

See discussions, stats, and author profiles for this publication at: <https://www.researchgate.net/publication/352679960>

ỨNG DỤNG LÝ THUYẾT HÀNH VI DỰ ĐỊNH (TPB) TRONG NGHIÊN CỨU Ý ĐỊNH LỰA CHỌN KHÁCH SẠN XANH CỦA DU KHÁCH TẠI THÀNH PHỐ ĐÀ NẴNG

Article in HUE UNIVERSITY JOURNAL OF SCIENCE ECONOMICS AND DEVELOPMENT · November 2020

DOI: 10.26459/hueunijed.v12n55C.5999

CITATIONS

3

READS

16,451

2 authors, including:



[Hoang Long Phan](#)

The University of Danang

24 PUBLICATIONS 183 CITATIONS

SEE PROFILE



ỨNG DỤNG LÝ THUYẾT HÀNH VI DỰ ĐỊNH (TPB) TRONG NGHIÊN CỨU Ý ĐỊNH LỰA CHỌN KHÁCH SẠN XANH CỦA DU KHÁCH TẠI THÀNH PHỐ ĐÀ NẴNG

Phạm Thị Tú Uyên, Phan Hoàng Long*

Trường Đại học Kinh tế - Đại học Đà Nẵng, 71 Ngũ Hành Sơn, Đà Nẵng, Việt Nam

Tóm tắt: Nghiên cứu này sử dụng lý thuyết hành vi dự định (Theory of Planned Behaviour - TPB) để xem xét các yếu tố ảnh hưởng đến ý định lựa chọn khách sạn xanh của du khách tại thành phố Đà Nẵng. Kết quả khảo sát với 204 người tiêu dùng, được phân tích sử dụng mô hình phương trình cấu trúc tuyến tính (Structural Equation Modeling - SEM) cho thấy cả ba yếu tố “Thái độ đối với việc lựa chọn khách sạn xanh”, “Chuẩn mực chủ quan lựa chọn khách sạn xanh”, và “Nhận thức kiểm soát hành vi lựa chọn khách sạn xanh” đều có ảnh hưởng tích cực đến ý định sử dụng khách sạn xanh của du khách.

Từ khóa: Lý thuyết hành vi dự định, ý định lựa chọn khách sạn xanh, thành phố Đà Nẵng

1 Đặt vấn đề

Xu hướng tiêu dùng xanh (tiêu dùng thân thiện với môi trường) đang trở nên phổ biến do các lo ngại ngày càng tăng về môi trường như ô nhiễm không khí, biến đổi khí hậu, cạn kiệt tài nguyên... [8, 14, 18]. Du lịch xanh cũng nằm trong xu hướng này, đặc biệt là trong việc lựa chọn sử dụng khách sạn. Hoạt động khách sạn được cho là chưa thân thiện với môi trường do việc sử dụng các tiện nghi và sản phẩm dùng một lần, hồ nước nóng, số lượng lớn hoạt động giặt ủi hàng ngày... [3, 4]. Với nhận thức ngày càng tăng của du khách đối với các ảnh hưởng về môi trường của các khách sạn, du khách ngày càng có nhu cầu lựa chọn các khách sạn thân thiện với môi trường (khách sạn “xanh”) [9, 10].

Du lịch là một ngành quan trọng của kinh tế Việt Nam nói chung và Đà Nẵng nói riêng. Năm 2019, Đà Nẵng đón hơn 8,7 triệu lượt khách du lịch (3,6 triệu khách quốc tế và gần 5,2 triệu khách nội địa), đóng góp 31 nghìn tỷ đồng vào ngân sách (chiếm 31,4% tổng thu nhập của thành phố)¹. Mặc dù đại dịch Covid19 đã ảnh hưởng nặng nề đến ngành du lịch Đà Nẵng trong nửa đầu năm 2020, đây vẫn được xác định là ngành quan trọng sau dịch. Với mục tiêu bảo vệ môi trường đồng thời nắm bắt xu hướng du lịch xanh, Đà Nẵng đang thực hiện kế hoạch trở thành

¹<http://dulich.laodong.vn/cau-chuyen-du-lich/lam-gi-de-du-lich-da-nang-phat-trien-ben-vung-836787.html>

* Liên hệ: longph@due.udn.vn

Nhận bài: 7-9-2020; Hoàn thành phản biện: 21-10-2020; Ngày nhận đăng: 22-10-2020

thành phố thân thiện với môi trường và phát triển du lịch xanh, trong đó có việc ưu tiên phát triển các khách sạn xanh². Nhiều khách sạn tại Đà Nẵng đã được ghi nhận là những khách sạn xanh điển hình. Đơn cử, InterContinental Danang Sun Peninsula Resort đã được trao giải thưởng "Khu nghỉ dưỡng thân thiện với môi trường nhất thế giới" tại Giải Thưởng Du Lịch Thế Giới - World Travel Awards (WTA), một giải thưởng quốc tế danh giá của ngành du lịch, năm 2018³.

Sự phát triển của khách sạn xanh dẫn đến việc nghiên cứu về những yếu tố tác động đến du khách trong việc lựa chọn khách sạn xanh là rất cấp thiết. Hiểu rõ những yếu tố này sẽ cho phép những nhà quản trị, nhà hoạch định chính sách đưa ra những chiến lược và chính sách phù hợp để thu hút khách du lịch đến những khách sạn xanh. Tại Việt Nam trong vài năm trở lại đây đã có nhiều hơn các nghiên cứu ra đời quan tâm đến khách sạn xanh [12, 13, 16, 20, 21]. Tuy nhiên, theo hiểu biết của chúng tôi, đến nay mới chỉ có nghiên cứu của Ho Le Thu Trang, Lee, & Han [21] xem xét các yếu tố ảnh hưởng đến ý định sử dụng khách sạn xanh của du khách. Bài báo này đóng góp vào chủ đề nghiên cứu này bằng cách sử dụng lý thuyết hành vi dự định (Theory of Planned Behaviour - TPB), một lý thuyết quan trọng trong phân tích hành vi người tiêu dùng, để xem xét các yếu tố ảnh hưởng đến ý định lựa chọn khách sạn xanh của du khách trong trường hợp Việt Nam, cụ thể là Đà Nẵng. Đây cũng là bài báo đầu tiên sử dụng TPB cho nghiên cứu ý định lựa chọn khách sạn xanh của du khách tại Việt Nam.

