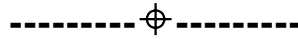


TRƯỜNG ĐẠI HỌC QUY NHƠN
KHOA KINH TẾ & KẾ TOÁN



KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

ĐỀ TÀI: CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN Ý ĐỊNH HÀNH VI DU LỊCH CÓ TRÁCH NHIỆM VỚI MÔI TRƯỜNG CỦA KHÁCH DU LỊCH TẠI TỈNH BÌNH ĐỊNH

Sinh viên thực hiện: Huỳnh Trúc Vân

Lớp: Kinh tế đầu tư K41

Giảng viên hướng dẫn: ThS. Trần Lê Diệu Linh

Bình Định, ngày 3 tháng 6 năm 2022

NHẬN XÉT CỦA GIẢNG VIÊN HƯỚNG DẪN

Họ tên sinh viên thực hiện: Huỳnh Trúc Vân

Lớp: Kinh tế đầu tư

Khóa: 41

Tên đề tài: Các nhân tố ảnh hưởng đến ý định hành vi của du khách tại Bình Định

I. Nội dung nhận xét:

1. Tình hình thực hiện:

2. Nội dung của đề tài:

- Cơ sở lý thuyết:

- Cơ sở số liệu:

- Phương pháp giải quyết các vấn đề:

3. Hình thức của đề tài:

- Hình thức trình bày :

- Kết cấu của đề tài:

4. Những nhận xét khác :

.....

.....

II. Đánh giá cho điểm :

- Tiến trình làm đề tài:

- Nội dung đề tài:

- Hình thức đề tài:

Tổng cộng:

Bình Định, ngày tháng năm

Giảng viên hướng dẫn

NHẬN XÉT CỦA GIẢNG VIÊN PHẢN BIỆN

Họ tên sinh viên thực hiện: Huỳnh Trúc Vân

Lớp: Kinh tế đầu tư

Khóa: 41

Tên đề tài: Các nhân tố ảnh hưởng đến ý định hành vi của du khách tại Bình Định

I. Nội dung nhận xét:

1. Nội dung của đề tài:

- Cơ sở lý thuyết:
- Cơ sở số liệu:
- Phương pháp giải quyết các vấn đề:

2. Hình thức của đề tài:

- Hình thức trình bày :
- Kết cấu của đề tài:

3. Những nhận xét khác :

.....

.....

II. Đánh giá cho điểm

- Nội dung đề tài:

- Hình thức đề tài:

Tổng cộng:

Bình Định, ngày tháng năm

Giảng viên phản biện

DANH MỤC CÁC KÝ HIỆU, CHỮ VIẾT TẮT

STT	CHỮ VIẾT TẮT	VIẾT ĐẦY ĐỦ	GIẢI THÍCH
1	EFA	Exploratory Factor Analysis	Nhân tố khám phá
2	RTC	The Responsibles Travel Club of Viet Nam	Câu lạc bộ Du lịch có trách nhiệm Việt Nam
3	TRA	Theory of Reasoned Action	Lý thuyết hành vi
4	TPB	Theory of Planned Behaviour	Lý thuyết hành vi có kế hoạch
5	UNEP	United Nations Environment Programme	Chương trình Môi trường Liên hợp quốc
6	VIF	Variance Inflation Factor	Hệ số phóng đại phương sai
7	WTO	World Tourism Organization	Tổ chức Du lịch thế giới
8	KMO	Kaiser-Meyer-Olkin	Kiểm định Kaiser-Meyer-Olkin

DANH MỤC CÁC BẢNG SỬ DỤNG

Bảng 3.2: Thang đo các biến quan sát trong mô hình	21
Bảng 3.3: Các biến kiểm soát được mã hóa trong mô hình.....	25
Bảng 4.1: Tăng trưởng du lịch Bình Định giai đoạn 2015-2021	30
Bảng 4.2: Thông tin về du khách được khảo sát tại Bình Định	37
Bảng 4.3: Kết quả đánh giá độ tin cậy của các biến quan sát bằng Cronbach's Alpha	40
Bảng 4.4: Kiểm định KMO và kiểm định Barlett. KMO lần 1	41
Bảng 4.5: Kết quả ma trận xoay nhân tố lần 1.....	42
Bảng 4.6: Kiểm định KMO và kiểm định Barlett. KMO lần 2	43
Bảng 4.7: Kết quả ma trận xoay nhân tố lần 2.....	45
Bảng 4.8: Kiểm định KMO và kiểm định Barlett. KMO lần 3	45
Bảng 4.9: Kết quả ma trận xoay nhân tố lần 3.....	46
Bảng 4.10: Kiểm định KMO và kiểm định Barlett. KMO với biến phụ thuộc	47
Bảng 4.11: Kết quả phân tích nhân tố EFA cho biến phụ thuộc	48
Bảng 4.12: Kết quả kiểm định sự phù hợp của mô hình.....	48
Bảng 4.13: Kết quả phân tích hồi quy	49
Bảng 4.14: Kiểm định sự phù hợp của mô hình	51

DANH MỤC CÁC BIỂU ĐỒ, ĐỒ THỊ, SƠ ĐỒ, HÌNH ẢNH

Hình 2.1: Mô hình lý thuyết hành vi hợp lý (TRA)	7
Hình 2.2: Mô hình lý thuyết hành vi có kế hoạch (TPB)	8
Hình 2.3: Mô hình lý thuyết hành vi học cổ điển John B.Watson	11
Hình 3.1: Khung phân tích	17
Hình 3.2: Quy trình nghiên cứu	28

MỤC LỤC

CHƯƠNG I: PHẦN GIỚI THIỆU	4
1.1 Tính cấp thiết của đề tài.....	4
1.2 Mục tiêu nghiên cứu	5
1.3 Đối tượng và phạm vi nghiên cứu	5
1.4 Phương pháp nghiên cứu	5
CHƯƠNG II: CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN HÀNH VI DU LỊCH CÓ TRÁCH NHIỆM VỚI MÔI TRƯỜNG CỦA KHÁCH DU LỊCH TẠI BÌNH ĐỊNH	6
2.1 Tổng quan lý thuyết.....	6
2.1.1 Khái niệm về du lịch.....	6
2.1.2 Khách du lịch.....	6
2.1.3 Du lịch có trách nhiệm.....	7
2.1.4 Hành vi du lịch có trách nhiệm.....	10
2.2 Lý thuyết hành vi	12
2.2.1 Lý thuyết hành vi học cổ điển John B.Watson	12
2.2.2 Lý thuyết hành vi hợp lý (Theory of Reason Action – TRA)	13
2.2.3 Lý thuyết hành vi có kế hoạch (The Theory of Planning Behaviour – TPB).....	14
2.3 Môi trường du lịch.....	15
2.3.1 Khái niệm môi trường du lịch	15
2.3.2 Bảo vệ môi trường du lịch	17

2.4 Tổng quan các nghiên cứu thực nghiệm có liên quan	17
2.4.1 Các nghiên cứu trong nước.....	17
2.4.2 Các nghiên cứu nước ngoài	19
2.5 Các nhân tố ảnh hưởng đến hành vi du lịch có trách nhiệm.....	23
CHƯƠNG 3: PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU	26
3.1 Khung phân tích.....	26
3.2 Các biến và thang đo	28
3.2.1 Các biến quan sát dựa trên các thang đo của biến quan sát.....	28
3.2.2 Các biến kiểm soát	30
3.3 Phương pháp nghiên cứu	31
3.3.1 Thống kê mô tả	31
3.3.2 Cỡ mẫu	32
3.4 Thống kê mô tả mẫu khảo sát.....	32
3.5 Quy trình nghiên cứu.....	33
CHƯƠNG 4: KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU	37
4.1 Tổng quan về du lịch tỉnh Bình Định.....	37
4.1.1 Giới thiệu về tỉnh Bình Định	37
4.1.2 Tiềm năng du lịch Bình Định	37
4.1.3 Tăng trưởng du lịch Bình Định giai đoạn 2015 – 2021	41
4.2 Ý thức của khách du lịch và các hoạt động của chính quyền địa phương trong việc bảo vệ môi trường du lịch.....	44

4.2.1 Ý thức của khách du lịch với môi trường biển tại Thành phố Quy Nhơn.....	45
4.2.2 Ý thức của khách du lịch với môi trường tại các địa điểm du lịch Bình Định ...	47
4.3. Xác định các yếu tố ảnh hưởng đến hành vi du lịch có trách nhiệm của du khách tại tỉnh Bình Định	48
4.4.1 Kiểm tra độ tin cậy của các biến quan sát.....	48
4.3.2 Phân tích nhân tố khám phá EFA (Exploratory Factor Analysis)	52
4.4.3 Phân tích mô hình hồi quy	58
4.5. Thảo luận về kết quả nghiên cứu	61
CHƯƠNG 5: KẾT LUẬN VÀ HÀM Ý CHÍNH SÁCH	64
5.1 Kết luận.....	64
5.2 Hàm ý chính sách.....	66
DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO	71
PHỤ LỤC	74

CHƯƠNG I: PHẦN GIỚI THIỆU

1.1 Tính cấp thiết của đề tài

Ngành du lịch là một trong những ngành có xu hướng phát triển mạnh mẽ trên thế giới với hơn 15% tổng thu nhập toàn cầu được tạo ra bởi ngành này, một số địa điểm còn là thu nhập chính của người dân địa phương chiếm tổng lượng ngoại tệ lớn cả nước. Hơn hết, du lịch còn là một công cụ đắc lực để quảng bá phong tục tập quán, văn hoá của nước địa phương, góp phần xây dựng hình ảnh và mang mọi người lại với nhau. Mặc dù là một trong những ngành phát triển bền vững và ít có những hậu quả nghiêm trọng lên môi trường, sự gia tăng số lượng và ra đời của du lịch đại trà sẽ không tránh khỏi những ảnh hưởng tiêu cực lên sức khỏe, tài nguyên môi trường cũng như cuộc sống xung quanh của người dân xung quanh, nhất là những vùng còn hoang sơ, ít phát triển như Bình Định, Đà Nẵng, Phú Quốc. Tại địa phương Bình Định trước kia là một tỉnh có mức sống khá thấp. Những năm trở lại đây (từ năm 2016 trở đi), tỉnh Bình Định là một địa điểm thu hút khách du lịch, đặc biệt là Thành phố Quy Nhơn luôn được sẵn đón bởi khách du lịch trong nước và nước ngoài. Những khu du lịch sinh thái, khách sạn hay homestay được xây dựng lúc nào cũng trong tình trạng cháy phòng. Chúng ta có thể thấy được những ngày hè là những ngày cao điểm của mùa du lịch, đường xá lúc nào cũng đông nghẹt người, xe ô tô hay xe ô tô điện rất nhiều.

Mặt trái, đi đôi với sự tấp nập, đông đúc đó, vấn đề ô nhiễm môi trường hay không khí tại tỉnh Bình Định nói chung và Thành phố Quy Nhơn nói riêng là một vấn đề cần được quan tâm. Trong khi phần lớn các nghiên cứu đều đã xoay quanh ảnh hưởng vĩ mô giữa ngành du lịch và môi trường, khía cạnh về mối liên kết giữa môi trường đối với du khách qua nhận thức cũng như trách nhiệm của du khách liên quan đến tình trạng thiên nhiên địa phương trong bối cảnh môi trường cấp thiết hiện nay vẫn còn nhận được ít sự quan tâm. Nghiên cứu này tập trung vào các yếu tố trách nhiệm môi trường và những khả năng của hành vi, lai lịch, sự điều tiết xung quanh đối với mối quan hệ giữa du khách và địa phương hay điểm đến, hứa hẹn sẽ đưa ra những góc nhìn cũng như kiến thức mới từ

đó tìm ra giải pháp khả thi từ khía cạnh này để giảm bớt gánh nặng môi trường gây ra bởi ngành du lịch tại Bình Định nói riêng và cả nước nói chung

1.2 Mục tiêu nghiên cứu

Mục tiêu chính: phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến ý định hành vi du lịch có trách nhiệm với môi trường của khách du lịch tại Bình Định.

Mục tiêu cụ thể:

- Phân tích thực trạng ý thức của du khách và môi trường du lịch tại tỉnh Bình Định
- Phân tích các nhân tố ảnh hưởng đến hành vi du lịch có trách nhiệm với môi trường của khách du lịch tại Bình Định.
- Đề xuất các giải pháp và các hàm ý, chính sách nhằm hạn chế các tác động tiêu cực và phát huy các tác động tích cực của hành vi du lịch của du khách đến tỉnh Bình Định

1.3 Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

- Đối tượng nghiên cứu: các nhân tố ảnh hưởng đến hành vi du lịch có trách nhiệm tại tỉnh Bình Định
- Phạm vi nghiên cứu: không gian nghiên cứu tại khu vực tỉnh Bình Định
- Giai đoạn nghiên cứu: 2017 – 2022

1.4 Phương pháp nghiên cứu

- Sử dụng phương pháp thống kê để mô tả thực trạng du lịch và du khách đến Bình Định
- Phân tích nhân tố khám phá EFA được sử dụng để xác định các nhân tố ảnh hưởng đến ý định hành vi du lịch có trách nhiệm của khách du lịch với môi trường tại tỉnh Bình Định và đánh giá tác động của các nhân tố đó đến ý định hành vi du lịch có trách nhiệm với môi trường của khách du lịch

CHƯƠNG II: CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN HÀNH VI DU LỊCH CÓ TRÁCH NHIỆM VỚI MÔI TRƯỜNG CỦA KHÁCH DU LỊCH TẠI BÌNH ĐỊNH

2.1 Tổng quan lý thuyết

2.1.1 Khái niệm về du lịch

Theo Tổ chức Du lịch Thế giới (World Tourist Organization) - một tổ chức thuộc Liên Hợp Quốc, “du lịch bao gồm tất cả mọi hoạt động của những người du hành, tạm trú, trong mục đích tham quan, khám phá và tìm hiểu, trải nghiệm hoặc trong mục đích nghỉ ngơi, giải trí, thư giãn; cũng như mục đích hành nghề và những mục đích khác nữa, trong thời gian liên tục nhưng không quá một năm, ở bên ngoài môi trường sống định cư; nhưng loại trừ các du hành mà có mục đích chính là kiếm tiền. Du lịch cũng là một dạng nghỉ ngơi năng động trong môi trường sống khác hẳn nơi định cư”.

Hay nói cách khác, “du lịch là việc đi lại nhằm mục đích niềm vui hoặc kinh doanh; cũng là lý thuyết và thực hành về tổ chức các chương trình đi du lịch, ngành kinh doanh nhằm thu hút, cung cấp và giải trí cho khách du lịch, và việc kinh doanh của các tổ chức điều hành các tour du lịch”. Tổ chức Du lịch Thế giới định nghĩa du lịch nói chung, theo nghĩa "vượt ra ngoài nhận thức chung về du lịch là chỉ giới hạn trong hoạt động nghỉ lễ", vì mọi người "đi du lịch và ở trong những nơi ngoài môi trường thông thường của họ không quá một năm liên tiếp để giải trí và không ít hơn 24 giờ, với mục đích kinh doanh và các mục đích khác"

Du lịch có thể là nội địa (trong quốc gia của khách du lịch) hoặc quốc tế và du lịch quốc tế có cả ý nghĩa đến và đi đối với cán cân thanh toán của một quốc gia.

2.1.2 Khách du lịch

Là những người đi ra khỏi môi trường sống thường xuyên của mình để đến một nơi khác trong thời gian ít hơn 12 tháng liên tục với mục đích chính của chuyến đi là thăm

quan, nghỉ ngơi, vui chơi giải trí hay các mục đích khác ngoài việc tiến hành các hoạt động để đem lại thu nhập và kiếm sống ở nơi đến. Khái niệm khách du lịch này được áp dụng cho cả khách du lịch quốc tế và khách du lịch trong nước và áp dụng cho cả khách đi du lịch trong ngày và đi du lịch dài ngày có nghỉ qua đêm.

Khách du lịch quốc tế: Khách du lịch quốc tế đến Việt Nam (cụ thể ở một địa phương nào đó của Việt Nam) là những người đi ra khỏi môi trường sống thường xuyên của một nước đang thường trú đến Việt Nam trong thời gian ít hơn 12 tháng với mục đích của chuyến đi không phải để tiến hành các hoạt động nhằm đem lại thu nhập và kiếm sống ở Việt Nam.

Khách du lịch trong nước: Khách du lịch trong nước là những người đi ra khỏi môi trường sống thường xuyên của mình để đến một nơi khác ở trong nước với thời gian liên tục ít hơn 12 tháng và mục đích chính của chuyến đi để thăm quan, nghỉ ngơi, vui chơi giải trí hay các mục đích khác ngoài việc tiến hành các hoạt động nhằm đem lại thu nhập và kiếm sống ở nơi đến.

2.1.3 Du lịch có trách nhiệm

2.1.3.1 Khái niệm du lịch có trách nhiệm

Trải qua quá trình phát triển, các quốc gia đều bắt đầu hướng đến sự phát triển bền vững, trong đó có phát triển du lịch bền vững. Du lịch có trách nhiệm và du lịch bền vững có sự tương đồng về khái niệm và mục tiêu. Khái niệm du lịch bền vững ra đời từ năm 1992, tuy nhiên đối tượng và phương pháp thực hiện như thế nào vẫn là vấn đề luôn được đặt ra. Trước nhu cầu thực tế đó, khái niệm du lịch có trách nhiệm được đưa ra năm 2002 thể hiện cách thức tiến hành để thực sự hướng tới phát triển du lịch bền vững.

Theo tuyên bố Cap Town (2002), du lịch có trách nhiệm được định nghĩa vào năm 2002 tại Cape Town – một thành phố thuộc Nam Phi cùng với Hội nghị thượng đỉnh thế giới về phát triển bền vững. Du lịch có trách nhiệm là "tạo ra những nơi tốt hơn cho người ở và những nơi tốt hơn để mọi người đến thăm". Du lịch có trách nhiệm đòi hỏi

các nhà quản lý, điều hành, chủ khách sạn, chính quyền, người dân địa phương và khách du lịch phải có trách nhiệm, hành động làm cho du lịch bền vững hơn.

Tuyên bố Cape Town (2002), thừa nhận rằng Du lịch có trách nhiệm có nhiều hình thức khác nhau, nó được đặc trưng bởi du lịch, khách du lịch và những bên liên quan trong ngành du lịch:

- Giảm thiểu các tác động tiêu cực đến kinh tế, môi trường và xã hội;
- Tạo ra lợi ích kinh tế lớn hơn cho người dân địa phương và nâng cao phúc lợi của cộng đồng sở tại, cải thiện điều kiện làm việc và khả năng tiếp cận ngành công nghiệp;
- Quan tâm đến người dân địa phương trong các quyết định có ảnh hưởng đến cuộc sống và thay đổi cuộc sống của họ;
- Có những đóng góp tích cực vào việc bảo tồn các di sản văn hóa và thiên nhiên, vào việc duy trì sự đa dạng của thế giới;
- Cung cấp những trải nghiệm thú vị hơn cho khách du lịch thông qua các kết nối có ý nghĩa hơn với người dân địa phương, và hiểu biết nhiều hơn về các vấn đề văn hóa, xã hội và môi trường của địa phương;
- Cung cấp cơ hội tiếp cận cho người khuyết tật và người yếu thế;
- Nhạy cảm về văn hóa, tạo ra sự tôn trọng giữa khách du lịch và chủ nhà, đồng thời xây dựng lòng tự hào và sự tự tin của địa phương.

Theo Luật Du lịch Việt Nam, du lịch có trách nhiệm là một cách tiếp cận quản lý du lịch, nhằm tối đa hóa lợi ích kinh tế, xã hội, môi trường và giảm thiểu chi phí tới các điểm đến. Bản chất của loại hình du lịch này chứa đựng những đặc trưng của phát triển du lịch bền vững, tuy nhiên nó mang tính phổ quát, định hướng cao hơn, thậm chí điều chỉnh tất cả các loại hình du lịch khác nhằm hướng đến mục tiêu phát triển hài hòa ngành du lịch, đem lại bình đẳng cho tất cả chủ thể tham gia vào quá trình phát triển du lịch; đồng thời góp phần đáng kể trong việc hỗ trợ tạo dựng một môi trường lành mạnh.

Du lịch có trách nhiệm tại các điểm đến được hiểu là việc hạn chế tối đa các tác động tiêu cực về kinh tế, môi trường và xã hội; tạo ra lợi ích kinh tế lớn hơn và nâng cao phúc lợi cho người dân địa phương, cải thiện điều kiện làm việc và tham gia vào hoạt

động du lịch; khuyến khích người dân địa phương tham gia vào các quyết định có ảnh hưởng đến cuộc sống của họ; đóng góp tích cực vào việc bảo tồn các di sản thiên nhiên và văn hóa nhằm duy trì một thế giới đa dạng; cung cấp những trải nghiệm thú vị cho du khách thông qua mối liên kết giữa khách du lịch và người dân địa phương, tạo hiểu biết về các vấn đề văn hóa, xã hội và môi trường tại địa phương; tạo cơ hội cho những người khuyết tật và có hoàn cảnh khó khăn; tôn trọng văn hóa địa phương, khuyến khích sự tôn trọng lẫn nhau giữa khách du lịch và người dân địa phương; tạo dựng niềm tin, lòng tự hào dân tộc cho cộng đồng.

2.1.3.2 Cốt lõi của du lịch có trách nhiệm

Theo Chương trình Môi trường Liên hợp quốc (UNEP) và Tổ chức Du lịch thế giới (WTO) (2002), cốt lõi của du lịch có trách nhiệm là những nguyên tắc của du lịch bền vững nhằm mục đích:

- Tận dụng tối ưu các nguồn tài nguyên môi trường tạo thành một yếu tố quan trọng trong phát triển du lịch, duy trì quá trình sinh thái quan trọng và giúp đỡ để bảo tồn di sản thiên nhiên và đa dạng sinh học.

- Tôn trọng tính xác thực văn hóa xã hội của cộng đồng địa phương, bảo tồn những công trình, di sản văn hóa sống và những giá trị truyền thống của họ, và đóng góp vào sự hiểu biết và khoan dung của liên văn hóa.

- Đảm bảo khả thi, lợi ích kinh tế lâu dài cho tất cả các bên có liên quan được phân phối một cách công bằng, trong đó có việc làm ổn định cơ hội tạo thu nhập và các dịch vụ xã hội cho các địa phương, cùng với đó là góp phần xóa đói giảm nghèo.

2.1.3.3. Lợi ích của du lịch có trách nhiệm

Theo Câu Lạc bộ Du lịch có trách nhiệm Việt Nam (RTC) (2009), du lịch có trách nhiệm sẽ đem lại nhiều lợi ích cho các điểm đến nói riêng và ngành du lịch Việt Nam nói chung, bao gồm:

- Giảm thiểu tối đa các tác động tiêu cực đối với nền kinh tế, môi trường và xã hội;

- Tạo ra nhiều lợi ích về mặt kinh tế và nâng cao phúc lợi cho người dân ở địa phương;
- Cải thiện điều kiện làm việc và tham gia vào hoạt động du lịch;
- Khuyến khích người dân địa phương tham gia vào các quyết định có ảnh hưởng đến cuộc sống của chính họ;
- Đóng góp một cách tích cực vào việc bảo tồn các di sản thiên nhiên và văn hóa;
- Cung cấp những trải nghiệm thú vị cho du khách qua mối liên kết giữa khách du lịch và người dân địa phương;
- Tạo hiểu biết về các vấn đề văn hóa, xã hội và môi trường tại địa phương;
- Khuyến khích sự tôn trọng lẫn nhau giữa khách du lịch và người dân địa phương;
- Tạo dựng niềm tin và lòng tự hào dân tộc cho cộng đồng.

