

Factors influencing tourists' pro-environmental behaviour in Binh Dinh province

Su Thi Thu Hang*, Tran Nha Bao, Le Linh Chi, Huynh Truc Van,
Tran Thi Kieu Thuy, Huynh Quoc Toan

Faculty of Economics and Accounting, Quy Nhon University, Vietnam

Received: 09/02/2021; Revised: 07/04/2021;

Accepted: 13/04/2021; Published: 28/04/2021

ABSTRACT

This article assesses the effects of factors on responsible behaviour intention of tourists during their visit to Binh Dinh province. To collect data for the research, an on-site survey consisted of 200 visitors throughout Binh Dinh has been carried out through questionnaires. The data collected were analysed using the Exploratory Factor Analysis (EFA) to identify the factor group. The linear regression model's statistics was also applied to investigate the effects of all respective variables on the pro-environmental intention of the research tourists. The results of EFA identified 4 factor groups: (1) attitude and concern towards the environment, (2) surrounding community's perspective, (3) place attachment, and (4) past experience and willingness to protect the environment. The results of linear regression model show that attitude and concern towards the environment, surrounding community's perspective, place attachment affect the intention of tourists to environmentally responsible tourism in Binh Dinh. Especially, attitude and concern towards environment is the most influential variable. The study addresses current problems and proposes a number of solutions to promote tourists' environmentally responsible behaviour during their visit.

Keywords: *Behaviour, responsible tourism, environment.*

*Corresponding author.

Email: suthithuhang@qnu.edu.vn

Các nhân tố ảnh hưởng đến hành vi du lịch có trách nhiệm với môi trường của khách du lịch tại tỉnh Bình Định

Sử Thị Thu Hằng*, Trần Nha Bảo, Lê Linh Chi, Huỳnh Trúc Vân,
Trần Thị Kiều Thúy, Huỳnh Quốc Toàn

Khoa Kinh tế - Kế toán, Trường Đại học Quy Nhơn, Việt Nam

Ngày nhận bài: 09/02/2021; Ngày sửa bài: 07/04/2021;

Ngày nhận đăng: 13/04/2021; Ngày xuất bản: 28/04/2021

TÓM TẮT

Nghiên cứu tiến hành phân tích các nhân tố ảnh hưởng đến ý định hành vi du lịch có trách nhiệm với môi trường của du khách tại tỉnh Bình Định. Nghiên cứu đã thực hiện khảo sát bằng bảng câu hỏi 200 du khách tại tỉnh Bình Định. Dựa vào dữ liệu thu thập được, nghiên cứu thực hiện phân tích nhân tố khám phá (EFA) để xác định nhóm nhân tố. Sau đó, nhóm nghiên cứu tiến hành thực hiện hồi quy tuyến tính bội để xác định mức độ ảnh hưởng của các nhân tố đến ý định hành vi du lịch có trách nhiệm với môi trường của du khách tại tỉnh Bình Định. Kết quả Phân tích EFA đã gom 4 nhân tố bao gồm: Thái độ và sự quan tâm đến môi trường, Đánh giá của những người xung quanh, Gắn liền với điểm đến và kinh nghiệm và sự sẵn sàng bảo vệ môi trường. Kết quả mô hình hồi quy cho thấy các nhân tố ảnh hưởng đến ý định hành vi du lịch có trách nhiệm với môi trường của khách du lịch tại Bình Định bao gồm Thái độ và sự quan tâm đến môi trường, Đánh giá của những người xung quanh, Gắn liền với điểm đến. Đặc biệt, thái độ và sự quan tâm đối với môi trường là biến ảnh hưởng mạnh nhất. Ngoài ra, nghiên cứu cũng đưa ra một số giải pháp cũng như hàm ý chính sách nâng cao hành vi du lịch có trách nhiệm với môi trường của khách du lịch dựa vào việc cải thiện các nhân tố ảnh hưởng đã được xác định.

Từ khóa: *Hành vi, du lịch có trách nhiệm, môi trường.*

1. GIỚI THIỆU

Ngành du lịch là một trong những ngành có xu hướng phát triển mạnh mẽ tại Việt Nam và tạo ra thu nhập cho người dân địa phương với tổng thu từ khách du lịch năm 2019 là 755 ngàn tỷ đồng, tăng 19,5% so với năm 2018.¹ Bên cạnh đó, du lịch còn là công cụ hữu hiệu để quảng bá phong tục tập quán, văn hóa của địa phương, góp phần xây dựng hình ảnh và mang mọi người gần lại với nhau. Mặc dù du lịch được xem là ngành công nghiệp không khói nhưng lượng khách du lịch tăng mạnh trong thời gian

gần đây gây nên sự quá tải và sẽ không tránh khỏi những ảnh hưởng tiêu cực lên sức khỏe, tài nguyên môi trường cũng như cuộc sống của người dân xung quanh.

Trong những năm gần đây Bình Định là một địa điểm thu hút khách du lịch trong nước và quốc tế. Sự phát triển du lịch ngày càng mạnh mẽ, số lượng khách du lịch trong nước và quốc tế ngày càng đông, kéo theo đó vấn đề ô nhiễm môi trường tại Bình Định đang ngày càng nghiêm trọng. Nguyên nhân chủ yếu gây ô nhiễm môi trường có thể đến từ hai phía, từ những đơn vị

*Tác giả liên hệ chính.

Email: suthithuhang@qnu.edu.vn

cung cấp dịch vụ du lịch (các nhà hàng, khách sạn, các công ty lữ hành v.v..) hoặc là từ các khách du lịch. Tuy nhiên với lượng khách du lịch đến Bình Định quá đông như hiện nay thì các hành vi gây ô nhiễm môi trường của khách du lịch là vấn đề quan trọng cần được giải quyết. Một trong những giải pháp để có thể giải quyết vấn đề ô nhiễm môi trường đến từ khách du lịch đó là thực hiện hành vi du lịch có trách nhiệm. Thuật ngữ “Hành vi du lịch có trách nhiệm”, là một thuật ngữ khá mới nhưng lại được đề cập đến thường xuyên đặc biệt là những năm gần đây, là giai đoạn du lịch đang phát triển rất mạnh ở hầu hết các nước trên thế giới. Theo Diallo và cộng sự,² định nghĩa về hành vi du lịch có trách nhiệm là việc giải quyết các mối quan tâm về xã hội và môi trường thông qua các lựa chọn của một người có liên quan đến du lịch.