2 Cơ sở lý thuyết

Khách sạn xanh

Khái niệm khách sạn xanh được Hiệp hội khách sạn xanh (Green Hotel Association – GHSA) xanh nêu rõ "Khách sạn xanh là những cơ ngơi thân thiện với môi trường mà các nhà quản lý mong muốn thiết lập các chương trình tiết kiệm nước, tiết kiệm năng lượng và giảm chất thải rắn, cũng như tiết kiệm chi phí để giúp bảo vệ trái đất"⁴. Các nước phát triển cũng đã công bố hệ thống xếp hạng khách sạn xanh. Ví dụ, Hoa Kỳ đã thực hiện "Green Seal Hotel Plan" vào năm 1995 và Canada đã giới thiệu "Green Leaf EcoRating Program" vào năm 1998⁵. Tiêu chuẩn Du lịch ASEAN định nghĩa khách sạn xanh là "một khách sạn thân thiện với môi trường và áp dụng các biện pháp bảo tồn năng lượng"⁶. Các khái niệm này đều có điểm chung là sự nhấn mạnh về về yếu tố "thân thiện với môi trường" của khách sạn xanh. Do vậy, chúng tôi định nghĩa "khách

² https://danang.gov.vn/chi-tiet?id=31979&_c=3,9

³ <https://vnexpress.net/duong-den-danh-hieu-resort-than-thien-voi-moi-truong-nhat-the-gioi-o-son-tra-3858094.html>

⁴ <http://greenhotels.com/index.php>

⁵ <https://www.epa.gov/p2/green-hotels-resources-ecolabels-and-standards>

⁶ <https://www.asean.org/storage/2012/05/ASEAN-Green-Hotel-Standard.pdf>

sạn xanh là khách sạn thân thiện với môi trường” trong các phỏng vấn và khảo sát của nghiên cứu này.

Lý thuyết hành vi dự định

Lý thuyết hành vi dự định (Theory of Planned Behavior – TPB) của Ajzen [1] được phát triển và cải tiến từ Lý thuyết hành động hợp lý TRA (Theory of Reasoned Action – TRA) của Ajzen & Fishbein [2]. TPB được xem là một trong những lý thuyết quan trọng nhất trong lĩnh vực nghiên cứu tâm lý xã hội để dự đoán hành vi con người [5]. Theo TPB, 3 yếu tố có ảnh hưởng đến ý định thực hiện hành vi là:

(1) “Thái độ đối với hành vi” là mức độ đánh giá tích cực hay tiêu cực của một cá nhân đối với việc thực hiện một hành vi. Thái độ thường được hình thành bởi niềm tin của cá nhân về hậu quả của việc tham gia thực hiện một hành vi cũng như kết quả của hành vi đó.

(2) “Chuẩn mực chủ quan” là áp lực xã hội lên cá nhân dẫn đến thực hiện hành vi. Chuẩn mực chủ quan đến từ kỳ vọng của những người xung quanh (người thân, đồng nghiệp, bạn bè...) đối với một cá nhân trong việc tuân thủ một số các chuẩn mực cũng như động cơ của cá nhân trong việc tuân thủ các chuẩn mực đó để đáp ứng mong đợi của những người xung quanh.

(3) “Nhận thức kiểm soát hành vi” là nhận thức của một cá nhân về sự dễ dàng hoặc khó khăn trong việc thực hiện hành vi cụ thể; điều này phụ thuộc vào sự sẵn có của các nguồn lực và các cơ hội để thực hiện hành vi.

Một số nghiên cứu liên quan và mô hình nghiên cứu đề xuất

Trên thế giới, đã có nhiều nghiên cứu về ý định tiêu dùng xanh nói chung và ý định lựa chọn khách sạn xanh nói riêng [9, 10, 15, 17, 18]. Trong đó, lý thuyết TPB và TPB mở rộng đã được sử dụng phổ biến trong các nghiên cứu về ý định lựa chọn khách sạn xanh. Kết quả các nghiên cứu của Han & Kim [7], Verma & Chandra [22], Chen & Tung [4], Teng, Wu, & Liu [19], và Han, Shu, & Sheu [11] cho thấy cả 3 yếu tố của mô hình TPB bao gồm Thái độ, Chuẩn mực chủ quan, và Nhận thức kiểm soát hành vi đều có tác động tích cực đến ý định lựa chọn khách sạn xanh.

Tại Việt Nam, Ho Le Thu Trang, Lee, & Han [21] xác định năm thuộc tính của khách sạn xanh (đặc điểm xanh, lợi ích cho khách hàng, chính sách tái chế, hiệu quả sử dụng điện và hiệu quả sử dụng nước) có ảnh hưởng tích cực đến ý định lựa chọn khách sạn xanh cũng như ý định thực hiện các hành vi bảo vệ môi trường tại khách sạn của du khách. Nguyen Thi Phuong Thao [20] nghiên cứu mối quan hệ giữa các hoạt động thân thiện với môi trường của khách sạn xanh và thái độ đối với khách sạn xanh của du khách nội địa. Han & cs. [12] kiểm tra vai trò của nhận thức của du khách về việc quản lý bảo tồn nước và giảm thiểu chất thải của khách sạn trong việc gia tăng sự gắn bó của du khách đối với các khách sạn ở Việt Nam. Nguyen Thi My Hanh & cs. [16] thực hiện các cuộc phỏng vấn sâu để nhận diện những khó khăn các khách sạn ở Hà Nội gặp

phải khi áp dụng các tiêu chuẩn khách sạn xanh của ASEAN. Han, Moon, & Lee [13] chỉ ra rằng mức độ thân thiện với môi trường của các khách sạn xanh có ảnh hưởng tích cực đến sự hài lòng của du khách, qua đó nâng cao ý định thực hiện các hành vi bảo vệ môi trường của họ. Như vậy, đến nay chỉ có Ho Le Thu Trang, Lee, & Han [21] đã xem xét các yếu tố ảnh hưởng đến ý định lựa chọn khách sạn xanh tại Việt Nam.