2.1.4 Hành vi du lịch có trách nhiệm

2.1.4.1 Khái niệm 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 trong những năm gần đây khi du lịch ngày càng phát triển ở hầu hết các quốc gia trên thế giới. Do đó vẫn chưa có một định nghĩa thống nhất về thuật ngữ này.

Diallo, M. F., Diop-Sall, F. Leroux, E., & Valette-Florence (2015), 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. 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, tuy nhiên trách nhiệm về môi trường là vấn đề được nhiều người quan tâm nghiên cứu.

2.1.4.2 Nguyên tắc hành vi du lịch có trách nhiệm

Theo nghiên cứu của Phạm Thị Thuý Nguyệt và cộng sự (2019), du lịch có trách nhiệm nhìn từ góc độ du khách đặt ra vấn đề nguyên tắc ứng xử (hành vi) có trách nhiệm

của du khách với điểm đến ở ba phương diện: phương diện văn hóa – xã hội, phương diện kinh tế, phương diện môi trường – tài nguyên

Phương diện văn hóa – xã hội:

- Du khách tôn trọng văn hóa và truyền thống địa phương
- Du khách biết chú ý đến sự riêng tư của cộng đồng địa phương
- Du khách không có hành vi xâm phạm đến các điểm văn hóa hay các đài tưởng niệm
- Du khách tôn trọng các tập quán của cộng đồng địa phương
- Du khách có ý thức rõ ràng trong việc tôn trọng luật pháp của địa phương.
- Du khách không dễ dãi cho tiền trẻ em hoặc các đối tượng lang thang vì sẽ khuyến khích trẻ em bỏ học và làm gia tăng những đối tượng lang thang xin ăn.
- Du khách nên cân nhắc việc đưa thông tin, hình ảnh nhạy cảm về điểm đến lên mạng xã hội, nhất là những hình ảnh có thể gây hiểu lầm tai hại về tổng thể chất lượng dịch vụ và giá trị của điểm đến, làm ảnh hưởng đến sinh kế du lịch của người dân ở điểm đến

Phương diện kinh tế, nguyên tắc về trách nhiệm được đặt ra với du khách thường tập trung vào vấn đề đóng góp cho doanh thu của địa phương bằng cách mua hàng hóa/dịch vụ của địa phương đó. Đương nhiên quyền tự do mua sắm của du khách luôn được tôn trọng, nhưng việc du khách có ý thức giúp đỡ cộng đồng địa phương về kinh tế bằng cách mua hàng hóa/dịch vụ để tăng doanh thu cho địa phương là một hỗ trợ quan trọng về kinh tế mà du khách không khó để thực hiện. Sự cân đối thu chi trong hoạt động kinh tế của điểm đến chính là tiền đề quan trọng để điểm đến có thể đảm bảo chất lượng dịch vụ du lịch lâu dài và giữ gìn tốt những giá trị của điểm đến. Đó là khía cạnh bền vững mà du khách nên có ý thức đóng góp để duy trì giá trị lâu dài cho điểm đến.

Ở phương diện môi trường và tài nguyên, du lịch là một trong những tác nhân gây áp lực rất lớn lên việc gìn giữ môi trường và tài nguyên ở địa phương nơi du khách đặt chân đến. Nhất là, ở nhiều điểm đến mà môi trường và nguồn tài nguyên dễ bị tổn thương như một hòn đảo nhỏ, một vùng biển có rặng san hô, thì ý thức tham gia du lịch có trách

nhiệm của du khách sẽ giúp đỡ điểm đến rất nhiều trong việc bảo vệ môi trường và giữ gìn nguồn tài nguyên thiên nhiên quý giá đó một cách bền vững

Nguyên tắc ứng xử có trách nhiệm của du khách về môi trường và tài nguyên được mô tả gồm các yêu cầu:

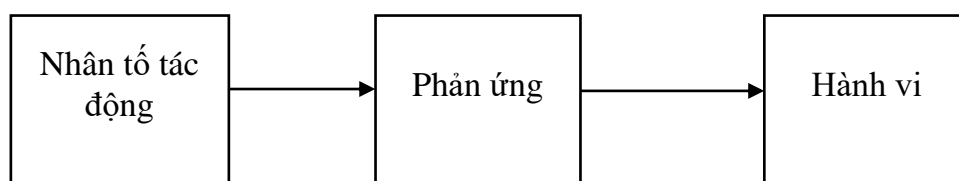
- Du khách có ý thức và hành vi giữ gìn vệ sinh môi trường cho địa phương.
- Du khách có ý thức cân nhắc khi sử dụng các phương tiện và dịch vụ gây ảnh hưởng xấu đến môi trường và thiên nhiên.
- Du khách có ý thức rõ ràng trong việc từ chối việc mua sắm hay thưởng thức những sản phẩm liên quan đến động vật hoang dã, không tham gia những việc gây tổn hại đến hệ sinh thái của địa phương

2.2 Lý thuyết hành vi

2.2.1 Lý thuyết hành vi học cổ điển John B. Watson

Thuyết hành vi này được chính thức thiết lập vào năm 1913 với bài phân tích của John B. Watson. Gắn liền với bốn điểm cơ bản: đối tượng nghiên cứu là hành vi có thể quan sát được, lượng hóa được; khái niệm cơ bản của lý thuyết hành vi học cổ điển là tác động – phản ứng; phương pháp nghiên cứu là quan sát và thực nghiệm khách quan; mục đích đặt ra là phải điều khiển được hành vi.

Nói một cách đơn giản cho thuyết này, những nhà tâm lý học hành vi thuần túy tin rằng kết quả của hành vi đều là trải nghiệm. Bất kỳ ai, dù nền tảng xuất thân học vấn có là gì đi nữa, vẫn có thể được đào tạo theo một cách thức nào đó với các điều kiện tác động phù hợp. Thuyết hành vi cổ điển đặt cơ sở trên việc lập luận rằng việc hành vi được đặt từ sự ảnh hưởng của các nhân tố tác động. Hành vi hay chính phản ứng của con người là nhằm thích nghi với các nhân tố này và ngược lại. Nhân tố tác động và phản ứng của con người đến hành vi được biểu diễn dưới dạng mô hình.



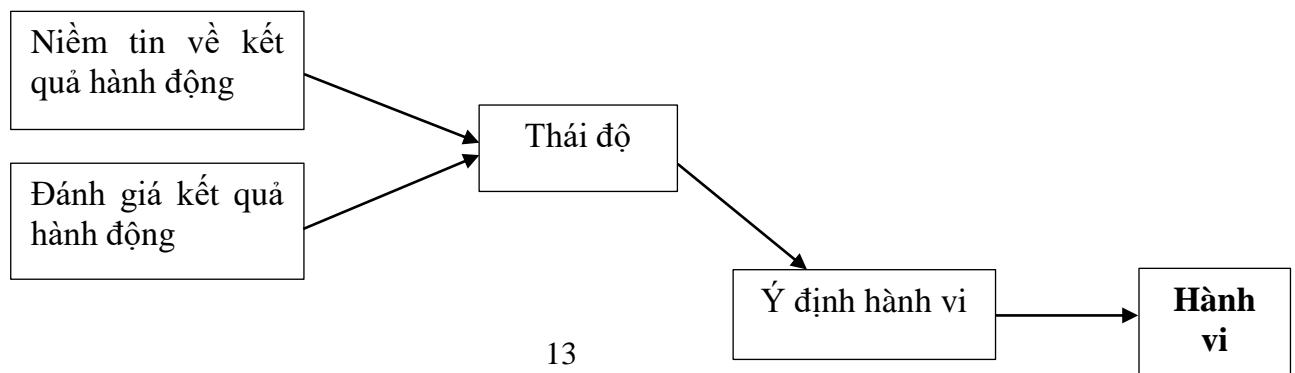
Nguồn: John B. Watson (1913)

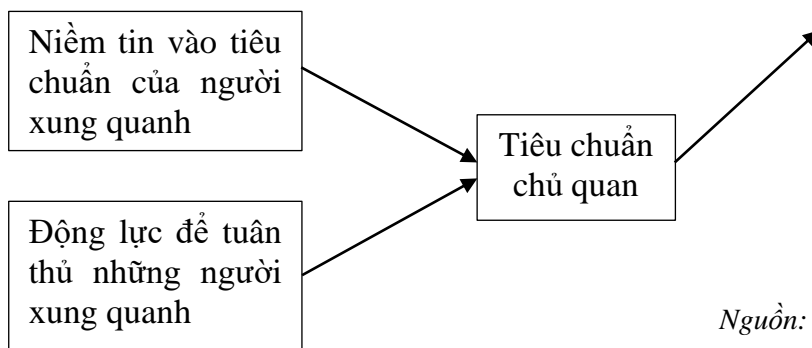
Hình 2.3. Mô hình lý thuyết hành vi học cổ điển

Theo lý thuyết hành vi học cổ điển, hành vi của cá nhân chịu ảnh hưởng bởi môi trường xung quanh như môi trường sống, những kinh nghiệm sống mà cá nhân đó trải qua. Hành vi một người, liên quan đến các yếu tố như: cảm xúc, suy nghĩ lời nói và các hành động. Đối với hành vi cá nhân, thuyết hành vi này hướng tới việc giúp các cá nhân thay đổi, thông qua việc tạo ra những củng cố tích cực đối với những hành vi mong đợi và cải thiện tiêu cực đối với những hành vi không hợp lí, thông qua việc tạo ra môi trường cho cá nhân tăng cường hành vi tốt và hạn chế hành vi chưa tốt.

2.2.2 Lý thuyết hành vi hợp lý (Theory of Reason 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 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.





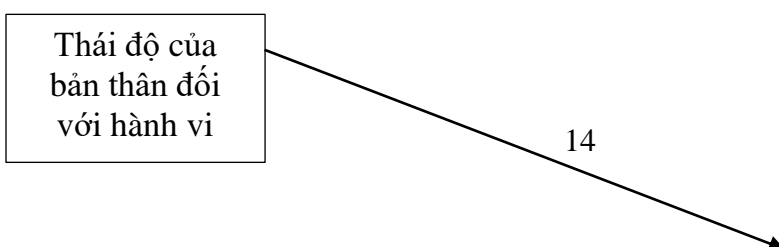
Nguồn: Ajzen I. and Fishbein M (1975)

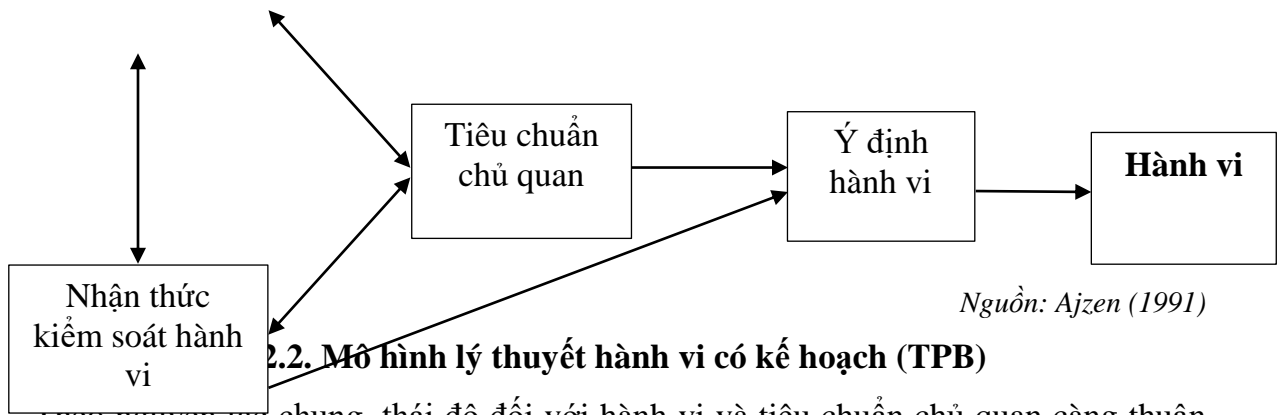
Hình 2.1. Mô hình lý thuyết hành vi hợp lý (TRA)

Mô hình thuyết hành vi hợp lý cho rằng ý định hành vi dẫn đến hành vi và ý định được quyết định bởi thái độ cá nhân đối hành vi, cùng sự ảnh hưởng của chuẩn chủ quan xung quanh việc thực hiện các hành vi đó (Fishbein và Ajzen, 1975). Trong đó, Thái độ và Chuẩn chủ quan có tầm quan trọng trong ý định hành vi. Tuy nhiên, kết quả của một số nghiên cứu chỉ ra một hạn chế của lý thuyết này: ý định hành vi không phải lúc nào cũng dẫn đến hành vi thực tế. Một lập luận phản bác lại mối quan hệ chặt chẽ giữa ý định hành vi và hành vi thực tế đã dẫn đến sự phát triển của lý thuyết về hành vi có kế hoạch (TPB), một mô hình bao gồm tác động của các yếu tố phi điều kiện lên hành vi.

2.2.3 Lý thuyết hành vi có kế hoạch (*The Theory of Planning Behaviour – TPB*)

Lý thuyết hành vi có kế hoạch hay lý thuyết hành vi hoạch định (*The Theory of Planning Behaviour – TPB*) là một lý thuyết thể hiện mối quan hệ giữa niềm tin và hành vi của một người nào đó, trong đó niềm tin được chia làm ba loại: niềm tin về hành vi, niềm tin theo chuẩn mực chung và niềm tin về sự tự chủ. Lý thuyết về hành vi có kế hoạch (TPB) được khởi xướng bởi Ajzen¹³ vào năm 1991 như là bản mở rộng của lý thuyết hành vi hợp lý (TRA) với mục tiêu chủ yếu là tiên đoán các hành vi đã có kế hoạch và chủ ý. 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.





2.2. Mô hình lý thuyết hành vi có kế hoạch (TPB)

Theo nguyên tắc chung, thái độ đối với hành vi và tiêu chuẩn chủ quan càng thuận lợi, và nhận thức kiểm soát hành vi càng dễ dàng thì ý định thực hiện hành vi của người đó càng mạnh mẽ. Và nếu một mức độ kiểm soát thực tế đối với hành vi đủ lớn thì họ có thể thực hiện ý định mỗi khi có cơ hội.

2.3 Môi trường du lịch

2.3.1 Khái niệm môi trường du lịch

Theo Tổ chức Du lịch Thế giới (WTO), môi trường du lịch được định nghĩa là các điểm đến có những tài nguyên thiên nhiên, hệ sinh thái, động – thực vật và di sản văn hóa; thu hút du khách từ các nơi khác. Hoạt động du lịch có mối quan hệ mật thiết với môi trường khai thác đặc tính của môi trường để phục vụ mục đích phát triển và tác động qua lại góp phần làm thay đổi các đặc tính của môi trường. Hoạt động phát triển du lịch, gắn liền với việc khai thác các tiềm năng môi trường tự nhiên và các giá trị văn hóa, nhân văn.

Theo Chuyên đề: Bảo vệ môi trường du lịch của PGS.TS Phạm Trung Lương (2010). Các môi trường thành phần thường được xem xét trong cấu trúc của môi trường du lịch tự nhiên gồm: môi trường địa chất, môi trường nước, môi trường không khí, môi trường sinh thái, sự cố môi trường... có tác động trực tiếp đến hoạt động du lịch.

- Môi trường địa chất: được hiểu là một tập hợp các thành tố địa chất của môi trường tự nhiên, bao gồm các yếu tố như cấu trúc địa chất, các hoạt động kiến tạo, tân kiến tạo, địa động lực hiện tại, hoạt động động đất, quá trình thành tạo khe nứt hiện đại,

quá trình phong hóa, các tai biến địa chất ảnh hưởng đến môi trường hoặc chi phối môi trường.

- Môi trường nước: là bộ phận cấu thành quan trọng của môi trường tự nhiên, có ý nghĩa quyết định đối với sự tồn tại của sự sống, và hoạt động phát triển kinh tế - xã hội trên trái đất. Những biến động của môi trường nước thường dẫn đến những biến động về chất lượng sống toàn cầu hoặc từng khu vực cụ thể.

- Môi trường không khí: Môi trường không khí là bộ phận của môi trường tự nhiên tồn tại dưới dạng thể khí. Trong môi trường du lịch, môi trường không khí có ảnh hưởng lớn đến việc hoạch định các khu du lịch nghỉ dưỡng, đến tổ chức mùa vụ khai thác du lịch... Các yếu tố của môi trường không khí có vai trò khá lớn trong việc xem xét quyết định hướng quy hoạch khu du lịch, bố trí không gian và phác đồ kiến trúc quần thể du lịch. Đánh giá chất lượng môi trường cho hoạt động du lịch qua nghiên cứu mức độ ô nhiễm của không khí, mức độ thuận lợi và thích hợp của thời tiết và khí hậu đối với việc tổ chức hoạt động du lịch, nghỉ dưỡng phục hồi sức khỏe của du khách.

- Môi trường sinh học: được xem là bộ phận sống (hữu cơ) của môi trường tự nhiên. Môi trường sinh học là cơ sở duy trì và phát triển cuộc sống trên hành tinh, điều hòa cân bằng nước, làm sạch bầu khí quyển, cung cấp lương thực thực phẩm cho xã hội do đó môi trường sinh học có vai trò rất to lớn trong việc thiết lập và bảo vệ cân bằng sinh thái của tự nhiên. Những biến đổi của môi trường sinh học cả về lượng và chất có ảnh hưởng trực tiếp đến đời sống và hoạt động sản xuất phát triển kinh tế - xã hội, trong đó có du lịch trên hành tinh. Một trong những yếu tố quan trọng của môi trường sinh học là đa dạng sinh học. Đa dạng sinh học là một đặc tính quan trọng của môi trường sinh học, có ảnh hưởng lớn đến tổ chức các hoạt động du lịch, đặc biệt là hoạt động du lịch sinh thái, du lịch tham quan nghiên cứu. Chính vì vậy không phải ngẫu nhiên nhiều điểm du lịch sinh thái, cảnh quan có ý nghĩa quốc gia và quốc tế ở Việt Nam gắn liền với các vườn quốc gia, khu bảo tồn thiên nhiên, các khu rừng văn hoá cảnh quan môi trường.

2.3.2 Bảo vệ môi trường du lịch

Bảo vệ môi trường du lịch là hoạt động giữ cho các môi trường thành phần trong cấu trúc của môi trường du lịch tự nhiên xanh – sạch – đẹp, không có những tác động tiêu cực đến môi trường và giữ nguyên trạng thái, tính chất của tài nguyên thiên nhiên hay di sản của những điểm đến khi đi du lịch; góp phần giữ cho môi trường trong lành, sạch đẹp, cải thiện sự xuống cấp của môi trường, bảo đảm cân bằng sinh thái, ngăn chặn, khắc phục các hậu quả xấu do con người và thiên nhiên gây ra cho môi trường, khai thác, sử dụng hợp lý và tiết kiệm tài nguyên thiên nhiên ở những điểm đến du lịch.

Ý tưởng Bảo vệ môi trường du lịch hướng tới là giúp mọi người trở nên gắn bó hơn với các mối quan tâm về sinh thái và văn hóa xã hội của thế giới thông qua trải nghiệm trực tiếp. Do đó tích cực hơn trong việc bảo tồn và tạo ra sự thay đổi tài nguyên môi trường.

Trong khuôn khổ của hoạt động bảo vệ môi trường du lịch, đề cập chủ yếu tới môi trường tự nhiên, theo đó việc thực hiện công tác bảo vệ môi trường du lịch có ý nghĩa:

- Triển khai thực hiện Luật Bảo vệ Môi trường trong lĩnh vực du lịch.
- Nâng cao chất lượng sản phẩm du lịch, tăng khả năng cạnh tranh của du lịch Việt Nam.
- Góp phần đảm bảo phát triển du lịch bền vững ở Việt Nam.

2.4 Tổng quan các nghiên cứu thực nghiệm có liên quan

2.4.1 Các nghiên cứu trong nước

Nghiên cứu của Hồ Lê Thu Trang và Phan Thị Phương Thảo (2018) ứng dụng lý thuyết hành vi theo kế hoạch (TPB), đánh giá sự ảnh hưởng của các nhân tố: kinh nghiệm 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 du khách nội địa tại Thành phố Cần Thơ. Nhóm tác giả đã khảo sát 131 du khách nội địa tại TP. Cần Thơ bằng 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.

Nghiên cứu của Phạm Thị Thuý Nguyệt và cộng sự (2019), trên cơ sở phân tích vấn đề du lịch có trách nhiệm từ góc độ du khách, bài viết thực hiện một khảo sát nhận thức của du khách trẻ ở thành phố Hồ Chí Minh về nguyên tắc ứng xử du lịch có trách nhiệm để nhận biết cụ thể mức độ hiểu biết của du khách trẻ về quan điểm cũng như hành vi du lịch có trách nhiệm. Nhóm tác giả khảo sát thực hiện trên đối tượng học sinh, sinh viên ở Thành phố Hồ Chí Minh với bảng hỏi được thiết kế để thu thập thông tin về mức độ tham gia du lịch, những chủ đề thông tin được chuẩn bị trước chuyến đi, và thái độ nhận thức đối với những vấn đề then chốt về nguyên tắc ứng xử du lịch có trách nhiệm của du khách. Từ kết quả khảo sát, một khung chủ đề về giáo dục nhận thức ứng xử du lịch có trách nhiệm cho du khách được đề xuất với kỳ vọng được áp dụng vào thực tế truyền thông và giáo dục cộng đồng về du lịch có trách nhiệm.

Nghiên cứu của Nguyễn Thị Lộc và cộng sự (2021) thực hiện với mục tiêu phân tích tác động của sự hấp dẫn của điểm đến và sự hài lòng với điểm đến tới hành vi có trách nhiệm với môi trường của khách du lịch tại thành phố Đà Nẵng, tác giả khảo sát 393 du khách, sau đó sử dụng các phương pháp phân tích nhân tố khám phá, nhân tố khẳng định và mô hình cấu trúc tuyến tính. Kết quả cho thấy sự hấp dẫn của các thuộc tính cốt lõi và thuộc tính tăng cường của điểm đến tác động tích cực tới sự hài lòng với điểm đến và từ đó, thúc đẩy hành vi có trách nhiệm của họ tại điểm đến Đà Nẵng. Nghiên cứu này góp phần giúp những nhà quản lý hiểu về nhân tố ảnh hưởng đến hành vi có trách nhiệm với môi trường của du khách tại đây. Từ đó, có những chiến lược nhằm nâng cao hành vi có trách nhiệm với môi trường khi họ viếng thăm thành phố.