Tuy các nhân tố ảnh hưởng đến hành vi du lịch có trách nhiệm được các nhà nghiên cứu quan tâm nghiên cứu, nhưng tại Việt Nam nói chung và Bình Định nói riêng vẫn còn chưa được nghiên cứu cũng như khai thác mạnh. 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.³ Tuy nhiên, nhóm tác giả chỉ tập trung nghiên cứu đánh giá các nhân tố ảnh hưởng đến hành vi du lịch có trách nhiệm về vấn đề bảo vệ môi trường khi đi du lịch tại Bình Định. Nhiều nghiên cứu⁴⁻⁶ đã cho thấy những nhân tố có ảnh hưởng đến hành vi du lịch có trách nhiệm với môi trường bao gồm thái độ, nhận thức kiểm soát hành vi, tiêu chuẩn chủ quan và kinh nghiệm quá khứ. Tuy nhiên, các nghiên cứu này chỉ dừng lại ở phân tích nhân tố khám phá mà chưa xây dựng mô hình hồi quy để xác định mức độ ảnh hưởng. Bên cạnh đó, hiện tại chưa có nghiên cứu nào phân tích sự tác động của các nhân tố đến hành vi có trách nhiệm đến môi trường của khách du lịch tại Bình Định. Do đó việc thực hiện phân tích các

nhân tố ảnh hưởng đến ý định hành vi du lịch có trách nhiệm của khách du lịch Bình Định là cần thiết. Nghiên cứu này phân tích các nhân tố ảnh hưởng đến hành vi du lịch có trách nhiệm với môi trường của khách du lịch để từ đó tìm ra giải pháp nhằm thay đổi hành vi khách du lịch để giảm bớt gánh nặng môi trường gây ra bởi ngành du lịch ở Bình Định nói riêng và cả nước nói chung. Đối tượng nghiên cứu là các khách du lịch nội địa có đi du lịch tại Bình Định trong thời gian 2019 - 2020.

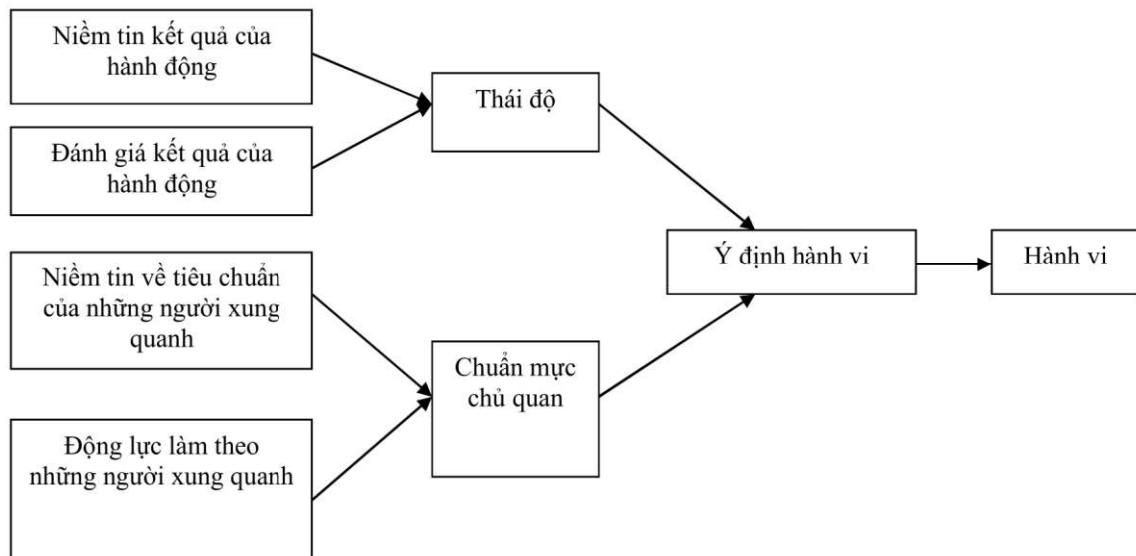
2. CƠ SỞ LÝ THUYẾT

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

Lý thuyết hành vi hợp lý được Fishbein triển khai đầu tiên vào năm 1967, sau đó đã được Ajzen và Fishbein⁷ sửa đổi và phát triển. Lý thuyết này cho rằng các cá nhân trong quá trình đưa ra quyết định hay đưa ra sự lựa chọn đều có cơ sở và động lực. Một trong những công cụ chuẩn xác nhất để phán đoán hành vi là ý định. Ý định thực hiện hành vi này sẽ xác định hành vi của một người. Ý định thực hiện hành vi sẽ chịu tác động bởi thái độ đối với hành vi và tiêu chuẩn chủ quan của hành vi.⁷

Lý thuyết hành vi hợp lý chỉ ra rằng thái độ đối với hành vi bao gồm hai nhân tố: (1) niềm tin về kết quả hành vi của cá nhân (tức là niềm tin về những kết quả mà hành vi mang lại và (2) góc nhìn của người đó về kết quả này (giá trị liên quan đến đặc điểm của hành động).

Chuẩn mực chủ quan bao gồm hai nhân tố: (1) niềm tin của một cá nhân về sự ủng hộ của những người xung quanh về việc thực hiện hành vi (cảm nhận hay dự đoán về việc những người xung quanh ta có đồng tình hay không đồng tình với hành vi của chúng ta) và (2) động lực để hành động theo những người có ảnh hưởng này (ý định hay hành vi của những người xung quanh có tác động đến hành vi của mình hay không).



