CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN HÀNH VI KHÁCH DU LỊCH NỘI ĐỊA LỰA CHỌN ĐIỂM ĐẾN DU LỊCH SINH THÁI TẠI TỈNH BẾN TRE

Phạm Hồng Hải[1]

FACTORS THAT IMPACT THE BEHAVIOR OF DOMESTIC TOURISTS ON CHOOSING ECO-TOURISM DESTINATION IN BEN TRE PROVINCE

Pham Hong Hai[1]

Tóm tắt – *Mục tiêu của nghiên cứu xác định các yếu tố tác động đến hành vi lựa chọn điểm đến du lịch sinh thái tại tỉnh Bến Tre. Nghiên cứu này nhằm kiểm định mối quan hệ giữa thái độ, chuẩn chủ quan, kiểm soát hành vi tác động đến ý định và hành vi lựa chọn điểm đến của khách du lịch. Nghiên cứu sử dụng phương pháp phân tích cấu trúc tuyến tính (SEM) với mẫu khảo sát gồm 169 khách du lịch nội địa chọn điểm đến du lịch sinh thái tại tỉnh Bến Tre. Kết quả nghiên cứu cho thấy cả ba yếu tố thái độ, chuẩn chủ quan và kiểm soát hành vi tác động tích cực đến ý định lựa chọn điểm đến của du khách. Bên cạnh đó, kết quả nghiên cứu cũng chứng minh hành vi kiểm soát và ý định tác động tích cực đến hành vi lựa chọn điểm đến của khách du lịch. Nghiên cứu cũng đề xuất các giải pháp nhằm thu hút khách du lịch đến các điểm đến du lịch sinh thái tại tỉnh Bến Tre, các hạn chế của nghiên cứu và hướng nghiên cứu trong tương lai.*

Từ khóa: lí thuyết ý định hành vi, thái độ, chuẩn chủ quan, hành vi kiểm soát, du lịch sinh thái.

Abstract – *The purpose of this study is to identify factors that influence the behavior of domestic tourists on choosing eco-tourism destination in Ben Tre province. This study was employed to examine the relationships of attitude, subjective norm, and perceived behavioral control with behavioral intention and actual behavior. The study uses Structural Equation Modeling (SEM) and the sample of 169 domestic tourists who choose eco-tourism destination in Ben Tre Province. The findings have indicated that attitude, subjective norm, perceived behavioral control have a direct effect on behavioral intention of tourists. The study also contributes some implications for enticing more tourists to ecotourism destination in Ben Tre province, limitations and suggestions for future studies.*

Keywords: theory of planned behavior, attitude, subjective norm, perceived behavioral control, ecotourism.

I. GIỚI THIỆU

Du lịch được biết đến như một ngành công nghiệp không khói, vừa mang đến nguồn thu lớn vừa đóng góp vào sự phát triển kinh tế xã hội của đất nước. Theo Hui et al [1], ngành du lịch ngày nay đã trở thành một ngành công nghiệp toàn cầu, phát triển với tốc độ nhanh trong thập kỉ qua và trở thành một trong những ngành công nghiệp lớn nhất trên thế giới. Nắm bắt được các yếu tố tác động đến quyết định lựa chọn điểm đến sẽ giúp các nhà quản lí điểm đến du lịch có chiến lược thu hút du khách hiệu quả hơn. Vì vậy, nghiên cứu về hành vi của khách du lịch đã

[1]Trường Cao đẳng Đồng Khởi - Bến Tre

Ngày nhận bài: 03/5/2019; Ngày nhận kết quả bình duyệt: 30/5/2019; Ngày chấp nhận đăng: 12/7/2019

Email: phamhonghai35@gmail.com

[1]Dong Khoi Vocational School - Ben Tre

Received date: 03rd May 2019 ; Revised date 30th May 2019; Accepted date: 12th July 2019

được nhiều nhà khoa học quan tâm [2]. Để nghiên cứu hành vi của du khách, mô hình lí thuyết ý định hành vi của Ajzen [3] thường được các nhà nghiên cứu lựa chọn nhằm dự báo ý định lựa chọn điểm đến của du khách. Lam & Hsu [4] nghiên cứu ý định khách du lịch Trung Quốc lựa chọn điểm đến tại Hồng Kông. Lam & Hsu [5] nghiên cứu khách du lịch người Đài Loan có ý định lựa chọn điểm đến tại Hồng Kông. Phetvaroon [6] nghiên cứu khách du lịch quốc tế có ý định chọn điểm đến Phuket tại Thái Lan. Việt Nam có ít nghiên cứu về hành vi lựa chọn điểm đến của khách du lịch. Gần đây, Chien et al [7] nghiên cứu về ý định của khách du lịch quốc tế chọn điểm đến du lịch ven biển Việt Nam. Theo March & Woodside [8], phần lớn các nghiên cứu trước dây chú ý đến ý định lựa chọn điểm đến nhưng ít chú ý đến hành vi thực tế. Nghiên cứu này góp phần làm sáng tỏ hiệu quả mô hình lí thuyết của Ajzen [3] về hành vi lựa chọn điểm đến của khách du lịch.