Theo nghiên cứu của Nguyễn Trọng Nhân và cộng sự (2020), nhóm tác giả thực hiện nghiên cứu để cung cấp luận cứ cho tỉnh Kiên Giang trong việc phát triển du lịch có trách nhiệm. Dữ liệu chính của nghiên cứu này được cung cấp bởi 160 du khách qua điều

tra bằng bảng hỏi và được phân tích dưới dạng thống kê mô tả, độ tin cậy thang đo, nhân tố khám phá và hồi quy tuyến tính đa biến. Kết quả nghiên cứu cho thấy có 5 nhân tố ảnh hưởng đến sự phát triển du lịch có trách nhiệm ở huyện Kiên Hải theo thứ tự giảm dần: truyền thông có trách nhiệm trong du lịch, điều hành cơ sở ăn uống có trách nhiệm, vận hành cơ sở lưu trú có trách nhiệm, hành động của cộng đồng có trách nhiệm trong du lịch và phát triển sản phẩm du lịch có trách nhiệm. Nghiên cứu này không chỉ bổ sung lí thuyết, thực tiễn về du lịch có trách nhiệm mà còn là cơ sở để huyện Kiên Hải đưa ra các giải pháp phát triển du lịch địa phương có trách nhiệm hơn trong tương lai.

Nghiên cứu của Sử Thị Thu Hằng và cộng sự (2021), 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.

2.4.2 Các nghiên cứu nước ngoài

Nghiên cứu của Yen – Ting Helena Chiu và cộng sự (2013) đề xuất mô hình hành vi trong đó các nhân tố: nhận thức, sự hài lòng của điểm đến, sự tham gia các hoạt động

trong trải nghiệm tham gia du lịch, sự quan tâm đến du lịch bền vững sẽ hình thành hành vi du lịch có trách nhiệm của du khách. Nghiên cứu này khám phá, sự trải nghiệm du lịch có tác động nhiều đến hành vi du lịch hay không. Nhóm tác giả đã thu thập 328 bảng câu hỏi từ các du khách và phân tích bằng phương pháp bình phương tối thiểu (OLS). Kết quả của nghiên cứu cho thấy, giá trị nhận thức, sự hài lòng và sự tham gia vào hoạt động có thể thúc đẩy hành vi du lịch có trách nhiệm của du khách. Hơn nữa, trong khi giá trị nhận thức tác động trực tiếp đến hành vi, thì sự hài lòng của điểm đến và sự tham gia các hoạt động đóng vai trò hòa giải một phần trong mô hình hành vi. Do đó, nâng cao nhận thức của khách du lịch về hoạt động du lịch là hoạt động đầu tiên trong chuỗi các bước nhằm củng cố hành vi du lịch có trách nhiệm thông qua việc tăng mức độ tham gia và hài lòng của khách du lịch.

Nghiên cứu của Salman và cộng sự (2020) đưa ra những hiện tượng mang tính tương tác của nhận thức của du khách về điểm đến và hành vi ý định của người du lịch với vai trò trung gian qua sự hài lòng của du khách. Nghiên cứu đưa ra mô hình dựa trên ba nền tảng chính là: nhận thức, sự hài lòng và ý định hành vi của du khách. Nhóm tác giả thu thập thông tin qua một cuộc khảo sát 413 du khách tại các khách sạn ở thành phố Lahore, Pakistan; sử dụng mô hình phương trình bình phương tối thiểu từng phần để phân tích thống kê dữ liệu thu thập được. Các phát hiện chỉ ra rằng nhận thức của khách du lịch về điểm đến du lịch ảnh hưởng trực tiếp đến ý định hành vi của họ, trong khi sự hài lòng của khách du lịch có ảnh hưởng trung gian giữa nhận thức của khách du lịch và ý định hành vi của họ.

Nghiên cứu Tien – Ming Cheng và Homer C.Wu (2014) tiếp cận các quan điểm: kiến thức môi trường (EK), để thăm dò hành vi của du khách tạo điều kiện phát triển du lịch bền vững và xây dựng mô hình phát triển du lịch đảo bền vững bằng cách tích hợp EK; tính nhạy cảm của du khách với môi trường, sự gắn bó với địa điểm. Nhóm tác giả các khảo sát 470 du khách đến thăm quần đảo Panghu, Đài Loan. Sử dụng mô hình cấu trúc tuyến tính (SEM) để xác định mối quan hệ giữa các biến và các tác động trung gian. Kết quả chỉ ra rằng mức độ EK của du khách tại Quần đảo Penghu cao, có liên quan đến

sự nhạy cảm với môi trường mạnh; sự nhạy cảm về môi trường liên quan tích cực với sự gắn bó điểm đến của du khách. Mức độ gắn bó với địa điểm của Penghu theo cảm nhận của khách du lịch cũng có liên quan tích cực với hành vi có trách nhiệm với môi trường. Khi khách du lịch rất nhạy cảm với sự hấp dẫn, họ có nhiều khả năng thể hiện hành vi có trách nhiệm với điểm đến hơn. Sự nhạy cảm với môi trường và sự gắn bó với địa điểm đã tạo ra những tác động đáng kể trong việc làm trung gian các mối quan hệ giữa kiến thức môi trường (EK) và hành vi có trách nhiệm với môi trường. Nghiên cứu này tiên phong trong việc tích hợp cả bốn cấu trúc trong một mô hình hành vi du lịch bền vững cho khách du lịch đến các điểm du lịch biển đảo.

Nghiên cứu của Tanti Handriana và Raya Ambara (2016), điều tra ý định hành vi có trách nhiệm với môi trường của khách du lịch được hình thành khi đến thăm các địa điểm du lịch sinh thái ở Indonesia. Bốn biến số được coi là có ý nghĩa trong việc hình thành ý định hành vi có trách nhiệm với môi trường bao gồm: hình ảnh điểm đến, chất lượng chuyến đi, giá trị cảm nhận và sự hài lòng. Nghiên cứu này áp dụng phương pháp khảo sát. Mẫu nghiên cứu bao gồm những du khách đã từng đến thăm các địa điểm du lịch sinh thái ở Indonesia, số lượng người được hỏi lên tới 210 khách du lịch. Mô hình hóa phương trình cấu trúc (SEM) được chọn làm kỹ thuật phân tích. Kết quả của nghiên cứu cho thấy có nhiều biến số ảnh hưởng đến hành vi này, chẳng hạn như chất lượng chuyến đi, giá trị cảm nhận, hình ảnh điểm đến và sự hài lòng của khách du lịch. Nghiên cứu này được kỳ vọng sẽ đóng góp có giá trị để cải thiện việc quản lý các vùng Du lịch sinh thái trong việc tạo ra hành vi tích cực trong tương lai của du khách quan tâm hơn đến môi trường. Làm như vậy, du khách phải tuân thủ các quy định trong chuyến trở lại khu du lịch sinh thái của họ.

Nghiên cứu của Namyun Kil và cộng sự (2014) nghiên cứu mối quan hệ giữa thái độ môi trường, động cơ giải trí và hành vi có trách nhiệm. Có rất ít nghiên cứu về động cơ giải trí có thể đóng vai trò trung gian, để hiểu rõ hơn về các mối quan hệ giữa thái độ và hành vi có trách nhiệm. Dữ liệu của nghiên cứu được thu thập từ những người đi đường trên con đường Danh thắng quốc gia Florida, mô hình hóa phương trình cấu trúc

(SEM) được sử dụng. Kết quả chỉ ra mối quan hệ đáng kể giữa thái độ, động cơ và hành vi. Thái độ môi trường ảnh hưởng đến động cơ và hành vi môi trường, và động cơ có liên quan đáng kể đến các hành vi môi trường. Các phân tích sâu hơn cho thấy rằng động lực đóng vai trò như một nhân tố trung gian một phần cho mối liên hệ giữa thái độ và hành vi. Những kết quả này cho thấy rằng thái độ và động cơ môi trường định hình cơ bản các hành vi có trách nhiệm với môi trường.

Nghiên cứu của Zgolli và Zaiem (2018) 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 biện pháp 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.

Nghiên cứu của Jun Hyoung Han và cộng sự (2016) ghi lại tầm quan trọng của các nhân tố: kinh nghiệm quá khứ, nhận thức trong việc xác định hành vi có trách nhiệm với môi trường của khách du lịch, khi tận hưởng kỳ nghỉ tại các điểm du lịch ở Đảo Jeju, Hàn Quốc. Nhóm tác giả đã khảo sát 211 người Hàn Quốc và 204 khách du lịch Trung Quốc (lượng khách chiếm ưu thế đến hòn đảo). Kết quả cho thấy nhận thức và kinh nghiệm của du khách tác động trực tiếp đến ý định hành vi có trách nhiệm với địa điểm du lịch. Bài nghiên cứu cũng đưa ra kiến nghị, trong bối cảnh du lịch hiện tại, các chiến dịch môi trường hoặc các chương trình du lịch tại hòn đảo cần cung cấp thông tin để hình thành hành vi có trách nhiệm với môi trường cũng như tăng trải nghiệm chất lượng du lịch giữa du khách trong nước và nước ngoài.

2.5 Các nhân tố ảnh hưởng đến hành vi du lịch có trách nhiệm

Qua những nghiên cứu thực nghiệm trên có thể thấy được rằng, ý định hành vi của du khách đối với các điểm đến, đều là yếu tố trực tiếp dẫn đến hành động hay hành vi của họ trong suốt quá trình trải nghiệm. Do đó ý định hành vi cũng như hành vi này sẽ là nhân tố trực tiếp tác động tích cực hay tiêu cực đến môi trường của những điểm đến du lịch của du khách. Vì đối tượng mục tiêu của tất cả những địa điểm du lịch đều là khách du lịch, nếu hành vi của họ tốt hay được gọi là hành vi có trách nhiệm với điểm đến (tuân thủ với những nguyên tắc du lịch có trách nhiệm) thì môi trường du lịch cũng như môi trường sống của điểm đến đó sẽ tốt hơn, mang lại lợi ích cho nơi đó và người dân địa phương sinh sống tại đó. Ngược lại, nếu du khách có những hành vi xấu hoặc không tuân theo nguyên tắc du lịch có trách nhiệm, việc đó sẽ làm tác động tiêu cực đến môi trường đến của điểm đến, cụ thể hơn là làm cho điểm đến đó bị ô nhiễm hay ảnh hưởng đến cuộc sống của người dân địa phương. Vì vậy, những nhân tố trực tiếp tác động đến ý định hành vi của mỗi du khách luôn được quan tâm trong mỗi nghiên cứu; mỗi nghiên cứu sẽ có nhiều nhân tố khác nhau để phù hợp với từng địa điểm nghiên cứu, nhưng đa số các nghiên cứu đều sử dụng các nhân tố như: kinh nghiệm trong quá khứ, sự hấp dẫn của điểm đến, sự hài lòng với điểm đến, chất lượng của chuyến đi, nhận thức kiểm soát hành vi...; những nhân tố này cũng được sử dụng để làm các biến trong các mô hình của các bài nghiên cứu, để đem lại kết quả chính xác cũng như rút ra những hàm ý chính sách phù hợp cho từng địa điểm.

Qua phần khảo lược các nghiên cứu trước đây, có thể nhận thấy rằng có bốn nghiên cứu điển hình dựa trên cơ sở lý thuyết hành vi, nghiên cứu về các nhân tố ảnh hưởng đến hành vi du lịch có trách nhiệm tại mỗi điểm đến tại Việt Nam và hiện tại chỉ có nghiên cứu của Sử Thị Thu Hằng và cộng sự (2021) được thực hiện cho trường hợp tại Bình Định. Do đó, có thể khai thác mối quan hệ này nhưng đặc điểm khác biệt so với các nghiên cứu trước đây là phạm vi và đối tượng nghiên cứu sẽ được thực hiện cụ thể tại Bình Định và các biến số cũng như các nhân tố ảnh hưởng đến hành vi của du khách sẽ được thay đổi sao cho phù hợp với tình hình du lịch và du khách hiện nay của tỉnh. Đồng

thời, xem xét tác động của các nhân tố ảnh hưởng đến hành vi của du khách phổ biến tại Bình Định đó là: kinh nghiệm quá khứ, thái độ đối với môi trường, sự hài lòng đối với điểm đến, sự quan tâm đến du lịch bền vững và đánh giá của những người xung quanh.

Bên cạnh đó, các đặc điểm của du khách như: tuổi tác, giới tính, trình độ học vấn, tình trạng hôn nhân, số lần đến thăm; cũng có ảnh hưởng đáng kể đến hành vi du lịch có trách nhiệm của du khách, những nhân tố này được xác nhận bởi nghiên cứu của Nguyễn Thị Lộc và cộng sự (2021), Nguyễn Trọng Nhân và cộng sự (2020). Đây được xem là những biến kiểm soát để thu thập thông tin liên quan đến đặc điểm nhân khẩu học, hành vi du lịch, cảm nhận về sự phát triển du lịch có trách nhiệm và kiến nghị của du khách. Tuy nhiên, theo khảo sát thực tế để phù hợp với thực trạng du khách đến với Bình Định hiện nay, tác giả đề xuất bốn nhân tố chính đó là tuổi tác, giới tính và trình độ học vấn

Như vậy, các nhân tố ảnh hưởng đến ý định hành vi du lịch có trách nhiệm của du khách tại Bình Định lần lượt là: tuổi tác, giới tính và trình độ học vấn (các đặc điểm nhân khẩu học); kinh nghiệm quá khứ, thái độ đối với môi trường, sự hài lòng đối với điểm đến, sự quan tâm đến du lịch bền vững và đánh giá của những người xung quanh (các biến quan sát). Các nhân tố này được xác nhận qua những nghiên cứu sau:

- Tuổi tác, giới tính và trình độ học vấn được xem là các biến kiểm soát và được xác nhận bởi nghiên cứu của Nguyễn Thị Lộc và cộng sự (2019), Nguyễn Trọng Nhân và cộng sự (2020), Namyun Kil và cộng sự (2014) cùng một số nghiên cứu khác

- Nhân tố kinh nghiệm quá khứ được xác nhận bởi các nghiên cứu của Hồ Lê Thu Trang và Phan Thị Phương Thảo (2018), Jun Hyoung Han và cộng sự (2016). Hai nghiên cứu này cho rằng, kinh nghiệm quá khứ là nhân tố ảnh hưởng mạnh mẽ nhất đến ý định hành vi du lịch có trách nhiệm của du khách, tại nơi mà họ thực hiện khảo sát

- Nhân tố thái độ đối với môi trường được xác nhận bởi nghiên cứu của Namyun Kil và cộng sự (2014) và Hồ Lê Thu Trang và Phan Thị Phương Thảo (2018). Hai nghiên cứu này cho rằng, thái độ của du khách ảnh hưởng trực tiếp đến ý định hành vi của họ, và kết quả trong nghiên cứu của Namyun Kil cho thấy, thái độ và động cơ môi trường định

hình cơ bản các hành vi có trách nhiệm với môi trường thái độ đối với môi trường của du khách có vai trò định hình cơ bản các hành vi có trách nhiệm với môi trường.

- Sự hài lòng với điểm đến được xác nhận qua các bài nghiên cứu của Nguyễn Thị Lộc và cộng sự (2021), Yen – Ting Helena Chiu và cộng sự (2013), Salman và cộng sự (2020), Tanti Handriana và Raya Ambara (2016). Các nghiên cứu này cho rằng, sự hài lòng với điểm đến tác động tích cực đến ý định hành vi có trách nhiệm của du khách, ngoài ra nhân tố này còn có ảnh hưởng trung gian giữa nhận thức của khách du lịch và ý định hành vi của họ.

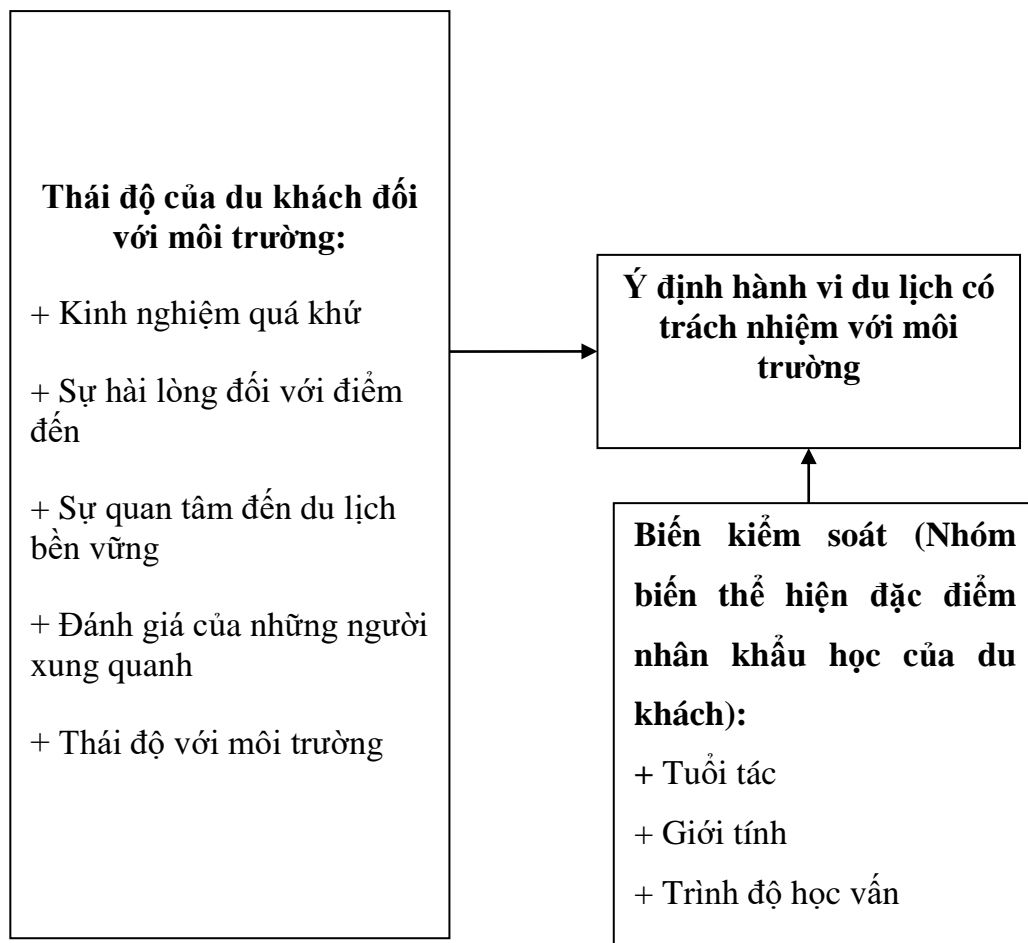
- Quan tâm đến du lịch bền vững là nhân tố được xác nhận qua các bài nghiên cứu của Yen – Ting Helena Chiu và cộng sự (2013) và Zgolli và Zaiem (2018). Hai nghiên cứu này cho thấy rằng sự quan tâm đến du lịch bền vững của mỗi du khách đóng vai trò quan trọng trong việc hình thành ý định hành vi có trách nhiệm của họ tại mỗi điểm đến.

- Đánh giá của những người xung quanh là nhân tố được xác nhận bởi nghiên cứu của Sử Thị Thu Hằng và cộng sự (2021), Hồ Lê Thu Trang và Phan Thị Phương Thảo (2018). Hai nghiên cứu này cho rằng, đây là nhân tố ảnh hưởng trực tiếp đến ý định hành vi có trách nhiệm của du khách tại những điểm đến mà họ thực hiện nghiên cứu.

CHƯƠNG 3: PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

3.1 Khung phân tích

Nghiên cứu này được thực hiện nhằm đánh giá tác động của các nhân tố ảnh hưởng đến hành vi du lịch có trách nhiệm với môi trường tại tỉnh Bình Định, dựa trên nền móng của hai lý thuyết hành vi có kế hoạch và lý thuyết hành vi hợp lý (TPB và TRA). Để hoàn thành mục tiêu này, tác giả tiến hành lược khảo lý thuyết và các nghiên cứu thực nghiệm có liên quan, từ đó đề xuất khung phân tích phù hợp với tình hình thực tế như sau:



Nguồn: Tác giả xây dựng

Hình 3.1. Khung phân tích

Khung phân tích trên được xây dựng dựa trên nền tảng mô hình lý thuyết hành vi có kế hoạch và lý thuyết hành vi hợp lý, kết hợp với các nghiên cứu thực nghiệm có liên quan về các nhân tố tác động đến hành vi du lịch có trách nhiệm. Trong đó có hai nhóm biến đó là nhóm thái độ của du khách đối với môi trường và nhóm biến kiểm soát (nhóm thể hiện đặc điểm nhân khẩu học của du khách). Nhóm thái độ là nhóm biến chính mà nghiên cứu quan tâm, một số nghiên cứu đã cho rằng có sự tồn tại sự tác động thái độ của du khách để ý định hành vi du lịch có trách nhiệm với môi trường của họ như nghiên cứu của Yen – Ting Helena Chiu và cộng sự (2013), nghiên cứu của Tanti Handriana và Raya Ambara (2016), Nghiên cứu của Salman và cộng sự (2020) và một số nghiên cứu khác. Theo Yen – Ting Helena Chiu các nhân tố: nhận thức, sự hài lòng của điểm đến, sự tham gia các hoạt động trong trải nghiệm tham gia du lịch, sẽ hình thành hành vi du lịch có trách nhiệm của du khách; những giá trị này được nghiên cứu và đưa ra kết quả chúng có thể thúc đẩy hành vi du lịch có trách nhiệm của du khách. Đồng quan điểm đó, Salman cho rằng nhận thức của khách du lịch về điểm đến du lịch ảnh hưởng trực tiếp đến ý định hành vi của họ, trong khi sự hài lòng của khách du lịch có ảnh hưởng trung gian giữa nhận thức của khách du lịch và ý định hành vi của họ. Ngoài ra, các nghiên cứu của Yen – Ting Helena Chiu, Sử Thị Thu Hằng, Hồ Lê Thu Trang cũng chỉ ra rằng các nhân tố như đánh giá của những người xung quanh và thái độ với môi trường của du khách cũng là các biến ảnh hưởng trực tiếp đến ý định hành vi có trách nhiệm của họ.

Bên cạnh đó nhóm các biến thể hiện đặc điểm nhân khẩu học của du khách như: tuổi tác, giới tính và trình độ học vấn được xem là các biến kiểm soát đã được xác nhận bởi các nghiên cứu Nguyễn Thị Lộc và cộng sự (2021), Nguyễn Trọng Nhân và cộng sự (2020), cùng một số nghiên cứu khác. Các biến này đã được điều chỉnh phù hợp với đối tượng và phạm vi nghiên cứu, được đưa vào để tăng độ chính xác và độ tin cậy của mô hình.

