

CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN QUYẾT ĐỊNH LỰA CHỌN DU LỊCH XANH TẠI HÀ NỘI: NGHIÊN CỨU ĐIỂN HÌNH SINH VIÊN TRƯỜNG ĐẠI HỌC CÔNG NGHIỆP HÀ NỘI

FACTORS AFFECTING THE BEHAVIOR OF CHOOSING GREEN TOURS IN HANOI:
CASE STUDY OF STUDENTS OF HANOI UNIVERSITY OF INDUSTRY

Đỗ Hải Hưng^{1,*}, Nguyễn Thị Thanh Hồng²

DOI: <http://doi.org/10.57001/huih5804.2025.089>

TÓM TẮT

Nghiên cứu này nhấn mạnh việc phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn tour du lịch xanh của sinh viên. Nghiên cứu thu thập hơn 300 phiếu khảo sát là sinh viên Trường Đại học Công nghiệp Hà Nội đã và sẽ trải nghiệm ở những điểm đến du lịch xanh, công viên và khu nghỉ dưỡng xanh tại Hà Nội theo cách thức chọn mẫu ngẫu nhiên. Kết quả đánh giá mô hình đo lường trên SMARTPLS 3.0 cho thấy rằng, nhu cầu du lịch tác động mạnh nhất đến quyết định lựa chọn tour du lịch xanh của sinh viên. Kết quả phân tích đã chỉ ra các nhân tố ảnh hưởng tới quyết định lựa chọn của sinh viên, bao gồm: chuẩn chủ quan, nhu cầu, chi phí dịch vụ, chính sách hỗ trợ và nhận thức du lịch. Nghiên cứu là cơ sở cho việc đề xuất các nhóm giải pháp chiến lược nhằm phát triển nền kinh tế du lịch xanh theo hướng nâng cao hiệu quả, thân thiện, bền vững thông qua việc tạo ra các giải pháp và chương trình giáo dục thích hợp để tăng cường nhận thức môi trường cho thế hệ trẻ.

Từ khóa: Du lịch xanh, quyết định lựa chọn, sinh viên, Trường Đại học Công nghiệp Hà Nội.

ABSTRACT

This study of ours emphasizes strengthen the analysis of factors affecting students' behavior in choosing green tourism. The study collected more than 300 survey samples from students at Hanoi University of Industry who have experienced and will experience these locations. to green tourism, green parks, and green resorts in Hanoi by random sampling. The results of evaluating the measurement model on SMARTPLS 3.0 show that tourism demand has the strongest impact on the choice decision. Green tourism for students. Analysis results have shown factors that influence students choice decisions, including subjective standards, needs, service costs, support policies, and recognition travel mode. The research is the basis for proposing strategic solution groups to develop a green tourism economy in the direction of improving efficiency, friendliness, and sustainability through creating appropriate solutions and educational programs suitable to increase environmental awareness among the younger generation.

Keywords: Green tourism, choice decisions, students, Hanoi University of Industry.

¹Trường Kinh tế, Trường Đại học Công nghiệp Hà Nội

²Sinh viên Trường Kinh tế, Trường Đại học Công nghiệp Hà Nội

*Email: dohaihung@hauivn

Ngày nhận bài: 20/02/2025

Ngày nhận bài sau phản biện: 05/4/2025

Ngày chấp nhận đăng: 25/4/2025

1. GIỚI THIỆU

Kinh tế xanh hay kinh tế sạch là nền kinh tế mà chính sách phát triển có định hướng thị trường sử dụng nền

tảng là các nền kinh tế truyền thống với mục tiêu đảm bảo sự hòa hợp giữa kinh tế và môi trường sinh thái. Chiến lược tăng trưởng cơ bản của nền kinh tế xanh là bảo vệ

môi trường, phát triển công nghệ sản xuất sạch và năng lượng sạch, nhanh chóng đạt được mức tăng trưởng bền vững hay nói cách khác là tăng trưởng xanh.

Trong bối cảnh môi trường và bảo vệ môi trường trở thành vấn đề cấp bách, việc thúc đẩy du lịch bền vững là mục tiêu quan trọng của ngành du lịch. Tìm hiểu những yếu tố mà sinh viên chú ý khi chọn tour du lịch xanh giúp ngành du lịch hiểu rõ hơn về sự quan tâm và mong muốn của thế hệ trẻ. Sinh viên là những người trẻ tuổi và có nhận thức sâu sắc về vấn đề môi trường. Nghiên cứu này có thể giúp hiểu rõ hơn về mức độ quan tâm của họ đối với du lịch xanh và môi trường, từ đó tạo ra các giải pháp và chương trình giáo dục thích hợp để tăng cường nhận thức môi trường cho thế hệ trẻ. Hiểu rõ những yếu tố nào quyết định sự lựa chọn của sinh viên trong việc chọn du lịch xanh có thể giúp tổ chức và doanh nghiệp hiểu rõ hơn về nhu cầu và mong muốn của khách hàng. Điều này giúp họ tùy chỉnh dịch vụ của mình để đáp ứng mục tiêu của đối tượng khách hàng này.

Phát triển du lịch xanh không chỉ tạo ra cơ hội kinh doanh mà còn góp phần vào sự phát triển của cộng đồng địa phương. Việc hiểu rõ hơn những điều kiện và yếu tố quyết định sự lựa chọn của sinh viên sẽ giúp tạo ra du lịch xanh phù hợp với văn hóa và cảnh quan địa phương từ đó thúc đẩy sự phát triển kinh tế và tạo ra việc làm cho cộng đồng. Việc nghiên cứu giúp chúng ta hiểu sâu hơn về mối tương tác giữa con người và môi trường trong bối cảnh du lịch. Sự lựa chọn du lịch xanh thể hiện mong muốn của người dân trong việc tận hưởng thiên nhiên và bảo vệ môi trường và việc nghiên cứu này có thể đánh giá tác động của hành vi này đối với bảo vệ môi trường và phát triển bền vững.