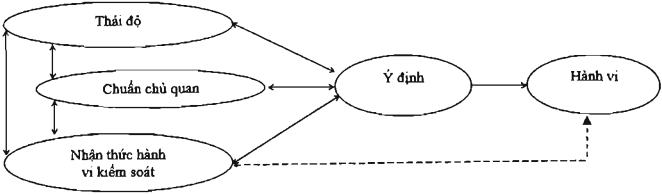
Bến Tre với đặc thù ba vùng cù lao gồm cù lao An Hóa, cù lao Bảo, cù lao Minh do phù sa của bốn nhánh sông Cửu Long bồi tụ thành (sông Tiền, sông Ba Lai, sông Hàm Luông và sông Cổ Chiên). Với đặc thù đó, Bến Tre có ưu thế phát triển loại hình du lịch sinh thái sông nước miệt vườn xứ dừa. Các loại hình du lịch của Bến Tre kết hợp như du lịch về nguồn, tham quan các khu văn hóa lịch sử, khu di tích Nguyễn Đình Chiểu, khu lưu niệm Nguyễn Thị Định, di tích Đồng Khởi, tham quan các làng nghề truyền thống, vườn cây ăn trái miệt Cái Mơn.... Các điểm tham quan này đã ngày càng thu hút du khách trong và ngoài tỉnh đến tham quan. Theo Tổng cục Du lịch [9], trong 9 tháng đầu năm 2018, Bến Tre đã thu hút được 1.238.896 lượt khách đến, tăng 24,4% so cùng kì, đạt 84,2% so với kế hoạch 2018. Trong đó, khách quốc tế chiếm 524.569 lượt, tăng 25,9%, đạt 81,6% so kế hoạch 2018; khách nội địa đạt 714.327 lượt, tăng 23,4% so với cùng kì, đạt 86,2% so kế hoạch 2018. Tuy nhiên, theo Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch Bến Tre [10], tuy lượng khách du lịch tăng đều trong thời gian qua nhưng lượng khách quay lại điểm đến còn khá ít. Vì vậy, nghiên cứu tìm hiểu các yếu tố tác động đến quyết định chọn điểm đến và ý định quay lại điểm đến của du khách sẽ góp phần thu hút khách du lịch đến Bến Tre ngày càng bền vững. Kết quả nghiên cứu và các gợi ý chính sách sẽ giúp các sở ban ngành của tỉnh và các chủ thể, đơn vị kinh doanh du lịch hiểu hơn về du khách để từ đó có những kế hoạch kinh doanh hiệu quả hơn.

II. TỔNG QUAN NGHIÊN CỨU

Lí thuyết hành vi hợp lí (TRA) được phát triển lần đầu vào năm 1967 bởi Fishbein, sau đó đã được sửa đổi và mở rộng bởi Ajzen và Fishbein [11]. Theo lí 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 lí 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 (BI) của một người. Theo Ajzen và Fishbein [11], ý định hành vi sẽ chịu ảnh hưởng bởi thái độ đối với hành vi và tiêu chuẩn chủ quan hành vi.

Thuyết hành vi dự định (TPB) của Ajzen [3] được phát triển từ lí thuyết hành vi hợp lí [11], lí thuyết này được tạo ra do sự hạn chế của lí thuyết trước về việc cho rằng hành vi của con người là do lí trí kiểm soát. Tương tự như lí thuyết TRA, nhân tố trung tâm trong lí thuyết hành vi có kế hoạch là ý định của cá nhân trong việc thực hiện một hành vi nhất định (Hình 1).

Lí thuyết hành vi dự định được áp dụng trong những nghiên cứu thực nghiệm nhằm dự báo ý định hành vi lựa chọn điểm đến của khách du lịch. Lam & Hsu [5] nghiên cứu ý định khách du lịch Trung Quốc chọn điểm đến Hồng Kông. Chien et al [7], nghiên cứu ý định khách du lịch quốc tế chọn điểm đến du lịch các điểm du lịch ven biển Việt Nam, kết quả nghiên cứu thái độ chuẩn chủ quan và kiểm soát hành vi tác động tích cực đến ý định lựa chọn điểm đến. Phetvaroon [6] nghiên cứu ý định hành vi khách du lịch quốc tế chọn điểm đến du lịch tại Phuket (Thái Lan) sau khủng hoảng sóng thần, kết quả cho thấy lí thuyết ý định hành vi thích hợp giải



Hình 1: Mô hình lí thuyết hành vi có kế hoạch (TPB) (Ajzen, 1991)

thích ý định chọn điểm đến của khách du lịch. Ngoài nghiên cứu hành vi của khách du lịch, TPB được áp dụng nghiên cứu vào nhiều lĩnh vực khác nhau, nghiên cứu hành vi mua hàng trên Internet [12]–[14], hành vi chấp nhận sử dụng Internet banking (Shih & Fang [15], Raman [16]), kinh doanh chứng khoán trên mạng Internet (Gopi & Ramayah [17]). Từ lí thuyết ý định hành vi và các nghiên cứu thực nghiệm, nghiên cứu đề xuất mô hình nghiên cứu với các giả thuyết như Hình 2.

H_1: Thái độ của khách du lịch tác động tích cực đến ý định trở lại điểm đến.

H_2: Chuẩn chủ quan tác động tích cực đến ý định trở lại điểm đến.

H_3: Hành vi kiểm soát tác động tích cực đến ý định trở lại điểm đến.