3.2 Các biến và thang đo

3.2.1 Các biến quan sát dựa trên các thang đo của biến quan sát

Các thang đo của các khái niệm nghiên cứu trong mô hình sử dụng thang Likert thang điểm đánh giá từ 1 đến 5. Có 5 thang đo chính thức cho 5 biến quan sát trong mô hình được đưa vào bảng câu hỏi với các biến quan sát được kí hiệu theo tên gọi viết tắt theo từ khóa thể hiện khái niệm cần đo lường và theo thứ tự xuất hiện trong thang đo. Các thang đo được dựa trên nghiên cứu của Sử Thị Thu Hằng và cộng sự (2021), Hồ Lê Thu Trang và Phan Thị Phương Thảo (2018), Samar Zgolli và Imed Zaiem (2018), Tien – Ming Cheng và Homer C.Wu (2014) và sự điều chỉnh của tác giả cho phù hợp với đối tượng và phạm vi nghiên cứu. Thang đo được sử dụng trong bảng câu hỏi để đo lường các biến trong mô hình nghiên cứu cụ thể như sau:

Ký hiệu	Thang đo
Kinh nghiệm quá khứ	
KN1	Tôi có kinh nghiệm trong việc phân loại và giảm rác thải
KN2	Tôi có kinh nghiệm sử dụng phương tiện công cộng khi đi du lịch
KN3	Tôi có kinh nghiệm trong việc tiết kiệm điện và năng lượng khi đi du lịch
KN4	Tôi có kinh nghiệm trong việc sử dụng các sản phẩm thân thiện với môi trường
KN5	Tôi có kinh nghiệm trong việc tìm hiểu luật môi trường của địa phương khi đi du lịch
Sự hài lòng đối với địa điểm du lịch	
HL1	Cảnh quan thiên nhiên đa dạng thoáng mát
HL2	Cảnh quan thiên nhiên còn hoang sơ
HL3	Văn hóa địa phương độc đáo
HL4	Địa phương có nhiều di tích lịch sử văn hóa mà tôi hứng thú
HL5	Vị trí địa lý của địa phương thuận lợi cho du khách

HL6	Khí hậu của địa phương thuận lợi cho việc đi du lịch
Sự quan tâm đến du lịch bền vững	
QT1	Tôi quan tâm đến sự bền vững của môi trường khi đi du lịch
QT2	Du lịch Bình Định đang phát triển theo hướng bền vững về môi trường
QT3	Tôi sẵn sàng giảm tiêu dùng để ủng hộ du lịch bền vững
QT4	Tôi sẵn sàng tăng chi tiêu vào những sản phẩm thân thiện với môi trường
QT5	Thay đổi trong quản lý nhà nước về du lịch là cần thiết để đảm bảo du lịch bền vững
QT6	Những luật lệ bảo vệ môi trường nghiêm ngặt cần được thực thi
Đánh giá của những người xung quanh	
DG1	Hầu hết mọi người sẽ ủng hộ tôi bảo vệ môi trường khi đi du lịch
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 khuyên 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
Thái độ đối với môi trường	
TĐ1	Bảo vệ môi trường khi đi du lịch là hành vi có lợi
TĐ2	Bảo vệ môi trường khi đi du lịch là hành vi tốt
TĐ3	Bảo vệ môi trường khi đi du lịch là hành vi có trách nhiệm
TĐ4	Tôi quan tâm đến việc bảo vệ các khu du lịch sinh thái
TĐ5	Những hành vi, việc làm của tôi khi đi du lịch sẽ ảnh hưởng trực tiếp đến môi trường cũng như môi trường sống của người dân địa phương

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
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

Nguồn: Đề xuất của tác giả dựa vào các nghiên cứu trước đó

Bảng 3.2. Thang đo các biến quan sát trong mô hình

3.2.2 Các biến kiểm soát

Như đã nói trên, biến kiểm soát của mô hình là các đặc điểm nhân khẩu học của du khách và đã được xác nhận qua nhiều nghiên cứu, bao gồm các biến: Tuổi tác, giới tính và trình độ học vấn.

Đặc điểm	Tuổi tác	Giới tính	Trình độ học vấn
Mã hóa			
Từ 18 đến 20	x		
Từ 20 đến 30	x		
Từ 30 tuổi trở lên	x		
Nam		x	
Nữ		x	
Dưới trung học phổ thông			x
Trung học phổ thông			x

Trung cấp hoặc cao đẳng			X
Đại học			X
Sau đại học			X

Nguồn: Đề xuất của tác giả dựa vào các nghiên cứu trước đó

Bảng 3.3. Các biến kiểm soát được mã hóa trong mô hình

- Tuổi tác: từ 18 đến 20 tuổi mã hóa 1, từ 20 đến 30 tuổi mã hóa 2 và từ 30 tuổi trở lên mã hóa 3
- Giới tính: nam mã hóa 1, nữ mã hóa 2
- Trình độ học vấn: dưới trung học phổ thông mã hóa 1, trung học phổ thông mã hóa 2, trung cấp hoặc cao đẳng mã hóa 3, đại học mã hóa 4 và sau đại học mã hóa 5

3.3 Phương pháp nghiên cứu

3.3.1 Thống kê mô tả

Nghiên cứu thu thập số liệu thứ cấp về điều kiện tự nhiên, kinh tế, xã hội, tiềm năng du lịch, tăng trưởng du lịch, môi trường du lịch bằng cách thu thập điều tra các số liệu tại các cơ quan như: Viện Nghiên cứu phát triển kinh tế xã hội Bình Định, Sở Du lịch Bình Định, Sở Tài chính Bình Định... Sau khi tổng hợp được số liệu, nghiên cứu tiến hành phân tích mô tả số liệu đã điều tra và đưa ra thực trạng về ngành du lịch Bình Định trong những năm gần đây.

Về phần số liệu sơ cấp, nghiên cứu dựa trên những lý thuyết về hành vi và các bài nghiên cứu thực nghiệm có liên quan trước đây, để xây dựng các nhân tố và đưa ra mô hình các nhân tố ảnh hưởng đến Ý định hành vi du lịch có trách nhiệm được ứng dụng trong phạm vi Bình Định. Từ đó, xây dựng được bảng câu hỏi khảo sát, để thu thập số liệu sơ cấp chính xác theo nội dung và mục tiêu mà bài nghiên cứu đặt ra.

Phương pháp phân tích nhân tố khám phá (EFA) được sử dụng phân tích định lượng, rút gọn các biến xấu, thành một tập biến ít hơn để chúng có ý nghĩa hơn nhưng vẫn chứa đựng hầu hết nội dung thông tin của tập biến ban đầu (Hair et al. 2009)

3.3.2 Cỡ mẫu

Về cỡ mẫu nghiên cứu, theo Nguyễn Đình Thọ (2011) thì đối với phương pháp phân tích nhân tố, cỡ mẫu tối thiểu phải gấp 5 lần số tiêu chí đưa vào phân tích. Cụ thể, nghiên cứu đã sử dụng tiêu chí trong phân tích nhân tố nên cỡ mẫu tối thiểu phải đạt: $n = 5 \times 27 = 135$. Cỡ mẫu tối thiểu cần thiết trong hồi quy tuyến tính là $n = 50 + 8 \times \text{số biến độc lập}$. Như vậy, nghiên cứu đảm bảo cỡ mẫu thỏa cả hai công thức trên và phải phỏng vấn tối thiểu 135 khách du lịch.

3.4 Thống kê mô tả mẫu khảo sát

Quá trình thu nhập mẫu bằng bảng hỏi, kết quả thu được 150 phiếu trả lời trả lời, trong đó có 100 phiếu trả lời bằng bảng cứng và 50 phiếu trả lời trực tuyến (online qua google form). Sau khi kiểm tra, tác giả đã loại bỏ 15 phiếu không hợp lệ bao gồm các phiếu thiếu thông tin, dữ liệu quan trọng và các bản trả lời không logic, thiếu tính hợp lý. Cuối cùng có 135 phiếu trả lời hợp lệ được tác giả sử dụng đưa vào phân tích dữ liệu

Về giới tính, mẫu khảo sát có 49,7% phiếu đối tượng là nam và 50,3% phiếu đối tượng là nữ.

Về độ tuổi, lượng khách du lịch tham gia khảo sát chủ yếu từ 20 đến 30 tuổi chiếm 46,6%, khách du lịch từ 18 đến 20 tuổi chiếm 28,8% và du khách có độ tuổi từ 30 trở lên chiếm 24,4%.

Về trình độ học vấn, tác giả nghiên cứu trên mặt bằng từ dưới Trung học phổ thông lên đến sau Đại học. Trong đó, có 5% khách du lịch thuộc trình độ dưới Trung học phổ thông, 12% du khách thuộc trình độ Trung học phổ thông, 3% du khách thuộc trình độ Cao đẳng/Trung cấp, 54% du khách thuộc trình độ Đại học và 26% du khách thuộc trình độ sau Đại học

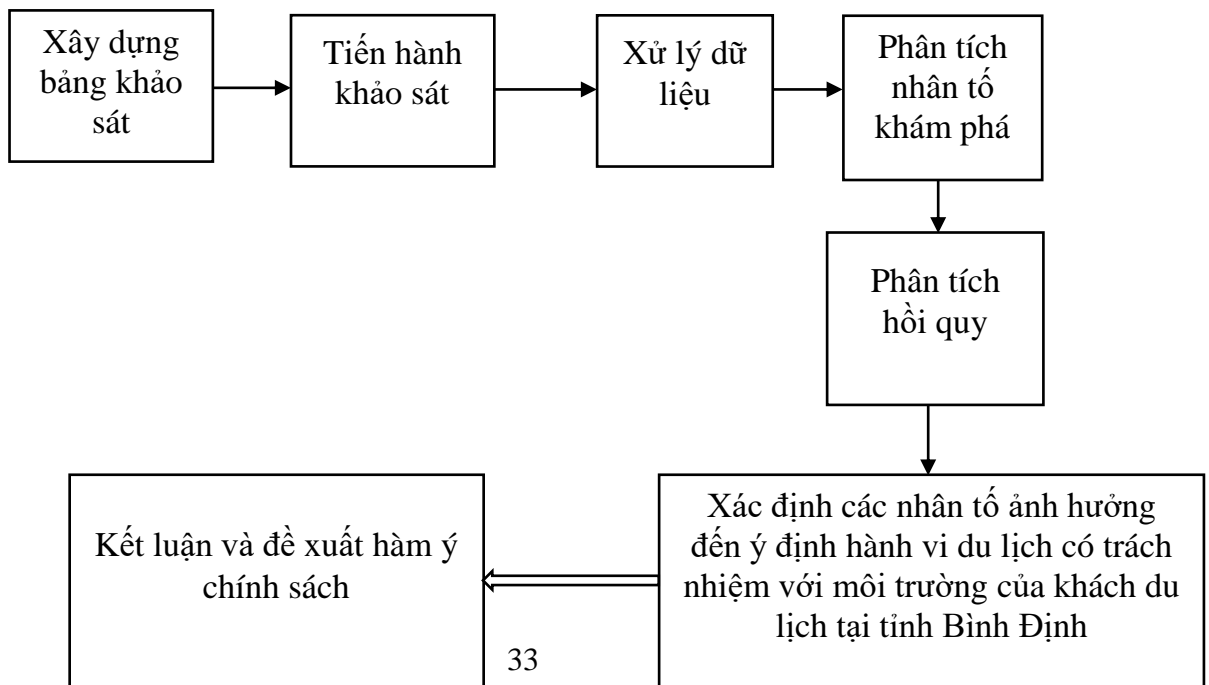
STT	Thông tin	Số lượng	Tỷ lệ (%)
1	Giới tính		
	Nam	64	49,7

	Nữ	65	50,3
2	Độ tuổi		
	Từ 18 - 20	39	28,8
	Từ 20 - 30	63	46,6
	Từ 30 trở lên	33	24,4
3	Trình độ học vấn		
	Dưới THPT	7	5
	THPT	16	12
	Trung cấp/Cao đẳng	4	3
	Đại học	73	54
	Sau Đại học	35	26
Tổng		135	100

Nguồn: Tổng hợp từ kết quả khảo sát các du khách tại Bình Định

Bảng 4.2. Thông tin về du khách được khảo sát tại Bình Định

3.5 Quy trình nghiên cứu



Hình 3.2. Quy trình nghiên cứu

Quy trình nghiên cứu bắt đầu từ việc xây dựng bảng khảo sát ý kiến của khách du lịch tại Bình Định bằng thang đo Likert (từ 1-5 theo các mức độ đồng ý), các tiêu chí của 6 thang đo: kinh nghiệm quá khứ (KN), sự hài lòng đối với điểm đến (HL), sự quan tâm đến du lịch bền vững (QT), đánh giá của những người xung quanh (DG), thái độ với môi trường (TD), ý định hành vi du lịch có trách nhiệm với môi trường (YD) và khảo sát một số thông tin cá nhân của du khách để thu thập dữ liệu

Sau đó sẽ tiến hành khảo sát khách du lịch trên phạm vi địa bàn tỉnh Bình Định

Sau khi thu thập được bảng câu hỏi trả lời, tác giả tiến hành tập hợp và lọc bảng câu hỏi, mã hóa những thông tin cần thiết trong bảng câu hỏi, nhập liệu và phân tích dữ liệu bằng phần mềm SPSS phiên bản 20. Tiếp theo, sau khi dữ liệu đã được xử lý và nhập vào phần mềm sẽ được phân tích theo các bước như sau:

1. Đánh giá độ tin cậy của thang đo, một đo lường được gọi là độ tin cậy (validity) nếu nó đo lường đúng được cái cần đo lường hay đo lường đó vắng mặt cả hai loại hệ số, hệ thống và ngẫu nhiên (Campell và Fiske, 1959). Độ tin cậy của thang đo được đánh giá thông qua hệ số Cronbach's Alpha và hệ số tương quan biến tổng (Item-Total correclation). Độ tin cậy của thang đo được đánh giá thông qua hệ số Cronbach's Alpha và hệ số tương quan biến tổng (Item-Total correclation). Hệ số Cronbach's Alpha có giá trị biến thiên từ 0 đến 1. Theo Nguyễn Đình Thọ và Nguyễn Thị Mai Trang (2007) về mặt lý thuyết, Cronbach Alpha's càng lớn thì thang đo có độ tin cậy càng cao. Tuy nhiên khi hệ số Cronbach's Alpha quá lớn (>0.95) có nghĩa là nhiều câu trong thang đo không có khác biệt gì nhau hay là chúng cùng đo lường một nội dung nào đó của khái niệm nghiên cứu. Hiện tượng này được gọi là đa cộng tuyến. Hoàng Trọng và Chu Nguyễn Mộng Ngọc (2008) cho rằng Cronbach's Alpha từ 0.8 đến gần 1 thì thang đo lường là tốt, từ 0.7 đến gần 0.8 là thang đo sử dụng được. Tuy nhiên theo J. F. Hair và cộng sự thì

Cronbach's Alpha từ 0.6 trở lên là có thể chấp nhận được. Tuy nhiên hệ số này chỉ cho biết các đo lường có liên kết với nhau hay không nhưng không quyết định việc nên giữ lại hay bỏ đi một biến quan sát. Người nghiên cứu sẽ phải cân nhắc rất kỹ lưỡng và khi đó hệ số tương quan biến tổng (Item-Total correclation) sẽ giúp cho thêm cơ sở để đưa ra quyết định này. Hệ số tương quan biến tổng là hệ số tương quan của một biến với điểm trung bình của các biến khác trong cùng một thang đo, do đó hệ số này càng cao thì sự tương quan biến này với các biến khác trong nhóm càng cao. Theo Nunnally và Bumstein, các biến có hệ số tương quan biến tổng nhỏ hơn 0.3 được coi là biến rác và sẽ bị loại khỏi thang đo.

2. Kiểm định giá trị của thang đo bằng phương pháp phân tích nhân tố EFA Phương pháp phân tích nhân tố khám phá EFA (Exploratory Factor Analysis), thuộc nhóm phân tích đa biến phụ thuộc lẫn nhau (interdependence techniques), nghĩa là không có biến phụ thuộc và biến độc lập mà nó dựa vào mối tương quan giữa các biến với nhau (interrelationships). EFA dùng để rút gọn một tập k biến quan sát thành một tập F ($F < k$) các nhân tố có ý nghĩa hơn. Cơ sở của việc rút gọn này dựa vào mối quan hệ tuyến tính của các nhân tố với các biến quan sát (Nguyễn Đình Thọ, 2011) phân tích nhân tố sẽ được sử dụng để kiểm định sự hội tụ của các biến thành phần về khái niệm bằng Độ giá trị hội tụ (Convergence validity) đồng thời đo lường độ giá trị phân biệt giúp đảm bảo sự khác biệt, không có mối quan hệ tương quan giữa các yếu tố sử dụng để đo lường các nhân tố bằng Độ giá trị phân biệt (Discriminant validity). Theo J. F. Hair và cộng sự (1998) với mẫu lớn hơn 100 và nhỏ hơn 350 hệ số tải (factor loading) ≥ 0.5 là giá trị hội tụ và hệ số tải của nhân tố này lớn hơn hệ số tải của nhân tố khác cho thấy tính đảm bảo độ giá trị đặc biệt.

3. Song song với việc kiểm tra độ tin cậy của các tiêu chí và sự phù hợp của các nhân tố thì tác giả tiến hành kiểm tra mối quan hệ thống kê hoặc liên kết giữa các biến phụ thuộc và các biến độc lập bằng hệ số tương quan. Giá trị $r > 0$ thể hiện mối tương quan đồng biến giữa các biến phân tích và ngược lại giá trị $r < 0$ thể hiện mối tương quan nghịch biến. Giá trị $r = 0$ chỉ ra rằng các biến phân tích không có mối liên hệ với nhau.

$|r| \rightarrow 1$: quan hệ giữa các biến độc lập và biến phụ thuộc càng chặt chẽ.

$|r| \rightarrow 0$: quan hệ giữa các biến độc lập và biến phụ thuộc càng yếu.

4. Sau khi kết luận mối quan hệ tuyến tính thì có thể mô hình hóa mối quan hệ liên kết bằng mô hình hồi quy tuyến tính đa biến. Đề tài nghiên cứu sự tác động của các biến độc lập và các biến kiểm soát tới ý định hành vi du lịch có trách nhiệm. Do đó, để phân tích được tác động của các biến độc lập, chúng xây dựng mô hình hồi quy bao gồm tất cả các biến độc lập và tất cả các biến kiểm soát tác động tới biến phụ thuộc.

5. Sau khi có được kết quả của mô hình hồi quy đa biến, tiến hành thực hiện kiểm tra các khuyết tật của mô hình (đa cộng tuyến và tự tương quan) để tăng độ tin cậy của mô hình.

6. Cuối cùng là đi đến kết luận các nhân tố ảnh hưởng đến “Ý định hành vi du lịch có trách nhiệm” của du khách tại Bình Định và đề xuất các hàm ý chính sách để góp phần phát triển du lịch bền vững tại tỉnh.

CHƯƠNG 4: KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

4.1 Tổng quan về du lịch tỉnh Bình Định

4.1.1 Giới thiệu về tỉnh Bình Định

Bình Định là tỉnh thuộc vùng Duyên hải Nam Trung bộ Việt Nam, có tổng diện tích tự nhiên 6.025km², Bắc giáp tỉnh Quảng Ngãi, Nam giáp tỉnh Phú Yên, Tây giáp tỉnh Gia Lai, Đông giáp Biển Đông, cách Thủ đô Hà Nội 1.065km, cách Thành phố Hồ Chí Minh 686km, cách Thành phố Đà Nẵng 300km, cách Cửa khẩu Quốc tế Bờ Y (tỉnh Kon Tum) qua Lào 300km. Là 1 trong 5 tỉnh của Vùng kinh tế trọng điểm Miền Trung (cùng với Thừa Thiên Huế, Đà Nẵng, Quảng Nam, Quảng Ngãi). Bình Định nằm ở Trung tâm của trục Bắc - Nam (trên cả 4 tuyến Quốc lộ 1A, đường sắt xuyên Việt, đường hàng không nội địa và đường biển), là cửa ngõ ra biển gần nhất và thuận lợi nhất của Tây Nguyên, Nam Lào, Đông Bắc Campuchia và Thái Lan (bằng cảng biển quốc tế Quy Nhơn và Quốc lộ 19). Các đơn vị hành chính gồm thành phố Quy Nhơn, thị xã An Nhơn và 9 huyện Tuy Phước, Phù Cát, Phù Mỹ, Hoài Nhơn, Hoài Ân, An Lão, Tây Sơn, Vân Canh, Vĩnh Thạnh. Thành phố Quy Nhơn là đô thị loại 1, diện tích 284,28 km², dân số trên 284.000 người, được Chính phủ xác định là đô thị trung tâm phía nam của Vùng kinh tế trọng điểm Miền Trung, cùng với Đà Nẵng và Huế là những trung tâm thương mại, dịch vụ và giao dịch quốc tế của cả khu vực Miền Trung và Tây Nguyên. Vị trí địa lý và địa hình của tỉnh Bình Định đã chi phối đến các quá trình hình thành các đặc trưng khí hậu của tỉnh. Bình Định nằm ở miền Nam Trung bộ, thuộc khu vực nhiệt đới ẩm gió mùa.

4.1.2 Tiềm năng du lịch Bình Định

Bình Định nổi tiếng với những di tích lịch sử, văn hóa mà bản thân nó là những mốc gắn liền với sự hình thành và phát triển của vùng đất huyền thoại này. Là cái nôi của phong trào Tây Sơn gắn liền với tên tuổi lẫy lừng của người anh hùng dân tộc Quang Trung - Nguyễn Huệ, vùng đất kinh đô của nhiều triều đại có bề dày lịch sử truyền thống văn hóa lâu đời với văn hóa Sa Huỳnh, văn hóa Chăm-pa:

- Bảo tàng Quang Trung: Bảo tàng Quang Trung cách thành phố Quy Nhơn 50km về phía Tây Bắc, thuộc làng Kiên Mỹ, xã Bình Thành, huyện Tây Sơn. Bảo tàng được xây dựng năm 1978 theo lối kiến trúc cổ, dáng vẻ uy nghiêm. Bảo tàng có 9 phòng trưng bày với những di vật quan trọng liên quan đến phong trào khởi nghĩa Tây Sơn. Nằm trong quần thể Bảo tàng Quang Trung là điện thờ Tây Sơn Tam Kiệt và các danh tướng thời Tây Sơn. Điện được xây dựng trên chính nền nhà cũ của ba anh em nhà Tây Sơn. Điện được nhân dân góp công xây dựng vào năm 1958 và hoàn thành vào năm 1960 với tổng thể diện tích 2.325m².

- Mộ Thi sĩ Hàn Mặc Tử không chỉ có những người yêu thơ, rất nhiều khách du lịch cũng tìm về nơi đây với mong muốn thấp nén hương để tưởng nhớ về người thi sĩ tài hoa nhưng bạc phận này. Không những thế khi tới đây du khách sẽ được tận hưởng không gian yên bình, thanh vắng với không khí trong lành nơi đồi cao người thi sĩ Hàn Mặc Tử yên nghỉ.

- Tháp Bánh Ít: Nhắc đến quần thể kiến trúc Chăm còn sót lại khắp Việt Nam, người ta thường nghĩ ngay đến di tích Mỹ Sơn ở Quảng Nam. Hay đền tháp tại Ninh Thuận mà quên mất trên khúc ruột miền Trung còn có Bình Định. Nơi ẩn giấu dòng thời gian đã qua của một đất nước Cham-pa hùng mạnh. Tháp Bánh Ít là một trong những cụm tháp lâu đời nhất và là điểm dừng chân mà khách du lịch Bình Định nhất định không thể bỏ qua. Tháp Bánh Ít nằm tại thôn Đại Lễ, xã Phước Hiệp, huyện Tuy Phước, tỉnh Bình Định. Toàn bộ quần thể có tất cả 4 tháp, nằm trên một ngọn đồi thoải cách mực nước biển chỉ chừng 100 mét. Nhìn từ xa, cụm tháp trông giống như bánh ít - một loại đặc sản ở Bình Định. Ấy thế nên người dân địa phương gọi nơi đây là tháp Bánh Ít. Ngoài ra, tháp còn có tên gọi khác là tháp Bạc. Tháp được xây dựng vào thế kỷ thứ 10. Mới đây, một nhóm tác giả người Anh đã đưa tháp Bánh Ít vào 1001 công trình kiến trúc mà bạn nhất định phải ghé thăm một lần trong đời.

