việt Nam, Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch Cần Thơ, nghiên cứu liên quan,....

Bên cạnh đó, nghiên cứu này đã thu thập số liệu sơ cấp qua phỏng vấn trực tiếp khách du lịch nội địa tại TPCT bằng bảng câu hỏi. Cỡ mẫu được xác định dựa trên hướng tiếp cận gắn với phương pháp phân tích nhân tố và hồi quy tuyến tính được sử dụng trong nghiên cứu. Đối với phương pháp phân tích nhân tố, cỡ mẫu tối thiểu phải gấp 5 lần số tiêu chí đưa vào phân tích (Nguyễn Đình Thọ, 2011). Cụ thể, nghiên cứu đã sử dụng 25 tiêu chí trong phân tích nhân tố nên cỡ mẫu phải đạt: $n = 5 * 25 = 125$. Đối với phương pháp hồi quy tuyến tính, cỡ mẫu tối thiểu cần đạt được tính theo công thức: $n = 50 + 8 * \text{số biến độc lập}$ (Nguyễn Đình Thọ, 2011). Cụ thể, nghiên cứu sử dụng 4 biến độc lập đưa vào mô hình nên cỡ mẫu phải đạt: $n = 50 + 8 * 4 = 82$. Như vậy, nghiên cứu đảm bảo cỡ mẫu thỏa cả hai công thức trên và phải phỏng vấn tối thiểu 125 khách du lịch. Để đảm bảo số lượng của cỡ mẫu này, nhóm nghiên cứu đã đặt mục tiêu phỏng vấn 150 khách du lịch nội địa.

Do danh sách khách du lịch tại TPCT không được thống kê sẵn nên phương pháp chọn mẫu thuận tiện được sử dụng để tiếp cận đáp viên trong nghiên cứu này. Tại các điểm du lịch của TPCT như bến Ninh Kiều, chợ nổi Cái Răng, làng du lịch Mỹ Khánh, Thiền viện Trúc Lâm..., các thành viên của nhóm nghiên cứu viên đã tiếp cận từng du khách, giới thiệu sơ lược về mục tiêu nghiên cứu và thuyết phục họ tham gia cuộc khảo sát. Khi du khách không đồng ý tham gia, nhóm nghiên cứu sẽ chuyển sang tiếp cận du khách khác và chỉ tiếp tục phỏng vấn

những du khách vui vẻ và sẵn lòng trả lời các câu hỏi của cuộc khảo sát. Do hạn chế của phương pháp này là tính đại diện không tốt nên nhóm nghiên cứu đã cố gắng tiếp cận đa dạng các đáp viên về tuổi và giới tính. Đối với mỗi đoàn khách du lịch, nhóm nghiên cứu chỉ tiếp cận và phỏng vấn 1 du khách để tăng tính đại diện. Kết quả, cuộc khảo sát cũng thuyết phục được 150 khách du lịch nội địa đồng ý tham gia; tuy nhiên, chỉ 131 đáp viên hoàn thành đầy đủ các câu hỏi. Số lượng này vẫn đảm bảo yêu cầu về cỡ mẫu đã trình bày.

3.2 Phương pháp phân tích số liệu

Qua lược khảo tài liệu, nghiên cứu đã xác định bộ tiêu chí đánh giá bốn biến độc lập gồm (thái độ, nhận thức kiểm soát hành vi, tiêu chuẩn chủ quan, kinh nghiệm quá khứ) và một biến phụ thuộc (ý định hành vi du lịch có trách nhiệm về vấn đề bảo vệ môi trường khi đi du lịch). Bộ tiêu chí được đánh giá bằng thang đo Likert 5 mức độ từ (1) là “hoàn toàn không đồng ý” đến (5) là “hoàn toàn đồng ý”, và được kiểm định độ tin cậy bằng kiểm định Cronbach’s alpha. Phương pháp phân tích nhân tố dùng gom nhóm bộ tiêu chí các nhân tố ảnh hưởng đến ý định hành vi du lịch có trách nhiệm về vấn đề bảo vệ môi trường. Đồng thời, phân tích nhân tố cũng được sử dụng để gom nhóm các tiêu chí thuộc biến ý định du lịch có trách nhiệm về bảo vệ môi trường. Ngoài ra, phương pháp hồi quy tuyến tính được dùng để xác định sự ảnh hưởng của các biến độc lập đến biến phụ thuộc nêu trên.

