

YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN Ý ĐỊNH LƯU TRÚ TẠI KHÁCH SẠN XANH CỦA KHÁCH DU LỊCH KHI ĐẾN TỈNH KHÁNH HÒA

● NGUYỄN HỮU THÁI THỊNH - PHẠM THỊ NHUNG - ĐẬU MINH ĐỨC

TÓM TẮT:

Bài viết nghiên cứu về các yếu tố ảnh hưởng đến chuẩn mực đạo đức, thái độ và ý định lưu trú tại khách sạn xanh của khách du lịch khi đến tỉnh Khánh Hòa. Kết quả nghiên cứu cho thấy nhận thức về tác hại và nhận thức về trách nhiệm ảnh hưởng đáng kể đến chuẩn mực đạo đức. Đồng thời, nghiên cứu cũng khẳng định sự quan tâm về môi trường, niềm tin về môi trường và cam kết về môi trường ảnh hưởng tích cực đến thái độ đối với lưu trú tại khách sạn xanh. Hàm ý quản trị đã được thảo luận để gia tăng ý định lưu trú tại khách sạn xanh của khách du lịch.

Từ khóa: khách sạn xanh, chuẩn mực đạo đức, ý định lưu trú, khách du lịch, ý định.

1. Đặt vấn đề

Với sự phát triển mạnh mẽ của các ngành công nghiệp, các ngành kinh tế cũng như sự phát triển nhanh chóng của dân cư xã hội đã dẫn đến sự ô nhiễm môi trường và tiêu thụ quá mức tài nguyên thiên nhiên. Do vậy, sự phát triển bền vững về môi trường ngày càng được người tiêu dùng, các tổ chức kinh doanh, xã hội và chính phủ ở nhiều quốc gia quan tâm (Wang & cộng sự, 2021). Đồng thời, ngày càng có nhiều người tiêu dùng chú trọng đến ý định hành vi tiêu dùng xanh. Theo Han và cộng sự (2017), khách du lịch ngày càng thân thiện với môi trường và bảo vệ môi trường cũng như tham gia vào các hoạt động giải trí thân thiện với môi trường. Bên cạnh đó, du lịch đóng vai trò vừa là động lực

kinh tế vừa là mối đe dọa và gây ra những áp lực to lớn đối với môi trường. Trước bối cảnh này, ngành Du lịch nói chung và ngành Khách sạn nói riêng nên tập trung nhiều hơn vào việc kinh doanh bền vững, kinh doanh xanh và chú trọng vào các giải pháp nhằm thu hút và gia tăng ý định tiêu dùng xanh của khách du lịch.

Hiện nay, đã có nhiều nghiên cứu về các yếu tố ảnh hưởng đến ý định tiêu dùng xanh nói chung và ý định lưu trú tại khách sạn xanh nói riêng (Han & cộng sự, 2010; Phạm Thị Tú Uyên & Phan Hoàng Long, 2020; Wang & cộng sự, 2021; Fauzi & cộng sự, 2022;...). Tuy nhiên, với sự khác biệt về các đặc điểm vùng miền như: vị trí địa lý, mức độ phát triển kinh tế, môi trường quốc gia, văn hóa xã hội địa

phương, cũng như đặc điểm khách hàng đã dẫn đến sự khác nhau về các yếu tố ảnh hưởng đến ý định lưu trú tại khách sạn xanh trong các nghiên cứu. Do vậy, bài viết này nghiên cứu ảnh hưởng đồng thời của các yếu tố đến chuẩn mực đạo đức, thái độ và ý định lưu trú tại khách sạn xanh của khách du lịch khi đến tỉnh Khánh Hòa.