Bình Định có một mạch nguồn văn hóa rất xa xưa, nếu nói phía Bắc có nền văn hóa Đông Sơn, phía Nam có nền văn hóa Óc Eo thì Bình Định, trung điểm của khu vực miền Trung có nền văn hóa Sa Huỳnh - Trùng Xé. Thừa hưởng một mạch nguồn văn

hóa đồ sộ và cổ xưa cùng với hàng nghìn năm dựng nước và giữ nước, văn hóa Bình Định vừa lan tỏa vừa tiếp nhận những giá trị của nền văn hóa khác để bồi đắp, làm phong phú cho mình. Bình Định còn là địa phương nổi tiếng với nghệ thuật hát Bội (Tuồng), bài Chòi độc đáo. Đặc biệt còn nổi tiếng là miền đất võ với những làng võ, lò võ vang danh khắp xứ Bình Định, nơi hội tụ và giao hòa văn hóa của nhiều dân tộc anh em nên các hình thức văn hóa dân gian và lễ hội truyền thống cũng rất đa dạng và phong phú, là hình thức sinh hoạt văn hóa đặc sắc, phản ánh đời sống tinh thần và tâm linh của các dân tộc như: lễ hội Đổ Giàn, lễ hội Cầu Ngư, lễ hội Đua thuyền, lễ hội chợ Gò:

- Bình Định – Đất thơ: Gọi Bình Định là mảnh đất của văn chương, thi ca vì nơi đây đã sản sinh, nuôi dưỡng những tâm hồn thơ, những nhà thơ lớn trong nền văn học và trên thi đàn Việt Nam. Đó là Đào Duy Từ với những dòng thơ mang nỗi trắc ẩn bồn ba của một danh sĩ đội lốt chăn trâu, chí nam nhi thời loạn, sự thức thời trước sứ mạng vua tôi bên cạnh lễ ửng xử trong bối cảnh một đất nước tồn vong vì họa ngoại bang. Là Đào Tấn, ông Hậu tổ của hát bội, một nhà thơ xuất sắc và nhà từ khúc lỗi lạc, rồi đất Vân Sơn với 5 cha con họ Nguyễn đều giỏi từ phú, thi ca. Là một Mai Xuân Thưởng với tiếng thơ là tiếng thốt tận đáy lòng trước lúc đầu rơi, một Tăng Bạt Hổ bồn ba trùng dương hải ngoại, là Nguyễn Bá Huân ưu thời mẫn thế, là Nguyễn Trọng Trì chí khí lắng sâu đêm nguyệt tận, là Đào Phan Duân tiết tháo, Hồ Sĩ Tào xả thân dưới cờ nghĩa... Ở nơi đây, dường như thơ ca đã ngấm vào máu thịt, từ những người học cao hiểu rộng cho đến những người nông dân chân lấm tay bùn. Làm nên một bản sắc riêng Bình Định trong bầu trời thơ ca Việt Nam với con người, non nước và truyền thống rục rờ của thi ca.

- Bình Định – Đất tuồng: Nghệ thuật tuồng, vốn quý của dân tộc, đã phát triển rục rờ trên mảnh đất Bình Định, gắn liền với tên tuổi các nhà soạn tuồng xuất sắc nhất Việt Nam. Mặc dù có những biến động lịch sử, trải qua chiến tranh, những người dân Bình Định vẫn giữ môn nghệ thuật đặc sắc của mình và kiên quyết chống lại những cuộc xâm lăng văn hóa từ nước ngoài để Bình Định vẫn là điểm hội tụ tài năng của nghệ thuật tuồng Trải qua hàng trăm năm dâu bể, hát bội đã ngày càng cắm rễ trong đời sống tinh thần của người Bình Định. Không những thế, sự giao lưu, kết hợp của nghệ thuật tuồng

và võ Bình Định đã đưa tuồng Bình Định lên một tầm cao mới khác lạ hơn so với các đoàn tuồng của các địa phương khác.

- Bình Định – Đất võ: Bình Định là nơi hội tụ, kế thừa và phát huy cao độ những giá trị tinh hoa độc đáo của nền võ học cổ truyền Việt Nam. Kể từ khi nhà Tây Sơn dựng cờ khởi nghĩa dưới sự lãnh đạo kiệt xuất của người anh hùng áo vải, cờ đào Quang Trung - Nguyễn Huệ, võ học Bình Định đã có bước phát triển toàn diện và từ đây địa danh Bình Định - Tây Sơn đã được gắn kết và đi vào lịch sử như một bản hùng ca bất diệt, tạo nên cốt cách niềm tự hào và những câu ca trong dân gian cũng bắt đầu được người đời truyền tụng để minh chứng cho nét đặc thù của người dân đất võ

Với 134 km bờ biển, Bình Định sở hữu nhiều bãi tắm đẹp nổi tiếng, rộng hàng trăm ha, còn rất hoang sơ, cát trắng mịn thoải thoải, nước biển trong xanh, quanh năm tràn ngập ánh nắng: Quy Nhơn, Hải Giang, Trung Lương, Tân Thanh, Vĩnh Hội và nhiều đảo gần bờ: Nhơn Châu, Hòn Khô, Đảo Yến,... Là nguồn tài nguyên to lớn cho sự phát triển các sản phẩm về du lịch nghỉ dưỡng biển:

- Bán đảo Phương Mai: Thuộc thành phố Quy Nhơn, cách thành phố 8 km về phía Đông Bắc. Bán đảo Phương Mai rộng 300 ha, có núi Phương Mai - nơi còn bảo tồn được hệ sinh thái tương đối phong phú với nhiều loại động, thực vật quý và nhiều cảnh đẹp. Phía Tây bán đảo, cạnh núi Phương Mai là đầm Thị Nại. Đầm là môi trường nuôi trồng các loại hải sản và cũng là điểm tham quan du lịch.

- Bãi tắm Hoàng Hậu: Nằm trong khu Ghềnh Ráng, bãi tắm Hoàng Hậu được xem là bãi tắm đẹp nhất Bình Định. Bãi tắm Hoàng Hậu là một bãi đá rộng hàng trăm mét vuông, gồm có những hòn đá xanh, nhẵn, trông giống như một bãi trứng khổng lồ. Phía trước bãi là những bức tường đá thiên nhiên đứng che chắn sóng gió tạo nên vùng nước phẳng lặng. Năm 1927, vua Bảo Đại đến đây du ngoạn và cho xây khu nhà nghỉ, và sân thể thao bên cạnh bãi tắm. Bãi tắm với những hòn trứng đá khổng lồ chỉ dành riêng cho Nam Phương Hoàng hậu tắm nên gọi là Bãi tắm Hoàng Hậu.

- Đảo Kỳ Co: là một hòn đảo, thuộc xã đảo Lý Nhơn, ở ngoài khơi cách Quy Nhơn 25 km và là một địa điểm du lịch, còn hoang sơ, chưa có điện và nước ngọt. Đảo Kỳ Co

có một mặt giáp biển, 3 mặt là đồi núi. Đảo có các hang động, các hồ nước mặn và cả các vũng nước mưa trên bậc núi. Kỳ Co nằm cách trung tâm thành phố Quy Nhơn hơn 20 km về phía đông nam. Đây được coi là một địa điểm du lịch lý thú nhất tại Quy Nhơn với 2 mặt giáp núi và một mặt giáp biển. Kỳ Co là một địa điểm mới thu hút khách du lịch những năm gần đây tại Bình Định với đặc điểm nổi bật đó là biển trong, nước ở đây rất nông và mát.

- Đảo Hòn Khô: là một hòn đảo nhỏ nằm trong Làng Chài – Nhơn Hải – Quy Nhơn – Bình Định. Đây là một trong những điểm du lịch biển đảo được xem là đẹp nhất Quy Nhơn, là một điểm đến thú vị tại Quy Nhơn, một hòn đảo gần đất liền, cách làng chài Nhơn Hải chỉ 3 phút đi cano. Trên đảo không có cây xanh, cũng chẳng có suối như Kỳ Co, mà chỉ có đá và một bãi tắm trong xanh cùng cây cầu ven núi check in sống ảo tuyệt đẹp. Hòn Khô gây thương nhớ với con người đôn hậu, chất phác và rất hay cười. Những nếp nhăn tự nhiên sau bao năm gắn bó với nghề đánh bắt tạo nên nét đẹp hiền dịu cho người dân nơi đây.

4.1.3 Tăng trưởng du lịch Bình Định giai đoạn 2015 – 2021

Giai đoạn trước năm 2015, ngành du lịch – dịch vụ chưa thật sự nổi bật, cụ thể là vào năm 2005, doanh thu ngành du lịch – dịch vụ của tỉnh chỉ mới đạt 950 tỉ đồng. Đến năm 2010 trở đi, doanh thu ngành du lịch đã bắt đầu đã có chiều hướng chuyển biến tích cực với mức doanh thu tăng lên gần 276 tỉ đồng, tăng gấp 3 lần, nhưng với mức doanh thu từ du lịch đó, Bình Định mới bằng khoảng 23% của Huế (1200 tỉ đồng), 26% (1239 tỉ đồng) của Đà Nẵng và bằng 14% của Khánh Hoà (2000 tỉ đồng).

Những năm gần đây, du lịch Bình Định đã có những bước phát triển nhanh, trở thành một trong những ngành kinh tế quan trọng đóng góp vào sự tăng trưởng của tỉnh. Du lịch phát triển đã làm thay đổi diện mạo, tạo thêm nhiều việc làm, cải thiện môi trường và nâng cao chất lượng sống cho người dân. Nhờ có nhiều cảnh đẹp sản phẩm du lịch phong phú mà khách du lịch trong nước và quốc tế đến Bình Định ngày càng đông góp phần giúp du lịch Bình Định ngày càng phát triển. Trong giai đoạn 2015 – 2021, sự

phát triển của ngành du lịch Bình Định được thể hiện qua những con số tăng trưởng của ngành hàng năm.

Năm	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Tốc độ tăng trưởng của ngành (%)	6,22	6,7	6,79	6,84	7,44	0,53	1,48

Nguồn: Sở Du lịch Bình Định

Bảng 4.1. Tăng trưởng du lịch Bình Định giai đoạn 2015 – 2021

Bắt đầu từ năm 2015, UBND tỉnh Bình Định tiếp tục ban hành nhiều chương trình hành động, kế hoạch phát triển du lịch ngắn hạn, dài hạn, chỉ đạo công tác quy hoạch phục vụ phát triển du lịch mang tính chuyên nghiệp, bài bản hơn. Đây là nền tảng để du lịch Bình Định có nhiều chuyển biến tích cực, tạo đà tăng tốc phát triển mạnh hơn trong những năm tới. Kể từ năm 2015, mục tiêu chung là phát triển du lịch Bình Định nhanh và bền vững để đến năm 2020 thực sự trở thành một ngành kinh tế quan trọng trong cơ cấu chung của tỉnh. Khai thác hiệu quả những tiềm năng, lợi thế về tài nguyên du lịch. Đẩy mạnh thu hút đầu tư, xây dựng cơ sở vật chất hạ tầng du lịch, nhất là phương tiện vận tải, cơ sở lưu trú, khu nghỉ dưỡng du lịch chất lượng cao...

Giai đoạn 2015 – 2016, ngành du lịch Bình Định đã có những bước chuyển mình tích cực với tốc độ tăng trưởng của ngành lần lượt là 6,22% và 6,7%. Trong đó, tổng doanh thu du lịch đạt gần 1.207 tỉ đồng, tăng 45% so với cùng kỳ năm 2015. Đây là thông tin đáng khích lệ cho Ngành du lịch Bình Định trong nỗ lực phát triển thời gian qua. Bình Định đang trở thành điểm đến mới của nhiều du khách, từng bước khẳng định thương hiệu du lịch Bình Định trên bản đồ du lịch trong và ngoài nước. du lịch Bình Định từng bước được khẳng định là một điểm đến du lịch xanh, sạch đẹp và là điểm nghỉ dưỡng lý tưởng của vùng duyên hải các tỉnh miền trung. Tuy nhiên để phát huy hơn nữa những thế mạnh về tài nguyên cũng như thu hút khách du lịch, cần tiếp tục đầu tư nâng

cấp cơ sở hạ tầng, phương tiện giao thông, chỉnh chu hơn nữa về chất lượng tour, tuyến điểm du lịch, đặc biệt là du lịch biển đảo đang được khách du lịch rất quan tâm.

Giai đoạn 2017 – 2019, ngành du lịch thực sự trở thành điểm sáng của nền kinh tế Bình Định, là địa điểm du lịch “nóng” trên cả nước, với những khu du lịch được khai thác nổi tiếng, các phòng vé và khách sạn luôn trong tình trạng “cháy”, nổi bật nhất là vào năm 2019 (tăng trưởng của ngành là 7,44% so với năm trước) cũng là mức tăng trưởng cao nhất từ trước đến nay, với doanh thu ước tính đạt đến 6000 tỉ đồng, đóng góp vào GDP tỉnh là 17,99%. Các con số này đã chứng minh vai trò của hoạt động du lịch trong việc phát triển kinh tế tỉnh Bình Định (đóng góp của du lịch vào GRDP trên 10%) và phần đóng góp lan tỏa nhiều hơn đóng góp trực tiếp cho thấy sự phát triển hoạt động du lịch kéo theo hoạt động của các ngành kinh tế khác của tỉnh. Đồng thời khẳng định du lịch thực sự là ngành mũi nhọn của Bình Định.

Ngoài ra, trong giai đoạn này tổng đóng góp qua thuế sản phẩm là 541 tỷ đồng, trong đó: đóng góp trực tiếp: 214 tỷ đồng, đóng góp gián tiếp (lan tỏa): 327 tỷ đồng; đến năm 2019 tổng đóng góp qua thuế sản phẩm đã lên tới là 662 tỷ đồng (ước tính), trong đó: Đóng góp trực tiếp: 265 tỷ đồng, đóng góp gián tiếp (lan tỏa): 397 tỷ đồng. Ngoài ra, tổng việc làm do du lịch tạo ra 116.102 việc làm, tương ứng 11,17%, trong đó: Trực tiếp tạo ra 45.559 việc làm, tương ứng 4,72%; Gián tiếp tạo ra 69.543 việc làm cho các ngành khác, tương ứng 7,05%. Đến năm 2019: tổng việc làm do du lịch tạo ra đã lên tới 123.217, tương ứng 12,36% (ước tính), trong đó: trực tiếp tạo ra 49.234 việc làm, tương ứng 4,94%; gián tiếp tạo ra 73.983 việc làm cho các ngành khác, tương ứng 7,42%. Từ kết quả đánh giá đóng góp hoạt động du lịch vào GRDP, để tiếp tục khẳng định vai trò quan trọng đối với sự phát triển kinh tế - xã hội của tỉnh cơ quan tỉnh những năm gần đây, đã đầu tư đẩy mạnh phát triển, nâng cao chất lượng du lịch - dịch vụ, cơ sở hạ tầng, tạo điều kiện cho các cơ sở kinh doanh du lịch – dịch vụ đầu tư phát triển: các khách sạn, homestay, bãi tắm, quán nước... mọc lên như nấm. Nổi bật là chuỗi khách sạn – resort 5 sao FLC, Anya Premium... Các dịch vụ kinh doanh mở ra để phục vụ cho khách du lịch: phòng tắm nước ngọt công cộng, eo gió Nhơn Lý...

Tuy nhiên sang đến giai đoạn cuối năm 2019 – 2020, dịch bệnh Covid 19 làm ảnh hưởng đến nền kinh tế của Bình Định nói riêng và ngành du lịch nói chung. Ngành du lịch của tỉnh bị ảnh hưởng và thiệt hại nặng nề, các hoạt động du lịch – dịch vụ đều bị đóng băng bởi lệnh giãn cách vì dịch bệnh. Do đó doanh thu năm 2020 giảm hơn năm 2019, tổng doanh thu năm 2020 ước tính đạt 2370 tỉ đồng (chỉ tăng trưởng 0,53%) con số tăng trưởng thấp nhất từ trước đến nay, nên chỉ làm cho tăng trưởng kinh tế của tỉnh tăng 0,42%. Nhưng so tỉnh lân cận, vẫn là con số nổi bật, điển hình như: tỉnh Quảng Nam con số tăng trưởng trong ngành này bị giảm tới mức âm (do bị ảnh hưởng dịch bệnh nặng nề). Cuối năm 2020, khi tình hình dịch bệnh đã được ổn định, Bình Định đã tổ chức nhiều sự kiện để kích cầu du lịch – dịch vụ: chương trình Festival được tổ chức xem miễn phí tại Quảng Trường TP Quy Nhơn, khuyến mãi giá vé các khu địa điểm du lịch, mở rộng quảng bá hình ảnh của TP Quy Nhơn, “Từng bước xây dựng hình ảnh Việt Nam điểm đến an toàn”... Đây được xem là một chủ trương kịp thời đem lại hiệu quả cho ngành du lịch – dịch vụ. Do đó, tăng trưởng ngành du lịch ở năm 2021 là 1,48% có “nhỉnh” hơn so với năm 2020, tuy nhiên con số này vẫn đang trên đà tăng trưởng vì các hoạt động quảng bá hình ảnh, chính sách kích cầu du lịch tại tỉnh vẫn đang được diễn ra để thu hút du khách, bù lại cho những năm vừa qua bị thiệt hại do dịch bệnh.

4.2 Ý thức của khách du lịch và các hoạt động của chính quyền địa phương trong việc bảo vệ môi trường du lịch

Những năm gần đây, cùng với những tiềm năng du lịch và sự đầu tư của cơ quan tỉnh làm cho ngành du lịch Bình Định có sự phát triển mang tính đột phá với tốc độ tăng trưởng khá nóng. Trong đó du lịch biển được xác định là trọng tâm để thu hút du khách. Nhiều vùng ven biển đã được “đánh thức” và trở thành điểm đến hấp dẫn. Và đây cũng chính là tác nhân dẫn tới những ảnh hưởng về mặt môi trường. Biểu hiện dễ thấy là tình trạng các nhà hàng kinh doanh dịch vụ ăn uống lấn chiếm không gian ven biển, thường xuyên xả nước thải, rác thải gây ô nhiễm môi trường biển và ven biển. Tuy nhiên, mặt

trái của sự phát triển quá nhanh của ngành, là vấn đề ô nhiễm đặc biệt là ô nhiễm môi trường biển – nơi thu hút hầu hết khách du lịch đến với Bình Định cụ thể hơn là ở một số nơi đã có tình trạng môi trường biển bị ô nhiễm do nguồn nước thải chưa qua xử lý xả thẳng ra biển. Theo các số liệu tính toán của các chuyên gia của Công ty Cổ phần Môi trường Bình Định năm 2019, có tới 60-70% lượng chất thải ra biển bắt nguồn từ đất liền.

Mặt khác, tại các khu du lịch sinh thái, hoặc thành phố Quy Nhơn đang có bắt đầu có tình trạng ô nhiễm vì lượng du khách quá đông cùng với những hành vi du lịch không lành mạnh, làm thành phố bắt đầu có những biểu hiện ô nhiễm với những con đường đầu rác thải, cơ sở vật chất những nơi công cộng bị hư hỏng vì sử dụng quá nhiều hoặc do ý thức của người sử dụng. Một số nơi du lịch phát triển sinh thái phát triển quá “nóng” lại mang tính mùa vụ, gây ra những tác động tiêu cực về môi trường, cảnh quan.

4.2.1 Ý thức của khách du lịch với môi trường biển tại Thành phố Quy Nhơn

Hoạt động du lịch một mặt làm cho các vùng ven biển khởi sắc về mọi mặt, nhưng mặt khác lại gây nên tình trạng ô nhiễm môi trường. Những địa điểm du lịch biển đảo thu hút du khách tại Bình Định tập trung chủ yếu ở các khu vực như: đảo Kỳ Co, Eo gió, Hòn Sẹo, Hòn Cân, Hòn Cỏ (xã Nhơn Lý), Hòn Khô (xã Nhơn Hải), các bãi biển thuộc phường Ghềnh Ráng như bãi Hoàng Hậu, bãi Đại, bãi Bầu, bãi Bàn, đặc biệt là bãi biển Quy Nhơn. Vì tập trung số đông khách du lịch trong những năm gần đây, nên những địa điểm này bắt đầu có hiện tượng ô nhiễm biểu hiện qua những bãi cát đầy rác thải hay nước biển không còn trong xanh như trước đặc biệt là các rặng san hô bị mất dần đi, bởi sự khai thác quá mức của ngành du lịch – dịch vụ.

Môi trường biển tại Bình Định luôn là vấn đề được cơ quan tỉnh quan tâm, vì biển là một thế mạnh để thu hút khách du lịch hàng đầu của tỉnh, đồng thời du lịch được hướng là ngành kinh tế mũi nhọn của tỉnh. Vấn đề rác thải đã được đưa lên làm vấn đề không chỉ riêng của ngành Du lịch. Và đặc biệt không chỉ ở những nơi du lịch phát triển nóng mới xảy ra ô nhiễm. Vấn nạn ô nhiễm còn tồn tại ở cả những nơi đang tính toán kế hoạch phát triển du lịch biển. Theo Công ty môi trường Bình Định: “Khối lượng thu gom mỗi

ngày khoảng 10m³ (tương đương 5,5 tấn/ngày), chủ yếu phát sinh do các đơn vị dịch vụ du lịch trên biển tổ chức vui chơi, sinh hoạt, ăn uống trên biển”. Lượng rác thải lớn và không ngừng tăng từ hoạt động du lịch như vậy thể hiện ý thức hành vi du lịch không hợp lý không những đến từ những đơn vị kinh doanh du lịch mà còn xuất phát từ khách du lịch đặt chân đến bãi biển. Các chất thải này là rác sinh hoạt, nước thải chưa xử lý, hóa chất, chất thải công nghiệp, nông nghiệp, đất cát, phế thải vật liệu xây dựng... Mặc dù biển là cỗ máy tự nhiên có khả năng xử lý chất thải rất lớn và hữu hiệu nhưng không phải là vô giới hạn. Do đó, nếu không kiểm soát các nguồn phát thải một cách hợp lý sẽ phá vỡ sự cân bằng tự nhiên, tạo nguy cơ xâm hại nghiêm trọng đến tài nguyên biển. Hậu quả “nhân tiên” của việc xả thải bừa bãi là môi trường nước biển giảm chất lượng, nguồn lợi thủy sản giảm, các hệ sinh thái bị ảnh hưởng.