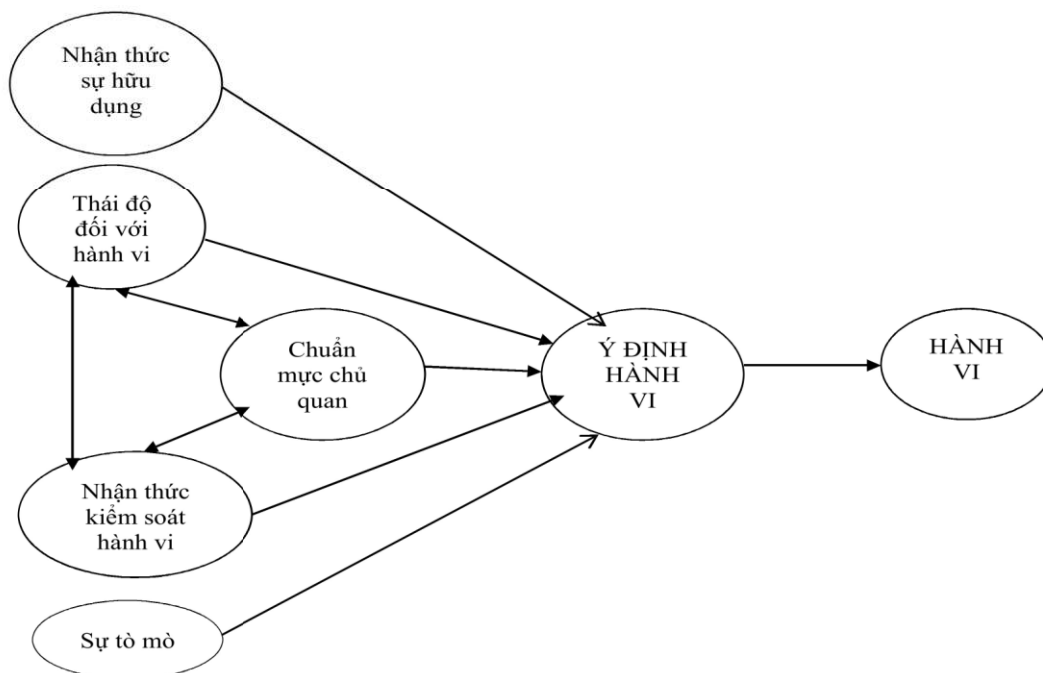
Hình 1. Mô hình Lý thuyết hành vi hợp lý (TRA) của Fishbein và Ajzen (1975)

Nguồn: Ajzen I. and Fishbein⁷

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

Lý thuyết về hành vi có kế hoạch (TPB) được khởi xướng bởi Ajzen⁸ vào năm 1991 như là bản mở rộng của lý thuyết hành động hợp lý (TRA) với mục tiêu chủ yếu là tiên đoán các hành vi đã có kế hoạch và chủ ý. Cụ thể, TPB tiên đoán ý định dựa trên 3 yếu tố chính thái độ, chuẩn mực chủ quan và nhận thức kiểm soát hành vi; trong

đó mỗi yếu tố sẽ phản ánh mức trọng số riêng về tầm quan trọng của yếu tố đó với hành vi và sự quan tâm của mỗi cá thể. So sánh với TRA, thuyết hành vi có kế hoạch (TPB) đã bao gồm thêm một biến số độc lập mới - nhận thức kiểm soát hành vi. TPB đã được chấp nhận và ứng dụng phổ biến trong các nghiên cứu về hành vi của các cá nhân. Lý thuyết này đã được Aurelio và cộng sự⁹ mở rộng, bổ sung thêm hai nhân tố là nhận thức sự hữu dụng và sự tò mò.



Hình 2. Mô hình Lý thuyết hành vi có kế hoạch (TPB) mở rộng

Nguồn: Aurelio và cộng sự⁹

2.3. Một số nghiên cứu về các yếu tố có ảnh hưởng đến hành vi du lịch có trách nhiệm

Theo nghiên cứu của Hồ Lê Thu Trang và Phan Thị Phương Thảo⁵ các tác giả đã thực hiện nghiên cứu, xem xét về ý định hành vi du lịch có trách nhiệm về bảo vệ môi trường khi đi du lịch của du khách nội địa đến Thành phố Cần Thơ. Các tác giả đã đưa vào 4 nhân tố ảnh hưởng gồm thái độ, nhận thức kiểm soát hành vi, tiêu chuẩn chủ quan, kinh nghiệm quá khứ. Dựa trên số liệu thứ cấp được thu thập từ nhiều nguồn khác nhau có liên quan đến nghiên cứu cùng với việc thu thập số liệu sơ cấp thông qua phỏng vấn trực tiếp khách du lịch nội địa tại Thành phố Cần Thơ bằng bảng câu hỏi của nhóm tác giả. Kết quả nghiên cứu cho thấy cả bốn nhân tố nêu trên đều tác động đến ý định du lịch có trách nhiệm về vấn đề bảo vệ môi trường khi đi du lịch. Trong đó, nhân tố kinh nghiệm quá khứ có ảnh hưởng đáng kể nhất đến ý định du lịch có trách nhiệm bảo vệ môi trường của du khách, lần lượt tiếp theo là nhân tố thái độ và tiêu chuẩn chủ quan, sau cùng là nhân tố nhận thức kiểm soát hành vi.

Chenga và Wu¹⁰ thực hiện xem xét sự hiểu biết của du khách, sự nhạy cảm đối với môi trường và những điều gắn liền với điểm đến du lịch có ảnh hưởng như thế nào đến hành vi du lịch có trách nhiệm của du khách. Sử dụng dữ liệu khảo sát được thực hiện thông qua 512 bảng câu hỏi được phân phát tại sân bay Magong thuộc quần đảo Penghu. Sau đó, các tác giả đã sử dụng mô hình mạng (SEM - Structural Equation Modeling) và phương pháp ước tính khả năng xảy ra tối đa (MLE - Maximum Likelihood Estimation) để ước tính mối tương quan giữa các nhân tố. Trong nghiên cứu, các tác giả đã xác định có ba nhân tố có ảnh hưởng đến hành vi du lịch có trách nhiệm của du khách gồm: Sự hiểu biết đối với môi trường, sự nhạy cảm đối với môi trường và sự gắn liền với điểm đến. Kết quả nghiên cứu cho thấy rằng: Thứ nhất, mức độ hiểu biết cao về môi trường có ảnh hưởng mạnh hơn đến sự nhạy cảm đối với môi trường; Thứ hai, trong mối quan hệ giữa sự nhạy cảm đối với