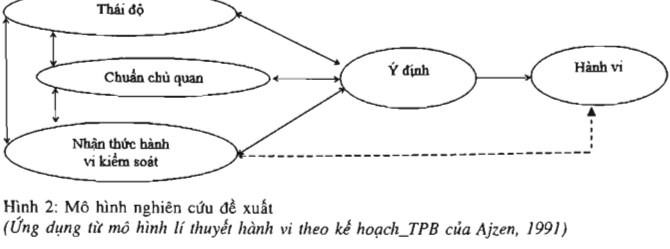
H_4: Ý định trở lại điểm đến tác động tích cực đến hành vi lựa chọn điểm đến.

H_5: Hành vi kiểm soát tác động tích cực đến hành vi lựa chọn điểm đến.

III. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

- Nghiên cứu định tính được thực hiện thông qua phỏng vấn sâu các chuyên gia, các nhà quản lí điểm đến du lịch. Sau khi hình thành bảng câu hỏi, chúng tôi tiến hành phỏng vấn trực tiếp 15 du khách để đánh giá nội dung và hình thức bảng hỏi trước khi tiến hành nghiên cứu chính thức. Thang đo trong nghiên cứu định tính gồm 18 biến quan sát, trong đó có 5 biến thuộc về thái độ, 4 biến thuộc về thang đo chuẩn chủ quan, 3 biến về hành vi kiểm soát, 3 biến về ý định và 3 biến thuộc về hành vi. Dựa trên nghiên cứu định tính, thang đo định lượng chính thức Likert 1-5 hoàn thiện gồm 18 biến tương tự mô hình trong nghiên cứu định tính và phù hợp với lí thuyết nên được chấp nhận cho bước nghiên cứu tiếp theo.

- Số liệu sơ cấp được thu thập bằng phương pháp phỏng vấn trực tiếp khách du lịch tại các điểm: khu du lịch Cồn Phụng, khu du lịch sinh thái vàm Hồ, khu du lịch sinh thái Phú An Khang, làng nghề hoa kiểng huyện Chợ Lách và làng nghề bánh tráng Mỹ Lồng huyện Châu Thành.... Do danh sách khách du lịch tại tỉnh Bến Tre không được thống kê sẵn nên phương pháp chọn mẫu thuận tiện được sử dụng. Số item trong bảng câu hỏi là 18, số quan sát kích thước mẫu tối thiểu tính được là 90 mẫu [18]. Nghiên cứu đã tiến hành khảo sát từ tháng 1 đến tháng 4 năm 2019, tác giả tiếp cận từng du khách trình bày mục tiêu nghiên cứu và thuyết phục du khách tham gia khảo sát, nếu du khách đồng ý tham gia thì khảo sát được tiến hành. Do hạn chế của phương pháp này là tính đại diện không cao nên nghiên cứu cố gắng tiếp cận đa dạng các đáp viên về tuổi và giới tính. Đối với mỗi đoàn khách du lịch, tác giả chỉ tiếp cận và phỏng vấn 1 đến 2 du khách để tăng tính đại diện. Kết quả, cuộc khảo sát đã thuyết phục được 195 khách du lịch nội địa đồng ý tham gia, tuy nhiên, chỉ 169 đáp viên hoàn thành đầy đủ các câu hỏi. Số lượng này vẫn đảm bảo yêu cầu về cỡ mẫu đã trình bày. Dữ liệu thu thập được xử lí trên SPSS 20 và AMOS 20 thông qua 5 bước gồm: (1) làm sạch dữ liệu thu thập, (2) kiểm định độ tin



Hình 2: Mô hình nghiên cứu đề xuất
(Ứng dụng từ mô hình lí thuyết hành vi theo kế hoạch_TPB của Ajzen, 1991)

cậy thang đo thông qua Cronbach's Alpha, (3) phân tích nhân tố khám phá – EFA, (4) phân tích nhân tố khẳng định – CFA và (5) kiểm định giả thuyết nghiên cứu bằng mô hình cấu trúc tuyến tính SEM.

IV. KẾT QUẢ VÀ THẢO LUẬN

A. Thông tin chung về đối tượng được phỏng vấn

Kết quả khảo sát 169 du khách tại tỉnh Bến Tre cho thấy khách du lịch là nữ giới chiếm 54%, nam giới chiếm 46%. Đa phần du khách đến từ ngoài tỉnh (chiếm 72,2%), trong đó, du khách ở các tỉnh phía nam chiếm tỉ trọng cao nhất (86,4%). Điều này cho thấy các điểm du lịch sinh thái ở Bến Tre ngày càng được du khách ngoài tỉnh quan tâm. Kết quả này cho thấy trong thời gian qua, các doanh nghiệp du lịch và chính quyền địa phương rất quan tâm đến công tác truyền thông du lịch. Các chương trình quảng bá về Bến Tre đã thu hút sự quan tâm của du khách trong và ngoài tỉnh.

Kết quả khảo sát cũng cho thấy khách du lịch có mức thu nhập từ 6 triệu đồng (64,2%) và có độ tuổi từ 26 trở lên chiếm tỉ trọng cao trong nhóm du khách được khảo sát (83%). Điều này hợp lí vì du khách ở tuổi này thường độc lập về tài chính và ra quyết định đi du lịch. Du khách đến các điểm du lịch sinh thái chủ yếu tham quan các làng nghề, vườn cây ăn trái và thưởng thức món ăn truyền thống tại địa phương, du khách cho biết các điểm đến phần lớn đều có niêm yết giá và giá cả phù hợp với thu nhập của du khách.