Dựa trên kết quả của các nghiên cứu quốc tế đã nói ở trên, bài báo này sử dụng mô hình TPB cơ bản để nghiên cứu ý định lựa chọn khách sạn xanh của du khách Việt Nam. Nhận thức về khách sạn xanh là còn mới đối với các du khách Việt Nam, do vậy nhóm tác giả cho rằng một mô hình cơ bản, không quá phức tạp là phù hợp để không gây bối rối cho những người tham gia khảo sát. Dựa trên kết quả của bài báo này, các nghiên cứu trong tương lai có thể mở rộng mô hình TPB để nghiên cứu sâu hơn các khía cạnh của hành vi người tiêu dùng Việt Nam trong việc lựa chọn khách sạn xanh.

Nếu Ho Le Thu Trang, Lee, & Han [21] tìm hiểu ảnh hưởng của các đặc điểm xanh của khách sạn (bên cung cấp dịch vụ) đến ý định lựa chọn khách sạn xanh thì bài báo này xem xét ảnh hưởng của các yếu tố liên quan đến du khách (bên sử dụng dịch vụ), bao gồm “Thái độ đối với việc lựa chọn khách sạn xanh”, “Chuẩn mực chủ quan lựa chọn khách sạn xanh”, và “Nhận thức kiểm soát hành vi lựa chọn khách sạn xanh” (3 yếu tố của mô hình TPB cơ bản). Đó là đóng góp khoa học của bài báo này.

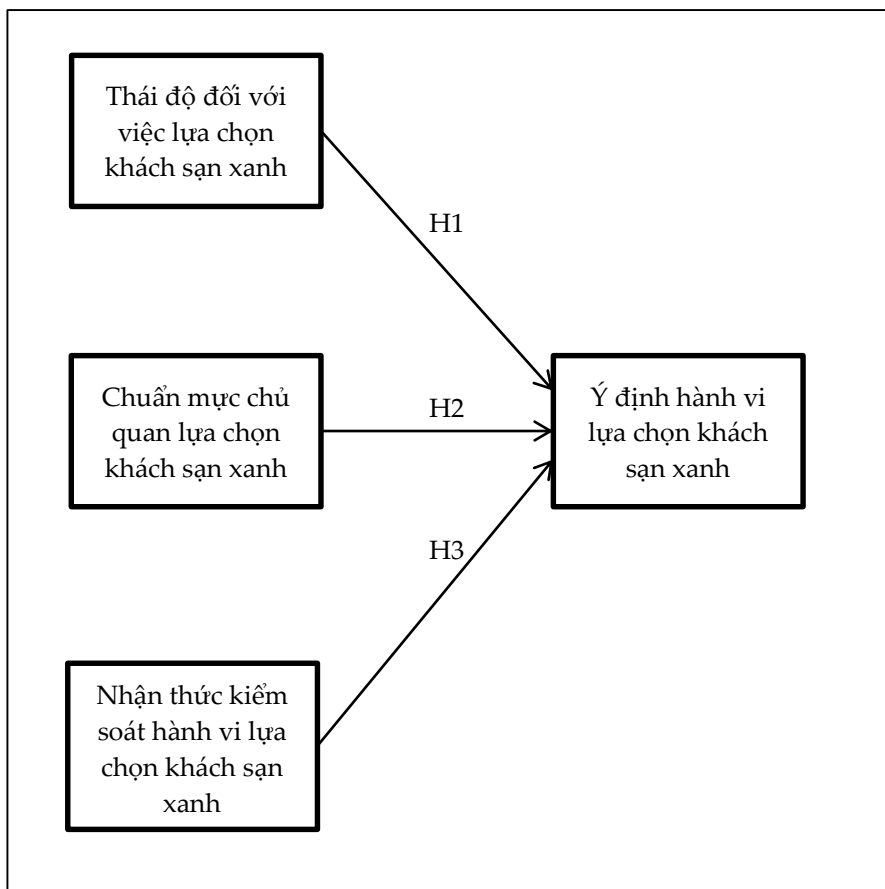
Các giả thuyết nghiên cứu của bài báo này là như sau:

H1: Thái độ đối với việc lựa chọn khách sạn xanh ảnh hưởng tích cực đến ý định hành vi lựa chọn khách sạn xanh.

H2: Chuẩn mực chủ quan lựa chọn khách sạn xanh ảnh hưởng tích cực đến ý định hành vi lựa chọn khách sạn xanh.

H3: Nhận thức kiểm soát hành vi lựa chọn khách sạn xanh ảnh hưởng tích cực đến ý định hành vi lựa chọn khách sạn xanh.

Mô hình nghiên cứu đề xuất thể hiện qua Hình 1.