2. Cơ sở lý thuyết và mô hình nghiên cứu

Khách sạn xanh là cơ sở lưu trú tham gia vào các hoạt động thân thiện với môi trường nhằm bảo vệ tài nguyên thiên nhiên, giảm thiểu chất thải và tái chế vật liệu (Rahman & Reynolds, 2016). Chuẩn mực đạo đức đề cập đến ý thức của một người về nghĩa vụ đạo đức phải thực hiện hành động nhất định xuất phát từ nhận thức của họ về hậu quả có hại của việc không thực hiện các hành động đó và cảm giác của họ về trách nhiệm phải hành động (Rosenthal & Ho, 2020). Chuẩn mực đạo đức là yếu tố trực tiếp quyết định hành vi, được kích hoạt bằng nhận thức về hậu quả một cách gián tiếp thông qua việc quy trách nhiệm (Onwezen & cộng sự, 2013). Thái độ là cảm xúc tích cực hay tiêu cực của cá nhân bị ảnh hưởng bởi các yếu tố tâm lý và các tình huống đang gặp phải (Ajzen, 1991). Ý định thể hiện sự sẵn lòng của mọi người để tiếp cận một hành vi nhất định và mức độ nỗ lực mà họ đang cố gắng thực hiện hành vi đó (Ajzen, 1991). Ý định lưu trú tại khách sạn xanh đề cập đến sự sẵn lòng và khả năng của khách hàng trong việc lựa chọn khách sạn xanh để lưu trú (Han & cộng sự, 2010).

Các nghiên cứu trước đây đã sử dụng lý thuyết về hành vi có kế hoạch (TPB) cũng như TBP mở rộng để khám phá các yếu tố dự báo về ý định lưu trú tại khách sạn xanh (Chen & Tung, 2014; Nimri & cộng sự, 2019; Phạm Thị Tú Uyên & Phan Hoàng Long, 2020; Wang & cộng sự, 2021). Dựa trên lý thuyết TPB mở rộng, Chen và Tung (2014) tiết lộ sự quan tâm về môi trường ảnh hưởng tích cực đến thái độ đối với khách sạn xanh, các chuẩn mực chủ quan và nhận thức kiểm soát hành vi cũng như nhận thức của họ về việc kiểm soát hành vi, nghĩa vụ đạo đức ảnh hưởng đến ý định

lưu trú tại khách sạn xanh. Bên cạnh đó, Phạm Thị Tú Uyên, Phan Hoàng Long (2020) cũng sử dụng TPB để xem xét các yếu tố ảnh hưởng đến lựa chọn khách sạn xanh của du khách tại thành phố Đà Nẵng. Kết quả cho thấy thái độ, chuẩn mực chủ quan và nhận thức kiểm soát hành vi đều có ảnh hưởng tích cực đến ý định lưu trú tại khách sạn xanh.

Một số nghiên cứu khác đã sử dụng lý thuyết kích hoạt chuẩn, lý thuyết về giá trị - niềm tin - chuẩn mực để xem xét ý định lưu trú tại khách sạn xanh (Yan & Chai, 2021; Fauzi & cộng sự, 2022; D'Arco & cộng sự, 2023). Dựa trên mô hình kích hoạt tiêu chuẩn mở rộng, Yan và Chai (202) đã chứng minh mối quan tâm về môi trường và nhận thức tính hiệu quả của người tiêu dùng ảnh hưởng tích cực đến chuẩn mực đạo đức và ý định lưu trú tại khách sạn xanh. Fauzi và cộng sự (2022) đã tích hợp TPB và lý thuyết về giá trị - niềm tin - chuẩn mực để phát triển mô hình về ý định lưu trú tại khách sạn xanh. Ngoài ra, các nghiên cứu khác cũng chỉ ra các đặc điểm tâm lý của người tiêu dùng (như mối quan tâm về môi trường, kiến thức về môi trường, nhận thức về môi trường, cam kết về môi trường) ảnh hưởng đến ý định hành vi lưu trú tại khách sạn xanh (Han & cộng sự, 2010; Hou & Wu, 2021; Sultana & cộng sự, 2022).