4 KẾT QUẢ VÀ THẢO LUẬN

4.1 Các yếu tố ảnh hưởng đến ý định du lịch có trách nhiệm về bảo vệ môi trường

Nghiên cứu khảo sát 131 ý kiến của đáp viên liên quan đến 21 tiêu chí của 4 nhân tố chính ảnh hưởng đến ý định bảo vệ môi trường khi du lịch của khách du lịch nội địa đến TPCT gồm *thái độ, tiêu chuẩn chủ quan, nhận thức kiểm soát hành vi và kinh nghiệm trong quá khứ*. Sau khi kiểm định độ tin cậy Cronbach’s Alpha, có 3 tiêu chí bị loại (TD4- *đối với tôi, bảo vệ môi trường khi đi du lịch là hành vi rất hấp dẫn, rất thú vị*, TD5- *đối với tôi, bảo vệ môi trường khi đi du lịch là hành vi rất thoải mái và KN5- đi du lịch bằng phương tiện giao thông thân thiện với môi trường nhất*) vì có hệ số tương quan biến tổng <0.3, nên nghiên cứu tiến hành phân tích nhân tố với 18 tiêu chí còn lại. Trong kết quả phân tích nhân tố lần 1, tiêu chí NT2- *nếu tôi muốn, tôi có thể thực hiện bảo vệ môi trường khi đi du lịch* bị loại do có hệ số bị loại do có giá trị communalities <0.4. Nghiên cứu tiếp tục tiến hành phân tích nhân tố lần 2 sau khi đã loại biến NT2 và thu được kết quả ở Bảng 1.

Bảng 1: Kết quả phân tích nhân tố các yếu tố ảnh hưởng đến ý định du lịch có trách nhiệm

Tiêu chí	Hệ số tải nhân tố			
	Nhóm1	Nhóm2	Nhóm 3	Nhóm 4
NHÓM 1 – THÁI ĐỘ				
TD2- Bảo vệ môi trường khi đi du lịch là hành vi có lợi	0,913			
TD1- Bảo vệ môi trường khi đi du lịch là hành vi tốt	0,842			
TD6- Bảo vệ môi trường khi đi du lịch là hành vi có giá trị	0,832			
TD8- Bảo vệ môi trường khi đi du lịch là hành vi có trách nhiệm	0,827			
TD7- Bảo vệ môi trường khi đi du lịch là hành vi thích hợp	0,729			
TD3- Bảo vệ môi trường khi đi du lịch là hành vi rất khôn ngoan	0,712			
NHÓM 2 – TIÊU CHUẨN CHỦ QUAN				
TC4- Hầu hết mọi người sẽ ủng hộ tôi bảo vệ môi trường khi đi du lịch		0,826		
TC1- Người tôi biết nghĩ rằng bảo vệ môi trường khi đi du lịch là hành vi tốt		0,757		
TC2- Hầu hết mọi người quan trọng khuyên tôi nên bảo vệ môi trường khi đi du lịch		0,732		
TC3- Người ảnh hưởng đến quyết định của tôi nghĩ rằng tôi nên bảo vệ môi trường khi đi du lịch		0,691		
NHÓM 3 – KINH NGHIỆM QUÁ KHỨ				
KN1- Phân loại và giảm lượng nước thải			0,723	
KN3- Sử dụng phương tiện công cộng			0,720	
KN2- Tiết kiệm nước và năng lượng			0,712	
KN4- Chọn nơi, chỗ ở thân thiện với môi trường			0,668	
NHÓM 4 – NHẬN THỨC KIỂM SOÁT HÀNH VI				
NT4- Bảo vệ môi trường nằm trong quyền kiểm soát của tôi				0,771
NT1- Bảo vệ môi trường khi đi du lịch là hành vi dễ dàng				0,762
NT3- Tôi có nguồn lực, thời gian và cơ hội bảo vệ môi trường khi đi du lịch				0,728
Hệ số Cronbach's Alpha	0,905	0,786	0,733	0,684
Giá trị riêng (Eigenvalues)	5,329	2,626	1,507	1,357
Độ biến thiên được giải thích (Variance explained (%))	31,354	15,446	8,865	7,982
Độ biến thiên được giải thích tích lũy (Cumulative variance explained (%))	31,354	46,791	55,656	63,638
Hệ số KMO = 0,829; Sig. = 0,000				