Hình 1. Mô hình nghiên cứu đề xuất

Nguồn: Các tác giả đề xuất

3 Phương pháp nghiên cứu

Thu thập và phân tích dữ liệu

Dữ liệu được thu thập từ tháng 4 đến tháng 7/2020. Phương pháp chọn mẫu phi xác suất được sử dụng nhằm tiết kiệm chi phí đi lại và dễ tiếp cận đối tượng. Thông qua các mối quan hệ trên mạng xã hội Facebook và Instagram, cũng như từ giới thiệu của hệ thống khách sạn Vinpearl Đà Nẵng, nhóm nghiên cứu xác định các du khách nội địa đã hoặc đang lưu trú tại các khách sạn ở thành phố Đà Nẵng để gửi các bảng khảo sát online (đối với du khách đã lưu trú) và bảng giấy (đối với du khách đang lưu trú). Tổng cộng, nhóm nghiên cứu đã thu thập được 225 phản hồi, trong đó có 21 phản hồi không hợp lệ do nội dung trả lời không phù hợp (VD: đánh cùng một giá trị cho tất cả các câu trả lời, trả lời không đầy đủ tất cả các câu...). Do đó cỡ mẫu cuối cùng dùng cho phân tích kết quả nghiên cứu là 204 quan sát. Đây là cỡ mẫu phù hợp, có số lượng mẫu

cao hơn 5 lần số lượng biến quan sát (16 biến) theo đề xuất của Hair & cs. [6]. Dữ liệu được làm sạch và xử lý trên phần mềm SPSS 26.0. Thống kê mô tả dữ liệu và phân tích khám phá nhân tố (Exploratory Factors Analysis – EFA) được thực hiện bằng phần mềm SPSS 26.0. Phân tích nhân tố để khẳng định mô hình đo lường (Confirmatory Factors Analysis – CFA) và phân tích mô hình phương trình cấu trúc (Structural Equation Modelling – SEM) được thực hiện trên phần mềm AMOS 26.0.

Thang đo

Có 16 biến quan sát được sử dụng trong thang đo để kiểm định các giả thuyết đã nêu. Thang đo TPB đã được Han & Kim [7] phát triển từ các nghiên cứu về hành vi tiêu dùng trước đó cho phù hợp với trường hợp khách sạn xanh. Các nghiên cứu tiếp sau về ý định lựa chọn khách sạn xanh như của Han & cs. [10], Chen & Tung [4], hay Verma & Chandra [22] cơ bản đều dựa trên thang đo của Han & Kim [7] và đã xác nhận tính hợp lý của thang đo này. Do vậy, chúng tôi sử dụng thang đo TPB của Han & Kim [7], dịch ra tiếng Việt và hiệu chỉnh cho phù hợp với mục tiêu của nghiên cứu này. Hai chuyên gia (Tiến sĩ) về nghiên cứu du lịch và bốn du khách được mời cho ý kiến về thang đo này trước khi thang đo được thông qua và sử dụng trong khảo sát. Bước nghiên cứu này dẫn đến việc chỉnh sửa một số từ ngữ dịch thuật cho phù hợp hơn với trường hợp Việt Nam. Định nghĩa về khách sạn xanh được nêu rõ trong phần mở đầu của bảng khảo sát. Thước đo Likert gồm 7 mức được áp dụng để thiết kế bản khảo sát nghiên cứu. Những người tham gia khảo sát được yêu cầu đưa ra nhận định của mình với các câu hỏi khảo sát, từ mức 7 là Hoàn toàn đồng tình đến mức 1 là Hoàn toàn không đồng tình.

Bảng 1. Thang đo nghiên cứu

| Thang đo | Mã hóa biến quan sát | Nội dung câu hỏi khảo sát |
|--|----------------------|---|
| Thái độ đối với khách sạn xanh | TD1 | Với tôi, ở tại một khách sạn xanh khi đi du lịch Đà Nẵng là cực kì tốt |
| | TD2 | Với tôi, ở tại một khách sạn xanh khi đi du lịch Đà Nẵng là rất mong muốn |
| | TD3* | Với tôi, ở tại một khách sạn xanh khi đi du lịch Đà Nẵng là rất khó chịu |
| | TD4 | Với tôi, ở tại một khách sạn xanh khi đi du lịch Đà Nẵng là rất khôn ngoan |
| | TD5 | Với tôi, ở tại một khách sạn xanh khi đi du lịch Đà Nẵng là rất thuận lợi |
| | TD6 | Với tôi, ở tại một khách sạn xanh khi đi du lịch Đà Nẵng là rất thú vị |
| | TD7 | Với tôi, ở tại một khách sạn xanh khi đi du lịch Đà Nẵng là rất tích cực |
| Chuẩn mực chủ quan lựa chọn khách sạn xanh | CM1 | Hầu hết những người quan trọng với tôi nghĩ là tôi nên nghỉ tại khách sạn xanh khi đi du lịch |
| | CM2 | Hầu hết những người quan trọng với tôi đều muốn tôi nghỉ tại khách sạn xanh khi đi du lịch |
| | CM3 | Những người mà tôi đánh giá cao sẽ thích tôi nghỉ tại khách sạn xanh khi đi du lịch hơn |
| Nhận thức kiểm soát hành vi lựa | KS1 | Việc có nghỉ tại khách sạn xanh hay không khi đi du lịch hoàn toàn phụ thuộc vào quyết định của tôi |
| | KS2 | Tôi tự tin rằng nếu tôi muốn, tôi có thể nghỉ tại một khách sạn xanh khi đi du lịch |

| Thang đo | Mã hóa biến quan sát | Nội dung câu hỏi khảo sát |
|--|----------------------|---|
| chọn khách sạn xanh | KS3 | Tôi có kinh phí, thời gian và cơ hội nghỉ tại khách sạn xanh khi đi du lịch |
| Ý định hành vi lựa chọn khách sạn xanh | YD1 | Tôi sẵn sàng ở lại một khách sạn xanh khi đi du lịch |
| | YD2 | Tôi dự định ở lại một khách sạn xanh khi đi du lịch |
| | YD3 | Tôi sẽ thử ở lại một khách sạn xanh khi đi du lịch |