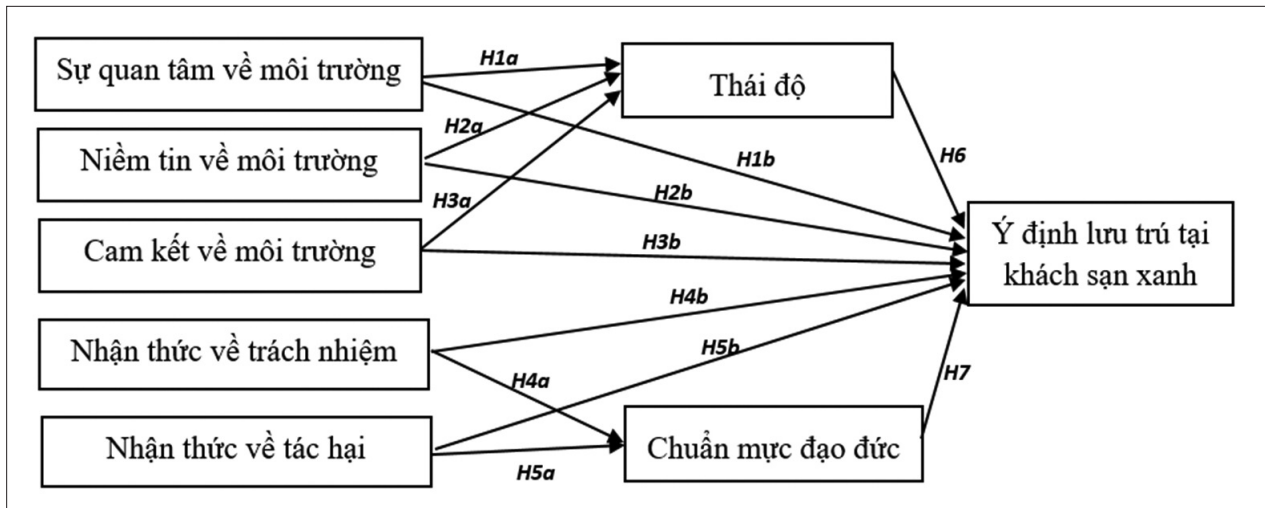
Dựa trên kết quả của các nghiên cứu đã nói ở trên, nghiên cứu này sử dụng tích hợp lý thuyết kích hoạt chuẩn với các đặc điểm tâm lý của người tiêu dùng để nghiên cứu ý định lưu trú tại khách sạn xanh của khách du lịch khi đến tỉnh Khánh Hòa. Vì vậy, nghiên cứu đề xuất mô hình như sau: (Hình 1)

3. Phương pháp nghiên cứu

Với phương pháp chọn mẫu thuận tiện, dữ liệu nghiên cứu được thu thập từ 257 khách du lịch nội địa đến tỉnh Khánh Hòa trong khoảng thời gian từ tháng 12/2023 đến tháng 01/2024.

Thang đo các khái niệm trong mô hình được kế thừa từ các nghiên cứu trước: Sự quan tâm về môi trường (Hou & Wu, 2021; Fauzi & cộng sự, 2022), Niềm tin về môi trường và Cam kết về môi trường (Fauzi & cộng sự, 2022), Nhận thức về trách nhiệm

Hình 1: Mô hình nghiên cứu đề xuất



Nguồn: nhóm tác giả thực hiện

và Nhận thức về tác hại (Yan & Chai 2021), Chuẩn mực đạo đức (Yan & Chai, 2021; Fauzi & cộng sự, 2022), Thái độ (Phạm Thị Tú Uyên & Phan Hoàng Long, 2020) và Ý định lưu trú tại khách sạn xanh (Yan & Chai, 2021). Thang đo Likert 5 bậc được sử dụng. Các thang đo được đánh giá bằng hệ số Cronbach's alpha, phân tích nhân tố khám phá, phân tích nhân tố xác định. Đồng thời, phương pháp mô hình hóa phương trình cấu trúc (SEM) được sử dụng để kiểm định các quan hệ cấu trúc giữa các khái niệm trong mô hình lý thuyết.

4. Kết quả nghiên cứu

Kiểm định Cronbach's Alpha

Thang đo các khái niệm đều có hệ số Cronbach's Alpha khá tốt, từ 0,830 đến 0,888. Tuy nhiên, thang đo Sự quan tâm môi trường loại biến QTMT6, thang đo Thái độ đối với lưu trú tại khách sạn xanh loại biến TDCN1. Bởi các biến này có hệ số tương quan biến tổng < 0,3.

Phân tích nhân tố khám phá (EFA)

Kết quả EFA thái độ, chuẩn mực đạo đức và ý định lưu trú tại khách sạn xanh cho thấy: KMO = 0,865 > 0,5; sig. = 0,000, thể hiện mức ý nghĩa khá cao. Tuy nhiên, biến CMDD1 có hệ số tải < 0,5 nên phải thực hiện EFA lần 2. Kết quả lần EFA lần 2 có KMO=0,863, sig. = 0,000 và có 3 nhân tố được trích với tổng phương sai trích bằng 70,065% > 60%, các

biến có mức tải nhân tố biến thiên từ 0,716 đến 0,863, đều > 0,5. Điều này chứng tỏ thang đo giải thích tốt khái niệm.