(Nguồn: Số liệu từ khảo sát, 2017)

Từ bảng trên cho thấy các kiểm định đã được đảm bảo như: (1) kiểm định tính thích hợp của mô hình ($0,5 < KMO = 0,829 < 1,0$); (2) kiểm định Bartlett's về sự tương quan của các biến quan sát ($Sig. = 0,000 < 0,05$) chứng tỏ các biến có liên quan chặt chẽ với nhau; (3) tổng phương sai trích = 63,638% ($> 50%$) đạt yêu cầu và các Eigenvalues của 4 nhóm nhân tố đều lớn hơn 1 cho thấy 4 nhóm nhân tố này giải thích được 63,638% độ biến thiên của dữ liệu. Hệ số tải nhân tố của các biến đều lớn hơn 0,5. Như vậy, các điều kiện ban đầu đã được đáp ứng và kết quả phân tích nhân tố khám phá là hoàn toàn phù hợp.

Phân tích nhân tố gom 18 tiêu chí ban đầu thành 4 nhóm nhân tố được đặt tên như sau: nhân tố thứ nhất gồm 6 biến có tương quan chặt chẽ với nhau, là TD2-*bảo vệ môi trường khi đi du lịch là hành vi có lợi*, TD1-*bảo vệ môi trường khi đi du lịch là hành vi tốt*, TD6-*bảo vệ môi trường khi đi du lịch là hành vi có giá trị*, TD8-*bảo vệ môi trường khi đi du lịch là*

hành vi có trách nhiệm, TD7-*bảo vệ môi trường khi đi du lịch là hành vi thích hợp*, TD3-*bảo vệ môi trường khi đi du lịch là hành vi rất khôn ngoan*, được gọi là **thái độ**. Nhân tố thứ hai gồm 4 biến là TC4-*hầu hết mọi người sẽ ủng hộ tôi bảo vệ môi trường khi đi du lịch*, TC1-*người tôi biết nghĩ rằng bảo vệ môi trường khi đi du lịch là hành vi tốt*, TC2-*hầu hết mọi người quan trọng khuyên tôi nên bảo vệ môi trường khi đi du lịch*, TC3-*người ảnh hưởng đến quyết định của tôi nghĩ rằng tôi nên bảo vệ môi trường khi đi du lịch*, được đặt tên là **tiêu chuẩn chủ quan**. Tương tự, nhân tố thứ ba gồm 4 biến là KN1-*phân loại và giảm lượng nước thải*, KN3-*sử dụng phương tiện công cộng*, KN2-*tiết kiệm nước và năng lượng*, KN4-*chọn nơi, chỗ ở thân thiện với môi trường*, gọi là **kinh nghiệm quá khứ**. Và cuối cùng nhân tố thứ tư gồm 3 biến là NT4-*bảo vệ môi trường nằm trong quyền kiểm soát của tôi*, NT1-*bảo vệ môi trường khi đi du lịch là hành vi dễ dàng*, NT3-*tôi có nguồn lực, thời gian và cơ hội bảo vệ môi trường khi*

đi du lịch, được đặt tên là **nhận thức kiểm soát hành vi**.

Tóm lại, tất cả các thang đo được lựa chọn cho các biến trong mô hình đều đảm bảo yêu cầu và có thể sử dụng cho phân tích tiếp theo.

4.2 Ý định du lịch có trách nhiệm về bảo vệ môi trường của du khách nội địa

Biến phụ thuộc – ý định du lịch có trách nhiệm về bảo vệ môi trường được thể qua 4 tiêu chí được kiểm định độ tin cậy Cronbach’s Alpha và sau đó tiếp tục sử dụng vào phân tích nhân tố.

Kết quả phân tích nhân tố được trình bày ở Bảng 2 gồm: (1) Kiểm định tính thích hợp của mô hình ($0,5 < KMO = 0,677 < 1,0$); (2) Kiểm định Bartlett’s về sự tương quan của các biến quan sát ($Sig. = 0,000 < 0,05$) chứng tỏ các biến có liên quan chặt chẽ với nhau; (3) Tổng phương sai trích = 60,708% ($> 50%$) đạt yêu cầu và hệ số tải nhân tố của các biến đều lớn hơn 0,5. Các điều kiện ban đầu đã được đáp ứng và kết quả phân tích nhân tố khám phá là hoàn toàn phù hợp. Như vậy, 4 tiêu chí ban đầu đã được gom thành 1 nhóm nhân tố chung.