2. TỔNG QUAN NGHIÊN CỨU VÀ CƠ SỞ LÝ LUẬN

2.1. Tổng quan nghiên cứu

Tác giả trong [2] có những giải pháp phù hợp thúc đẩy tiêu dùng xanh trong du lịch đáp ứng yêu cầu phát triển bền vững. Mô hình nghiên cứu kế thừa các kết quả nghiên cứu trước đó và bổ sung một số giả thuyết mới. Kết quả từ nghiên cứu định lượng sử dụng hệ phương trình cấu trúc (SEM) chỉ ra rằng nhận thức về biến đổi khí hậu, nhận thức về du lịch xanh, nhu cầu dịch vụ du lịch xanh, thái độ bảo vệ môi trường và ý định tham gia du lịch xanh có ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn du lịch xanh của khách du lịch ở Việt Nam [2]. Tác giả Trần Thị Tuyết và Nguyễn Văn Mạnh nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng tới quyết định lựa chọn điểm đến du lịch sinh thái tại vùng đồng bằng sông Hồng và duyên hải Đông Bắc Việt Nam nhằm mục đích xác định các yếu tố ảnh hưởng tới quyết định

lựa chọn điểm đến du lịch sinh thái của khách du lịch. Số liệu được thu thập từ các báo cáo về tình hình kinh doanh du lịch sinh thái tại các vườn quốc gia với 850 mẫu phiếu khảo sát khách du lịch [24]. Giới tính: tỷ lệ nam giới trong mẫu khảo sát chiếm 54,9% so với nữ. Trong khi theo độ tuổi thì được phân thành 4 nhóm, nhóm độ tuổi từ 18 - 34 chiếm 74,4%. Theo [7], các yếu tố chính ảnh hưởng đến hành vi tiêu dùng du lịch là sự tác động của xã hội và tâm lý của khách du lịch. Trong khi đó, nghiên cứu [8] cho rằng, có bốn yếu tố ảnh hưởng đến hành vi du lịch, bao gồm: (i) Quan tâm cá nhân; (ii) Sự trung thành và cam kết của khách du lịch; (iii) Sự lựa chọn của gia đình; và (iv) Nhu cầu khám phá những điều mới lạ. Nghiên cứu [3] nhấn mạnh hai nhóm yếu tố ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn du lịch xanh, bao gồm yếu tố bên trong và yếu tố bên ngoài du lịch xanh của khách du lịch. Quyết định lựa chọn du lịch xanh phụ thuộc vào mối quan hệ giữa động cơ thái độ của cá nhân đối với môi trường, kiến thức và nhận thức của khách du lịch về môi trường, cũng như ý thức hình thành hành vi. Nghiên cứu [9] sử dụng cả phương pháp nghiên cứu khám phá và nghiên cứu thực nghiệm để thu thập dữ liệu thông qua phỏng vấn bằng bảng câu hỏi tự điền có cấu trúc từ 146 khách du lịch, sử dụng kỹ thuật lấy mẫu thuận tiện. Mô hình hồi quy bội được ước tính để kiểm tra tác động của các yếu tố khác nhau đến ý định tham quan của khách du lịch, trong đó chín yếu tố liên quan đến các khía cạnh khác nhau của du lịch như chất lượng dịch vụ, vẻ đẹp tự nhiên, điểm đến được biết đến, chỗ ở thuận tiện, phiếu lưu, an ninh, giao thông hiệu quả và hiệu quả, Cơ sở mua sắm và thực phẩm an toàn, chất lượng được sử dụng làm biến bản địa trong đó ý định tham quan được sử dụng làm biến ngoại sinh của mô hình. Kết quả hồi quy cho thấy Chất lượng dịch vụ, Vẻ đẹp tự nhiên, An ninh và Cơ sở mua sắm có ý nghĩa thống kê cho thấy 24,6% sự khác biệt trong việc giải thích ý định chọn điểm đến du lịch ở Bangladesh. Tuy nhiên, hầu hết các nghiên cứu về lý thuyết hành vi tập trung vào yếu tố bên trong như thái độ cá nhân và hiệu quả cá nhân ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn.

Từ các nghiên cứu trước đây về hành vi tiêu dùng du lịch và lựa chọn du lịch xanh, nhóm tác giả nhận thấy đã có nhiều nghiên cứu trong nước và ngoài nước để cập tới quyết định lựa chọn tour du lịch, tuy nhiên nhóm tác giả không thấy có nhiều nghiên cứu về hành vi quyết định lựa chọn du lịch xanh của sinh viên tại Việt Nam. Mặt khác, nhóm tác giả nhận thấy ở các nghiên cứu trước đây có một số điểm đáng lưu ý như sau: (i) Mặc dù các nghiên cứu về du lịch xanh ngày càng phát triển, nhưng vẫn còn thiếu sót trong việc đánh giá tác động của chính sách hỗ trợ nhà

nước đối với nhận thức của du khách; (ii) Các nghiên cứu trong nước hầu hết mới chỉ đề cập tới lựa chọn điểm đến du lịch nói chung, chưa có nhiều nghiên cứu về lựa chọn tour du lịch xanh. Căn cứ vào các kết quả nghiên cứu trên và thực tiễn nghiên cứu, có thể thấy rằng nghiên cứu về các yếu tố ảnh hưởng tới quyết định lựa chọn du lịch xanh tại Hà Nội với nhóm đối tượng là sinh viên hoàn toàn cần thiết, phù hợp với thực tiễn nghiên cứu.

2.2. Cơ sở lý luận

(i) Du lịch xanh

Du lịch xanh được hiểu là du lịch dựa trên nền tảng khai thác hợp lý và hiệu quả các nguồn tài nguyên, phát triển gắn với bảo vệ môi trường, bảo tồn đa dạng sinh học, giảm phát thải khí nhà kính và thích ứng với biến đổi khí hậu [12]. Vai trò của du lịch xanh góp phần quan trọng vào việc khuyến khích cộng đồng quan tâm, giữ gìn môi trường tự nhiên và tôn trọng nguồn tài nguyên. Theo Quyết định số 1393/QĐ-TTg phê duyệt chiến lược quốc gia về tăng trưởng xanh, mục đích của việc phát triển loại hình du lịch xanh là tiến tới nền kinh tế với lượng carbon thải ra môi trường thấp, tăng khả năng hấp thụ khí nhà kính và gia tăng vốn tài nguyên thiên nhiên.