Kết quả EFA biến độc lập cho thấy, KMO = 0,873 > 0,5; sig. = 0,000, thể hiện mức ý nghĩa khá cao. Kết quả cũng chỉ ra có 5 nhân tố được trích với tổng phương sai trích bằng 69,483% > 60%, các biến có mức tải nhân tố biến thiên từ 0,651 đến 0,881, đều > 0,5. Vì vậy, giá trị các thang đo này đều chấp nhận được.

Phân tích nhân tố khẳng định (CFA)

Kết quả CFA 8 yếu tố trong mô hình nghiên cứu cho thấy, RMSEA = 0,045 < 0,08; GFI = 0,862; TLI= 0,939; CFI = 0,946 đều > 0,8; Chi-square = 709,688 (p = ,000), CMIN/df = 1,520 < 3. Trọng số nhân tố (chuẩn hóa) của tất cả các biến đều có ý nghĩa thống kê (0,680 - 0,884, đều > 0,5; p < 0,001) và tất cả các mối tương quan của các khái niệm thành phần kết hợp với sai số chuẩn đều có p-value = 0,000 < 0,05. Đồng thời, các thang đo đều đạt độ tin cậy tổng hợp > 0,8; phương sai trích > 0,5 và MSV < AVE, ASV < AVE, căn bậc hai của AVE > các tương quan giữa các khái niệm. Vì vậy, thang đo 8 khái niệm đều phù hợp với dữ liệu thị trường, đạt được độ tin cậy, đạt giá trị hội tụ và có giá trị phân biệt với các thành phần còn lại. (Bảng 1)

Bảng 1. Kết quả kiểm định độ tin cậy và giá trị phân biệt của các khái niệm

Khái niệm	CR	AVE	MSV	ASV	1	2	3	4	5	6	7	8
1. Sự quan tâm về môi trường	0,883	0,588	0,303	0,195	0,767							
2. Niềm tin về môi trường	0,834	0,626	0,227	0,136	0,386*	0,792						
3. Cam kết về môi trường	0,884	0,575	0,249	0,162	0,445*	0,236*	0,758					
4. Nhận thức về trách nhiệm	0,832	0,623	0,358	0,165	0,309*	0,316*	0,364*	0,789				
5. Nhận thức về tác hại	0,836	0,561	0,342	0,191	0,460*	0,351*	0,416*	0,351*	0,749			
6. Thái độ	0,868	0,571	0,384	0,195	0,490*	0,412*	0,440*	0,304*	0,388*	0,756		
7. Chuẩn mực đạo đức	0,898	0,638	0,358	0,213	0,410*	0,361*	0,359*	0,598*	0,535*	0,367*	0,799	
8. Ý định lưu trú tại Khách sạn xanh	0,831	0,621	0,384	0,292	0,550*	0,476*	0,499*	0,503*	0,585*	0,620*	0,534*	0,788

(Ghi chú: *: $p\text{-value} = 0.000$; CR - Độ tin cậy tổng hợp; AVE - Phương sai trích; MSV Phương sai chia sẻ cực đại; ASV - Phương sai chia sẻ trung bình; căn bậc hai của phương sai trên đường chéo chính, hệ số tương quan giữa các cấu trúc nằm dưới đường chéo chính).

Nguồn: Nhóm tác giả thực hiện

Kết quả kiểm định giả thuyết nghiên cứu

Kết quả kiểm định giả thuyết (Bảng 2) cho thấy, Sự quan tâm về môi trường, Niềm tin về môi trường, Cam kết về môi trường đều tác động trực tiếp đến thái độ đối với lưu trú tại khách sạn xanh. Trong đó, tác động mạnh nhất đến thái độ đối với lưu trú tại khách sạn xanh là Sự quan tâm về môi trường (trọng số là 0,281), tiếp đến là Niềm tin về môi trường (trọng số là 0,261), và cuối cùng là Cam kết về môi trường (trọng số là 0,246).

Kết quả nghiên cứu cũng khẳng định Nhận thức về trách nhiệm và Nhận thức về tác hại ảnh hưởng đáng kể đến chuẩn mực đạo đức với trọng số lần lượt là 0,484 và 0,395.