Bên cạnh việc ô nhiễm bãi biển do rác thải, thì tài nguyên thiên nhiên biển đang bị khai thác hoặc sử dụng quá mức cho ngành du lịch cũng là một vấn đề đáng lo ngại cho tỉnh trong những năm gần đây. Công ty môi trường Bình Định cho biết: “Nhiều rạn san hô đẹp vùng gần bờ biển của tỉnh đang bị đe dọa bởi chính con người, nhất là nạn tình trạng du khách giẫm đạp, phá hủy san hô”. Những rạn san hô tại các đảo như Kỳ Co, Hòn Khô, Hòn Sẹo... tuyệt đẹp, thu hút hàng ngàn khách du lịch mỗi năm. San hô ở những nơi này chịu áp lực nhiều từ lượng du khách trên 4,6 triệu lượt mỗi năm đến Bình Định, trong đó tour đảo, lặn ngắm san hô luôn được nhiều du khách lựa chọn. Nhiều hướng dẫn viên lặn biển phản ánh khá nhiều rạn san hô bị hư hại, đứt gãy, mắc đầy rác thải; nhiều du khách thiếu ý thức đã tác động tiêu cực đến san hô, đây là điều không thể tránh khỏi. Nếu không có cách bảo tồn phù hợp thì chẳng mấy chốc rạn san hô ở đây sẽ biến mất. Để có được một rạn san hô đẹp phải mất đến 30 triệu năm nhưng để phá nó chỉ mất nửa năm.

4.2.2 Ý thức của khách du lịch với môi trường tại các địa điểm du lịch Bình Định

Phát triển du lịch đồng nghĩa với việc làm gia tăng lượng du khách tới các điểm tham quan du lịch, tăng cường phát triển cơ sở hạ tầng, dịch vụ và gia tăng nhu cầu sử dụng tài nguyên,... do đó dẫn đến sự gia tăng áp lực của phát triển du lịch đến môi trường. Do tốc độ phát triển du lịch quá nhanh ở một số địa điểm du lịch tại tỉnh nên hoạt động du lịch đã vượt ngoài khả năng kiểm soát, đã tạo sức ép lớn đến khả năng đáp ứng của tài nguyên và môi trường, gây khả năng ô nhiễm cục bộ và nguy cơ suy thoái môi trường lâu dài. Điều này thể hiện qua việc đáp ứng nhu cầu sinh hoạt hàng ngày của du khách ngày càng lớn, đã tác động tiêu cực đến môi trường. Điều này được thể hiện điển hình thông qua tình trạng ô nhiễm ở các điểm đến du lịch tại Bình Định.

Theo quan sát, vứt rác thải bừa bãi là vấn đề chung của mọi khu du lịch. Đây là nguyên nhân gây mất cảnh quan, mất vệ sinh, ảnh hưởng đến sức khỏe cộng đồng và nảy sinh xung đột xã hội. Hơn nữa nhiều người dân đi du lịch đem đồ ăn tự chế biến, có khi mua đồ hải sản lên núi trong khuôn viên khu du lịch đốt lửa nướng, ngồi ăn uống. Điều đáng nói, sau khi ăn nhiều người thiếu ý thức bỏ không gom rác lại một điểm tập trung mà vứt bừa bãi, ảnh hưởng tới môi trường du lịch, khuôn viên các khu du lịch bắt gặp sự nhếch nhác của rác thải. Đặc biệt tại bãi tắm Hoàng Hậu Ghềnh Ráng – được xem là một khu du lịch đẹp nhất Quy Nhơn, tuy nhiên túi ni lông, vỏ chai, vỏ thùng bia... rác ngập dưới chân, quanh khu vực chỉ vài sọt rác để nhưng ít người bỏ rác thải vào. Một số ghế đá đặt trong khuôn viên thì hư hỏng, bỏ hoang nhưng vẫn không được thay thế. Mặt khác tại một số địa điểm du lịch khác tại Bình Định như: bãi Bàu, Suối Tiên, Eo gió Nhơn Lý...; các hòn đảo như Kỳ Co, Hòn Khô... Việc phát triển hoạt động du lịch quá nhanh không kiểm soát được, hàng năm những nơi này đều bị áp lực bởi hàng ngàn du khách, nên việc môi trường tại những nơi này chịu đựng quá tải là điều không thể tránh khỏi. Ngoài những hành vi xả rác vô ý thức của du khách, những nơi này còn hứng chịu việc xả thải

quá mức từ ngành du lịch – dịch vụ làm ảnh hưởng đến cảnh quan môi trường cũng như đời sống của người dân địa phương.

4.3. Xác định các yếu tố ảnh hưởng đến hành vi du lịch có trách nhiệm của du khách tại tỉnh Bình Định

4.4.1 Kiểm tra độ tin cậy của các biến quan sát

Theo Nguyễn Đình Thọ và Nguyễn Thị Mai Trang (2007) về mặt lý thuyết, Cronbach Alpha's càng lớn thì thang đo có độ tin cậy càng cao. Tuy nhiên khi hệ số Cronbach's Alpha quá lớn (>0.95) có nghĩa là nhiều câu trong thang đo không có khác biệt gì nhau hay là chúng cùng đo lường một nội dung nào đó của khái niệm nghiên cứu. Hiện tượng này được gọi là đa cộng tuyến. Hoàng Trọng và Chu Nguyễn Mộng Ngọc cho rằng Cronbach's Alpha từ 0.8 đến gần 1 thì thang đo lường là tốt, từ 0.7 đến gần 0.8 là thang đo sử dụng được. Tuy nhiên theo J. F. Hair và cộng sự thì Cronbach's Alpha từ 0.6 trở lên là có thể chấp nhận được. Ngoài ra, các biến quan sát có hệ số tương quan biến tổng nhỏ hơn 0,3 thì sẽ bị loại. Kết quả phân tích Cronbach's Alpha được thể hiện ở Bảng 4.3.

Biến quan sát	Trung bình thang đo nếu loại biến (Scale Mean if Item Deleted)	Phương sai thang đo nếu loại biến (Scale Variance if Item Deleted)	Tương quan biến tổng (Corrected Item-Total Corelation)	Cronbach's Alpha nếu loại biến (Cronbach's Alpha if Item Deleted)
Kinh nghiệm quá khứ - KN: Cronbach's Alpha = 0,933				
KN1	13,17	23,754	0,805	0,921
KN2	13,16	23,102	0,847	0,913

KN3	13,41	23,603	0,821	0,918
KN4	13,36	24,291	0,799	0,922
KN5	13,16	23,476	0,838	0,915
Sự hài lòng đối với địa điểm du lịch – HL: Cronbach's Alpha = 0,89				
HL1	15,16	32,908	0,682	0,874
HL2	15,33	32,179	0,748	0,864
HL3	15,39	34,074	0,623	0,884
HL4	15,5	31,61	0,809	0,854
HL5	15,7	33,691	0,678	0,875
HL6	15,85	32,664	0,704	0,871
Sự quan tâm đến du lịch bền vững – QT: Cronbach's Alpha = 0,849				
QT1	15,31	25,544	0,711	0,808
QT2	15,22	26,159	0,693	0,812
QT3	15,48	27,192	0,678	0,816
QT4	14,67	27,746	0,621	0,827
QT5	14,68	27,920	0,593	0,832
QT6	14,79	29,245	0,5	0,848
Đánh giá của những người xung quanh – DG: Cronbach's Alpha = 0,887				
DG1	15,44	13,786	0,659	0,88
DG2	15,17	13,411	0,807	0,843
DG3	15,04	14,125	0,720	0,864
DG4	15,14	13,928	0,738	0,859
DG5	15,21	14,345	0,715	0,865
Thái độ với môi trường – TD: Cronbach's Alpha = 0,921				
TD1	14,65	16,572	0,805	0,902
TD2	14,59	15,798	0,851	0,892
TD3	14,8	15,37	0,836	0,895

TD4	14,7	16,691	0,72	0,918
TD5	14,64	16,649	0,77	0,908
Ý định hành vi du lịch có trách nhiệm với môi trường – YD:				
Cronbach's Alpha = 0,689				
YD1	15,56	16,1	0,521	0,63
YD2	15,79	15,349	0,583	0,589
YD3	15,59	16,616	0,484	0,626
YD4	15,76	15,182	0,623	0,576
YD5	15,99	19,119	0,227	0,707
YD6	16,06	20,25	0,118	0,738

Nguồn: Kết quả phân tích từ SPSS

Bảng 4.3. Bảng kết quả đánh giá độ tin cậy của các biến quan sát bằng

Cronbach's Alpha

Kết quả Cronbach's Alpha của thang đo “Kinh nghiệm quá khứ” là 0,933 lớn hơn 0,6 đủ điều kiện để thang đo được sử dụng. Các biến quan sát KN1, KN2, KN3, KN4, KN5 đều thỏa mãn điều kiện giá trị về hệ số Cronbach's Alpha if Item Deleted bé hơn hệ số Cronbach's Alpha của nhóm (<0,933) và hệ số tương quan của các biến quan sát đều lớn hơn 0,3. Do đó, không có biến quan sát nào bị loại trong thang đo này và đây là thang đo tốt để đưa vào để phân tích nhân tố khám phá EFA.

Kết quả Cronbach's Alpha của thang đo “Sự hài lòng đối với điểm đến du lịch” là 0,89 lớn hơn 0,6 đủ điều kiện để thang đo được sử dụng. Các biến quan sát HL1, HL2, HL3, HL4, HL5, HL6 đều thỏa mãn điều kiện giá trị về hệ số Cronbach's Alpha if Item Deleted bé hơn hệ số Cronbach's Alpha của nhóm (<0,89) và hệ số tương quan của các biến quan sát đều lớn hơn 0,3. Do đó, không có biến quan sát nào bị loại trong thang đo này và đây là thang đo tốt để đưa vào để phân tích nhân tố khám phá EFA.

Kết quả Cronbach's Alpha của thang đo “Sự quan tâm đến du lịch bền vững” là 0,849 lớn hơn 0,6 đủ điều kiện để thang đo được sử dụng. Các biến quan sát QT1, QT2, QT3, QT4, QT5, QT6 đều thỏa mãn điều kiện giá trị về hệ số Cronbach's Alpha if Item

Deleted bé hơn hệ số Cronbach's Alpha của nhóm ($<0,849$) và hệ số tương quan của các biến quan sát đều lớn hơn 0,3. Do đó, không có biến quan sát nào bị loại trong thang đo này và đây là thang đo tốt để đưa vào để phân tích nhân tố khám phá EFA.

Kết quả Cronbach's Alpha của thang đo “Đánh giá của những người xung quanh” là 0,887 lớn hơn 0,6 đủ điều kiện để thang đo được sử dụng. Các biến quan sát DG1, DG2, DG3, DG4, DG5 đều thỏa mãn điều kiện giá trị về hệ số Cronbach's Alpha if Item Deleted bé hơn hệ số Cronbach's Alpha của nhóm ($<0,887$) và hệ số tương quan của các biến quan sát đều lớn hơn 0,3. Do đó, không có biến quan sát nào bị loại trong thang đo này và đây là thang đo tốt để đưa vào để phân tích nhân tố khám phá EFA.

Kết quả Cronbach's Alpha của thang đo “Thái độ với môi trường” là 0,921 lớn hơn 0,6 đủ điều kiện để thang đo được sử dụng. Các biến quan sát TD1, TD2, TD3, TD4, TD5 đều thỏa mãn điều kiện giá trị về hệ số Cronbach's Alpha if Item Deleted bé hơn hệ số Cronbach's Alpha của nhóm ($<0,921$) và hệ số tương quan của các biến quan sát đều lớn hơn 0,3. Do đó, không có biến quan sát nào bị loại trong thang đo này và đây là thang đo tốt để đưa vào để phân tích nhân tố khám phá EFA.

Kết quả Cronbach's Alpha của thang đo “Ý định hành vi du lịch có trách nhiệm với môi trường” là 0,689 lớn hơn 0,6 đủ điều kiện để thang đo được sử dụng. Các biến quan sát YD1, YD2, YD3, YD4 đều thỏa mãn điều kiện giá trị về hệ số Cronbach's Alpha if Item Deleted bé hơn hệ số Cronbach's Alpha của nhóm ($<0,689$) và hệ số tương quan của các biến đó đều lớn hơn 0,3. Tuy nhiên, có hai biến quan sát là YD5 và YD6 có hai hệ số Cronbach's Alpha if Item Deleted lần lượt là 0,707 và 0,738 lớn hơn hệ số Cronbach's Alpha của nhóm là 0,689, đồng thời hai biến này có hệ số tương quan Corrected Item-Total Corelation lần lượt là 0,227 và 0,118 bé hơn 0,3; không đủ điều kiện giá trị về hệ số Cronbach's Alpha if Item Deleted và Corrected Item-Total Corelation. Do đó hai biến quan sát YD4 và YD5 sẽ bị loại ra khỏi thang đo và các biến được đưa vào để phân tích nhân tố khám phá EFA chỉ bao gồm YD1, YD2, YD3 và YD4

4.3.2 Phân tích nhân tố khám phá EFA (Exploratory Factor Analysis)

4.3.2.1 Phân tích nhân tố khám phá EFA đối với các biến độc lập lần một

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.	.846
Approx. Chi-Square	2889.819
Bartlett's Test of Sphericity df	351
Sig.	.000

Nguồn: Kết quả phân tích từ SPSS

Bảng 4.4. Kiểm định KMO và kiểm định Bartlett. KMO lần 1

Kết quả kiểm định KMO lần đầu tiên cho thấy hệ số KMO = 0,846 thỏa mãn điều kiện $0,5 \leq KMO \leq 1$ chính vì vậy phân tích nhân tố khám phá là phù hợp với dữ liệu nghiên cứu. Đồng thời, kiểm định Bartlett cho thấy Sig.= 000 < 5% có nghĩa là các biến quan sát có tương quan với nhau trong tổng thể. Tổng phương sai tích lũy trích được là 71,649% (lớn hơn 50%) chứng tỏ rằng 71,649% biến thiên của dữ liệu được giải thích bởi 5 nhân tố.

Rotated Component Matrix^a

	Component				
	1	2	3	4	5
HL4	.834				
KN4	.799				
HL6	.793				
KN1	.778				
KN5	.773				.380
HL2	.755				
HL5	.752				
HL1	.738				
KN2	.707				.488
KN3	.696				.385
HL3	.663			.354	
TD2		.874			
TD3		.834			
TD1		.817			
TD5		.760	.356		

TD4		.748			
DG2		.306	.836		
DG4			.807		
DG3			.802		
DG5			.766		
DG1			.757		
QT1				.900	
QT3				.855	
QT2				.810	
QT6				.498	.429
QT5	.309				.728
QT4	.328			.342	.685

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 7 iterations.

Nguồn: Kết quả phân tích từ SPSS

Bảng 4.5. Kết quả ma trận xoay nhân tố lần 1

Ngoài ra, tác giả mong muốn chọn ra các biến quan sát chất lượng nên sẽ sử dụng ngưỡng hệ số tải là 0.5 thay vì chọn hệ số tải tương ứng theo cỡ mẫu. So sánh ngưỡng này với kết quả ở ma trận xoay (Rotated Component Matrix), có ba biến xấu là KN2, QT6 và QT4 cần xem xét loại bỏ:

- Biến KN2 tải lên cả hai nhân tố component 1 và component 5 với hệ số tải lần lượt là 0,707 và 0,488. Mức chênh lệch hệ số tải bằng: $0,707 - 0,488 = 0,219 < 0,3$

- Biến QT6 tải lên cả hai nhân tố component 4 và component 5 với hệ số tải lần lượt là 0,498 và 0,429. Mức chênh lệch hệ số tải bằng: $0,498 - 0,429 = 0,069 < 0,3$

- Biến QT4 tải lên cả ba nhân tố component 1, component 4 và component 5 với hệ số tải lần lượt là: 0,328 ; 0,342 và 0,685. Mức chênh lệch hệ số tải bằng: $0,685 - 0,342 - 0,328 = 0,015$

Sau khi loại bỏ 3 biến quan sát KN2, QT6 và QT4 vì có hệ số tải (Factor loading) không thỏa mãn điều kiện ta sẽ tiến hành phân tích nhân tố khám phá EFA lần hai.

4.3.2.2 Phân tích nhân tố khám phá EFA đối với các biến độc lập lần hai

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.	.835
Approx. Chi-Square	2479.475
Bartlett's Test of Sphericity df	276
Sig.	.000

Nguồn: Kết quả phân tích từ SPSS

Bảng 4.6. Kiểm định KMO và kiểm định Bartlett. KMO lần 2

Sau khi loại ba biến KN2, QT6 và QT4 ra khỏi mô hình; tác giả tiến hành phân tích nhân tố khám phá EFA lại lần thứ hai, thu được kết quả kiểm định KMO lần thứ hai như Bảng 4.6. Kết quả kiểm định KMO lần hai cho thấy hệ số KMO = 0,835 thỏa mãn điều kiện $0,5 \leq KMO \leq 1$ chính vì vậy phân tích nhân tố khám phá là phù hợp với dữ liệu nghiên cứu. Đồng thời, kiểm định Bartlett cho thấy Sig.= 000 < 5% có nghĩa là các biến quan sát có tương quan với nhau trong tổng thể. Tổng phương sai tích lũy trích được là 69,909% (lớn hơn 50%) và chứng tỏ rằng 69.909% biến thiên của dữ liệu được giải thích bởi 4 nhân tố.

Rotated Component Matrix^a

	Component			
	1	2	3	4
KN4	.831			
KN5	.816			
HL4	.803			
KN1	.802			
HL1	.770			
HL6	.752			
HL5	.748			
HL2	.741			
KN3	.720			.418
HL3	.672			.366
TD2		.876		

TD3		.835		
TD1		.820		
TD5		.761	.362	
TD4		.748		
DG2		.309	.833	
DG4			.805	
DG3			.800	
DG1			.769	
DG5			.759	
QT1				.880
QT3				.847
QT2				.812
QT5	.411			.542

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 6 iterations.

Nguồn: Kết quả phân tích từ SPSS

Bảng 4.7. Kết quả ma trận xoay nhân tố lần 2

Tuy nhiên, trong bảng kết quả ma trận xoay (Rotated Component Matrix) ở Bảng 4.7. Có một biến xấu cần xem xét loại bỏ đó là QT5 vì biến này tải lên cả hai nhân tố component 1 và component 4 với hệ số tải lần lượt là 0,411 và 0,542. Mức chênh lệch hệ số tải bằng: $0,542 - 0,411 = 0,131 < 0,3$.

Sau khi loại bỏ biến quan sát QT5 vì có hệ số tải (Factor loading) không thỏa mãn điều kiện ta sẽ tiến hành phân tích nhân tố khám phá EFA lần ba.

4.4.2.3 Phân tích nhân tố khám phá EFA đối với các biến độc lập lần ba

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.839
Approx. Chi-Square		2389.496
Bartlett's Test of Sphericity	df	253
	Sig.	.000

Nguồn: Kết quả phân tích từ SPSS

Bảng 4.8. Kiểm định KMO và kiểm định Bartlett. KMO lần 3

Sau khi loại biến quan sát QT5 ra khỏi mô hình; tác giả tiến hành phân tích nhân tố khám phá EFA lại lần thứ ba, thu được kết quả kiểm định KMO lần thứ ba như Bảng 4.8. Kết quả kiểm định KMO lần ba cho thấy hệ số $KMO = 0,839$ thỏa mãn điều kiện $0,5 \leq KMO \leq 1$ chính vì vậy phân tích nhân tố khám phá là phù hợp với dữ liệu nghiên cứu. Đồng thời, kiểm định Bartlett cho thấy $Sig. = 000 < 5\%$ có nghĩa là các biến quan sát có tương quan với nhau trong tổng thể. Tổng phương sai tích lũy trích được là 71,193% (lớn hơn 50%) và chứng tỏ rằng 71,193% biến thiên của dữ liệu được giải thích bởi 4 nhân tố.

Rotated Component Matrix^a

	Component			
	1	2	3	4
KN4	.833			
KN5	.821			
KN1	.812			
HL4	.803			
HL1	.773			
HL6	.750			
HL2	.743			
HL5	.743			
KN3	.734			.399
HL3	.689			.367
TD2		.877		
TD3		.836		
TD1		.820		
TD5		.761	.360	
TD4		.748		
DG2		.311	.832	
DG4			.806	
DG3			.800	
DG1			.769	
DG5			.759	
QT1				.893
QT3				.862
QT2				.800

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 6 iterations.

Nguồn: Kết quả phân tích từ SPSS

Bảng 4.9. Kết quả ma trận xoay nhân tố lần 3

Bên cạnh đó, kết quả tại Bảng 4.9. cho thấy các hệ số tải đều từ 0,5 trở lên và mức chênh lệch của các hệ số tải đều từ 0,3 trở lên đạt tiêu chuẩn đề ra và cho thấy các biến quan sát có quan hệ ý nghĩa với nhân tố.

Như vậy kết quả phân tích nhân tố khám phá đã chia các biến thành 4 nhân tố. Nhóm nhân tố một bao gồm các biến KN4, KN5, KN1 và HL4, HL1, HL6, HL2, HL5, HL3 các nhân tố này được đặt tên là “Kinh nghiệm quá khứ” và “Sự hài lòng với địa điểm du lịch” và nhóm nhân tố này được ký hiệu lại là KN. Nhóm nhân tố thứ hai bao gồm các biến TD3, TD2, TD1, TD5 và TD4 các biến này có tên là “Thái độ đối với môi trường” nhóm nhân tố này được ký hiệu lại là TD. Nhóm nhân tố ba bao gồm các biến DG2, DG4, DG3, DG1, DG5 các biến này có tên là “Đánh giá của những người xung quanh” và được ký hiệu lại là DG. Nhân tố thứ tư bao gồm các biến QT1, QT3, QT2 các biến này có tên là “Quan tâm đến du lịch bền vững” và được ký hiệu là QT.

4.4.2.4 Phân tích nhân tố khám phá EFA đối với biến phụ thuộc “Ý định hành vi du lịch có trách nhiệm”

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.	.725
Approx. Chi-Square	211.963
Bartlett's Test of Sphericity df	6
Sig.	.000

Nguồn: Kết quả phân tích từ SPSS

Bảng 4.10. Kiểm định KMO và kiểm định Bartlett. KMO với biến phụ thuộc

Kết quả kiểm định KMO đối với biến phụ thuộc cho thấy hệ số KMO = 0,725 thỏa mãn điều kiện $0,5 \leq KMO \leq 1$ chính vì vậy phân tích nhân tố khám phá là phù hợp với dữ liệu nghiên cứu. Đồng thời, kiểm định Bartlett cho thấy Sig.= 000 < 5% có nghĩa là các

biến quan sát có tương quan với nhau trong tổng thể. Tương tự, ta có kết quả phân tích nhân tố EFA cho biến phụ thuộc như Bảng 4.11.

Component Matrix^a

	Component
	1
YD2	.863
YD4	.817
YD1	.804
YD3	.753

Extraction Method: Principal

Component Analysis.

a. 1 components extracted.

Nguồn: Kết quả phân tích từ SPSS

Bảng 4.11. Kết quả phân tích nhân tố EFA cho biến phụ thuộc

Kết quả EFA về ý định hành vi du lịch có trách nhiệm với môi trường cho thấy 4 tiêu chí đo lường ý định du lịch có trách nhiệm được tải về một nhân tố với hệ số tải lần lượt là 0,863; 0,817; 0,804 và 0,753 đều lớn hơn 0,5; đạt tiêu chuẩn đề ra và cho thấy các biến quan sát có quan hệ ý nghĩa với nhân tố.