Tóm lại, du lịch xanh là loại hình du lịch dựa trên khai thác, sử dụng hợp lý nguồn tài nguyên thiên nhiên nhằm hạn chế những tác động xấu đến môi trường sống của con người. Du lịch xanh hướng đến bảo tồn giá trị văn hóa, di sản và cảnh quan thiên nhiên, đồng thời nâng cao ý thức bảo vệ môi trường cho du khách.

(ii) Quyết định lựa chọn tour Du lịch xanh

Nghiên cứu [10] đưa ra quan niệm về quyết định lựa chọn tour du lịch của du khách là quá trình du khách tìm kiếm và xử lý thông tin về loại hình du lịch, chất lượng dịch vụ, giá cả, thời gian, uy tín - thương hiệu của nhà cung cấp, biểu hiện ở các mặt nhận thức, thái độ và hành động của họ từ đó đưa ra quyết định tiêu dùng sản phẩm nhằm thỏa mãn nhu cầu của mình.

Nghiên cứu [3] đưa ra hai nhóm yếu tố là yếu tố bên trong và bên ngoài ảnh hưởng tới quyết định lựa chọn du lịch xanh. Trong đó, nghiên cứu [17] đã nhận thức, thái độ và động lực của bản thân (yếu tố bên trong) có tác động gián tiếp đến hành vi du lịch xanh thông qua ý định của hành vi. Những yếu tố như dịch vụ du lịch xanh tại điểm đến, dịch vụ xanh tại cơ sở lưu trú và chương trình du lịch xanh của công ty lữ hành (yếu tố bên ngoài) có tác động trực tiếp tới quyết định lựa chọn du lịch xanh của khách du lịch.

(iii) Khung lý thuyết sử dụng trong nghiên cứu

Lý thuyết hành vi có kế hoạch là phần mở rộng của lý thuyết hành động hợp lý - TRA [1]. Lý thuyết về hành vi có kế hoạch (TPB) bắt đầu là Lý thuyết về hành động hợp lý vào năm 1980 để dự đoán ý định thực hiện một hành vi của một cá nhân tại một thời điểm và địa điểm cụ thể. Lý thuyết này nhằm mục đích giải thích tất cả các hành vi mà con người có khả năng tự kiểm soát. Thành phần chính của mô hình này là mục đích hành vi; Ý định hành vi bị ảnh hưởng bởi thái độ về khả năng hành vi đó sẽ đạt được kết quả mong đợi và đánh giá chủ quan về rủi ro và lợi ích của kết quả đó. Ý định được giả định là để xác định các yếu tố động cơ ảnh hưởng đến hành vi.

Thái độ đề cập đến quan điểm của một người về việc hành vi đó là tích cực hay tiêu cực. Thái độ là một xu hướng tâm lý được thể hiện bằng cách đánh giá một thực thể cụ thể với mức độ ưa thích hoặc không ưa thích. Thái độ trong nghiên cứu này đề cập đến thái độ của khách du lịch đối với hình ảnh điểm đến vì nhiều nghiên cứu trước đây đã chứng minh rằng thái độ tổng thể về hình ảnh điểm đến có tác động đến ý định lựa chọn điểm đến [11].

Theo lý thuyết hành động hợp lý, các chuẩn mực chủ quan có thể được hình thành thông qua niềm tin quy chuẩn được nhận thức từ con người và hoàn cảnh xã hội xung quanh khách du lịch, cụ thể là gia đình, bạn bè, đồng nghiệp, ngành công nghiệp và truyền thông [11]. Nhận thức kiểm soát hành vi đề cập đến nhận thức của con người về khả năng thực hiện một hành vi nhất định.

Lý thuyết về hình ảnh điểm đến là sự thể hiện kiến thức, ấn tượng, thành kiến, suy nghĩ, tình cảm, tình cảm của một cá nhân hoặc một nhóm về một đối tượng hoặc địa điểm cụ thể [13]. Các tác giả trong nghiên cứu [13] là những người tiên phong đề xuất "ba trục của hình ảnh điểm đến", thể hiện đầy đủ nhất các thành phần của hình ảnh điểm đến, đó là: (1) thuộc tính và toàn diện; (2) phổ biến và độc đáo; (3) chức năng và tâm lý.

Theo mô hình đề xuất, các trục thuộc tính và toàn diện đề cập đến yếu tố riêng lẻ và ấn tượng tổng thể về điểm đến. Trục chung - duy nhất đề cập đến những yếu tố chung, giống nhau về một điểm đến (chung với bất kỳ điểm đến nào) và những gì độc đáo, khác biệt, duy nhất chỉ có ở điểm đến đó. Trục tâm lý chức năng đề cập đến các thành phần có thể quan sát và đo lường trực tiếp (ví dụ: giá cả) và những yếu tố vô hình không thể dễ dàng đo lường được (ví dụ: sự thân thiện).

Nghiên cứu [14] xác định hình ảnh điểm đến tổng thể của một địa phương, bao gồm bốn nhóm: (1) chất lượng

trải nghiệm; (2) yếu tố thu hút du khách; (3) môi trường và cơ sở hạ tầng; (4) hoạt động giải trí và ngoài trời.

Ngoài ra, khung lý thuyết Push-Pull là một lý thuyết phổ biến để giải thích lý do tại sao khách du lịch quyết định đến thăm điểm đến hơn là nơi khác, loại trải nghiệm họ muốn có được và loại hoạt động họ muốn thực hiện.

Theo lý thuyết này, khách du lịch bị đẩy bởi nội lực của họ và đồng thời bị kéo bởi ngoại lực của một điểm đến cụ thể. Do đó, lý thuyết này được coi là phù hợp để điều tra động cơ du lịch hướng tới một điểm đến du lịch ẩm thực vì nó cung cấp sự hiểu biết toàn diện về động lực từ cả hai khía cạnh của khách du lịch và điểm đến. Việc sử dụng khung lý thuyết Push-Pull để giải thích lý do tại sao (động cơ) khách du lịch quyết định đến thăm điểm đến hơn là nơi khác. Bên cạnh đó, cũng dựa vào lý thuyết này để giải thích mối quan hệ giữa động cơ du lịch và sự hài lòng; mối quan hệ giữa động cơ du lịch và ý định hành vi (ý định quay trở lại và truyền miệng điện tử).

3. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU VÀ MÔ HÌNH NGHIÊN CỨU

3.1. Mô hình nghiên cứu

Nghiên cứu được bắt đầu bằng việc hệ thống và tìm ra những khoảng trống lý thuyết liên quan đến các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn của sinh viên về du lịch xanh tại Trường Đại học Công nghiệp Hà Nội. Trong đó, các nhóm yếu tố được sắp xếp, lý giải một cách hợp lý và khoa học phù hợp với sinh viên Trường Đại học Công nghiệp Hà Nội nói riêng và các trường đại học nói chung. Kết quả này giúp hình thành nên mô hình nghiên cứu lý thuyết định hướng cho mô hình nghiên cứu chính thức thông qua việc kiểm định tính đúng đắn và phù hợp của mô hình đối với bối cảnh cụ thể.

Các giả thuyết nghiên cứu được đưa ra:

(i) Chuẩn chủ quan

Nghiên cứu dịch vụ du lịch chỉ ra rằng những ảnh hưởng/áp lực của người thân, bạn bè, đồng nghiệp liên quan đến việc tiêu dùng dịch vụ của du khách ngày càng lớn [18]. Du khách quyết định sử dụng dịch vụ không chỉ bởi những mong muốn/kỳ vọng của họ về cảm giác được trải nghiệm dịch vụ tốt mà còn thể hiện sự tiếp thu những ý kiến của những người có liên quan [19]. Chuẩn chủ quan là một trong những yếu tố giải thích ý định hành vi liên quan đến hoạt động thân thiện với môi trường. Thông thường, khi nhận được lời khuyên từ người thân/bạn bè/đồng nghiệp cho việc thực hiện hành vi liên quan đến tiêu dùng xanh, mức độ sẵn sàng tham gia mua sắm/tiêu dùng và sử dụng sản phẩm/dịch vụ tại khách sạn của du

khách sẽ tăng lên. Vì vậy, chuẩn chủ quan cũng được xem là nhân tố ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn du lịch xanh trong nghiên cứu [18, 19].

Giả thuyết H1: Chuẩn chủ quan tác động tích cực tới nhận thức về du lịch xanh.

Giả thuyết H5: Chuẩn chủ quan tác động tích cực tới quyết định lựa chọn du lịch xanh.

(ii) Nhu cầu cầu về du lịch xanh

Chương trình du lịch xanh đem lại các trải nghiệm thú vị như việc khám phá vẻ đẹp thiên nhiên, kết hợp với việc thực hành xanh trong quá trình đi du lịch, đặc biệt góp phần bảo vệ môi trường thiên nhiên [15]. Chính vì thế, nhu cầu sử dụng dịch vụ du lịch xanh tăng lên cũng là yếu tố tác động tới quyết định lựa chọn loại hình dịch vụ du lịch này.

Giả thuyết H2: Nhu cầu về du lịch xanh tác động tích cực tới nhận thức về du lịch xanh.

Giả thuyết H6: Nhu cầu về du lịch xanh tác động tích cực tới quyết định lựa chọn du lịch xanh.

(iii) Nhận thức về du lịch xanh

Ô nhiễm môi trường ngày càng trở nên nghiêm trọng, ảnh hưởng xấu tới sức khỏe của con người. Điều này tác động tới lựa chọn dịch vụ du lịch xanh của khách du lịch. Dịch vụ du lịch xanh đang ngày càng được quan tâm và lựa chọn. Nhận thức về du lịch xanh là tham gia vào các chương trình du lịch xanh đồng nghĩa với việc tiếp cận phương pháp mới trong việc bảo vệ môi trường, nâng cao nhận thức bảo vệ môi trường thông qua các hoạt động cụ thể như sử dụng phương tiện công cộng, lựa chọn cơ sở lưu trú xanh, trải nghiệm văn hóa bản địa [15].

Giả thuyết H9: Nhận thức về du lịch xanh tác động tích cực tới quyết định lựa chọn du lịch xanh.

(iv) Chi phí dịch vụ

Theo Middleton [16], “giá là một trong bốn đòn bẩy chính của tiếp thị hỗn hợp”, ảnh hưởng đến quyết định tiêu dùng của khách du lịch. Yếu tố này đề cập đến giá tour của chương trình du lịch đối với một điểm đến là cao hay thấp, có hợp lý hay không và nó ảnh hưởng như thế nào đến quyết định lựa chọn điểm đến đó của khách du lịch. Ngoài ra yếu tố này cũng xem xét liệu sự chênh lệch về giá giữa các điểm đến có chất lượng tương tự nhau ảnh hưởng như thế nào đến quyết định lựa chọn điểm đến du lịch xanh của du khách.

Giả thuyết H3: Chi phí và dịch vụ tác động tích cực tới nhận thức về du lịch xanh.

Giả thuyết H7: Chi phí và dịch vụ tác động tích cực tới quyết định lựa chọn du lịch xanh.