Thêm vào đó, kết quả nghiên cứu chỉ ra có 5 yếu tố ảnh hưởng trực tiếp đến ý định lưu trú tại khách sạn xanh. Cụ thể, chuẩn mực đạo đức tác động mạnh nhất đến ý định lưu trú tại khách sạn xanh (trọng số là 0,216), nhận thức trách nhiệm (trọng số là 0,211), tiếp theo là thái độ đối với lưu trú tại khách sạn xanh (trọng số là 0,167), sự quan tâm về môi trường (trọng số là 0,152) và cuối cùng là niềm tin về môi trường (trọng số là 0,134). (Bảng 2)

5. Hàm ý nghiên cứu

Nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến ý định lưu trú tại khách sạn xanh của khách du lịch giữ vai trò rất quan trọng đối với hoạt động kinh doanh của các khách sạn cũng như nâng cao ý thức về việc bảo vệ môi trường hướng đến phát triển bền vững. Nhờ đó, khách sạn có các giải pháp phù hợp để thúc đẩy ý định lưu trú tại khách sạn xanh của khách du lịch.

Các khách sạn cần chú trọng việc

Bảng 2. Kết quả kiểm định mối quan hệ giữa các khái niệm trong mô hình nghiên cứu

GT	Mối quan hệ	Hệ số chuẩn hóa	P-Value	Kết quả
H1a	Sự quan tâm về môi trường -> Thái độ đối với lưu trú tại khách sạn xanh	0,281	0,000	Chấp nhận
H1b	Sự quan tâm về môi trường -> Ý định lưu trú tại khách sạn xanh	0,152	0,032	Chấp nhận
H2a	Niềm tin về môi trường -> Thái độ đối với lưu trú tại khách sạn xanh	0,261	0,000	Chấp nhận
H2b	Niềm tin về môi trường -> Ý định lưu trú tại khách sạn xanh	0,134	0,048	Chấp nhận
H3a	Cam kết về môi trường -> Thái độ đối với lưu trú tại khách sạn xanh	0,246	0,000	Chấp nhận
H3b	Cam kết về môi trường -> Ý định lưu trú tại khách sạn xanh	0,094	0,191	Bác bỏ
H4a	Nhận thức về trách nhiệm-> Chuẩn mực đạo đức	0,484	0,000	Chấp nhận
H4b	Nhận thức về trách nhiệm-> Ý định lưu trú tại khách sạn xanh	0,137	0,085	Bác bỏ
H5a	Nhận thức về tác hại-> Chuẩn mực đạo đức	0,395	0,000	Chấp nhận
H5b	Nhận thức về tác hại-> Ý định lưu trú tại khách sạn xanh	0,211	0,009	Chấp nhận
H6	Thái độ đối với lưu trú tại khách sạn xanh -> Ý định lưu trú tại khách sạn xanh	0,167	0,017	Chấp nhận
H7	Chuẩn mực đạo đức -> Ý định lưu trú tại khách sạn xanh	0,216	0,011	Chấp nhận

Nguồn: Nhóm tác giả thực hiện

hình thành thói quen, hành vi tiêu dùng xanh, nâng cao giá trị nhận thức của du khách, cũng như cần có kế hoạch hiệu quả để nâng cao thái độ tích cực của họ như: thực hiện lắp đặt các hệ thống giúp du khách phân loại chất thải đúng nơi quy định; hướng dẫn khách bảo vệ môi trường thông qua hành động chỉ nên yêu cầu giặt khăn mặt, khăn tắm, ga giường khi cần thiết, từ đó giảm hoạt động giặt giũ và tác động giảm thiểu một mức nhất định việc xả các chất tẩy rửa ra môi trường; cung cấp thông tin lợi ích về du lịch xanh trên website/mạng xã hội, phòng nghỉ, các khu vực công cộng của khách sạn.

Các khách sạn nên thực hiện tốt các cam kết về kinh doanh xanh với du khách. Đồng thời, khách sạn nên tuyên truyền và thể hiện các cam kết này

để thuyết phục khách cùng khách sạn giữ gìn và bảo vệ môi trường. Để gia tăng sự tin cậy, khách sạn cung cấp các thông tin liên quan đến khách sạn xanh trên các phương tiện truyền thông như các thực hành xanh (tiết kiệm điện, nước, có biện pháp phân loại và xử lý rác thải), giảm thải, tái sử dụng, tái chế, phân loại chất thải; trang bị hệ thống lọc và xử lý chất thải để giảm đến mức thấp nhất những tác động tiêu cực cho môi trường.