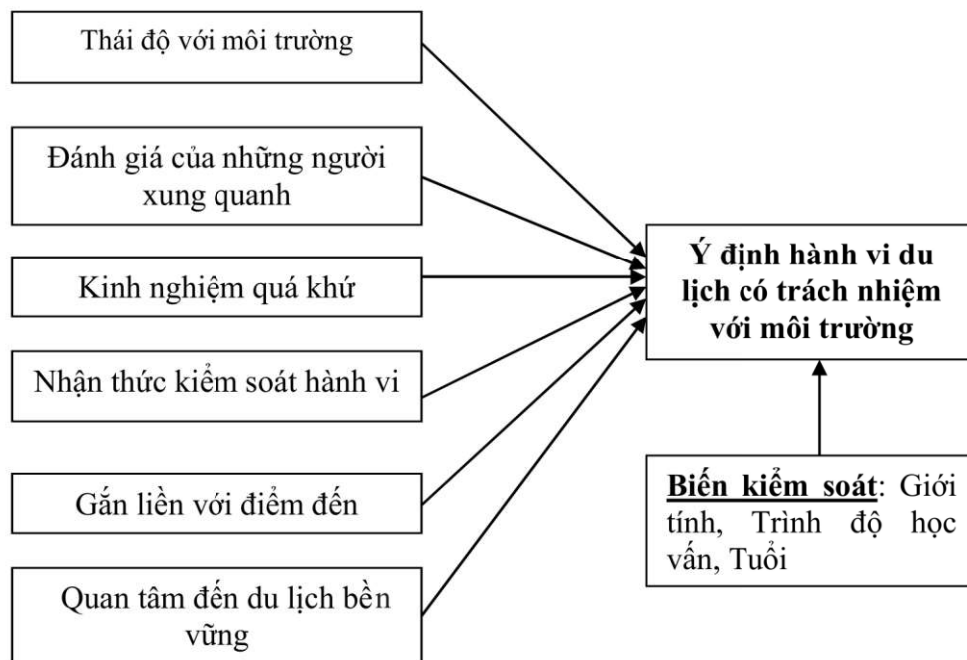
môi trường của du khách và sự gắn liền với điểm đến, khi khách du lịch có mức nhạy cảm cao với điểm đến thì sự gắn liền với điểm đến của họ sẽ nhạy cảm hơn; Thứ ba, trong mối quan hệ giữa sự nhạy cảm với môi trường và hành vi du lịch có trách nhiệm, nhạy cảm với môi trường mạnh hơn có liên quan mạnh đến hành vi du lịch có trách nhiệm hướng đến địa điểm đó; Cuối cùng, trong mối quan hệ giữa sự gắn liền với điểm đến và hành vi du lịch có trách nhiệm thì sự gắn liền với điểm đến cao sẽ nâng cao được hành vi du lịch có trách nhiệm của du khách.

Nghiên cứu của Zgolli và Zaiem¹¹ đã thực hiện để xem xét tác động sự tham gia của xã hội, mối quan tâm đến du lịch bền vững, sự gương mẫu của chính quyền đối với hành vi du lịch có trách nhiệm của du khách và ảnh hưởng của hành vi du lịch có trách nhiệm đối với việc lựa chọn điểm đến. Nhóm tác giả đã đưa ra các biến về sự tham gia của xã hội, mối quan tâm đến du lịch bền vững, sự gương mẫu của chính quyền. Dựa trên số liệu từ 544 bảng câu hỏi đã được hoàn thành, cùng với việc sử dụng phương pháp phân tích mô hình mạng (SEM - Structural Equation Modeling) bằng phần mềm AMOS để kiểm nghiệm mô hình ý định hành vi du lịch có trách nhiệm. Kết quả của nghiên cứu này đã chỉ ra vai trò quan trọng của các yếu tố cá nhân và xã hội cụ thể là sự tham gia của xã hội, mối quan tâm đến du lịch bền vững, sự gương mẫu của chính quyền trong việc quyết định hành vi du lịch có trách nhiệm của du khách.

3. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

3.1. Mô hình nghiên cứu đề xuất

Áp dụng lý thuyết hành vi có kế hoạch cùng các kết quả nghiên cứu thực nghiệm trước đây, nhóm tác giả đề xuất ra 6 nhân tố tác động đến ý định hành vi du lịch có trách nhiệm với môi trường có thể có ý nghĩa trong bối cảnh tại Bình Định: bao gồm: (a) Thái độ đối với môi trường, (b) Đánh giá của những người xung quanh, (c) Kinh nghiệm quá khứ, (d) Nhận thức kiểm soát hành vi, (e) Gắn liền với điểm đến, (f) Quan tâm đến du lịch bền vững.



Hình 3. Mô hình nghiên cứu đề xuất

Nguồn: Đề xuất nhóm tác giả

Các thang đo của các khái niệm nghiên cứu trong mô hình sử dụng thang Likert thang điểm đánh giá từ 1 đến 5. Các đại lượng đo lường của 6 biến trong mô hình được đưa vào bảng câu hỏi và kí hiệu theo tên viết tắt từ khóa thể hiện khái niệm cần đo lường và theo thứ tự xuất hiện trong các biến. Các đại lượng đo lường được

dựa trên các nghiên cứu trước^{5,10-12} và sự điều chỉnh của nhóm cho phù hợp với đối tượng và phạm vi nghiên cứu trên cơ sở tham khảo ý kiến chuyên gia là các giảng viên trong Trường Đại học Quy Nhơn. Các đại lượng đo lường được sử dụng trong bảng câu hỏi để đo lường các biến trong mô hình nghiên cứu cụ thể như Bảng 1.

Bảng 1. Các đại lượng đo lường trong từng nhân tố

Ký hiệu	Tiêu chí	Nguồn
Thái độ đối với môi trường		
TD1	Bảo vệ môi trường khi đi du lịch là hành vi có lợi	Hồ Lê Thu Trang & Phan Thị Phương Thảo ⁵ Zgolli & Zaiem ¹¹
TD2	Bảo vệ môi trường khi đi du lịch là hành vi tốt	
TD3	Tôi thích môi trường tự nhiên	
TD4	Tôi quan tâm đến bảo tồn sinh thái	
TD5	Những thói quen và hành động của tôi sẽ ảnh hưởng đến môi trường	
Đánh giá của những người xung quanh		
DG1	Hầu hết mọi người sẽ ủng hộ tôi bảo vệ môi trường khi đi du lịch	Hồ Lê Thu Trang & Phan Thị Phương Thảo ⁵
DG2	Những người xung quanh tôi nghĩ rằng bảo vệ môi trường khi đi du lịch là hành vi tốt	
DG3	Hầu hết mọi người quan trọng khuyến tôi nên bảo vệ môi trường khi đi du lịch	
DG4	Những người bạn của tôi đều có những hành vi bảo vệ môi trường khi đi du lịch	
DG5	Hành vi bảo vệ môi trường được mọi người tôn vinh	