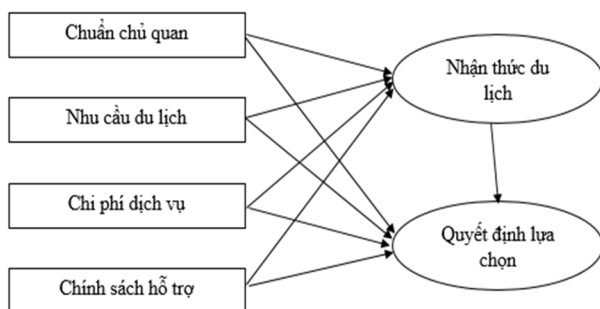
(vi) Chính sách hỗ trợ

Theo [17], “Truyền thông là cách thức truyền tải về hình ảnh tích cực hay tiêu cực của một điểm đến du lịch đến khách du lịch tiềm năng. Đo lường yếu tố này tức là đo lường cách thức và phương tiện nào mà khách du lịch biết đến về thông tin và hình ảnh của một điểm đến”. Việc phát triển du lịch xanh được đặt ra như một nội dung chiến lược quan trọng của du lịch Việt Nam nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh của ngành Du lịch. Để cụ thể hóa chủ trương, đường lối, chính sách của Đảng và Pháp luật của Nhà nước, Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch đã ban hành chính sách và nhiều hoạt động liên quan đến du lịch xanh như: Ban hành Bộ tiêu chí “Nhân du lịch bền vững Bông sen xanh”; tổ chức “Tuần văn hóa Du lịch Di sản xanh - Nơi gặp gỡ con người và thiên nhiên”... Trên cơ sở đó nghiên cứu đưa ra giả thuyết như sau:

Giả thuyết H4: Chính sách hỗ trợ tác động tích cực tới nhận thức về du lịch xanh

Giả thuyết H8: Chính sách hỗ trợ tác động tích cực tới quyết định lựa chọn du lịch xanh

Mô hình nghiên cứu đề xuất như thể hiện trong hình 1.



Hình 1. Mô hình nghiên cứu đề xuất

3.2. Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu này đã sử dụng hai phương pháp nghiên cứu là định tính và định lượng, trong đó phương pháp nghiên cứu định lượng được thực hiện thông qua 2 giai đoạn là nghiên cứu định lượng sơ bộ và định lượng chính thức. Phương pháp nghiên cứu định lượng được thực hiện bằng cách gửi phiếu khảo sát online cho sinh viên đã và sẽ trải nghiệm ở những điểm đến du lịch xanh, công viên và khu nghỉ dưỡng xanh tại Hà Nội. Nhóm tác giả sử dụng cách thức lấy mẫu thuận tiện và khảo sát sẽ được thực hiện qua Google form gửi đến 312 sinh viên tại Trường Đại học Công nghiệp Hà Nội. Khảo sát đã thu thập được 307 kết quả hợp lệ (tương ứng với 98,39%) trong khoảng thời gian tháng 1 đến tháng 2 năm 2024.

Nghiên cứu sử dụng thang đo Likert 5 mức độ để đo lường giá trị các biến số. Cụ thể như sau: (1) Rất không

đồng ý, (2) Không đồng ý, (3) Bình thường, (4) Đồng ý, (5) Rất đồng ý.

Toàn bộ mẫu hợp lệ đều được nhóm tác giả tiến hành mã hóa trên phần mềm Microsoft Excel trước khi đưa vào phần mềm SMART PLS 3.0 để tiến hành các bước phân tích tiếp theo.

4. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

4.1. Thống kê mô tả mẫu nghiên cứu

Với số phiếu hợp lệ là 307 phiếu, nhóm tác giả đã tiến hành xử lý và phân tích thông qua EXCEL và phần mềm SPSS 26 [4]. Quá trình khảo sát được thực hiện thông qua phiếu khảo sát được trình bày ở phụ lục. Ban đầu, nhóm tác giả sẽ đánh xử lý sơ bộ qua thống kê tần số.

Thống kê tần số cho biến Giới tính với 2 giá trị Nam/Nữ, chúng ta có được kết quả trong 307 người trả lời có 118 người là Nam chiếm tỷ lệ 38,3%, còn lại 189 người là Nữ chiếm tỷ lệ 61,4%.

Trong tổng số 307 người tham gia trả lời phiếu khảo sát, có 37 người đang là sinh viên khóa 15 chiếm tỷ trọng 12%, 186 sinh viên khóa 16 chiếm tỷ trọng 60,4%, 47 sinh viên khóa 17 chiếm tỷ trọng 15,3%, 19 sinh viên khóa 18 chiếm tỷ trọng 6,2% và 18 sinh viên đã ra trường chiếm tỷ trọng 5,8%. Từ kết quả này có thể thấy, số lượng sinh viên tham gia khảo sát nhiều nhất là khóa 16 và theo sau là khóa 17.

Với ngành học của sinh viên, nhóm phiếu khảo sát phần lớn thu về từ ngành Quản trị kinh doanh với 154 sinh viên, chiếm 50%; theo sau là ngành Marketing 7,1% (22 sinh viên tham gia khảo sát); tiếp sau là Kế toán, Kinh tế đầu tư,... và một số ngành khối kỹ thuật như Điện (với 7 sinh viên chiếm 2,3%), Cơ khí (với 5 sinh viên chiếm 1,6%),...

Đối với thu nhập cá nhân, nhóm phiếu khảo sát có thu nhập từ 5 - 7,5 triệu đồng chiếm tỷ trọng cao nhất là 42,9% với 132 phiếu; tiếp sau là nhóm có thu nhập dưới 2,5 triệu đồng với 109 phiếu chiếm tỷ trọng 35,4%; phiếu có thu nhập trên 10 triệu đồng chiếm tỷ trọng ít nhất là 4,9% với 15 phiếu.

4.2. Kiểm định mô hình

4.2.1. Kiểm định mô hình đo lường

Để kiểm định mô hình đo lường trên SMART PLS 3,0, thông qua các chỉ số: Outer Loadings (Hệ số tải ngoài) $\geq 0,7$; Cronbach's Alpha (Độ tin cậy thang đo) $\geq 0,7$; Composite Reliability (Độ tin cậy tổng hợp) $\geq 0,7$; AVE (Giá trị hội tụ) $\geq 0,5$; HTMT (Giá trị phân biệt) $\leq 0,85$ [20].