Cuối cùng, các khách sạn có thể tổ chức các cuộc thi viết bài cảm nhận, hoặc khuyến khích du khách quan tâm đưa ra những xu hướng, đề xuất mới trong thực hành xanh, từ đó sẽ thu hút được sự quan tâm, kích thích sự tham gia của du khách vào các thực hành xanh của khách sạn ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Phạm Thị Tú Uyên, Phan Hoàng Long (2020). Lý thuyết hành vi dự định trong nghiên cứu ý định lựa chọn khách sạn xanh của du khách tại Thành phố Đà Nẵng. *Tạp chí Khoa học Đại học Huế: Kinh tế và Phát triển*, 129(5C), 79-93.
2. Ajzen I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behaviour and Human Decision Processes*, 50, 179-211.
3. Chen M. F., and 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.
4. D'Arco M., Marino V., & Resciniti R. (2023). Exploring the pro-environmental behavioral intention of Generation Z in the tourism context: The role of injunctive social norms and personal norms. *Journal of Sustainable Tourism*, 1-22.
5. Han H., Hsu L. T. J., & 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.
6. Han H., Meng B., & Kim W. (2017). Emerging bicycle tourism and the theory of planned behavior. *Journal of sustainable tourism*, 25(2), 292-309.
7. Hou H. and Wu H. (2021), Tourists' perceptions of green building design and their intention of staying in green hotel. *Tourism and Hospitality Research*, 21(1), 115-128.
8. Fauzi M.A., Hanafiah M.H. & Kunjuraman V. (2022). Tourists' intention to visit green hotels: building on the theory of planned behaviour and the value-belief-norm theory. *Journal of tourism futures*, 1-22.
9. Nimri R., Patiar A., & Jin X. (2019). Consumers' Intention to Stay in Green Hotels in Australia: Theorization and Implications. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, XX(X), 1-20.
10. Rahman I., and Reynolds D. (2016). Predicting green hotel behavioral intentions using a theory of environmental commitment and sacrifice for the environment. *International Journal of Hospitality Management*, 52, 107-116.
11. Rosenthal S. and Ho K.L. (2020). Minding other people's business: Community attachment and anticipated negative emotion in an extended norm activation model. *Journal of Environmental Psychology*, 69, 101439
12. Onwezen M. C., Antonides G., & Bartels J. (2013). The Norm Activation Model: An exploration of the functions of anticipated pride and guilt in pro-environmental behaviour. *Journal of Economic Psychology*, 39, 141-153.
13. Sultana N., Amin S., and Azharul Islam A. (2022). Influence of perceived environmental knowledge and environmental concern on customers' green hotel visit intention: mediating role of green trust. *Asia-Pacific Journal of Business Administration*, 14(2), 223-243.
14. Wang L., Wang Z.X., Wong P.P.W., & Zhang Q. (2021). Consumer motivations, attitude and behavioral intention toward green hotel selection. *Journal of Tourism, Culinary and Entrepreneurship. Journal of Tourism, Culinary, and Entrepreneurship*, 1(2), 79-104.
15. Yan H., & Chai H. (2021). Consumers' Intentions towards Green Hotels in China: An Empirical Study Based on Extended Norm Activation Model. *Sustainability*, 13, 1-15, <https://doi.org/10.3390/su13042165>.

Ngày nhận bài: 29/01/2024

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 18/02/2024

Ngày chấp nhận đăng bài: 11/3/2024

Thông tin tác giả:

1. TS. NGUYỄN HỮU THÁI THỊNH¹

2. ThS. PHẠM THỊ NHUNG¹

3. ThS. ĐẬU MINH ĐỨC¹

¹Trường Đại học Khánh Hòa

**FACTORS AFFECTING THE INTENTION
OF TOURISTS TO STAY AT GREEN HOTELS
WHEN VISITING KHANH HOA PROVINCE**

● PhD. **NGUYEN HUU THAI THINH¹**

● Master. **PHAM THI NHUNG¹**

● Master. **DAU MINH DUC¹**

¹Khanh Hoa University

ABSTRACT:

This study explored the factors affecting the personal norms, attitude, and intention of tourists to stay at a green hotel when coming to Khanh Hoa province. The study's results confirmed that the awareness of consequences and the awareness of responsibility have significant influences on the personal norms of tourists. In addition, environmental concern, environmental beliefs, and environmental commitment all positively affect the attitude of tourists toward staying at a green hotel. The study pointed out some implications for encouraging more tourists to stay at green hotels.

Keywords: green hotel, personal norms, intention to stay, tourist, intention.