Kinh nghiệm quá khứ		
KN1	Tôi có kinh nghiệm trong việc phân loại và giảm rác thải khi đi du lịch	Hồ Lê Thu Trang & Phan Thị Phương Thảo ⁵
KN2	Tôi có kinh nghiệm trong việc sử dụng phương tiện công cộng	
KN3	Tôi có kinh nghiệm trong việc tiết kiệm điện và năng lượng	
KN4	Tôi có kinh nghiệm trong việc chọn nơi đến, chỗ ở thân thiện với môi trường	
Nhận thức kiểm soát hành vi		
KS1	Bảo vệ môi trường nằm trong quyền kiểm soát của tôi	Hồ Lê Thu Trang & Phan Thị Phương Thảo ⁵
KS2	Bảo vệ môi trường khi đi du lịch là hành vi dễ dàng	
KS3	Tôi có nguồn lực, thời gian và cơ hội bảo vệ môi trường khi đi du lịch	
Quan tâm đến du lịch bền vững		
QT1	Tôi quan tâm đến sự bền vững của môi trường khi đi du lịch	Cheng & Wu ¹⁰ Samar Zgolli & Imed Zaiem ¹¹
QT2	Con người đang lạm dụng du lịch	
QT3	Tôi sẵn sàng giảm tiêu dùng để ủng hộ du lịch bền vững	
QT4	Thay đổi trong quản lý nhà nước về du lịch là cần thiết để đảm bảo du lịch bền vững	
QT5	Những luật lệ bảo vệ môi trường nghiêm ngặt cần được thực thi	
Gắn liền với điểm đến		
GL1	Bình Định là một điểm đến rất có ý nghĩa với tôi	Cheng & Wu ¹⁰
GL2	Tôi có cảm xúc rất mãnh liệt khi đi du lịch tại Bình Định	
GL3	Tôi thích đi du lịch đến Bình Định hơn là những điểm du lịch khác	
GL4	Tôi hài lòng khi đi du lịch tại Bình Định hơn những điểm du lịch khác	
GL5	Không có điểm du lịch nào khác có thể thay thế được Bình Định	
Ý định hành vi du lịch có trách nhiệm với môi trường		
YD1	Tôi sẵn sàng tham gia bảo vệ môi trường khi đi du lịch	Cheng & Wu ¹⁰ Zgolli & Zaiem ¹¹ Hồ Lê Thu Trang & Phan Thị Phương Thảo ⁵ Su và cộng sự ¹²
YD2	Tôi có ý định tham gia bảo vệ môi trường khi đi du lịch	
YD3	Tôi có kế hoạch tham gia bảo vệ môi trường khi đi du lịch	
YD4	Tôi tuân thủ các quy định liên quan để không phá hủy môi trường của điểm đến	
YD5	Tôi báo cáo với cơ quan quản lý điểm đến về bất kỳ sự ô nhiễm hoặc tàn phá môi trường nào	
YD6	Tôi cố gắng thuyết phục những người xung quanh bảo vệ môi trường tự nhiên	

3.2. Phương pháp thu thập dữ liệu

Dữ liệu nghiên cứu thứ cấp về tình hình du lịch tại Bình Định được thu thập từ nhiều nguồn khác nhau như thống kê của Tổng cục Du lịch Việt Nam, Sở Du lịch Bình Định, Cục Thống kê Bình Định và các nghiên cứu liên quan.

Dữ liệu sơ cấp được thu thập qua hai hình thức, hình thức thứ nhất là phỏng vấn trực tiếp khách du lịch nội địa tại Bình Định bằng bảng

câu hỏi. Nhóm nghiên cứu sẽ đến các điểm du lịch tại Bình Định, các nhà hàng khách sạn nơi có khách du lịch đến lưu trú để phát bảng câu hỏi và nhờ du khách trả lời. Tuy nhiên thời gian thu thập bị giới hạn, tình hình dịch bệnh phức tạp, người dân hạn chế đi du lịch nên số lượng phiếu thu thập được ở hình thức này chưa đáp ứng được yêu cầu. Trước tình hình đó, nhóm nghiên cứu đã có hình thức thu thập dữ liệu khác đó là thông qua google forms gửi câu hỏi đến cho

những du khách đã từng đi du lịch tại Bình Định để thu thập câu trả lời.

Về cỡ mẫu, đối với phương pháp phân tích nhân tố, cỡ mẫu tối thiểu phải gấp 5 lần số tiêu chí đưa vào phân tích.¹³ Cụ thể, nghiên cứu đã sử dụng 27 tiêu chí trong phân tích nhân tố nên cỡ mẫu tối thiểu phải đạt: $n = 5 \times 27 = 135$. Để tiến hành phân tích hồi quy đảm bảo tin cậy, cỡ mẫu tối thiểu cần thiết là $n = 50 + 8 \times \text{số biến độc lập}$ ¹³. Như vậy, nghiên cứu đảm bảo cỡ mẫu thỏa cả hai công thức trên và phải phỏng vấn tối thiểu 135 khách du lịch. Để tăng độ tin cậy của mô hình hồi quy, nhóm nghiên cứu đã đặt mục tiêu là phỏng vấn 250 khách du lịch. Do danh sách khách du lịch tại Bình Định không có sẵn nên phương pháp chọn mẫu thuận tiện được sử dụng để tiếp cận khách du lịch trong nghiên cứu này.

Kết quả của cả hai hình thức thu thập dữ liệu, nhóm thu về được 220 phiếu trả lời nhưng chỉ có 200 phiếu trả lời đầy đủ những thông tin yêu cầu nên nhóm đưa 200 phiếu này vào để phân tích.

3.3. Phương pháp phân tích dữ liệu

Sau khi thực hiện phần tổng quan tài liệu, nghiên cứu đã đưa ra được một bộ tiêu chí đánh giá sáu biến độc lập gồm: Thái độ đối với môi trường - Đánh giá của những người xung quanh - Kinh nghiệm quá khứ - Nhận thức kiểm soát hành vi - Quan tâm đến du lịch bền vững - Gắn liền với điểm đến, và một biến phụ thuộc: Ý định hành vi du lịch có trách nhiệm với môi trường. Dựa trên thang đo Likert, tiêu chí được đánh giá 5 mức độ từ hoàn toàn không đồng ý (mức 1) đến hoàn toàn đồng ý (mức 5), và được kiểm định độ tin cậy bằng kiểm định Cronbach's alpha.