Trong số 169 khách du lịch được phỏng vấn, có 52 du khách đi theo hình thức mua tour trọn gói (chiếm 30,7%), 117 khách du lịch đi tự do theo hình thức đi theo nhóm và cá nhân (69,3%). Kết quả nghiên cứu cho thấy số lượng khách du lịch chọn kì nghỉ vào cuối tuần, thời gian lưu trú không dài và chủ yếu kết thúc chuyến du lịch trong ngày. Thông tin khách du lịch cho biết chương trình du lịch tại các điểm đến còn đơn điệu và có sự trùng lặp về sản phẩm du lịch giữa các điểm đến là nguyên nhân khách du lịch có thời gian lưu trú ngắn.

B. Kiểm định thang đo

Kết quả kiểm định Cronbach's Alpha cho thấy, hầu kết thang đo các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn điểm đến của du khách đạt được độ tin cậy tốt do hệ số Cronbach's Alpha lớn hơn 0,60 và hệ số tương quan biến tổng (item-total correlation) của các biến đều lớn hơn 0,3 [20]. Tuy nhiên, biến "ATT2" đo lường khái niệm thái độ, biến "SN4" đo lường khái niệm chuẩn chủ quan có hệ số tương quan biến tổng nhỏ hơn 0,3 nên hai biến bị loại ra khỏi mô hình. Như vậy, mô hình có 16 biến quan sát đo lường cho thang đo các yếu tố tác động đến hành vi lựa chọn điểm đến du lịch sinh thái tại tỉnh Bến Tre.

Bảng 1: Xây dựng thang đo cho biến nghiên cứu trong mô hình

Tên biến	Nội dung	Thang đo	Trích dẫn
Thái độ (ATT)	Du lịch sinh thái tại tỉnh Bến Tre thú vị (AT1) Du lịch sinh thái tại tỉnh Bến Tre tích cực (AT2) Du lịch sinh thái tại tỉnh Bến Tre vui vẻ (AT3) Du lịch sinh thái tại tỉnh Bến Tre dễ chịu (AT4) Du lịch sinh thái tại tỉnh Bến Tre có nhiều lợi ích (AT5)	Likert 1-5	Ajzen [19]; Lam & Hsu [5]
Chuẩn chủ quan (SN)	Những người mà tôi quen biết khuyên tôi chọn điểm đến du lịch sinh thái tại tỉnh Bến Tre (SN1) Những người thân trong gia đình ủng hộ tôi chọn điểm đến du lịch sinh thái tại tỉnh Bến Tre (SN2) Những người tôi tham khảo ý kiến khuyên tôi nên chọn du lịch sinh thái tỉnh Bến Tre (SN3) Nhiều người mà tôi quen biết chọn điểm đến du lịch sinh thái tại tỉnh Bến Tre (SN4)	Likert 1-5	Ajzen [19] : Lam & Hsu [5]
Hành vi kiểm soát (PBC)	Tôi có đủ thời gian, tiền bạc để đi du lịch sinh thái tại tỉnh Bến Tre (PBC1) Tôi được toàn quyền quyết định lựa chọn điểm đến du lịch sinh thái tại tỉnh Bến Tre (PBC2) Nếu muốn, tôi có thể dễ dàng lựa chọn một điểm đến du lịch sinh thái tại tỉnh Bến Tre (PBC3)	Likert 1-5	Ajzen [19]; Chien [7]
Ý định (BI)	Tôi sẽ chọn điểm đến du lịch sinh thái tại Bến Tre thời gian tới (BI1) Tôi sẽ chọn điểm đến du lịch sinh thái tại Bến Tre trong thời gian 12 tháng tới (BI2) Tôi sẽ giới thiệu điểm đến du lịch sinh thái tại Bến Tre với bạn bè của tôi (BI3)	Likert 1-5	Ajzen [17] : Phetvaroon [6]
Hành vi (ACT)	Tôi cảm nhận du lịch sinh thái tại Bến Tre hữu ích (ACT1) Tôi cảm nhận du lịch sinh thái tại Bến Tre an toàn và thân thiện (ACT2) Tôi cảm nhận điểm đến du lịch Bến Tre dễ dàng và thuận tiện (ACT3)	Likert 1-5	Shih [15]; Raman et al [16]
Tổng cộng 18 quan sát			

(Nguồn: Kết quả từ cơ sở lí thuyết và lược khảo các nghiên cứu liên quan)

Bảng 2: Thông tin về khách du lịch được điều tra

Chỉ tiêu	Số lượng du khách	Tỉ trọng (%)
Giới tính:		
- Nam	77	46
- Nữ	92	54
Độ tuổi:		
- Dưới 25 tuổi	29	17
- 26 tuổi – 40 tuổi	66	39
- 41 tuổi – 60 tuổi	52	30,7
- Trên 60 tuổi	22	13,3
Thu nhập: (VNĐ/tháng)		
- Dưới 3 triệu	14	10
- Từ 3 triệu – < 6 triệu	42	25,8
- Từ 6 triệu –< 10 triệu	55	36,6
- Trên 10 triệu	58	27,6
Nơi cư trú:		
- Trong tỉnh	47	27,8
- Ngoài tỉnh	122	72,2
+ Các tỉnh phía Bắc	23	13,6
+ Các tỉnh phía Nam	146	86,4
Thời điểm đi du lịch:		
- Kì nghỉ	11	6,5
- Cuối tuần	136	80,4
- Khác	22	13,1
Hình thức đi du lịch:		
- Đi theo tour	52	30,7
- Đi tự do	117	69,3

(Nguồn: Kết quả xử lí từ số liệu điều tra 169 du khách)

C. Phân tích nhân tố khám phá (EFA)

Sau khi đánh giá độ tin cậy trong thang đo của những thành phần đo lường các biến trong mô hình, kết quả cho thấy các biến quan sát đạt yêu cầu để tiếp tục tiến hành phân tích nhân tố khám phá EFA.