*: Biến đảo ngược, sẽ được đảo ngược khi xử lý dữ liệu

Nguồn: Các tác giả dịch và hiệu chỉnh từ thang đo của Han & Kim [7]

4 Kết quả

Đặc điểm mẫu nghiên cứu khảo sát

Mẫu nghiên cứu cuối cùng được sử dụng bao gồm 204 phản hồi. Trong đó 71,6% là nữ. Số người tham gia phản hồi phần đông là trẻ và chưa có gia đình. Độ tuổi từ 18–33 chiếm 84,8% và từ 34–49 chiếm 11,8%. Số người chưa có gia đình chiếm 73,5%. Về học vấn, số lượng có học vấn cao đẳng/đại học là 62,3% và sau đại học là 26,5%. Về công việc, 68,1% có công việc toàn thời gian, 15,7% có công việc bán thời gian và 11,3% tự kinh doanh.

Bảng 2. Đặc điểm mẫu nghiên cứu khảo sát

| Đặc điểm | Tổng suất | Tỷ lệ |
|-----------------------------|-----------|-------|
| Giới tính | | |
| Nam | 58 | 28,4% |
| Nữ | 146 | 71,6% |
| Độ tuổi | | |
| 18–33 | 173 | 84,8% |
| 34–49 | 24 | 11,8% |
| trên 50 | 7 | 3,4% |
| Tình trạng hôn nhân | | |
| Đã kết hôn | 47 | 23,0% |
| Chưa có gia đình | 150 | 73,5% |
| Khác | 7 | 3,4% |
| Trình độ học vấn | | |
| Sau đại học | 54 | 26,5% |
| Cao đẳng/Đại học | 127 | 62,3% |
| Cấp 3 trở xuống | 23 | 11,3% |
| Tình trạng công việc | | |
| Toàn thời gian | 139 | 68,1% |
| Bán thời gian | 32 | 15,7% |
| Tự kinh doanh | 23 | 11,3% |
| Khác | 10 | 4,9% |

Nguồn: Kết quả xử lý dữ liệu trên SPSS 26.0

Phân tích khám phá nhân tố (EFA)

Vì thang đo được dịch ra tiếng Việt nên cần được kiểm định bằng Phân tích khám phá nhân tố (Exploratory Factors Analysis – EFA) để khẳng định độ tin cậy và tính nhất quán các nhân tố của thang đo đối với các biến độc lập (Thái độ, Chuẩn mực hành vi, và Nhận thức kiểm soát hành vi). Phần mềm SPSS 26.0 được sử dụng cho phân tích này. Quy trình EFA được tiến hành theo Hair & cs. [6]. Kết quả EFA của các biến độc lập cho thấy hệ số Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) là $0,919 > 0,80$ và phép thử Barlett có ý nghĩa thống kê ở mức $0,1\%$ ($p < 0,001$) nên dữ liệu khảo sát là rất phù hợp cho EFA.

Kết quả tải nhân tố (Bảng 3) cho thấy các biến quan sát đều được giữ nguyên và tải phù hợp vào 3 nhân tố có giá trị Eigen lớn hơn 1. Tổng phần trăm phương sai giải thích (Total variance explained) là 79,252%, cho thấy các nhân tố này giải thích trên 50% biến thiên của dữ liệu. Các tương quan biến tổng đều ở trên mức 0,30. Kiểm định hệ số Cronbach's Alpha cho các thang đo (Bảng 4) cũng cho thấy các thang đo đều có Cronbach's Alpha lớn hơn 0,70. Do đó có thể khẳng định độ tin cậy của thang đo.

Bảng 3. Kết quả tải nhân tố của EFA đối với các biến độc lập

| Biến quan sát | Nhóm nhân tố 1 (Thái độ) | Nhóm nhân tố 2 (Chuẩn mực hành vi) | Nhóm nhân tố 3 (Nhận thức kiểm soát hành vi) |
|---------------|-----------------------------|---------------------------------------|---|
| TD1 | 0,861 | | |
| TD2 | 0,853 | | |
| TD3 | 0,805 | | |
| TD4 | 0,790 | | |
| TD5 | 0,706 | | |
| TD6 | 0,678 | | |
| TD7 | 0,656 | | |
| CM1 | | 0,874 | |
| CM2 | | 0,856 | |
| CM3 | | 0,801 | |
| KS1 | | | 0,869 |
| KS2 | | | 0,825 |
| KS3 | | | 0,824 |

Nguồn: Kết quả xử lý dữ liệu trên SPSS 26.0

Bảng 4. Kiểm định độ tin cậy của thang đo

| Thang đo | Cronbach's Alpha |
|---|------------------|
| Thái độ đối với việc lựa chọn khách sạn xanh | 0,937 |
| Chuẩn mực chủ quan lựa chọn khách sạn xanh | 0,913 |
| Nhận thức kiểm soát hành vi lựa chọn khách sạn xanh | 0,917 |
| Ý định hành vi lựa chọn khách sạn xanh | 0,922 |

Nguồn: Kết quả xử lý dữ liệu trên SPSS 26.0

Phân tích nhân tố khẳng định (CFA)

Sau khi kết quả EFA xác định các nhân tố cũng như độ tin cậy của thang đo, phân tích nhân tố khẳng định (Confirmatory Factors Analysis – CFA) được tiến hành để xác nhận tính hợp lý (validity – bao gồm tính hợp lý hội tụ, convergent validity, và tính hợp lý phân biệt, discriminant validity) của thang đo. Phần mềm AMOS 26.0 được dùng cho phân tích này. Kết quả phân tích CFA trong Bảng 5 cho thấy các giá trị tải chuẩn của các biến quan sát đều trên 0,50 và đều có ý nghĩa thống kê ở mức 0,1% ($p < 0,001$). Độ tin cậy tổng hợp của các nhân tố là từ 0,914 đến 0,943, đều trên mức 0,70. Các giá trị phương sai trích trung bình (Average Value Extracted – AVE) của các nhân tố đều cao hơn 0,50 (từ 0,686 đến 0,798). Những kết quả này khẳng định độ tin cậy và tính hợp lý hội tụ của thang đo. Phân tích tính hợp lý phân biệt (Bảng 6) cho thấy căn bậc hai của AVE của mỗi nhân tố đều lớn hơn tương quan giữa nhân tố đó với các nhân tố khác. Điều này xác nhận tính hợp lý phân biệt của thang đo [6].