Phương pháp phân tích nhân tố được sử dụng để gom nhóm bộ tiêu chí các nhân tố ảnh hưởng đến ý định hành vi du lịch có trách nhiệm với môi trường và gom nhóm các tiêu chí thuộc biến ý định du lịch có trách nhiệm với môi trường. Ngoài ra, nghiên cứu sử dụng phương pháp hồi

quy tuyến tính đa biến để xác định sự ảnh hưởng của các biến độc lập đến biến phụ thuộc.

Nghiên cứu này phân tích sự tác động của các biến độc lập và các biến kiểm soát tới ý định hành vi du lịch có trách nhiệm với môi trường. Do đó, để phân tích được tác động của các biến độc lập, chúng tôi phân tích mô hình hồi quy tuyến tính bao gồm tất cả các biến độc lập và biến kiểm soát tác động tới biến phụ thuộc.

Mô hình hồi quy với biến kiểm soát và biến độc lập được đề xuất như sau:

$$YD = \beta_0 + \beta_1 * TD + \beta_2 * DG + \beta_3 * KN + \beta_4 * KS + \beta_5 * QT + \beta_6 * GL + \beta_7 * Tuoi + \beta_8 * Gioitinh + \beta_9 * Hocvan + w_i$$

Trong đó:

YD : Ý định hành vi có trách nhiệm với môi trường

TD: Thái độ đối với môi trường

DG: Đánh giá của những người xung quanh

KN: Kinh nghiệm quá khứ

KS: Nhận thức kiểm soát hành vi

QT: Quan tâm đến du lịch bền vững

GL: Gắn liền với điểm đến

Tuoi: Tuổi

Gioitinh: Giới tính

Hocvan: Trình độ học vấn

β : là hệ số hồi quy

w_i là sai số ngẫu nhiên

4. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

4.1. Kết quả kiểm định thang đo và phân tích nhân tố khám phá

Kết quả kiểm định độ tin cậy của thang đo cho thấy tất cả các biến đều có hệ số Cronbach's Alpha lớn hơn 0,6 điều này có nghĩa là thang đo đáng tin cậy và có thể sử dụng để tiến hành phân tích EFA.

Kết quả kiểm định KMO và Bartlett's Test được trình bày trong Bảng 3

Bảng 2. Kết quả đánh giá thang đo bằng Cronbach's Alpha

Ký hiệu	Tên biến	Hệ số Cronbach's Alpha
TD	Thái độ đối với môi trường	0,836
DG	Đánh giá của những người xung quanh	0,846
KN	Kinh nghiệm quá khứ	0,637
KS	Nhận thức kiểm soát hành vi	0,701
QT	Quan tâm đến du lịch bền vững	0,855
GL	Gắn liền với điểm đến	0,849
YD	Ý định hành vi du lịch có trách nhiệm với môi trường	0,832

Nguồn: Kết quả phân tích từ SPSS

Kết quả kiểm định phân tích EFA lần 1 cho thấy $KMO = 0,897$, thỏa mãn điều kiện $0,5 < KMO < 1$, điều này có nghĩa là phân tích nhân tố khám phá là thích hợp cho dữ liệu thực tế. Kết quả kiểm định Bartlett cho thấy $Sig. = 0,000 < 0,05$ nghĩa là các biến quan sát đưa vào phân tích có mối tương quan tuyến tính với nhân tố đại diện. Trị số phương sai trích là 66,346 nghĩa là các biến thành phần của nhân tố giải thích được 66,346% sự thay đổi của các nhân tố.

Kết quả phân tích EFA của các biến độc lập cho lần đầu có 3 đại lượng đo lường bị loại bỏ đó là DG1 bị loại do hệ số tải nhỏ hơn 0,5; hai đại lượng TD1 và DG3 bị loại vì có mặt ở hai nhóm và chênh lệch hệ số tải ở hai nhóm nhỏ hơn 0,3. Tiếp theo, nhóm nghiên cứu đã tiến hành phân tích EFA lần hai. Kết quả kiểm định KMO và Bartlett trong lần phân tích nhân tố khám phá lần 2 đều đạt yêu cầu (xem Bảng 3). Kết quả ma trận xoay trong phân tích EFA lần 2 được thể hiện trong Bảng 4.

Bảng 3. Kết quả kiểm định KMO và Bartlett

KMO and Bartlett's Test	
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.	0,888
Approx. Chi-Square	2979,159
Bartlett's Test of Sphericity Df	276
Sig.	0,000

Nguồn: Kết quả phân tích từ SPSS

Bảng 4. Kết quả ma trận xoay nhân tố

Rotated Component Matrix^a

	Component			
	1	2	3	4
QT5	0,816			
QT1	0,709			
QT2	0,654			
QT3	0,650			

TD5	0,643			
KS2	0,619			
KN4	0,589			
QT4	0,568			
GL5	0,503			
DG5		0,748		
DG2		0,717		
KS1		0,675		
KN3		0,643		
DG4		0,610		
TD3		0,587		
TD2		0,535		
TD4		0,527		
GL4			0,828	
GL1			0,785	
GL2			0,763	
GL3			0,716	
KN1				0,767
KN2				0,753
KS3				0,744

Nguồn: Kết quả phân tích từ SPSS

Như vậy kết quả phân tích nhân tố khám phá đã chia các biến thành 4 nhân tố. Nhân tố 1 bao gồm các biến QT5, QT1, QT2, QT3, TD5, KS2, KN4, QT4, GL5 nhân tố này được đặt tên lại là thái độ và sự quan tâm đến môi trường (Ký hiệu QT). Nhân tố thứ hai bao gồm các biến DG5, DG2, KS1, KN3, DG4, TD3, TD2, TD4: Đánh giá của những người xung quanh (ký hiệu DG). Nhân tố ba bao gồm các biến GL4, GL1, GL2, GL3 được đặt tên là Gắn liền với điểm đến (ký hiệu GL). Nhân tố thứ tư bao gồm các biến

KN1, KN2, KS3 được đặt tên là Kinh nghiệm và sự sẵn sàng bảo vệ môi trường (ký hiệu KN).