Bảng 3: Kết quả kiểm định độ tin cậy của thang đo

Tên biến	Mô tả	Cronbach's Alpha	Số tiêu chí của từng nhân tố
ATT	Thái độ	0,743	4
SN	Chuẩn chủ quan	0,753	3
PBC	Kiểm soát hành vi	0,780	3
BI	Ý định	0,752	3
ACT	Hành vi	0,768	3
Tổng cộng 16 biến			

(Nguồn: Kết quả khảo sát của tác giả)

Kiểm định Barlett's test để kiểm định giả thuyết mối tương quan giữa các biến với nhau [21]. Phép trích nhân tố được sử dụng là Principal Axis Factoring (PAF), quay theo phương pháp Promax với chuẩn Kaiser Normalization, đồng thời loại tất cả các biến quan sát có hệ số tải nhân tố (Factor Loading) <0,5 ra khỏi ma trận xoay nhân tố [22]. Thực hiện EFA lần 1, kết quả cho thấy hệ số tải nhân tố của ATT5 là 0,447 < 0,5. Cho nên đây là biến không phù hợp và cần loại ra khỏi mô hình.

Thực hiện EFA lần hai sau khi loại yếu tố ATT5, kết quả kiểm định Barlett's cho thấy giá trị p=0,000 < 0,5, hệ số KMO cho thấy thang đo của tất cả nhân tố đều >0,5, thỏa điều kiện để sử dụng kết quả phân tích nhân tố như Bảng 3.

Cả 15 biến quan sát được đưa vào phân tích theo tiêu chuẩn Eigenvalue >1, theo quy tắc Guttman-Kaiser, 5 nhân tố được trích rút với tổng phương sai trích 69,24% (>50%) và tất cả các hệ số tải Loading-Factor

Bảng 4: Kết quả phân tích nhân tố khám phá EFA

Hệ số KMO		0,737
Kiểm định Bartlett	Chi-Square	865,615
	Df	105
	Sig.	0,000

(Nguồn: Kết quả khảo sát của tác giả)

đều >0,5, do đó, các biến quan sát đều phù hợp với thang đo lí thuyết [21].

D. Phân tích CFA và kiểm định mô hình cấu trúc tuyến tính SEM

Tiến hành phân tích nhân tố khẳng định CFA đối với tất cả thang đo trong mô hình nghiên cứu, Bảng 5 cho thấy các chỉ số Chi-square có giá trị p_value =0,000, chỉ số Chi-square điều chỉnh theo bậc tự do CMIN/df <3 [23], đạt yêu cầu về độ tương thích. Chỉ số CFI có giá trị >0,9 [24] và giá trị của chỉ số RMSEA <0,08 nên theo Steiger [25], giá trị RMSEA như vậy là phù hợp. Do đó, mô hình được xem là phù hợp với dữ liệu, hay tương thích với dữ liệu [26]. Hai chỉ số TLI, GFI cho giá trị <1, chỉ số TLI càng gần 1 và giá trị TLI càng lớn cho thấy mô hình phù hợp tốt hơn mô hình với giá trị TLI thấp. Giá trị TLI đạt 0,9 là một con số khá lớn trong mô hình nghiên cứu thực nghiệm. Do đó, chúng ta có thể nhận định mô hình có mức độ phù hợp đáng kể. Chỉ số GFI cho thấy quan hệ của phương sai và hiệp phương sai trong ma trận hiệp phương sai là khá tốt.

Phân tích nhân tố khẳng định (CFA) được tiếp tục sử dụng để đánh giá hệ số tin cậy tổng hợp, tính đơn hướng, giá trị hội tụ, giá trị phân biệt và giá trị liên hệ lí thuyết của mô hình. Độ tin cậy của thang đo thường dựa vào (1) hệ số độ tin cậy tổng hợp, (2) phương sai trích được và (3) hệ số Cronbach's Alpha [20]. Kết quả thu được cho thấy, hệ số tin cậy tổng hợp CR (Composite Reliabilit) của tất cả khái niệm đều >0,7 [27], cũng như phương sai trích AVE (Average Variance Extracted) đều >0,5 [27] đạt yêu cầu về độ tin cậy của mô hình Bảng 6. Theo Steenkamp et al [28], đây cũng là điều kiện cần và đủ để cho tập biến quan sát đạt được tính đơn hướng. Hơn nữa, giá trị phương sai trích cũng được sử dụng đo giá trị hội tụ (convergent validity) [29]. Bảng 6 cho thấy tất cả nhân tố đều có giá trị AVE >0,5, với mức ý nghĩa 5% [22], các thang đo trong nghiên cứu đạt được giá trị hội tụ. Do vậy, các biến quan sát có tương quan với những biến khác trong cùng nhân tố, hay nói cách khác biến tiềm ẩn được giải thích tốt bởi các biến quan sát [29].

Đánh giá sự phù hợp của mô hình bằng mô hình cấu trúc tuyến tính SEM

Kết quả ước lượng mô hình nghiên cứu có giá trị p=0,000, giá trị Chi-square = 141,71, bậc tự do df = 82, Chi-square/df = 1,728< 3; RMSEA = 0,066 < 0.08; TLI = 0,903 và CFI = 0,925 đều >0,9 [26]. Các chỉ số trên cho thấy mô hình xây dựng phù hợp với dữ liệu nghiên cứu Hình 3.