4.4.3 Phân tích mô hình hồi quy

Tác giả thực hiện tìm các biến đại diện cho các nhóm biến phụ thuộc và độc lập bằng phương pháp trung bình giản đơn, được chạy bằng phần mềm SPSS. Sau khi tìm được đại diện của các nhóm biến, thì các biến mới sẽ được tạo trên SPSS lần lượt là QT, KN, DG, TD là các biến đại diện độc lập và YD sẽ đại diện cho nhóm biến phụ thuộc “Ý định hành vi du lịch có trách nhiệm” để chạy mô hình hồi quy. Sau đó tiến hành phân tích mô hình hồi quy theo mô hình bao gồm tất cả các biến độc lập và các biến kiểm soát.

Đánh giá độ phù hợp của mô hình hồi quy tuyến tính bội gồm tất cả các biến độc lập và biến kiểm soát.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.457 ^a	.708	.165	.95917	1.639

a. Predictors: (Constant), QT, DG, TRINHDO, GIOITINH, TUOI, KN, TD

b. Dependent Variable: YD

Nguồn: Kết quả phân tích từ SPSS

Bảng 4.12. Kết quả kiểm định sự phù hợp của mô hình

Sau khi đã đưa tất cả các biến độc lập và các biến kiểm soát vào mô hình hồi quy kết quả nhận được R^2 điều chỉnh của mô hình là: 0,708. Điều này cho biết các biến độc lập trong mô hình giải thích được 70,8% giá trị của biến phụ thuộc. 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.

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF	
1	(Constant)	1.959	.721		2.715	.008		
	GIOITINH	-.004	.167	-.002	-.025	.980	.974	1.027
	TRINHDO	.141	.077	.149	1.831	.069	.947	1.056
	TUOI	.129	.107	.098	1.203	.231	.932	1.072
	KN	.258	.085	.570	3.046	.003	.796	1.257
	TD	.156	.126	.137	1.245	.015	.515	1.943
	DG	.027	.121	.023	.220	.826	.563	1.777
	QT	.354	.071	.018	4.983	.000	.887	1.127

a. Dependent Variable: YD

Nguồn: Kết quả phân tích từ SPSS

Bảng 4.13. Kết quả phân tích hồi quy

Kết quả kiểm tra đa cộng tuyến của mô hình hồi quy gồm tất cả các biến độc lập 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 là không đáng kể và các biến trong mô hình được chấp nhận. Kiểm tra giả định về hiện tượng đa cộng tuyến (tương quan giữa các biến độc lập) thông qua giá trị của độ chấp nhận (Tolerance) hoặc hệ số phóng đại phương sai VIF (Variance

inflation factor): $VIF > 10$ thì có thể nhận xét có hiện tượng đa cộng tuyến (Hoàng Trọng & Chu Nguyễn Mộng Ngọc, 2005).

Như vậy dựa trên kết quả hồi quy của mô hình, ta có phương trình hồi quy các nhân tố có tác động đến ý định hành vi du lịch có trách nhiệm với môi trường như sau:

$$YD = 1,959 - 0,004GIOITINH + 0,141TRINHDO + 0,129TUOI + 0,258KN + 0,156TD + 0,027DG + 0,354QT + w_i$$

Trong đó:

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

GIOITINH: Giới tính của du khách (Nam, Nữ)

TRINHDO: Trình độ của du khách

TUOI: tuổi tác của du khách

KN: Kinh nghiệm quá khứ và Sự hài lòng với điểm đến

TD: Thái độ đối với môi trường

DG: Đánh giá của những người xung quanh

QT: Quan tâm đến du lịch bền vững

Đối với các nhân tố ảnh hưởng đến Ý định hành vi du lịch có trách nhiệm, trong đó biến “Kinh nghiệm quá khứ và Sự hài lòng với điểm đến – KN” có hệ số Beta chuẩn hóa lớn nhất (0,570) 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 “Thái độ đối với môi trường – TD” với hệ số Beta chuẩn hóa là 0,137; biến “Đánh giá của những người xung quanh – DG” với hệ số Beta chuẩn hóa là 0,023 và cuối cùng là biến “Quan tâm đến du lịch bền vững – QT” với hệ số Beta chuẩn hóa là 0,018. Ngoài ra 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).

Đối với các biến kiểm soát thể hiện đặc điểm nhân khẩu học của du khách, hệ số Beta chuẩn hóa của biến trình độ của du khách là 0,149 cho thấy; trình độ của du khách là biến ảnh hưởng nhiều nhất đến Ý định hành vi du lịch có trách nhiệm của họ, hệ số Beta chuẩn hóa của biến này lớn hơn không, điều này cũng cho thấy trình độ học vấn của du

khách có tác động thuận chiều tới Ý định hành vi du lịch có trách nhiệm; cụ thể hơn là khi trình độ học vấn của du khách càng cao thì họ sẽ có ý thức hơn về hành vi du lịch của mình. Tiếp đến là hệ số Beta chuẩn hóa biến tuổi tác của du khách là 0,098; cho thấy tuổi tác của du khách cũng là nhân tố ảnh hưởng đến Ý định hành vi du lịch có trách nhiệm (sau biến trình độ học vấn), điều này cũng cho thấy khi tuổi tác càng cao thì du khách có xu hướng có trách nhiệm hơn về hành vi du lịch của mình. Cuối cùng là giới tính là nhân tố có hệ số Beta chuẩn hóa thấp nhất, cho thấy giới tính là nhân tố không ảnh hưởng nhiều đến Ý định hành vi du lịch của du khách

Sau khi có được mô hình hồi quy tuyến tính đa biến, tác giả tiến hành kiểm định sự phù hợp của mô hình được thể hiện qua Bảng 4.14.

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	30.769	7	4.396	74.778	.000 ^b
Residual	116.840	127	.920		
Total	147.609	134			

a. Dependent Variable: YD

b. Predictors: (Constant), QT, DG, TRINHDO, GIOITINH, TUOI, KN, TD

Nguồn: Kết quả phân tích từ SPSS

Bảng 4.14. Kiểm định sự phù hợp của mô hình

Kết quả kiểm định ANOVA cho thấy giá trị F của mô hình trong Bảng 4.14. trên ta thấy giá trị $F = 74,778$; giá trị $\text{Sig.} = 0,000 < 0,05$. 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.

4.5. Thảo luận về kết quả nghiên cứu

Kết quả nghiên cứu cho thấy, cả bốn nhân tố đều tác động thuận chiều đến Ý định hành vi du lịch có trách nhiệm với môi trường của du khách; xếp theo thứ tự ảnh hưởng

từ nhiều đến ít bao gồm: (1) nhóm nhân tố kinh nghiệm quá khứ và sự hài lòng với điểm đến có ảnh hưởng nhiều nhất vì có hệ số Beta cao hơn đáng kể với ba hệ số còn lại. Ý nghĩa của điều này, đó là khi du khách có kinh nghiệm du lịch càng cao hoặc hài lòng với điểm đến du lịch và chuyến đi của mình, thì họ sẽ có ý thức hơn trong việc thực hiện hành vi du lịch có trách nhiệm về vấn đề bảo vệ môi trường. Tiếp theo là nhân tố thứ (2) thái độ với môi trường, thứ (3) là đánh giá của những người xung quanh và sau cùng là sự quan tâm đến du lịch bền vững của du khách. Kết quả này cũng phù hợp với nghiên cứu của Hồ Lê Thu Trang và Phan Thị Phương Thảo (2018), Sử Thị Thu Hằng và cộng sự (2021), Yen – Ting Helena Chiu và cộng sự (2013), Tanti Handriana và Raya Ambara (2016).

Theo nghiên cứu trong nước của Hồ Lê Thu Trang và Phan Thị Phương Thảo (2018), cho rằng nhân tố ảnh hưởng đến ý định hành vi du lịch có trách nhiệm với môi trường của khách du lịch là kinh nghiệm quá khứ. Về phần nghiên cứu của Sử Thị Thu Hằng và cộng sự (2021), thì cho rằng thái độ và sự quan tâm với môi trường là nhân tố ảnh hưởng nhiều nhất. Bên cạnh đó hai nghiên cứu này cũng cho rằng các nhân tố như: thái độ đối với môi trường, đánh giá của những người xung quanh, quan tâm đến du lịch bền vững; cũng là các nhân tố có tác động đến Ý định hành vi du lịch có trách nhiệm với môi trường của khách du lịch.

Ngoài ra, kết quả nghiên cứu cũng phù hợp với các nghiên cứu nước ngoài của Yen – Ting Helena và cộng sự (2013), Tanti Handriana và Raya Ambara (2016). Đối với nghiên cứu của Yen – Ting Helena Chiu và cộng sự (2013) đề xuất mô hình hành vi trong đó các nhân tố: nhận thức, sự hài lòng của điểm đến, sự tham gia các hoạt động trong trải nghiệm tham gia du lịch, sự quan tâm đến du lịch bền vững sẽ hình thành hành vi du lịch có trách nhiệm của du khách. Kết quả của nghiên cứu này chỉ ra rằng nhân tố sự hài lòng với điểm đến là nhân tố ảnh hưởng nhiều nhất đến ý định hành vi du lịch có trách nhiệm với môi trường của khách du lịch. Bên cạnh đó, nghiên cứu của Tanti Handriana và Raya Ambara (2016) xây dựng các nhân tố được coi là có ý nghĩa trong việc hình thành ý định hành vi có trách nhiệm với môi trường bao gồm: hình ảnh điểm đến, chất lượng chuyến

đi, giá trị cảm nhận và sự hài lòng. Kết quả của nghiên cứu chỉ ra rằng, cả bốn nhân tố đều đóng vai trò quan trọng trong việc tác động đến ý định hành vi du lịch có trách nhiệm với môi trường của khách du lịch.

Có thể thấy, các nhân tố được xây dựng trong bài nghiên cứu của tác giả: kinh nghiệm quá khứ, sự hài lòng đối với điểm đến du lịch, sự quan tâm đến du lịch bền vững, đánh giá của những người xung quanh và thái độ với môi trường; là hoàn toàn phù hợp với các nghiên cứu có liên quan trong và ngoài nước trước đây. Nghiên cứu này cũng cho rằng, nhóm nhân tố kinh nghiệm quá khứ và sự hài lòng với điểm đến có tác động nhiều nhất đến ý định hành vi du lịch có trách nhiệm với môi trường của khách du lịch. Kết quả này là hoàn toàn phù hợp và đã được minh chứng qua các nghiên cứu trước đây đã được đề cập trong phần này nói trên.

CHƯƠNG 5: KẾT LUẬN VÀ HÀM Ý CHÍNH SÁCH

5.1 Kết luận

Du lịch là một ngành kinh tế tổng hợp, mang tính liên ngành, liên vùng. Về mặt kinh tế, phát triển du lịch có tác động tích cực vào việc tăng thu nhập quốc dân, tăng thu ngân sách, chuyển dịch cơ cấu kinh tế theo hướng tích cực và đóng góp vai trò to lớn trong việc cân bằng cán cân thanh toán quốc tế. Đây là tác động trực tiếp nhất của du lịch đối với nền kinh tế. Về mặt xã hội, du lịch góp phần tạo nhiều việc làm, kích thích khôi phục, bảo tồn và phát triển các giá trị văn hóa dân tộc, các lễ hội, làng nghề truyền thống, làm thay đổi diện mạo nhiều địa phương – nơi có các khu, điểm du lịch phát triển. Du lịch được định hướng là ngành kinh tế mũi nhọn của Việt Nam, đặc biệt là vào năm 2019 ngành du lịch Việt Nam lập kỷ tích đầu tiên đón 18 lượt khách quốc tế, tăng 16,2% so với năm 2018.

Đi cùng với định hướng của cả nước, tỉnh Bình Định cũng đã xác định mục tiêu đến năm 2020, du lịch trở thành ngành kinh tế quan trọng của tỉnh. Thực tế trong những năm qua, du lịch Bình Định đã được chú trọng đầu tư phát triển, bước đầu đã định vị được một số sản phẩm du lịch đặc thù và tạo lập được thương hiệu du lịch Bình Định ngày càng có sức thu hút và lan tỏa. Đáng chú ý hơn, trong hai năm dịch bệnh Covid – 19 bùng phát (từ cuối năm 2019 đến đầu năm 2021) mọi hoạt động kinh tế đều bị gián đoạn, gây khó khăn cho nền kinh tế toàn tỉnh; nhưng khi qua đến năm 2022 nền kinh tế bắt đầu khôi phục. Bình Định bắt đầu các chính sách kích cầu du lịch, do đó ngành du lịch lại càng chiếm vị thế càng quan trọng trong việc khôi phục nền kinh tế của tỉnh, góp phần thúc đẩy tăng trưởng kinh tế của địa phương. Với tầm quan trọng và sự phát triển của du lịch như hiện nay, thì việc hướng ngành du lịch đến sự phát triển bền vững là hết sức cần thiết đối với nền kinh tế cả nước nói chung và Bình Định nói riêng.

Trước nhu cầu thực tế đó, khái niệm du lịch có trách nhiệm được đưa ra năm 2002 thể hiện cách thức tiến hành để thực sự hướng tới phát triển du lịch bền vững. Trong việc thực hiện du lịch có trách nhiệm có nhiều chủ thể chính như: cơ quan quản lý du lịch địa

phương, doanh nghiệp lữ hành, khách sạn và cơ sở lưu trú du lịch, cộng đồng địa phương và khách du lịch. Tuy nhiên, bài viết chỉ tập trung nghiên cứu việc thực hiện du lịch có trách nhiệm đối với chủ thể là khách du lịch. Mục tiêu của nghiên cứu là dựa vào các nghiên cứu trước đây, phân tích các yếu tố có tác động đến ý định hành vi du lịch có trách nhiệm với môi trường của khách du lịch tại tỉnh Bình Định. Qua đó đưa ra các kết luận thực tế trong tình hình kinh tế nói chung, ngành du lịch nói riêng của tỉnh hiện nay và các hàm ý chính sách góp phần thúc đẩy tăng trưởng cho ngành giúp cho du lịch Bình Định được phát triển bền vững.

Nghiên cứu đề xuất 5 nhân tố tác động đến “Ý định hành vi du lịch có trách nhiệm” đó là: Kinh nghiệm quá khứ, Sự hài lòng đối với điểm đến, Sự quan tâm đến du lịch bền vững, Đánh giá của những người xung quanh và Thái độ với môi trường. Dựa trên cơ sở phát triển mô hình học thuyết hành vi có kế hoạch (TPB) của Fishbein và Ajzen 1991 và tham khảo những nghiên cứu trước đây có liên quan đến đề tài. Phương pháp nghiên cứu định lượng được thực hiện thông qua việc tiến hành khảo sát trực tiếp khách du lịch tại Bình Định và kết hợp với việc thu thập thông tin dữ liệu thông qua google forms. Kết quả của cả hai hình thức thu thập dữ liệu, nghiên cứu đã thu thập về được 135 phiếu trả lời để tiến hành phân tích. Sau đó dữ liệu được xử lý bằng phần mềm SPSS 20 để kiểm tra độ tin cậy thang đo thông qua hệ Cronbach’s Alpha sau đó tiến hành đi đến phân tích nhân tố khám phá EFA để rút gọn một tập hợp các biến quan sát thành một nhóm. Sau khi đã tìm ra các biến đại diện cho các nhóm biến bằng phương pháp trung bình giản đơn, nghiên cứu đã sử dụng phương pháp hồi quy tuyến tính để đánh giá tác động của các biến độc lập lên biến phụ thuộc (YD), khi đã loại bỏ được những nhóm biến không phù hợp và gom về được 3 nhóm nhân tố có ý nghĩa. Kết quả của các nhóm nhân tố bao gồm: nhóm “Kinh nghiệm quá khứ” và “Sự hài lòng với điểm đến” (ký hiệu: KN), nhóm “Thái độ đối với môi trường” (ký hiệu: TD) và nhóm “Quan tâm đến du lịch bền vững” (ký hiệu: QT).

Vậy bài nghiên cứu đưa ra kết luận, những nhân tố ảnh hưởng đến ý định hành vi du lịch có trách nhiệm của khách du lịch tại Bình Định lần lượt theo thứ tự từ ảnh hưởng

nhiều đến ít là: “Kinh nghiệm quá khứ” và “Sự hài lòng với điểm đến”, “Thái độ đối với môi trường”, cuối cùng là “Quan tâm đến du lịch bền vững”

5.2 Hàm ý chính sách

Bình Định đang là một địa điểm “nóng” cho ngành du lịch – dịch vụ cả nước, những năm gần đây đón hàng triệu du khách mỗi năm (ngoại trừ 2 năm xảy ra dịch bệnh). Do đó việc quá tải là điều không thể tránh khỏi, gây ra những hậu quả như có quá nhiều sự khai thác trên các địa điểm, là sự ô nhiễm đáng báo động (ô nhiễm từ việc khai thác kinh doanh trên bãi biển, ô nhiễm từ phía khách du lịch...). Là một địa điểm du lịch nổi tiếng, Bình Định đón quá nhiều du khách nên sự ô nhiễm từ phía du khách ngày càng nhiều và đáng nói nhất đó là: rác thải nhựa ngày càng nhiều và nước biển tại những nơi này không còn trong xanh như trước đây nữa... Trước bối cảnh đó, Bình Định nhận thức rõ sự phát triển bền vững của ngành chính là xu thế tất yếu của thời đại. Đó là vấn đề cần được quan tâm và cũng là một trong những lý do chính để bài nghiên cứu này được thực hiện để đề xuất các giải pháp từ các nhân tố ảnh hưởng đến ý định hành vi du lịch của du khách, tác động đến hành vi cũng như ý thức có trách nhiệm khi đến du lịch tại Bình Định, nhằm xây dựng ngành du lịch Bình Định phát triển một cách bền vững.

Có 4 nhân tố ảnh hưởng đến ý định hành vi du lịch có trách nhiệm với môi trường của khách du lịch tại Bình Định theo các mức độ tác động giảm dần bao gồm: Kinh nghiệm quá khứ và Sự hài lòng với điểm đến, Thái độ với môi trường, Đánh giá của những người xung quanh, Sự quan tâm đến du lịch bền vững. Theo quan sát và điều tra qua bảng câu hỏi, thì hiện nay khách du lịch đến với Bình Định có xu hướng ý thức hơn trong hành vi của mình với môi trường. Tuy nhiên, bên cạnh đó vẫn còn một số du khách có những hành vi không hợp lý khi du lịch tại Bình Định. Do đó để phát triển du lịch Bình Định một cách bền vững tác giả đề xuất những giải pháp xuất phát từ các nhân tố này, để đi sâu vào ý thức của mỗi du khách khi đến với Bình Định.

5.1.1 Đề xuất các chương trình hoạt động du lịch tại các địa phương hoặc các điểm đến du lịch giành cho du khách đến với tỉnh Bình Định

Biến “Kinh nghiệm quá khứ” thuộc nhóm nhân tố “Kinh nghiệm quá khứ và Sự hài lòng với điểm đến”. Đây là nhóm nhân tố ảnh hưởng nhiều nhất đến “Ý định hành vi du lịch có trách nhiệm của khách du lịch với môi trường tại Bình Định”. Du khách khi đi du lịch sẽ 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 chủ thể trong ngành du lịch, đặc biệt là những cá nhân cung ứng dịch vụ du lịch như: các nhà hàng khách sạn, địa điểm du lịch,... nên dựa vào loại hình kinh doanh của mình, thiết kế những chương trình hay sự kiện khác biệt mang ý nghĩa du lịch “xanh” như: “Tour xanh”, “Tắt đèn – Vui với thiên nhiên”... và xem hoạt động đó như là một đặc thù chiến lược cho việc kinh doanh của mình. Song song với việc đó, lực lượng nhân lực của mỗi chủ thể kinh doanh sẽ tiếp cận, truyền đạt ý nghĩa, lợi ích của các chương trình đến với du khách.

Bên cạnh đó, đối với các cơ quan nhà nước, chính quyền địa phương cần khuyến khích khách du lịch tại địa phương tham gia các hoạt động môi trường, để đa dạng trải nghiệm của họ. Đề xuất các chương trình, sự kiện có quà thưởng, khuyến mãi hoặc giấy chứng nhận giành cho du khách có ý thức tham gia các chương trình bảo vệ môi trường như là một trải nghiệm mới. Cụ thể hơn đó là năm 2021, Bình Định đã tập trung thực hiện hợp tác phát triển du lịch với Thành phố Hồ Chí Minh tổ chức chương trình “Bình Định trên hành trình Nam Trung bộ: Một điểm đến, ngàn trải nghiệm”. Do đó, cơ quan địa phương nên tổ chức nhiều hoạt động, chương trình, sự kiện... tương tự để góp phần đem lại nhiều trải nghiệm cho du khách khi đến với Bình Định.

5.2.2 Nâng cao chất lượng phục vụ dịch vụ du lịch của tỉnh làm tăng mức độ hài lòng của du khách khi đến với Bình Định

Theo nghiên cứu, “Sự hài lòng đối với điểm đến” nằm trong nhóm nhân tố “Kinh nghiệm quá khứ và Sự hài lòng với điểm đến” có tác động nhiều nhất đến “Ý định hành vi du lịch có trách nhiệm với môi trường của khách du lịch tại Bình Định”. Việc nâng cao

chất lượng phục vụ dịch vụ của tỉnh, giúp du khách có cái nhìn tốt hơn với điểm đến du lịch mình đã chọn lựa, qua đó làm hài lòng du khách khi đến với Bình Định. Nâng cao chất lượng phục vụ du lịch của tỉnh bằng cách:

- Chú trọng nâng cao chất lượng nhân lực phục vụ cho ngành du lịch – dịch vụ bằng cách mở các lớp học nghiệp vụ cho các khách sạn, nhà hàng, quán ăn uống... Sàn lọc chất lượng đầu vào cho ngành này hoặc những ngành có liên quan. Đồng thời chú trọng phong cách phục vụ và đảm bảo an toàn thực phẩm cho du khách khi sử dụng các dịch vụ ăn uống, ngủ nghỉ.

- Nghiêm cấm các trường hợp làm ảnh hưởng đến lợi ích của du khách như: bán hàng rong, ăn xin...quấy rối khách du lịch; chèo kéo, “chặt chém” du khách hay nhiều hành vi tiêu cực khác; làm ảnh hưởng đến hình ảnh “du lịch an toàn, thân thiện” của tỉnh đang hướng đến.

- Song song với đó tổ chức nhiều hoạt động quảng bá cho tỉnh như: các lễ hội truyền thống (hội võ cổ truyền, lễ hội Tây Sơn...); duy trì các hoạt động văn hóa đang có tại Thành phố (hội Bài chòi, các hoạt động được tổ chức thường xuyên tại Quảng trường Quy Nhơn...) và một số hoạt động khác. Thông qua đó, làm cho du khách cảm thấy vui vẻ, thoải mái và có trải nghiệm đáng nhớ khi du lịch tại Bình Định.