Bảng 2: Kết quả phân tích nhân tố biến ý định du lịch có trách nhiệm về bảo vệ môi trường

Tiêu chí	Hệ số tải nhân tố
YD4 - Tôi sẵn sàng tham gia bảo vệ môi trường khi đi du lịch	0,870
YD3 - Tôi sẽ cố gắng tham gia bảo vệ môi trường khi đi du lịch	0,812
YD1 - Tôi có ý định tham gia bảo vệ môi trường khi đi du lịch	0,760
YD2 - Tôi có kế hoạch tham gia bảo vệ môi trường khi đi du lịch	0,660
Hệ số Cronbach’s Alpha	0,782
Giá trị riêng (Eigenvalues)	2,428
Độ biến thiên được giải thích (Variance explained (%))	60,708
Hệ số KMO = 0,677; Sig. = 0,000	

(Nguồn: Số liệu từ khảo sát, 2017)

4.3 Phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến ý định du lịch có trách nhiệm về bảo vệ môi trường

Phân tích hồi quy được thực hiện để xác định mối quan hệ nhân quả giữa biến phụ thuộc - ý định du lịch có trách nhiệm về vấn đề bảo vệ môi trường và các biến độc lập gồm thái độ, nhận thức kiểm soát hành vi, tiêu chuẩn chủ quan và kinh nghiệm quá khứ. Bảng 3 và Bảng 4 sau đây cho thấy mô hình hồi quy đưa ra tương đối phù hợp với mức ý nghĩa 1%.

Kết quả thu được R² hiệu chỉnh bằng 0,594 có nghĩa là mô hình có thể giải thích được 59,4% cho tổng thể về mối liên hệ giữa các yếu tố ảnh hưởng

đến ý định du lịch có trách nhiệm bảo vệ môi trường khi đi du lịch, còn lại 40,6% là do các biến ngoài mô hình và sai số ngẫu nhiên. Bên cạnh đó, nghiên cứu này đã kiểm tra các giả định của mô hình hồi quy tuyến tính gồm hiện tượng tự tương quan (hệ số Durbin-Watson = 2,008); đa cộng tuyến (VIF < 1); giả định về vi phạm phân dư chuẩn hóa (căn cứ biểu đồ Histogram và Normal P-P Plot: giá trị trung bình = -9,44E-17 gần bằng 0 và độ lệch chuẩn = 0,984 gần bằng 1); giả định liên hệ tuyến tính (dùng biểu đồ phân tán Scatter Plot). Ngoài ra, kết quả kiểm định giả thuyết về độ phù hợp của mô hình cho thấy mức ý nghĩa (sig.) của kiểm định F sử dụng trong bảng phân tích phương sai (ANOVA) rất nhỏ (0,000 < 0,05), nên mô hình phù hợp với tập dữ liệu.

Bảng 3: Các nhân tố ảnh hưởng đến ý định du lịch có trách nhiệm về bảo vệ môi trường

Biến độc lập	Beta	Sig	VIF
Thái độ	0,440	0,000	1,000
Tiêu chuẩn chủ quan	0,366	0,000	1,000
Kinh nghiệm quá khứ	0,478	0,000	1,000
Nhận thức kiểm soát hành vi	0,225	0,000	1,000
R ²			0,607
R ² hiệu chỉnh			0,594
Hệ số Sig. F			0,000
Hệ số Durbin - Watson			2,008

(Nguồn: Số liệu từ khảo sát, 2017)

Dựa vào phương trình hồi quy cho thấy các hệ số hồi quy đều lớn hơn 0. Như vậy, tất cả các biến độc lập đưa vào phân tích hồi quy đều tác động cùng

chiều tới biến phụ thuộc. Điều đó cho thấy cả 4 biến độc lập gồm biến *thái độ*, biến *nhận thức kiểm soát hành vi*, biến *tiêu chuẩn chủ quan* và biến *kinh*

những trải nghiệm quá khứ đều có tác động đáng kể và tích cực lên biến phụ thuộc *ý định du lịch có trách nhiệm về bảo vệ môi trường khi đi du lịch*. Dựa vào độ lớn của hệ số hồi quy chuẩn hóa Beta, biến *kinh nghiệm quá khứ* có ảnh hưởng nhiều nhất đến *ý định du lịch có trách nhiệm về vấn đề bảo vệ môi trường khi đi du lịch* vì có hệ số β cao nhất ($\beta = 0,478, p < 0,01$); tiếp theo là biến *thái độ* ($\beta = 0,440, p < 0,01$); kế đó là biến *tiêu chuẩn chủ quan* ($\beta = 0,366, p < 0,01$) và cuối cùng là biến *nhận thức kiểm soát hành vi* ($\beta = 0,225, p < 0,01$).