Kiểm định các giả thuyết nghiên cứu của mô hình

Kiểm định các giả thuyết nghiên cứu cho thấy, các tham số ước lượng mối quan hệ giữa thái độ, chuẩn chủ quan, kiểm soát hành vi cũng như mối quan hệ giữa kiểm soát hành vi ý định và hành vi thực tế đều có ý nghĩa thống kê ở mức < 5% và đều có mối quan hệ thuận chiều như Bảng 7. Như vậy, mối quan hệ giữa các khái niệm đạt được kì vọng về mặt lí thuyết.

E. Thảo luận kết quả nghiên cứu

Kết quả nghiên cứu cho thấy hành vi lựa chọn điểm đến của khách du lịch chịu tác động từ bốn yếu tố gồm thái độ, chuẩn chủ quan, hành vi kiểm soát và ý định hành vi.

Thứ nhất, kết quả nghiên cứu thực nghiệm cho thấy thái độ của du khách đối với du lịch sinh thái bị tác động bởi ba yếu tố: thú vị, vui vẻ và dễ chịu với độ tin cậy 95%, trong đó yếu tố thú vị có ảnh hưởng mạnh nhất, ngoài ra yếu tố thái độ ảnh hưởng tích cực đến ý định của khách du lịch, phù hợp với kết quả nghiên cứu của Lam & Hsu [4], khác biệt với kết quả nghiên cứu của Lam & Hsu [5], yếu tố thái độ không tác động đến ý định chọn điểm đến của du khách.

Bảng 5: Các chỉ số thống kê phản ánh độ phù hợp của thang đo trong mô hình

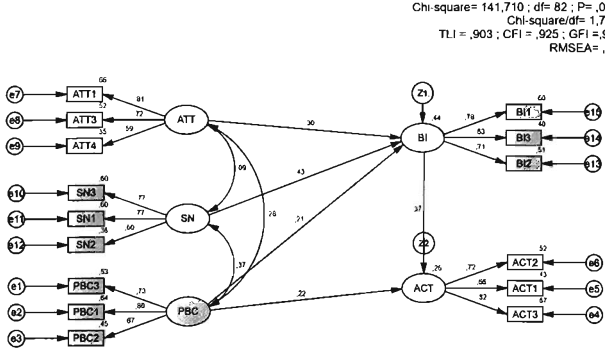
Tên phân tích CFA	Chi-square D	DF	Chi-square/DF	P_value	GFI	TLI	CFI	RMSEA
Mô hình tới hạn của thái độ, chuẩn chủ quan và hành vi kiểm soát đến ý định và hành vi lựa chọn điểm đến của khách du lịch	140,518	80	1,756	0,000	0,911	0,9	0,924	0,067

(Nguồn: Kết quả khảo sát của tác giả)

Bảng 6: Đo lường độ tin cậy của các khái niệm trong mô hình

Khái niệm	Hệ số tin cậy tổng hợp (CR)	Tổng phương sai trích (AVE)
Thái độ	0,761	0,518
Chuẩn chủ quan	0,780	0,543
Hành vi kiểm soát	0,778	0,541
Ý định	0,754	0,509
Hành vi	0,751	0,503

(Nguồn: Kết quả khảo sát của tác giả)



Hình 3: Mô hình cấu trúc tuyến tính SEM (đã chuẩn hóa)

Nguồn: Kết quả khảo sát của tác giả

Bảng 7: Kết quả kiểm định mối quan hệ giả thuyết giữa các khái niệm trong mô hình nghiên cứu

Mối quan hệ			Hệ số hồi quy chưa chuẩn hóa (r)	Hệ số hồi quy đã chuẩn hóa (r)	Sai lệch chuẩn (SE)	Giá trị tới hạn (C.R)	Mức ý nghĩa (P)
BI	<—	ATT	0,268	0,299	0,087	3,092	0,002
BI	<—	SN	0,462	0,430	0,114	4,056	0,000
BI	<—	PBC	0,249	0,213	0,119	2,091	0,037
ACT	<—	BI	0,391	0,373	0,118	3,314	0,000
ACT	<—	PBC	0,271	0,221	0,132	2,055	0,040

(Nguồn: Kết quả khảo sát của tác giả)

Thứ hai, yếu tố chuẩn chủ quan chịu ảnh hưởng tác động bởi ba nhân tố gồm những người quen biết, người thân và người tham khảo ý kiến và chuẩn chủ quan ảnh hưởng mạnh nhất đến ý định của du khách với độ tin cậy 95%. Kết quả nghiên cứu phù hợp với thang đo lí thuyết của Lam & Hsu [5]. Kết quả nghiên cứu cho thấy bạn bè, người thân trong gia đình có ảnh hưởng nhất định đến ý định lựa chọn điểm đến của khách du lịch, đặc biệt đối với khách du lịch ở ngoài tỉnh khi chọn điểm đến du lịch tại tỉnh Bến Tre.

Thứ ba, yếu tố kiểm soát ảnh hưởng bởi ba biến quan sát với độ tin cậy 95%, phù hợp với nghiên cứu của Lam & Hsu [5], Chien et al [7], Gopi & Ramayah [17]. Trong đó, yếu tố có đủ năng lực tài chính và thời gian ảnh hưởng mạnh nhất đến yếu tố kiểm soát hành vi.