Các chỉ số về mức độ phù hợp của thang đo (goodness-of-fit indicators) là như sau: $\chi^2/df = 2,636$, NFI = 0,920; TLI = 0,937; CFI = 0,949; RMSEA = 0,090 ($pclose < 0,001$). Chỉ số $\chi^2/df < 3$ và các chỉ số NFI, TLI, và CFI đều lớn hơn 0,90 cho thấy đây là thang đo phù hợp. Chỉ số RMSEA mặc dù lớn hơn 0,80 (mức rất tốt) nhưng vẫn nằm ở mức 0,90 (mức tốt) và có ý nghĩa thống kê ở mức 0.1% ($pclose < 0,001$), do vậy vẫn đáp ứng được điều kiện của một thang đo phù hợp [6].

Bảng 5. Kết quả CFA

| Biến | Giá trị tải chuẩn | Giá trị <i>t</i> | Phương sai trích trung bình (AVE) | Độ tin cậy tổng hợp (CR) |
|------------------------------------|--------------------------|-------------------------|--|---------------------------------|
| Thái độ | | | 0,686 | 0,938 |
| TD1 | 0,739 | | | |
| TD2 | 0,783 | 11,485*** | | |
| TD3 | 0,691 | 10,009*** | | |
| TD4 | 0,896 | 13,353*** | | |
| TD5 | 0,859 | 12,736*** | | |
| TD6 | 0,892 | 13,293*** | | |
| TD7 | 0,910 | 13,581*** | | |
| Chuẩn mực chủ quan | | | 0,780 | 0,914 |
| CM1 | 0,875 | | | |
| CM2 | 0,909 | 17,848*** | | |
| CM3 | 0,865 | 16,459*** | | |
| Nhận thức kiểm soát hành vi | | | 0,789 | 0,918 |
| KS1 | 0,912 | | | |
| KS2 | 0,883 | 18,829*** | | |
| KS3 | 0,870 | 18,210*** | | |
| Ý định hành vi | | | 0,798 | 0,943 |
| YD1 | 0,912 | | | |
| YD2 | 0,884 | 19,356*** | | |
| YD3 | 0,884 | 19,378*** | | |

* $p < 0,05$; ** $p < 0,01$; *** $p < 0,001$

Nguồn: Kết quả xử lý dữ liệu trên AMOS 26.0

Bảng 6. Phân tích tính hợp lý phân biệt

| | (1) | (2) | (3) | (4) |
|---------------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Thái độ (1) | 0,828 | | | |
| Chuẩn mực chủ quan (2) | 0,673 | 0,883 | | |
| Nhận thức kiểm soát hành vi (3) | 0,679 | 0,589 | 0,889 | |
| Ý định hành vi (4) | 0,772 | 0,755 | 0,861 | 0,893 |

* Ghi chú: Tương quan giữa các nhân tố được in thường, giá trị căn bậc hai của AVE được in đậm.

Nguồn: Kết quả xử lý dữ liệu trên AMOS 26.0 và EXCEL 2016

Kiểm định mô hình cấu trúc (SEM)

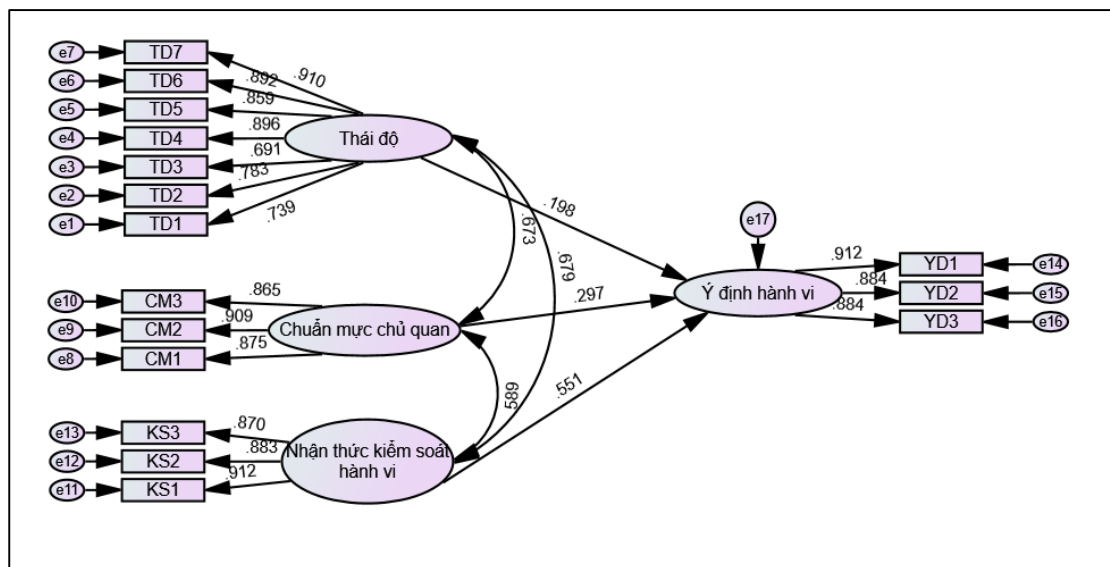
Mô hình cấu trúc SEM (Hình 2) được phân tích bằng phần mềm AMOS 26.0. Các chỉ số cải biến mô hình (modification indices) cho thấy cần có sự hiệp biến (covariance) giữa các biến độc lập. Khi đưa hiệp biến vào mô hình, các chỉ số về mức độ phù hợp của mô hình là tương đương như trong phân tích CFA nói trên ($\chi^2/df = 2,636$; NFI = 0,920; TLI = 0,937; CFI = 0,949; RMSEA = 0,090; $p_{close} < 0,001$) và cải thiện hơn nhiều so với mô hình không có sự hiệp biến.