(i) Chất lượng biến quan sát

Bảng 1. Bảng chất lượng biến quan sát

	Chi phí dịch vụ	Chuẩn chủ quan	Chính sách hỗ trợ	Nhận thức du lịch	Nhu cầu du lịch	Quyết định lựa chọn
CCQ1		0,825				
CCQ2		0,839				
CCQ3		0,810				
CCQ4		0,768				
CPDV1	0,835					
CPDV2	0,837					
CPDV3	0,778					
CPDV4	0,828					
CSHT1			0,895			
CSHT2			0,901			
CSHT3			0,876			
NCDL1					0,783	
NCDL2					0,875	
NCDL3					0,857	
NCDL4					0,869	
NTDL1				0,889		
NTDL2				0,868		
NTDL3				0,908		
NTDL4				0,896		
NTDL5				0,864		
QDLC1						0,892
QDLC2						0,885
QDLC3						0,871
QDLC4						0,851

(Nguồn: Kết quả xử lý số liệu SMART PLS 3.0)

Nghiên cứu [21] cho rằng, hệ số tải ngoài Outer loading cần lớn hơn hoặc bằng 0,708 biến quan sát đó là chất lượng. Bởi vì bằng 0,5 nghĩa là biến tiềm ẩn đã giải thích được 50% sự biến thiên của biến quan sát. Theo quan điểm của Hair và cộng sự, có thể thấy rằng các nhà nghiên cứu này đánh giá một biến quan sát con là chất lượng nếu biến tiềm ẩn mẹ giải thích được tối thiểu 50% sự thay đổi của biến quan sát đó. Để dễ dàng ghi nhớ hơn, các nhà nghiên cứu làm tròn thành ngưỡng 0,7 thay vì số lẻ 0,708.

Theo bảng kết quả đánh giá, tất cả các biến quan sát đều có hệ số tải ngoài outer loading > 0,7 nên thang đo trên đảm bảo mức độ liên kết giữa biến quan sát với biến tiềm ẩn mẹ.

(ii) Độ tin cậy tổng hợp và độ tin cậy

Độ tin cậy tổng hợp Composite Reliability (CR) được nhiều nhà nghiên cứu ưu tiên lựa chọn hơn Cronbach's Alpha bởi Cronbach's Alpha đánh giá thấp độ tin cậy hơn so với CR. Nghiên cứu [22] cho rằng trong nghiên cứu khám phá, CR phải từ 0,6 trở lên. Với các nghiên cứu khẳng định, ngưỡng 0,7 là mức phù hợp của chỉ số CR [23]. Nhiều nhà nghiên cứu khác cũng đồng ý mức 0,7 là ngưỡng đánh giá phù hợp cho đại đa số trường hợp như nghiên cứu [5].

Bảng 2. Bảng độ tin cậy tổng hợp và độ tin cậy

	Cronbach's Alpha	Rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
Chi phí dịch vụ	0,838	0,845	0,891	0,672
Chuẩn chủ quan	0,827	0,835	0,885	0,658
Chính sách hỗ trợ	0,870	0,870	0,920	0,794
Nhận thức du lịch	0,931	0,932	0,948	0,783
Nhu cầu du lịch	0,868	0,869	0,910	0,717
Quyết định lựa chọn	0,898	0,899	0,929	0,765

(Nguồn: Kết quả xử lý số liệu SMART PLS 3)

Theo bảng kết quả đánh giá, tất cả các biến quan sát có độ tin cậy > 0,7 nên thang đo trên đảm bảo độ tin cậy của mô hình.

(iii) Giá trị hội tụ (AVE)

Để đánh giá tính hội tụ trên SMARTPLS cần phải dựa vào chỉ số phương sai trung bình được trích AVE (Average Variance Extracted). Hock và Ringle [20] cho rằng một thang đo đạt giá trị hội tụ nếu AVE đạt từ 0,5 trở lên. Mức 0,5 (50%) này mang ý nghĩa biến tiềm ẩn mẹ trung bình sẽ giải thích được tối thiểu 50% biến thiên của từng biến quan sát con.

Theo kết quả phân tích, các thang đo đều đạt giá trị hội tụ bởi giá trị AVE của các biến quan sát đều > 0,5.

4.2.2. Kiểm định mô hình cấu trúc

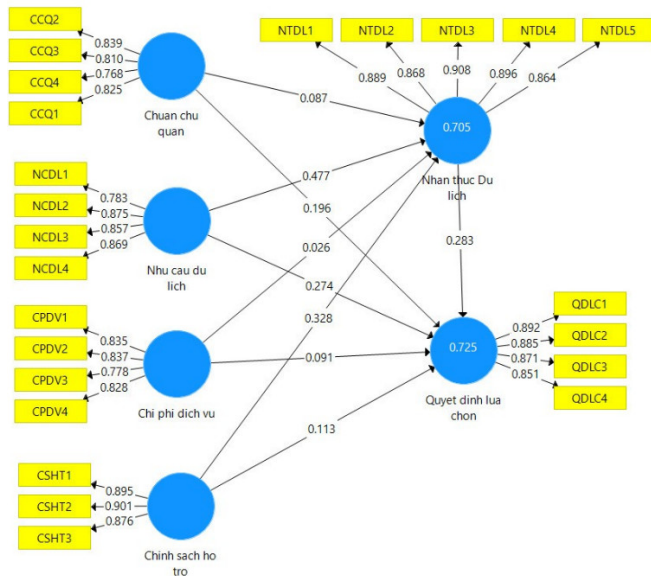
(i) Kết quả về sự phù hợp của mô hình

Hệ số SRMR bằng 0,054 cho thấy mô hình dự đoán càng tốt trùng khớp với dữ liệu. Kết quả kiểm định mô hình cấu trúc cho thấy rằng, hệ số VIF hầu hết nhỏ hơn 3, không xảy ra hiện tượng đa cộng tuyến [6].

Bảng 3. Bảng chỉ số R bình phương

	R Square	R Square Adjusted
Nhận thức du lịch	0,705	0,702
Quyết định lựa chọn	0,725	0,722

R bình phương hiệu chỉnh của NTDL bằng 0,702, như vậy các biến độc lập tác động vào nó gồm CCQ, NCDL, CPDV, CSHT đã giải thích được 70,2% sự biến thiên (phương sai) của biến NTDL. R bình phương hiệu chỉnh của QDLC bằng 0,722, như vậy biến độc lập NTDL tác động vào nó đã giải thích được 72,2% sự biến thiên (phương sai) của biến QDLC.



Hình 2. Kết quả kiểm định mô hình cấu trúc (Nguồn: Kết quả xử lý số liệu SMART PLS 3)

Để đánh giá được độ tin cậy và khẳng định bao quát quy mô mẫu nghiên cứu trong SMART PLS 3.0, nhóm nghiên cứu sử dụng kỹ thuật Bootstrapping phóng đại 5000 lần.