4.2. Kết quả hồi quy các mô hình

Để tiến hành hồi quy, giá trị các biến độc lập được tính toán bằng giá trị trung bình cộng của các đại lượng đo lường (item) trong nhân tố đó từ kết quả phân tích EFA. Nhóm tác giả cũng đưa các biến kiểm soát vào mô hình hồi quy bao gồm tuổi, giới tính, học vấn. Kết quả hồi quy được thể hiện trong Bảng 5.

Bảng 5. Kết quả phân tích mô hình hồi quy

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	0,521	0,213		2,447	0,015		
	Gioitinh	-0,033	0,053	-0,024	-0,617	0,538	0,903	1,108
	Tuoi	0,002	0,031	0,002	0,062	0,951	0,927	1,078
	Hocvan	-0,042	0,029	-0,054	-1,429	0,155	0,979	1,021
	QT	0,593	0,057	0,573	10,457	0,000	0,468	2,137
	DG	0,164	0,050	0,186	3,269	0,001	0,433	2,308
	GL	0,152	0,036	0,204	4,198	0,000	0,593	1,686
	KN	0,021	0,039	0,024	0,534	0,594	0,685	1,460

a. Dependent Variable: YD

Nguồn: Kết quả phân tích từ SPSS

Kết quả hồi quy cho thấy:

Giá trị Sig. của các biến kiểm soát Giới tính, Tuổi, Trình độ học vấn, lần lượt là 0,538; 0,951; 0,155; đều lớn hơn 5%; điều này cho thấy ba biến này không có ý nghĩa thống kê.

Giá trị Sig. của các biến Thái độ và sự quan tâm đến môi trường (QT), Đánh giá của những người xung quanh (DG), Gắn liền với điểm đến (GL) đều nhỏ hơn 0,05. Điều này chứng tỏ các biến này có ý nghĩa đối với mô hình. Đối với biến kinh nghiệm và sự sẵn sàng bảo vệ môi trường (KN) giá trị Sig. = 0,594 > 0,05, do đó biến này không có ý nghĩa thống kê. Điều này có ý nghĩa là biến kinh nghiệm và sự sẵn sàng bảo vệ môi trường không có tác động đến ý định hành vi du lịch có trách nhiệm với môi trường.

Cũng từ kết quả của bảng phân tích hồi quy, có thể thấy hệ số hồi quy Beta chuẩn hóa của biến độc lập đều lớn hơn 0. Điều này cho thấy các biến độc lập đều tác động thuận chiều với biến phụ thuộc (ý định hành vi du lịch có trách nhiệm với môi trường). Trong đó biến Thái độ và sự quan tâm đến môi trường có hệ số Beta chuẩn hóa lớn nhất (0,573) do đó đây là biến có ảnh hưởng nhiều nhất đến ý định du lịch có trách nhiệm với môi trường. Tiếp đến là biến Gắn liền với điểm đến (GL) với hệ số Beta chuẩn hóa là

0,204 và cuối cùng là biến Đánh giá của những người xung quanh (DG) 0,186.

Giá trị R^2 của mô hình là: 0,730. Điều này cho biết các biến độc lập trong mô hình giải thích được 73% giá trị của biến phụ thuộc.

Kết quả kiểm định ANOVA cho thấy giá trị F của mô hình $F = 74,262$; giá trị Sig. = 0,000 < 0,05. Như vậy, mối quan hệ này đảm bảo độ tin cậy ở mức độ cho phép là 0,05. Do đó, có thể kết luận các biến độc lập và kiểm soát có tác động đến Ý định hành vi du lịch có trách nhiệm với môi trường và mô hình hồi quy tuyến tính bội phù hợp với tập dữ liệu và có thể sử dụng được.

Kết quả kiểm tra khuyết tật đa cộng tuyến của mô hình cho thấy hệ số phóng đại phương sai VIF của các biến đều có giá trị < 10. Như vậy, tính đa cộng tuyến của các biến trong mô hình là không đáng kể và mô hình chấp nhận được. Hệ số Durbin - Watson đạt 1,965; đạt yêu cầu ($1 < \text{Durbin - Watson} < 3$) không có hiện tượng tương quan giữa các phần dư.

5. KẾT LUẬN

Thái độ và sự quan tâm đến môi trường là một trong những yếu tố ảnh hưởng đến ý định hành vi du lịch có trách nhiệm đối với môi trường, vì thế những chiến lược cần được đưa ra để tận

dụng mối quan hệ này. Khi khách du lịch có thái độ tốt và quan tâm đến ô nhiễm môi trường, ý định hành vi du lịch có trách nhiệm tăng lên. Do đó cần có những biện pháp tuyên truyền để khơi gợi sự quan tâm đến môi trường. Thứ nhất, chúng ta cần phải tăng nhận thức của ngành du lịch nói chung và cá thể khách du lịch nói riêng về tầm quan trọng của việc bảo vệ môi trường, thông qua việc tuyên truyền cũng như xây dựng những dự án, hoạt động xung quanh về môi trường. Qua đó mọi người sẽ hiểu rõ hơn cũng như nhận biết được vấn đề môi trường cũng cần được quan tâm. Thứ hai, các địa phương và tổ chức môi trường phải đưa ra được lợi ích cũng như tác động tích cực của môi trường khi được gìn giữ và bảo vệ thông qua những hành động ấy để người du lịch biết được đóng góp của họ có tác động tích cực đến với cộng đồng. Các cơ quan marketing du lịch tại địa phương cần xem xét hình thành các mảng truyền thông về đề tài môi trường, quảng bá cũng như đồng thời cập nhật tình hình, thông tin về môi trường và nâng cao nhận thức của cộng đồng địa phương. Phân bổ thời gian hơn vào các hoạt động chỉnh sửa bài quảng bá và hoàn thiện nội dung, cải thiện chất lượng hình ảnh để phản ánh trực quan và sống động hơn.