4.4 Giải pháp nâng cao ý định du lịch có trách nhiệm về bảo vệ môi trường của du khách

Biến *kinh nghiệm quá khứ* có ảnh hưởng đáng kể nhất đến *ý định du lịch có trách nhiệm về bảo vệ môi trường của khách du lịch nội địa* đến TPCT. Du khách khi đi du lịch có những trải nghiệm về những hành vi có trách nhiệm với môi trường sẽ là tiền đề cho những chuyến du lịch sau của họ tham gia tích cực hơn, nhiệt tình và hiệu quả hơn những hành động xanh. Mỗi đơn vị cung ứng du lịch nên dựa vào loại hình kinh doanh của mình thiết kế những chương trình khác biệt, đặc thù như một chiến lược định vị riêng. Đồng thời, lực lượng nhân viên sẽ tiếp cận, giải thích ý nghĩa, lợi ích của các chương trình này giúp du khách cảm nhận thực tế về ý thức trách nhiệm môi trường, đồng thời khách du lịch cũng sẽ được hướng dẫn cụ thể cách thức tham gia những chương trình này. Bên cạnh đó, cần phát triển các chiến lược hiệu quả, khuyến khích khách du lịch tham gia các hoạt động vì môi trường, đa dạng các trải nghiệm của họ. Đề xuất các chương trình tặng quà thưởng, khuyến mãi hay có “giấy chứng nhận xanh” cho cá nhân có ý thức và tham gia các chương trình bảo vệ môi trường như là một trải nghiệm mới.

Thứ hai, biến *thái độ* là yếu tố tiên đoán quan trọng tiếp theo về *ý định du lịch có trách nhiệm về bảo vệ môi trường của khách du lịch nội địa*. Các nhà quản lý du lịch nên phân đầu để duy trì thái độ tích cực của du khách trong các chương trình bảo vệ môi trường xuyên suốt chuyến đi. Đặc biệt, những chương trình xanh này cần được nghiên cứu thay mới, tạo nét hấp dẫn, thích thú khi tham gia để nâng cao mức độ hài lòng của du khách nhằm tăng khả năng quay lại và tham gia vào những chương trình bảo vệ môi trường. Các đơn vị cung ứng du lịch có thể xem xét việc sử dụng marketing truyền miệng, quảng cáo như quay video ngắn, quảng cáo ngắn,... đăng tải trên internet, youtube, tivi,... nhằm quảng bá và truyền đạt thái độ thích thú của khách du lịch trong chuyến tham quan như là một chiến lược tiếp thị, nội dung cần quảng bá và truyền đạt đến khách hàng.

Tiếp theo, yếu tố quan trọng thứ ba là *tiêu chuẩn chủ quan*. Lúc này, *ý định du lịch có trách nhiệm về bảo vệ môi trường của khách du lịch* chủ yếu phụ thuộc vào quan điểm tích cực hoặc tiêu cực của gia đình, bạn bè, đồng nghiệp và cộng đồng xung quanh. Do đó, các doanh nghiệp kinh doanh du lịch nên chủ động tìm cách cải thiện nhận thức về du lịch có trách nhiệm về bảo vệ môi trường của các nhóm khách hàng nhất định. Cụ thể, doanh nghiệp nên xác định những nhóm khách hàng ưa đổi mới của loại hình du lịch này (có thể đề xuất là những chuyên gia ngành du lịch, khách hàng thích trải nghiệm khám phá, khách hàng có trình độ học vấn, sinh viên,...); lên chương trình tiếp cận và thuyết phục họ chấp nhận tham gia các hành vi du lịch có trách nhiệm. Tiếp đó, khuyến khích những khách hàng này xây dựng trào lưu du lịch hiện đại theo hướng thân thiện với môi trường và tạo hiệu ứng lan truyền sang cộng đồng xung quanh thông qua mạng xã hội như xu hướng check-in, bình luận, chia sẻ,... những hành vi du lịch có trách nhiệm thú vị. Đồng thời, các đơn vị kinh doanh du lịch tăng cường quảng bá những hình ảnh, video hoạt động xanh của mình qua phương tiện truyền thông như là internet, đặc biệt là mạng xã hội, trang web chính thức của công ty, trang thông tin du lịch,...