Bảng 4. Bảng đánh giá các mối quan hệ tác động

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
Chi phí dịch vụ -> Nhận thức du lịch	0,026	0,026	0,047	0,560	0,575
Chi phí dịch vụ -> Quyết định lựa chọn	0,091	0,091	0,055	1,642	0,101
Chuẩn chủ quan -> Nhận thức du lịch	0,087	0,087	0,057	1,525	0,127

Chuẩn chủ quan -> Quyết định lựa chọn	0,196	0,193	0,067	2,948	0,003
Chính sách hỗ trợ -> Nhận thức du lịch	0,328	0,329	0,065	5,016	0,000
Chính sách hỗ trợ -> Quyết định lựa chọn	0,113	0,114	0,080	1,417	0,157
Nhận thức du lịch -> Quyết định lựa chọn	0,283	0,284	0,084	3,367	0,001
Nhu cầu du lịch -> Nhận thức du lịch	0,477	0,477	0,061	7,805	0,000
Nhu cầu du lịch -> Quyết định lựa chọn	0,274	0,274	0,067	4,112	0,000

(Nguồn: Kết quả xử lý số liệu SMART PLS 3)

Xét vào mức độ ảnh hưởng, thông qua kết quả kiểm định mô hình cấu trúc qua kết quả kiểm định mô hình cấu trúc có thể thấy rằng các biến như: CSHT, NCDL tác động đến NTDL có giá trị P-Values của các mối tác động đều < 0,05, do vậy các mối tác động này đều có ý nghĩa thống kê. Có 2 biến tác động lên NTDL là CSHT và NCDL. Hệ số tác động chuẩn hóa của 2 biến này lần lượt là 0,328 và 0,477. Như vậy, mức độ tác động của 2 biến này lên NTDL theo thứ tự từ yếu đến mạnh là CSHT và NCDL.

CCQ, NTDL, NCDL tác động đến QDLC có giá trị P-Values của các mối tác động đều < 0,05, do vậy các mối tác động này đều có ý nghĩa thống kê. Có 3 biến tác động lên QDLC là CCQ, NTDL và NCDL. Hệ số tác động chuẩn hóa của 3 biến này lần lượt là 0,196; 0,283 và 0,274. Như vậy, NTDL tác động mạnh nhất đến QDLC. Tuy nhiên, 2 biến CPDV (0,575), CCQ (0,127) không tác động đến NTDL và 2 biến CPDV (0,101), CSHT (0,157) không tác động đến QDLC do giá trị P-Values của các mối tác động lớn hơn 0,05.

Vì vậy, nhóm nghiên cứu bác bỏ 2 biến CPDV, CCQ không ảnh hưởng đến NTDL và 2 biến CPDV, CSHT không ảnh hưởng đến QDLC do số liệu không có ý nghĩa thống kê.

Bảng 5. Bảng kết quả nghiên cứu

STT	Tên Giả thuyết	Kết quả
1	Chi phí dịch vụ -> Nhận thức du lịch	Không chấp nhận
2	Chi phí dịch vụ -> Quyết định lựa chọn	Không chấp nhận

3	Chuẩn chủ quan -> Nhận thức du lịch	Không chấp nhận
4	Chuẩn chủ quan -> Quyết định lựa chọn	Chấp nhận
5	Chính sách hỗ trợ -> Nhận thức du lịch	Chấp nhận
6	Chính sách hỗ trợ -> Quyết định lựa chọn	Không chấp nhận
7	Nhận thức du lịch -> Quyết định lựa chọn	Chấp nhận
8	Nhu cầu du lịch -> Nhận thức du lịch	Chấp nhận
9	Nhu cầu du lịch -> Quyết định lựa chọn	Chấp nhận

(Nguồn: Kết quả xử lý dữ liệu của nhóm nghiên cứu)

5. KẾT LUẬN

Bài báo sử dụng kết hợp hai phương pháp: nghiên cứu định tính và nghiên cứu định lượng. Nhóm tác giả đã đề xuất mô hình mới với 5 nhân tố: Chuẩn chủ quan; Nhu cầu du lịch; Chính sách hỗ trợ; Chi phí dịch vụ; Nhận thức du lịch. Kết quả khảo sát cho thấy quyết định lựa chọn du lịch xanh của sinh viên phụ thuộc vào nhiều yếu tố, trong đó nhu cầu du lịch xanh đóng vai trò quan trọng đặc biệt đối với du khách. Nghiên cứu có mô hình lý thuyết khá phù hợp với các nghiên cứu trước, vì vậy có thể làm cơ sở để nghiên cứu tiếp theo cũng như vận dụng cho những điểm đến khác trong phạm vi cả nước.

Nhà trường nên có các giải pháp nhằm nâng cao nhận thức của sinh viên về du lịch xanh, bằng việc tổ chức các buổi hội thảo, chuyên đề về du lịch xanh cho sinh viên, lồng ghép nội dung du lịch xanh vào chương trình giảng dạy của các môn học liên quan, phổ biến thông tin về du lịch xanh qua website, bảng tin, fanpage của nhà trường, sinh viên cần phải tự nâng cao nhận thức về du lịch xanh như việc tự tìm hiểu về du lịch xanh và tác động tích cực của nó đối với môi trường và cộng đồng hay tham gia các hoạt động tuyên truyền, nâng cao nhận thức về du lịch xanh.

Bên cạnh những kết quả đạt được, nghiên cứu vẫn còn một số những hạn chế, cụ thể:

Thứ nhất, cơ cấu chọn mẫu của nhóm nghiên cứu còn chưa đa dạng, chủ yếu là sinh viên trong khi du lịch xanh thì phần lớn được lựa chọn là những người đã ra trường đi làm và có gia đình.