Kết quả nghiên cứu cho thấy đánh giá của những người xung quanh về các hành vi của khách du lịch đối với môi trường có ảnh hưởng đến ý định hành vi du lịch có trách nhiệm với môi trường. Do đó, cần xây dựng một văn hóa tốt đẹp khi đi du lịch, trở thành tiêu chuẩn đánh giá các hành vi du lịch một cách rộng rãi. Khi tất cả những hành vi tốt đẹp trở thành tiêu chuẩn để đánh giá của mọi người đối với khách du lịch thì những hành vi du lịch có trách nhiệm sẽ được thực hiện nhiều hơn. Để làm được điều này, việc tuyên dương những hành vi tốt, nhắc nhở những hành vi gây ô nhiễm môi trường cần được làm thường xuyên ở tất cả các điểm du lịch và với tất cả mọi người. Để những hành vi tốt được mọi người truyền tai nhau thực hiện và loại bỏ những hành vi chưa tốt. Bên cạnh đó, chính quyền địa phương cũng như các cơ sở cung cấp dịch vụ du lịch cần có quy định rõ ràng những hành vi nào

không được phép làm ở những điểm du lịch và cần có chế tài nghiêm ngặt để hạn chế khách du lịch có những hành vi gây ô nhiễm môi trường. Các đơn vị hoạt động và quản lý trong ngành du lịch nên đẩy mạnh hoạt động marketing xung quanh những khía cạnh xã hội cũng như đưa ra những dịch vụ khác nhau cho từng nhóm đối tượng du lịch dựa trên thị hiếu cũng như nhận thức của khách hàng về xã hội nói chung và môi trường nói riêng. Từ đó ảnh hưởng đến nhận thức và sự quan tâm của mỗi cá thể nói riêng và cộng đồng nói chung.

Thông qua kết quả của bài nghiên cứu, yếu tố gắn liền với điểm đến chính là công cụ hiệu quả trong việc nâng cao hành vi vì môi trường của mỗi địa phương nói chung và tại Bình Định nói riêng. Đầu tiên, các tổ chức, đơn vị hoạt động du lịch cần bổ sung những khóa và buổi huấn luyện tại chức cho các hướng dẫn viên du lịch cũng như những người làm việc trong ngành du lịch để nâng cao trình độ chuyên môn nghiệp vụ cho đội ngũ cán bộ quản lý và lực lượng lao động trong ngành du lịch đáp ứng yêu cầu phát triển du lịch trong giai đoạn mới. Tuyên truyền, diễn giải về môi trường cũng như thường xuyên đổi mới phương thức xúc tiến du lịch dựa vào sức mạnh công nghệ, tăng cường mối liên kết với các tỉnh thành trong nước và các cơ quan thông tấn, báo chí, phát thanh truyền hình để tuyên truyền quảng bá hình ảnh du lịch là cần thiết để củng cố kiến thức về tự nhiên, văn hóa và lịch sử cũng như mối quan hệ giữa người du lịch và môi trường. Thông qua việc tham gia các hoạt động và chương trình này, khách du lịch sẽ có được những kiến thức về những điểm đến, và hình thành mối liên kết với các địa điểm này. Tiếp theo, những người du lịch cần được phổ cập, biết được các chiến dịch marketing tại địa phương dựa trên các nghiên cứu về môi trường để có nhận thức về địa phương là nơi có trách nhiệm, quan tâm đến môi trường. Thông qua những phương pháp trên, du khách sẽ có mối quan tâm hơn về địa điểm họ đang du lịch, từ đó hình thành sự gắn kết với địa phương ấy, từ đó dẫn đến hành vi du lịch có trách nhiệm vì môi trường.

Lời cảm ơn: Nghiên cứu này được thực hiện trong khuôn khổ đề tài Nghiên cứu khoa học của sinh viên của Trường Đại học Quy Nhơn với mã số S2020.696.60.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Tổng cục Du lịch. Số liệu thống kê < <https://vietnamtourism.gov.vn/index.php/statistic/receipts>> truy cập ngày 15/4/2021.
2. M. F. Diallo, Diop-Sall, F. Leroux, E., & Valette-Florence, P. Responsible tourist behaviour: The role of social engagement, *Recherche et Applications en Marketing (English Edition)*, **2015**, 30(3), 85-104.
3. ERST. Du lịch có trách nhiệm - hướng ưu tiên và chính sách phát triển, <<https://vietnamtourism.gov.vn/esrt/default.aspx-portalid=1&tabid=352&itemid=954.htm>>, truy cập ngày 30/12/2020.
4. D. Stanford. *Responsible tourism, responsible tourists: What makes a responsible tourist in New Zealand*, Doctoral thesis, Victoria University of Wellington, 2006.
5. Hồ Lê Thu Trang & Phan Thị Phương Thảo. 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*, **2018**, 54(9D), 124-132.
6. Phạm Thị Thúy Nguyệt. Khảo sát nhận thức của giới trẻ về nguyên tắc ứng xử du lịch trách nhiệm tại điểm đến, *Science & Technology Development Journal - Social Sciences & Humanities*, **2019**, 3(2), 63-71.
7. Ajen, I. and Fishbein, M. Belief. *Attitude, intention and behavior. An introduction to theory and research*, Reading, Massachusetts: Addison-Wesley, Boston, 1975.
8. Ajzen, I. The theory of planned behaviour. *Organizational Behaviour and Human Decision Processes, Science Direct*, **1991**, 50(2), 179-211.
9. Tommasetti, Aurelio & Singer, Pierpaolo & Troisi, Orlando & Maione, Gennaro. Extended Theory of Planned Behavior (ETPB): Investigating Customers' Perception of Restaurants' Sustainability by Testing a Structural Equation Model, *Sustainability*, **2018**, 10(7), 2580.
10. Tien-Ming Cheng & Homer C. Wu. How do environmental knowledge, environmental sensitivity, and place attachment affect environmentally responsible behavior? An integrated approach for sustainable island tourism, *Journal of Sustainable Tourism*, **2015**, 23(4), 557-576.
11. Zgolli, S., & Zaiem, I. The responsible behavior of tourist: The role of personnel factors and public power and effect on the choice of destination, *Arab Economic and Business Journal*, **2018**, 13(2), 168-178.
12. Su, Lujun & Huang, Songshan (Sam) & Pearce, Joanna. How does destination social responsibility contribute to environmentally responsible behaviour? A destination resident perspective, *Journal of Business Research*, **2018**, 86, 179-189.
13. Nguyễn Đình Thọ. *Phương pháp nghiên cứu khoa học trong kinh doanh*, Nxb Lao động - Xã hội, Hà Nội, 2011.