Thứ tư, thang đo ý định chọn điểm đến bao gồm ba biến quan sát với độ tin cậy 95%, kết quả nghiên cứu phù hợp với thang đo lí thuyết của Phetvaroon [6]. Trong ba biến quan sát, biến ý định chọn điểm đến du lịch sinh thái tại Bến Tre trong thời gian tới tác động mạnh nhất đến ý định.

Thứ năm, thang đo hành vi lựa chọn điểm đến bao gồm ba biến quan sát với độ tin cậy 95%, thang đo này phù hợp với thang đo lí thuyết của Shih [15]; Raman et al [16]. Trong đó, yếu tố cảm nhận thuận tiện và dễ dàng khi du lịch Bến Tre ảnh hưởng mạnh nhất đến quyết định lựa chọn điểm đến của du khách, khách du lịch cho biết kể từ khi cầu Rạch Miễu được xây dựng đã tạo điều kiện thuận lợi khi đi du lịch ở Bến Tre. Bên cạnh đó, phong trào xây dựng nông thôn mới ở địa phương trong các năm qua đã hình thành nên mạng lưới hệ thống giao thông thuận lợi, góp phần thúc đẩy du lịch phát triển.

Kết quả từ nghiên cứu thực nghiệm hành vi lựa chọn điểm đến du lịch sinh thái tại Bến Tre cho thấy, hành vi chịu tác động bởi ba yếu tố gồm kiểm soát hành vi và ý định. Kết quả nghiên cứu này phù hợp với mô hình lí thuyết của Ajzen [4], Shih [15]; Raman et al [16]. Trong đó, yếu tố ý định chọn điểm đến đóng vai trò quan trọng đến hành vi chọn điểm đến của du khách. Bên cạnh đó, nghiên cứu cũng chứng minh ba yếu tố tiền đề gồm thái độ, chuẩn chủ quan và kiểm soát hành vi tác động mạnh mẽ đến ý định chọn điểm đến của du khách.

V. KẾT LUẬN VÀ HÀM Ý CHÍNH SÁCH

Kết quả nghiên cứu cho thấy lí thuyết TPB phù hợp với mô hình nghiên cứu hành vi lựa chọn điểm đến của du khách tại các điểm đến du lịch sinh thái tại tỉnh Bến Tre. Trong đó, các yếu tố thái độ, chuẩn chủ quan và hành vi kiểm soát tác động đến ý định hành vi lựa chọn điểm đến, kiểm soát hành vi và ý định tác động tích cực đến hành vi chọn điểm đến của khách du lịch. Dựa trên kết quả trên, nghiên cứu đề xuất một số hàm ý chính sách sau:

Thứ nhất, kết quả nghiên cứu cho thấy khách du lịch có thái độ tích cực đối với điểm đến sẽ tác động đến ý định lựa chọn điểm đến du lịch. Đây là một tín hiệu tốt đối với các điểm đến du lịch sinh thái của tỉnh Bến Tre. Thông qua kết quả nghiên cứu này, các doanh nghiệp, cơ quan quản lí cần có chiến lược quảng bá du lịch nhằm quảng bá hình ảnh Bến Tre đến du khách trong và ngoài nước.

Thứ hai, chuẩn chủ quan chứng minh tác động mạnh đến ý định hành vi của du khách. Khi khách du lịch hài lòng với quyết định chọn điểm đến, mỗi khách du lịch sẽ trở thành nhà truyền miệng tích cực tác động đến nhận thức của du khách tiềm năng với loại hình du lịch thú vị này. Vì vậy, các cơ sở du lịch cần làm tốt các khâu phục vụ khách du lịch, từ đón du khách, hướng dẫn tham quan du lịch đến các dịch vụ lưu trú. Các doanh nghiệp kinh doanh du lịch lữ hành, cơ sở điểm đến, ngành hàng không, giao thông vận tải cần có sự hợp tác với nhau, từ marketing điểm đến, đặt tour, thanh toán đến đón và tiễn khách.

Thứ ba, ý định và kiểm soát hành vi tác động tích cực đến hành vi lựa chọn điểm đến của du khách. Kết quả nghiên cứu này đề xuất với doanh nghiệp, cơ quan quản lí du lịch ở địa phương cần đẩy mạnh công tác tuyên truyền về những lợi ích loại hình du lịch sinh thái, nhằm thúc đẩy người dân và du khách có thái độ tích cực với loại hình sinh thái một loại hình du lịch gắn với lợi thế của địa phương tạo ra nhiều công ăn việc làm và có lợi với môi trường thiên nhiên. Chính quyền địa phương cần hỗ trợ doanh nghiệp du lịch xây dựng thương hiệu du lịch, quy hoạch ngành du lịch, phát triển hệ thống ngân hàng, mạng viễn thông, hệ thống đường xá giao thông nông thôn giúp sự đi lại của du khách ngày càng thuận lợi hơn. Các doanh nghiệp hoạt động du lịch sinh thái cần ý thức tầm quan trọng của môi trường điểm đến, tuyên truyền vận động các hộ kinh doanh du lịch cũng như khách du lịch có ý thức bảo vệ môi trường, xây dựng điểm đến du lịch sinh thái Bến Tre an toàn, sinh thái và thân thiện.