Thứ hai, nhóm nghiên cứu đã tìm hiểu về một số nhân tố tác động đến quyết định lựa chọn du lịch xanh của sinh viên Trường Đại học Công nghiệp Hà Nội, tuy nhiên sau khi tham khảo các tài liệu liên quan cũng như nghiên cứu, nhóm nghiên cứu nhận thấy các nhân tố của quyết định lựa chọn du lịch xanh không chỉ nằm trong những nhân tố đề cập mà còn có thể tồn tại rất nhiều các yếu tố khác nữa như: tính sẵn có của sản phẩm du lịch xanh, môi trường học tập, thái độ.

Trong các nghiên cứu tiếp theo, nhóm nghiên cứu sẽ dự kiến thu thập và đánh giá tư liệu từ các chuyên gia, doanh

nh nghiệp trong lĩnh vực du lịch. Dữ liệu được định hướng sẽ thu thập bằng phương pháp phỏng vấn sâu, phỏng vấn nhóm tập trung. Bên cạnh đó, nhóm nghiên cứu cũng sẽ cố gắng đa dạng hoá đối tượng người tiêu dùng trong quá trình thu thập câu trả lời cho phiếu khảo sát.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1]. Ajzen, "The Theory of Planned Behavior," *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2):179-211, 1991.
- [2]. Nguyễn Thị Thùy Vinh, Nguyễn Đình Thanh, "Các nhân tố ảnh hưởng đến hành vi lựa chọn du lịch xanh ở Việt Nam," *Tạp chí Quản lý kinh tế quốc tế*, 2021.
- [3]. Judith Chen-Hsuan Cheng, Ai-Hsuan Chiang, Yulan Yuan, Ming-Yuan Huang, "Exploring Antecedents of Green Tourism Behaviors: A Case Study in Suburban Areas of Taipei, Taiwan," *Sustainability*, 2018.
- [4]. Chu Nguyễn Mộng Ngọc, Hoàng Trọng, *Phân tích dữ liệu nghiên cứu với SPSS*, Tập 2. NXB Hồng Đức, TP. Hồ Chí Minh, 2018.
- [5]. William C. Black, Barry J. Babin, Rolph E. Anderson, Joseph F. Hair Jr, *Multivariate Data Analysis (7th Edition)*. Pearson Education International, Upper saddle River, New Jersey, 2010.
- [6]. J. J. R. Joseph, F. Hair., "When to use and how to report the results of PLS-SEM," *European Business Review*, 2019.
- [7]. L. M. Bruce Curry, "Neural Networks in Marketing: Modelling Consumer Responses to Advertising Stimuli," *European Journal of Marketing*, 1993.
- [8]. D. Havitz, "Consumer Behavior and Tourism: Review and Extension of Four Study Areas," *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 3(3): 37-57, 1995.
- [9]. Tarun Kanti Bose, Feroz Ahmed, "Factors Affecting the Selection of Tour Destination in Bangladesh: An Empirical Analysis," *International Journal of Business and Management*, 2010.
- [10]. P. V. Đại, *Hành vi lựa chọn sản phẩm du lịch của du khách Việt Nam*. Luận án Tiến sĩ, Trường Đại học Sư phạm Hà Nội, 2016.
- [11]. M. F. Icek Ajzen, *Understanding attitudes and predicting social behavior*. Prentice-Hall, 1980.
- [12]. Nguyễn Thùy Trang, "Phát triển du lịch xanh ở Việt Nam: Thực trạng và giải pháp phát triển bền vững," *Tạp chí Công Thương*, 2023.
- [13]. Echtner C.M., Ritchie J.R.B., "The Meaning and Measurement of Destination Image," *The Journal of Tourism Studies*, 2, 2-12, 1991.
- [14]. Đinh Phi Hồ, Quách Thị Minh Trang, "Tác động hình ảnh điểm đến du lịch đối với sự hài lòng du khách: Trường hợp nghiên cứu của biển đảo Nha Trang," *Tạp chí Công Thương*, 10, 2023.
- [15]. Cheng J.C.H., Chiang A.H., Yuan Y., Huang M.Y., "Exploring antecedents of greentourism: A case study in suburban areas of Taipei," *Sustainability*, 2018.

- [16]. Victo T.C. Middleton., *Marketing in Travel and Tourism*. Butterworth-Heinemann, Oxford, 1994.
- [17]. Mai Thúy An và cộng sự, *Các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn điểm đến du lịch của sinh viên – Trường hợp lựa chọn điểm đến Tam Đảo của sinh viên trường Đại học Kinh tế Quốc dân*. Đề tài Nghiên cứu khoa học cấp trường, Trường Đại học Kinh tế quốc dân, Hà Nội, 2021.
- [18]. Heesup Han, Li-Tzang (Jane) Hsu, Jin- Soolee, "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*, 10 (4): 519-528, 2009.
- [19]. Lam T., Hsu C.H.C. "Predicting Behavioral Intention of Choosing a Travel Destination," *Tourism Management*, 27, 589-599, 2006.
- [20]. Ringle C. M., Wende S., Becker J.M., "Mobile Banking Choices of Entrepreneurs: A Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) Perspective," *Theoretical Economics Letters*, 8, 14, 2018.
- [21]. Joseph F. Hair, Lucy Matthews, Ryan Matthews, Marko Sarstedt, "PLS-SEM or CB-SEM: updated guidelines on which method to use," *International Journal of Multivariate Data Analysis*, 2, 2017.
- [22]. Chin W., "The Partial Least Squares Approach to Structural Equation Modeling," *Advances in Hospitality and Leisure*, 8(2), 1998.
- [23]. Henseler J., Sarstedt M., "Goodness-of-Fit Indices for Partial Least Squares Path Modeling," *Computational Statistics*, 28, 565-580, 2013.
- [24]. Trần Thị Tuyết, Nguyễn Văn Mạnh, "Các yếu tố ảnh hưởng tới quyết định lựa chọn điểm đến du lịch sinh thái tại vùng đồng bằng Sông Hồng và duyên hải Đông Bắc Việt Nam," *Tạp chí Kinh tế và Phát triển*, 307(2), 41-51, 2023.

AUTHORS INFORMATION

Do Hai Hung¹, Nguyen Thi Thanh Hong²

¹School of Economics, Hanoi University of Industry, Vietnam

²Student of School of Economics, Hanoi University of Industry, Vietnam