Và yếu tố cuối cùng trong mô hình là *nhận thức kiểm soát hành vi* ảnh hưởng đến *ý định du lịch có trách nhiệm về bảo vệ môi trường khi đi du lịch của du khách*. Theo yếu tố này thì khách du lịch sẽ tích cực tham gia vào các hành động có trách nhiệm về bảo vệ môi trường khi những chương trình này thuận tiện, dễ thực hiện, nằm trong khả năng của họ. Để thực hiện được điều đó, nhà cung ứng du lịch cần thường xuyên quan sát, quan tâm và giao tiếp với khách du lịch, giải thích cặn kẽ các chương trình hành động vì môi trường nhằm từng bước thuyết phục sự tham gia của du khách. Ngoài ra, nhà cung ứng du lịch cần tạo ra nhiều chương trình bảo vệ môi trường, gắn gũi với cuộc sống nhất để khách du lịch dễ tiếp xúc, dễ tham gia, tạo cảm giác thân thiện. Những nỗ lực này sẽ giúp nâng cao ý định tham gia bảo vệ môi trường và du khách sẽ có những quyết định hay hành động thực tế đúng đắn vì môi trường tại các điểm đến du lịch.

5 KẾT LUẬN

Bằng cách áp dụng khuôn khổ lý thuyết của TPB, nghiên cứu đã xem xét *ý định hành vi du lịch có trách nhiệm về bảo vệ môi trường khi đi du lịch của khách du lịch nội địa* đến TPCT bằng cách đánh giá ảnh hưởng 4 khía cạnh của hành vi, đó là *thái độ, tiêu chuẩn chủ quan, nhận thức kiểm soát hành vi và kinh nghiệm quá khứ*. Kết quả cho thấy mô hình TPB này có ý nghĩa thống kê và kết quả xác nhận rằng TPB có thể áp dụng cho những hành vi

không mang lại lợi ích trực tiếp như trong trường hợp ý định du lịch có trách nhiệm về vấn đề bảo vệ môi trường khi đi du lịch của khách du lịch nội địa.

Kết quả nghiên cứu cho thấy cả bốn điều tác động thuận chiều đến *ý định du lịch có trách nhiệm về vấn đề bảo vệ môi trường* khi đi du lịch; xếp theo thứ tự ảnh hưởng từ nhiều đến ít bao gồm: (1) *kinh nghiệm quá khứ* có ảnh hưởng nhiều nhất vì có hệ số Beta cao hơn đáng kể so với ba hệ số còn lại, ý nghĩa của điều này là khi khách du lịch có kinh nghiệm du lịch trong vấn đề này càng cao thì ý định thực hiện du lịch có trách nhiệm về vấn đề bảo vệ môi trường khi đi du lịch của họ cũng sẽ càng cao. Tiếp theo biến thứ (2) là *thái độ*, thứ (3) là *tiêu chuẩn chủ quan* và sau cùng là *nhận thức kiểm soát hành vi*.