Hình 2. Mô hình cấu trúc (SEM)

Nguồn: Mô hình SEM trên AMOS 26.0

Kết quả SEM được trình bày trong phần A của Bảng 7. Hệ số chuẩn của các mối tương quan đều là dương và lần lượt là 0,198; 0,297; và 0,551 cho các giả thuyết H1, H2, và H3. Các hệ số này đều có ý nghĩa thống kê cao, ở mức 1% ($p < 0,01$) đối với giả thuyết H1 và mức 0,1% ($p < 0,001$) đối với giả thuyết H2 và H3. Kết quả này cho thấy tất cả các giả thuyết của nghiên cứu này đều được ủng hộ mạnh mẽ. Kết quả này là tương đồng với các nghiên cứu quốc tế trước đây [4,7,11,19,22]. Trong trường hợp Việt Nam, Nhận thức kiểm soát hành vi có tác động lớn nhất đến Ý định lựa chọn khách sạn xanh. Tiếp đến là Chuẩn mực chủ quan và Thái độ. Điều này cho thấy đối với du khách, việc có ý định lựa chọn khách sạn xanh hay không phụ thuộc lớn vào việc họ tin vào khả năng có thể thực hiện được việc lựa chọn đó hay không, và điều này có thể còn quan trọng hơn sức ép xã hội cũng như thái độ của chính họ đối với khách sạn xanh.

Phần B của Bảng 7 cho thấy độ hiệp biến giữa 3 biến độc lập là 0,673; 0,679 và 0,589 và có ý nghĩa thống kê ở mức 0,1%. Điều này biểu thị có mối tương quan cao giữa Thái độ, Chuẩn mực



Bảng 7. Kết quả SEM

| A. Kết quả các giả thuyết | Hệ số chuẩn | Giá trị t |
|--|--------------------|------------------|
| H1: Thái độ đối với việc lựa chọn khách sạn xanh → Ý định hành vi lựa chọn khách sạn xanh | 0,198 | 3,160** |
| H2: Chuẩn mực chủ quan lựa chọn khách sạn xanh → Ý định hành vi lựa chọn khách sạn xanh | 0,297 | 5,184*** |
| H3: Nhận thức kiểm soát hành vi lựa chọn khách sạn xanh → Ý định hành vi lựa chọn khách sạn xanh | 0,551 | 9,127*** |
| B. Giá trị hiệp biến | Hệ số chuẩn | Giá trị t |
| Thái độ đối với việc lựa chọn khách sạn xanh ↔ Chuẩn mực chủ quan lựa chọn khách sạn xanh | 0,673 | 6,635*** |
| Thái độ đối với việc lựa chọn khách sạn xanh ↔ Nhận thức kiểm soát hành vi lựa chọn khách sạn xanh | 0,679 | 6,766*** |
| Chuẩn mực chủ quan lựa chọn khách sạn xanh ↔ Nhận thức kiểm soát hành vi lựa chọn khách sạn xanh | 0,589 | 6,494*** |

* $p < 0,05$; ** $p < 0,01$; *** $p < 0,001$

Nguồn: Kết quả SEM trên AMOS 26.0

chủ quan và Nhận thức kiểm soát hành vi của các du khách tại Việt Nam đối với việc lựa chọn khách sạn xanh. Như vậy, có thể nói, nâng cao một trong ba yếu tố này có thể dẫn đến sự gia tăng của 2 yếu tố kia.

5 Kết luận và các hàm ý quản trị

Nghiên cứu này áp dụng mô hình TPB cơ bản để kiểm tra tác động của các yếu tố “Thái độ đối với việc lựa chọn khách sạn xanh”, “Chuẩn mực chủ quan lựa chọn khách sạn xanh”, và “Nhận thức kiểm soát hành vi lựa chọn khách sạn xanh” lên ý định lựa chọn khách sạn xanh của các du khách đến Đà Nẵng. Kết quả SEM cho thấy cả ba yếu tố trên đều có tác động tích cực lên ý định lựa chọn khách sạn xanh. Kết quả này chỉ ra rằng để tác động đến xu hướng lựa chọn cơ sở lưu trú là khách sạn xanh cần có sự quan tâm đến một số vấn đề như sau. Thứ nhất, chính quyền cũng như các khách sạn cần tăng cường tuyên truyền nâng cao hiểu biết, nhận thức của người dân và khách du lịch về khách sạn xanh, qua đó lan tỏa thái độ và chuẩn mực xã hội về các tác động tích cực đến môi trường của việc lựa chọn khách sạn xanh (yếu tố Thái độ và Chuẩn mực chủ quan). Hơn nữa, yếu tố Nhận thức kiểm soát hành vi là yếu tố tác động quan trọng nhất đến ý định lựa chọn khách sạn xanh nên cần có các chính sách hợp lý để việc lựa chọn khách sạn xanh là dễ dàng đối với du khách. Ngoài ra, cả 3 yếu tố trên có mối tương quan cao (giá trị hiệp biến cao) nên các chính sách, chiến lược nói trên cần được xây dựng và tiến hành một cách đồng bộ để ảnh hưởng đến cả 3 yếu tố, qua đó đạt được hiệu quả cao nhất.