Kết quả nghiên cứu chứng minh lí thuyết TPB phù hợp với nghiên cứu hành vi lựa chọn điểm đến du lịch sinh thái trên địa bàn nghiên cứu. Tuy nhiên, hạn chế của mẫu quan sát chỉ đối với khách du lịch nội địa chưa nghiên cứu đến khách du lịch quốc tế. Các nghiên cứu tiếp theo nên mở rộng mẫu nghiên cứu đối với khách du lịch quốc tế nhằm mang tính tổng quát cao hơn.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

[1] Hui T K, Wan D, Ho A Tourists' satisfaction, recommendation and revisiting Singapore. *Tourism Management*. 2007;28 965–975.

[2] Wong J, Yeh C. Tourist Hesitation in Destination Decision Making. *Annals of Tourism Research*. 2009;36(1):6–23.

[3] Ajzen I. The theory of planned behaviour *Organizational Behaviour and Human Decision Processes*. 1991;50(2):179–211.

[4] Lam T, Hsu H C Theory of Planned Behavior: Potential Travelers from China. *Journal of Hospitality & Tourism Researc*. 2004;28:463–482

[5] Lam T, Hsu H C. Predicting behavioral intention of choosing a travel destination. *Tourism Management*. 2006;27:589–599.

[6] Phetvaroon K *Application of the theory of planned behavior to select a destination after a crisis: A case study* [Ph.d thesis]: Oklahoma State University; 2006.

[7] Chien C L, Yen I Y, Phu Quy Hoang. Combination of Theory of Planned Behavior and Motivation: An Exploratory Study of Potential Beach-based Resorts in Vietnam. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*. 2012;17:489–508.

[8] March R, Woodside A G. Testing theory of planned versus realized tourism behavior. *Annals of Tourism Research*. 2005;32:905–924.

[9] Tổng cục Du lịch. *Multivariate data analysis*; 9/2018 Truy cập từ: http //vietnamtourism.gov.vn/index.php/items/27413 [ngày truy cập 23/4/2019].

[10] Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch Bến Tre *Multivariate data analysis* Upper Saddle River, NJ, USA: Prentice-Hall, Inc; 10/2018. Truy cập từ: http://www.svhttdl.bentre.gov.vn/Pages/DuLich.aspx?ID=845&InitialTabId=Ribbon.Read [ngày truy cập 20/5/2019]

[11] Ajen I, Fishbein M *Belief, attitude, intention and behavior. An introduction to theory and research*. Reading, MA: Addison-Wesley; 1975.

[12] Celik H. What determines Turkish customer's acceptance of internet banking? International *Journal of Bank Marketing*. 2008;26(5):353–369.

[13] Jarvenpaa S L, Todd P A. Consumer Reactions to Electronic Shopping on the World Wide Web. *Journal of Electronic Commerce* 1997;1(2):59–88.

[14] Limayen M, Khalifa K, Firni A. What makes consumers buy from Internet? A longitudinal study of online shopping. *IEEE Transactions on Systems, Man and Cybernetics*. 2000;30(4):421–432.

[15] Shih Y, Fang K. The use of a decomposed theory of planned behavior to study Internet banking in Taiwan. *Internet Research*. 2004;14(3):213–223.

[16] Raman M, Stephenaus R, Alam N, Kuppusamy M. Information Technology in Malaysia: E-service quality and Uptake of Internet banking. *Journal of Internet Banking and Journal of Internet Banking and Commerce*. 2008;13(2):1–18.

[17] Gopi M, Ramayah T. Applicability of theory of planned behavior in predicting intention to trade online Some evidence from a developing country. *International Journal of Emerging Markets*. 2007;2(4):348–360.

[18] Bollen K A. *Structural Equations With Latent Variables*. Journal of the American Statistical Association; 1990.

[19] Ajzen I. *Constructing a TPB questionnaire: Conceptual and methodological considerations*. Constructing a TPB questionnaire; 1990.

[20] Nunnally J, Berstein I H. *Psychometric Theory*. 3rd ed. New York: McGraw-Hill; 1994

[21] Field A. *Discovering Statistics using SPSS for Windows*; 2000.

[22] Gerbing D W, Anderson J C. An Updated Paradigm for Scale Development Incorporating Unidimensionality and its Assessment. *Journal of Marketing Research*. 1988;25(2):186–192.

[23] Carmines E, McIver J. *Analyzing models with unobserved variables: analysis of covariance structures*. Beverly Hills, CA: Sage Publications; 1981.

[24] Bentler P M, Bonett D G. Significane tests and goodness of fit in the analysis of covariance structures. *Psychological Bulletin*. 1980;88(3):588–606.

[25] Steiger J H. Structural Modeling Evaluation and Modification: An Interval Estimation Approach. *Multivariate Behavioral Research*. 1990;25(2):173–80.

[26] Nguyễn Đình Thọ, Nguyễn Thị Mai Trang. *Nghiên cứu khoa học marketing - ứng dụng mô hình cấu trúc tuyến tính SEM* Nhà Xuất bản Đại học Quốc gia TP HCM; 2008.

[27] Hair, Anderson, Tatham, Black. *Multivariate Data Analysis*. Prentical-Hall International, Inc; 1998.

[28] Steenkamp J B E M, Laflamme L. Perceived quality of life and self-rated health among first-year university students: A comparision with their working peers *Social Indicators Research*. 2004;68(2):221–234.

[29] Hair J, Black W, Babin B Anderson R *Multivariate data analysis*. Upper Saddle River, NJ, USA: Prentice-Hall, Inc; 2010.