5.2.3 Tuyên truyền khuyến khích việc bảo vệ môi trường không chỉ đối với du khách mà còn đối với người dân địa phương

Theo nghiên cứu hai nhân tố “Sự quan tâm đến du lịch bền vững” và “Thái độ với môi trường” cũng là một trong những nhân tố ảnh hưởng đến ý định hành vi du lịch có trách nhiệm đối với môi trường và bảo vệ môi trường là hoạt động chiếm vai trò quan trọng chính trong sự quan tâm và thái độ của mỗi du khách. Tuy nhiên, việc bảo vệ môi trường không thể đến một phía từ du khách, mà còn cần phải có sự góp mặt từ phía của người dân địa phương. Do đó, cần có những biện pháp chính sách để tuyên truyền, khuyến khích sự quan tâm đối với mọi chủ thể. Việc tuyên truyền, quảng bá, khuyến

khích người dân tại tỉnh nên được truyền tải qua các thông điệp, hình ảnh, slogan về môi trường được bố trí tại trung tâm thành phố, đường biển, hoặc những nơi tập trung dân cư đông đúc... Điều này giúp người dân địa phương có ý thức hơn trong về vấn đề môi trường. Bên cạnh đó, việc tuyên truyền, khuyến khích này sẽ tạo hiệu ứng lan tỏa đến du khách, giúp du khách nhận thức được hành động của mình, có một thái độ văn minh hơn khi đến với các điểm đến du lịch. Từ đó tạo ra mối quan tâm về du lịch bền vững cho mỗi du khách.

Đối với các đơn vị cung ứng du lịch tư nhân, có thể xem xét việc sử dụng marketing truyền miệng, quảng cáo như quay video ngắn, quảng cáo ngắn, đăng tải trên Internet, Youtube, ti vi hoặc các đơn vị truyền thông nhằm quảng bá và truyền đạt 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 du khách.

Thu hút cộng đồng vào các chiến dịch sử dụng tài nguyên hợp lý và bền vững, giảm chất thải và tiêu thụ quá mức tài nguyên và năng lượng. Quản lý đa dạng tự nhiên, sinh thái theo hướng bền vững; phục hồi những khu vực tài nguyên tự nhiên bị xâm hại và xác định rõ các loại hình du lịch gắn với môi trường để có hướng bảo vệ, bảo tồn nguyên vẹn các hệ sinh thái để bị phá hủy và các khu phòng hộ.

Tăng cường đào tạo, nâng cao nhận thức cho người dân cũng như du khách 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.

5.2.4 Cải thiện về nhận thức về du lịch có trách nhiệm bảo vệ môi trường của các nhóm du khách

Nhân tố tác động sau cùng đến “Ý định hành vi du lịch có trách nhiệm của khách du lịch tại Bình Định” đó là “Đánh giá của những người xung quanh”. Đối với nhân tố này, thì ý định hành vi du lịch có trách nhiệm của du khách 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, để giữ được được quan điểm tích cực của mọi người, cần chủ động tìm cách cải thiện nhận thức về du lịch có trách nhiệm trong việc bảo vệ môi trường.

Cụ thể hơn, đó là những đơn vị cung ứng du lịch hay chính quyền địa phương nên xác định nhóm du khách ưa đổi mới loại hình du lịch (có thể đề xuất những chuyên gia ngành du lịch, du khách thích trải nghiệm, khám phá, du khách 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, chính quyền địa phương... 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...

DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO

Tài liệu tham khảo trong nước

Hoàng Trọng và Chu Nguyễn Mộng Ngọc (2005), *Phân tích dữ liệu nghiên cứu với SPSS*, Nhà xuất bản Thống Kê, Hà Nội

Hoàng Trọng và Chu Nguyễn Mộng Ngọc (2008), *Phân tích dữ liệu nghiên cứu với SPSS*, Nhà xuất bản Hồng Đức, Hà Nội

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*, 2018, tập 54 số 9D, tr. 124 – 132

Luật Du lịch Việt Nam (2017)

Nguyễn Trọng Nhân, Huỳnh Văn Đà và Phan Việt Đua (2020). Các nhân tố ảnh hưởng đến sự phát triển du lịch có trách nhiệm ở huyện Kiên Hải, tỉnh Kiên Giang. *Tạp chí khoa học trường Đại học Sư phạm Thành phố Hồ Chí Minh*, 2020, tập 17, số 10, tr. 1791 – 1803

PGS.TS. Phạm Trung Lương (2010), Chuyên đề: Bảo vệ môi trường Du lịch, *Môi trường du lịch*, Nhà xuất bản Giáo Dục, Hà Nội

Phạm Thị Thúy Nguyệt (2019), Khảo sát nhận thức của giới trẻ về nguyên tắc ứng xử du lịch có trách nhiệm tại điểm đến, *Tạp chí Phát triển Khoa học và Công nghệ Khoa học – Xã hội và Nhân văn*, 2019, số 3(2), tr. 63-71

Sử Thị Thu Hằng, Trần Nha Bảo, Lê Linh Chi, Huỳnh Trúc Vân và Huỳnh Quốc Toàn (2021). Các nhân tố ảnh hưởng đến hành vi du lịch có trách nhiệm với môi trường của du khách tại tỉnh Bình Định, *Tạp chí Khoa học trường Đại học Quy Nhơn*, 2021, số 15(2), tr. 51 – 63

Tổng Cục thống kê Bình Định (2020), Đánh giá đóng góp du lịch vào GRDP tỉnh Bình Định năm 2019: <https://cucthongke.binhdingh.gov.vn/vi/news/thong-ke-thuong-mai/danh-gia-dong-gop-du-lich-vao-grdp-tinh-binh-dinh-nam-2019-139.html>

Tài liệu nước ngoài

Ajen, I. and Fishbein, M. Belief (1975). *Belief, Attitude, Intention and Behavior: An Introduction to Theory and Research*; Martin Fishbein, Icek Ajzen. Boston, USA: Addison – Wesley Press

Ajzen, I. (1985), From intention to actions: A theory of planned behavior. *Action control: From cognition to behavior*. Heidelberg, Germany: Springer Press

Ajzen, I. (1991), The theory of planned behavior, *Organizational Behavior and Human Decision Process*, 50(2), 179 – 211 pp

Burcin Hatipoglu, Bengi Ertuna & Duygu Salman (2020). Small-sized tourism projects in rural areas: the compounding effects on societal wellbeing, *Journal of Sustainable Tourism*, 13(2), 168 – 178 pp

Ju Hyoung Han, Min Jae Lee, Yun – Seop Hwang (2016). Tourists' Environmentally Responsible Behavior in Response to Climate Change and Tourist Experiences in Nature-Based Tourism. *Sustainable Management in Tourism and Hospitality*, 2016, 8(7), 644 – 680 pp

Mbaye Fall Diallo, Fatou Diop-Sall, Erick Leroux, Pierre Valette-Florence (2015). Responsible tourist behaviour: The role of social engagement, *Recherche et Applications en Marketing (English Edition)*, 2015, 30(3), 85 – 104 pp

Namyun Kila, Stephen M.Hollandb, Taylor V.Steinc (2014). Structural relationships between environmental attitudes, recreation motivations, and environmentally responsible behaviors. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 2014, volumes 7 – 8, 16 – 25 pp

Perugini, M., & Bagozzi, R. P. (2001). The role of desires and anticipated emotions in goal-directed behaviours: Broadening and deepening the theory of planned behaviour. *British Journal of Social Psychology*, 40(1), 79 - 98 pp

Samar Zgolli, Imed Zaiem (2018). 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 pp

Tanti Handriana và Raya Ambara (2016), Responsible environmental behavior intention of travelers on ecotourism sites, *Tourism and Hospitality Management*, 2016, 22(2), 135 – 150 pp

Tien – Ming Cheng, Homer C.Wu (2014). 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 pp

Venkatesh, Viswanath, et al. (2012). Consumer Acceptance and Use of Information Technology: Extending the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology. *MIS Quarterly*, 36(1), 157–178 pp

Yen-Ting Helena Chiu, Wan – I Lee, Tsung-Hsiung Chen (2013). Environmentally Responsible Behavior in Ecotourism: Exploring the Role of Destination Image and Value Perception. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 2014, 19(8), 257 – 269 pp

PHỤ LỤC 1: BẢNG CÂU HỎI KHẢO SÁT DU KHÁCH TẠI QUY NHƠN – BÌNH ĐỊNH

Xin kính chào quý Anh/Chị!

Tôi là sinh viên khoa Kinh tế & Kế toán trường Đại học Quy Nhơn, đang thực hiện đề tài Khóa luận. Tôi kính mong quý Anh/Chị cung cấp những thông tin để phục vụ bài khóa luận của tôi bằng cách trả lời các câu hỏi trong phiếu khảo sát dưới đây. Tôi cam kết chỉ sử dụng các thông tin này cho mục đích nghiên cứu và học tập, không sử dụng vào mục đích nào khác.

Rất mong nhận được sự giúp đỡ của Quý Anh/Chị!

Xin chân thành cảm ơn!

A. THÔNG TIN CÁ NHÂN

Xin quý Anh/Chị cho biết một số thông tin về cá nhân:

1. Họ và tên (không bắt buộc):
2. Giới tính: Nam Nữ
3. Tuổi: Từ 18-20 Từ 20-30 Từ 30 trở lên
4. Trình độ học vấn
 Dưới THPT
 Trung học phổ thông
 Trung cấp/Cao đẳng
 Đại học
 Sau ĐH

B. CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN Ý ĐỊNH HÀNH VI DU LỊCH CÓ TRÁCH NHIỆM VỚI MÔI TRƯỜNG

Anh/Chị hãy cho biết mức độ đồng ý của ông bà về các nhận định sau đây

(Ghi chú: 1 - Rất không đồng ý, 2 – Không đồng ý, 3 – Bình thường, 4 – Đồng ý, 5 – Rất đồng ý)

TT	Câu hỏi đánh giá	Mức độ đồng ý				
		1	2	3	4	5
Kinh nghiệm quá khứ (KN)						
1	Tôi có kinh nghiệm trong việc phân loại và giảm rác thải					
2	Tôi có kinh nghiệm sử dụng phương tiện công cộng khi đi du lịch					
3	Tôi có kinh nghiệm trong việc tiết kiệm điện và năng lượng khi đi du lịch					
4	Tôi có kinh nghiệm trong việc sử dụng các sản phẩm thân thiện với môi trường					
5	Tôi có kinh nghiệm trong việc tìm hiểu luật môi trường của địa phương khi đi du lịch					
Sự hài lòng đối với địa điểm du lịch						
1	Cảnh quan thiên nhiên đa dạng thoáng mát					
2	Cảnh quan thiên nhiên còn hoang sơ					
3	Văn hóa địa phương độc đáo					
4	Địa phương có nhiều di tích lịch sử văn hóa mà tôi hứng thú					
5	Vị trí địa lý của địa phương thuận lợi cho du khách					
6	Khí hậu của địa phương thuận lợi cho việc đi du lịch					
Sự quan tâm đến du lịch bền vững						
1	Tôi quan tâm đến sự bền vững của môi trường khi đi du lịch					
2	Du lịch Bình Định đang phát triển theo hướng bền vững về môi trường					
3	Tôi sẵn sàng giảm tiêu dùng để ủng hộ du lịch bền vững					
4	Tôi sẵn sàng tăng chi tiêu vào những sản phẩm thân thiện với môi trường					

5	Thay đổi trong quản lý nhà nước về du lịch là cần thiết để đảm bảo du lịch bền vững					
6	Những luật lệ bảo vệ môi trường nghiêm ngặt cần được thực thi					
Đánh giá của những người xung quanh						
1	Hầu hết mọi người sẽ ủng hộ tôi bảo vệ môi trường khi đi du lịch					
2	Những người xung quanh tôi nghĩ rằng bảo vệ môi trường khi đi du lịch là hành vi tốt					
3	Hầu hết mọi người quan trọng khuyên tôi nên bảo vệ môi trường khi đi du lịch					
4	Những người bạn của tôi đều có những hành vi bảo vệ môi trường khi đi du lịch					
5	Hành vi bảo vệ môi trường được mọi người tôn vinh					
Thái độ đối với môi trường						
1	Bảo vệ môi trường khi đi du lịch là hành vi có lợi					
2	Bảo vệ môi trường khi đi du lịch là hành vi tốt					
3	Bảo vệ môi trường khi đi du lịch là hành vi có trách nhiệm					
4	Tôi quan tâm đến việc bảo vệ các khu du lịch sinh thái					
5	Những hành vi, việc làm của tôi khi đi du lịch sẽ ảnh hưởng trực tiếp đến môi trường cũng như môi trường sống của người dân địa phương					
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					
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					

Lời cảm ơn

Xin trân trọng cảm ơn Quý vị đã bỏ chút thời gian để giúp tôi hoàn thành mẫu phiếu khảo sát này!

PHỤ LỤC 2: CÁC KẾT QUẢ PHÂN TÍCH DỮ LIỆU

Phụ lục 2.1. Kết quả kiểm định độ tin cậy Cronbach's Alpha thang đo Kinh nghiệm quá khứ

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
KN1	13.17	23.754	.805	.921
KN2	13.16	23.102	.847	.913
KN3	13.41	23.603	.821	.918
KN4	13.36	24.291	.799	.922
KN5	13.16	23.476	.838	.915

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.933	5

Phụ lục 2.2. Kết quả kiểm định độ tin cậy Cronbach's Alpha thang đo Sự hài lòng đối với điểm đến

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
HL1	15.16	32.908	.682	.874
HL2	15.33	32.179	.748	.864
HL3	15.39	34.074	.623	.884
HL4	15.50	31.610	.809	.854
HL5	15.70	33.691	.678	.875
HL6	15.85	32.664	.704	.871

Cronbach's Alpha	N of Items
.890	6

Phụ lục 2.3. Kết quả kiểm định độ tin cậy Cronbach's Alpha thang đo Quan tâm đến du lịch bền vững

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
QT1	15.31	25.544	.711	.808
QT2	15.22	26.159	.693	.812
QT3	15.48	27.192	.678	.816
QT4	14.67	27.746	.621	.827
QT5	14.68	27.920	.593	.832
QT6	14.79	29.245	.500	.848

Cronbach's Alpha	N of Items
.849	6

Phụ lục 2.4. Kết quả kiểm định độ tin cậy Cronbach's Alpha thang đo Quan tâm đến du lịch bền vững

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
QT1	15.31	25.544	.711	.808
QT2	15.22	26.159	.693	.812
QT3	15.48	27.192	.678	.816

QT4	14.67	27.746	.621	.827
QT5	14.68	27.920	.593	.832
QT6	14.79	29.245	.500	.848

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.849	6

Phụ lục 2.5. Kết quả kiểm định độ tin cậy Cronbach's Alpha thang đo Đánh giá đến những người xung quanh

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
DG1	15.44	13.786	.659	.880
DG2	15.17	13.411	.807	.843
DG3	15.04	14.125	.720	.864
DG4	15.14	13.928	.738	.859
DG5	15.21	14.345	.715	.865

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.887	5

Phụ lục 2.6. Kết quả kiểm định độ tin cậy Cronbach's Alpha thang đo Thái độ với môi trường

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
TD1	14.65	16.572	.805	.902
TD2	14.69	15.798	.851	.892
TD3	14.80	15.370	.836	.895

TD4	14.70	16.691	.720	.918
TD5	14.64	16.649	.770	.908

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.921	5

Phụ lục 2.7. Kết quả kiểm định độ tin cậy Cronbach's Alpha thang đo Ý định hành vi du lịch có trách nhiệm

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
YD1	15.56	16.100	.521	.613
YD2	15.79	15.349	.583	.589
YD3	15.59	16.616	.484	.626
YD4	15.76	15.182	.623	.576
YD5	15.99	19.119	.227	.707
YD6	16.06	20.250	.118	.738

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.689	6

Phụ lục 2.8. Kết quả phân tích EFA cho biến độc lập lần 1

Kết quả kiểm định KMO và kiểm định Bartlett

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.846
Approx. Chi-Square		2889.819
Bartlett's Test of Sphericity	df	351
	Sig.	.000

Kết quả tổng phương sai tích lũy

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	8.897	32.954	32.954	8.897	32.954	32.954
2	5.268	19.513	52.466	5.268	19.513	52.466
3	2.630	9.740	62.207	2.630	9.740	62.207
4	1.538	5.698	67.904	1.538	5.698	67.904
5	1.011	3.744	71.649	1.011	3.744	71.649
6	.978	3.623	75.271			
7	.795	2.945	78.217			
8	.673	2.493	80.709			
9	.632	2.340	83.050			
10	.564	2.089	85.139			
11	.444	1.646	86.784			
12	.380	1.409	88.193			
13	.376	1.391	89.585			
14	.361	1.339	90.924			
15	.334	1.236	92.159			
16	.301	1.116	93.275			
17	.261	.967	94.243			
18	.252	.932	95.175			
19	.232	.858	96.033			
20	.217	.803	96.836			
21	.180	.668	97.504			
22	.157	.580	98.084			
23	.140	.518	98.603			
24	.114	.422	99.025			
25	.111	.411	99.437			
26	.085	.313	99.750			
27	.068	.250	100.000			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Kết quả phân tích nhân tố EFA (Ma trận xoay – Rotated Component Matrix)

	Rotated Component Matrix ^a				
	Component				
	1	2	3	4	5
HL4	.834				

KN4	.799				
HL6	.793				
KN1	.778				
KN5	.773				.380
HL2	.755				
HL5	.752				
HL1	.738				
KN2	.707				.488
KN3	.696				.385
HL3	.663			.354	
TD2		.874			
TD3		.834			
TD1		.817			
TD5		.760	.356		
TD4		.748			
DG2		.306	.836		
DG4			.807		
DG3			.802		
DG5			.766		
DG1			.757		
QT1				.900	
QT3				.855	
QT2				.810	
QT6				.498	.429
QT5	.309				.728
QT4	.328			.342	.685

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 7 iterations.

Phụ lục 2.9. Kết quả phân tích EFA cho biến độc lập lần 2

Kết quả kiểm định KMO và kiểm định Bartlett

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.835
	Approx. Chi-Square	2479.475
Bartlett's Test of Sphericity	df	276
	Sig.	.000

Kết quả tổng phương sai tích lũy

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	8.244	34.350	34.350	8.244	34.350	34.350
2	4.567	19.030	53.380	4.567	19.030	53.380
3	2.448	10.198	63.578	2.448	10.198	63.578
4	1.519	6.330	69.909	1.519	6.330	69.909
5	.905	3.772	73.681			
6	.838	3.493	77.174			
7	.653	2.719	79.893			
8	.599	2.497	82.390			
9	.539	2.245	84.635			
10	.450	1.874	86.509			
11	.413	1.721	88.230			
12	.377	1.573	89.803			
13	.352	1.465	91.268			
14	.300	1.250	92.518			
15	.296	1.235	93.753			
16	.260	1.082	94.835			
17	.250	1.043	95.878			
18	.200	.833	96.711			
19	.190	.790	97.501			
20	.160	.665	98.166			
21	.145	.606	98.772			
22	.115	.479	99.251			
23	.109	.452	99.704			
24	.071	.296	100.000			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Kết quả phân tích nhân tố EFA (Ma trận xoay – Rotated Component Matrix)

Rotated Component Matrix^a

	Component			
	1	2	3	4
KN4	.831			
KN5	.816			
HL4	.803			

KN1	.802			
HL1	.770			
HL6	.752			
HL5	.748			
HL2	.741			
KN3	.720			.418
HL3	.672			.366
TD2		.876		
TD3		.835		
TD1		.820		
TD5		.761	.362	
TD4		.748		
DG2		.309	.833	
DG4			.805	
DG3			.800	
DG1			.769	
DG5			.759	
QT1				.880
QT3				.847
QT2				.812
QT5	.411			.542

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 6 iterations.

Phụ lục 2.10. Kết quả phân tích EFA cho biến độc lập lần 3

Kết quả kiểm định KMO và kiểm định Bartlett

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.839
Approx. Chi-Square		2389.496
Bartlett's Test of Sphericity	df	253
	Sig.	.000

Kết quả tổng phương sai tích lũy

Component	Total Variance Explained					
	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	8.149	35.431	35.431	8.149	35.431	35.431

2	4.315	18.762	54.194	4.315	18.762	54.194
3	2.394	10.408	64.601	2.394	10.408	64.601
4	1.516	6.592	71.193	1.516	6.592	71.193
5	.890	3.870	75.063			
6	.709	3.081	78.144			
7	.639	2.777	80.921			
8	.573	2.490	83.411			
9	.503	2.189	85.600			
10	.415	1.802	87.402			
11	.378	1.643	89.045			
12	.361	1.570	90.615			
13	.309	1.342	91.957			
14	.297	1.292	93.249			
15	.261	1.134	94.383			
16	.253	1.099	95.481			
17	.223	.967	96.449			
18	.193	.840	97.289			
19	.174	.757	98.046			
20	.145	.632	98.678			
21	.121	.528	99.206			
22	.109	.472	99.678			
23	.074	.322	100.000			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Kết quả phân tích nhân tố EFA (Ma trận xoay – Rotated Component Matrix)

Rotated Component Matrix^a

	Component			
	1	2	3	4
KN4	.833			
KN5	.821			
KN1	.812			
HL4	.803			
HL1	.773			
HL6	.750			
HL2	.743			
HL5	.743			
KN3	.734			.399
HL3	.689			.367
TD2		.877		

TD3		.836		
TD1		.820		
TD5		.761	.360	
TD4		.748		
DG2		.311	.832	
DG4			.806	
DG3			.800	
DG1			.769	
DG5			.759	
QT1				.893
QT3				.862
QT2				.800

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 6 iterations.

Phụ lục 2.11. Kết quả phân tích EFA cho biến phụ thuộc “Ý định hành vi du lịch có trách nhiệm của du khách”

Kết quả kiểm định KMO và kiểm định Bartlett

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.725
Approx. Chi-Square		211.963
Bartlett's Test of Sphericity	df	6
	Sig.	.000

Kết quả tổng phương sai tích lũy

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	2.626	65.659	65.659	2.626	65.659	65.659
2	.689	17.233	82.892			
3	.422	10.558	93.450			
4	.262	6.550	100.000			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Kết quả phân tích nhân tố EFA (Ma trận Component – Component matrix)

Component Matrix^a

	Component
	1
YD2	.863
YD4	.817
YD1	.804
YD3	.753

Extraction Method:
Principal Component
Analysis.
a. 1 components
extracted.

Phụ lục 2.12: Mô hình hồi quy bao gồm tất cả các biến độc lập và biến phụ thuộc

Kết quả kiểm định sự phù hợp của mô hình bằng hệ số R Square và Durbin-Watson

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.457 ^a	.708	.165	.95917	1.639

a. Predictors: (Constant), TRINHDO, GIOITINH, TD, TUOI, QT, KN, DG

b. Dependent Variable: YD

Kết quả phân tích hồi quy

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.959	.721		2.715	.008		
	KN	.258	.085	.570	3.046	.003	.796	1.257
	TD	.156	.126	.137	1.245	.015	.515	1.943
	DG	.027	.121	.023	.220	.826	.563	1.777
	QT	.354	.071	.018	4.983	.000	.887	1.127
	GIOITINH	-.004	.167	-.002	-.025	.980	.974	1.027

TUOI	.129	.107	.098	1.203	.231	.932	1.072
TRINHDO	.141	.077	.149	1.831	.069	.947	1.056

a. Dependent Variable: YD

Kết quả kiểm định ANOVA

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	30.769	7	4.396	74.778	.000 ^b
Residual	116.840	127	.920		
Total	147.609	134			

a. Dependent Variable: YD

b. Predictors: (Constant), TRINHDO, GIOITINH, TD, TUOI, QT, KN, DG