Nghiên cứu này được thực hiện trong thời gian Việt Nam bị ảnh hưởng bởi dịch Covid19

nên gặp một số khó khăn trong việc thu thập dữ liệu (số lượng mẫu là 204). Các nghiên cứu tiếp theo có thể nâng quy mô khảo sát để có kết quả cao hơn, đồng thời có thể xem xét mở rộng mô hình TPB để đi sâu nghiên cứu các yếu tố có liên quan.

Tài liệu tham khảo

1. Ajzen (1991), The theory of planned behavior, *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(1), 179–211.
2. Ajzen, I., & Fishbein, M. (1980), *Understanding attitude and predicting social behavior*, Prentice-Hall, Englewood Cliffs, NJ.
3. Bohdanowicz, P. (2005), European hoteliers' environmental attitudes: greening the business, *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 46(2), 188–204.
4. Chen, M. F., & Tung, P. J. (2014), Developing an extended theory of planned behavior model to predict consumers' intention to visit green hotels, *International Journal of Hospitality Management*, 36, 221–230.
5. Dean, M., Raats, M.M., & Shepherd, R. (2012), The role of self-identity, past behavior, and their interaction in predicting intention to purchase fresh and processed organic food, *Journal of Applied Social Psychology*, 42(3), 669–688.
6. Hair, J.F., Anderson, R.E., Tatham, R.L., & Black, W.C. (2009), *Multivariate Data Analysis (8th Edition)*, Prentice Hall, Upper Saddle River, NJ.
7. Han, H., & Kim, Y. (2010), An investigation of green hotel customers' decision formation: Developing an extended model of the theory of planned behavior, *International Journal of Hospitality Management*, 29(4), 659–668.
8. Han, H., & Yoon, H. J. (2015), Hotel customers' environmentally responsible behavioural intention: Impact of key constructs on decision in green consumerism, *International Journal of Hospitality Management*, 45, 22–33.
9. Han, H., Hsu, L. T. (Jane), & Lee, J. S. (2009), Empirical investigation of the roles of attitudes toward green behaviors, overall image, gender, and age in hotel customers' eco-friendly decision making process, *International Journal of Hospitality Management*, 28, 519–528.
10. Han, H., Hsu, L. T. J., Lee, J. S., & Sheu, C. (2011), Are lodging customers ready to go green? An examination of attitudes, demographics, and eco-friendly intentions, *International Journal of Hospitality Management*, 30(2), 345–355.
11. Han, H., Hsu, L.-T., & Sheu, C. (2010), Application of the Theory of Planned Behavior to green hotel choice: testing the effect of environmental friendly activities, *Tourism Management*, 31(3), 325–334.

12. Han, H., Lee, J.-S., Trang, H. L. T., & Kim, W. (2018), Water conservation and waste reduction management for increasing guest loyalty and green hotel practices, *International Journal of Hospitality Management*, 75, 58–66.
13. Han, H., Moon, H., Lee, H. (2019), Excellence in eco-friendly performance of a green hotel product and guests' proenvironmental behavior, *Social Behavior and Personality*, 47(12), e8317.
14. Laroche, M., Bergeron, J., & Barbaro-Forleo, G. (2001), Targeting consumers who are willing to pay more for environmentally friendly products, *Journal of Consumer Marketing*, 18(6), 503–520.
15. Lee, J., Hsu, L., Han, H., & Kim, Y. (2010), Understanding how customers view green hotels: how a hotel's green image can influence behavioral intentions, *Journal of Sustainable Tourism*, 18(7), 901–914.
16. Nguyen Thi My Hanh, Ngo Thi Quynh Trang, Pham Thi Thu Phuong, & Hoang Thi Lan Huong (2017), Barriers to ASEAN green hotel standard in the hotel industry: a case study in Ha Noi, *Thai Nguyen University's Journal of Science and Technology*, 175(15), 201–206.
17. Paul, J., Modi, A., & Patel, J. (2016), Predicting green product consumption using theory of planned behavior and reasoned action, *Journal of Retailing & Consumer Services*, 29, 123–134.
18. Teng, C.-C., Lu, A. C. C., & Huang, T.-T. (2018), Drivers of consumers' behavioral intention toward green hotels, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 30(2), 1134–1151.
19. Teng, Y. M., Wu, K. S., & Liu, H. H. (2013), Integrating altruism and the theory of planned behavior to predict patronage intention of a green hotel, *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 39(3), 299–315.
20. Thao, Nguyen Thi Phuong (2017), The relationship between eco-friendly practices and attitudes toward green hotels for domestic tourists, *VNU Journal of Science: Economics and Business*, 33(2), 101–111.
21. Trang, H. L. T., Lee, J.-S., & Han, H. (2019), How do green attributes elicit pro-environmental behaviors in guests? The case of green hotels in Vietnam, *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 36(1), 14–28.
22. Verma, V. K., & Chandra, B. (2018), An application of theory of planned behavior to predict young Indian consumers' green hotel visit intention, *Journal of Cleaner Production*, 172, 1152–1162.

USING THEORY OF PLANNED BEHAVIOR (TPB) TO EXAMINE TOURISTS' INTENTION TO STAY IN GREEN HOTELS IN DANANG

Pham Thi Tu Uyen, Phan Hoang Long*

University of Economics- The University of Danang, 71 Ngu Hanh Son, Đà Nẵng, Vietnam

Abstract: This study employs the Theory of Planned Behaviour (TPB) to examine factors affecting tourists' intention to stay in green hotels in Danang. Structural Equation Modeling (SEM) results of 204 respondents show that all three factors "Attitude", "Subjective norms", and "Perceived behavioral control" have positive and significant impacts on tourists' behavioral intention to stay in green hotels.

Key words: Theory of Planned Behaviour, tourists' intention to stay, green hotels, Da Nang city