Như đã trình bày, nghiên cứu này chỉ tập trung đánh giá ý định hành vi du lịch có trách nhiệm của khách du lịch nội địa về vấn đề bảo vệ môi trường; trong khi, nguyên tắc chủ đạo cho việc thực hiện du lịch có trách nhiệm tại các điểm đến bao gồm: trách nhiệm môi trường, trách nhiệm xã hội và trách nhiệm về kinh tế. Chính vì vậy, những nghiên cứu tiếp theo có thể vận dụng mô hình TPB để đánh giá những nội dung về trách nhiệm xã hội và trách nhiệm kinh tế. Bên cạnh đó, các nghiên cứu trong tương lai cũng có thể tiếp nối nghiên cứu này và đánh giá hành vi thực tế của khách du lịch chứ không phải là ý định hành vi.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- Ajzen, I., 1991. The theory of planned behaviour. *Organizational Behaviour and Human Decision Processes*. 50 (2): 179-211.
- Ajen, I. and Fishbein, M., 1975. "Belief, attitude, intention and behavior. An introduction to theory and research" Reading. Mass: Addison-Wesley.
- Caruana, R., Glozer, S., Crane, A. and McCabe, S., 2014. Tourists' accounts of responsible tourism. *Annals of Tourism Research*. 46: 115-129.
- Chiu, Y. H., Lee, W. and Chen, T., 2014. Environmentally responsible behaviour in ecotourism: Antecedents and implications. *Tourism Management*. 40: 321-329.
- ESRT, 2013. Bộ công cụ du lịch có trách nhiệm tại Việt Nam, ngày truy cập: 13 tháng 04 năm 2018. Địa chỉ: <http://vietnamtourism.gov.vn/dmdocuments/BocongcuDLTNVN.pdf>.
- Goodwin, H. and Francis, J., 2003. Ethical and responsible tourism: Consumer trends in the UK. *Journal of Vacation Marketing*. 9(3): 271-284.
- Grimwood, B.S., Yudina, O., Muldoon, M. and Qiu, J., 2015. Responsibility in tourism: A discursive analysis. *Annals of Tourism Research*. 50: 22-38.
- Han, H., Hsu, L. and Sheu, C., 2010. Application of the Theory of Planned Behavior to Green Hotel Choice: Testing the Effect of Environmental Friendly Activities. *Tourism Management*. 31: 325-334.
- Lee, T.H., Jan, F. and Yang, C., 2013. Conceptualizing and measuring environmentally responsible behaviours from the perspective of community based tourists. *Tourism Management*. 36: 454-468.
- Mihalic, T., 2016. Sustainable responsible tourism discourse towards responsustainable tourism. *Journal of Cleaner Production*. 111: 461-470.
- Mody, M., Day, J., Sydnor, S., Jaffe, W. and Lehto, X., 2014. The different shades of responsibility: Examining domestic and international travelers' motivations for responsible tourism in India. *Tourism Management Perspectives*. 12: 113-124.
- Nguyễn Đình Thọ, 2011. Phương pháp nghiên cứu khoa học trong kinh doanh. Nhà xuất bản Lao động – Xã hội. Hà Nội, 409.
- Pipitvanichtham, P., 2013. Intention to Adopt Environmental Friendly Practices in Thailand. *Proceedings of European Business Research Conference*, 5-6 September 2013, Sheraton Roma, Rome, Italy.
- Responsible Tourism Partnership, 2008. What is Responsible Tourism? accessed on 13th April 2018. Available from: <http://www.responsibletourismpartnership.org/whatRT.html>
- Sở Văn hóa, Thể Thao và Du lịch TPCT, 2018. Báo cáo tổng kết hoạt động du lịch năm 2017 và phương hướng, nhiệm vụ trọng tâm năm 2018. Hội nghị tổng kết hoạt động du lịch năm 2017 và họp mặt doanh nghiệp du lịch đầu năm 2018, ngày 25/1/2018, khách sạn Mường Thanh, Cần Thơ.
- Stanford, D., 2006. Responsible tourism, responsible tourists: What makes a responsible tourist in New Zealand? Doctoral thesis. Victoria University of Wellington, Wellington, accessed on 13th April 2018. Available from: <http://researcharchive.vuw.ac.nz/handle/10063/367>
- Tổng cục Du lịch Việt Nam, 2017. Khách du lịch nội địa giai đoạn 2000 – 2017, ngày truy cập: 13 tháng 04 năm 2017. Địa chỉ: <http://vietnamtourism.gov.vn/index.php/items/13462>
- Trịnh Xuân Thắng và Hà Thị Thùy Dương, 2015. Phát triển du lịch ở Thành phố Cần Thơ trong bối cảnh Toàn cầu hóa và Địa phương hóa du lịch hiện nay, ngày truy cập: 13 tháng 04 năm 2018. Địa chỉ: http://www.saigonact.edu.vn/index.php?option=com_content&view=article&id=4959:phat-trin-du-lch--thanh-ph-cn-th-trong-bi-cn-h-toan-cu-hoa-va-a-phng-hoa-du-lch-hin-nay&catid=283:th-mi-tham-d-hi-tho&Itemid=1017
- Weeden, C., 2011. Responsible tourist motivation: How valuable is the Schwartz value survey? *Journal of Ecotourism*. 10(3): 214-234.